

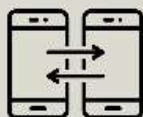
ПРАВИЛА ИНФОРМАЦИОННОЙ ГИГИЕНЫ

ПО МАТЕРИАЛАМ ПОСОБИЯ «МАРКЕРЫ ФЕЙКА В МЕДИАТЕКСТАХ»
И.А. СТЕРНИН, А.М. ШЕСТЕРНИНА



УБЕДИТЕСЬ, ЧТО ИНФОРМАЦИЯ ВАМ НУЖНА

УБЕДИТЕСЬ, ЧТО ВЫ ВЫБРАЛИ ДОСТОВЕРНЫЙ ИСТОЧНИК



УБЕДИТЕСЬ, ЧТО СООБЩЕНИЕ ПЕРВИЧНО
(НЕ СКРИНШОТ И НЕ РЕПОСТ)

УБЕДИТЕСЬ, ЧТО СООБЩЕНИЕ КАЧЕСТВЕННОЕ
(НЕ СОДЕРЖИТ ОШИБОК ИЛИ ОПЕЧАТОК)



УБЕДИТЕСЬ, ЧТО АВТОР — ЭКСПЕРТ
С ХОРОШЕЙ РЕПУТАЦИЕЙ

УБЕДИТЕСЬ, ЧТО АНАЛОГИЧНЫЕ ФАКТЫ
ТРАНСЛИРУЮТСЯ ДРУГИМИ ПРОВЕРЕННЫМИ
ИСТОЧНИКАМИ



ПОДУМАЙТЕ, ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ЛИ ВАЖНО
РАСПРОСТРАНЯТЬ ТАКОЕ СООБЩЕНИЕ



ЕСЛИ КТО-ТО ПЕРЕСЫЛАЕТ ИНФОРМАЦИЮ ВАМ,
ПОДУМАЙТЕ:

- ПОЧЕМУ ЭТО ПЕРЕСЫЛАЕТСЯ ИМЕННО МНЕ?
- ПОЧЕМУ ИМЕННО ЭТОТ ЧЕЛОВЕК ПЕРЕСЫЛАЕТ МНЕ ЭТУ ИНФОРМАЦИЮ?
- ПОЧЕМУ ЭТА ИНФОРМАЦИЯ ПЕРЕСЫЛАЕТСЯ ИМЕННО СЕЙЧАС?



МЕДИАЭКОЛОГИЯ
КИБЕРПРОСТРАНСТВА



МЕДИАПАРК
Центр коммуникационных
и мультимедийных технологий