U.S. Embassy Skopje

DO NOT MIS/ DIS TechCamp Ohrid

DIG-ED

Медиумско - дигитален триаголник

Како да не не' „излажат“ лажните вести?!

Автор: Мартин Арсов, новинар

Едно од основните новинарски правила е дека секоја вест мора да одговори на неколку клучни прашања: **КОЈ**, **ШТО**, **КОГА**, **КАДЕ**, **ЗОШТО**, **КАКО**.

- На истиот принцип може да се „отпакува“ и лажната вест.

Медиумско - дигитален триаголник

1. **КОЈ** *ЈА КРЕИРА ДЕЗИНФОРМАЦИЈАТА*
2. **КОГА** *НАЈБРЗО СЕ ШИРИ*
3. **КАДЕ** *Е ПРОШИРЕНА И СПОДЕЛЕНА*
4. **ЗОШТО** *ЛУЃЕТО ГИ СПОДЕЛУВААТ*
5. **КАКО** *СЕ ПРОИЗВЕДЕНИ*

Медиумско - дигитален триаголник

Вниманието кај народот многу полесно се привлекува со информации кои се „бомбастични“, будат емоции или имаат изненадувачки елементи.

Тие изгледаат попримамливи и полесни за читање, гледање или разбирање.

Имајќи ги предвид овие факти, „креаторите“ на вести многу често знаат да ја „нарушат“ информацијата.

Медиумско - дигитален триаголник

НЕКОЛКУ ФОРМИ НА „НАРУШЕНИ ИНФОРМАЦИИ“:

Медиумско - дигитален триаголник

1

ДЕЗИНФОРМАЦИИ

лажни, неточни информации со цел намерно предизвикување штета и/или остварување личен профит

2

МИСИНФОРМАЦИИ

информациии што се невистинити, но не создадени со намера да предизвикаат штета / лажни информации што луѓето ги споделуваат без да знаат дека се лажни (мислат дека се вистински)

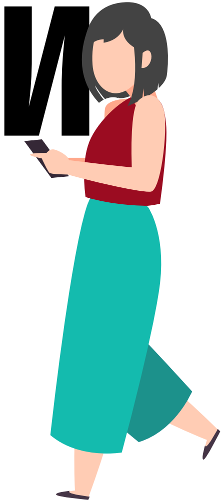
3

МАЛИНФОРМАЦИИ

точни информации кои се споделуваат за да се наштети некому (на пример, објава на фотографии/видеа/содржини без согласност)

Медиумско - дигитален триаголник

ДЕЗИНФОРМАЦИИ



Дезинформацијата е „сложувалка“ во која постојано се редат нови актери кои развиваат нови техники за ширење на лаги и манипулации, особено на интернет.

Дезинформациите најчесто ги разбираме како информации што се неточни и намерно создадени за да ја доведат јавноста во заблуда; да повредат личност, организација, социјална група, држава или да постигнат некој интерес (на пр. економски или политички).

Медиумско - дигитален триаголник

ИМА РАЗЛИЧНИ ВИДОВИ ДЕЗИНФОРМАЦИИ:

Медиумско - дигитален триаголник

1

ЛАЖНА ВРСКА

НАСЛОВОТ ИЛИ ФОТОГРАФИИТЕ НЕ ОДГОВАРААТ СО ТЕКСТОТ

БОМБАСТИЧНИ НАСЛОВИ („ШОКАНТНО“/„НЕВЕРОЈАТНО“)

2

ЛАЖЕН КОНТЕКСТ

ИЗВОРНАТА СОДРЖИНА СЕ ШИРИ ВО ДРУГ КОНТЕКСТ

СЕ КОРИСТАТ СТАРИ СЛИКИ ИЛИ ВИДЕА ЗА НОВИ НАСТАНИ

3

ИЗМЕНЕТА СОДРЖИНА

ИЗВОРНАТА СОДРЖИНА Е ИЗМЕНЕТА ЗА ДА ВЕ ДОВЕДЕ ВО ЗАБЛУДА

ФОТОМОНТАЖА

4

ИЗМИСЛЕНА СОДРЖИНА

ЛАЖНА СОДРЖИНА ЗА ДА НАШТЕТИ

НЕШТО ШТО НИКОГАШ НЕ СЕ СЛУЧИЛО

Медиумско - дигитален триаголник

КРЕАТОРИ

ОНИЕ КОИ ГИ СОЗДАВААТ ДЕЗИНФОРМАЦИИТЕ

НАЈЧЕСТО СЕ ПЛАТЕНИ ЛУЃЕ

НЕ МОРА ДА СЕ НОВИНАРИ, ДОВОЛНО Е ДА ИМААТ СОЦИЈАЛНИ МРЕЖИ

СПОДЕЛУВАЧИ

1. ЛУЃЕ

2. БОТОВИ (РОБОТИ, КОМПЈУТЕРСКИ АПЛИКАЦИИ КОИ ГИ ИМИТИРААТ ЧОВЕЧКОТО ОДНЕСУВАЊЕ, НО ДЕЛУВААТ МНОГУ ПОБРЗО ОД ЧОВЕК)

ПРИМАТЕЛИ

ПОВОЗРАСНИТЕ ПОЛЕСНО ПРИФАЌААТ И СПОДЕЛУВААТ ДЕЗИНФОРМАЦИИ

ПОТЕШКО РАЗЛИКУВААТ СПОНЗОРИРАНИ ОД АВТОРСКИ ОБЈАВИ

ПРОВЕРКА НА ФАКТИ

Медиумско - дигитален триаголник

Медиумско - дигитален триаголник

Goce Delcev

3 д. ·

Francuskite zemjodelci, Pariz go napravija otvorena plevna za seno.
Alal da im e.
E zatoa, se sto treba i baraat ke dobiat

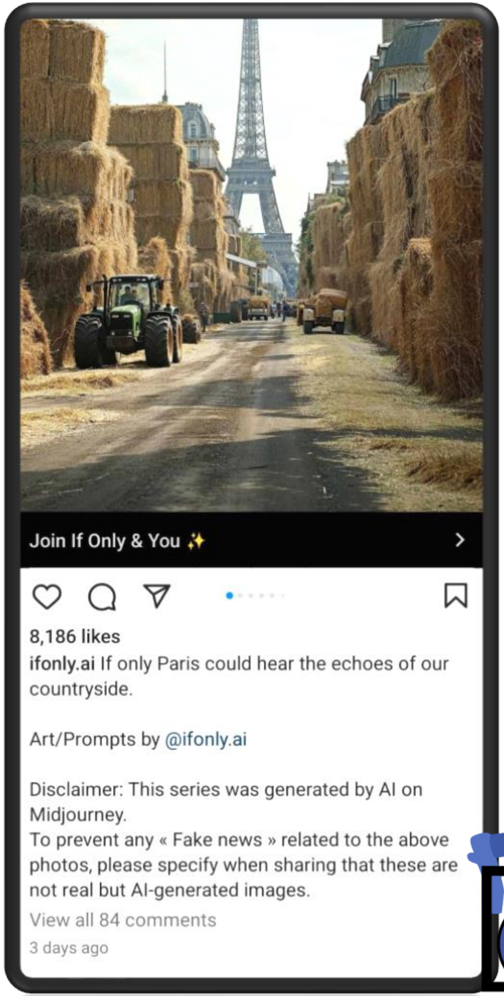
Фотографијата на која се чини дека се прикажани трактори и големи бали сено поставени во близина на Ајфеловата кула, не е од протестите кои беа многу актуелни минатата недела.

Всушност, таа е создадена со помош на вештачка интелигенција.

Таа беше креирана и споделена на Инстаграм од профил кој објавува исклучиво фотографии направени со фотомонтажа кои служат за забава.

На профилот дури има и забелешка дека во обид да се спречат какви било „лажни вести“ секој што споделува слики од сметката треба да наведе дека се направени со помош на алатки за вештачка интелигенција.

Фотографијата со балите сено пред Ајфеловата кула е избришана, очигледно затоа што стана вирална како да е вистинска.



Медиумско - дигитален триаголник

Медиумско - дигитален триаголник

Објавено на: January 11, 2024

Се огласи и мајката на починатото 2-годишно дете од Кичево – нејзината изјава ги ШОКИРАШЕ СИТЕ

ПОВРЗАНИ ВЕСТИ

СЕ ОГЛАСИ И МАЈКАТА НА ПОЧИНАТОТО 2-ГОДИШНО...

Ќе се испитува улогата на мајката во…

ДОКТОР ПРЕДУПРЕДУВА: ОВИЕ СИМПТОМИ НЕ СМЕЕТЕ ДА...

Кога станува збор за здравјето, има и…

Мајката на починатото двегодишно дете од Кичево воопшто се нема огласено со некаква шокирачка изјава за јавноста, туку станува збор за изјава што ја дала во полициска станица пред полициски службеници уште кога детето се повредило.

Медиумско - дигитален триаголник

Во текстот кој се споделува, мајката на девојчето воопшто нема дадено изјава, односно таа се нема огласено, а уште помалку со изјава која ги шокирала сите. Насловот е невистинит. Единственото нешто кое се споменува во објавата, а е поврзано со мајката е во воведниот пасус каде е наведено дека „*ќе се испитува улогата на мајката во смртта на двегодишното девојче од Кичево кое во понеделникот почина во болница по 22 дена борба за живот*“.

Целиот останат дел од текстот се однесува на информирање за случајот, но без она што се најавува во насловот – дека мајката се огласила со некаква шокантна изјава за сите.

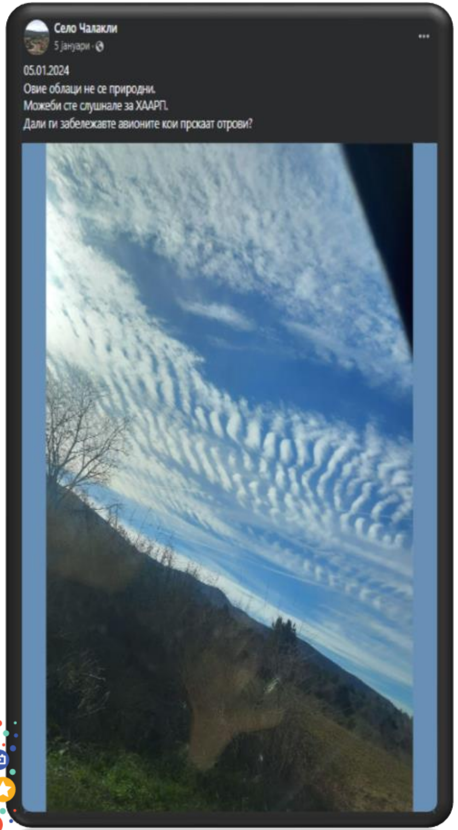
Насловот е *кликбејт,* во кој се прави обид изјава на мајката, дадена пред органите на прогонот односно пред полицијата, да биде претставена како „огласување" на начин да се помисли како да се огласила пред јавноста со некаква шокантна изјава.

Медиумско - дигитален триаголник

Во објавата се споделува фотографија со облаци на небото и притоа се тврди дека наводно нешто со нив е необично, а згора на тоа се додава дека имало авиони кои прскаат отрови.

Всушност, Тоа се облаци кои најчесто постојат во форма на заоблени купчиња. Има повеќе видови облаци кои може да се проверат на: https://community.windy.com/

За да докаже дека оваа теорија на заговор е неточна и ги измамува луѓето, Форбс објави студија, според која 76 хемичари и научници од Универзитетот Ирвин, Калифорнија, изјавиле дека никогаш не дошле до докази оти постојат големи програми за хемиско прскање од авиони, со цел да се наштети на здравјето на граѓаните и со цел да се влијае на атмосферата.



Медиумско - дигитален триаголник

КОГА НАЈБРЗО СЕ ШИРАТ ДЕЗИНФОРМАЦИИТЕ?

Медиумско - дигитален триаголник

Дезинформациите најбрзо се шират кога се во прашање политичките вести и настани (на пр. избори) и во вонредни околности (на пр. природни катастрофи како земјотрес, поплава).

Доколку во такви ситуации надлежните институции не реагираат навремено и не ги известат граѓаните на соодветен начин (преку сите релевантни медиуми и социјални мрежи), се отвора простор за ширење на шпекулации и паника, често ненамерно, но понекогаш намерно.

Премногу информации понекогаш им отежнува на луѓето да најдат сигурни извори.

Информациите се во криза и вонредните настани се шират побрзо и подалеку поради висок емоционален набој на моментот и потребата за информации.

Медиумско - дигитален триаголник

Arianit Xhaferi

1 д. ·

Turkey 💔

Медиумско - дигитален триаголник

Фотографијата која се споделува во оваа објава на Фејсбук како да е од земјотресот во Турција нема никаква врска со овој трагичен настан.

Таа е стара најмалку три години, што значи дека може да се најде во написите од ноември 2019 година.

Нејзиниот фотограф (односно сопственик) ја нуди и на други платформи за продажба на фотографии (како Shutterstock) и секој може да ја купи за специфични потреби.

Медиумско - дигитален триаголник

ОД КАДЕ НАЈЧЕСТО СЕ ИНФОРМИРАТЕ?

Медиумско - дигитален триаголник

1. ИНТЕРНЕТ САЈТОВИ
2. СОЦИЈАЛНИ МРЕЖИ
3. ТЕЛЕВИЗИЈА
4. РАДИО
5. ВЕСНИЦИ

СОЦИЈАЛНИ МРЕЖИ И МЕДИУМИ: Каде најчесто и најефективно се споделуваат и пласираат дезинформации во јавноста?

Дезинформациите постоеја и пред социјалните мрежи, но немаа потенцијал за толку брза и широка дистрибуција како што овозможуваат онлајн платформите.

И додека социјалните мрежи овозможија лесно споделување и брзо ширење дезинформации, сепак традиционалните медиуми се тие кои значително придонесуваат за проблемот ако не ја вршат својата работа професионално. Тие треба да ги проверат фактите и да го објаснат контекстот, а не само да пренесуваат објави (често од политичарите) од социјалните мрежи.

Медиумско - дигитален триаголник

Иако често зборуваме за социјалните мрежи збирно, постојат значителни разлики помеѓу нив.

На пример, Facebook, за разлика од Twitter, дозволува поголема приватност на профилот (што гледаат пријателите и што гледаат сите други);

TikTok се базира на споделување кратки и смешни видеа;

Instagram фотографии и кратки видеа; и

WhatsApp и Viber се „шифрирани“ апликации за пораки (шифрирани значи дека пораките може да ги читаат само испраќачот и примачот).

Медиумско - дигитален триаголник

Важно е да се разберат разликите помеѓу овие платформи бидејќи тие го обликуваат начинот на кој се шират дезинформациите.

Според истражувањата, дезинформациите се шират најлесно на Facebook и Twitter, но најголем ефект имаат во затворените платформи (како WhatsApp, Viber). Таму луѓето уште полесно стануваат „плен“ на погрешни и манипулативни објави бидејќи ги добиваат директно од блиски луѓе.

Медиумско - дигитален триаголник

Медиумско - дигитален триаголник

ЗОШТО ЛУЃЕТО СПОДЕЛУВААТ ДЕЗИНФОРМАЦИИ?

ПРИЧИНИ ЗА ШИРЕЊЕ ДЕЗИНФОРМАЦИИ:

Медиумско - дигитален триаголник

ФИНАНСИСКИ

ПОВЕЌЕ КЛИКОВИ НОСАТ
ПОВЕЌЕ РЕКЛАМИ И ПАРИ

ПОЛИТИЧКИ

ДА СЕ ОЦРНИ ИЛИ
ПОНИЖИ ПРОТИВНИКОТ

ДРУШТВЕНИ/ОД ШАЛА

ЗА ДА СЕ СТАНЕ
ПОПУЛАРЕН

ПСИХОЛОШКИ

ПОТРАГА ПО ПРЕСТИЖ
И СЛАВА

ДЕЗИНФОРМАЦИИ

ТЕХНОЛОГИЈА И ТЕХНИКА: Како се создаваат дезинформации?

1. **СОЗДАВАЊЕ ТАРГЕТ ГРУПА** – ЛИЦА КОИ НА НЕКОЈ НАЧИН СЕ ПОВРЗАНИ (ЛОКАЦИСКИ, ПО ПОЛ, ИНТРЕС)
2. **ИСТРАЖУВАЊЕ** – ПРИБИРАЊЕ НА СИТЕ ДОСТАПНИ ИНФОРМАЦИИ
3. **DEEPFAKES** – ЗАМЕНЕТО ЛИЦЕ ИЛИ ГОВОР

Медиумско - дигитален триаголник

Не е исто кога луѓето непромислено споделуваат погрешни информации и кога некој ги креира и споделува со некаква намера.

Сепак, и непромисленото споделување на дезинформации придонесува во нивното ширење и потенцијалното (негативно) влијание, односно придонесува за штетното дејство кое креаторот сака да се постигне.

Медиумско - дигитален триаголник

Медиумско - дигитален триаголник

МИСИНФОРМАЦИИ

МИСИНФОРМАЦИИ
(ПОГРЕШНИ ИНФОРМАЦИИ)

Медиумско - дигитален триаголник

- Информации кои се **невистинити**, но не се создадени со намера да нанесат штета

- Луѓето ги ширaт **мислејќи** дека се точни

- Се појавуваат во **различни облици**: текст, видео, фотографија или илустрација, можат да изгледаат и како вести или приказни/митови

Медиумско - дигитален триаголник

МАЛИНФОРМАЦИИ

МАЛИНФОРМАЦИИ
(ЗЛОНАМЕРНИ ИНФОРМАЦИИ)

Медиумско - дигитален триаголник

- Информации кои прозлегуваат од **вистински случувања**, но се користат за да се нанесе **штета** на некоја личност

- на пример. **Споделување на фотографии и/или видеа без согласност**

- Се појавуваат во **различни облици**: текст, видео, фотографија или илустрација

Медиумско - дигитален триаголник

ДАЛИ И КАКО ГИ ПРОВЕРУВАТЕ ИНФОРМАЦИИТЕ?

5 ЧЕКОРИ ЗА ПРОВЕРКА НА ИНФОРМАЦИЈА:

Медиумско - дигитален триаголник

ПОТЕКЛО

Вашата прва задача е да проверите кој прв ја објавил содржината.

Ако се работи за веб-страници, проверете дали страницата ја објавува својата оригинална содржина или ја пренесува од други извори? Кои?

ИЗВОР

Кој е авторот на содржината што ја гледате?

Дали е тоа јасно назначено?

Дали е веродостојно?

Кој е сопственик?

ДАТУМ

Кога е создадена содржината?

На пример. Дали секоја фотографија која се користи со текстот е поврзана со тој текст (настан) или се користи само како илустрација?

МЕСТО

Социјалните мрежи им дозволуваат на корисниците да додадат локација кога објавуваат содржина, но со овие податоци може да се манипулира.

ПРИЧИНА

Зошто е напишан текстот?

Дали лицето кое ја создало сликата или видеото е случаен минувач?

Активист?

Некој што работи за владата?

БЛАГОДАРИМЕ ЗА ВНИМАНИЕТО!

Медиумско - дигитален триаголник

This project was funded through a U.S. Embassy grant, supported by Dig-Ed. The opinions, findings, and conclusions or recommendations expressed herein are those of the implementers/authors and do not necessarily reflect those of the U.S. Government and Dig-Ed.

Овој проект е поддржан од Амбасадата на САД и Диг-Ед. Мислењата, откритијата и заклучоците или препораките изнесени овде се на имплементаторите/ авторите, и не ги одразуваат оние на Владата на САД и Диг-Ед.