Организација на
Обединетите нации
за образование,
наука и култура

НОВИНАРСТВО, ‘ЛАЖНИ ВЕСТИ’ И ДЕЗИНФОРМАЦИИ

Прирачник за образование и обука по новинарство

Серија на УНЕСКО за образование по новинарство

Објавен во 2020 година од страна на Организацијата за образование, наука и култура на Обединетите нации, 7, Плас де Фонтеној, 75352 Париз 07 СП, Франција

© 2020 УНЕСКО
ISBN: 978-92-3-000105-6

Оваа публикација е со отворен пристап под лиценца на Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/). Со користење на содржината на оваа публикација, корисниците се согласуваат дека за нив ќе важат условите за употреба на Репозиториумот на УНЕСКО со отворен пристап (http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en). Оригинален наслов: Journalism, “Fake news” & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. Прирачникот за прв пат е објавен во 2018, од Организацијата за образование, наука и култура на ОН (УНЕСКО), 7, Фонтеној, 75352 Париз 07 СП, Франција. Употребените ознаки и презентацијата на материјалот во рамките на оваа публикација не претставуваат изразување на какво било мислење од страна на УНЕСКО во врска со правниот статус на која било земја, територија, град или област или на нејзините авторитети, или на нејзините граници.

Идеите и ставовите изразени во оваа публикација се ставови на авторите; тие нужно не ги отсликуваат ставовите на УНЕСКО, ниту пак ја обврзуваат самата Организација.

Уредници: Шерилин Иретон и Џули Посети

Автори: Џули Посети, Шерилин Иретон, Клер Вардл, Хосеин Дераксан, Алис Метјуз, Магда Абу-Фадил, Том Тервинард, Фергус Бел, Алексиос Мантарлис

Дополнително истражување: Том Лоу

Графички дизајн: г. Клинтон
Дизајн на корица: г. Клинтон
Илустрации: УНЕСКО, прв нацрт и Појнтер (Poynter)
Прелом на текст: УНЕСКО

Адаптација на изданието на македонски јазик: Македонски институт за медиуми
Превод: Мартина Кимовска
Лектура: Виолета Караџовска-Стојанова

Шерилин Иретон
и Џули Посети

Новинарство, „лажни вести“ и дезинформации

Прирачник за образование и обука по новинарство

СОДРЖИНА

Предговор на Гај Бергер 6

Вовед *од Шерилин Иретон и Џули Посети* 14

Употреба на прирачникот како пример на наставен план
од Џули Посети 28

Модул 1: Вистината, довербата и новинарството: зошто се важни 35

од Шерилин Иретон

Синопсис 36
Резиме 38
Цели на модулот 45
Резултати од учењето 46
Формат на модулот 46
Предлог-задача 47
Литература 48

Модул 2: Осврт на „информацискиот хаос“: формат на мисинформациите, дезинформациите и малинформациите 49

од Клер Вардл и Хосеин Дераксан

Синопсис 50
Резиме 51
Цели на модулот 58
Резултати од учењето 59
Формат на модулот 59
Предлог-задача 61
Материјали 61
Литература 61

Модул 3: Трансформација на индустријата на вести: дигитална технологија, социјални платформи и ширењето мисинформации и дезинформации 63

од Џули Посети

Синопсис 64
Резиме 66
Цели на модулот 76
Резултати од учењето 76
Формат на модулот 76
Предлог-задача 78
Литература 79

Модул 4: Борба со дезинформациите и мисинформациите преку медиумска и информациска писменост (МИП) 81

од Магда Абу-Фадил

Синопсис 82
Резиме 84
Цели на модулот 88
Резултати од учењето 88
Формат на модулот 89
Предлог-задача 92
Материјали 92
Литература 92

Модул 5: Основна проверка на фактите 94

од Алексиос Мантарлис

Синопсис 95
Резиме 95
Цели на модулот 102
Резултати од учењето 102
Формат на модулот 102
Предлог-задача 107
Литература 108

Модул 6: Верификација на социјалните медиуми: проценување на изворите и на визуелната содржина 111

од Том Тервинард и Фергус Бел

Резиме 113
Цели на модулот 119
Резултати од учењето 119
Формат на модулот 120
Предлог-задача 121
Материјали 122
Литература 122

Модул 7: Борба против онлајн злоупотребата: чија цел се новинарите и нивните извори 126

од Џули Посети

Синопсис 127
Резиме 128
Цели на модулот 136
Резултати од учењето 136
Формат на модулот 137
Предлог-задача 138
Литература 139

Соработници 140

ПРЕДГОВОР

УНЕСКО работи на унапредување на образованието по новинарство, а оваа публикација е најновата понуда од серијата најсовремени извори на оваа тема.

Публикацијата е дел од „Глобалната иницијатива за извонредност во образованието по новинарство“, која е во фокусот на Меѓународната програма на УНЕСКО за развој на комуникациите (ИПДЦ). Целта на иницијативата е да се зафати со изучувањето, ратификирањето и истражувањето на новинарството од глобална перспектива, вклучувајќи ја размената на добрите меѓународни практики.

Според тоа, целта на овој прирачник е да послужи како меѓународно релевантен модел на наставен план, отворен за усвојување или за адаптација, кој одговара на новиот глобален проблем со дезинформациите со кои се соочуваат општествата, особено новинарството.

Прирачникот нема за цел да нуди претпоставки или да наведува на заклучоци дека поимот „лажни вести“ има јасно или општоприфатено значење.[1] Поимот „вести“ се однесува на информации од интерес на јавноста што може да се верификуваат, а информациите што не ги исполнуваат овие стандарди не заслужуваат да се нарекуваат вести. Во оваа смисла, „лажни вести“ е оксиморон што служи за поткопување на кредибилитетот на информациите што навистина ги исполнуваат критериумите за верификација на информациите како и нивниот јавен интерес – т.е. вистинските вести.

За да се разберат подобро случаите во кои се манипулира со јазикот и се злоупотребуваат конвенционалните новинарски жанрови, оваа публикација ги третира овие дела на измама на начинот на кој навистина треба да се третираат – како посебна категорија лажни информации во сè поразлични форми на дезинформации, вклучувајќи ги и забавните форми на визуелни ***мемиња***.

Во оваа публикација, дезинформациите главно се однесуваат на намерните (често оркестрирани) обиди да се збунат или да се манипулира со луѓето преку давање и споделување неточни информации. Ова е често во комбинација со паралелните комуникациски стратегии што на моменти се преклопуваат и со низа други тактики какви што се хакирање или компромитирање поединци. Мисинформациите главно се однесуваат на погрешни информации чија цел е да доведат некого во заблуда, но тие се создадени или раширени без манипулативни или малициозни намери. И двете претставуваат проблем за општеството, но дезинформациите се особено опасни, бидејќи се често организирани, располагаат со соодветни ресурси и се поткрепени со автоматизирана технологија.

1 Види Tandoc E; Wei Lim, Z and Ling, R. (2018). “Defining ‘Fake News’: A typology of scholarly definitions” in Digital Journalism (Taylor and Francis) Volume 6, 2018 - Issue 2: ‘Trust, Credibility, Fake News’.

Испорачувачите на дезинформации ја демнат ранливоста или потенцијалот на примателите и нивните истомисленици во надеж да регрутираат што е можно повеќе засилувачи и умножувачи. На овој начин, тие се обидуваат да нè анимираат со цел да станеме спроводници на нивните пораки преку искористување на нашите склоности за споделување информации од различни причини. Особена опасност е тоа што „лажните вести“ во оваа смисла се обично бесплатни – што значи дека луѓето што не можат да си дозволат да плаќаат за квалитетно новинарството, или кои немаат пристап до вести на независните јавни сервиси, се особено подложни и на дезинформации и на мисинформации.

Ширењето дезинформации и мисинформации е овозможено главно преку социјалните мрежи и пораките на социјалните медиуми, што го наметнува прашањето за степенот на регулација и саморегулација на компаниите што ги даваат овие услуги. Во нивниот карактер како посреднички платформи, наместо креатори на содржини, овие бизниси досега биле регулирани со не толку строги закони, правила и прописи (освен во поглед на авторските права). Сепак, во контекст на растечкиот притисок врз нив, и како резултат на ризиците за слободно изразување што се јавуваат како последица на прекумерното регулирање, сè повеќе се преземаат чекори – и покрај тоа што не се секогаш постојани – во насока на саморегулирање.[2] Во 2018 година, Специјалниот известувач на ОН за слободата на изразување и мислење, својот годишен извештај го насочи кон ова прашање и ги охрабри интернет-компаниите да учат од саморегулацијата на медиумите, а истовремено и подобро да се усогласат со стандардите на ОН, кои се однесуваат на правото на пренесување, барање и добивање информации.[3] Во опкружување во кое мерките што ги преземаат државите и компаниите брзо се менуваат, новинарите и медиумите играат многу значајна улога, а токму тука може да се искористи оваа публикација.

Разлики меѓу дезинформациите и мисинформациите

Дезинформациите и мисинформациите се разликуваат од (квалитетното) новинарство кое ги почитува професионалните стандарди и етика. Во исто време, тие се разликуваат и од лошото новинарство, кое не ги исполнува овие стандарди. Проблематичното новинарство прави, на пример, постојани (и неисправени) грешки, кои произлегуваат од недоволното истражување или несоодветното потврдување на информациите. Во оваа категорија спаѓаат и сензационалистичките приказни, кои преувеличуваат за да постигнат определен

---

2 Manjoo, F. (2018). What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer. New York Times, 19 July, 2018. https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html [пристапено на 20/07/2018]; https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests-reputable-news/ [пристапено на 15.7.2018]; https://youtube.googleblog.com/ [пристапено на 15.7.2018]; https://sputniknews.com/asia/201807111066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/ [пристапено на 15.7.2018].

3 Извештај на Специјалниот известувач за унапредување и заштитата на правото на слобода на мислење и изразување. Совет за човекови права на ОН, 6 април 2018 A/HRC/38/35. https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement [пристапено на 20.7.2018].

ефект, и селекцијата на факти наклонети кон определена политичка партија на сметка на правичноста.

Но, тоа не значи дека треба да донесеме заклучок дека идеалното новинарство ги надминува сите различни наративи и аспекти, и дека потпросечното новинарство е обоено со идеологија. Целта е да се покаже дека секое новинарството содржи приказни и дека проблемот со супстандардното новинарство не е постоењето различни наративи туку недоволното ниво на професионализам. Ова е причината зошто дури и лошото новинарство не е исто што и дезинформирањето или мисинформирањето.

Сепак, лошиот квалитет на новинарството понекогаш им овозможува на дезинформациите и мисинформациите да се појават или да протечат во системот на вистински вести. Но, причините и корективните мерки за лошото новинарство се разликуваат од случаите на дезинформации и мисинформации. Во исто време, јасно е дека силното етичко новинарство е потребно како алтернатива, како противотров на загадувањето на информативната средина и прелевачкиот ефект на оцрнување на самите вести во поширока смила.

Денес новинарите не се само случајни минувачи што ја гледаат лавината од дезинформации и мисинформации. Тие самите се на нејзината траекторија.[4] Тоа значи дека:

- новинарство се соочува со ризикот да биде задушено од какофонијата;
- новинарите ризикуваат да бидат изманипулирани од актерите што не водат сметка за етиката на односите со јавноста и се обидуваат да ги заведат или да ги корумпираат новинарите и да ги натераат да шират дезинформации;[5]
- новинарите како комуникатори што работат во служба на вистината, вклучувајќи ја дури и „непријатната вистина“, може и самите да станат цел на лаги, гласини и измами, чија намера е да ги заплашат и да го поткопаат нивниот новинарски професионализам, особено кога како резултат на нивната работа постои ризик да се разоткријат оние што го нарачуваат или оние што го вршат дезинформирањето.[6]

Новинарите треба да увидат дека и покрај тоа што главната арена на дезинформации се социјалните медиуми, моќните актери на денешницата ја инструментализираат загриженоста околу „лажните вести“ за да вршат притисок

[4] И покрај заканата, според една студија, на редакциите во една земја им недостигаат системи, буџет и обучен персонал посветени на борбата против дезинформациите. Види: Penplusbytes. 2018. Media Perspectives on Fake News in Ghana. http://penplusbytes.org/publications/4535/ [пристапено на 6.12.2018].

[5] Butler, P. 2018. How journalists can avoid being manipulated by trolls seeking to spread disinformation. http://ijnet.org/en/blog/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation. Види и Модул три од овој прирачник.

[6] Види Модул седум.

врз вистинските информативни медиуми. Новите и построги закони ги третираат медиумските куќи како жртвени јагниња, како тие да се причината за нивната појава, или ги стават сите заедно во рамките на некакви општи нови правила и прописи, кои неселективно ги ограничуваат сите комуникациски платформи и активности. Тие прописи честопати не се доволно усогласени со меѓународните принципи, според кои доколку се ограничува изразувањето, тоа треба да е неопходно, пропорционално и со легитимна цел. Нивниот ефект, дури и доколку не е секогаш таква намерата, е вистинските информативни медиуми да подлежат на судот на „министерството на вистината", кое има моќ да ги потисне информациите чисто поради политички причини.

Во денешниот контекст на дезинформации и мисинформации, најголемата опасност не е неоправданото регулирање на новинарството, туку фактот што јавноста може да почне да се сомнева во сите содржини – вклучувајќи ги и новинарските. Во ова сценарио, луѓето веројатно ќе ги сметаат за веродостојни сите содржини што нивните социјални мрежи им ги сервираат и кои им ги допираат срцата – и не бараат премногу размислување, кое ќе ги преоптовари и ќе ги натера премногу да размислуваат. Веќе може да го видиме негативното влијание од горенаведеното во смисла на верувањето на јавноста кога станува збор за здравјето, науката, интерукултурното разбирање и статусот на вистинските експерти.

Ова влијание врз јавноста особено загрижува во однос на изборите и на самата идеја на демократијата како човеково право. Целта на дезинформациите, особено за време на избори, не е да ја убедат јавноста да верува дека нивната содржина е точна, туку да влијаат врз дефинирањето на вистинската агенда (она што луѓето сметаат дека е важно) и врз заматувањето на информативните води за да ја ослабат рационалноста во изборот при гласањето на луѓето.[7] Исто така, прашањата во врска со миграцијата, климатските промени и друго може да бидат непосредно засегнати од големата неизвесност создадена како резултат на дезинформациите и мисинформациите.

Овие опасности се причината поради која директното и бескомпромисно соочување со подемот на „лажните вести" е императив за новинарството и за образованието по новинарство. Во исто време, заканите даваат можност за дополнително да се демонстрира вредноста на информативните медиуми. Тие даваат можност за истакнување, во професионална смисла, на посебноста во обезбедување потврдени информации и информирани коментари во интерес на јавноста.[8]

---

[7] Lipson, D (2018) Indonesia's 'buzzers' paid to spread propaganda as political elite wage war ahead of election, ABC News: http://mobile.abc.net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spread-propaganda-ahead-of-election/9928870?pfmredir=sm [пристапено на 17/8/18].

[8] Види и: Нордискиот совет на министри. 2018 година. Fighting Fakes - the Nordic Way. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. http://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way [пристапено на 2018/12/06].

Што треба да направи новинарството

Во овој контекст, време е информативните медиуми да се приближат што е можно поблизу до професионалните стандарди и етика, да избегнуваат објавување непроверени информации и да се држат на растојание од информациите што може да се интересни за дел од јавноста, но кои не се во интерес на јавноста.

Затоа оваа публикација е и добар потсетник дека сите медиумски куќи и новинари, без оглед на нивната политичка наклоност, треба да го избегнат ненамерното и некритичко ширење дезинформации и мисинформации. Во многу информативни медиуми денес, елиминирањето на работните места за внатрешна проверка на факти, до одреден степен доведе до тоа функцијата сега да биде преземена од „петтата власт“ сочинета од блогери и други надворешни фактори, кои ги разоткриваат грешките што ги прават новинарите – иако понекогаш тоа го прават откако веќе се проширени.

Информативните медиуми треба да го поздравaт овој сè поприсутен феномен како мерка за зајакнување на интересот на општеството во информациите што може да се проверат и потврдат. Новинарите треба да ја претставaт работата на независните групи за проверка на факти на поширокатa публика. Но, треба да се свесни дека онаму каде што надворешните актери посочуваат на систематско потфрлање на определен информативен медиум, таму се става под знак прашалник во најмала рака брендот на организацијата како професионален извор на вести. Медиумите треба да бидат внимателни и да не дозволат надворешните корекции по објавувањето, да станат замена за внатрешните процеси за контрола на квалитетот. Новинарите треба да бидат што е можно подобри и да бидат „точни“ од прва или да се откажат од можноста општеството да има веродостојни медиуми.

Накратко, играта на исправки преку корекциите уловени од надворешните коректори, не е игра во која новинарството е победник. Новинарите не може да им ја препуштат новинарската работа за проверка на сомнителните тврдења презентирани од самите извори, на организациите за проверка на фактите (без оглед дали таквите тврдења се објавени во медиумите или го заобиколиле новинарството и се појавиле директно во социјалните медиуми). Способноста на луѓето чија работа е вестите да одат подлабоко од новинарството „таа рече, тој рече“, и да ја истражат веродостојноста на тврдењата на засегнатите, мора да се подобри.

Новинарството треба и проактивно да ги воочи и да ги открие новите случаи и форми на дезинформации. Тоа е апсолутно неопходна мисија кога станува збор за информативните медиуми и претставува алтернатива на регулаторните пристапи

на „лажните вести“. Како непосреден одговор на актуелната и штетна тема, на овој начин се надополнуваат и се зајакнуваат среднорочните стратегии какви што се медиумската и информатичката писменост, кои на публиката ѝ даваат моќ да направи разлика меѓу вестите, дезинформациите и мисинформациите. Дезинформациите се актуелна приказна, а засиленото известување за дезинформациите, ќе ја зајакне улогата што новинарството ја има во општеството.

Затоа, овој прирачник е повик за дејствување. Исто така, прирачникот ги охрабрува новинарите да се вклучат во општествениот дијалог за тоа како луѓето во целина одлучуваат за кредибилитетот и зошто некои од нив споделуваат непроверени информации. Што се однесува до медиумите, школите по новинарство и нивните студенти, како и до обучувачите за медиуми и нивните слушатели, ова е голема можност за силен граѓански ангажман со јавноста. На пример, „краудсорсингот“ е од суштинско значење доколку медиумите сакаат да откријат или да известуваат за дезинформациите што се притаени и кои се шират преку пораки на социјалните медиуми или преку електронска пошта.

Улогите на УНЕСКО

Финансиран од Меѓународната програма на УНЕСКО за развој на комуникациите (ИПЦД), овој нов ресурс обезбедува единствен и сеопфатен поглед на различната динамика на приказната за дезинформациите, заедно со градењето на практичните вештини што имаат за цел да го дополнат знаењето и разбирањето на наведеното.[9] Тоа е дел од напорите на УНЕСКО за поттикнување на оптимална работа и саморегулација на новинарите, како алтернатива на ризиците од воведување државна интервенција за справување со проблемите од областа на слободата на изразувањето.

Оваа публикација следува по објавувањето на претходните два дела од УНЕСКО, „Настава по новинарство за одржлив развој: нов наставен план“[10] (2015) и „Модел на наставниот план за образованието по новинарство: зборник на новите наставни планови“ (2013). Овие публикации, пак, претставуваат продолжение на влијателниот труд со наслов „Модел на наставниот план за образование по новинарство“[11] објавен во 2007 година на девет јазици.

Другите публикации со постојана вредност во рамките на публикациите на

---

9 На 61. состанок на Бирото на ИПЦД во 2017 година беше одлучено да се поддржи глобалната иницијатива за извонредност во новинарското образование, со одвојување одделни средства за развој на нови наставни програми за новите клучни теми за новинарство. За напредокот се известуваше на 62. состанок на Бирото на ИПЦД во 2018 година, на кој беа распределени дополнителни средства за поддршка на оваа програма.

10 http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/ [пристапено на 2018/12/06].

10 http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/ [пристапено на 2018/12/06].

УНЕСКО, кои се однесуваат на образованието и обуката по новинарство, се следниве:

- Модел на курс за безбедноста на новинарите (2017);[12]
- Тероризмот и медиумите: прирачник за новинари (2017);[13]
- Климатските промени во Африка: Прирачник за новинари (2013);[14]
- Светска збирка за истражувачко новинарство (2012);[15]
- Испитување на приказната: прирачник за истражувачки новинари (2009);[16]
- Изготвување извештај во врска со конфликтите: последен крик; курс за новинарите и едукаторите по новинарство (2009).[17]

Сите публикации се покажаа како неопходни во голем број земји во светот, каде што едукаторите и обучувачите по новинарство, како и студентите по новинарство и новинарите што веќе работат, ја подобриле својата практика на различни начини. Во некои места покажаа флексибилност за приспособување на цели повеќегодишни програми во согласност со новите сознанија и инспирација, во други се фокусираа на интегрирање елементи од ресурсите на УНЕСКО во постојните курсеви. Квалитетот и кохерентноста на оваа нова публикација може да се очекува дека ќе генерираат иста вредност за читателите.

Имајќи предвид дека УНЕСКО е меѓувладина организација, тоа значи дека не зазема страни во геополитиката на оспорување информации. Како што е познато, постојат различни тврдења и контратврдења во врска со дезинформациите. Тоа знаење треба да послужи во читањето на овој текст, да ги инспирира читателите и да им помогне во собирањето докази за различни случаи.

Во меѓувреме, без да релативизира, овој прирачник во своите страници цврсто ги вградува следниве надлежности како неоспорна основа за процена и акција:

1. Разбирање дека вестите – кои ги произведуваат транспарентни чинители и кои може да се потврдат – се од суштинско значење за демократијата, развојот, науката, здравството и социјалниот напредок;

---

12 https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists [пристапено на 2018/12/06]

13 https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists [пристапено на 2018/12/06].

14 http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/ [пристапено на 2018/12/06].

15 http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/ [пристапено на 2018/12/06].

16 http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf [пристапено на 2018/12/06].

17 http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/ [пристапено на 2018/12/06].

1. Препознавање дека дезинформациите не се споредна работа и дека борбата со нив е клучна за информативните медиуми;
2. Посветеност за подобрување на професионалните новинарски вештини како суштински, доколку сакаме инклузивното и точно новинарство да се натпреварува како веродостојна алтернатива на фалсификуваните содржини.

Другите видови моќна и неопходна писменост опфатени во оваа публикација, кои се особено релевантни за новинарите и информативните медиуми, вклучуваат:

1. Разбирање и поседување вештини за формирање редакциски системи, со цел да се обезбеди систематско следење, истражување и известување за дезинформациите;
2. Разбирање на вредноста на партнерствата меѓу медиумските институции, школите по новинарство, невладините организации, проверувачите на факти, заедниците, интернет-компаниите и регулаторите, во борбата против загадувањето на информациите;
3. Разбирање на потребата од вклучување на јавноста во темата зошто е важно да се негува и да се брани новинарството од напливот на дезинформации или насочени напади со дезинформации од злонамерни чинители против новинарите.

Генерално, оваа публикација треба да им помогне на општествата да станат сè поинформирани за спектарот на општествени одговори на проблемите со дезинформациите, вклучувајќи ги и одговорите на владите, меѓународните организации, бранителите на човековите права, интернет-компаниите и приврзаниците на медиумите и информациската писменост. Публикацијата особено ја истакнува реакцијата на самите новинари и на луѓето што ги едуцираат и ги обучуваат.

Се надеваме дека, со својот скромен придонес, овој прирачник може да ви помогне во засилувањето на суштинскиот придонес што новинарството може да му го даде на општеството – како и амбицијата за „јавен пристап до информации и основни слободи“ како дел од Целите за одржлив развој. УНЕСКО им се заблагодарува на уредниците и на соработниците затоа што оваа публикација стана реалност. Затоа, сега ви ја претставуваме вам, на читателите, и со нетрпение ги очекуваме вашите коментари.

Гај Бергер
Директор за слобода на изразување и развој на медиумите, секретар на Меѓународната програма за развој на комуникациите (ИПДЦ) на УНЕСКО

Шерилин Иретон и Џули Посети[1]

Со цел да послужи како модел на наставен план, овој прирачник обезбедува рамка и наставни планови за часови, кои ќе им помогнат на едукаторите и на обучувачите на новинари, како и на студентите по новинарство, да се снаоѓаат на теми поврзани со „лажните вести“. Се надеваме дека овој прирачник ќе даде корисни насоки и за новинарите што веќе имаат искуство во професијата.

Прирачникот го содржи искуството на водечки меѓународни едукатори, истражувачи и аналитичари по новинарство, кои помагаат во ажурирањето на новинарските методи и практичното новинарство за справување со предизвиците што ги носат мисинформациите и дезинформациите. Лекциите се контекстуални, теоретски и во случајот со онлајн верификацијата, исклучително практични. Доколку се користат заедно како курс, или самостојно, лекциите можат да помогнат во освежување на постојните наставни програми или во создавање нови примери. Во овој вовед следува предлогот *Како да се користи овој прирачник како модел на наставен план.*

Дебатиравме за употребата на терминот „лажни вести“ во насловот и во лекциите. „Лажни вести“ денес е многу повеќе од само една етикета за лажни и погрешни информации, маскирани и споделени како вести. Поимот лажни вести се претвори во емотивен поим, кој се користи како оружје во поткопувањето и дискредитирањето на новинарството. Поради таа причина, поимите мисинформации, дезинформации и „информациски хаос“, предложени од Вардл и Деркшан[2], се претпочитани поими, но не и пропишани.[3] [4]

Заедничка декларација за слободата на изразување и „лажните вести“, дезинформациите и пропагандата

Овој прирачник е изработен во контекст на растечката меѓународна загриженост во врска со „војната со дезинформации“, во која новинарството и новинарите се главните цели. Во почетокот на 2017 година, во времето кога УНЕСКО го нарача овој проект, беше објавена и заедничка изјава на специјалниот известувач на ОН за слободата на мислење и изразување, на претставникот на ОБСЕ за слобода на медиумите, на специјалниот известувач за слобода на изразување

[1] Алис Метјус од Еј-би-си Австралија и Том Лоу од Мрежата за етичко новинарство дадоа свој придонес со истражувања, идеи и ресурси кои се отсликани во овој вовед.

[2] Модул два.

[3] Аргументот против употребата на терминот „лажни вести“ е аргумент на многу писатели, па дури и новинари, вклучувајќи го Basson, A. (2016) If it's fake, it's not news. https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706 [пристапено на 2018/12/06].

[4] Wardle, C et al. (2018). "Information Disorder: the essential glossary". Shorenstein Center, Harvard University. Достапно на: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf?x25702 [пристапено на 21/07/2018].

на Организацијата на Соединетите Американски Држави и на специјалниот известувач на Африканската комисија за човекови права во врска со слободата на изразување и пристапот до информации. Декларацијата ја истакна загриженоста од ширењето дезинформации и пропаганда, и нападите врз информативните медиуми, како, на пример, „лажните вести“. Известувачите и претставниците го напомнаа влијанието врз новинарите и новинарството:

„Загрижени сме од случаите во кои јавните авторитети ги негираат, ги заплашуваат и им се закануваат на медиумите, вклучувајќи ги и наводите дека медиумите се „опозицијата“ или „лажат“ и имаат скриена политичка агенда, со што се зголемува ризикот од закани и насилство врз новинарите и се поткопува довербата на јавноста во новинарството како чувар на јавниот интерес, при што може да се доведе јавноста во заблуда преку замаглување на линиите меѓу дезинформациите и медиумските производи што содржат факти што може независно да се проверат и да се потврдат.“[5]

Дезинформациите се стара приказна со погон на нова технологија

Мобилизирањето и манипулирањето со помош на информациите е историска карактеристика, која постоела долго пред воспоставените стандарди на модерното новинарство според кое вестите се дефинираат како жанр што се заснова на одредени правила на интегритет. Првите записи датираат од древниот Рим[6], кога Антониј се сретнал со Клеопатра, а неговиот политички непријател Октавијан почнал хајка против него со „кратки, остри слогани, напишани на монети во стилот на архаични твитови“.[7]

Првиот римски император Октавијан стана креаторот на „лажни вести“, кои му овозможија да го пробие системот на Републиката еднаш засекогаш“.[8]

Но, 21 век го посведочи користењето на информациите како оружје од невидени размери. Моќната нова технологија овозможи поедноставна манипулација и подготвување содржини, а социјалните мрежи драстично ги засилија лагите искористени од страна на државите, популистички настроените политичари и нечесните корпорации, како резултат на нивното споделување од некритички настроената јавност. Платформите станаа плодна почва за компјутерска

---

5 ОН/ОБСЕ/ОАС/АЦХПР (2017). Заедничка декларација за слободата на изразување и „лажни вести“, дезинформации, пропаганда: https://www.osce.org/fom/302796?download=true [пристапено на 29/03/2017]. Види и: Кеј, Д (2017) Изјава на Генералното собрание на ОН од 24 октомври 2017: https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E [пристапено на: 20/8/18].

6 Види временска рамка во која се наведени избрани примери на „информациски хаос“ - од времето на Клеопатра до денес - во водич објавени од Меѓународниот центар за новинари (ИЦФЈ) Posetti, J & Matthews, A (2018): https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module [пристапено на 23/07/2018].

7 Kaminska, I. (2017). A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome. Financial Times. https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6 [пристапено на 28/03/2018].

8 Ибид.

пропаганда[9], „тролање“[10] и „армиите тролови“[11]; „сокпапет мрежи“[12], и „спуфери“[13]. Потоа, тука се и „фармите на тролови“, чија цел е профитирање од изборите.[14]

Иако времето и технологиите се различни, историјата може да ни даде увид во причините и последиците на современиот феномен на „информациски хаос“ што е тема на обработка на овој прирачник. Со цел да се обезбеди суптилно известување за оваа криза, новинарите, обучувачите и едукаторите по новинарство (заедно со своите ученици) се охрабруваат да учат за дезинформациите, за пропагандата, за измамите и за сатирата како историски карактеристики на комуникацискатa екологија.[15]

Развивањето на новинарските стратегии за борба против дезинформациите треба да се спроведе преку споделување на знаењето дека манипулацијата на информациите постои со милениуми, додека еволуцијата на новинарскиот професионализам е релативно нова.[16] Со еволуцијата на новинарството, преку исполнување на нормативната улога во современото општество, медиумите најчесто добиваат можност да работат надвор од светот на измислените приказни и прикриените напади, заштитени со новинарство што се стреми кон зачувување на професионалните стандарди за кажување на вистината, користејќи методологии за верификација, и етика на јавниот интерес. Новинарството помина низ многу фази и повторувања, со цел да успее да се разликува од толпата. Денес, дури и кај различните видови „новинарство“, сè уште може да се идентификува разновидноста на наративите во вистинските вести како членови на заедничкото семејство на различните етички комуникациски практики, чија цел, исто така, е да бидат независни од политичките и од комерцијалните интереси кога е во прашање уредувачката политика. Но, пред самата еволуција на таквите стандарди, постоеја само неколку правила за интегритетот на информациите што беа споделувани во голем тираж.

Ширењето на печатарството, од првата печатница на Гутенберг од средината на 15 век па наваму, беше пресудно за подемот на професионалното новинарство,

---

9 Види: Проект за компјутерска пропаганда на Оксфордскиот интернет-институт: http://comprop.oii.ox.ac.uk/ [пристапено на 20/07/2018].

10 Види Модул седум од овој прирачник за студии на случај во кој се прикажани овие закани

11 Rappler.com (2018) Fake News in the Philippines: Dissecting the Propaganda Machine https://www.rappler.com/newsbreak/rich-media/199895-fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine [пристапено на 20/07/2018].

12 Gent, E. (2017). Sock puppet accounts unmasked by the way they write and post. https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/ [пристапено на 19/07/2018].

13 Le Roux, J. (2017). Hidden hand drives social media smears. https://mg.co.za/article/2017-01-27-00-hidden-hand-drives-social-media-smears [пристапено на 19/07/2018].

14 Silverman, C et al (2018) American Conservatives Played a Role in the Macedonian Fake News Boom of 2016 Buzzfeed https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert [пристапено на 20/07/2018].

15 Posetti, J and Matthews, A (2018) A short guide to the history of 'fake news': A learning module for journalists and journalism educators ICFJ https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module [пристапено на 23/07/2018].

16 Види Модул три од овој прирачник

но технологијата исто така овозможи засилување на пропагандата и измамите, кои понекогаш ги вмешуваа медиумските институции, како прекршители.[17] Радиодифузното емитување се покажа како плодна почва за пропаганда, измами и пародии и ги издигна на ново ниво што, меѓу другото, се покажа и за време на сега веќе озлогласената радиодрама *Војна на световите од 1938*.[18] Порастот на меѓународното радиодифузно емитување, исто така, често се соочуваше со инструментализација на информациите надвор од параметрите на професионалните и независните вести, иако чисто „измислените" приказни и директните фалсификати генерално повеќе беа исклучок отколку правило во наративите на различните чинители.

Можеме да научиме нешто и од долгата историја на луѓето што биле прелажани со првоаприлски шеги – вклучувајќи повремено и новинари[19]. Дури и денес често се случува сатиричните вести – кои одиграа важна улога во служба на одговорното новинарство[20] – да бидат погрешно разбрани од корисниците на социјалните медиуми, кои ги шират како да се вистински вести.[21] [22] Во некои случаи, во повторувањето на историските настани, постојат слоеви и потслоеви, каде што наводно сатирични сајтови се дел од една поширока мрежа наменета за заработка и профит преку интернет-рекламирањето, чија цел се лековерните потрошувачи што кликаат и ги споделуваат вестите. Ова влијае не само врз содржините „натрапници ", но и врз кредибилитетот на вестите[23] – што е уште една причина зошто новинарите треба одлучно да се трудат нивното известување да биде, пред сè, точно. Во исто време тоа е силен аргумент за општествата да ја обучат јавноста и да ги изградат нивните компетенции за медиумска и информациска писменост[24] со цел луѓето да имаат јасно и критичко сфаќање на жанровите и на правилата на новите медиуми, реклами, забава и социјални медиуми, кои постојано се развиваат.

Историјата нè учи и дека намерата на силите што стојат зад дезинформациите не е секогаш да ги убедат новинарите и пошироката јавност за вистинитоста на

---

17 Види, на пример, што се вели во првата поголема измама на вести – „Големата измама со Месечината" од 1835 година. Детали во продолжение: Thornton, B. (2000). The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers, Journal of Mass Media Ethics 15(2), стр. 89-100. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_3 [пристапено на 28/03/2018].

18 Schwartz, A.B. (2015). The Infamous "War of The Worlds" Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke, The Smithsonian. http://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/#h2FAexeJmuCHJfSt.99 [пристапено на 28/03/2018].

19 Laskowski, A. (2009). How a BU Prof April-Fooled the Country: When the joke was on the Associated Press, BU Today. https://www.bu.edu/today/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/[пристапено на 2018/01/04].

20 Baym, G (2006) The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism in Political Communication Taylor and Francis Том 22, 2005 - Издание 3 стр. 259-276 https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492 [пристапено на 20/07/2018].

21 Woolf, N. (2016) As fake news takes over Facebook feeds, many are taking satire as fact, The Guardian. https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire [пристапено на 2018/01/04].

22 Abad-Santos, A. (2012). The Onion Convinces Actual Chinese Communists that Kim Jong-Un is Actually the Sexiest Man Alive, The Atlantic. https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/onion-convinces-actual-chinese-communists-kim-jong-un-actually-sexiest-man-alive/321126/ [пристапено на 28/03 / 2018].

23 Види Модул три од овој прирачник за проширување на оваа тема.

24 Види Модул четири.

лажните тврдења, колку што е да фрлат сомнеж околу статусот на информациите што може да се проверат и потврдат, а кои се произведени од професионалните продуценти на вести. Оваа конфузија значи дека многу корисници на вести сè повеќе чувствуваат дека имаат право да изберат или да создадат свои „факти“, понекогаш и со помош на политичарите, кои сакаат да се заштитат од легитимна критика.

Да ја вратиме приказната назад до 2018 година и со појавата на нови моќни технолошки алатки. А тоа во комбинација со природата на социјалните медиуми и платформите за испраќање пораки кои имаат ограничени стандарди за контрола на квалитетот за утврдување на тоа што, всушност, претставуваат вестите, создава услови за лесно фалсификување и имитирање легитимни информативни брендови, со цел измамите да личат на вистинските информативни медиуми. Покрај тоа, манипулацијата на аудио и видеоматеријалите надвор од границите на легитимното уредување вести за да се направи да изгледа дека одредена личност кажала или направила нешто некаде, и ваквите материјали да се „продадат“ како автентичен производ[25], да се пуштат вирално да се шират низ социјалните медиуми, станува сè пореална.

Денес социјалните медиуми се поткрепени со многу видови содржини, кои се движат од лични до политички. Има многу случаи кога таквите содржини се произведени отворено или тајно од владите, и/или од индустријата на компаниите за односи со јавност во договор со политичките или со комерцијалните актери. Како резултат на тоа, безброј блогери, Инстаграм „инфлуенсери“ и Јутјуб-ѕвезди промовираат производи и политичари без да откриваат дека се платени за тоа. Тајните плаќања се прават и на коментаторите (често со лажни идентитети), кои имаат за цел да афирмираат, да дискредитираат или да заплашуваат на онлајн форумите. Во целиот овој метеж, новинарството пропаѓа, а и самото станува предмет не само на одржани критики, туку и на егзистенцијален напад.

Сега, опасноста е појавата на можна „борба за превласт“ на националното и меѓународното ширење дезинформации преку пристрасни медиумски организации и канали на социјалните медиуми, кои го загадуваат информативното опкружување за сите страни на начин што може да им се врати и да ги прогонува самите иницијатори.[26] Во случај кога кампањите за дезинформирање биле посочени или разобличени, тоа им нанело голема штета на чинителите што биле

[25] Solon, O (2017) The future of fake news: Don’t believe everything you see, hear or read in The Guardian: https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face2face-doctored-content [пристапено на 20/07/2018].

[26] Winseck, D (2008). Information Operations ‘Blowback’: Communication, Propaganda and Surveillance in the Global War on Terrorism. International Communication Gazette 70 (6), 419-441

вклучени во активностите – и на агенциите што ги спроведувале тие кампањи и на нивните политички клиенти (види последни случаи со Бел-Потингер[27] [28] [29] [30] и Кембриџ аналитика[31] [32]).

Последица на сето ова е дека дигитално раширените дезинформации, во контекст на поларизацијата, ризикуваат да ја засенат улогата на новинарството. Се оди дотаму што новинарството базирано на информации што се проверени и споделени во интерес на јавноста – што е историски скорешно достигнување што во никој случај не е загарантирано – можеда биде дискредитирано доколку не се преземат мерки на претпазливост за да се избегнат манипулациите со него. Кога новинарството станува вектор за дезинформација, тоа дополнително ја намалува довербата на јавноста и промовира циничен став дека не постои разлика меѓу различните наративи во новинарските рамки, од една страна, и наративите на дезинформациите, од друга страна. Затоа историјата околу оспореното користење на содржините, и нејзините различни форми, е поучна. Почитувањето на повеќеслојната еволуција на „информацискиот хаос“ во 21 век треба да помогне за подобро да се разберат причините и последиците од невидената глобална закана, која се манифестира преку малтретирање новинари од страна на „армиите на тролови“ санкционирани од државата, до манипулација на изборите, нарушување на јавното здравство и непризнавањето на ризиците од климатските промени.

Прирачник за справување со кризата на дезинформации

Како наставна програма, овој прирачник е поделен на два различни дела: првите три модули ја прикажуваат рамката на проблемот и му даваат контекст; следните четири се фокусираат на одговорот на „информацискиот хаос“ и на последиците од него.

---

27 The African Network of Centers for Investigative Journalism, (2017).The Guptas, Bell Pottinger and the fake news propaganda machine, TimeLive. https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/ [пристапено на 29/03/2018].

28 Cameron, J. (2017) Dummy's guide: Bell Pottinger – Gupta London agency, creator of WMC, BizNews https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc [пристапено на 29/03/2018] [пристапено на 29/03/2018] и Segal, D. (2018) How Bell Pottinger, P.R. Firm for Despots and Rogues, Met Its End in South Africa. New York Times, 4 Feb 2018. https://www.nytimes.com/2018/02/04/business/bell-pottinger-guptas-zuma-south-africa.html [пристапено на 29/03/2018].

29 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [online] Достапно на: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [пристапено на 2018/06/04].

30 Види Модул седум.

31 Lee, G. (2018). Q&A on Cambridge Analytica: The allegations so far, explained, FactCheck, Channel 4 News. https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far [пристапено на 29/03/2018].

32 Cassidy, J. (2018). Cambridge Analytica Whistleblower claims that cheating swung the Brexit vote, The New Yorker. https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vote [пристапено на 29/03/18].

Модулот еден, *Зошто се важни: вистината, довербата и новинарството*[33], ќе го поттикне размислувањето околу поширокото значење и последиците од дезинформациите и мисинформациите, и како тие ја потхрануваат недовербата во новинарството.

Модулот два, *Осврт на „информацискиот хаос": формати на мисинформации и дезинформации*[34], го разглобува проблемот и ја дава рамката за разбирање на димензиите на проблемот.

Во 21 век, во повеќето делови на светот, кревката доверба во медиумите беше во опаѓање дури и пред социјалните медиуми да навлезат во аренатa на вестите, нудејќи простор и алатки за споделување информации.[35] Причините се различни и комплексни. Светот што функционира онлајн 24/7 со својата ненаситна побарувачка за содржини, што всушност претставуваат вестите, во време кога редакциите го намалуваат бројот на вработени и се трудат да заштедат, го промени новинарството од корен, е тема на Модул три *Трансформација на индустријата на вести: дигитална технологија, социјални платформи и ширењето мисинформации и дезинформации*.[36] Степенот, опсежноста и размерот на лажните вести што се споделуваат на интернет создадоа нова криза за новинарство во денешницата, со последици за новинарите, за медиумите и за општеството.[37]

Како треба да одговорат оние што го промовираат новинарството, вклучувајќи ги и едукаторите, практичарите и креаторите на политики во медиумите? Борбата против мисинформациите преку медиумската и информацискатa писменост[38] е предмет на Модул четири.

И за крај, може да заклучиме дека постапката на верификација е тоа што го дели професионалното новинарство од другото[39] и ова е во фокусот на Модул пет - *Верификација: основна проверка на фактите*[40]. Модул шест *Верификација на социјалните медиуми: процена на изворите и визуелната содржина*[41], е многу практичен модул, кој ги разгледува предизвиците на верификација и новинарството базирано на докази, кои дигиталната технологија и социјалните медиуми ги забораваат.

---

33 Види Модул еден.

34 Види Модул два.

35 Edelman. (2017). 2017 Edelman Trust Barometer- Global Results. Достапно на https://www.edelman.com/global-results/ [пристапено на 2018/03/04].

36 Види Модул три

37 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [online] The Guardian. Достапно на https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis [пристапено на 2018/03/04].

38 Види Модул четири

39 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.

40 Види Модул пет.

41 Види Модул шест.

При овозможувањето услови за да може секој да биде дел од процесот на создавање вести, социјалните мрежи ги изгубија централизираните чувари.[42] Новинарството ги чувствува последиците, но како и секое нарушување што е резултат на технологијата, потребно е време да се оценат, да се измерат и да се формулираат одговорите. Постои неизбежен период во кој се обидуваме да фатиме чекор пред да навлеземе во истражувањата и пред да се појават конкретните најдобри практики.

Дезинформирањето е вистински глобален проблем, кој излегува надвор од политичката сфера на сите аспекти на информациите, вклучувајќи ги климатските промени, забавата итн. Сепак, до денес, голем број од документираните студии на случај, првичните одговори и почетното финансирање на истражувањата и на алатките, произлегуваат од САД, каде што се сместени глобалните технолошки гиганти и каде што обвинувањата на претседателот на САД Доналд Трамп дека медиумските институции и новинари се поборници на „лажните вести“, поттикнаа активности и финансирање.

Глобалната слика еволуира секој ден, особено со реакциите на сојузните држави на САД, од кои многу размислуваат за воведување уредби и закони за справување со проблемот. Технолошките гиганти, исто така, вложуваат напори да ги изолираат дезинформациите и мисинформациите од своите платформи.

При изработувањето на оваа публикација, Европската комисија објави извештај[43] кој е резултат на анкетите[44] поради загриженоста дека дезинформациите и мисинформациите се штетни за целото општество.[45] Политичарите и органите на јавната управа во различни земји, од Австралија до Филипините, Канада, Франција, Обединетото Кралство, Бразил, Индија и Индонезија, размислуваа што да направат и како да одговорат.[46] Кога станува збор за законодавството, Германија прва презеде чекор со нов закон за воведување високи казни за дигиталните платформи доколку не ги отстранат „нелегалните содржини“, какви што се „лажните вести“ и „говорот на омраза“, во рок од 24 часа по нивното пријавување.[47] Парламентот на Малезија усвои Закон против лажните вести во април 2018 година, но беше укинат

---

42 Colón, A. (2017). You are the new gatekeeper of the news. [online] The Conversation. Достапно на https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862 [пристапено на 2018/03/04].

43 Европска комисија (2018 година). Конечен извештај на високата експертска група за лажни вести и онлајн дезинформации. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271 [пристапено на 2018/03/04].

44 Европска комисија (2017 година). Следни чекори против лажните вести: Комисијата ја формира високата експертска група и почна консултации со јавноста. [Онлајн] Достапно на: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [пристапено на 2018/03/04].

45 Ansip, A. (2017). Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response. Достапно на https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism_en [посетена 03 / 04/2018].

46 Malloy, D. (2017). How the world's governments are fighting fake news. [online] ozy.com. Достапно на http://www.ozy.com/politics-and-power/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671 [пристапено на 2018/03/04].

47 Сојузно министерство за правда и заштита на потрошувачите (2017 година). Законот за подобрување на спроведувањето на Законот за социјални мрежи (Закон за социјалните мрежи). [Интернет]. Достапно на: http://www.bmjv.de/DE/Themen/fokusthemen/netzdg/_documents/netzdg_englisch.html [пристапено на 2018/03/04].

во август.[48] Ажурираната листа на одговорите на државите ја состави Појнтер (Poynter).[49]

Слободата на изразување го застапува стравот дека законодавството ќе ѝ наштети на самата демократизација на информациите, како и на ставовите што новите технологии ги овозможија. Во некои земји законодавството може да се користи за замолчување на критичките медиуми.[50]

За голем број новинари, кои силно веруваат во слободата на изразување и долго време се сметаат за суштински играчи во поддршката на демократските општества[51], начинот на справување со „информацискиот хаос" е комплексно прашање. Но, во исто време, е и лично: онлајн нападите врз новинарите, особено врз жените, се премногу чести и во многу случаи претставуваат физичка и психолошка опасност која е предизвик за новинарството, како што е наведено во Модулот седум *Борба против злоупотребата на интернет: кога новинарите и нивните извори се цел*.[52]

Дезинформациите и мисинформациите претставуваат повеќе од предизвик за репутацијата и безбедноста на новинарите. Тие ја доведуваат во прашање нивната цел и ефективност и во континуитет ја повторуваат деградацијата на новинарството на штета на граѓанскиот дискурс. Подобрувањето на стандардите и општествената релевантност се во интерес на сите идни новинари, како и на општеството во целина. Овој прирачник треба да ги заинтригира истражувачите, студентите и практичарите, и да поттикне анализа и дебата за начинот на кој новинарство може подобро да им служи на отворените општества и демократии во нов контекст, бидејќи:

„Функционалната демократија и медиумите бараат критика, транспарентност и последици за новинарските грешки. Исто така, бараат од нас да сме во состојба колективно да ги разликуваме од лагите и измамата. Во спротивно... вистинските информации ќе бидат обоени како лажни, и така спакувани ќе бидат презентирани како факти". Крег Силверман[53]

---

48 Законот за „лажни вести" на Малезија се користи за задушување на слободата на говорот. The Guardian. https://www.theguardian.com/world/2018/aug/17/malaysia-scraps-fake-news-law-used-to-stifle-free-speech [пристапено на 18/08/2018].

49 Funke, D. (2018). A guide to anti-misinformation actions around the world (Poynter). Достапно на https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world [пристапено на 13/07/2018].

50 Nossel, S. (2017). FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America Достапно на https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [пристапено на 2018/03/04].

51 McNair, B. (2009). Journalism and Democracy. Во: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch, ed., Handbook of Journalism Studies, 6th ed. online] New York: Routledge.

52 Види Модул седум.

53 Silverman, C. (2018). I Helped Popularize The Term "Fake News" And Now I Cringe Every Time I Hear It. BuzzFeed. Достапно на https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-cringe [пристапено на 2018/03/04].

Белешка за етика и саморегулација

Професионалните стандарди за етичко и одговорно новинарство се важна одбрана од дезинформациите и мисинформациите. Нормите и вредностите што обезбедуваат насоки за луѓето што се занимаваат со новинарство се развивале низ годините и на тој начин на новинарството му ја дале неговата карактеристична мисија и методот на работа. За возврат, тие се придржуваат кон информации и информирани коментари што може да се проверат, потврдат и објават во интерес на сите. На овие фактори е заснован кредибилитетот на новинарството. Како такви, тие се вткаени во структурата на овој прирачник.

Во овој контекст, вреди да се цитира резимето на професор Чарли Бекет од Лондонската школа за економија во однос на потенцијалната вредност на кризата на „лажни вести“ за новинарството:

> *„...лажните вести се најдоброто нешто што се случило со децении. Тие му даваат можност на квалитетното мејнстрим новинарство да покаже дека има вредност што се заснова на стручност, етика, ангажман и искуство. Тоа е повик за будење за поголема транспарентност, релевантност и додадена вредност на животот на луѓето. Мејнстрим медиумите може да развиваат нови бизнис-модели за проверка на фактите и за разбивање на митовите, и генерално да се консолидираат и заедно да дејствуваат и да се докажат како подобра алтернатива на лажноста“.*[54]

Во потрагата да ја „раскажат вистината“, новинарите не можат секогаш да ја „гарантираат“ вистината. Сепак, главните начела на новинарството се стремежот за пронаоѓање на вистинските факти и изготвување содржини што точно ги одразуваат. Но, како изгледа етичкото новинарство во дигиталната ера?

Етичкото новинарство што ја цени транспарентноста и одговорноста е суштинско оружје од арсеналот во битката за одбрана на фактите и вистината во ерата на „информацискиот хаос“. Новинарите што ги подготвуваат вестите мора да бидат независни гласови. Тоа значи да не застапуваат, формално или неформално, нечии посебни интереси. Тоа, исто така, значи препознавање и јавно објавување сè што може да претставува конфликт на интереси – во интерес на транспарентноста. Како што објасни професор Емили Бел од Тоу центарот за дигитално новинарство (Tow Center for Digital Journalism) на Универзитетот Колумбија, основните професионални вредности на новинарството се однесуваат на:

[54] Beckett, C. (2017). ‘Fake news’: The best thing that’s happened to Journalism at Polis. http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/ [пристапено на 2018/04/03].

„Проверување на точноста на вестите, понесување одговорност за вестите доколку тие не се точни, транспарентност за изворот на приказните и информациите, спротивставување на владите, лоби-групите, комерцијалните интереси, полицијата, доколку ве заплашуваат, се закануваат или ве цензурираат. Заштитување на вашите извори од апсење и откривање. Свесноста дека кога имате доволно силен аргумент за одбрана на јавниот интерес, треба дури и да го прекршите законот и да сте подготвени дури и да одите в затвор за да ја одбраните вашата приказна и вашите извори. Свесноста кога е неетички да се објави нешто. Балансирање на индивидуалните права на приватност со поширокото право на јавен интерес".[55]

Соочени со бескрупулозните политики, кризата на „информацискиот хаос", изблиците на онлајн омраза, зголемувањето на бројот на „маркетиншки содржини", реклами и неетичко користење на односите со јавност за себепромоција, новинарските организации и новинарите сепак сè уште треба да го слават етичкото новинарство како централен столб на еден одржлив модел на практики – дури и во време на финансиски кризи и кризи во довербата. Демократиите, исто така, треба да имаат своја улога во одбрана на новинарството, како и во нивната заштита и во заштитата на нивните извори каде што се во игра аргументите на јавниот интерес.

Етичките кодекси[56] наменети за поддршка во собирањето информации и нивната верификација во интерес на јавноста, се она по што новинарството, а особено известувањето, се разликуваат од другите видови комуникација. Нивното значење се зголемува во дигиталната ера каде не само што има демократизација на комуникациите, туку има и постојан проток на дезинформации, мисинформации, лаги и злоупотреба. Во овој контекст, етичкото новинарство е уште поважно како рамка за воспоставување модели на новинарство, кои се залагаат за доверба и одговорност во интерес на градењето значајни врски и ангажираност со јавноста.

Довербата во известувањето кое е точно, одговорно и независно, е од суштинско значење за придобивање на јавноста и создавање заедничка јавна сфера, во која дебатата може да се оствари врз основа на заедничките факти. Информираната јавност која се ангажира и споделува веродостојни содржини е од суштинско значење како противотров во ширењето дезинформации и мисинформации.

---

[55] Bell, E. (2015). Hugh Cudlipp Lecture (Full text), The Guardian https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text [пристапено на 2018/01/04].

[56] Види, на пример, Етичкиот кодекс на новинари на австриското Здружение на медиуми, естрада и уметност. Достапно на: https://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/ [пристапено на: 2018/04/03].

Со цел да ги вградат и да ги воспостават овие основни вредности во медиумското опкружување што константно се менува, редакциите и медиумските организации усвојуваат и приспособуваат кодекси на однесување и создаваат механизми со цел да бидат одговорни пред јавноста – совети за етика, читатели-уредници, уредувачки политики, внатрешни правобранители – како најкарактеристични структури за саморегулација. Таквите структури овозможуваат идентификување на грешките во контекст на професионална ревизија од нивните соработници, а таквите структури може да го олеснат јавното признавање грешки и да побараат исправки, а на тој начин да помогнат во примената на професионалните норми во однос на стандардите на објавувањето во интерес на јавноста. Иако често се исмевани како „беззаби тигри“ од критичарите што се залагаат за надворешна регулација на медиумите, овие структури служат за исполнување важна цел во контекст на кризата со дезинформации: тие помагаат во зајакнувањето на професионалната одговорност и транспарентност, а со тоа ја зајакнуваат довербата на заедницата во новинарството. Исто така, помагаат и во истакнувањето на особеностите на новинарство што ја усвојува дисциплината на проверка за постигнување точност и сигурност, со што се разликуваат од дезинформациите, пропагандата, рекламирањето и односите со јавноста.

Од „новинар“ до новинарство

Деновите кога новинарската етика се однесуваше на определено занимање (кое не секогаш целосно се почитуваше), кариера или професија, станаа минато. Новинарската етика насекаде се споменува, дури и од страна на Обединетите нации, како на пример во извештајот на Генералниот секретар од 2017 година за Безбедност на новинарите A/72/290[57] каде што го пишува следното:

> *„Поимот ‘новинар’ се однесува на новинарите и на другите медиумски работници. Новинарство е дефинирано во документот CCPR/C/GC/34, став 44, како ‘функција што ја споделуваат различни чинители, вклучувајќи професионални новинари со полно работно време и аналитичари, како и блогери и други, кои се ангажираат и објавуваат свои содржини во печатот, на интернет или на друго место’“.*[58]

Во истиот дух, Генералната конференција на УНЕСКО се однесува на „новинари, медиумски работници и корисници на социјалните медиуми, кои генерираат значителни новинарски содржини, онлајн и офлајн“ (Резолуција 39, ноември 2017).[59] Планот на ОН во врска со Активностите за безбедност на новинарите и

---

57 Достапно на https://digitallibrary.un.org/record/1304392?ln=en [пристапено на 16/06/2018].

58 Видете и документи на Обединетите нации A/HRC/ 20/17, став. 3-5, A/HRC/ 20/22 и Corr.1, став. 26, A/HRC/24/23, став. 9, A/HRC/27/35, став. 9, A/69/268, ст. 4, и A/HRC/16/44 и Corr.1, став. 47.

59 Записник од Генералната конференција. 39. Сесија Париз, 30 Октомври - 14 ноември 2017 година, http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf [пристапено на 2018/02/07].

прашањето на неказнивост, усвоен од Одборот на извршни раководители на ОН во 2012 година, го содржи следниот текст: „Заштитата на новинарите не треба да биде ограничена на оние што се формално признаени како новинари, туку треба да се однесува и на другите, вклучувајќи ги медиумските работници во заедницата и граѓанските новинари, како и сите други што ги користат новите медиуми како начин на кој може да допрат до нивната публика“.[60]

На новинарството, во овој контекст, може да се гледа како на активност водена од етички стандарди на споделени информации од јавен интерес, кои може да се проверат и да се потврдат. Оние што тврдат дека се занимаваат со новинарство се многу повеќе од оние што се новинари во професионална смисла на зборот, додека оние што се вработени како новинари или кои се идентификуваат како такви, може повремено или дури и систематски да не произведуваат содржини што може да се сметаат за точно, праведно, професионално или независно новинарство во интерес на јавноста. Она што е важно не е формалниот или стекнат статус, туку природата на содржината што се произведува.

Новинарството се заснова на правото на слобода на изразување, како право на секој поединец, но во исто време новинарството претставува специјализирана вежба што почитува одредени стандарди што го издвојуваат од другите форми на изразување (на пример, поезијата, односите со јавноста, рекламирањето, дезинформациите итн.). Овие стандарди се тесно поврзани со етиката на практикување на професионалното новинарство.

Дали транспарентноста е новата објективност?

Објективноста може да значи многу работи. Доколку се разгледува од аспект на субјективноста, станува збор за незгодна тема во професионалното новинарство. Може да се стремиме кон постигнување објективност, но тоа е ретко возможно и не е секогаш пожелно во соочувањето со бруталноста или нечовечноста (на пример, независното и правично известување, не дава иста морална доверба на тврдењата на оние што биле осудени за воени злосторства како што дава на оние што ги преживеале – иако тоа не значи дека и вистинитоста на тврдењата на последните не треба да биде проверена). Но, **правичноста, независноста, точноста, контекстуалноста, транспарентноста, заштитата на доверливите извори и проникливоста**[61] во известувањето, градат доверба и кредибилитет.

Во 2009 година, д-р Дејвид Винбергер, истражувач на Универзитетот во Харвард, изјави: „Транспарентноста е новата објективност“[62]. Истата година, поранешниот

[60] Планот на активности на ОН за Безбедност на новинарите и за прашањето на неказнивост. 1CI-12/CONF.202/6 https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_en.pdf [пристапено на 2017/03/11].

[61] Види „основни принципи“ во следната глава.

[62] Weinberger, D. (2009). Transparency is the new objectivity. http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/ [пристапено на 28/03/2018].

директор на Редакцијата за вести од светот на Би-би-си, Ричард Самбрук, појасни дека транспарентноста, а не објективноста, е таа што раѓа доверба во „новата ера на медиумите“:

„...вестите денес сè уште мора да бидат точни и вистинити, но еднакво е важно за читателите, за слушателите и за гледачите да видат како се прават вестите, од каде доаѓаат информациите и како функционираат. Како нештото станува вест е онолку важно колку што е важно како таа вест се презентира“.[63]

Разлики

Основните компоненти на професионалната новинарска практика што се наведени погоре, не значат дека постои само една форма на новинарството. Овие цели може да бидат исполнети во низа новинарски стилови на приказни, каде што секоја вградува различни наративи кои, пак, се засноваат на различни вредности и различни перспективи на правичност, контекстуалност, релевантни факти итн. На пример, медиумите може различно да покриваат одредена вест (некои дури може и да ја игнорираат), без тоа да значи дека излегуваат надвор од доменот на „информацискиот бизнис“ и навлегуваат во доменот на дезинформациите и мисинформациите (види следно поглавје *Употреба на прирачникот како пример на наставен пла*н, и Модул 1, 2 и 3). Сепак, кога содржината ги напушта новинарските принципи сама по себе, а особено кога сè уште се претставува како вест, веќе не станува збор за новинарство туку за посебна форма на дезинформации.

Ова воведно поглавје ги истакнува прашањата наметнати од дебатата за „лажните вести“, со што се дава контекстот на модулите за објаснување, анализа и обука што следуваат.

[63] Bunz, M. (2009). How Social Networking is Changing Journalism. https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs [пристапено на 28/03/2018].

УПОТРЕБА НА ПРИРАЧНИКОТ КАКО ПРИМЕР НА НАСТАВЕН ПЛАН

Џули Посети

Овој курс се залага за хевристичкиот педагошки модел[1], што значи дека корисниците се охрабруваат да ги споделуваат своите искуства во процесот. Целта не е лекциите да бидат нормативни и прескриптивни, туку да бидат приспособени и да одговараат на одреден национален, културен, институционален и индустриски контекст на наставата и учењето. Иако се прават напори да бидат привлечни насекаде во светот, сè уште постојат ограничувања. Авторите ги охрабруваат наставниците, инструкторите и учесниците да ги збогатат студиите на случај со примери и извори од нивните региони и на нивните јазици.

Земајќи го ова предвид, прирачникот може да се користи на следниве начини:

- Како сеопфатен курс/предмет воведен на постојното високо образование/додипломски студии по новинарство, комуникации, дигитални медиуми или медиумски студии. Прирачникот, исто така, може да се понуди и како изборен предмет во курсеви што се занимаваат со политика и со социологија од аспект на медиумите и комуникациските прашања;
- Како ресурс за дополнување постојни курсеви/предмети (на пример, историја на медиумите, медиумска етика, извори и проверка на вести, медиумска критика, дигитални медиуми, социјално новинарство). Многу од студиите на случај, материјалите за предавањата и предложената литература, може да се вградат во постојните курсеви/предмети како начин на кој може да се ажурираат содржините за справување со кризата на дезинформации што се појавува брзо и одненадеж;
- Како самостоен предмет или сеопфатен курс, кој им се нуди на новинарите, на бранителите на човекови права и на другите што го практицираат новинарството во рамките на медиумските организации, органите задолжени за индустријата на медиумите или агенциите за развој на медиумите;
- Како прирачник за обука: обучувачите по новинарство можеби ќе сакаат да ги приспособат овие модули за своите цели, потпирајќи се на

[1] Banda, F (Ed) 2015 Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi (UNESCO, Paris http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf) [пристапено на: 28/03/2018].

листата на препорачана литература и студии на случај за вклучување во поспецијализираните ресурси наменети за одредени групи новинари;

- Како инспирација за серија постови на блоговите хостирани од индустриските организации, медиумските куќи или агенциите за развој на медиумите, како дел од вежбите за размена на знаења;
- Како литература за новинарите што се занимаваат со новинарство за нивно интелектуално збогатување и професионален развој. На пример, многу од техниките може да се користат во задачите за известување преку „самостојно учење“. Некои студии на случај, исто така може да послужат како инспирација за пософистицирано известување, со локални идеи за приказна, кои може да се истражуваат во рамките на покомплексна контекстуална основа (на пример, приказна за измама во која биле измамени и локалните новинари во контекст на историјата на измамите на меѓународно ниво, со акцент на последните случувања во виралното ширење на дезинформациите и мисинформациите преку социјалните медиуми);
- Како основа за збирка на литература, ресурси и алатки, чија цел е да прераснат во истражување и практика со сè поширокото поле на истражување.

Основни принципи

Со помош на транспарентноста на процесот и експлицитната примена на етичките стандарди, карактеристичната улога на новинарството денес лежи во неговиот капацитет да придонесе во појаснувањето и изградбата на доверба преку користење проверени и потврдени содржини. Следниве седум принципи, кои се однесуваат на етиката, треба да бидат дел од постулатите при изведувањето на овој курс, а воедно треба да претставуваат и водич за вежбите, дискусиите и проценитe[2]:

- **Точност:** Новинарите не можат секогаш да ја гарантираат „вистината“, но точноста и точните факти се главните начела во новинарството;
- **Независност:** Новинарите мора да бидат независни гласови. Тоа значи да не застапуваат, формално или неформално, нечии посебни интереси;

[2] Забелешка: Пет од овие седум принципи се извлечени од „Петте основни принципи на новинарството на Мрежата за етичко новинарство http://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism [пристапено на 22/4/2018]. Сепак, „праведноста“ се фаворизира повеќе од „непристрасноста“ во овој случај, земајќи предвид дека непристрасноста честопати се поистоветува со објективноста и честопати е погрешно разбрана како начин на еднакво одмерување на сите извори и факти. Ова е проблематичен концепт од истите причини од кои „објективност“ во денешницата е идеја што во новинарството се оспорува.

Тоа, исто така, значи препознавање и јавно објавување на сè што може да претставува конфликт на интереси, во интерес на транспарентноста;

- **Праведност**: Праведното известување за информациите, настаните, изворите и нивните приказни, вклучува проверка, одмерување и оценување на информациите, отворено и проникливо. Обезбедување контекст и презентирање голем број спротивставени перспективи, со што се гради доверба и сигурност во известувањето;

- **Доверливост:** Еден од основните постулати на истражувачкото новинарство е заштита на доверливите извори (со незначителни исклучоци). Тоа е од суштинско значење за одржување на довербата на самите извори на информации (вклучувајќи ги и поткажувачите) и, во некои определени случаи, дури во гарантирање на безбедноста на самите извори;[3]

- **Човечност:** Тоа што новинарите го објавуваат или го емитуваат, може некого да го повреди (на пример, понижувањето на корумпираните политичари откако ќе бидат откриени од доброто истражувачко новинарство), но влијанието на новинарство врз животот на другите мора да се земе предвид. Јавниот интерес е водечкото начело.[4] Човечноста исто така значи разгледување на проблемите со кои се соочуваат маргинализираните групи, дури и доколку не се навлегува длабоко во темата, на пример, преку практицирање стил на новинарство што постојано се фокусира на задоволување на социјалната правда;

- **Отчетноста** е сигурен знак за професионализам и етичко новинарство[5]; брзото, видливо и искрено исправање на грешките; сослушувањето на причините за загриженост на публиката[6] и реагирањето на нивната загриженост. Ваквите практики може да се манифестираат во насоките на медиумските организации и органите за саморегулација пред кои новинарството е отчетно благодарение на доброволните професионални кодекси на однесување;

- **Транспарентноста** ја поддржува отчетноста и помага во развојот и во одржувањето на довербата во новинарството.[7]

---

3 Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO) http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf [пристапено на 28/03/2018].

4 За новиот етички модел во кој се користи емпатија во дигиталната ера, види: Shelton, A. G., Pearson, M. & Sugath, S. (2017) Mindful Journalism and News Ethics in the Digital Era: A Buddhist Approach. Routledge, London. https://www.crcpress.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-in-the-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarath/p/book/9781138306066 [пристапено на 01/04 / 2018].

5 Види: http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism [пристапено на 22/4/2018].

6 Locker, K. & Kang, A. (2018). Focused listening can help address journalism's trust problem, at American Press Institute. https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/ [пристапено на 28/03/2018].

7 Aronson-Rath, R. (2017). Transparency is the antidote to fake news on NiemanLab, December 2017 http://www.niemanlab.org/2017/12/transparency-is-the-antidote-to-fake-news/ [пристапено на 15/06/2018].

Во овој контекст, и паралелно со независноста на новинарството, прашањата поврзани со слободата на медиумите и плурализмот се исто така значајни. Плурализмот на институциите, како и разновидноста на кадрите, изворите и истражувачките материјали, се од суштинско значење доколку сакаме новинарството како целина да даде придонес на демократијата и одржливоста на отворените општества. Партиципативните медиуми, какви што се локалното радио и социјалните медиуми, се исто така важни во процесот на зголемување на присутноста на недоволно застапените или маргинализираните групи во вестите. Плурализмот, исто така, значи признавање на важноста на голем број наративи во рамките на етичката новинарска практика, а во исто време посочување на дезинформациите, пропагандата и другите типови содржини што се надвор од професионалните стандарди. (Види Модул 1, 2 и 3).

Прашања за разгледување

Секоја дискусија за практикувањето на етичкото новинарство, во еден свет каде што дезинформациите, мисинформациите и пропагандата се шират како вирус, може да почне со разгледување на следниве прашања:

- Што точно е новинарство во дигиталната доба? (Прашање што ги пренасочува разговорите од „Кој е новинар?“ во едно посуптилно сфаќање на современото новинарство.)
- Што го одделува новинарство од поширокиот контекст на креирање и објавување содржини (вклучувајќи рекламирање, маркетинг, односи со јавност, дезинформации и мисинформации) онлајн и офлајн?
- Чии интереси треба да застапуваат оние што се занимаваат со новинарство?
- Дали треба оние што се занимаваат со новинарство да бидат отчетни за содржината што ја произведуваат/објавуваат? Ако е така, зошто и кому треба да бидат отчетни? Ако не, зошто не?
- Какви етички обврски имаат оние што се занимаваат со новинарство кон своите извори, теми и публика?
- Кои свежи етички дилеми треба во моментов да ги обработуваат оние што се занимаваат со новинарство во контекст на „информацискиот хаос“?

Критериуми за процена

Целта на оваа публикација е да се продлабочат капацитетите за критичко размислување и да се зајакне бедемот на студентите по новинарство, професионалните новинари и другите лица што се „занимаваат со новинарство“. Точноста и верификацијата на стандардите, заедно со почитувањето на основните етички вредности, исцрпноста на истражувањата и критичката анализа, треба да бидат застапени како клучни критериуми за оценување.

Предложени критериуми за процена на теоретските задачи:

- Точност и верификација (на пример, дали споменатите цитирани извори се точни; дали се искористени соодветни методи за проверка);
- Моќ на истражувањето (на пример, до кој степен учесникот се потрудил да најде силни, релевантни податоци/извори за поддршка на своите аргументи/откритија);
- Квалитетот на аргументите и анализата (колку се оригинални и софистицирани аргументите и направената анализа);
- Писмено изразување (правопис, граматика, интерпункција, структура);
- Колку ефикасно есејот/извештајот ги отсликува резултатите од модулот за учење.

Предложени критериуми за процена на практичните новинарски задачи:

- Точност и верификација (на пример, дали изворите биле прецизно претставени и точно утврдени; дали биле искористени соодветни методи за проверка);
- Моќ на истражувањето (на пример, до кој степен учесникот се потрудил да најде силни, релевантни податоци/извори за поддршка на своите аргументи/откритија);
- Критичка анализа (на пример, колку внимателно учесникот ги испитал клучните прашања на публиката);
- Оригиналност;
- Моќ на наративите (на пример, какво е влијанието на приказната/продукцијата на читателите/гледачите/слушателите?);
- Продукциски вредности (на пример, силата на аудио/видео монтажата и мултимедијалните елементи);
- Писмено изразување (правопис, граматика, интерпункција, структура);

- Почитување на основните етички вредности изразени во професионалните кодекси.

Начин на предавање

Овие модули се наменети за предавање лице в лице или на интернет. За време на изведувањето на многу од лекциите, учесниците ќе имаат корист од средина на учење во која се поттикнува соработка без оглед дали станува збор за онлајн учење (преку платформа за учење како Moodle или со користење Фејсбук-групи, на пример) или лице в лице.

Повеќето часови следат модел од два дела, презентирање на теоретскиот дел од наставата (на пример, со користење семинари, читања или предавања преку презентации), дополнети со практични вежби (на пример, работа во групи во рамките на вежбите за проверка). Обично станува збор за 60-90 минути теоретска компонента, 90 минути до два часа работилница или туторијал.

Овие сесии може да се прошират, скратат или да се поделат и/или да се распоредат по различни денови во зависност од рамката на наставата/предавањето на засегнатата институција. За секој модул е предложена задача.

Секогаш кога можат, предавачите и инструкторите се охрабруваат да вклучат претставници на медиумската индустрија или експерти во интерактивните предавања и форуми и да се погрижат тековните студии на случај, прашања и дебати да бидат вклучени во наставните програми.

Покрај тоа, авторите што го изработиле курсот, ги охрабруваат предавачите/инструкторите да вклучат локални/регионални, јазични и културолошки релевантни материјали и примери во наставата.

Материјали и ресурси

Инструкторите и учесниците треба да бидат поврзани на интернет и по можност да имаат пристап до академските бази на податоци и/или до Google Scholar.

Главен веб-сајт за дополнителни ресурси за учење поврзани со практичната примена на севкупните исходи од учењето е First Draft News.[8]

Забелешка: *Заслугата за содржината и ресурсите наведени во овој прирачник треба соодветно да им се припише на уредниците на наставната програма и на авторите што придонеле во изработката на прирачникот.*

[8] https://firstdraftnews.com/ [пристапено на 28/03/2018].

Педагошки пристап

Овој специјализиран пример на курс следува по објавувањето на неколку модели на наставни програми за образование по новинарство[9] од УНЕСКО, почнувајќи од 2007 година. Педагошкиот пристап, исто така се базира на *Наставниот план на УНЕСКО за медиумска и информациска писменост на наставниците*[10] и *Пример за курс на тема безбедноста на новинарите*[11] преку кои инструкторите поттикнуваат и го имплементираат следново:

- Пристап заснован на истражување на прашањето/проблемот;
- Учење преку решавање проблеми;
- Научно истражување;
- Студија на случај;
- Кооперативно учење;
- Текстуална анализа;
- Контекстуална анализа;
- Превод;
- Симулации;
- Продукција.

Покрај тоа, инструкторите што предаваат по оваа програма се охрабруваат да го истражуваат концептот на новинарско „учење на проекти“[12] – пристап што ги постигнува целите на учењето преку примена и тестирање на вештините при создавањето новинарски содржини. Учениците, исто така, треба да бидат свесни за потенцијалот на произведените брзи, отсечни и вирални одговори за справување со дезинформациите и да им се даде простор да го употребат овој метод во практиката.[13]

---

9 Модел на наставна програма на УНЕСКО за новинарско образование (2007). http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf [пристапено на 28/03/2018]. Види и Модел на наставна програма на УНЕСКО за новинарско образование: зборник на нови наставни програми (2013). [пристапено на 28/03/2018: http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf; и Настава по новинарство за одржлив развој: нови наставни програми (2015). http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf [пристапено на 28/03/2018].

10 Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. and Cheung, C. (2011). Media and Information Literacy Curriculum for Teachers. [ebook] Paris: UNESCO. http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf [пристапено на 28/03/2018].

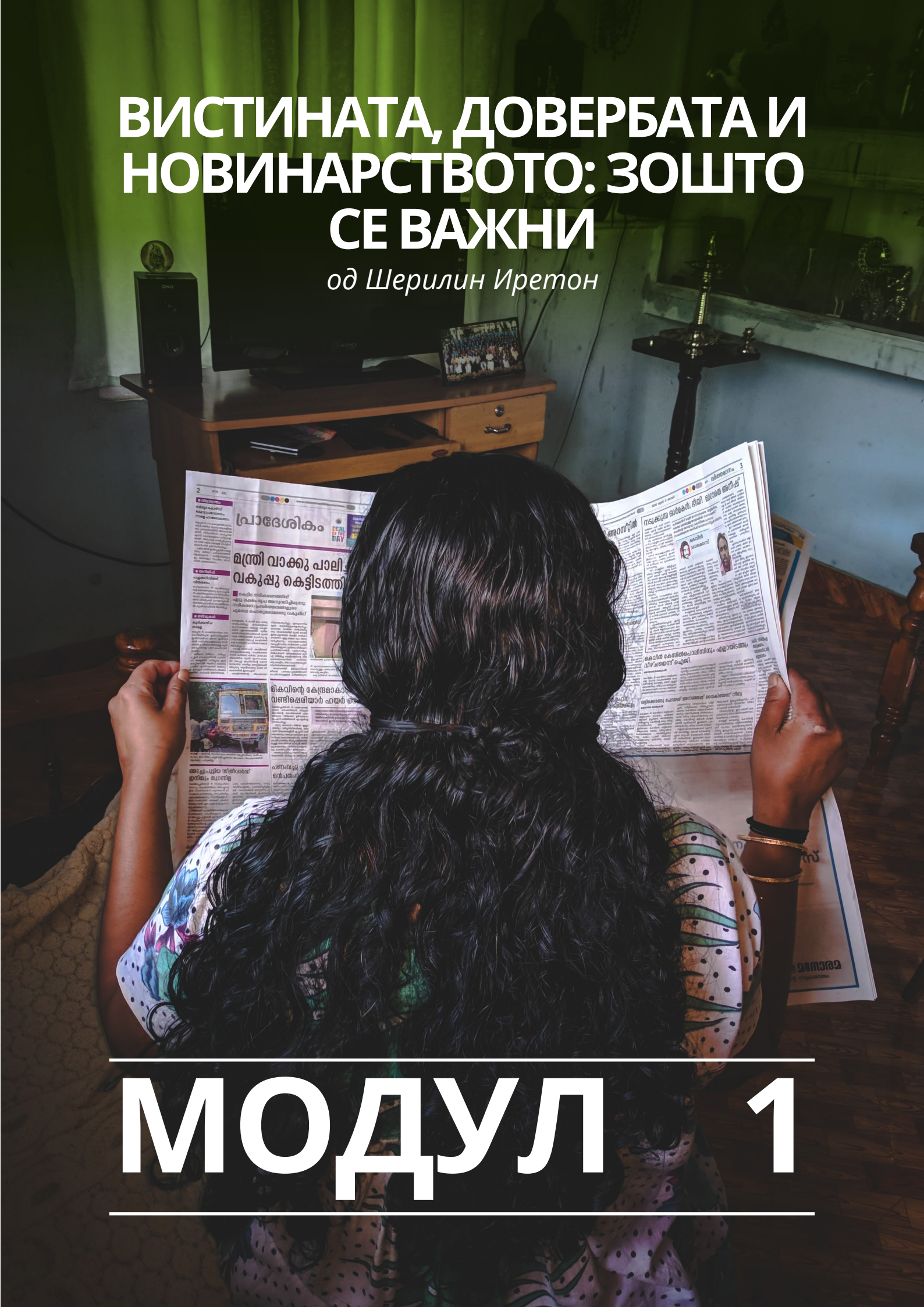
11 УНЕСКО (2017) Модел курс за безбедноста на новинарите: Водич за наставници по новинарство во арапските држави: http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002482/248297e.pdf [пристапено на 28/03/2018].

12 Posetti, J & McHugh, S (2017) Transforming legacy print journalism into a successful podcast format: An ethnographic study of The Age's Phoebe's Fall. Peer reviewed conference paper presented at the International Association of Media and Communications Researchers conference in Cartagena, Colombia 18/07/2017.

13 Интересен пример е ова видео од хаштагот нашите приказни: https://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/ [пристапено на 15/06/2018].

ВИСТИНАТА, ДОВЕРБАТА И НОВИНАРСТВОТО: ЗОШТО СЕ ВАЖНИ

од Шерилин Иретон



МОДУЛ 1

Синопсис

Во многу делови од светот, довербата во медиумите и во новинарството беше кревка и во опаѓање долго пред појавата на социјалните медиуми[1]. Овој тренд е неминовно поврзан со намалената доверба во институциите што претставува вообичаена и честа појава во многу општества. Сепак, обемноста и опсегот на дезинформациите и мисинформациите, облечени во рувото на вести дистрибуирани преку социјалните медиуми, како зараза се заканува дополнително да го наруши угледот на новинарството. Тоа има последици врз новинарите, медиумите, граѓаните и врз отворените општества[2].

Во светот на екстремно брзи информации бесплатни за сите на социјалните медиуми и интернетот, секој може да објавува содржини. Како резултат на тоа, граѓаните се мачат да откријат што е вистина, а што е лага. Владеат цинизмот и недовербата. Екстремните ставови, теориите на заговор и популизмот цветаат, а вистината и институциите што во минатото беа прифаќани како такви се доведени во прашање. Во овој свет, редакциите се борат за превласт во вршењето на својата историска улога како чувари[3] чиј производ може да помогне во утврдувањето на вистината. Во исто време, појавата на пазар за „стратешки комуникации" и „информациски операции", вклучувајќи ги активните дезинформации и малинформации, стана главен фактор во екосистемот на информации.[4]

Фактот што скалата и последиците од „информацискиот хаос" почнаа да се материјализираат, ги загрижува дури и архитектите на социјалните медиуми. Менаџерот на производите за граѓански ангажман на Фејсбук, Самид Чакрабарти, ја даде следната изјава: „Ако постои една основна вистина за влијанието на социјалните медиуми врз демократијата, тоа е дека ги засилува намерите на луѓето – и добрите и лошите. Во своето најдобро светло, ни овозможува да се изразиме и да преземеме акција. Во најлошиот случај, на луѓето им се дава можност да шират мисинформации и да ја поткопуваат демократијата".[5]

Стана јасно дека за справување со проблемот се потребни интервенции, и големи и мали. Едно од искушенијата со кои се соочуваме е обидот за решавање на

---

1 Edelman. (2017). Edelman Trust Barometer - Global Results. [online]. Достапно на: https://www.edelman.com/global-results/ [пристапено на 03/04/2018].

2 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [online] the Guardian. Достапно на: https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis [пристапено на 03/04/2018].

3 Singer, J. (2013). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. New Media & Society, [online] 16(1), стр.55-73. Достапно на: https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf [пристапено на 0/3/04/2018] .

4 Видете ги примерите наведени во Gu, L; Kropotov, V and Yarochkin, F. (nd). The Fake News Machine How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public. https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [пристапено на 16/06/2018]. Како и студијата објавена од Data & Society Research Institute, New York (2017) Media Manipulation and Disinformation Online, https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/ [пристапено на 15/06/2018].

5 Chakrabarti, S. (2018). Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy? Facebook Newsroom. [online] Newsroom.fb.com. Достапно на: https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/

проблемот со регулирање, и многу земји го избираат овој пат[6], но поборниците за слобода на изразувањето, предупредуваат дека на овој начин би можело да им се наштети на отвореноста и на можноста за придонес што ја овозможуваат новите технологии.[7] Особено ако на функција се најдат авторитарни лидери, во тој случај ќе имаат на располагање моќно и подготвено правно оружје при рака за утврдување што е „лажно", а што не е, за секое критички настроено покривање на нивните настапи.

Друга опција е онаа што ја предлага граѓанското општество и иницијативите на компаниите што се фокусираат на изострување на проникливоста на публиката и обезбедување алатки за толкување и оценување на информациите што ги добиваат. Од Јужна Африка[8] до Мексико[9], има многу такви примери. Организациите за проверка на фактите експоненцијално се зголемуваат (како што е наведено во овој прирачник).

Во овој контекст, новинарите и студентите по новинарство треба да бидат запознаени со ваквите иницијативи и со комплементарните улоги што тие ги играат. Оттука произлезе овој прирачник.

За новинарите што долго време самите се доживуваат како суштински играчи во поддршка на демократските и отворени општества, дезинформациите и мисинформациите се предизвик не само за нивната репутација. „Информацискиот хаос" ја доведува во прашање нивната цел и ефективност. Тој ја нагласува основната смисла на потребата од независност на новинарството, како и потребата од високи професионални стандарди. Тоа не значи дека треба да ја прифатиме претпоставката дека на новинарството не влијае доминантната идеологија или дека не е подложно на пристрасност која е резултат на род, пол, етничка припадност, јазична група, класа итн. или искуство на оние што го произведуваат. Ниту, пак, значи дека новинарството ги игнорира системските прашања на влијанието на институционалниот контекст врз сопственоста, бизнис-моделите, интересите на публиката, како и „мрежата" на вести од предвидливи бирократски извори и односи со јавноста итн. Сепак, не треба да се заборави важноста на уредувачката етика како светилник за покривањето на вестите и алатка за саморефлексија на новинарите за нивните погледи на свет и контексти. Треба да се прати сигнал дека новинарството не е „став од никаде", туку практика

6 Funke, D. (2018) A guide to anti-misinformation actions around the world Poynter https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world [пристапено на 22/05/2018].

7 Nossel, S. (2017). Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America. Достапно на: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [пристапено на 03/04/2018]

8 #KnowNews е екстензија на веб-броузер изработен од Media Monitoring Africa NGO од Јужна Африка, чија цел е да ѝ помогне на публиката да утврди дали сајтот што се прегледува содржи кредибилни вести: https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews [пристапено на 15/06/2018].

9 Види вебсајт https://verificado.mx/ што претставува коалиција на 60 медиуми, организации на граѓанското општество и универзитети, кои се фокусираат на верификација на содржините за време на изборите во Мексико во 2018. [пристапено на 15/06/2018]; https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele [пристапено на 04/07.2018].

на која ѝ е потребна транспарентност доколку сакаме да ја увериме јавноста и да ја стекнеме нејзината доверба за постоењето усогласеност со широките стандарди на верификација и јавниот интерес, без оглед на размерот на различни опфатени теми и поврзани перспективи.[10]

Во оваа лекција инструкторите треба да ги охрабрат учесниците критички да разгледаат како новинарството може да им служи на општеството и на демократијата; како „информацискиот хаос" – и дополнителните ризици – влијаат врз демократијата и отворените општества; како новинарството може да биде подобро, а во процесот да ја обнови довербата во своите методи и стандарди и да гарантира дека тие навистина се издвојуваат како специфични во однос на генерирањето информации што може да се верификуваат во интерес на јавноста. Не станува збор за некаква слепа доверба во луѓето што работат во новинарството, туку станува збор за признавање на нивниот карактер и самобитност, како и стремежот за усогласување со процесите и стандардите на потврдените информации од јавен интерес и нивното соодветно оценување.

Тоа значи признавање на вредноста на скептицизмот, што е спротивно на цинизмот, и соодветната способност јавноста да прави разлика меѓу оние што се маскирани како новинари и оние што навистина се стремат да продуцираат новинарство (и кои ја манифестираат потребната транспарентност, саморегулаторна одговорност и квалитетот на угледот што оди рака под рака со вистинското новинарство). За новинарите и за студентите по новинарство, тоа значи разбирање на промената на информацискатa средина и изнаоѓање начини како да се одговори на предизвиците.

Резиме

За да се разберат последиците од „информацискиот хаос" за новинарите и општествата на кои им служат, важно е учесниците да ги разгледаат длабоките промени во новинарството и традиционалните медиуми, на структурно, културолошко и нормативно ниво, како резултат на брзиот напредок во дигиталната технологија и личните уреди со пристап на интернет. Најважен е односот меѓу сè поприсутните проблеми на доверба во новинарството и ангажирањето на социјалните медиуми.[11]

Ќе биде неточно да се обвинат социјалните медиуми за сите проблеми во новинарството. Довербата е директно поврзана со новинарскиот капацитет – а постои и корелација со намалувањето на довербата во владите, бизнисите и институции во многу делови на светот.[12]

[10] Види Rosen, J. (2010). The View from Nowhere: Questions and Answers. *PressThink.* http://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/ [пристапено на 15/06/2018].

[11] Види Модул три.

[12] Edelman. (2017) op cit.

Структурните промени во начинот на собирање и дистрибуирање на вестите, и падот на главниот бизнис-модел на традиционалните компании за вести, ја соголија индустријата на вести од новинарски капацитети во редакциите, кои влијаат врз деталноста и квалитетот на покривање на вестите.[13] Намалувањето на средствата за редакциите на јавните медиуми и постојаната владина контрола во поголемиот дел од овој сектор, исто така имаат удел во намалената понуда на вести.

Дигиталната трансформација донесе нови начини на раскажување и поголемо вклучување на публиката во процесот на вести кои беа добредојдени, но во исто време донесе и поголеми предизвици за веќе ослабените традиционални креатори на вести. Новинарските организации присутни само во дигиталниот простор, генерално, сè уште немаат развиено новинарска маса за спречување на деградацијата на новинарството.[14]

Во демократизираниот разновиден екосистем на информации, спречувањето на штетните ефекти на дезинформациите и мисинформациите се покажа како предизвик не само за оние што инвестирале во новинарството туку и за целото општество.[15]

Новинарска практика и метод пред дигитализацијата вклучуваа професионални стандарди и слоеви на централизирана проверка и контрола за менаџирање на точноста, квалитетот и правичноста на вестите. Репортерите од терен ја имаа поддршката на тимот од редакцијата, кој ја проверуваше содржината пред таа да биде објавена. Овој модел на „чувар“ поттикнуваше чувство на професионалност во новинарството.[16]

Преку покривање на јавните настани и проблеми во заедницата, истражувањата, коментарите и анализите, новинарите имаа ефективни алатки за проверка на отчетноста на политичарите и функционерите. Тие им помагаа на граѓаните да направат избор за начинот на кој се управува и владее. Точно е дека некои медиуми не успеаја да ги одржат идеалите и стандардите на новинарството. Но, општо земено, нивниот бизнис се вртеше околу вистинските вести, избрани и прикажани како одреден наратив од определен аспект на настаните, но далеку од нашминканите факти создадени во политички, комерцијални или забавни цели.

На културно ниво, јакнењето на другите актери што посведочуваат, ги забележуваат, ги коментираат и ги објавуваат вестите на социјалните медиуми,

---

13 Види Модул три.

14 Greenspon, E. (2017). The Shattered Mirror: News, Democracy and Trust in the Digital Age. [ebook] Ottowa: Public Policy Forum, Canada. Достапно на: https://shatteredmirror.ca/download-report/ [пристапено на 03/04/2018].

15 Ansip, A. (2017). Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response. https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism [пристапено на 03/04/2018].

16 Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2010). Blur: How To Know What's True In The Age of Information Overload. 1st ed. New York: Bloomsbury, стр.171-184.

предизвика принудна промена не само на централизираниот модел туку и на јавните дебати.[17] Платформите на социјалните медиуми се сега клучната инфраструктура за јавниот и политичкиот дискурс. Некои тврдат дека тоа ги стави демократиите и отворените општества во „демократски дефицит".[18]

Со самото инсистирање дека тие не продуцираат вести, технолошките компании и социјалните платформи ги избегнаа нормативните обврски што се однесуваат на отчетноста на новинарите и издавачите.[19] И покрај тоа што овие актери не вработуваат новинари за креирање вести, нивната можност за чување и уредување сè повеќе ги оддалечува од улогата на „обични канали" или посредници.

Платформите на социјалните медиуми и алгоритмите на пребарувачите се моторот што ги движи дезинформациите и мисинформациите, или „џанк", како што ги нарекува Оксфордскиот институт за компјутерска наука. Со можноста за прегледување на информациите од мрежите на семејството и пријателите на корисникот, тие даваат структура и легитимитет на дезинформациите и мисинформациите.[20]

Така, содржините што се намерно погрешни, се шират на овие платформи и влијаат врз поимањето на реалноста од страна на граѓаните[21] и поткопувањето на довербата, информираниот дијалог, заедничкото чувство на реалност, заемното согласување и учество.[22] Другите начини на кои социјалните медиуми се обвинуваат за поткопување на демократијата вклучуваат:

- Создавање ехо-кабини, поларизација и хиперпристрасност;
- Конвертирање на популарноста во легитимност;
- Овозможување на манипулација од страна на популистичките лидери, влади и маргинални актери;
- Поттикнување на забележување на личните податоци и насочено испраќање микро-пораки/рекламирање под радарот[23];
- Нарушувањето на концептот на јавен плоштад.[24]

[17] Nossel, S. (2017). Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America. Достапно на: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [пристапено на 03/04/2018]

[18] Howard, P. (2017) Ibid

[19] Howard, P. (2017) Ibid. Види и Модул три

[20] Pariser, E. (2011). The filter bubble: what the Internet is hiding from you. London, Viking/Penguin Press

[21] European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation. [online] Достапно на: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [пристапено на 13/06/2018].

[22] Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). Is Social Media A Threat To Democracy? [ebook] Omidyar Group. Достапно на: https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf [пристапено на 03/04/2018].

[23] Cadwalladr, C. and Graham-Harrison, E. (2018). How Cambridge Analytica turned Facebook 'likes' into a lucrative political tool. The Guardian. [online] Достапно на: https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/17/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm [пристапено на 03/04/2018

[24] Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017) Ibid

Тоа не значи дека мора да биде така. Социјалните медиуми може да бидат голема платформа за ангажирање на општеството со новинарството и промовирање дебата, граѓански вредности и демократско учество во средина што ги зајакнува човековите права, културната различност, наука, знаење и рационално одлучување. За таа цел, новинарството – на која било платформа – треба, на пример, да ја известува јавноста за сложените прашања без да ја изгуби својата научна точност и без да го поедноставува контекстот што може да ја збуни јавноста. Особено во областа на напредните медицински третмани (на пример, клонирањето) и новите научни достигнувања (на пример, вештачката интелигенција), предизвикот за новинарите лежи во проверување на точноста, избегнување на сензационализмот и чувството на претпазливост во однос на идното влијание што нивното известување може да го има, како и можноста да се толкуваат и да се балансираат различни ставови или наодите на веродостојни експерти.

Постојат многу начини на кои новинарство може да одговори директно на дезинформациите и мисинформациите. Почнувајќи од отпорот на манипулации, до истражување и директно откривање на кампањите за ширење дезинформации. Но, тие треба да бидат придружени со голем напор за подобрување на самото новинарство (види подолу).

Општествените одговори на „информацискиот хаос“ и предизвиците што ги носат платформите на социјалните медиуми се различни и се одвиваат на повеќе нивоа. Решенијата еволуираат – некои и пребргу. Многу од нив потекнуваат од САД, каде што се седиштата на компаниите за социјални медиуми и Гугл. Дел од иницијативите за решавање на проблемот со мисинформации што се во подем, а се поврзани со технолошкиот развој, вклучуваат:

- Посветеност на елиминирање на резултатите од пребарувањето и вестите од њузфидовите што компанијата смета дека се лажни вести (ова не може да се направи без контроверзии);[25] [26] [27]
- Изгладнување на провајдерите на дезинформации што генерираат приходи од рекламирањето каде што се плаќа по клик;[28]

[25] Ling, J. (2017). Eric Schmidt Says Google News Will 'Engineer' Russian Propaganda Out of the Feed. Motherboard Vice.com. [online] Достапно на: https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_campaign=buffer&utm_content=buffer41cba&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard [пристапено на 03/04/2018]; https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/

[26] Mosseri, A. (2018). Helping ensure news on Facebook is from trusted sources. Facebook. https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/ [пристапено на 03/04/2018

[27] Stamos, A. (2018) Authenticity matters: Why IRA has no place on Facebook. Facebook. https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/ [пристапено на 03/04/2018]

[28] Love, J. & Cooke, C. (2017). Google, Facebook move to restrict ads on fake news sites. Reuters. [online] Достапно на: https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising/google-facebook-move-to-restrict-ads-on-fake-news-sites-idUSKBN1392MM [пристапено на 15/06/2018].

- Обезбедување технолошки решенија за верификација на дигиталната содржина и слики;[29]
- Финансирање на иницијативите за поддршка на новинарството, кои се наоѓаат на пресекот на новинарството, технологија и академското истражување;[30]
- Развојот и употребата на технолошките стандарди, или сигнали на доверба, за помош на потрошувачите (и алгоритмите) идентификуваат вести што произлегуваат од веродостојни креатори на вести.[31]

Во времето на пишување на овој прирачник, на почетокот на 2018 година, една од најзначајните иницијативи за техничките стандарди за организациите што се занимаваат со вести беше Проектот за доверба (The Trust Project), конзорциумот што работи рака под рака со големите пребарувачи, платформите на социјалните медиуми и со повеќе од 70 медиумски компании од целиот свет. Неговата мисија беше да изнајде начин јавноста да може полесно да ги идентификува вестите што се „точни, одговорни и етички произведени“ преку користење мерка за доверба. Во рамките на проектот се создадени осум почетни технички стандарди,[32] кои креаторите на вести треба да ги задоволат и на тој начин лесно да може да се идентификуваат онлајн за да се сметаат за доверливи креатори на вести. Показателите за доверба[33] на Проектот за доверба се:

- **Најдобрите практики:**
  - Кои се вашите стандарди?
  - Кој го финансира медиумот?
  - Која е мисијата на медиумот?
  - Почитување на етичките стандарди, различните гласови, точноста, вршењето исправки и другите стандарди.
- **Експертиза на авторот/новинарот:** Кој го направил новинарскиот производ? Детали за новинарот, вклучувајќи ја и неговата стручност и други приказни на кои претходно работел.
- **Вид на работа:** Што е тоа? Етикети со цел да се направи разлика меѓу мислење, анализа и реклама, или спонзорирани/изворни содржини од новинските извештаи.

---

29 Види Модул шест. Пример http://www.truly.media/ [пристапено на 15/06/2018].

30 Види Модул пет.

31 The Trust Project (2017). The Trust Project – News with Integrity. [online] Достапно на: https://thetrustproject.org/?nr=0 [пристапено на 03/04/2018].

32 The Trust Project (2017). Ibid

33 The Trust Project (2017). Ibid

- **Цитати и референци:** За истражувачките или деталните приказни, пристап до изворите зад фактите и тврдењата.
- **Методи:** Исто така за деталните приказни, информации за причините што ги натерале репортерите да се занимаваат со приказната и како се одвивал процесот на известување (ова помага со транспарентноста).
- **Локални извори:** Ви овозможува да знаете кога приказната има локално потекло или експертиза. Дали известувањето се вршело на местото на настанот, со исцрпно познавање на локалната ситуација или заедница?
- **Различни гласови:** Напорот и посветеноста на редакција за претставување на различните перспективи (читателите/гледачите/слушателите забележуваат кога одредени гласови, етнички или политички убедувања не се застапени).
- **Вистински повратни информации:** Напорите на редакцијата за ангажирање на јавноста, помагаат во дефинирање на приоритетите на покривање, со што се придонесува на процесот на известување, се гарантира точноста и другите области. Читателите/гледачите/слушателите сакаат да учествуваат и да дадат повратни информации што може да ја изменат или да ја прошират приказната.

Довербата во новинарската работа, исто така, помага во зголемувањето на бројот, разновидноста и квалитетот на изворите што им се на располагање на новинарите, заедно со текот на ефектите на јавноста.

Одговорот на владите, граѓанското општество и едукаторите е со поголем фокус на медиумите и информатичката писменост, со кои ќе се занимаваме подетално во една од следните лекции[34].

Овие точки беа разгледувани во 2017 година на Светскиот форум на уредници, чиј претседател Марсело Реш им предложи на уредниците насекаде во светот да ги прифатат следниве пет начела[35]:

- Во светот на хиперинформации, *кредибилитетот, независноста, објективноста, професионалната етика, транспарентноста и плурализмот* се **вредностите** што го потврдуваат **односот на доверба** со јавноста.
- Новинарството кое е на повисоко ниво се **разликува** од другите содржини по будното и постојано **преиспитување и утврдување**

[34] Види модул четири.

[35] Ireton, C. (2016). World Editors Forum asks editors to embrace 5 principles to build trust https://blog.wan-ifra.org/2016/06/14/world-editors-forum-asks-editors-to-embrace-5-principles-to-build-trust [пристапено на 15/06/2018].

на материјалот што е присутен на социјалните медиуми. Таквото новинарство ги признава социјалните медиуми како извор на информации за понатамошна проверка на фактите и како платформа за проширување на професионалните содржини.

- Мисијата на новинарството во ова следно ниво е да му **служи на општеството** преку обезбедување висок квалитет на проверени информации и да воспостави брендови на вести со доверлив сертификат за потекло на содржината.
- **Услов** за тоа повисоко ниво на новинарството е да ги **надмине основните факти** и да овозможи и да поттикне анализа, контекстуално и истражувачко новинарство, и информирано изразување на мислењето, со што од обезбедувањето на вестите ќе се премине на знаење кое оснажува.
- Следното ниво на новинарство треба да биде водено од доверба и од **водечките принципи на општествената важност, легитимен интерес и вистинитост.**

За новинарите и редакциите, повеќе внимание се посветува на промовирањето на квалитетот преку подобрување на:

- Практикување одговорно, етичко новинарство и известување засновано на докази.[36]
- Проверка на фактите и посочување на дезинформациите и мисинформациите.[37]
- Утврдување на фактите, изворите и дигиталните слики.[38]
- Ангажирање на заедниците со кои новинарите соработуваат и приспособување на агендата на вести со потребите на општеството.[39]

Како доказ за неусогласеноста меѓу многу мејнстрим медиуми и нивната јавност, а во врска со последната потточка, може да се истакне гласањето во Обединетото Кралство за напуштање на Европската Унија, односно Брегзит, и изборите во САД во 2016 година. Силата на комуникациите на социјалните медиуми лежи во директното ангажирање. Предавачите треба да ги истражат начините на кои

---

36 Wales, J. (2017). What do we mean by evidence-based journalism? Wikitribune. https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3 [пристапено на 03/04/2018].

37 Види Модул пет.

38 Bell, F. (2018). Во време на фактографско новинарство, верификацијата е посложена. На пример, во случаи во кои станува збор за огромни бази на податоци, постои веројатност дека меѓу тие текстови не само што ќе постојат неточни информации, туку и дека постојат намерно планирани дезинформации вклучени во записите. Види Модул шест од овој курс.

39 Batsell, J. (2015). Engaged journalism: connecting with digitally empowered news audiences. New York. Columbia University Press.

медиумите можат подобро да ѝ служат на својата публика и со тоа да изградат доверба, да ги зајакнат меѓусебните односи како и односите со поширокаата заедница.

Шест или седум работи што вестите може да ги направат за демократијата[40] според Шудсон, дава добра рамка за дискусија:

1. Информации: обезбедете правични и исцрпни информации, со цел граѓаните да може да направат здрав политички избор;
2. Истражување: истражете ги концентрираните извори на моќ, особено на државната власт;
3. Анализа: обезбедете кохерентна рамка за толкување за да им помогнете на граѓаните да го разберат сложениот свет;
4. Социјална емпатија: раскажете им на луѓето за другите во нивното општество и нивниот свет за да научат да ги ценат ставовите и животот на другите луѓе, особено оние што се во понезавидна положба од нив;
5. Јавен форум: обезбедете форум за дијалог меѓу граѓаните, преку плуралистички и интердисциплинарен пристап кон прашања, кој ќе послужи како заеднички носител на перспективите на различните групи во општеството;
6. Мобилизација: бидете (онаму каде што е тоа пожелно) застапници на политичките програми и перспективи и мобилизирајте ги луѓето да дејствуваат во поддршка на овие програми, без да се загрозат стандардите за верификација и јавниот интерес.

Цели на модулот

- Да ги поттикне учесниците да размислуваат критички за новинарството и за социјалните медиуми;
- Да ги поттикне учесниците да го оценат нивното место во рамките на екосистемот на „информацискиот хаос“;
- Да им помогне на учесниците да размислуваат критички за влијанието на „информацискиот хаос“ врз општеството.

[40] Schudson, M. (2008). Why Democracies Need an Unlovable Press. Polity. Chapter Two: Six or Seven Things News Can Do For Democracy. Достапно на: https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schduson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBlUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false [пристапено на 03/04/2018].

Резултати од учењето

На крајот на овој модул, учесниците треба да имаат:

1. Продлабочено критичко разбирање на тоа како новинарство може подобро да им служи на демократијата и на отворените општества во значително проширената средина на медиумите, како и разбирање на ризиците од „информацискиот хаос“ по демократијата.
2. Разбирање на факторите што доведуваат до градење доверба во новинарството и начините на кои таквата доверба може да се одржи или повторно да се изгради.
3. Да бидат во можност да им објаснат на други зошто е важно новинарството.

Формат на модулот

Информациите во резимето на овој модул може да ја формираат основата за 30-минутно предавање, заедно со 30-минутен туторијал или тркалезна маса на тема зошто е важно новинарство и како тоа ѝ служи на јавноста. 90-минутната практична вежба може, преку структуриран разговор, да истражи како скептиците што не веруваат во новинарството, може да бидат убедени дека не се сите информации еднакво неверодостојни; што би можеле да направат медиумите за гарантирање на својот кредибилитет во рамките на социјалните медиумите каде што сите информации изгледаат еднакви.

Поврзување на планот со резултатите од учењето

А. Теоретски

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
Предавање и интерактивна дискусија за вистината и довербата	30 минути	1, 2
Дискусија на тркалезна маса на тема зошто е важно новинарството и како ѝ служи на јавноста	30 минути	1, 2, 3

Б. Практичен

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
Практична вежба	90 минути	3

Предлог-задача

Задачата има три елементи на кои учесниците треба да работат во двојки или во мали групи:

- Дајте им задача на учесниците (кои работат во мали групи или во двојки) да интервјуираат корисници на вести и замолете ги да ги идентификуваат нивните најдоверливи извори на локални или национални вести и граѓански информации. Потоа, со помош на моделот „Шест или седум работи што вестите може да ги направат за демократијата“ на Шудсон како рамка, треба да проучат еден број на публикацијата, или тематските приказни во наведените медиуми, да откријат и да анализираат колку ефикасно тие ѝ служат на својата заедница преку нивното новинарство. Техниките за анализа на содржината ќе бидат корисна методологија за овој пристап. Секундарен елемент ќе биде утврдувањето и идентификувањето на кој било од осумте показатели за доверба од Проектот за доверба, доколку таквите показатели се присутни. Трето, резултатите може да претставуваат основа за известување во вестите или редакциски коментар – во писмена форма, како кратко видео или аудиоприказна во која ќе се објасни зошто новинарството е важно.

Литература

Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [ebook] Omidyar Group. Достапно на: https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf

Edelman. (2017). *2017 Edelman TRUST BAROMETER - Global Results*. [online] Достапно на: https://www.edelman.com/global-results/

Howard, P. (2017*) Is social media killing democracy?* Oxford. Достапно на https://www.oii.ox.ac.uk/videos/is-social-media-killing-democracy-computational-propaganda-algorithms-automation-and-public-life/

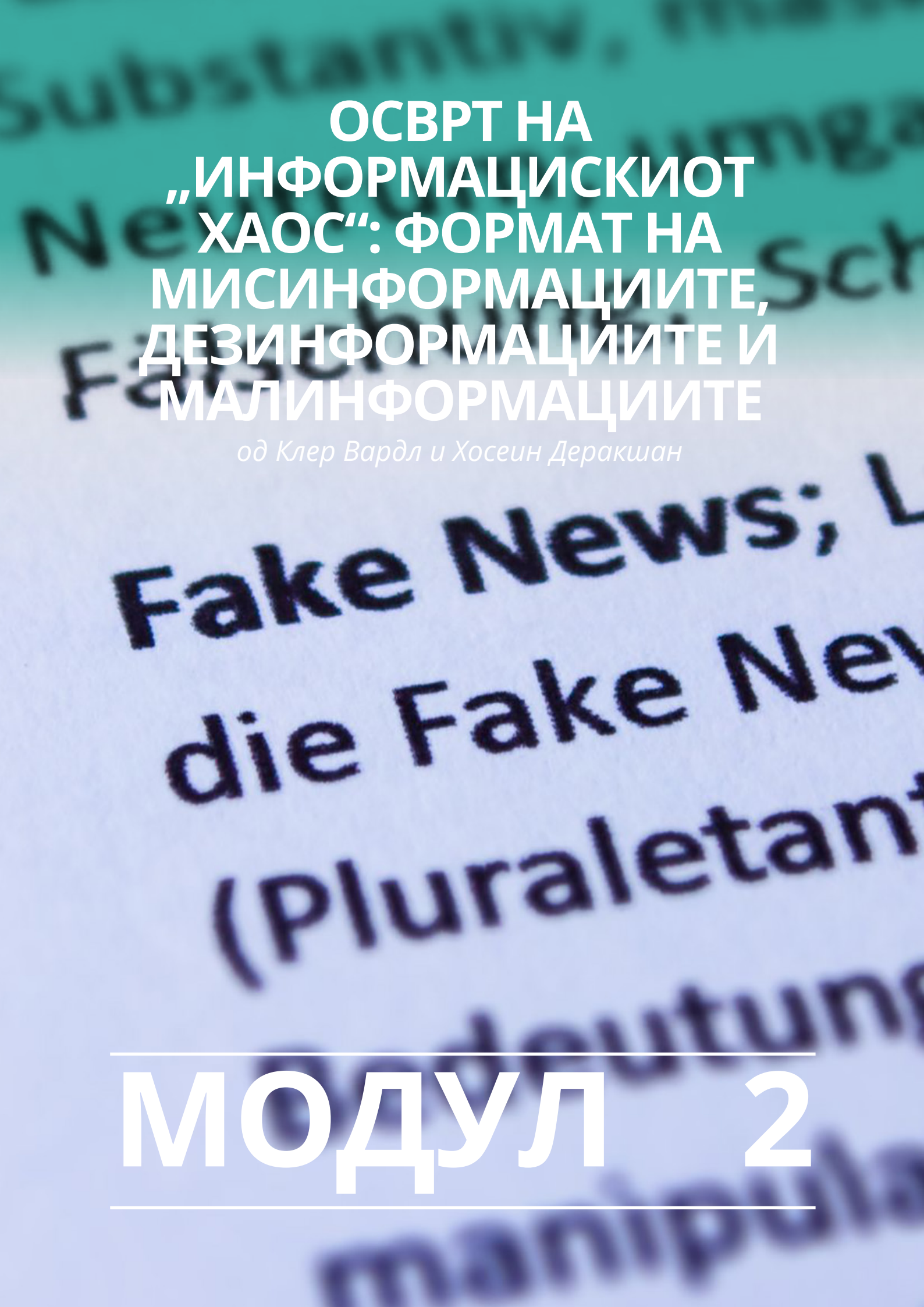
Nossel, S. (2017). *FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America. Достапно на: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf

Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press.* Polity. Chapter 5: Six or Seven Things News can do for Democracies, Достапно на https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schduson+michael+6+or+sev-en+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBlUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false

Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis*. [online] the Guardian. Достапно на: https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis

ОСВРТ НА „ИНФОРМАЦИСКИОТ ХАОС“: ФОРМАТ НА МИСИНФОРМАЦИИТЕ, ДЕЗИНФОРМАЦИИТЕ И МАЛИНФОРМАЦИИТЕ

од Клер Вардл и Хосеин Деракшан



МОДУЛ 2

Синопсис

Постојат многу варијанти во кои се употребува поимот „лажни вести“ па дури и „лажни медиуми“ за да се опише известување со кое барателот не се согласува. Мапата на Google Trends покажува дека луѓето почнаа почесто да го пребаруваат овој поим во втората половина на 2016 година.[1] Од овој модул учесниците ќе научат зошто тој поим е: а) недоволен за објаснување на степенот на загадување на информациите, и б) зошто поимот стана толку проблематичен што мора да го избегнуваме неговото користење.

За жал, фразата сама по себе е подложна на политизираност и се користи како оружје против индустријата на вести, како начин за поткопување на известувањето што не им се допаѓа на луѓето на власт. Наместо тоа, се препорачува да се користат термините мисинформации и дезинформации. Овој модул ќе ги испита различните видови „информации“ што постојат како и нивното место во спектарот на „информацискиот хаос“.

Тука се опфатени сатирата и пародијата, насловите што генерираат кликови и погрешното користење наслови, визуелни или статистички прикази, како и оригинална содржина што се споделува надвор од контекст, содржините натрапници (кога името на новинарот или логото на редакција се користат од луѓе што не се поврзани со тој медиум), како и лажираните и фабрикувани содржини. Од сето ова може да се заклучи дека оваа криза е многу покомплексна отколку што сугерира поимот „лажни вести“.

Ако сакаме да изнајдеме решенија за овие видови загадувачи на информациите што се пласираат на изворот на нашите социјални медиуми и да го запреме нивното влевање во производите што ги изработуваат традиционалните медиуми, треба да почнеме да размислуваме за проблемот многу повнимателно. Исто така, треба да размислуваме и за луѓето што создаваат ваков тип содржини и што ги мотивира тоа да го прават. Какви видови содржини произведуваат тие и како публиката ги восприема? И кога истата таа публика ќе одлучи повторно да ги сподели тие објави, што ја мотивира тоа да го направи? Постојат многу аспекти на ова прашање, а многу дебати не успеваат да ја разберат таа комплексност. До крајот на овој модул, слушателите треба да чувствуваат дека се во состојба да ја користат терминологијата и дефинициите што се соодветни за дискутирање на проблемите поврзани со „информацискиот хаос“.

---

[1] Google Trend Map of the term Fake News https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=fake%20news [пристапено на 06/04/2018].

Резиме

Во овој прирачник обично се користат поимите „дезинформации“ и „мисинформации“ како спротивставени поими на информациите што може да се проверат и потврдат, во интерес на јавноста, што е она кон што се стреми автентичното новинарство. Во овој модул фокусот е ставен на посебноста на дезинформациите. Голем дел од дискурсот за „лажните вести“ ги меша двата поима: мисинформации и дезинформации. Може да биде корисно, сепак, доколку се појасни дека мисинформациите се информации што се лажни, но лицето што ги шири верува дека се вистинити. Дезинформациите се информации што се лажни, а лицето што ги шири знае дека се неточни. Станува збор за намерни лаги и укажува на луѓе што се активно дезинформирани од злонамерни актери.[2]

Третата категорија информации може да се наречат „малинформации“; а тоа се информации што се базираат на реалноста, но кои се користат со цел да се нанесе штета на лице, организација или држава. Еден пример за тоа е известувањето со кое се открива сексуалната ориентација на некоја личност, без за тоа да има оправдување во насока на јавниот интерес. Важно е да се направи разлика меѓу пораките што се вистински и оние што се лажни, но исто така и оние што се вистински (и оние пораки во кои има некоја вистина), но кои се

Слика 1: „Информациски хаос“

создадени, произведени или дистрибуирани од „агенти“, кои имаат намера да му наштетат наместо да му служат на јавниот интерес. Таквите малинформации – како вистински информации што ја повредуваат приватноста на личноста без

[2] Дополнителни информации во врска со дефинициите може да се најдат во сторијата од Карлова и Фишер (2012).

оправдување во постоењето јавен интерес – се во спротивност на стандардите и етиката на новинарството.

Без оглед на горенаведените разлики, последиците од информациското опкружување и општеството можат да бидат слични (на пример, корумпирање на интегритетот на демократските процеси, намалување на стапката на вакцинација). Покрај тоа, одредени случаи можат да покажат комбинации на овие три концептуализации, а постојат докази дека поединечните примери на појава на една од нив се често придружени од другите (на пример, на различните платформи или во секвенца), како дел од поширокатa информациска стратегија на одредени актери.

Сепак, корисно е да се земат предвид разликите бидејќи последиците, причините, техниките и лековите може да се разликуваат во зависност од типот на лажни информации.

Француските претседателски избори во 2017 година дадоа примери за илустрација на сите три вида „информациски хаос".

1. Примери на дезинформации:

Еден од обидите за измами во француската изборна кампања беше создавањето софистицирана дупликат верзија на белгискиот весник *Ле соар (Le Soir)*[3] каде што имаше лажна статија во која се тврдеше дека претседателскиот кандидат Емануел Макрон го финансира Саудиска Арабија. Друг пример беше циркулацијата на онлајн документите во кои лажно се тврдеше дека тој отворил офшор банкарска сметка на Бахамите.[4] И, за крај, дезинформациите беа циркулирани со помош на „Твитер-нападите", во кои лабаво поврзаните мрежи на поединци истовремено почнаа да користат идентични хаштази и пораки на Твитер, со цел да рашират пораки за личниот живот на кандидатот.

2. Примери на мисинформации:

Терористичкиот напад на Шанзелизе во Париз, на 20 април 2017 година, беше повод за многу мисинформации[5] како што е случај со речиси сите ситуации на вонредни вести. Поединци на социјалните медиуми несвесно објавуваа голем број гласини, вклучувајќи вести дека вториот полицаец бил убиен, на пример. Луѓето што ги споделуваат ваквите содржини, ретко го прават тоа за да предизвикаат штета. Наместо тоа, нив ги понесува моментот и се обидуваат да бидат корисни, но не успеваат соодветно да вршат проверка и потврдување на информациите што ги споделуваат.

---

3 CrossCheck, 2017. Was Macron's campaign for French Presidency financed by Saudi Arabia?: Достапно на https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/ [пристапено на 03/04/2018].

4 CrossCheck, 2017. Did Emmanuel Macron Open an Offshore Account? CrossCheck, Достапно на https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/ [пристапено на 03/04/2018].

5 One example was the rumour that Muslims in the UK celebrated the attack. This was debunked by the CrossCheck project: CrossCheck, (April 22, 2017) Did London Muslims 'celebrate' a terrorist attack on the Champs-Elysees? CrossCheck, Достапно на https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees/ [пристапено на 03/04/2018]

3. Примери на малинформации:

Типичен пример на малинформации се случи кога протекоа пораките од електронската пошта на Емануел Макрон пред гласањето во вториот круг на 7 мај. Пораките се сметаа за автентични. Сепак, со објавување приватни информации во јавната сфера неколку минути пред стандардниот изборен молк за покривање на изборите во пресрет на самиот процес на гласање, протечените пораки имаа цел да предизвикаат максимална штета на кампањата на Макрон.

Поимот пропаганда не е синоним со дезинформациите, иако дезинформациите може да служат во интерес на пропагандата. Но, пропагандата е обично поотворено манипулативна во споредба со дезинформациите, обично поради тоа што целта на пропагандата се повеќе емотивните отколку информативните пораки.[6]

Во овој модул ќе се концентрираме на мисинформациите, а особено на дезинформациите, и ќе споделиме некои примери на дополнителни различни видови.

Категориите дезинформации, мисинформации и малинформации наведени погоре, не треба да се мешаат со различните ориентации на вистинските наративи на вестите.

На пример, новинарот може да напише: „Иако е надвор од лигата на Берни Медоф, наводната измама во овој нов случај тешко ги погоди малите инвеститори“. Друг автор легитимно може да ја претстави веста на друг начин: „Наводната измама во овој нов случај тешко ги погоди малите инвеститори, но ни одблиску не е во лигата на Берни Медоф“. Вториот начин на изразување повеќе го минимизира компаративното значење на новиот случај. Прашањето на ставање различен акцент во овие примери само по себе не ги потхранува мисинформациите или дезинформациите во смисла на значењето опишано во продолжение. Тука станува збор за два легитимни начини на толкување на истата ситуација.

Поентата е дека наративите се присутни во вестите, како и во дезинформациите, мисинформациите и малинформациите. Така, наративот е вграден во изборот на фактите што се истакнуваат како важни во вестите (или во измислените факти или фактите извадени од контекст во токсичните комуникации). При известување во вестите за некој криминал, кој не се смета за дезинформација или слично, можеби е релевантно да се спомене расата или државјанство на сторителот и жртвата. Можеби наводниот напаѓач е мигрант и е маж, а очигледната жртва е државјанин од женски пол; но, дали тоа е, всушност, најважниот дел за приказната е сепак функцијата на истражувачката моќ на новинарот, а особено како дел

[6] Neale, S. (1977). Propaganda. Screen 18-3, pp 9-40).

од идеологијата, перспективата и наративот на значењето и каузалноста, кои новинарот свесно или несвесно ги става „на маса“. Ова е една од причините зошто „проверката на фактите“ може да биде профитабилна доколку е придружена со „деконструкцијата на наративите“ – проверување на значенските структури во чии рамки фактите и не-фактите се мобилизираат за одредени цели. Наративите во легитимното новинарство може да се разликуваат, а нивното постоење не значи дека новинарството ја губи својата посебност во споредба со наративите од другите облици на комуникација, какви што се седумте наведени во продолжение:

1. Сатира и пародија

Вклучувањето на сатирата во типологијата на дезинформациите и мисинформациите, можеби изненадува. Сатирата и пародијата може да се сметаат како форма на уметност. Меѓутоа, во свет каде што луѓето сè повеќе добиваат информации преку нивните социјални медиуми, постои конфузија кога некој нема да разбере дека станува збор за определен сатиричен сајт. Пример за тоа е Кабаристан тајмс (Khabaristan Times), сатирична колумна и сајт што беа дел од веб-сајтот за вести Пакистан тудеј (Pakistan Today).[7] Во јануари 2017 година сајтот беше блокиран во Пакистан и затоа престана да објавува вести.[8]

2. Лажна поврзаност

Кога насловите, визуелните прикази или натписите не ја поддржуваат содржината, станува збор за пример на лажна поврзаност. Најчест пример на овој вид содржина се насловите чија цел е да ловат кликови. Со зголемениот натпревар за привлекување на вниманието на публиката, уредниците сè повеќе треба да пишуваат наслови за да ги привлечат читателите да кликнат на нивните содржини, дури и доколку по читањето на натписот луѓето чувствуваат дека биле измамени. Еклатантен пример за ова може да се најде на веб-сајтот на Политикал инсајдер (The Political Insider)[9]. Ова може да се случи и при користење визуелни прикази или легенди, особено на сајтови како Фејсбук, со цел да се даде одреден впечаток што не е поддржан со текст. Но, кога луѓето ги листаат нивните профили на социјалните медиуми без да кликаат на статиите (што често се случува), лажните визуелни прикази и натписи може да се бидат особено манипулативни.

3. Збунувачка содржина

Овој тип содржина е присутен кога има погрешно користење информации во врамувањето на прашањата или поединците на одреден начин преку кропирање

---

7 Pakistan Today (2018). Anthropologists make contact with remote cut-off tribe still thanking Raheel Sharif. [online] p.Khabaristan Today. Достапно на: https://www.pakistantoday.com.pk/2017/01/11/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif/ [пристапено на 06/04/2018].

8 Among the resources for consultation here is one written by co-editor of this book, Julie Posetti, along with Alice Mathews, достапно на: (TBA)

9 The Political Insider (2015). First time voter waited 92 years to meet Trump... what happened next is AMAZING! [online] Достапно на: https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/ [пристапено на 06/04/2018].

фотографии, или селективен избор на цитати или статистички податоци. Овој тип содржина се нарекува Теорија на врамување[10]. Некои примери веќе се споделени на Rappler.com.[11] Визуелните приказни се особено моќен медиум за ширење лажни информации, бидејќи постои помала веројатност нашите мозоци да бидат критички настроени кон визуелните прикази.[12] „Изворната“ или платената реклама, која ја имитира уредувачката содржина, исто така спаѓа во оваа категорија кога е недоволно идентификувана како спонзорирана.[13]

4. Лажен контекст

Една од причините зошто поимот „лажни вести“ е толку бескорисен, е затоа што постојат примери каде што вистинска содржина честопати повторно се објавува надвор од својот оригинален контекст. На пример, фотографија од Виетнам, сликана во 2007 година, која повторно се појави седум години подоцна, беше споделена под претпоставка дека станува збор за фотографија од Непал по последиците од земјотресот во 2015 година.[14]

5. Содржина натрапник

Постојат реални проблеми кога се користат имињата на новинарите како автори на статии што тие не ги напишале, или кога се користат логоа на организации во видеоматеријали или слики што тие не ги создале. На пример, во пресрет на изборите во Кенија во 2017 година, Би-би-си Африка дозна дека некој создал видео со фотошопирано лого и слоган на Би-би-си, а тоа видео циркулирало на WhatsApp.[15] Затоа, морало да се направи видео што се споделувало на социјалните медиуми и во кое се предупредуваат луѓето да не бидат измамени од фабрикуваното видео.

6. Лажирани содржини

Лажираните содржини се вистински содржини што се лажираат за да ја измамат јавноста. Примерот од Јужна Африка покажува лажирани слики на уредникот консултант на Хафпоуст (HuffPost), Фериал Хафаџи – како на една од сликите седи во скутот на бизнисменот Јохан Руперт – со што се имплицира на интимен однос меѓу нив.[16]

---

10 Entman, R., Matthes, J. and Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. In: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch (Contributor), ed., Handbook of Journalism studies. [online] New York: Routledge, стр.196-211. Достапно на: https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf [пристапено на 03/04/ 2018].

11 Punongbayan, J. (2017). Has change really come? Misleading graphs and how to spot them. Rappler.com. [online] Достапно на: https://www.rappler.com/thought-leaders/177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot [пристапено на 06/04/2018].

12 Види статија од Хана Гај во делот на задолжителна литература на овој дел.

13 Види Модул три.

14 Pham, N. (2018). Haunting 'Nepal quake victims photo' from Vietnam. BBC. [online] Достапно на: http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-32579598 https://www.rappler.com/thought-leaders/177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot [пристапено на 06/04/2018].

15 BBC (2017). Kenya election: Fake CNN and BBC news reports circulate. [Online] Достапно на: http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-40762796 [пристапено на 06/04/2018].

16 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [online] Достапно на: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [пристапено на 06/04/2018].

7. Фабрикувани содржини

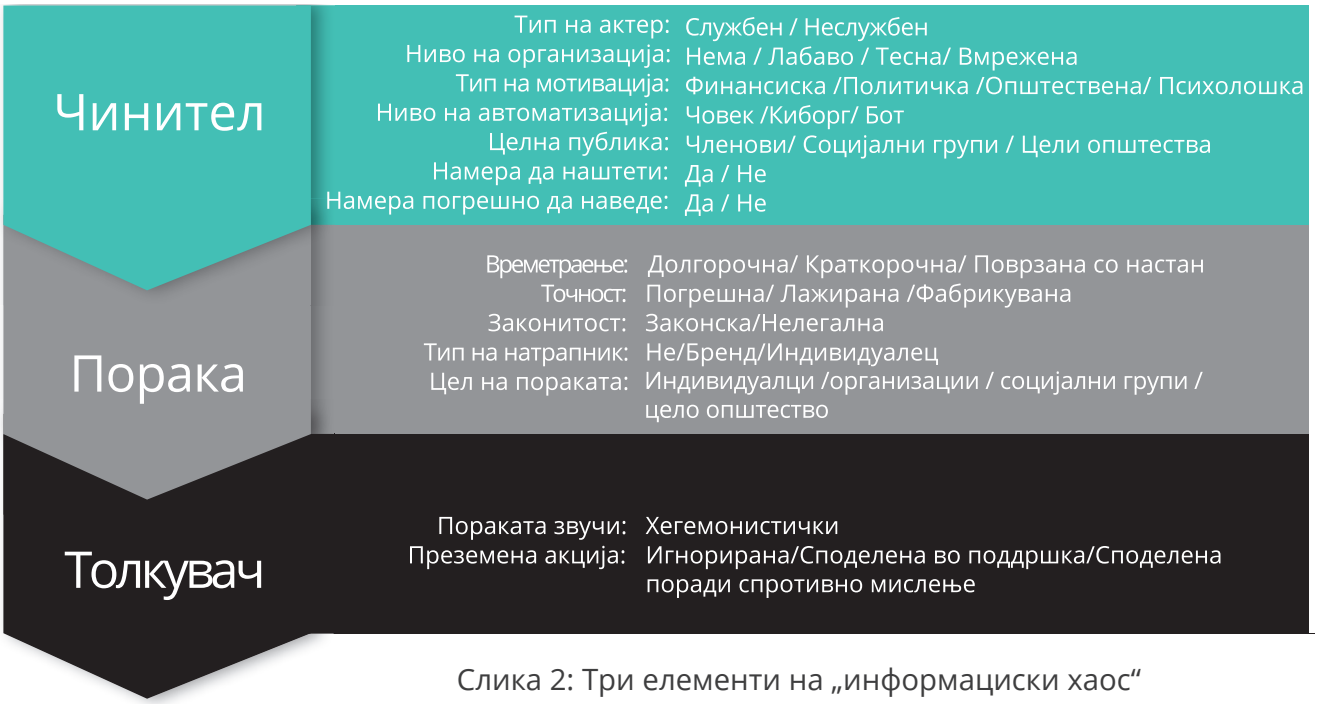
Овој тип содржини може да бидат во форма на текст, какви што се целосно фабрикуваните „сајтови за вести“, како на пример WTOE5 Њуз (WTOE5 News), самопрогласениот сајт на фантастични вести, кој објави статија во која се сугерира дека папата го поддржал Доналд Трамп за претседател. Или може да станува збор за визуелни фабрикувани содржини, каков што беше случајот со графиконот што погрешно сугерираше дека луѓето може да гласаат за Хилари Клинтон преку СМС[17]. Овие графикони беа насочени кон немнозинските заедници на социјалните мрежи во предвечерието на претседателските избори во САД.

Јавноста, а особено новинарите, треба поединечно да ги испитаат „елементите“ на „информацискиот хаос“: чинителите, пораките и толкувачите. Во оваа матрица има прашања што треба да се постават за секој елемент. Чинителот што создава фабрикувани пораки може да бидат различен од чинителот што ја продуцира таа порака, кој истовремено може да биде различен од „чинителот“ што ја дистрибуира пораката. Слично на тоа, постои потреба од темелно разбирање на тоа кои се тие чинители и што е тоа што ги мотивира. Различните видови пораки што ги дистрибуираат чинителите, исто така, треба да бидат разбрани за да можеме да почнеме да го пресметуваме степенот на секоја од нив и да почнеме да ги решаваме. (Дебатата до денес е претежно фокусирана на сајтовите со фабрикувани текстови, но визуелната содржина е исто толку широко распространета и е многу потешко да се идентификува и да се разоткрие.)

На крајот, потребно е да се разгледаат три различни „фази“ на „информацискиот хаос“: создавање, продуцирање и дистрибуирање (Слика 2). Важно е да се разгледаат различните фази, на пример, на „информацискиот хаос“ заедно со неговите елементи затоа што агентот, кој е мозокот на содржината, честопати е одделен од продуцентите и споделувачите.

---

[17] Haltiwanger, J. (2016). Trump Trolls Tell Hillary Clinton Supporters They Can Vote Via Text. Elite Daily. Достапно на https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338 [пристапено на 23/03/2018].



Слика 2: Три елементи на „информациски хаос“

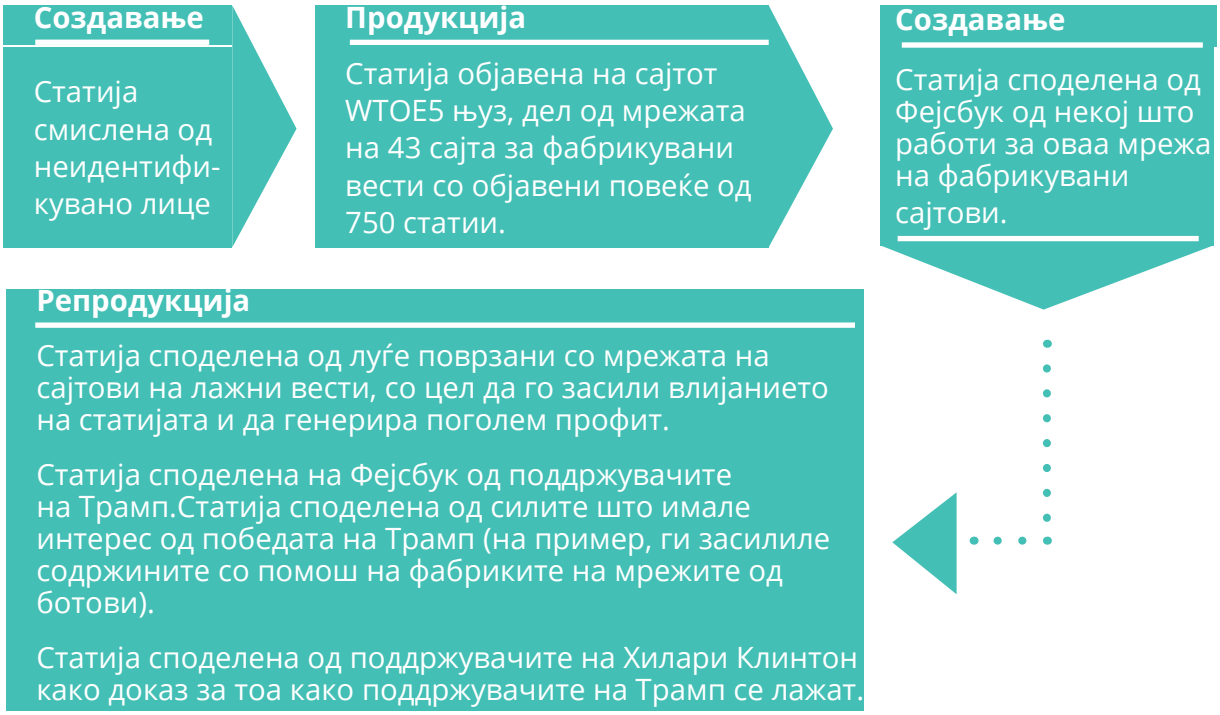
На пример, мотивацијата на мозокот што „создава“ една таква кампања на дезинформации спонзорирани од определена држава е целосно различна од мотивацијата на оние ниско платени „тролови“ што имаат задача да ги извртуваат темите на кампањата во конкретни постови. Штом еднаш пораката е дистрибуирана, таа може да се репродуцира и да се дистрибуира до бескрај, од многу различни актери, сите со различни мотиви. На пример, на социјалните медиуми објавите може да бидат дистрибуирани од неколку заедници, што доведува до пикирање и репродуцирање на пораката од страна на мејнстрим медиумите (кои работат без доволно контрола) и на тој начин да бидат дистрибуирани до други заедници. Само со дисецирање на „информацискиот хаос“ на овој начин можеме да почнеме да ги разбираме овие нијанси.[18]

	Актери: владите, единиците за психолошки операции, политичките партии, претприемачите, компаниите за односи со јавност, медиумите	**Софтверски решенија**
Креираат содржини - на пример, приказни, коментари, „лајкови“, видеа, мемиња	Често со скриена или украдена или лажна идентификација	Интерактивен интерфејс
Ги циркулираат содржините на пример, со споделување или со линкување	Користат ботови за помош	Ботови
Ги „уредуваат“ содржините: ги менуваат/коригираат, ги модерираат и ги чуваат	Преку хакирање и гејминг	Алгоритми

Табела: Рамка на токсичност – како може да се корумпира интегритетот на информациите

[18] Белешка од уредниците: во продолжение е даден графикон што може да се искористи

Примерот на сајтот што објави вирална приказна дека папата го поддржа претседателскиот кандидат Доналд Трамп е еден од најпознатите.[19] Тој пример е корисна студија на случај за размислување за различните фази на „информацискиот хаос“ (види Слика 3).



Слика 3: Фази на „информациски хаос“

Цели на модулот

- Да создаде попроникливи консументи на информациите што се наоѓаат на интернет, со тоа што ќе ги натера да размислуваат за широкиот спектар дезинформации и мисинформации;
- Да ги натера да размислуваат критички за луѓето (често анонимни или натрапници) што ги создаваат овие видови информации, какви формати се потребни, како може да се протолкуваат и како се шират;
- Да ги натера да ја сфатат комплексноста на „информацискиот хаос“, особено на потребата да се направи разлика помеѓу оние што ги создаваат овие видови информации, форматите што ги користат и начинот на кој публиката може да ги споделува овие пораки;
- Да бидат во можност да ги разгледаат тешкотиите со кои се соочуваме во однос на решавањето на предизвиците што произлегуваат од дезинформациите и мисинформациите;
- Да го истакнат прашање за тоа како „информацискиот хаос“ влијае врз демократските и отворените општества – разработени во претходниот модул.

[19] WTOE 5News (2016). Pope Francis shocks world, endorses Donald Trump for President, releases statement. [online] Достапно на: https://web.archive.org/web/20161115024211/http://wtoe5news.com/us-election/pope-francis-shocks-world-endorses-donald-trump-for-president-releases-statement/ [пристапено на 06/04/2018].

Резултати од учењето

До крајот на овој курс, учесниците ќе бидат во можност:

1. Да ги разберат начините на кои за оваа тема дискутирале и ја обликувале политичарите, медиумите и универзитетските професори.
2. Да разберат како нанесувањето штета и лажноста се начин на размислување за „информацискиот хаос“.
3. Да ги разберат различните типови мисинформации и дезинформации и да ги применат на различни примери.
4. Да размислуваат критички кога станува збор за пример на дезинформации, да ги разложат подетално на тоа кој ги иницираше и/или ги создаде, како изгледала пораката и како јавноста би можела да ја толкува.
5. Да објаснат некому зошто е важно внимателно да се размислува за ова прашање.

Формат на модулот

Теоретски предавања и практична работилница:

Слајдовите за овој Модул[20] се наменети за поддршка на интерактивна работилница со поширок формат.

Сепак, за целите на оваа програма, горниот текст е предложен како основа за теоретското предавање. Практичните вежби што се содржат во рамките на слајдовите се однесуваат на 90-минутен туторијал. Едукаторите треба да ги разгледаат слајдовите користејќи ги прашањата за дискусија и вежбите.

Вежба 1: Погледни ја Слика 4 во продолжение, каде што се објаснети „7 типа на дезинформации и мисинформации“. Во двојки или во мали групи, од учесниците може да се побара да дадат примери што влегуваат во овие категории.

[20] Слајдовите може да се спуштат од: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf

Слика 4: Седум категории на „информациски хаос“ - firstdraftnews.org

Вежба 2: Разгледајте го Веновиот дијаграм (Слика 1), каде што се објаснети разликите помеѓу мисинформациите, дезинформациите и малинформациите. Дали се согласувате со него? Што недостасува? Дали нешто би промениле?

Поврзување на планот со резултатите од учењето

А. Теоретски

Предавање	Број на часови	Резултати од учењето
Презентации и дискусија со учесниците: споделување на претходно стекнатото знаење за случаите на дезинформации или мисинформации со кои сте запознаени	90 минути	1

Б. Практичен

Предавање	Број на часови	Резултати од учењето
Вежба 1: Разгледајте ја Слика 4 каде што се објаснети типовите на дезинформации и, во двојки или во мали групи, најдете примери што може да се сместат во овие категории	45 минути	2

Вежба 2: Разгледајте ја Слика 1 каде што се објаснети разликите меѓу мисинформациите, дезинформациите и „малинформациите“. Дали се согласувате со сликата? Што недостасува? Дали нешто би промениле?	45 минути	3

Предлог-задача

Креирај книга на снимање (storyboard) за видео што определена компанија за социјални медиуми може да го стави на врвот на нивниот њузфид, со цел да ги едуцира своите корисници на што треба да внимаваат при консумирањето информации од сајтот. Учесниците можат да вклучат примери на дезинформации и мисинформации што ги сретнале во текот на овој модул за да ги потенцираат ризиците од едноставното „лајкување“, „споделување“ и коментирање на објави, каде што читателите не се сигурни дали информацијата е веродостојна или не. Тука може да најдете едноставна алатка за креирање книга на снимање: http://www.storyboardthat.com/

Материјали

Слајдови: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf

Литература

Berger, G. 2017. Fake news and the future of professional and ethical journalism. Presentation at conference organized by the Joint Extremism/Digital Europe Working Group Conference of the European Parliament on 6 September 2017 https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf

Busby, M. I. Khan & E. Watling (2017) *Types of Misinformation During the UK Election,* First Draft News, Достапно на https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/

Guy, H. (2017) *Why we need to understand misinformation through visuals,* First Draft News, Достапно на https://firstdraftnews.com/understanding-visual-misinfo/

Karlova, N.A. and Fisher, K.E. (2012) “Plz RT”: A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. Proceedings of the ISIC2012 (Tokyo). Достапно на https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf

Silverman, C. (2017) *This is How your Hyperpartisan Political News Get Made*, BuzzFeed News, Достапно на https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making*. Council of Europe. Достапно на https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) *One year on, we're still not recognizing the complexity of information disorder online*, First Draft News, Достапно на https://firstdraftnews.org/coe_infodisorder/

Zuckerman, E. (2017) *Stop Saying Fake News, It's Not Helping, My Heart's in Accra*, Достапно на http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/

ТРАНСФОРМАЦИЈА НА ИНДУСТРИЈАТА НА ВЕСТИ: ДИГИТАЛНА ТЕХНОЛОГИЈА, СОЦИЈАЛНИ ПЛАТФОРМИ И ШИРЕЊЕТО МИСИНФОРМАЦИИ И ДЕЗИНФОРМАЦИИ

од Џули Посети

МОДУЛ 3

Синопсис

Дигиталната ера е опишана како „златна доба на новинарството“[1]. Всушност, таа овозможи пристап до значајни податоци револуционерни во истражувачкото новинарство[2], нови модели на прекугранично колаборативно известување, како и пристап до скриеното богатство на знаења и различни извори достапни со еден клик на глувчето. Исто така, дигиталната ера донесе досега невидени предизвици и структурни промени во индустријата на вести. Новинарството е „на нишан“[3] и се соочува со виртуелна „совршена бура“ на конвергентни притисоци што се хранат со „информацискиот хаос“[4]. Тука се вклучени:

- Подемот на компјутерската пропаганда[5] и користењето на „недовербата како оружје“[6];
- Дигиталниот хаос во рекламирањето, кој предизвикува колапс на традиционалниот бизнис-модел на објавување вести, како и масовна невработеност;
- Неуспехот на дигиталното рекламирање во поддршка на новинарството како замена за печатените реклами (Гугл и Фејсбук во моментов се главните корисници на продажбата од дигиталното рекламирање)[7];
- Дигиталната конвергенција со која се трансформира нарачката на содржини, нивната продукција, објавување и дистрибуција, со што значително се зголемува притисокот од крајните рокови што резултира со дополнителна загуба на работни места;
- Онлајн злоупотребата насочена кон новинарите (особено новинарките), нивните извори и нивните публики[8];
- Социјалните медиуми што ја поставуваат јавноста во првите редови за откривање и дистрибуција[9] на содржини и на тој начин од неа прават

10 Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age UNESCO, Paris. p 104 http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf [пристапено на 01/04/2018]. (Citing ICIJ Director, Gerard Ryle).

2 Obermayer, B. & Obermaier, F. (2016). The Panama Papers: Breaking the story of how the rich and powerful hide their money, One World, London.

3 UNESCO (2018). World Trends in Freedom of Expression and Media Development 2017/2018. UNESCO, Paris. http://unesdoc.unesco.org/ images/0025/002597/259756e.pdf [пристапено на 29/03/2018].

4 Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Council of Europe, Op Cit. Note: the video recording of a panel discussion at the 2018 International Journalism Festival, convened by the chapter author, is a resource that instructors may wish to use for the operationalization of this module. https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fke-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity

5 Clarke, R. & Gyemisi, B. (2017). Digging up facts about fake news: The Computational Propaganda Project. OECD. http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm [пристапено на 01/04/2018].

6 UNESCO (2017). States and journalists can take steps to counter ‘fake news’. UNESCO, Paris. https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news [пристапено на 29/03/2018].

7 Kollewe, J. (2017). Google and Facebook bring in one-fifth of global ad revenue The Guardian, May 2nd 2017.

8 Види Модул седум.

9 Nielsen, R.K. & Schroeder, C. K. (2014). The Relative Importance of Social Media for Accessing, Finding and Engaging With News in Digital Journalism, 2(4) http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420 [пристапено на 29/03/2018].

соработник во продукцијата на вести (што нуди многу придобивки, но истовремено ја дестабилизира моќта на традиционалните медиуми како чувари и влијае врз стандардите за проверка и потврдување на информациите[10]);

- Очекувањата на јавноста за вести „на барање", добивањето вести на мобилните уреди и ангажманот на социјалните медиуми во реално време дополнително го зголемува притисокот врз професионалците што работат во индустријата на вести, а кои се соочуваат со намалени ресурси во циклусот на вести што никогаш не престанува;
- Издавачите на вести што се борат да ја задржат публиката со отстранување на пречките за објавување, охрабрување на сите лица или ентитети да произведат содржини, преку заобиколување на традиционалните „вратари", со што се натпреваруваат за внимание – вклучувајќи ги моќните политичари што сакаат да го поткопаат кредибилитетот на оние што се занимаваат со критичко известување[11];
- Ограниченото влијание и профитабилноста на многу новоформирани медиуми што се само дигитални и кои ги пополнуваат празнините што зад себе ги остава неуспехот на весниците;
- Ерозијата на доверба во новинарството и мејнстрим медиумите предизвикува публиката дополнително да се исипува, а со тоа дополнително се намалува профитот и се потпалува ширењето на „информацискиот хаос".

Како резултат на тоа, границата меѓу фактите, забавата, рекламата, лагата и фикцијата сè повеќе се замаглува. И кога дезинформациите и мисинформациите се објавуваат, системот за дистрибуција на социјални вести, кој зависи од споделувањето меѓу пријателите, често ги прави содржините вирални и на тој начин станува невозможно да се повлечат, дури и доколку новинарите и другите проверувачи на факти успешно ги разобличат.

Овој модул ќе ги информира учесниците за тоа како колапсот на многу комерцијални бизнис-модели на медиуми во дигиталната ера, во комбинација со процесите на дигитална трансформација и појавата на социјалните медиуми, овозможи легитимизирање и вирално ширење на дезинформациите и мисинформациите[12]. Во исто време, овој модул ќе им помогне на учесниците

[10] Posetti, J. & Silverman, C. (2014). When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification in Posetti (Ed) Trends in Newsrooms 2014 (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [пристапено на 29/03/2018].

[11] Cadwalladr, C. (2017). Trump, Assange, Bannon, Farage... bound together in an unholy alliance, The Guardian, October 28th 2017. https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance [пристапено на 29/03/2018].

[12] Posetti, J. & Silverman, C. (2014). op cit.

критички да ги анализираат одговорите на медиумите на „информацискиот хаос“. Покрај тоа, модулот треба да ги информира присутните за добрите практики на новата индустрија за справување со проблемот.

Резиме

Демистифицирање на прашањата

Структурните причини зад „информацискиот хаос“ што влијаат врз индустријата на вести

I) Уривање на традиционалните бизнис-модели

Брзиот пад на традиционалните приходи од рекламите – моделот на финансирање што го поддржуваше комерцијалното новинарство речиси два века – и неуспехот на дигиталното рекламирање да генерира доволно профит, доведоа до ера на сè почесто експериментирање со цел да се направи новинарскиот бизнис одржлив. Сепак, колапсот на индустријата на вести само се забрза, со остриот пад на весниците, драматичното реструктурирање и масовните отпуштања што сега претставуваат заедничко циклично искуство на редакциите од дигиталната ера. Промените во однесувањето на медиумските консументи и пролиферацијата на социјалните медиуми, заедно со пристигнувањето на пристапните паметни телефони со апликации, предизвика исипување на публиката од традиционалните новинарски производи и размена на информациите од човек-на-човек, што дополнително ги намали приходите.

Влијанијата што се однесуваат на „информацискиот хаос“ вклучуваат:

- Намалување на ресурсите (персонал и буџети) на редакциите, што доведува до сè помала контрола на изворите и информациите, како и намалување на известувањето „од терен“;
- Зголемен притисок за запазување на роковите во комбинација со процесите со намалена контрола на квалитетот и губењето на работните места, паралелно со зголемената побарувачка за произведување содржини, продолжува со цел да се наполнат страниците и каналите на социјалните медиуми;
- Помалку време и ресурси на „механизмите за заемна контрола“ (вклучувајќи проверка на фактите и уредување од репортерите);

- Преголемо потпирање на лошо идентификуваното, но профитабилно „изворно рекламирање“[13] и на „кликбејт“ насловите што создаваат дополнителен ризик за понатамошно еродирање на довербата на јавноста.

ii) Дигитална трансформација на редакциите и раскажувањето на приказните

Деценијата од 2000-та година го стресе поголемиот дел од светот на медиумите[14], подемот на дигиталната ера влијаење на моделите и процесите на креирање, дистрибуција и консумирање на вестите. Таа ера со себе донесе тандем на невидени можности и предизвици. Дигиталната трансформација на индустријата на вести и новинарскиот занает сега се сфаќаат како постојан процес што се одвива паралелно со промената на однесувањето на јавноста (на пример, хоризонтална дистрибуција на содржините, обезбедување пристап на барање) и технологијата (како појавата на социјалните медиуми, доаѓањето на виртуелната реалност, вештачката интелигенција и зголемената достапност на паметните телефони).[15] Затоа има постојана потреба од унапредување на дигиталните способности.

Влијанијата поврзани со „информацискиот хаос“ вклучуваат:

- Конвергенција на медиумите: многу новинари денес имаат задача да произведат содржини за повеќе платформи истовремено (од мобилни до печатени), што дополнително го намалува времето оставено на располагање за проактивно известување, за разлика од реактивниот режим како што е репродукцијата на содржини за односите со јавност без соодветна контрола.[16]
- Од новинарите сè повеќе се бара да уредуваат и да објавуваат свои содржини без соодветна ревизија.
- Роковите што се однесуваат на објавување на дигиталните содржини се „сега“, што го зголемува ризикот од грешки.
- Објавувањето на социјалните мрежи е вообичаено, а репортерите ги објавуваат своите приказни на своите лични профили на социјалните

---

13 Изворно рекламирање (Native Advertising) е поим што се користи во медиумската индустрија и се однесува на платена содржина што го имитира известувањето. Јасното обележување на содржината како „платена“ се смета за етичка практика, но стравот дека со тоа ќе се одврати публиката од читање на содржината, резултираше со отсуство на транспарентност во определени случаи.

14 Nielsen, R. K. (2012). The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [пристапено на 29/03/2018].

15 За детална глобална анализа на дигиталните медиумски трендови, види: Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ) Digital News Report. The 2018 edition is достапно на: http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/

16 Види студија на случај на Australian Community Media (ACM): Robin, M. (2014). Who needs subs? Fairfax turns to reporter-only model Crikey. https://www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-subs-fairfax-turns-to-reporter-only-model/ [пристапено на 29/03/2018]. (Note: this method is now entrenched across Fairfax Media's regional, rural and community publications).

медиуми и/или на профилите на нивните издавачи, со цел да ги задоволат барањата на јавноста за вести во реално време. Практиките вклучуваат „твитање (tweeting) во живо“, „Фејсбук-видеа во живо“ и други новинарски дела за кои не е потребен уредувачки надзор (слично на пренос во живо), што може да резултира со промена на менталниот склоп во „првин објави па провери“.

- Потпирање на рудиментирана анализа на податоци, кои се фокусираат на бројот на кликови на статиите и посетителите на веб-сајтот наместо „минути на одвоено внимание“ и „поминато време“ (покорисни маркери кога станува збор за подолгите форми на квалитетно новинарство) кои се користат за да се оправдаат повисоките цени за сè поограниченото дигитално рекламирање со ниска цена.
- Практиките на кликбејт сајтовите (како употреба на лажни наслови за примамување на читателите да кликнат на линкот под лажниот изговор) имаат за цел да ја зголемат посетеноста на сајтот, но тие се поврзани со ерозија на довербата во професионалното новинарство.
- Желбата за виралност наспрема квалитет и точност. Ова е проблем што веројатно ќе се влошува со „машинското учење“.
- Подемот на одделенијата за проверка на факти во редакциите и како крајни производи од проектите за медиумски развој.

iii) Виралност: како дезинформациите се шират брзо во новиот екосистем на вести

а) Подемот на публиката

Дигиталната ера ги отстрани бариерите за објавување[17] и ја најави „промената на алатките за продукција на луѓето што порано беа познати како публика“,[18] кои станаа копродуценти на содржини, вклучувајќи ги и вестите – функција и практика што се опишува како „прод-употреба“ (produsage)[19]. Претходно публиката се градеше преку имејл-кореспонденција и на чет пред појавата на социјалните медиуми, кои драстично го засилија нивниот домет.

б) Доаѓањето на социјалните медиуми

Во многу земји, до крајот на 2000-тите, Фејсбук и Твитер се приклучија на Јутјуб како главни платформи на социјалните медиуми, кои влијаеја врз практиките

[17] Gillmor, D. (2004). We, the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People (O'Reilly). http://www.authorama.com/we-the-media-8.html [пристапено на 29/03/2018].

[18] Rosen, J. (2006). The People Formerly Known as the Audience, PressThink blog (June 27th, 2006). http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [пристапено на 29/03/2018].

[19] Bruns, A. (2008). Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage. Peter Lang, New York. See also: Bruns A (2006) Collaborative Online News Production. Peter Lang, New York.

и врз професионалниот идентитет на новинарите (особено во однос на проверката, ангажирањето на публиката, и судирот на личната и јавната сфера на социјалните платформи[20]), како и дистрибуцијата на содржини. Со формирањето мрежи од поединци изградени околу довербата, дистрибуцијата на содржини на хоризонтално ниво, особено на Фејсбук, почна да ги преиспитува традиционалните методи на ширење содржини.

Корисниците ги уредуваат своите содржини – вклучувајќи ги содржините од вестите, новинарите и другите релевантни обезбедувачи на информации – без посредство. Како резултат на дистрибуцијата преку „мрежите од доверба“ (корисниците и пријателите), неточните, лажните, злонамерните и пропагандните содржини маскирани како вести добија ветер во грбот. Истражувачите откриja дека постои поголема веројатност емотивните содржини и содржините споделени од пријателите или членовите на семејствата да бидат споделувани на социјалните медиуми[21].

Додека новинарите и медиумските организации го најдоа своето место во овие платформи во насока на собирање вести, ангажманот на јавноста и дистрибуцијата на содржината (потребно е да бидат онаму каде што би биле активни нивните публики) доведе до појава на „филтер-балони“[22] или „ехо-кабини“[23] (и покрај фактот што тие не се толку херметички затворени или изолирани како што се смета). На овој начин се намали изложеноста на многу поединци на алтернативните погледи и проверените информации. Овој развој го засили ризикот поврзан со „информацискиот хаос“.

Предноста на новинарството поддржано од вмрежена публика е способност за краудсорсинг (crowdsource) од различни извори, кои се обврзуваат да соработуваат во верификацијата[24] (корисно за да се исправат мисинформациите, да се разобличат дезинформациите и да се посочат малициозните учесници) и во градењето лојална публика (поддржана преку директниот ангажман меѓу новинарот како актер од една страна и консументот на вестите).[25] Исто така, на овој начин се поттикнува публиката да одговори со цел да се исправат фактите каде што новинарите можеби имаат грешка, или да се придонесе преку заедничко

20 Posetti, J. (2009). Transforming Journalism...140 Characters at a Time Rhodes Journalism Review 29, September 2009. https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=3125&context=lhapapers [пристапено на at 29/03/2018].

21 Bakir, V. & McStay, A. (2017) Fake News and the Economy of Emotions Digital Journalism (Taylor and Francis) July, 2017. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645 [пристапено на 29/03/2018].

22 Забелешка: Филтер балоните се однесува на појавата на салони во кои се наоѓаат луѓе кои имаат слични ставови и мислење како резултат на фактот што алгоритмите сервираат содржина прилагодена на преференциите на корисниците c.f. Pariser, E. (2012). The Filter Bubble. Penguin and Random House,A New York.

23 „Ехо кабини“ се однесува на ефектите од потврдувањето на пристрасноста на луѓето од други кои имаат слични ставови со нив на социјалните медиуми, а за „пристрасното потврдување“ повеќе во Модул 5.

24 Garcia de Torres, E. (2017). The Social Reporter in Action: An Analysis of the Practice and Discourse of Andy Carvin in Journalism Practice, 11(2-3). https://www.tandfonline.com/doAi/abs/10.1080/17512786.2016.1245110 [пристапено на 29/03/2018].

25 Posetti, J. (2010). Aussie #Spill Breaks Down Barriers Between Journalists, Audience PBS Mediashift, May 24th, 2010. http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/ [пристапено на 29/03/2018].

истражување. Мрежно поврзаната јавна сфера, исто така, им помага на новинарите и на публиката да ги заобиколат произволните ограничувања и цензура (на пример, мноштвото „спин-доктори“), кои може да го ограничат пристапот до информации и отворените општества.

Ангажирањето на новинарите со публиката и изворите на информации преку каналите на социјалните медиуми, исто така, може да се гледа како нова функција во рамките на одговорноста што помага на саморегулацијата. Овие интеракции им овозможуваат на новинарите јавно и брзо да одговорат на валидните критики на нивната работа за да ги поправат грешките веднаш и да ја зголемат транспарентноста во нивната практика со „изработка на содржина од самиот процес“.[26]

Негативните страни вклучуваат:

- Зголемена веројатност за појава на дезинформации и мисинформации, кои вирално се дистрибуираат засилени со „мрежите на доверба“[27] и емоционалните реакции (на пример, поради пристрасното потврдување). (Види Модул 5)
- Способност на владите и на други агенции да ги заобиколат испитувањата и верификацијата на медиумите преку „директно обраќање до јавноста“ за да се избегне контрола. Постојат докази за зголемено манипулирање со моќта на социјалните медиуми од оние што сакаат да влијаат врз изборните резултати и јавните политики.[28]
- Веројатноста за споделување на сензационалните информации е поголема.[29]
- Неможноста лесно да се повлечат или да се коригираат дезинформациите и мисинформациите откако вирално ќе се прошират – без оглед на откривањето или известувањето со цел да се разобличи лагата, нема целосно да го елиминира влијанието на фабрикуваните приказни, злонамерните мемиња, пропагандистичкото видео маскирано

---

26 Posetti, J. (2013). The ‘Twitterisation’ of investigative journalism in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), Journalism Research and Investigation in a Digital World (стр. 88-100): Oxford University Press. Достапно на http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers

27 Мрежи на доверба (Trust networks) се мрежи на луѓе што споделуваат информации на интернет врз основа на воспоставени врски на меѓусебна доверба (на пример, групи на семејство или пријатели) на непосреден начин, хоризонтално. Истражувањата постојано потврдуваат дека поголема е веројатноста корисниците на социјалните мрежи да споделуваат информации што произлегуваат од таквите „мрежи на доверба“ без оглед на тоа дали тие информации се точни или верификувани.

28 Freedom House (2017). Freedom of the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy Freedom House. https://freedomhouse.org/article/new-report-freedom-net-2017-manipulating-social-media-undermine-democracy [пристапено на 29/03/2018]. Види Cadwalladr, C. (2018). I made Steve Bannon’s Psychological Warfare Tool: Meet the data war whistleblower, The Guardian/Observer https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump [пристапено на 31/03/2018].

29 Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter in Journalism Studies (Taylor and Francis) March, 2017. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20 [пристапено на 29/03/2018].

како вести, или погрешниот извештај предизвикан од неуспехот на верификацијата.

- Потребата условена од побарувањето за инстантно објавување на социјалните платформи, може да доведе до ненамерно споделување дезинформации и мисинформации или материјали од невистинити извори.[30]
- Ниско ниво на медиумска и информатичка писменост и вештините за верификација во поширокото општество. Тоа значи дека во многу случаи, генералните корисници на социјалните медиуми не се доволно подготвени да утврдат дали содржината е автентична пред да ја споделат.
- Ризик од поткопување на слободата на изразување од страна на државите преку неоправдана цензура и затворање на медиумите како одговор на итните проблеми наведени погоре.
- Појава на филтер-балоните што теоретски ги потврдуваат предрасудите и ја намалуваат изложеноста на квалитетни, проверени информации.
- Ризикот од новинарска практика со лош квалитет што дополнително ќе ја деградира почитта што публиката ја има за професијата и ќе им даде легитимитет на нападите врз медиумите од страна на оние што сакаат да ги замолчат критичарите.
- Ризик од збунување на јавноста околу тоа што претставуваат вестите и како се тие различни од дезинформациите маскирани како вести.[31]
- Недоволна подготвеност на редакциите за справување со дезинформациите и потреба од редакциски тимови на социјалните медиуми за развивање на ажурираните стратегии за подобро справување со проблемот.[32]

в) Подемот на платформите

Уредничката на Гардијан, Кетрин Винер, оцени дека „Фејсбук стана најбогатиот и најмоќниот издавач во историјата, со тоа што ги замени уредниците со

---

30 Posetti, J. (2009). Rules of Engagement For Journalists on Twitter PBS Mediashift, June 19th 2009. http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/ [пристапено на 29/03/2018].

31 Nielsen, R. K. & Graves, L. (2017). "News you don't believe": Audience Perspectives on Fake News Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet (RISJ, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf [пристапено на 29/03/2018].

32 Elizabeth, J. (2017) After a Decade, It's Time to Reinvent Social Media in Newsrooms, American Press Institute https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/ [пристапено на 29/03/2018].

алгоритми".[33] Социјалните платформи се поздравуваа како „новите чувари"[34], иако и понатаму остануваат неподготвени да ја прифатат одговорноста за пропустите согласно со традиционалното издавање вести – вклучувајќи ја проверката и уредувањето – и покрај донесувањето одлуки за цензурирање некои содржини на начин на кој се поткопува слободата на медиумите.[35] Напорите на платформите за решавање на дезинформациите и мисинформациите брзо се развиваат, но нивниот отпор кон а) соодветно реагирање, на глобално ниво, и б) преземање одговорност за општествените и демократските ризици, како што тоа го прават редакциите, остава простор тие да се користат како фабрики за „информациски хаос" и онлајн злоупотреба.[36]

Функцијата на алгоритамот на Фејсбук во дистрибуирањето на вестите и ширењето на дезинформациите, особено во земјите во развој, е под надзор од 2016 година[37], особено во контекст на компјутерската пропаганда, која влијае врз голем број отворени платформи на социјалните медиуми.[38] Меѓутоа, по првичните заложби и акции во партнерство со организациите за вести и новинарските академски средини за справување со кризата, вклучувајќи ги и потезите за објавување сигурни содржини и посочувањето на лажните постови, Фејсбук драматично се повлече од оваа функција во јануари 2018 година.[39] Промената од отворени во позатворени социјални медиумски системи за ангажирање на јавноста веројатно ќе следува со нов сет импликации за дистрибуција на вести и одржливост на квалитетот на новинарството. Исто така, постојат дополнителни ризици за создавање филтер-балони и вирално ширење дезинформации.[40] Тука се вклучени и прашањата во врска со алгоритмите на пребарувачите како Гугл, за кои компанијата призна на почетокот на 2018 година дека имаат тенденција да го зајакнат пристрасното потврдување. Во времето на пишувањето на овој прирачник, од Гугл изјавија дека работат на проблемот: „Честопати постојат

---

33 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis The Guardian, November 17th, 2017. https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis [пристапено на 29/03/2018].

34 Bell, E. & Owen, T. (2017). The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism Tow Center for Digital Journalism. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [пристапено на 29/03/2018].

35 Hindustan Times (2016). Facebook Says Will Learn From Mistake Over Vietnam Photo. http://www.hindustantimes.com/world-news/ facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3iX6lKgmwaIGZeKlyN.html [пристапено на 29/03/2018].

36 Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment, The Conversation, June 29th 2017. https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271 [пристапено на 29/03/2018].

37 Finkel, Casey & Mazur (2018). op cit.

38 Grimme, C., Preuss, M., Adam, L., & Trautmann, H. (2017). Social Bots: Human-Like by Means of Human Control?. Big Data 5(4) http://comprop.oii.ox.ac.uk/publishing/academic-articles/social-bots-human-like-by-means-of-human-control/ [пристапено на 29/03/2018].

39 Wang, S., Schmidt, C. & Hazard, O. L . (2018). Publishers claim they're taking Facebook's newsfeed changes in their stride - is the bloodletting still to come? NiemanLab. http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-news-feed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/ [пристапено на 29/03/2018].

40 Alaphillippe, A. (2018). Facebook's Newsfeed Changes Are Probably Going to be Great for Fake News, The Next Web. https://thenextweb.com/contributors/2018/01/2018/facebooks-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/ [пристапено на 29/03/2018].

легитимни различни перспективи што ги нудат издавачите и ние сакаме да им обезбедиме на корисниците видливост и пристап до овие перспективи од повеќе извори."[41]

Последиците од „информацискиот хаос" за новинарството и за индустријата на вести:

- Понатамошна ерозија на довербата во брендовите на вести, новинарството и одделните новинари што споделуваат неточни, измислени или лажни информации.
- Спротивставеност на квалитетот на известување со дезинформациите и лошо означените изворни (платени) содржини во рекламирањето кои имаат за цел да ги имитираат вестите, зголемување на општата недоверба.
- Дополнителен притисок врз бизнис-моделот на новинарството: јавноста веќе не може да се потпре на медиумите во време на криза и катастрофа со верба дека ќе добие сигурни, проверени информации, кои се споделени во нивен интерес. Таквата доверба подразбира лојалност кон некој бренд на вести – што е од суштинско значење за градење каков било одржлив бизнис-модел на вести.
- Слабеење на улогата на новинарите како агенти што се отчетни (на пример, преку истражувачкото новинарство), што има домино ефект на поширокото општество.
- Репресија (понекогаш оправдана и потребна за искоренување на „лажните вести") која ги поткопува правата за слобода на медиумите и слобода на изразување, вклучувајќи исклучување на интернетот, блокирање на платформите и цензура.
- Малициозно таргетирање новинари (особено новинарки) од креаторите на дезинформации што користат онлајн вознемирување за да го дискредитираат критичкото известување, заедно со намерните обиди да ги заробат новинарите во дистрибуција на дезинформации и мисинформации.[42]

Нова практика на индустријата: како новинските организации ги покриваат „лажните вести" и се справуваат со „информацискиот хаос"

Проблемите и ризиците наведени во текстот бараат професионална претпазливост, посветеност на етичките принципи, високите стандарди за

[41] Hao, K. (2018). Google is finally admitting it has a filter bubble problem, Quartz. https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/ [пристапено на 29/03/2018].

[42] Види детална анализа во Модул седум.

известување и проверка (вклучувајќи ги и колаборативните методи за проверка) и на информациите и на изворите, паралелно со активното откривање, и креативните начини на известување за проблемот.

Во продолжение се дадени неколку примери за напорите на новинските организации и самостојните репортери во покривањето на приказната, со вклучување на јавноста во унапредување на медиумската писменост и справувањето со дезинформациите:

- Употребата на Инстаграм-приказни на Гардијан (Guardian) за спречување на ширењето дезинформации, со кратки видеа дизајнирани за ангажирање на младата популација https://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/ (Види исто така: Интерактивен квиз на Гардијан за „лажните вести“ https://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz)
- Користењето на истражувачкото новинарство и анализата на големите количини податоци (big data) на Раплер (Rappler) во откривањето пропагандистички „сокпапет“ мрежи што влијаат врз демократијата на Филипините https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet
- Употребата на засилено известување преку објаснување на проблемот на Њујорк тајмс (New York Times) со користење на пристапот на студија на случај: https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html
- Посветеноста на Колумбија џрнализам ривју (Columbia Journalism Review) на анализата на проблемот преку рефлексија: https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php
- Водичот за новинарите за справување со негирањето на климатските промени на Гардијан Австралија (Guardian Australia): https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected
- Јапонската соработка меѓу новинарите и академските кругови за откривање на неправилностите во текот на парламентарните избори во 2017 година изградена врз принципите на мошне успешниот проект за вкрстена проверка на фактите од изборите во Франција истата година: http://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/
- Во САД, Елекшнленд (Electionland) е интересен пример на соработка, која вклучува едукатори по новинарство и студенти: https://www.propublica.org/electionland/[43]

[43] Забелешка на уредникот: CrossCheck и Electionland се дел од феноменот на времени иницијативи во форма на партнерство, за справување со дезинформациите за време на изборите. Таквите „инстантни“ („pop-up“) партнерства може да претставуваат важен феномен, кој компензира за отсуството или за релативната слабост или изолација на постојните институции за проверка на факти.

- Глобално истражувачко покривање на скандалот со Кембриџ аналитика (вклучувајќи ги Обсервер и Гардијан, Канал 4 вести и Њујорк тајмс) и начинот на кој Вокс медија (Vox Media) умешно и стручно ја објасни комплексната приказна на публиката: а. https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/17141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller б. https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/17151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram
- Искористувањето на моќта на публиката на Квинт (Quint) во справувањето со ширењето дезинформации на WhatsApp во Индија, а нивното креативно уредување на проверените содржини на апликацијата: https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire [44]

Се охрабруваат инструкторите да додадат и други примери од регионот и на јазиците на слушателите.

Исто така, значајни се и стратегиите на професор Чарли Бекет за зајакнување на практикувањето етичко новинарство во ерата на „лажни вести“. Тој вели дека новинарите треба:

- Да поврзуваат – да бидат достапни и присутни на сите платформи;[45]
- Да уредуваат – да им помогнат на корисниците да најдат добра содржина насекаде;
- Да бидат релевантни – да го користат јазикот на корисниците и креативно да слушаат;
- Да бидат експерти – да додадат вредност, увид, искуство, контекст;
- Да бидат искрени – да ги проверуваат фактите, да балансираат и да бидат точни;
- Да бидат човечни – да покажуваат емпатија, разновидност, да бидат конструктивни;
- Да бидат транспарентни – да ги покажат изворите, да бидат отчетни и да бидат отворени кон критиките.[46]

---

[44] Забелешка: За истражувањата што ја проверуваат улогата на апликациите за чатување во дистрибуцијата на дезинформациите види: Bradshaw, S & Howard, P. (2018). Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Working Paper 2018.1. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda: http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf [пристапено на: 20/8/18].

[45] Забелешка: уредниците разбираат дека не е возможно сите новинари сами да работат на сите платформи. Сепак, можеби би било од корист редакциите да назначат определени новинари на новите влијателни платформи покрај моменталните високопрофилни Твитер, Фејсбук и Инстаграм.

[46] Beckett, C. (2017). op cit.

Цели на модулот

- Да поттикне разбирање меѓу учесниците за структурните причини одговорни за слабеењето на индустријата на вести, од една страна, а од друга страна, за движечките сили што ги туркаат дезинформациите и мисинформациите;
- Да им овозможи на учесниците критички да ги анализираат одговорите на индустријата на вести за феноменот на „информациски хаос“;
- Да се разбере и да се критикува улогата на платформите во создавањето и засилувањето на дезинформацискатa криза;
- Да се учи од новите добри практики меѓу новинарите, а новинските организации ефективно да реагираат на кризите.

Резултати од учењето

До крајот на овој модул, учесниците треба да бидат способни:

1. Критички да ги оценуваат структурните причини и далекосежните последици од активностите на медиумите во известувањето и дистрибуцијата на лажни информации;
2. Да ја разберат и да ја критикуваат улогата на технологијата и „новите чувари“ (т.е. платформи) во овозможувањето вирална дистрибуција на дезинформациите и мисинформациите претставени како вести;
3. Да ги идентификуваат најдобрите практики во индустријата на вести за ловење и борба против дезинформациите.

Формат на модулот

Овој модул е наменет за предавање лице в лице, или онлајн. Предвидено е да се изведува во два дела: теоретски и практичен.

Поврзување на планот со резултатите од учењето

А.Теоретски

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
Интерактивно предавање и сесија со прашања и одговори предадена на традиционален начин или преку платформа на вебинар, со што се олеснува учеството од далечина. Содржината на предавањето може да биде составена од теоретски дел и од примерите дадени во текстот. Сепак, предавачите се охрабруваат да вклучат културолошки/локално релевантни студии на случај во изведувањето на овој модул. Резултатите од учењето ќе бидат особено корисни доколку предавањето се одржува во форма на панел-дискусија со експерти, новинари, уредници и со претставници на платформите поканети да учествуваат во дискусијата што ја модерира предавачот или инструкторот со директен ангажман и вклучување на учесниците во рамките на сесијата со прашања и одговори.	60 - 90 мин.	1, 2, 3

Б. Практичен

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
Работилница/туторијал што може да се изведува во традиционален амбиент на училница, или преку платформа за учење како Мудл (Moodle), Фејсбук-групи или други сервиси што овозможуваат онлајн учество на далечина. Вежбите на работилницата/туторијалот може да го имаат следниов формат. Групите да бидат поделени во работни групи од 3 до 5 учесника. Секоја група треба:	90 - 120 мин.	1, 2, 3, 4

i. Да добие студија на случај, кој се однесува на известување од новинска организација или несвесна дистрибуција на мисинформации/дезинформации. ii. Заедничко проценување на материјалот, истражување на потеклото на информациите и контекстот на погрешното известување (на пример, дали станувало збор за најнови вести); дискутирајте за можните причини зад инцидентот (обрнете внимание на структурните фактори, како, на пример, намалување на бројот на вработени во редакцијата и улогата на социјалните медиуми); дискутирајте за сопствените искуства кога самите сте биле излажани од некакви дезинформации. iii. Колективно напишете резиме од 250 збора од нивните анализи на можните причини за објавување, идентификувајте три работи кои новинарот/ите или новинските организации би можеле да ги направат поинаку за да спречат објавување лажни информации. Ова може да се направи со помош на Google Docs или слична алатка за заедничко уредување, по што изработените документи треба да му се достават на предавачот/туторот на разгледување.	90 - 120 мин.	1, 2, 3, 4

Предлог-задача

Студија на случај (2.000 збора). Најдете три студии на случај (вклучувајќи и една од вашата земја/регион), кои вклучуваат дистрибуирање или истражување случај на дезинформации од некоја новинска организација. Деконструирајте го секој пример (разговарајте за причините и за последиците од објавувањето на мисинформации/дезинформации) и екстраполирајте ги научените лекции од секоја студија на случај (Забелешка: учесниците треба да изберат нови примери – не оние што се дадени за дискусија на работилницата поврзана со овој модул).

Литература

Bakir, V. & McStay, A. (2017). *Fake News and the Economy of Emotions in Digital Journalism* (Taylor and Francis). http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645 [пристапено на 29/03/2018].

Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism* Tow Center for Digital Journalism, March 29th, 2017. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [пристапено на 29/03/2018].

Ireton, C. (Ed) (2016). *Trends in Newsrooms 2016* (WAN-IFRA, Paris). https://www.wan-ifra.org/reports/2016/06/14/trends-in-newsrooms-2016 [пристапено на 29/03/2018].

Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter* in Journalism Studies (Taylor and Francis) http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20. [пристапено на 29/03/2018].

Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [пристапено на 29/03/2018].

McChesney, W. & Picard, V. (Eds) (2011). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix it.* The New Press, New York.

Mitchell, A., Holcomb, J. & Weisel, R. (2016). *State of the News Media* Pew Research Centre. http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf [пристапено на 29/03/2018].

Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism…140 Characters at a Time Rhodes Journalism Review 29*, https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=3125&context=lhapapers [пристапено на 29/03/2018].

Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* in S. Tanner & N.Richardson (Eds.), Journalism Research and Investigation in a Digital World (pp.88-100): Oxford University Press, Melbourne. http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers [пристапено на 20/03/2018].

Posetti, J. & Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification* in Posetti (Ed) Trends in Newsrooms 2014 (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [пристапено на 29/03/2018].

Posetti, J. (Ed) (2015). *Trends in Newsrooms 2015* (WAN-IFRA, Paris). https://www.wan-ifra.org/reports/2015/06/02/trends-in-newsrooms-2015, (See also Trends in Newsrooms 2014) [пристапено на 29/03/2018].

RISJ (2018). *Digital News Report 2018* (University of Oxford). http://www.digitalnewsreport.org/about-us-2018/ [пристапено на 29/06/2018].

Silverman, C. (2015). *Lies, Damn Lies and Viral Content*. Tow Center for Digital Journalism. http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_ Silverman_ TowCenter.pdf [пристапено на 29/03/2018].

Society of Climate Change Reporters (2016). *Climate Change: A Guide to Information and Disinformation* http://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview [пристапено на 29/03/2018].

UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter 'fake news'*. https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news [пристапено на 29/03/2018].

БОРБА СО ДЕЗИНФОРМАЦИИТЕ И МИСИНФОРМАЦИИТЕ ПРЕКУ МЕДИУМСКА И ИНФОРМАЦИСКА ПИСМЕНОСТ (МИП)

од Магда Абу-Фадил

МОДУЛ 4

Синопсис

Овој модул ги запознава студентите со концептот на медиумска и информациска писменост[1] (МИП) за да ги разберат вестите како средство за откривање на „информацискиот хаос“ во очигледните и во потсвесните пораки. МИП е сеопфатен концепт што го користи УНЕСКО за да укаже на меѓусебната поврзаност на надлежностите генерално околу информациите и конкретно во врска со медиумите. Тоа се однесува на писменоста за човековите права (особено за правото на слобода на изразување како правото на секој човек да бара, да добива и да дава информации и мислења); писменост за вестите (вклучувајќи ја и писменоста за новинарските стандарди и етика); писменост за рекламите; компјутерската писменост; разбирање на поимот „економија на вниманието“; интеркултурна писменост; писменост за приватноста итн. Тука е вклучено и поимањето на интеракцијата на комуникациите со индивидуалниот идентитет и социјалниот развој. МИП сè повеќе станува вештина што е од суштинско значење за животот – потребна за да се разбере како се дообликува идентитетот и како може човек да навигира низ информацискатa магла и да ги избегне скриените мини во матните води. МИП е тука да информира за нашето консумирање, продуцирање, откривање, евалуирање и споделување на информациите, за нашето поимање на самите себе како и на другите во информацискoто општество.

Под писменост за вести се подразбира јазикот и процесот на создавањето на вестите како жанр и препознавањето на начините на кои тие може да бидат употребувани со малициозни намери. Колку и да е ова важно, сепак мала е веројатноста само по себе да се создаде целосна отпорност на дезинформациите во руво на вестите, затоа што луѓето комуницираат не само со главите туку и преку самите вести. Оттука, МИП, исто така, треба да вклучува и подигнување на свеста кај поединците за начинот на кој тие реагираат на содржините во вестите и нивните предиспозиции за давање или недавање кредибилитет на информациите, дури и независно од жанрот.

МИП затоа треба, во основа, да им даде на поединците увид во сопствениот идентитет – кои се тие, и во што се претвораат, и како тоа влијае на нивното ангажирање со вестите и со другите видови комуникација. Целта на овој модул е да им помогне на учесниците да ги препознаат и да ги разликуваат различните видови новинарство, од една страна, и информациите што наводно се претставуваат дека се новинарство, од друга страна. Таквото оснажување им овозможува на поединците да бидат господари на својот идентитет и да препознаат и да се спротивстават кога се изманипулирани кога станува збор за дезинформации маскирани во вести.

[1] https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy [пристапено на 16/06/2018].

Учесниците ќе научат како да ја развијат и да ја користат рамката на вештините за критичко размислување „Намерно рефлексивно расудување“[2] која вклучува користење анализа, интерпретација, евалуација, саморегулирање, заклучување и објаснување.

Учесниците поминуваат низ чекорите за анализа на печатените вести, емитуваните вести (радио и телевизија), онлајн и социјалните медиуми, преку деконструкција на пораките во нивните составни делови, како и преку откривање на изворите и нивниот кредибилитет (или недостаток на кредибилитет).

Тие ќе научат дека автентичните вести не се наука туку се вградени во приказни, кои, иако се различни, генерално се придржуваат до професионалните методи и етика, кои помагаат да се намалат грешките при што секако се избегнуваат измислиците. Новинарите треба да известуваат за и да посочуваат на лагите кажани од различни актери; наспроти тоа, никогаш не треба да ги прифатат тврдењата како факти, ниту, пак, да ги презентираат без обезбедување на дополнителните квалификации со кои се информира публиката за фактичката состојба.

Во овој модул, исто така, студентите ќе научат колку брзо и лесно може да го искористат „новинарскиот стил“ во продуцирањето на очигледно веродостојни и убедливи приказни од нецелосни, погрешни или измислени детали.[3]

Наставните материјали за овој модул се фокусираат на подигнување на свеста за важноста на МИП во справувањето со мисинформациите и дезинформациите. Тоа вклучува и употреба на вештини за критичко размислување за откривање „вести“, кои се фабрикувани. Исто така, ја нагласува важноста од користење на МИП во нивниот секојдневен живот. Тоа им помага да увидат како МИП може да ги зајакне нивните човекови права и човековите права на другите; како и да ја согледаат важноста за избегнување на промовирањето и дистрибуирањето невистини.[4]

Наставата се одвива во простор за учење опремен со компјутери поврзани на интернет. Учесниците можат да ги користат своите лични онлајн апликации за разговор/чет на мобилните уреди во текот на практичните сегменти на лекцијата. Интернетот е потребен за пристап до интернет-изворите што се надвор од кампусот, а пристапот до интранетот на кампусот (каде што се нуди овој модул на терцијарно ниво) се користи за пристап до библиотека и до центрите со информациски ресурси во кампусот.

---

2 Facione, P. (2010, updated). Critical Thinking: What It Is and Why It Counts. [online] Insight Assessment. Достапно на: https://www.insightassessment.com/ [пристапено на 01/02/2018].

3 For examples of “journalese” consider: Fluent in Journalese by Philip B. Corbett. March 17, 2015 https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/2017/fluent-in-journalese/ ; My ‘shameful secret’: I’ve learnt to love clichéd journalese by Rob Hutton. 05 Sep 2013. https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-Ive-learnt-to-love-cliched-journalese.html [both пристапено на 22/04/2018].

4 The integration of MIL in journalism education is studied by for example Van der Linde, F. 2010. The necessity of a media literacy module within journalism or media studies curricula. Global Media Journal, African Edition. Vol 4, no.2 http://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/7

Резиме

Дезинформациите маскирани како вести што произлегуваат од изборите во САД, Франција, Кенија и Германија во 2016 и 2017 година, се само врвот на ледениот брег на многуте информациски предизвици за општествата – иако можеби со најголеми можни последици. Сепак, земете предвид дека телевизиските станици и корисниците на социјалните мрежи низ целиот свет во реално време беа сведоци на чудото во Мексико во 2017 година, додека спасувачите се обидуваа да ја ослободат ученичката #FridaSofía заробена во урнатините по земјотресот – за на крајот да откријат дека таа, всушност, не постои[5]. Приказната беше лажна, иако можеби ова не беше случај на намерна лажна приказна. Сепак, целта на новинарството е да ги избегне и погрешните и фалсификуваните приказни. Не се сите погрешни информации во вестите „лажни вести" во смисла на дезинформации, но и едните и другите се проблематични за способноста на општеството да го разбере светот.

На корисниците на вести им треба софистицирана медиумска и информациска писменост во целина, но исто така им треба одреден степен на филозофско разбирање. На пример, тие треба да сфатат дека автентичната вест не ја претставува целата „вистина" (што е нешто што се кристализира само преку интеракцијата на луѓето и со нивното поимање на реалноста од определена временска дистанца). Учесниците, а особено студентите по новинарство, сепак треба да разберат дека поентата на новинарството е никогаш да не го повторува она што е погрешно. Случаи на очевидци за китови и ајкули во базени или во дворови на луѓето по урагани и други неверојатни несакани ефекти на природните катастрофи од страна на медиумите, го наметнуваат прашањето: *Навистина?* Вестите што не успеваат да ги испочитуваат потврдените факти може да се резултат на невешто известување и несоодветни процеси на објавување, но исто така може да имаат цел намерно да создадат измама и затоа се лажни. МИП е потребна за да се дешифрираат разликите и начинот на кој таквите случаи се споредуваат со професионалните и етичките вести.

Патот е долг. Зголеменото ниво на говор на омраза, ксенофобија и напади на бегалци или лица од „друга" религија, етничка припадност и различна боја на кожата, како резултат на стереотипи поттикнати од измислени статистики, популистичка реторика и погрешни извештаи на медиумите што не ги исполнуваат стандардите на новинарството, се токсичната комбинација со која МИП треба да се соочи. Тоа набрзо ќе стане уште посложено, бидејќи компјутерските програми што користат вештачка интелигенција се користат за создавање симулации на луѓе во фиктивни видео и/или аудио известувања, кои немаат никаква врска со вистината.[6]

[5] Campoy, A. (2017). A schoolgirl trapped in Mexico's earthquake rubble won the world's hearts – except she did not exist. Quartz. Достапно на: https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/ [пристапено на 03/04/2018].

[6] Edmund, C. (2017). This AI can create a video of Barack Obama saying anything. [online] World Economic Forum. Достапно на: https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university?

Неопходно е насочување на студентите и новинарите критички да размислуваат за она што тие го слушаат и гледаат, од наједноставните разговори до пошироко распространетите вести во традиционалниот и во дигиталниот мултимедијален простор.

Во прилог на видовите дезинформации и мисинформации идентификувани од Вардл и Деракшан (2017)[7], непрофитната организација Европска асоцијација за интересите на гледачите (ЕАВИ), со седиште во Брисел, во контекст на програмата за медиумска писменост за државјанство, произведе корисен инфографик наречен „По лажните вести: Десет вида лажни вести“ каде што се прави резиме на сето она со што потрошувачите се соочуваат во вестите денес.[8] Станува збор за вреден ресурс за студентите по новинарство и за новинарите.

Ажурираниот истражувачки труд на д-р Петар А. Фационе „*Критичко размислување: Што е и зошто е важно?*“[9] е добра отскочна даска за да се запознаат студентите со „процесите на расудување, донесување одлуки, како и ефективно индивидуално и групно размислување“. Тоа е сè порелевантно во ерата на „пост-вистина“, „лажни вести“ и „алтернативни факти“. Во овој пристап, критичкото размислување вклучува:

- Љубопитност за широк спектар прашања;
- Желбата да се биде и да се остане добро информиран;
- Будноста во поглед на можностите за користење на критичкото размислување;
- Доверба во процесите на разумно испрашување;
- Самодоверба во сопствените способности за расудување;
- Отвореност во врска со различните погледи на свет;
- Флексибилност во разгледувањето на алтернативите и ставовите;
- Разбирање на ставовите на другите луѓе;
- Правичен пристап во евалуацијата на расудувањето;
- Препознавање и искрено соочување со сопствените предрасуди, стереотипи, или егоцентрични тенденции;
- Внимателност во испуштањето, донесувањето или менувањето на одлуките;

[8] EAVI. (2018). EAVI.eu. [online] Достапно на: https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info

[9] Facione, P. (2010, updated). Ibid. Critical Thinking.

- Подготвеност за повторно разгледување и ревидирање на ставовите во случаите во кои искреното размислување укажува на тоа дека е оправдана промената.

Според разни студии, во многу делови на светот врската на младите луѓе со нивните мобилни уреди[10] значи дека ги добиваат повеќето вести преку нив користејќи ги апликациите (apps) за разговор (chat), социјалните медиуми и, понекогаш, традиционалните веб-сајтови и блогови на медиумите.[11] [12] [13] На многу од нив не постојат значителни обележја што покажуваат кои вести доаѓаат од реномирани новинари, а кои се аматерски известувања и репортажи, а да не ни зборуваме за дезинформациите.

Друго прашање е како платформите ги третираат вестите. За Фејсбук, најголемата социјална платформа воопшто, „...новинарство е трн во здрава нога од првиот ден. Сега, притиснат од нерешливите проблеми на лажните вести и лошите односи со јавноста, јасно е дека Фејсбук постепено ќе се откаже од вестите“, вели Фредерик Фило.[14] Како тоа ќе се одвива, останува да се види. Некои новински организации ќе се чувствуваат изневерено ако Фејсбук се откаже од вестите, велејќи дека нивната публика ќе биде изневерена, имајќи предвид дека Фејсбук е еден вид канал за корисниците што зависат од социјалните медиуми кога станува збор за добивање информации за новите настани.[15] Но, некои поборници на МИП се надеваат дека ваквиот потег може да ги наведе младите корисници на вести да ги прошират своите хоризонти во потрага по она што се случува во светот околу нив и да не се потпираат целосно на социјалните медиуми, каде што постои огромна загаденост на информациите, која постојано им се сервира на нивните „секогаш вклучени“ уреди. Во исто време, се слуша дека Фејсбук може дури и да се вклучи во самата продукција на вести и да се натпреварува со постојните актери во медиумскиот простор.[16]

Со МИП учесниците можат да увидат дека дури и автентичните вести секогаш се создаваат и се консумираат во рамките на пошироките наративни рамки со кои се дава значење на фактите, а кои имплицираат пошироки претпоставки, идеологии и идентитети. Тоа значи способност да се препознаат разликите меѓу различните новинарски обиди за репродуцирање и толкување на реалноста, од една страна,

---

10 Children's use of mobile phones. (2015). [ebook] Tokyo: Mobile Society Research Institute, NTT Dotcomo. Достапно на: https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf

11 Digital News Report (2017). Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ, Oxford) https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

12 Shearer, E. & Gottfried, J. (2017). News Use Across Social Media Platforms. [ebook] Washington DC: Pew Research Centre. Достапно на: http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/

13 Youth, Internet, and Technology in Lebanon: A Snapshot (2017) Social Media Exchange. Достапно на https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/

14 Filloux, F. (2018). The Monday Note, 14 January, 2018. Достапно на: https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84

15 Види Модул три.

16 Facebook's Campbell Brown a Force to Be Reckoned With? Or Is She Fake News? https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html

како и случаите на измама што го користат форматот на вестите и во исто време ги кршат професионалните стандарди на проверка на информациите, од друга страна.

МИП може да биде и алатка за борба против стереотипите и промовирање на меѓукултурната комуникација, каде што повеќејазичноста е значаен фактор во постигнување на таа цел. Различни актери придонеле на напорите за МИП, а може да се најдат и добри ресурси на веб-сајтовите на УНЕСКО[17]. Но, треба да се направи уште многу преку наставните програми, а и во практика, за да се ублажи ударот на дезинформациите и мисинформациите.[18]

За да се постигне ефект со овој модул, може да се користи и сеприсутниот видеоформат во ангажирање на учесниците со употреба на кратки, титлувани видеа[19] како форма на образовно-забавна содржина на МИП, во која ќе бидат застапени лажните пораки, што ќе ги натера слушателите да се зафатат со предизвикот за наоѓање нивни примери на погрешни материјали, а во исто време ќе ги истренира и ќе ги навикне секоја содржина, вклучувајќи ја и онаа претставена во форма на вести, да ја земаат со голема резерва.

Инструкторите треба да им помогнат на учесниците во ревидирање на нивната тенденција површно да ги „гуглаат" повеќето информации и на тој начин да почнат со подлабоки онлајн пребарувања, вклучувајќи ги и напредните функции за пребарување, вкрстена проверка на повеќе извори на информации, како и разбирање на вредноста на библиотеките и библиотекарите во градењето на писменоста во врска со пребарувањето и оценувањето на информациите.[20] Е-библиотеките го направија многу полесен пристапот до научните и до другите референци што студентите по новинарство и новинарите ги користат за продлабочување на своите знаења за процесите и практики за критичко оценување и проверка на информации. Другите ресурси, исто така, се надоврзуваат на процесот на учење/знаење за да им помогнат на учесниците да се вклучат во расправата за лажните вести, да се заштитат од нивните негативни влијанија и да бидат во состојба да ги разобличат како дел од новинарската работа.[21]

Многу ветува и граѓанскиот ангажман со корисниците на социјалните медиуми што примаат и споделуваат дезинформации и мисинформации, како метод за

[17] Види http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/ [пристапено на 22/04/2018].].

[18] Abu-Fadil, M. (2007). Media Literacy: A Tool to Combat Stereotypes and Promote Intercultural Understanding. Достапно на: http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161157e.pdf [пристапено на 01/04/2018].

[19] Ова е пример на видео што моќно ја покажува вредноста на медиумската писменост во контекст на пукањата во училиштата во САД од Вајс медија (Vice Media): Hoaxers say victims of mass shootings are 'crisis actors', Vice Select on Facebook. https://www.facebook.com/vicenews/videos/842904982564160/ [пристапено на 01/04/2018].

[20] 15 resources for teaching media literacy. ASCD. Достапно на http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/. [пристапено на 03/04/2018].

[21] An example is Project Look Sharp, a media literacy initiative of Ithaca College, which has media literacy guides, curriculum kits and downloadable handouts. www.projectlooksharp.org. [пристапено на 23/03/2018].

студентите по новинарство и новинарите да научат како да најдат, да ги следат и ефективно да ги оспорат лагите и за себе и за нивните заедници. Инструкторите се охрабруваат да изберат вакви вежби за овој модул.

Зборовите на Руба Ел Хелоу, виш медија предавач и истражувач, од Универзитетот Нотр Дам во Либан, се корисни за разгледување на значењето на овој модул: „Да им се дадат потребните вештини на луѓето за да може самите да декодираат различни пораки во борбата во која се повикани да се приклучат и едукаторите за медиуми и новинарите. Медиумска писменост им помага на луѓето да ја најдат рамнотежата меѓу верување во изворите на вестите и потребниот сомнеж за нивно преиспитување“.

Цели на модулот

Овој модул има за цел:

- Да ја истакне важноста за добивање на потребната писменост[22] и вештини[23] за да се разбере новинарството (и разните негови варијанти), а во исто време да се детектира и проблематичното новинарство, како и лажните вести во различни медиуми;
- Да им ги даде потребните вештини на учесниците за да знаат како да го деконструираат консумирањето вести во целиот медиумски спектар и да стекнат вештини за да увидат колку е лесна продукцијата на дезинформации;
- Да ги научи учесниците да развиваат здрав скептицизам кон сите информации што ги восприемаат и како да ја мерат веродостојноста на извештаите, објавите, фидовите, фотографиите, видеата, аудиосодржините, инфографиците и статистиката во соодветен контекст.

Резултати од учењето

На крајот на овој модул, студентите ќе бидат способни:

1. Да разликуваат факт од фикција, како и легитимноста на потенцијално различните приказни и наративи во рамките на автентичното новинарство;
2. Да разберат како се избираат приказните, кој ја произведува содржината, кои методи се користат за да се создаде изглед на

[22] For information regarding media and information literacies see UNESCO's Notions of MIL http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/ [пристапено на 22/4/2018].

[23] In addition to critical thinking skills identified by Facione (2010), participants should be encouraged to be sceptical; question everything; assume nothing; fact-check sources.

автентично претставување на реалноста, како се користи јазикот, што се истакнува, што се испушта, кој што кажува, колку е важно и/или сигурно тоа лице, која е неговата/нејзината агенда, какво влијание имале/имаат/ќе имаат тие вести и како другите гледаат и консумираат иста вест;

3. Да имаат увид во своето ниво на МИП и релевантноста на ова во однос на нив како поединци и како таа се поврзува со нивното ангажирање со информациите и комуникацијата.

Формат на модулот

Модулот е поделен на две 90-минутни сесии. Првата сесија е теоретска, а втората сесија е практична.

Методологијата се потпира на дискусија за тоа што значи МИП и кое е нејзиното значење во ерата на дезинформации, мисинформации и други нарушувања што се шират преку традиционалните и социјалните медиуми. За овој час може да им се пристапи на материјалите преку интернет, а постојат и многу корисни ресурси за истражување и практични вежби.

Во прилог се дадени неколку корисни веб-страници:

- УНЕСКО http://en.unesco.org/ и сајтот на УНЕСКО за медиумска писменост https://en.unesco.org/themes/media-literacy
- Алијанса на цивилизациите на Обединетите нации https://www.unaoc.org/
- Наставен план за медиумска и информациска писменост за предавачи http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/
- 5 закони за МИП http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/
- Комон сенс еџукејшн https://www.commonsense.org/education/top-picks/media-news-and-information-literacy-resources-for-students
- ЕАВИ медиуми и писменост за граѓаните https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/
- Проект за новинска писменост http://www.thenewsliteracyproject.org/, Центар за новинска писменост во Универзитетот Стоуни Брук http://www.centerfornewsliteracy.org/
- Мајнд оувр мидија http://propaganda.mediaeducationlab.com/

- Центар за дигитални ресурси (Центар за новинска писменост) http://drc.centerfornewsliteracy.org/
- Центар за медиумска и информациска писменост на Универзитетот во Роуд Ајланд https://centermil.org/resources/

Инструкторите се охрабруваат да додадат ресурси од своите земји и региони на различни јазици.

Училницата треба да биде опремена со компјутери и пристап до интернет, со што на инструкторите и на слушателите ќе им овозможи да ги посетат и да ги проверат веб-страниците на организациите што се вклучени во медиумската и во информациска писменост, заедно со медиумските студии на случај.

Поврзување на планот со резултатите од учењето

А. Теоретски

Предавачот ќе ги презентира материјалите и студиите на случај за МИП и нивната поврзаност со дезинформациите и мисинформации што се претставуваат како вести.

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
Објаснете ја и дискутирајте за МИП и алатките вклучувајќи ја рамката за критичко размислување	45 мин	1+3
Разгледајте ги и дискутирајте за избраните примери што се релевантни на локално ниво во различни медиумски формати	45 мин	1+2

Б. Практичен

Активности поврзани со материјалите за учење и алатките

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
Практични активности	90 мин	1+3
Активност 1: *Препознавање на новинарството* Најдете приказна од насловната страница на локален весник. Секој студент треба да ја разгледа и да ја провери истата приказна онака како што се појавила во три различни медиуми.	45 мин	

Дискутирајте со студентите користејќи ја техниката на критичко размислување. Тие треба да го деконструираат наративот, заедно со врамувањето, изборот и претставувањето на вестите. Деконструкцијата треба особено да се фокусира на присуството на конвенционалното покривање на вестите (елементите: кој, што, каде, кога, како и зошто; употребата на директни цитати; користењето експертски и официјални извори, поддршка со фотографии, стереотипна терминологија, типична за „новинарскиот стил“, како и други обележја на „вестите“).		
Активност 2: *Претставување на дезинформациите како вести* На учесниците покажете им пример на лажни вести и дискутирајте што „пали“, а што „го издава“ примерот. Потоа натерајте ги студентите да ги лажираат вестите што ги прочитале во претходната вежба со создавање лажни приказни, кои се поставени во блиската иднина, кои на прв поглед ќе личат на вести. (Алтернатива за ова е студентите да изберат своја тема, од која подоцна ќе создадат свои дезинформации.) Штом еднаш ја завршите вежбата, студентите треба да формираат групи за да извршат проверка и да потврдат што ја направило приказната автентична. Тука може да се стави употребата на тестот за евалуација, но треба и да се вклучи дефинирањето на новинарскиот израз што бил искористен во случајот. Прегрупирајте се и натерајте ги учесниците да ги споделат своите заклучоци преку кратка презентација на целата содржина.	45 мин	1+3

Предлог-задача

Секој поединец треба да го пребара својот фид на социјалните медиуми и да најде научна или медицинска вест (на пример, нова популарна диета, појава на епидемија, влијанието на глобалното затоплување врз нивната заедница, ефикасноста на електричните автомобили наспроти автомобилите со гориво). Треба да направат проценка на нивното истражување, нивната пристрасност за потврдување (каде што постои) и нивните емоционални реакции на приказната/перспективите за прашањето, низ призмата на МИП, какви што се пребарувањето, евалуацијата, дигиталната безбедност, правата и идентитетот, како и основните етички принципи на вестите.

Потоа треба да обезбедат информации од сопственото истражување за тоа кој ја изработил приказната; како новинарот или лицето знае што било објавено и дали тој/таа има некаква корист од ширењето на приказната; проверете ги податоците, статистиката, инфографиците, барем двапати. Доколку можете, натерајте ги студентите да ја користат библиотеката/е-библиотека на нивниот универзитет во проверката на податоците. Нека ги напишат своите наоди во форма на медиумска критика од 1.500 збора, преку анализирање на предностите, слабостите, пропустите и недостатоците на идентификуваната содржина.

Материјали

Статии со слајдови, фотографии и видеа се наведени во продолжение на текстот.

Инструкторите се охрабруваат да создадат свое слајд-шоу и да вклучат фотографии и видеа релевантни за своите земји и контекст.

Литература

Abu-Fadil, M. & Grizzle, A. (2016). *Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa.* Достапно на: https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf [пристапено на 05/01/2018].

A lexicon for the digital age. (2017). The Unesco Courier, [online] (July - September 2017). Достапно на: https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/lexicon-digital-age [пристапено на 06/04/2018].

Facione, P. (2010). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [online] Insight Assessment. Достапно на: https://www.insightassessment.com/ [пристапено на 05/01/2018].

Gray, J., Bounegru, L.& Venturini, T. (2017). *What does fake news tell us about life in the digital age? Not what you might expect.* NiemanLab. [online] Достапно на: http://www.niemanlab.org/2017/04/what-does-fake-news-tell-us-about-life-in-the-digital-age-not-what-you-might-expect/ [пристапено на 06/04/2018].

Stephens, B. (2017). *The Dying Art of Disagreement.* The New York Times. [online] Достапно на: https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement.html. html [пристапено на 06/04/2018].

Дополнителна литература

Lytvynenko, J. (2018). Here's *How A Canadian Imam Got Caught Up In Fake News About Houston*. BuzzFeed. [online] Достапно на: https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news?bftw&utm_term=.ha3w9B5rr#.acEgmYE66 [пристапено на 06/04/2018].

Mulrooney Eldred, S. (2017). *In an era of fake news, students must act like journalists: schools rarely require news literacy, but it's more important than ever*. Science News. [online] Достапно на: https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists [пристапено на 06/04/2018].

Rusbridger, A., Neilsen, R. and Skjeseth, H. (2017). *We asked people from all over the world how journalists should cover powerful people who lie*. Here is what they said. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie [пристапено на 12/06/2018]

Vesey-Byrne, J. (2017). *Bikini designer exposes why you shouldn't trust everything you see on Instagram*. The Independent. [online] Достапно на: https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?amp [пристапено на 06/04/2018].

ОСНОВНА ПРОВЕРКА НА ФАКТИТЕ

од Алексиос Мантарлис

МОДУЛ 5

Синопсис

Од политичари до трговци, од групи за застапување до брендови – секој што се обидува да ги убеди другите има мотив да ги разобличи, преувеличи или помрачи фактите. Целта на овој модул е да им ја објасни на учесниците методологијата за откривање тврдења чии факти може да се проверат и чии докази може критички да се оценат, во согласност со етичките норми и стандарди

Резиме

Историја и семантика на проверката на фактите, како форма на отчетно новинарство

Даниел Патрик Мојнихан, американски сенатор од Њујорк и амбасадор во Индија и во Обединетите нации (1927-2003), славно изјави: „Секој има право на свое мислење, но не и на свои факти“.[1]

Поимот „проверка на факти“ може да значи две различни работи во новинарството. Традиционално, редакциите вработувале проверувачи на факти со намера да ги лекторираат и да ги проверат фактичките тврдења на новинарите во нивните статии. Овој жанр на проверка на фактите ја оценува солидноста на известувањето, двојната проверка на факти и бројки, и служи како сеопфатен циклус на контрола на квалитетот на содржината на медиумот пред самото објавување. Почетокот на оваа практика во модерното новинарство – барем на Запад – се должи на неделниците од САД како ТАЈМ (TIME) во 20-тите години на минатиот век.[2]

Економското слабеење што повеќето организации на вести го искусија во целиот свет, на крајот на 21 век[3] значеше дека одделенијата за проверка на факти се намалиле и се споиле со уредувачките бироа, или целосно биле отфрлени. Денес неделните списанија со висок тираж како *Њујоркер* (The New Yorker) во САД или *Шпигел* (Der Spiegel) во Германија сè уште вработуваат посветени проверувачи на факти на изданието.[4]

Типот на проверка на фактите што се во фокусот на овој модул е проверка што се прави не пред нештото да биде објавено, туку откако тврдењето станува важно за јавноста. Оваа форма на „ex post“ проверка на фактите има за цел да ги направи

[1] Moynihan, D. & Weisman, S. (2010). Daniel Patrick Moynihan. New York: PublicAffairs.

[2] Scriber, B. (2016). Who decides what's true in politics? A history of the rise of political fact-checking. [online] Poynter. Достапно на: https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking [пристапено на 28/03/2018].

[3] Види Модул три.

[4] Bloyd-Peshkin, S. & Sivek, S. (2017). Magazines find there's little time to fact-check online. [online] Columbia Journalism Review. Достапно на: https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php [пристапено на 28/03/2018].

политичарите и другите јавни личности отчетни и одговорни за вистинитоста на нивните изјави. Проверувачите на факти во овој домен, пред сè, бараат примарни и респектабилни извори, кои може да ги потврдат или да ги отфрлат тврдењата што се дадени во јавност.

„Ex post" проверката на фактите се концентрира, пред сè (но не исклучиво), на политичките реклами, говори во кампања и партиски манифести. Проектите во зародиш посветени на оваа форма на политичка проверка на фактите вклучуваат Factcheck.org, проект на Центарот за јавна политика Аненберг на Универзитетот во Пенсилванија, кој беше активиран во 2003 година, и Проверката на факти на Канал 4 (Channel 4 Fact Check), која започна во 2005 година.

Важноста на проверката на фактите расте и се шири низ целиот свет во последните десет години.

Два момента беа особено значајни за растот на оваа новинарска практика. Првиот бран почна со Пулицеровата награда за 2009 година за национално известување, доделена на PolitiFact, проект за проверка на фактите лансиран само една година претходно од *Санкт Петербург тајмс* (сега *Тампа беј тајмс*) во Флорида. Иновациите на *PolitiFact* беа во оценувањето на тврдењата на „вистиномерот" (Truth-O-Meter), додавајќи на тој начин дополнителен елемент во структурата и јасност на проверката на факти. (За критичарите, рејтингот воведе субјективност на процесот.) Овој структуриран пристап јасно ѝ предочи на јавноста што значи политичката проверка на фактите – со што ја појасни улогата на инструментот како новинарска алатка чија намера беше јавните личности да станат отчетни за своите зборови – самиот процес беше инспиративен за десетици проекти во светот.[5]

Вториот бран проекти за проверка на фактите се појави по глобалниот наплив на т.н. „лажни вести". Поимот, кој сега е дополнет и злоупотребен, опишува целосно измислени сензационалистички приказни, кои достигнуваат огромна публика со користење на алгоритмите на социјалните медиуми во своја полза. Во текот на 2016 година, земајќи го предвид фактот со кој стана јасно дека онлајн информатичката инфраструктура беше особено порозна во поглед на дезинформациите и мисинформациите, сè повеќе и повеќе групи одлучуваа да го свртат своето внимание на проверката на фактите.

Овој втор бран често се фокусираше повеќе на проверка на фактите на јавно изнесените тврдења со цел да се разобличат овие измами, кои имаа тенденција вирално да се шират. Разобличувањето е подмножество на проверката на фактите и бара специфични вештини што се заеднички со верификацијата на фактите (особено на содржините генерирани од корисниците познати како UGC – види

[5] Mantzarlis, A. (2017). In its first decade, PolitiFact helped define political fact-checking far beyond Washington, D.C. [online] Poynter. Достапно на: https://www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc [пристапено на 28/03/2018].

Венов дијаграм подолу). Овој модул ќе се концентрира на проверка на фактите според дефинираното во продолжение, додека следниот модул ќе се осврне на верификацијата на дигиталната содржина и извори.[6]

Слика 5: Разликата меѓу проверката на факти и верификацијата

Примери за организации за проверка на факти во светот

Според Џјук репортерс лаб (Duke Reporters' Lab), во декември 2017 година[7] имаше 137 проекти за проверка на фактите, кои беа активни во 51 земја.

Додека САД се најголемиот пазар за проверка на фактите, остатокот од светот се фокусира на доста креативни решенија и иновативна работа во оваа област. Можеби ќе им биде интересно на инструкторите да се запознаат со проекти какви што се Africa Check (Јужна Африка, Сенегал, Нигерија и Кенија), Chequeado (Аргентина), Les Décodeurs (Франција), Faktisk (Норвешка) и Full Fact (Обединетото Кралство).

За инструктори што сакаат да се концентрираат на одредени земји или региони, може да бидат корисни следниве ресурси:

- **Бразил**: „Проверката на факти доживува бум во Бразил", статија од Кејт Стајкер-Гинзберт за Појнтер, достапна на: https://www.poynter.org/news/fact-checking-booms-brazil

[6] Види Модул шест.

[7] Stencel, M. (2017). Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent. [online] Duke Reporters Lab. Достапно на: https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers/ [пристапено на 28/03/2018].

- **Европа**: „Подемот на сајтовите за проверка на факти во Европа“, известување од Лукас Грејвс и Федерика Керубини за Институтот Ројтерс на Универзитетот во Оксфорд, достапно на: http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe#overlay-context=
- **Јапонија**: „Нова коалиција за проверка на фактите во Јапонија“, статија од Масато Каџимото за Појнтер, достапна на: https://www.poynter.org/news/new-fact-checking-coalition-launching-japan
- **Јужна Кореја**: „Што е причината за бумот на проверка на факти во Јужна Кореја? Затегнатите политички односи и падот на истражувачкото новинарство“, статија од Бојунг Лим за Појнтер, достапна на: http://www.poynter.org/2017/whats-behind-south-koreas-fact-checking-boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/463655/
- **Латинска Америка:** „Недоволниот пристап до информации е причината поради која проверката на факти доживува бум во Латинска Америка“, статија од Иван Ехт за Појнтер, достапна на: https://www.poynter.org/fact-checking/2016/lack-of-access-to-information-is-driving-latin-americas-fact-checking-boom/
- **Соединетите Американски Држави**: „Што е вистина: подемот на политичката проверка на факти во американското новинарство“, книга од Лукас Грејвз или рецензијата на Бред Скрибер во Појнтер, достапна на: https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking

Методологијата и етиката зад проверката на фактите

Проверката на факти не е нуклеарна физика туку коректна анализа со едно основно прашање: „Како може да сме сигурни дека...?“ Во исто време, проверката на фактите не значи проверка на правописот. Таа не е водич во стил на речник каде што се содржат сите факти, ниту едноставен софтвер што ќе ги истражи документите и ќе додели ознака секогаш кога нешто погрешно е означено како факт.

Општо земено, проверката на факти се состои од три фази:

1. **Наоѓање на тврдења чии факти може да се проверат** преку прелистување на законодавната евиденција, медиумите и социјалните медиуми. Овој процес вклучува одредување кои големи јавни тврдења: (а) може да бидат потврдени со факти и (б) треба да се проверат.
2. **Наоѓање на фактите** преку изнаоѓање на најдобрите докази што се на располагање, а се во врска со тврдењето за кое станува збор.

3. **Коригирање на известувањето за случувањата** преку евалуација на тврдењето со оглед на доказите, обично на ниво на искреност.

Доверливите организации за проверка на фактите го објаснуваат својот процес со користење јавно достапни методологии.

Инструкторите можеби ќе сакаат на студентите да им објаснат еден или повеќе од следниве случаи:

1. Страницата на Africa Check *„How we work"* (достапна на: https://africacheck.org/about-us/how-we-work/), како и иконографикот во делот за материјали;
2. *„Metodo"* на Chequeado (достапен на шпански на: http://chequeado.com/metodo/);
3. *„Metodologia"* и *„Come funzioniamo"* на Pagella Politica (достапни на италијански на: https://pagellapolitica.it/progetto/index);
4. *„The Principles of PolitiFact"* на PolitiFact (достапни на: http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/).

Меѓународната мрежа за проверка на факти (ИФЦН)[8] и самата има подготвено кодекс на принципи, кои претставуваат насока за совесните проверувачи на факти во нивната секојдневна работа.

Организациите за проверка на фактите се пријавуваат за стекнување со правото на потврдени/овластени потписници на кодексот на принципи на ИФЦН. За тоа е потребна надворешна проценка, која ја оценува ефикасната имплементација на овие стандарди. Инструкторите можеби ќе сакаат да се запознаат со кодексот и со проценките што се направени за организациите за проверка на факти во нивните земји[9] и да дискутираат за тоа дали слушателите сметаат дека со тоа се зголемува довербата во проверувачите на факти или не.

Овие принципи се подготвени за да им помогнат на читателите да ја разликуваат добрата проверка на факти од лошата. На пример, во случајот на мисинформации, кои се маскирани како проверка на факти, инструкторите можеби ќе сакаат да ги споделат примерите од овие две статии:

- *Овие лажни проверувачи на факти шират лаги за геноцид и цензура во Турција* (Појнтер) https://www.poynter.org/news/these-fake-fact-checkers-are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-turkey

[8] Авторот Алексиос Мантарлис ја предводи Мрежата за проверка на факти.

[9] Достапно на https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles. [пристапено на: 28/03/2018].

- *Во ерата на пост-вистина појавата на проверувачи на факти од екстремната десница во Шведска беше неизбежна* (Гардијан) https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-swedens-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable

Што ги попречува фактите?

Пред да се нурнеме во практичните аспекти на проверката на фактите, студентите треба да бидат свесни за ограничувањата на проверката на фактите – како и за нивните сопствени ограничувања.

Некои коментатори изјавуваат дека влеговме во ерата на „пост-вистина“ или „пост-факти“. Овие поими беа дел од насловите во целиот свет во 2016 година, а Оксфордскиот англиски речник и Друштвото за германски јазик ги избраа за „Зборови на годината“. Аргумент на поддржувачите на „пост-вистината“ е дека политиката и медиумите станаа толку поларизирани и племенски настроени што граѓаните со сите сили ги отфрлија сите факти со кои не се согласуваат.

Тоа сосема не соодветствува со сè поголемиот обем на истражувања, кој покажа дека кога се коригирани особено преку повикување на авторитети што се сметаат за веродостојни од публиката, луѓето стануваат (во просек) подобро информирани. Инструкторите можеби ќе сакаат да ги прочитаат и да дискутираат за следниве студии со своите ученици:

- Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S. & Ecker, U. K. H. (2017). *Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon* (1 март 2017 год). Достапно на: http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/4/3/160802 [пристапено на 28/03/2018].
- Nyhan, B. & Zeitzoff, T. (2018). *Fighting the Past: Perceptions of Control, Historical Misperceptions, and Corrective Information in the Israeli-Palestinian Conflict*. Достапно на: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/pops.12449 . [пристапено на 28/03/2018].
- Wood, T. & Porter, E. (2016). *The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence* (August 5, 2016). Достапно на: https://ssrn.com/abstract=2819073. [пристапено на 28/03/2018].

Во исто време, би било апсурдно симплистички (едностранo) да се укажува на тоа дека фактите совршено го карактеризираат светот и дека луѓето се целосно рационални суштества што беспрекорно инкорпорираат нови факти без оглед на своите претходни уверувања и лични преференции. Секој од нас со себе носи определени когнитивни и други предрасуди – да ги наречеме ментални пречки – кои може да го попречат впивањето на нови фактички информации. Клучно е да

се нагласи дека ова не е нешто што им се случува на другите луѓе, тоа е нешто што ни се случува нам. Предавачите треба да разговараат за дел од овие предрасуди во училницата.

Пристрасно потврдување [*Од Енциклопедија Британика* - https://www.britannica.com/topic/confirmation-bias [пристапено на 28/03/2018]: тенденцијата за обработка на информации со барање, или толкување, на информации што се во согласност со вашите постојни верувања. Овој пристрасен пристап за донесување одлуки, во голема мера е ненамерен и често резултира со игнорирање на неконзистентните информации. Постојните верувања може да ги содржат нашите очекувања во дадена ситуација и предвидувања за одреден исход. Луѓето особено имаат тенденција да обработуваат информации како поддршка на своите сопствени убедувања кога прашањето им е многу важно или лично ги засега.

Мотивирано расудување [*Од Дисковер магазин* - http://blogs.discovermagazine.com/intersection/2011/05/05/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers/#.WfHrl4ZrzBI [пристапено на 28/03/2018]. Мотивираното размислување се однесува на несвесната тенденција на поединци да го наметнат начинот на кој тие процесираат информации и донесуваат заклучоци во служба на некоја крајна цел или намера. Земете го предвид следниов класичен пример. Во 1950 година, психолозите побарале од лицата што биле дел од нивните експерименти, односно студентите од два универзитета од Ајви лигата, да погледнат филм во кој биле прикажани низа контроверзни пресуди, кои биле направени за време на фудбалски натпревар меѓу тимовите што доаѓаат од нивните факултети. Студентите од секој факултет почесто се согласувале со пресудите на судиите кога тие биле во прилог на нивниот факултет отколку кога тие оделе во прилог на нивниот ривал. Истражувачите заклучија дека емотивното залагање на студентите како потврда на нивната лојалност кон нивните институции, го оформил нивниот поглед на случувањата во филмот.

Хевристика на достапност [*Од Речникот по психологија на Оксфорд јуниверсити прес* http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.001.0001/acref-9780199534067-e-830 [пристапено на 28/03/2018]. Когнитивната хевристика преку која зачестеноста или веројатноста некој настан да се случи се проценува преку бројот на случувања на тој настан на кои веднаш може да се сетите. Тоа може да доведе определено неточно тврдење луѓето да го доживеат како точно, само затоа што лесно може да се сетат на таквиот настан. Во експериментот што го изведе Лиза Фазио на Универзитетот Вандербилт, луѓето од кои било побарано да го повторат тврдењето „сарито е килт“ се утврди дека шестпати повеќе верувале во оваа бесрамна лага од оние што тоа го повториле само еднаш. Новинарство може да се претвори во вектор за лаги во кои луѓето ќе веруваат доколку настаните се покриваат некритички. Медиумското покривање на заговорите во врска со

местото на раѓање на Барак Обама, на пример, можеби одиграа улога во ширење на верувањето дека поранешниот претседател на САД всушност не бил роден на Хаваи.

Самата проверка на факти, треба да се истакне, е несовршен инструмент. Нешто може да биде 100 отсто точно, а сепак да го испушти контекстот што е навистина важен.[10] Фактите секогаш се изградени, наредени и прередени значенски во рамките на поширокатa структура на наративот, кој може да даде различно значење на истите основни факти. Вистината, сепак, е повеќе од збир на факти. Проверката на фактите не е алатка што треба да се користи за замолчување на алтернативните толкувања колку што не треба да се користи за потпишување и преземање одговорност за пласираните факти што влијаат врз наративите и индивидуалните тврдења, со цел да се постави основата за рационална дебата.

Цели на модулот

- Да го унапреди знаењето со последните добри практики во однос на проверката на факти во светот;
- Да ја подигне свеста на когнитивните предрасуди што може да го попречат разбирањето на фактите;
- Да ги подобри вештините за критичка анализа.

Резултати од учењето

1. Разбирање на појавата на проверка на фактите како посебна форма на новинарство, како и на етиката и методологијата на самото практикување;
2. Разбирање на прашањата што треба да се постават при оценување на квалитетот на доказите;
3. Подобрен капацитет со цел да се направи разлика на фактите што може да се проверат од мислењата, тврдењата и хиперболата;
4. Основна концептуализација на когнитивните предрасуди што може да го попречат начинот на разбирање на фактите.

Формат на модулот

Теоретскиот дел на оваа лекција изгледа вака:

1. Историја и семантика;
2. Методологија и етика;

[10] Види примери Yanofsky, D.(2013). The chart Tim Cook doesn't want you to see. Достапно на https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/. [пристапено на 28/03/2018].

3. Што се испречува пред фактите.

Практичниот дел е поделен во две активности:

1. Пронаоѓање на тврдења чии факти може да се проверат;
2. Пронаоѓање на фактите.

Целта на задачата е коригирање на известувањето за случувањата.

Поврзување на планот со резултатите од учењето

А. Теоретски

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
1. Историја и семантика	20 мин.	1
2. Методологија и етика	20 мин.	1
3. Што се испречува пред фактите	20 мин.	4

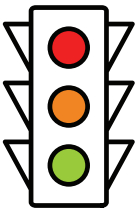
Б. Практичен

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
Активност 1: Пронаоѓање на тврдења чии факти може да се проверат	30 мин.	3
Активност 2: Пронаоѓање на фактите	1 час	2

i) Пронаоѓање на тврдења чии факти може да се проверат

Проверката на фактите се концентрира на тврдењата што содржат најмалку еден факт или бројка чија вистинитост може објективно да се провери. Проверката на фактите не ја оценува вистинитоста на мислењата и предвидувањата, хиперболата, сатирата и шегите.

Активност 1: Дајте им задача на студентите да ги прочитаат следниве извадоци од говори на четири јавни личности и истакнете ги фактичките изјави каде што фактите може да се проверат со една боја (ЗЕЛЕНА), со друга обележете ги мислењата што не може да се проверат (ЦРВЕНА) и со трета боја обележете ги деловите што се некаде помеѓу (ПОРТОКАЛОВА). Откако слушателите ќе ги предадат своите обележани извадоци, поминете низ сите и разговарајте за тоа што е тоа што ги прави тврдењата такви што фактите може да се потврдат.



ВОДИЧ

Црвена – тврдења чии факти не може да се проверат

Портокалова - изјави што се наоѓаат помеѓу

Зелена – изјави чии факти може да се проверат

Мишел Бачелеј, поранешна претседателка на Чиле

Иако постигнавме значителен напредок во таа област, свесни сме дека мора да се зафатиме со решавање на уште една закана за морските екосистеми – пластиката. Година по година, 8 милиони тони пластика го наоѓаат својот пат до океанот, останувајќи таму стотици години и причинувајќи огромно негативно влијание. За да се справиме со тој проблем, ќе учествуваме во кампањата „Чисти морија“ на Програмата за животна средина на Обединетите нации. Во меѓувреме, на локално ниво, ќе го претставиме нацрт-законот за 12-месечна забрана за употреба на пластични ќеси во крајбрежните градови. Тој закон ќе им овозможи на граѓаните да придонесат за заштитата на океаните, со што ќе бидеме првата земја во Америка што го имплементира овој тип закон и ги повикуваме другите земји да ја преземат таа одговорност. Покрај тоа, годинава одбележуваме 30 години од усвојувањето на Монтреалскиот протокол за супстанции што ја осиромашуваат озонската обвивка, со што ѝ се овозможи на озонската обвивка да заздрави. На оваа триесетта годишнина, јас би сакала да најавам дека мојата земја тукушто ја депонираше ратификацијата на Амандманот на Монтреалскиот протокол од Кингали 2016, која има за цел да спречи 0.5°C глобално затоплување. Со тоа Чиле станува една од првите земји што го ратификува новиот договор. Но тоа не е сè.

Со создавањето мрежа на паркови во Патагонија, додадовме и 4,5 милиони хектари зелени површини богати со биодиверзитет, кои сега ќе бидат заштитени од државата и достапни за јавна употреба.

Џејкоб Зума, поранешен претседател на Јужна Африка

Сегашната структура на глобалната економија продолжува да го продлабочува јазот меѓу глобалниот север и глобалниот југ. Додека неколкумина уживаат во придобивките од глобализацијата, повеќето луѓето во светот сè уште живеат во голема сиромаштија и глад, без надеж дека нивните услови за живот некогаш ќе се подобрат. Дури и во развиените земји, јазот меѓу богатите и сиромашните останува голем и претставува основа за сериозна загриженост. Ни треба политичка волја и посветеност од светските лидери за да се справиме со предизвиците и со пречките што произлегуваат од оваа нетрансформирана структура на глобалната економија, доколку сакаме да ги постигнеме целите и амбициите на Агендата 2030. Овие нерамноправни и неправедни економски односи на моќ се манифестираат нагло

во Африка. На пример, нашиот континент е благословен со минерални ресурси, но сè уште е меѓу најмалку развиените земји.

Зигмар Габриел, поранешен министер за надворешни работи на Германија

Треба да ги обезбедиме потребните средства за да можат Обединетите нации да го исполнат својот мандат. Во моментов, сепак, бројките кажуваат друга приказна:

Светската програма за храна добива помалку од 50% од средствата потребни за борба против кризата на глад во светот денес. Светската програма за развој добива само 15% во форма на доброволен придонес, денес, во 2011 година сè уште беше 50%. А, работите не изгледаат подобро ни за другите програми за помош на ОН.

Тоа сигурно не е поради тоа што оние што се на одговорни позиции во Обединетите нации не испраќаат доволно молби за потребното финансирање и организирање ефективна помош. Тука мора да го смениме правецот. Треба да им го овозможиме вистинското ниво на финансирање на Обединетите нации, како и поголема слобода. За возврат, потребна ни е поголема ефикасност и транспарентност во однос на тоа како се користи финансирањето.

Германија, во секој случај, има намера да продолжи да го дава истото ниво на финансиска поддршка за Обединетите нации.

Како четврти по големина снабдувач на придонеси според проценките, и дури повеќе од тоа, на пример, како еден од најголемите донатори на хуманитарна помош низ целиот свет, ние сакаме да продолжиме со нашиот значителен придонес.

Марк Цукерберг, извршен директор на Фејсбук

Фејсбук е идеалистичка и оптимистичка компанија. Поголемиот дел од нашето постоење, се фокусиравме на доброто што може да произлезе од поврзувањето на луѓето. Со развојот на Фејсбук, луѓето насекаде добија нова моќна алатка за да може да останат поврзани со луѓето што ги сакаат, да го слушнат нивниот глас и да изградат заедници и бизниси. Неодамна видовме дека движењето #metoo и Маршот за нашите животи беа барем делумно организирани на Фејсбук.
По ураганот Харви, луѓето собраа повеќе од 20 милиони американски долари помош. И повеќе од 70 милиони мали бизниси сега го користат Фејсбук за да растат и да креираат нови работни места.

ii) Пронаоѓање на фактите

Активност 2: Поделете го класот во групи. Секоја група нека избере едно „зелено“ тврдење од оние наведени погоре, чии податоци ќе ги провери (или изберете тврдења од вашата листа).

Замолете ги групите да бараат докази што ги поддржуваат или ги побиваат наодите. Пред тоа да го направат, поттикнете ги да ги оценат изворите што ќе ги најдат во согласност со следните параметри.

Близината: Колку е близок доказот со појавата? **На пример,** *Новинската организација што известува за најновите статистики за невработеноста, обично не е толку прецизна во податоците – а со тоа и помалку вредна – во споредба со податоците на националното биро за статистика, кое всушност ги мери податоците за вработеноста.*

Експертиза: Кои компетенции укажуваат на квалитетот на изворот на докази? **На пример,** *Авторот на книгата има докторат на темата, кој е многу цитиран во својата област.*

Одлучност: Како се собрани доказите? **На пример,** *Податоците за насилството врз жените често се собираат преку анкети.[11] Ова може да ги направи генерализациите неважечки и меѓународната споредба тешка, со оглед на тоа дека подготвеноста на жените да одговорат и концептуализацијата на сексуалното вознемирување може да вариираат од земја во земја. Целта не е да се релативизира сериозноста во однос на насилството врз жените, туку да се поттикне одлучноста за поддршка на конкретните барања.*

Транспарентност: Што знаете за доказите? **На пример,** *Научната студија ги објави сите податоци на кои ги заснова своите заклучоци на интернет за да може да ги проверат другите истражувачи.*

Доверливост: Дали постои евиденција што може да се оценува? **На пример,** *Транспаренси интернешнал го објавува Индексот за перцепција на корупцијата повеќе од 20 години. Тоа им дава доволно време на експертите да ги детектираат нејзините ограничувања.[12]*

Конфликт на интереси: Тоа се личните или приватните интереси на изворот, кои исто така ги потврдуваат доказите. **На пример,** *Студијата за наводните здравствени придобивки од тестенините беше делумно спроведена и финансирана од голем магнат за производување тестенини.[13]*

[11] Види индикатор (48) од родовата статистика на ОН https://genderstats.un.org/#/downloads https://genderstats.un.org/#/downloads

[12] Hough, D. (2016) Here's this year's (fawed) Corruption Perception Index. Those faws are useful. The Washington Post. Достапно на: https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/?utm_term=.7ff90ea2890f [пристапено на 23/03/2018].

[13] Ова е реален пример. За повеќе информации пристапете тука: http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/. [пристапено на 23/03/2018].

Инструкторите можеби ќе сакаат да ја испечатат следнава табела и да им ја дадат на студентите да ја користат за оценување на секој извор.

	Слаб	Среден	Силен
Близина			
Експертиза			
Одлучност			
Транспарентност			
Доверливост			
Конфликт на интереси			

Предлог-задача

Коригирање на известувањето за случувањата

Со користење на доказите оценети во туторијалот, слушателите треба да напишат извештај за проверка на фактите (околу 1.200 збора), со што ќе донесат заклучок за релативната вистинитост на изјавата што ја избрале.

Тие треба да изработат сопствени скали за рејтингот во оценувањето на тврдењето чии факти ги провериле. На пример, PolitiFact го врши рејтингот на следниов начин:

Точна – Изјавата е точна и ништо значајно не недостига.

Во голем дел точна – Изјавата е точна, но треба појаснување или дополнителни информации.

Половина точна – Изјавата е делумно точна, но изоставени се важни детали или работите се извадени надвор од контекст.

Во голем дел лажна – Изјавата содржи некои елементи на вистина, но ги игнорира критичките факти што даваат поинаков впечаток.

Лажна – Изјавата не е точна.

Лажги со опашки – Изјавата не е точна и тврдењето е смешно.

Скалите за рејтинг треба да бидат линеарни како оние што го користи PolitiFact, каде што рејтингот постепено се влошува на скалата од Точно до Лажги со опашки.

На пример, Ел Сабуесо во Мексико[14] има рејтинг „Не може да се докаже“ во случај на тврдења каде што не постои никаков доказ ниту за едното ниту за другото, или „Дискутабилно“ за тврдења чија веродостојност зависи од избраната методологија. Поттикнете ги слушателите да бидат креативни со нивните скали за оценување како начин за решавање на целиот спектар на квалификации, кои може да се дадат на фактичката изјава.

Во зависност од времето и ресурсите што им се на располагање, инструкторите можеби, исто така, ќе сакаат да ги поттикнат студентите да подготват проверка на фактите во формат што е поширок од текстот. Мемиња, кратки видеа, гифови, Снепчет – сите се потенцијално добри инструменти за борба против лагите. Всушност, една студија дури и посочи дека истата проверка на факти всушност е поефективна кога се претставени како хумористични видеа отколку како статии.[15]

Доколку сакаат да посочат неколку примери за креативни формати, инструкторите може да ги погледнат следниве статии од Појнтер:

Mantzarlis, A. (2016). *Fact-checkers experiment with Snapchat, GIFs and other stuff millennials*. Достапно на https://www.poynter.org/news/fact-checkers-experiment-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials [пристапено на 28/03/2018].

Mantzarlis, A. (2016). *How (and why) to turn a fact check into a GIF.* [пристапено на 28/03/2018. Достапно на https://www.poynter.org/news/how-and-why-turn-fact-check-gif [пристапено на 28/03/2018].

Литература

Во прилог на литературата, Појнтер стави на располагање дел за проверка на факти, кој е достапен на https://www.poynter.org/channels/fact-checking и е ажуриран неколкупати неделно. Во продолжение се дадени некои моментални, корисни ресурси, кои главно се извлечени оттаму.

Poynter (2018). *How to fact-check a politician's claim in 10 steps.* Достапно на https://factcheckingday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps. [пристапено на 06/04/2018].

Van Ess, H. (2017). *The ultimate guide to bust fake tweeters: A video toolkit in 10 steps* Достапно на https://www.poynter.org/news/ultimate-guide-bust-fake-tweeters-video-toolkit-10-steps. [пристапено на 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 things to keep in mind when fact-checking claim about science*. Достапно на https://www.poynter.org/news/5-things-keep-mind-when-fact-checking-claims-about-science. [пристапено на 06/04/2018].

[14] AnimalPolitico (2015). Достапно на http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-el-discurso-publico/. [пристапено на 6/04/2018].

[15] Young, D., Jamieson, K., Poulsen, S. and Goldring, A. (2017). Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org. Journalism & Mass Communication Quarterly, 95(1), стр. 49-75.

Mantzarlis, A. (2016). *5 tips for fact-checking claims about healt*h. Достапно на https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-claims-about-health. [пристапено на 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 tips for fact-checking datasets*. Достапно на: https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets. [пристапено на 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 studies about fact-checking you may have missed last month* (Poynter). Достапно на https://www.poynter.org/news/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month. [пристапено на 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *Repetition boosts lies — but it could help fact-checkers too* Достапно на https://www.poynter.org/news/repetition-boosts-lies-could-help-fact-checkers-too. [пристапено на 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *French and American voters seem to respond to fact-checking in a similar way*. Достапно на https://www.poynter.org/fact-checking/2017/french-and-american-voters-seem-to-respond-in-a-similar-way-to-fact-checking/. [пристапено на 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *Where there's a rumour, there's an audience. This study sheds light on why some take off*. Достапно на https://www.poynter.org/fact-checking/2017/where-theres-a-rumor-theres-an-audience-this-study-sheds-light-on-why-some-take-off/. [пристапено на 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *Want to be a better online sleuth? Learn to read webpages like a fact-checker.* Достапно на https://www.poynter.org/news/want-be-better-online-sleuth-learn-read-webpages-fact-checker. [пристапено на 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *These two studies found that correcting misperceptions works. But it's not magic.* Достапно на https://www.poynter.org/news/these-two-studies-found-correcting-misperceptions-works-its-not-magic. [пристапено на 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *What does the "Death of Expertise" mean for fact-checkers?* Достапно на https://www.poynter.org/news/what-does-death-expertise-mean-fact-checkers. [пристапено на 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *Journalism can't afford for corrections to be the next victim of the fake news frenzy.* Достапно на https://www.poynter.org/news/journalism-cant-afford-corrections-be-next-victim-fake-news-frenzy. [пристапено на 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2016). *Should journalists outsource fact-checking to academics?* Достапно на https://www.poynter.org/news/should-journalists-outsource-fact-checking-academics. [пристапено на 06/04/2018].

Книги

Ball, J. (2017). *Post-Truth: How Bullshit Conquered the World.* London: Biteback Publishing.

Gladstone, B. (2017). *The Trouble with Reality: a Rumination on Moral Panic in Our Time.* New York: Workman Pu.

Graves, L. (2016). *Deciding What's True: the Rise of Political Fact-Checking Movement in American Journalism.* New York: Columbia University Press.

Онлајн ресурси

Наставниот план што содржи Игра со карти, со кои се доделуваат улоги за Меѓународниот ден за проверка на фактите (за ученици од 14 до 16-годишна возраст) е достапен на следниов линк: http://factcheckingday.com/lesson-plan. Веб-сајтот содржи и клуч со одговори, линк до онлајн курс за студентите на универзитет и литература за фактите и проверката на фактите.

ВЕРИФИКАЦИЈА НА СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ: ПРОЦЕНУВАЊЕ НА ИЗВОРИТЕ И НА ВИЗУЕЛНАТА СОДРЖИНА

од Том Тервинард и Фергус Бел

МОДУЛ 6

Овој модул е дизајниран да им помогне на учесниците во идентификување и верификување на оригиналниот извор на дигиталните информации на интернет. Модулот ќе претстави различни стратегии за утврдување на автентичноста на изворите, фотографиите и видеата, особено на Содржини создадени од корисникот (UGC) споделени преку социјалните мрежи.

До крајот на овој модул, учесниците треба да станат свесни за различните видови на лажните и погрешни содржини, често споделени заедно со вонредните вести на платформите како Фејсбук, Твитер, Инстаграм и Јутјуб[1]. Се случува понекогаш за таквите содржини ненамерно да известуваат и кредибилните новински организации, што води до нивно дискредитирање. Се случува, исто така, таквата содржина ненамерно да се дистрибуира и да се засили на социјалните мрежи од страна на новинарите, кои понекогаш се цел на малициозни актери, чија цел е да влијаат врз јавната дебата[2] и да го искористат, па дури и да го злоупотребат кредибилитетот на новинарите како доверливи извори[3].

Од учесниците се бара да ги тестираат своите инстинкти со сценарија и примери од реалниот свет, пред да започнат со практикување на основните истражувачки техники и стратегии за верификација на содржината, вклучувајќи:

- Идентификување и припишување на заслугата на оригиналните извори во согласност со етичките начела во новинарската употреба на Содржини создадени од корисниците;[4]
- Идентификување и исклучување на лажните профили или ботови;[5] [6]
- Потврдување дека визуелната содржина е правилно припишана на оригиналниот извор;
- Проверка на времето на снимање и прикажување на содржината;
- Геолоцирање на фотографиите и видеата.

Да бидат во можност да ги идентификуваат и да ги проверуваат оригиналните содржини што им овозможува на новинарите да објавуваат Содржини создадени од корисникот (UGC) во согласност со етичките и законските барања.

---

1 Alejandro, J. (2010). Journalism In The Age Of Social Media. Reuters Institute Fellowship. Достапно на: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/journalism-age-social-media [пристапено на 22/04/2018].

2 Paulussen, S. & Harder, R. (2014). Social Media References in Newspapers. Journalism Practice, 8(5), стр.542-551.

3 Во Модул седум има детална дискусија и третирање на овој проблем.

4 Види го Етичкиот водич за содржини генерирани од корисниците на Здружението на новинари на интернет: https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/ [пристапено на 18/4/2018]

5 Woolley, S.C. & Howard, P.N. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary. Samuel Woolley and Philip N. Howard, Eds. Working Paper 2017.11. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. comprop.oii.ox.ac.uk. Достапно на http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf [пристапено на 22/04/2018].

6 Joseph, R. (2018). Guide. How to verify a Twitter account. Africa Check. Достапно на https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/. [пристапено на. 6/04/2018].

Резиме

Авторите Бил Ковач и Том Росенстиел во *Елементите на новинарството (The Elements of Journalism)*[7] потврдуваат: „На крајот, дисциплината на верификација е тоа што го издвојува новинарство од забавата, пропагандата, фикцијата или уметноста... Новинарството, пред сè, се фокусира на точното наведување на случките...“ Во тој дух, овој модул ја испитува „дисциплината на верификацијата“ во денешницата.

Социјалните медиуми ја променија новинарската практика. Ангажирањето на публиката во реално време доведе до создавање краудсорсинг содржини, па дури и задачите за известување како верификацијата сега може да се аутсорсираат на публиката.[8] Новинарството останува во суштина дисциплина на верификација[9], но методите за проверка на содржината и на нејзините извори бараат постојано ажурирање, со цел да ги одразат влијанијата на дигиталните технологии, онлајн однесувањето и практиката за собирање вести што брзо се менува. На пример, за време на Арапската пролет, концептот на „отворена верификација“ – процес на јавна, колаборативна, проверка во реално време – почна да излегува на површина. Но, овој процес останува спорен поради ризиците поврзани со мисинформациите што вирално се шират при самиот обид за проверка на информациите во јавниот форум (т.е. известувач што споделува непроверени и неверификувани информации со намера да користи краудсорсинг на процесот на верификација).[10]

Денес изјавите на очевидците и визуелната содржина се меѓу најважните и најрелевантни алатки што ги користат новинарите или уредниците на вести за да раскажат приказна што ќе има големо влијание. Во сценаријата што вклучуваат вонредни вести, брзината е клучен фактор во проверката на информациите од социјалните медиуми.[11]

Новинарите мора да бидат способни да маневрираат низ огромните количини на информации за да дојдат до изворите, информациите и до фотографиите што се важни. Брзиот пораст во количината на визуелните содржини (слики, видеа и гифови) поставени на социјалните платформи, е воден од три главни фактори:

- Зголемувањето на бројот на паметни телефони со камера во светот;[12]

---

7 Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.

8 Carvin, A. (2012). Distant witness: Social Media's Journalism Revolution. New York, NY: CUNY Journalism Press.

9 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). Op cit

10 Posetti, J. & Silverman, S. (2014). When Good People Share Bad Things: The basics of social media verification at Mediashift July 24th, 2014. Достапно на: http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/ [пристапено на 22/04/2018].

11 Brandtzaeg, P., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L. & Følstad, A. (2015). Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media. Journalism Practice, 10(3), стр.323-342.

12 Види слајд 5 од Извештајот на Мери Микер за трендовите на интернет: https://www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1. [пристапено на 22/04/2018].

- Зголемениот пристап до евтиниот пренос (а некаде и бесплатен) на мобилни податоци;
- Подемот на глобалните социјални мрежи и платформи за испраќање пораки на социјалните мрежи на кои секој може да објави содржина и да изгради своја публика.

Во многу сценарија на вонредни вести, првите известувања, фотографии и видеоснимки што ќе се појават од инцидентот – без оглед дали станува збор за протест, железничка несреќа, ураган или за терористички напад – најверојатно ќе бидат објавени од очевидци, учесници или случајни минувачи што имаат паметен телефон. Техниките за верификација на оваа содржина варираат во зависност од ресурсите, нормите и стандардите, и од самата практика на новинарите во редакциите. Овој модул ќе ги запознае студентите со некои од методите на најдобрите практики и онлајн алатките и ресурсите, но како што е и случајот со технологијата, алатките брзо се развиваат.[13]

Кај сите видови верификација се применуваат некои општи насоки, понудени од Ковач и Росенстиел (2014)[14]:

- Уредувајте со скептицизам;
- Поседувајте листа за проверка на точноста;
- Не претпоставувајте – не дозволувајте да ве заведе експлоатацијата на ознаките поврзани со „вистинитоста“;[15]
- Бидете претпазливи со анонимните извори.

Со идентификување на изворот на информациите или на фотографиите, и со вршење систем на проверки на изворот и на содржината што била споделена, ќе се најдете во позиција да ги верификувате како извори, се разбира доколку проверките ви ги дадат бараните резултати.[16]

Овие проверки ја реплицираат работата што новинарот би ја извршувал доколку би бил физички присутен на местото на кое се случил настанот за кој се известува во вестите при интервјуирање очевидци. Еден новинар што е во можност да спроведе интервју во живо, ќе го распраша очевидецот за случката, дополнително ќе ги истражи важните детали и ќе дојде до заклучок за нивната точност, врз основа на проверката на фактите. Инстинктот исто така може да биде делумен

---

13 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A. & Martin, C. (2014). Identifying and Verifying News through Social Media. Digital Journalism, 2(3), стр.406-418.

14 Kovach & Rosenstiel (2014). Op cit.

15 Zimmer, B (2010). “Truthiness”, The New York Times. https://www.nytimes.com/2010/10/17/magazine/17FOB-onlanguage-t.html[пристапено на 15/04/2018].

16 Bell, F. (2015). Verification: Source vs Content [online] Medium. Достапно на: https://medium.com/1st-draft/verficiation-source-vs-content-b67d6eed3ad0 [пристапено на 22/04/2018].

водич – заедно со следењето на однесувањето. Процесот на потврдување на изворот, дигитално мора да овозможи донесување заклучоци, дури и доколку не можете да зборувате со некого директно или во реално време.[17]

Многу големи редакции имаат тимови и скапа технологија, или агенции што обезбедуваат услуги за изнаоѓање вакви содржини што е можно поскоро[18], кои истовремено ги обезбедуваат правата на објавување и емитување и верификацијата на содржината пред објавувањето. Повеќето помали редакции и многу самостојни новинари ги немаат истите ресурси[19] и се потпираат на сопствената систематска методологија, која постојано еволуира во утврдувањето на вистинитоста.[20]

Зошто е толку важна верификацијата на изворот и на визуелната содржина? Едноставно речено: тоа е добро новинарство. Во дигиталниот свет на денешницата, злонамерните актери лесно може да создаваат и да споделуваат убедливи лаги што тешко се откриваат. Има многу случаи каде што професионални новинари и редакции ѝ наштетиле на својата репутација преку споделување или реобјавување лажни информации, фотографии или видеа или информации од лажни лица. Од време на време се случувало и погрешно да протолкуваат сатирични содржини и да ги споделат и објават како факти.[21]

Проблемот се усложнува со волуменот на визуелни содржини достапни на интернет, од кои сите може да бидат лишени од контекст и рециклирани за идни настани и вести, како што гледаме дека секојдневно се случува низ светот каде што лажговците успеваат да ги прелажат и политичарите и професионалните новинари.

Сепак, има голем број чекори што можат да се преземат за да се оцени кредибилитетот на даден извор што има приказна за раскажување или содржина за споделување. Треба да се постават важните прашања, некои директно, на некои треба да се одговори со користење на доказите достапни преку спроведеното истражување. Алатки за проверка и верификација може да се користат за да се утврди од каде изворот ја објавил приказната, но, исто така, е можно рачно да се триангулира извор со анализа на нивната историја на социјалните медиуми за да се проверат трагите што би можеле да укажуваат на можноста тие да се најдат

17 Kovach & Rosenstiel (2014). Op cit.

18 Diakopoulos N., De Choudhury M. & Naaman M. (2012). Finding and assessing social media information sources in the context of journalism Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, , стр. 2451-2460. Достапно на: http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf [пристапено на 22/04/2018].

19 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Goker, A.S. & Martin, C. (2014). Identifying and verifying news through social media: Developing a user-centred tool for professional journalists. Digital Journalism, 2(3), стр. 406-418. Достапно на http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING AND VERIFYING NEWS THROUGH SOCIAL MEDIA.pdf [пристапено на 22/04/2018].

20 Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., & Følstad, A. (2016). Emerging journalistic verification practices concerning social media. Journalism Practice, 10(3), 323-342.

21 Deutsche Welle (2018) Germany's Bild falls for hoax and unleashes fake news debate (22/02/2018) Достапно на http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014 [пристапено на 22/04/2018].

на одредено место во одредено време. Проверката на историјата на нивната интеракција со другите корисници и проверка на поврзаните содржини во самите постови, исто така помага во процесот на рачна верификација и може да помогне во елиминирање на информациите споделени од ботови.

Скептичното уредување е од суштинско значење, но поголемиот дел од поединците што се затекнале на настанот за кој се известува и ги споделуваат своите приказни, немаат намера некого да измамат – тие само ги споделуваат своите искуства. Ако се појават мисинформации, можеби не се малициозни. Наместо тоа, можеби едноставно лицето не може да се сети на настаните онака како што се случиле или можеби решило да ја разубави приказната. Ова може да се случи и при интервју во живо, нешто што често се случува во конфликтни извештаи и изјави од местото на злосторството или несреќата, каде што доживувањата на траумaтизираните сведоци или на жртвите, може значително да се разликуваат.

Иако можеби нема да биде можно да се утврди потеклото на визуелните содржини со целосна сигурност, сепак постојат голем број „црвени знамиња“, кои може да се откријат преку едноставен процес на верификација во кој се прашува:

- Дали содржината е оригинална или, пак, е „добиена“ од претходен извештај и повторно прикажана за да ве заведе на погрешна страна?
- Дали содржината била дигитално манипулирана на некаков начин?[22]
- Можеме ли да го потврдиме местото и времето на фотографирањето/снимањето на видеата, користејќи достапни метаподатоци?
- Можеме ли да го потврдиме местото и времето на фотографирање/снимање на видеата, со користење визуелни индиции во содржината?

За да најдеме „црвени знамиња“ ефикасно, треба да ги разбереме и различните видови заеднички лажни или погрешни визуелни содржини:

- **Погрешно време/погрешно место:** Најчестиот вид лажни визуелни елементи се старите визуелни елементи што повторно се споделуваат со нови тврдења за тоа што се прикажува на сликата. Виралното ширење во таквите случаи е често предизвикано од случајно споделување содржина што може лесно да биде разоткриена, но не може да биде толку лесно повлечена.[23]

[22] Студентите што го преживеаја масовното пукање во училиштето во Паркланд, Флорида, САД, кои организираа успешни национални протести за контрола на вооружувањето, се најдоа во манипулирани слики на социјалните медиуми. Достапно на: https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euy6NPayy#.jhe2YvV44. [пристапено на 22/04/2018].

[23] Ова видео за кое се тврдеше дека е доказ од поплавата на Меѓународниот аеродром Бенгалуру во Индија, всушност, беше рециклирано видео од поплавата на аеродромот во Мексико. https://www.thequint.com/news/webqoof/fake-video-claiming-bengaluru-airport-was-flooded-is-from-mexico [пристапено на 22/04/2018].

- **Манипулирана содржина:** Содржина што е дигитално манипулирана со користење софтвер за манипулирање фотографии или видеосодржини.
- **Изведена содржина:** Оригинални содржини создадени или споделени со намера да залажат.[24]

Во овој модул студентите ќе се запознаат со основните алатки и техники за запознавање и практикување на верификација на изворите и содржините (слајдовите, вклучително и белешките од инструкторите, како и дополнителна литература) како на пример:[25]

Анализа на фејсбук-профили: Со користење онлајн алатка од Интел текникс (Intel Techniques)[26] можете да дознаете повеќе за изворот со анализа на неговиот Фејсбук-профил.

Анализа на твитер-профили: Со користењето на овој водич од Африка чек (Africa Check), може да дознаете повеќе за изворот преку анализа на неговата социјална историја и со тоа да утврдите дали станува збор за твитање од бот.[27]

Пребарување рециклирани слики: Со користење Google Reverse Image Search[28], TinEye[29] или RevEye[30], може да проверите дали сликата е рециклирана во поддршка на ново тврдење или настан. Пребарувањето рециклирани слики ви овозможува да видите дали една или повеќе бази на податоци на сликата (со милијарди слики) содржи претходна верзија на сликата. Ако пребарувањето на рециклираните слики покаже слика што постоела пред да се случи настанот што се прикажува, тоа е големо „црвено знаме“ и веројатно сликата се рециклирала од претходен настан. Ако пребарувањето на рециклирани слики не врати никакви резултати, тоа не значи дека сликата е оригинал туку дека треба да направите дополнителни проверки.

Јутјуб прегледувач на податоци: Нема јавно достапно „пребарување на рециклирано видео“ – но алатките на Амнести како YouTube Viewer[31], InVID[32] и NewsCheck[33] може да откријат видеосликички за видеоклипови на Јутјуб, и

[24] Вештачката интелигенција и софистицираните алатки за видеоедитирање прават да биде сè потешко разликувањето на лажните видеа, како што може да се види на оваа снимка од Барак Обама: https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo [пристапено на 03/04/2018].

[25] Забележете дека новите алатки продолжуваат да еволуираат и инструкторите, заедно со учениците може да ги откријат и да ги тестираат овие технологии и техники.

[26] Достапно на: https://inteltechniques.com/osint/facebook.html. [пристапено на 03/04/2018].

[27] Joseph (2018). Op cit

[28] How to do a Google Reverse Image Search: https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en [пристапено на 22/04/2018].

[29] Оди на https://www.tineye.com/ [пристапено на 22/04/2018].

[30] http://squobble.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html [пристапено на 22/04/2018].

[31] How to use Amnesty's YouTube Data Viewer: https://www.poynter.org/reporting-editing/2014/amnesty-international-launches-video-verification-tool-website/[пристапено на 22/04/2018].

[32] InVid video verification tool достапно на: http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/. [пристапено на 22/04/2018].

[33] About NewsCheck: https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/ [пристапено на 22/04/2018].

пребарувањето на рециклираните слики на таквите сликички може да открие дали биле претходно прикачени некакви верзии од видеото. (Алатките исто така го покажуваат точното време на поставување.)

EXIF-прегледувач: EXIF се метаподатоци прикачени на визуелната содржина, која вклучува широк опсег на податоци, кои се направени со дигитални камери и телефонски апарати во моментот на фотографирање или снимање. Тие содржат податоци за точното време и датум, метаподатоци за локацијата, податоците на уредот, како и информации за нагодување на светлината. EXIF-метаподатоците затоа се исклучително корисни во процесот на верификација, но големо ограничување е тоа што социјалните мрежи ги одделуваат метаподатоците од визуелната содржина. Ова значи дека сликите споделени на Твитер или на Фејсбук не прикажуваат EXIF-податоци. Ако, пак, сте во можност да се јавите на поставувачот и да ја добиете оригиналната датотека со сликата, може да користите EXIF-податоци за потврдување на содржината. Исто така, важно е да се напомене дека EXIF-податоците може да бидат изменети, така што е потребна понатамошна проверка.

Учесниците ќе добијат основен вовед во повеќе напредни техники, со дополнителни ресурси за понатамошно користење литература и студии на случај. Овие техники вклучуваат:

- **Геолоцирање:** Геолоцирањето е процес на одредување каде било снимено видеото или фотографирана сликата. Ова може да биде едноставно доколку соодветните метаподатоци се достапни: EXIF-податоците од мобилни телефони често откриваат координати, а социјалната содржина (на Инстаграм, Фејсбук и Твитер, на пример) повремено има геолокациска ознака (и покрај тоа што е важно да се напомене дека тие податоци може да се уредуваат и може да бидат погрешни). Често геолоцирањето бара визуелни карактеристики и обележја за споредба со содржината од сателитските снимки, слики од улиците (street-view) и достапна визуелна содржина од други извори (какви што се другите визуелни содржини објавени на Твитер, Инстаграм, Фејсбук и Јутјуб).
- **Потврда на временските услови:** Извори, каков што е WolframAlpha[34], може да откријат историски податоци за времето, што ни овозможува да провериме дали временските услови прикажани во визуелната содржина се потврдени од историските докази (т.е. дали видеото покажува дека на денот на настанот врнело дожд, кога според метеоролошки извори немало дожд).

[34] WolframAlpha алатки достапни на https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/ [пристапено на 22/04/2018].

- **Анализа на сенките:** Еден правец на истражување на фотографијата или видеозаписот е испитување на внатрешната конзистентност на видливите сенки (т.е. дали има сенки, каде очекуваме да се појават и дали има видливи сенки во согласност со релевантните извори на светлина).
- **Форензика на фотографии:** Некои алатки може да детектираат недоследности во метаподатоците на фотографијата, кои укажуваат на манипулација. Валидноста на овие техники зависи од контекстот и од примената, но алатките какви што се Forensically[35], Photo Forensics[36] и IziTru[37] можат да вршат откривање на клонови и анализа на нивото на грешка што може да обезбеди корисни сознанија.

Цели на модулот

- Да ја зголеми свеста за улогата на Содржините создадени од корисникот (UGC) споделени преку социјалните мрежи во современото новинарство, заедно со ризиците и замките што се поврзани со потпирањето на таквите содржини;
- Да постигне пошироко разбирање на важноста од обезбедување пристап до информациите од примарен извор во една приказна и процесот со кој тоа се прави;
- Да го прошири разбирањето на потребата за потврдување на UGC содржините и исклучување на различните видови лажни и погрешни содржини;
- Да ја зголеми свеста за основните методи што се користат за верификација на сликите и видеата и разобличување на лажната визуелна содржина.

Резултати од учењето

1. Подлабоко разбирање на улогата на UGC содржината во современото новинарство;
2. Разбирање на потребата од верификација на дигиталните содржини;
3. Свест и техничко разбирање на користењето алатки за верификација на оригиналниот извор;

[35] Wagner, J. (2015). Forensically, Photo Forensics for the Web. [Blog] 29a.ch. Достапно на: https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web [пристапено на 22/04/2018].

[36] Photoforensics алатки достапни на: http://fotoforensics.com/ [пристапено на 22/04/2018].

[37] Izitru алатки достапни на: https://www.izitru.com/ [пристапено на 22/04/2018]

4. Способноста за спроведување проверка на основните чекори за фото и видео содржини;
5. Свест за напредни техники и метаподатоци, кои може да се користат во процесот на верификација;
6. Свест за потребата да се бара дозвола за користење на UGC и други интернет-содржини и да се знае како да се искористат.

Формат на модулот

Овој модул е претставен како 60-минутно теоретско предавање и 120-минутна триделна практична демонстрација. Сепак, практичната природа на предметот е подложна на подолга форма на интерактивна работилница, со практични вежби за дополнување на демонстрациите.

Теоретски дел: Преку користење на забелешките дадени погоре, подгответе предавање што се занимава со верификацијата како составен дел од новинарскиот метод во дигиталната ера, кој постојано еволуира.

Практичен дел: 120 минути практична сесија посветена на интерактивна демонстрација и работилница, која може да се подели на три различни дела.

Едукаторите треба да ги користат забелешките дадени погоре и да ги разгледаат слајдовите што можат да бидат симнати од следниве линкови. Имајте предвид дека има дополнителни белешки за инструкторите во прилог на слајдовите:

i. **Откривање и верификација на изворите.** Проверка на социјалната историја на изворите: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf

ii. **Основна проверка на сликите.** Општи типови лажни слики и основни чекори за верификација: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf

iii. **Понапредна верификација.** Пристапи за анализа на содржина, вклучувајќи ја анализата на метаподатоците и геолоцирањето: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

Поврзување на планот со резултатите од учењето

А. Теоретски

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
Предавање на тема: Историја и теорија на верификацијата и еволуцијата на методите	1 час	1, 2, 6

Б. Практичен

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
i) Верификација на изворите (вежба)	30 мин	2, 3
ii) Пребарување слики (демонстрација и вежба)	15 мин.	2, 3, 4
ii) Анализа на видео (демонстрација)	30 мин.	2, 3, 4
iii) Вовед во различни видови метаподатоци (демонстрација)	15 мин.	2, 5
iii) Геолоцирање (демонстрација + вежби)	20 мин.	2, 4, 5
iii) Временски услови, сенки и форензика на фотографија (демонстрација)	10 мин.	2, 4, 5

Предлог-задача

- Учесниците треба да подготват работен процес за верификација на изворите со помош на генеричкиот примерок даден на слајд 8 од првата група слајдови. Учесниците треба да искористат вистински улоги, местото на кое тие работат, или новинската организација со која се запознаени.
- Изберете профил на социјалните медиуми на популарно лице и побарајте од учесниците да ги користат овие алатки за утврдување на автентичноста на профилите и да откријат дали постојат некои поврзани, но неавтентични профили.
- Изберете и споделете датотека од слика со слушателите и побарајте од нив да идентификуваат одредени информации со користење на онлајн EXIF-прегледувачот и алатката за пребарување рециклирани слики, со цел да стигнат до оригиналниот извор.

Материјали

Слајдови

1. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
2. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
3. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

Литература

Верификација на извор

Ayala Iacucci, A. (2014). *Case Study 3.1: Monitoring and Verifying During the Ukrainian Parliamentary Election, Verification Handbook. European Journalism Centre.* Достапно на: http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php. [пристапено на 04/04/2018].

Bell, F. (2015). *Verification: Source vs. Content, First Draft News*. Достапно на: https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0 [пристапено на 04/04/2018].

Carvin, A. (2013), *Distant Witness,* CUNY Journalism Press. Достапно на: http://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/. [пристапено на 04/04/2018].

Toler, A. (2017). *Advanced guide on verifying video content.* Достапно на: https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/.[пристапено на 04/04/2018].

Trewinnard, T. (2016). *Source verification: Beware the bots, First Draft News.* Достапно на: https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/. [пристапено на 04/04/2018].

Видео

Real or Fake: How to verify what you see on the internet. (2015). France24. Достапно на https://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=yout [пристапено на 04/04/2018].

Knight, W. (2018). *The Defense Department has produced the first tools for catching deepfakes,* MIT Technology Review. https://www.technologyreview.com/s/611726/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/ [пристапено на 23/08/2018].

Медиуми со сведоштва од очевидци

Brown, P. (2015). *A global study of eyewitness media in online newspaper sites.* Eyewitness Media Hub. Достапно на http://eyewitnessmediahub.com/uploads/browser/files/Final%20Press%20Study%20-%20eyewitness%20media%20hub.pdf. [пристапено на 04/04/2018].

Hermida, A. (2013). *#JOURNALISM*. Digital Journalism, 1(3), pp.295-313.

Koettl, C. (2016, January 27). *Citizen Media Research and Verification: An Analytical Framework for Human Rights Practitioners.* Centre of Governance and Human Rights, University of Cambridge. Достапно на https://www.repository.cam.ac.uk/handle/1810/253508. [пристапено на 04/04/2018].

Kuczerawy, A. (2016, December 16). *Pants on fire: content verification tools and other ways to deal with the fake news problem.* Достапно на https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/ [пристапено на 22/01/2018].

Novak, M. (n.d.). *69 Viral Images From 2016 That Were Totally Fake.* Достапно на https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518. [пристапено на 12/11/2017].

Online News Association: UGC Ethics Guide https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/ [пристапено на 18/4/2018].

Pierre-Louis, K. (2017). *You're probably terrible at spotting faked photos*. Достапно на https://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo. [пристапено на 12/11/2017].

Rohde, D. (2013). *Pictures That Change History: Why the World Needs Photojournalists*. The Atlantic. Достапно на https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/. [пристапено на 03/04/2018].

Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I. & Mychajlowcz, K. (2013) *Verification as a Strategic Ritual: How journalists retrospectively describe processes for ensuring accuracy*, published in Journalism Practice, 7(6).

Smidt, J. L., Lewis, C. & Schmidt, R. (2017). *Here's A Running List Of Misinformation About Hurricane Irma*. Достапно на https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/irma-misinfo/. [пристапено на 23/10/2017].

Wardle, C. (2015). *7/7: Comparing the use of eyewitness media 10 years on.* Достапно на https://firstdraftnews.com:443/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/. [пристапено на 12/11/2017].

Wardle, C., Dubberley, S., & Brown, P. (2017). *Amateur Footage: A Global Study of User-Generated Content in TV and Online News Output*. Достапно на http://usergeneratednews.towcenter.org/how-when-and-why-ugc-is-integrated-into-news-output/. [пристапено на 23/10/2017].

Zdanowicz, C. (2014). *"Miracle on the Hudson" Twitpic changed his life.* Достапно на http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html. [пристапено на 12/11/2017].

Пребарување на рециклирани слики

First Draft News. *Visual Verification Guide - Photos* -. Достапно на https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x47084. [пристапено на 06/11/2017].

First Draft News. *Visual Verification Guide - Video* -. Достапно на https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_videos.pdf?x47084. [пристапено на 06/11/2017].

Suibhne, E. (2015). *Baltimore "looting" tweets show importance of quick and easy image checks.* Достапно на https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e. [пристапено на 06/11/2017].

Seitz, J. (2015). *Manual Reverse Image Search With Google and TinEye.* Достапно на https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/. [пристапено на 06/11/2017].

YouTube Data Viewer

First Draft News. (n.d.). *Using YouTube Data Viewer to check the upload time of a video* -. Достапно на https://www.poynter.org/reporting-editing/2014/amnesty-international-launches-video-verification-tool-website/. [пристапено на 13/11/2017].

Toler, A. (2017). *Advanced Guide on Verifying Video Content.* Достапно на https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/. [пристапено на 13/11/2017].

Анализа на метаподатоци

Honan, M. (2012). *How Trusting in Vice Led to John McAfee's Downfall.* Достапно на https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/. [пристапено на 03/04/2018].

Storyful. (2014). *Verifying images: why seeing is not always believing*. Достапно на https://storyful.com/blog/2014/01/23/verifying-images-why-seeing-is-not-always-believing/. [пристапено на 13/11/2017].

Wen, T. (2017). *The hidden signs that can reveal a fake photo*. Достапно на http://www.bbc.com/future/story/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake. [пристапено на 12/11/2017].

Анализа на содржина

Ess, H. van. (2017). *Inside the trenches of an information war.*.Medium. Достапно на https://medium.com/@henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3. [пристапено на 03/04/2018].

Farid, H. (2012a). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - A Pointless Shadow Analysis.* Достапно на http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/4/a-pointless-shadow-analysis.html. [пристапено на 03/04/2018].

Farid, H. (2012b). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - The JFK Zapruder Film.* Достапно на http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/11/the-jfk-zapruder-film.html. [пристапено на 03/04/2018].

Farid, H. (n.d.-c). *Photo Forensics: In the Shadows - Still searching - Fotomuseum Winterthur.* Достапно на http://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/articles/26425_photo_forensics_in_the_shadows. [пристапено на 03/04/2018].

First Draft News. (2016). *Watch Eliot Higgins demonstrate advanced verification techniques at #FDLive.* Достапно на https://firstdraftnews.com:443/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/. [пристапено на 03/04/2018].

Higgins, E. (2015, July 24). *Searching the Earth: Essential geolocation tools for verification*. Достапно на https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d960bb8fba. [пристапено на 03/04/2018].

Онлајн ресурси

First Draft Interactive: Geolocation Challenge. Достапно на https://firstdraftnews.org/en/education/curriculum-resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/ [пристапено на 03/04/2018].

First Draft Interactive: Observation Challenge. Достапно на https://firstdraftnews.org/en/education/curriculum-resource/5-observation-challenge/. [пристапено на 03/04/2018].

First Draft Online Verification Course. Достапно на https://firstdraftnews.org/learn/ [пристапено на 03/04/2018]

БОРБА ПРОТИВ ОНЛАЈН ЗЛОУПОТРЕБАТА: ЧИЈА ЦЕЛ СЕ НОВИНАРИТЕ И НИВНИТЕ ИЗВОРИ

од Џули Посети

МОДУЛ 7

Синопсис

Проблемот со дезинформациите и мисинформациите[1] кој го поткопува кредибилното новинарство и веродостојните информации, ескалираше драматично во ерата на социјалните медиуми. Несаканите ефекти вклучуваат намерни напади врз новинари и други онлајн издавачи, заедно со нивните извори, кои се обидуваат да ги верификуваат или да ги споделуваат информациите и коментарите. Придружните ризици дополнително може да ја поткопаат довербата во новинарството, заедно со безбедноста на новинарите и нивните извори.

Во некои случаи новинари беа жртви на „астротурфирање“[2] и „тролање“[3], намерни обиди за да ги „доведат во заблуда, да ги дезинформираат, да ги збунат или да ги загрозат новинарите“[4] со споделувањето информации, чија цел е да се одвлече вниманието на новинарите и на нивните потенцијални извори и да се наведат на погрешна трага. Исто така, новинарите може да бидат жртви на напади насочени кон нив, со цел да ги измамат и да ги натераат да споделуваат неточни информации што доведува до лажно толкување на фактите, или, кога се откриваат како лажни, го намалуваат кредибилитетот на новинарот (како и на медиумската куќа на која тој ѝ припаѓа). Во други случаи, тие се соочуваат со дигитални закани, чија цел е да се натераат да ги објават своите извори, да ја прекршат нивната приватност и да ги изложат на ризик, или да имаат пристап до нивните необјавени податоци.

Тука е и феноменот каде што владите мобилизираат „дигитални тимови за сеење омраза“ за да ги разводнат критичките коментари и да ја задушат слободата на изразување.[5] Потоа, тука е сериозниот проблем на онлајн малтретирање и насилство (понекогаш проблематично етикетирани како „тролови“[6]), кое несразмерно го искусуваат жените и е често мизогено по природата. На овој начин новинарите, нивните извори и коментаторите се подложни на бура на

---

1 За дефинициите, види: Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking (Council of Europe). https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c [пристапено на 30/03/2018].

2 „Астротурфирање“ е поим кој е извлечен од марка на вештачки тревници што се користат за покривање надворешни површини каде што се сака да се создаде впечаток дека станува збор за природна прекривка од трева. Во контекстот на дезинформациите, станува збор за ширење лажни информации, таргетирање публики и новинари со намера да се залажат или да се наведат во друг правец, особено како „доказ“ за лажната поддршка од народот за некое лице, идеја или политика. Види и дефиниција во Технопедија: https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing [пристапено на 20/03/2018].

3 Coco, G. (2012). Why Does Nobody Know What Trolling Means? A quick reference guide for the media at Vice.com. https://www.vice.com/en_au/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers [пристапено на 30/03/2018].

4 Posetti, J. (2013). The 'Twitterisation' of investigative journalism in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), Journalism Research and Investigation in a Digital World (стр. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers [пристапено на 30/03/2018].

5 Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) A Global Guide To State-Sponsored Trolling, Bloomberg: https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/ [пристапено на 21/07/2018].

6 Забелешка: „Тролањето“ во неговата примена на интернет се однесува на различни дејства, од лесно задевање, провоцирање или нервирање, па сè до намерна измама. Сепак, сè повеќе се користи како поим за прикривање на сите дејства на злоупотреба на интернет. Тоа е потенцијално проблематично по себе, земајќи предвид дека станува збор за комбинација на различни активности и потенцијално ја намалува сериозноста на злоупотребата на интернет.

злоупотреба, преку споделување лажни информации за нивното однесување, погрешно претставување на нивниот идентитет, или закани, чија цел е да ги понижат и да ја поткопаат нивната доверба, да ги дискредитираат, да им го пренасочат вниманието и, сосем на крај, да го разводнат нивното известување.[7] Во меѓувреме, во многу места, физичката злоупотреба чија цел е да се потисне критичкото известување продолжува, а тука постои и дополнителна опасност од поттикнување и заплашување на интернет.

Новинарите можат да бидат директни жртви на кампањи за дезинформации, но и тие го возвраќаат ударот. Во прилог на зајакнување на дигиталната одбрана, многу од нив проактивно ги разобличуваат овие напади и ги откриваат напаѓачите. Преку ангажирањето во иницијативата за медиумска и информациска писменост заедно со невладините организации во овој простор, медиумите, исто така, играат улога и во едукацијата на јавноста во врска со причините поради кои новинарството вреди да се негува и заштитува.

Резиме

Извлекување на прашањата

i) Признавање и реагирање на „тролање“ и „астротурфирање“[8]

Овој феномен опфаќа фабрикување ликови и настани со намера да се излажат новинарите и јавноста, заедно со организираните кампањи на социјалните медиуми, чија цел е да ја имитираат органската јавна реакција. Може да биде тешко да се направи разлика меѓу вонредните вести и легитимните изјави на очевидците од содржината што е фалширана или зачинета со неточности, чија цел е намерно да ги доведат во заблуда или да го поткопаат кредибилитетот на новинарите и другите онлајн коментатори, како и нивната работа, со тоа што ќе ги наведат да споделат такви лажни информации.

Примерите за овој вид однесување вклучуваат:

- Фабрикување жртви од катастрофи и терористички напади (види го примерот со бомбашкиот напад во Манчестер[9]) со цел да ги измамат луѓето и да ги натераат да споделуваат содржина што потенцијално му штети на угледот и/или на кредибилитетот на поединци, вклучувајќи и новинари, кои би можеле да бидат означени во процесот на дистрибуција.

---

7 Види на пример: https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html

8 За објаснување на поимот „астротурфирање“ кој е корисен во насока на предавањата, следниов линк е навистина вреден: https://youtu.be/Fmh4RdlwswE

9 Пример со бомбардирањето во Манчестер, https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims [пристапено на 30/03/2018].

- Објавување на содржината и нејзино парадирање како топ вест произведена од фиктивни карактери, како што се „Геј девојка во Дамаск“[10]. Во 2011 година, светските медиуми гласно бараа да го пријават апсењето на блогерката што била наводно сириска лезбијка – се покажа дека авторот е американска студентка на студии надвор од земјата. Новинарката Џес Хил ја истражуваше приказната за програмата ПМ на Австралиската радиодифузна корпорација. Таа вели дека традиционалните вредности и методите на верификација го спречија дополнителното проширување на лагата на нејзината програма. „Не известувавме за нејзиното апсење, од една едноставна причина – не можевме да најдеме некој што всушност се сретнал со неа во живо. Немаше ниту роднини ниту пријатели. Два дена поминавме во потрага по луѓе, барајќи од нашите сириски контакти да нè поврзат со лица што можеби имаат контакт со неа, но секое наше барање беше ќорсокак. Фактот што ние не можевме да најдеме некој што всушност се сретнал со неа, го активираше нашиот аларм, па затоа не известувавме за приказната... Новинските агенции што побрзаа да известуваат за приказната, не го почитуваа основното правило за враќање до изворот. Тие објавија вест врз основа на објава на блог.“[11]

Другите мотивации ја вклучуваат желбата за пренасочување или за одвлекување на вниманието на новинарите од истрагата со поттикнување залудни насоки на истрагата, кои ги уништуваат напорите за известување и, во крајна линија, имаат застрашувачки ефект врз потрагата по вистината.

Примерите на овој стил на погрешно насочување вклучуваат:

- Обид за погрешно претставување на тврдењата за големината на публиката на инаугурацијата на Доналд Трамп во јануари 2017 година како „алтернативни факти“.[12]
- Современа пропаганда за време на војната, на пример, талибанците што споделуваат твитови со новинарите во Авганистан со лажни и погрешни детали за борби.[13]
- Бази на податоци предадени на новинарите што обезбедуваат проверливи информации од јавен интерес, корумпирани поради нивната комбинација со дезинформации.

[10] Young, K. (2017). How to Hoax Yourself: The Case of the Gay Girl in Damascus, November 9th, 2017, in The New Yorker. https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus [пристапено на 30/03/2018].

[11] Posetti, J. (2013). op cit .

[12] NBC News (2017) Video: https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643 [пристапено на 30/03/2018].

[13] Cunningham, E (2011). In shift, Taliban embrace new media, GlobalPost. https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media [пристапено на 30/03/2018].

Во поново време компјутерската пропаганда[14] го зголеми ризикот за новинарите што се занимаваат со „астротурфирање“ и „тролање“. Ова вклучува користење ботови за дистрибуирање добро насочени лажни информации и пропагандни пораки, до степен што треба да изгледа како органско движење.[15] Истовремено, технологијата на вештачката интелигенција е балон за создавање „дипфејк“[16] видеа и други форми на содржини, со цел да се дискредитираат целите, вклучувајќи ги и новинарите, а особено новинарките.

Примери за овие практики вклучуваат:

- Независниот сајт за вести Rappler.com и персоналот што во голема мера е женски беше цел на кампања на обемна злоупотреба на интернет. „На Филипините, платените тролови, погрешното расудување, нејасната логика, труењето на бунарот – ова се само дел од техниките за пропаганда, кои помогнаа во промената на јавното мислење во однос на клучните прашања“[17] (види проширена дискусија во продолжение).
- Богато семејство обвинето за контролирање на клучните државни претпријатија и политичари во Јужна Африка ја ангажира фирмата за односи со јавност од Велика Британија „Bell Pottinger“ за изработување екстензивна пропагандна кампања. Своите пораки ги шири преку империја на дезинформации, вклучувајќи веб-сајтови, медиуми и платена твитер-војска насочена кон новинари, бизнисмени и политичари, кои се напаѓаат со погрдни, непријателски пораки и фотошопирани фотографии за да се понижат и да ги спречат нивните истраги во контролата на државата.[18] Истакнатата уредничка Фериал Хафаџи беше цел на кампањата на онлајн малтретирање во овој период, при што сликата за неа беше изманипулирана за да се создаде лажен впечаток за нејзиниот карактер, заедно со користењето на хаштагот #преститутка (#presstitute).[19]

---

14 Woolley, S. & Howard, P. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary, Working Paper No. 2017.11 (Oxford University). http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf [пристапено на 30/03/2018].

15 Забелешка: Површното известување за кампањите на ботови за време на Изборите во Обединетото Кралство од 2017 година ги истакнуваат тешкотиите во врска со известувањето околу овие прашања. C.f. Dias, N. (2017). Reporting on a new age of digital astroturfing, First Draft News. https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing/ [пристапено на 29/03/2018].

16 Поимот дипфејк (deepfake) е сложенка од ‘deep learning’ и ‘fake’. Станува збор за технологија со вештачка интелигенција во создавањето невистинити содржини, понекогаш дури и од порнографска природа, кои практично не може да се детектираат. Се користи кај сајбернападите со цел да се дискредитираат луѓето, вклучувајќи ги и новинарите. Види: Cuthbertson, A (2018) What is ‘deepfake’ porn? AI brings face-swapping to disturbing new level in Newsweek http://www.newsweek.com/what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328 [пристапено на 17/06/2018].

17 Ressa, M. (2016). Propaganda War: Weaponising the Internet, Rappler. https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet [пристапено на 30/03/2018].

18 Екстензивно досие за империјата на лажни вести на Гупта достапно на https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/. [пристапено на 30/03/2018].

19 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [online] Достапно на: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [пристапено на 06/04/2018].

- Случајот на новинарката Рана Ајуб изнуди повик од пет специјални известувачи на Обединетите нации до индиската влада за обезбедување заштита, по големиот број лажни информации наменети да се спротивстават на нејзиното критичко известување. Независните новинари биле цел на комбинацијата од дезинформации за неа на социјалните медиуми, вклучувајќи „дипфејк“ видеа, кои лажно сугерираа дека снимала порнографски филмови, а добила и директни закани за силување и смрт.[20]
- Случајот на финската новинарка Џесика Аро, за кој се дискутира во рамките на „Дигитални закани по безбедноста и одбранбените стратегии“ во Дел II од овој модул.

Другите модули во овој прирачник конкретно се справуваат со техниките за техничка верификација и проверка, но важно е да им овозможат на учесниците да ги идентификуваат малициозните мотиви на некои интернет-оператори во создавањето, дистрибуирањето и таргетирањето на новинарите со дезинформации и мисинформации, како дел од злоупотребата.

Клучни прашања што треба да се додадат на техничките методи на проверка и верификација на информациите:

1. Дали е можно да постои малициозна намера зад оваа акција или тагнување?
2. Што добива лицето што ја објавува содржината доколку таа се сподели?
3. Со какви последици може да се соочам/како може да биде нарушен мојот професионален кредибилитет/кредибилитетот на медиумската институција или работодавачот доколку ја споделам оваа содржина?
4. Дали сум работел доволно во утврдување на идентитетот/врските/припадноста/сигурноста/мотивациите на поединецот (на пример, дали тие имаат за цел да ги рашират дезинформациите или да профитираат од продажбата на содржината добиена нелегално без оправдување од јавен интерес)?
5. Дали е ова човек или бот?[21]
6. Ако примите „резерва на бази на податоци“ од наводен свиркач, дали треба независно да ја потврдите содржината пред целосно да ја објавите базата на податоци? Дали е можно да се зачинети со дезинформации

[20] UN experts call on India to protect journalist Rana Ayyub from online hate campaign http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=23126&LangID=E; [пристапено на 17/08/2018].
See also Ayyub, R. (2018). In India, journalists face slut-shaming and rape threats. https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html [пристапено на 17/06/2018].

[21] На пример, види https://botcheck.me

и мисинформации, чија цел е намерно да доведат до заблуда или да дискредитираат?

ii) Дигитални закани по безбедноста и одбранбени стратегии

Новинарите, застапниците на човековите права и блогерите/активистите на социјалните медиуми се сè повеќе ранливи на сајбернападите, а нивните податоци или извори може да бидат компромитирани од злонамерни актери, вклучувајќи преку „фишинг“, напади со малициозен софтвер и „спуфинг“.[22]

Еден пример на оваа практика:

Новинарката наградувања за истражувачко новинарство Џесика Аро, која работи за јавниот радиодифузен сервис во Финска ЈЛЕ (YLE), е цел на организирана кампања на „тролови“ од 2014 година. Таа доживува дигитални закани по нејзината безбедност, вклучувајќи „спуфинг“ и „доксинг“[23], а троловите ги откриваа нејзините лични податоци и шириа дезинформации за неа, што предизвика нејзините апликации и инбокси да бидат преполни со лути пораки. „Добив телефонски повик при што слушнав како некој испали куршум од пиштол. Подоцна некој ми пиша, се претстави како мојот мртов татко и ми рече дека ме ‘гледал’“, изјави таа.[24] Аро изрази благодарност до уредниците што ги штитат новинарите од закани и ги повика новинарите да истражуваат и да ја разобличуваат пропагандата.

Затоа е важно новинарите да внимаваат на следните закани:

12 клучни дигитални закани за безбедност[25]

- Насочено надгледување и масовно надгледување;
- Експлоатирање на софтверот и хардверот без знаење на целта;
- „Фишинг“ напади;[26]
- Напади од лажни домени;

---

22 Од Технопедија: спуфинг е вид злоупотреба каде што комуникацијата се одвива преку непознат извор преправен како извор што е познат на примателот. Спуфирање по електронска пошта е најчестата форма на оваа практика. Спуфираната порака на електронската пошта може да содржи дополнителни закани како, на пример, тројанци или други вируси. Овие програми може да предизвикаат значително оштетување на компјутерот со активирање неочекувани активности, пристап од далечина, бришење документи и многу повеќе https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing [пристапено на 29/03/2018].

23 Од Технопедија: доксирање е процес на пронаоѓање, хакирање и објавување на информациите на други луѓе како, на пример, имиња, адреси, телефонски броеви и податоци од кредитните картички. Доксирањето може да биде насочено кон конкретно лице или организација. Постојат многу причини за доксирање, но една од најпопуларните е изнудувањето. Доксирањето е сленг што е извлечен од поимот „.doc“ бидејќи документите често се пронаоѓаат и споделуваат. Хакерите имаат развиено различни начини да доксираат, но еден од најчестите методи е преку пронаоѓање на електронската пошта на жртвата, по што се пристапува кон откривање на лозинката за отворање на нивната пошта и добивање повеќе лични информации. https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing [пристапено на 29/03/2018].

24 Aro, J. 2016. The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools. European View. Sage Journals, June 2016, Volume 15, Issue 1. http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5 [пристапено на 20/07/2018].

25 Posetti, J. (2015). New Study: Combatting the rising threats to journalists’ digital safety (WAN-IFRA). https://blog.wan-ifra.org/2015/03/27/new-study-combatting-the-rising-threats-to-journalists-digital-safety [пристапено на 30/03/2018].

26 King, G (2014) Spear phishing attacks underscore necessity of digital vigilance, CPJ. https://cpj.org/blog/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig.php [пристапено на 29/03/2018].

- Напади човекот-во-средината (Man-in-the-Middle (MitM));[27]
- Напади за одбивање на услугата (Denial of Service (DoS) и Дистрибуирано одбивање на услугата (Distibuted Denial of Service (DDoS);[28]
- Изобличување на веб-сајтот;
- Компромитиран кориснички профил;
- Заплашување, малтретирање и присилна изложеност на онлајн мрежи;
- Дезинформации и кампањи за нарушување на угледот;
- Конфискување на производите на новинарската работа, и
- Складирање на податоците и мајнингот.

За одбранбените стратегии види: *Градење дигитална безбедност во новинарството.*[29]

За последици од интеракцијата на доверливите извори и информаторите со новинарите и другите производители од медиумите, види: Заштитување на новинарските извори во дигиталната доба.[30]

Препознавање и менаџирање на малтретирањето и насилството на интернет

„Ме нарекувале валкана курва, проклета Циганка, Еврејка, муслиманска курва, грчки паразит, одвратен мигрант, глупава психопатка, грда лажга, пристрасна хејтерка. Постојано ми велат да си одам дома, да се убијам или ќе ме убијат, или ќе ми го отсечат јазикот, ќе ми ги скршат прстите еден по еден. Постојано ми се заканууваат со групно силување и сексуално малтретирање".[31] Ова се зборовите на познатата шведска новинарка Александра Паскалиду, која сведочеше во 2016 година пред Европската комисија во Брисел, за своите онлајн искуства.

Глобалната пролиферацијата на овој вид злоупотреба насочена кон новинарките и коментаторките доведе до тоа ОН (вклучувајќи го УНЕСКО[32]) и другите агенции да

---

27 Дефиницијата на Технопедија за Man in the Middle Attack (MITM): „Форма на прислушување каде што комуникацијата меѓу двајца корисници се следи и се изменува од трета неовластена страна. Генерално, напаѓачот активно ја прислушува содржината преку пресретување на јавната размена на клучни пораки и ја препраќа пораката и притоа го заменува бараниот клуч со неговиот. https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm [пристапено на 29/03/2018].

28 Види дефиниции на Технопедија: https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dos b. https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos [пристапено на 29/03/2018].

29 Henrichsen, J. et al. (2015). Building Digital Safety for Journalism (UNESCO) Paris.

30 Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO). Paris. http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf [пристапено на 30/03/2018].

31 Posetti, J. (2016). Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html [пристапено на 30/03/2018].

32 Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in L. Kilman (Ed) op cit See also: Resolution 39 of UNESCO's 39th General Conference which notes "the specific threats faced by women journalists including sexual harassment and violence, both online and offline." http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf [пристапено на 29/03/2018].

го препознаат проблемот и да повикаат на изнаоѓање активности и решенија.

Организацијата за безбедност и соработка во Европа (ОБСЕ) спонзорираше истражување што ја покажа меѓународната злоупотреба на новинарките, која е несразмерно поголема во поглед на „тролањето со омраза“.[33]

Тоа истражување следуваше по студијата на британската тинк-тенк организација Демос, која провери стотици илјади твитови и откри дека новинарство е единствената категорија каде што жените трпат повеќе злоупотреба од мажите, „новинарките и презентерките на ТВ-вести трпат околу трипати повеќе омраза[34] во споредба со нивните машки колеги“. Клучните зборови што се упатувале кон нив биле „курва“, „силување“ и „ороспија“.

А, белег на оваа онлајн злоупотреба на новинарките е употребата на тактиките за дезинформации – се шират лаги за нивниот карактер или работа како средство за поткопување на нивниот кредибилитет, се понижуваат и се бараат начини да се разводни ефектот на нивните јавни коментари и известување.

Заканите за насилство, вклучувајќи силување и убиство, и ефектот на „напластување“ (органски, организирани или роботски масовни напади насочени против лицата на интернет) го влошуваат ефектот.

Интимната природа на овие напади, често добиени на личните уреди рано наутро и доцна навечер, дополнително го засилува ефектот. „Има денови кога се будам со вербално насилство и заспивам со сексистички и расистички бес што ми одекнува во ушите. Тоа е како постојана војна со низок интензитет“, вели Паскалиду.

На Филипините, извршната директорка и одговорен уредник на *Rappler*, Марија Реса[35], и самата претставува студија на случај во борбата против екстензивната онлајн злоупотреба во контекст на голема кампања за дезинформации со врски што допираат до државата. Таа е поранешен воен репортер на Си-ен-ен (CNN), но вели дека ниту едно од нејзините искуства од областа, не ја подготвиле за масовната и деструктивна кампања на родово сензитивна онлајн злоупотреба насочена кон неа од 2016 година.

„Ми викале дека сум грда, кучка, змија, ми се заканувале со силување и убиство“, вели таа. Реса не брои колкупати досега добила смртни закани. Покрај тоа, таа е предмет на хаштаг-кампањи како #ArrestMariaRessa и #BringHerToTheSenate, чија цел е да ги инструираат онлајн бандите да нападнат, да ги дискредитираат и Реса и *Rappler* и да го разводнат нивното

---

33 OSCE (2016). Countering Online Abuse of Female Journalists. http://www.osce.org/fom/220411?download=true [пристапено на 30/03/2018].

34 Bartlett, J. et al. (2014) Misogyny on Twitter, Demos. https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [пристапено на 30/03/2018].

35 Марија Реса е претседавач со жирито на Светската новинарска награда за мир на УНЕСКО - Гијермо Кано https://en.unesco.org/prizes/guillermo-cano/jury

известување. „Се активира спирала на молчење. Секој што беше критички расположен или кој поставуваше прашања за вонсудските убиства, беше нападнат, брутално нападнат. Жените најлошо поминаа. А ние сфативме дека системот е поставен на начин на кој се замолчуваат дисидентите – со цел да се направат новинарите послушни. Ние не треба да поставуваме тешки прашања и од нас се бара да не сме критички настроени“, вели Реса.[36]

Стратегијата за возвраќање на ударот на Марија Реса вклучува:

- Препознавање на сериозноста на проблемот;
- Препознавање на психолошките влијанија и олеснување на психолошката поддршка за засегнатите вработени;
- Користење на истражувачкото новинарство како оружје за возвраќање на ударот;[37]
- Барање лојална публика што ќе помогне во одвраќањето и задржувањето на нападите;
- Затегнување на безбедноста онлајн и офлајн како одговор на вознемирувањето;
- Јавно повикување на платформите (на пример, Фејсбук и Твитер) да направат повеќе за да се прекине и соодветно да се менаџира онлајн злоупотребата.

При справувањето со растечката закана од онлајн малтретирањето, исто така е важно да се признае тековното офлајн вознемирување на новинарките во контекст на дезинформациските кампањи. На пример, Австралијката Венди Карлајл, која се занимава со истражувачко новинарство, се соочи со омаловажување, викање и туркање за време на митингот на противниците на климатските промени во Австралија во 2011 година, при правењето документарен филм за Еј-би-си радио. Ваквата злоупотребата ја натера да го напушти настанот затоа што повеќе не се чувствуваше безбедно.[38]

[36] Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in Kilman, L. (Ed) An Attack on One is an Attack on All (UNESCO). http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf [пристапено на 30/03/2018].

[37] Ова исто така беше тактика што ја користеше Фериал Хафаџи во студијата на случај за „Гупталикс“, која претходно ја спомнавме. Таа користеше техники на истражувачко новинарство и „детективи“ за дигитална безбедност со цел да разобличи дел од троловите чија цел на напад беше таа, со намера да се дискредитира нејзиното известување за скандалот. Види: https://www.news24.com/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123 [пристапено на 16/06/2018].

[38] Carlisle, W. (2011). The Lord Monckton Roadshow, Background Briefing, ABC Radio National. http://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400 [пристапено на 30/03/2018].

Цели на модулот

Овој модул ќе ги информира учесниците за ризиците од злоупотребата во контекст на „информацискиот хаос“; ќе им помогне на учесниците да ги препознаат заканите; како и да обезбедат развој на вештините и алатките за поддршка во борбата против злоупотребата на интернет. Целите се:

- Зголемување на свеста за проблемот на малициозните актери насочени кон новинарите, нивните извори, како и другите онлајн комуникатори во кампањите за ширење дезинформации/мисинформации;
- Овозможување на учесниците подобро да ги препознаат „астротурфирањето“, „тролањето“, дигиталните закани за безбедноста и злоупотребата на интернет;
- Оспособување на учесниците да бидат подобро подготвени за борба против „астротурфирање“ и „тролање“, дигитални закани за безбедноста и онлајн злоупотребата на родово сензитивен начин.

Резултати од учењето

До крајот на овој модул учесниците:

1. Ќе имаат подлабоко разбирање на влијанието на онлајн злоупотребата врз новинарите, споделувањето информации, како и слободата на изразување;
2. Ќе бидат посвесни за проблемот со малициозните актери, чија цел се новинарите и другите онлајн комуникатори во кампањите за ширење дезинформации/мисинформации;
3. Ќе имаат разбирање за одредени закани за безбедноста со кои се соочуваат жените што се занимаваат со онлајн новинарство;
4. Ќе бидат во можност полесно да ги препознаат малициозните актери онлајн, заедно со инцидентите на „астротурфирање“, „тролање“, дигитални закани за безбедноста и онлајн злоупотреба;
5. Ќе бидат подобро подготвени за борба против „астротурфирање“, „тролање“, дигитални закани за безбедноста и онлајн злоупотребата на родово сензитивен начин.

Формат на модулот

Овој модул е подготвен за предавање лице в лице или на интернет. Намената на модулот е да биде спроведен во два дела: теоретски и практичен.

Поврзување на планот со резултатите од учењето

А. Теоретски

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
Интерактивно предавање и сесија со прашања и одговори (90 минути), која може да биде традиционална, или преку платформа на вебинар, чија цел е да се поттикне учество од далечина. Содржините на предавањето може да бидат составени од теоријата и примери дадени погоре. Сепак, оние што го изведуваат курсот, се охрабруваат да вклучат културно/локално релевантни студии на случај во предавањето на овој модул.	60 - 90 мин.	1, 2, 3, 4, 5

Б. Практичен

План на модулот	Број на часови	Резултати од учењето
Работилница/туторијал (90 минути), кој може да биде олеснет во амбиент на традиционална училница, или преку платформа за е-учење како Moodle, Фејсбук-групи или други услуги што овозможуваат онлајн учество на далечина. Вежбите на работилницата/туторијалот може да го имаат следниов формат: • Поделете ги туторијалите во работни групи од по 3-5 учесника; • Секоја работна група треба да има пример на малициозни содржини (пребарајте ги блоговите и социјалните медиуми и потрудете се да најдете содржина чија цел биле Марија Реса, Џесика Аро и Александра Паскалиду, на пример, чии случаи беа дискутирани во овој модул) поврзани со	90 - 120 мин.	1, 2, 3, 4, 5

дезинформации/мисинформации/тролање/ астротурфирање/онлајн кампања за злоупотреба. • Секоја работна група мора: заеднички да го процени материјалот (истражување на поединецот/групата на материјалот); да ги идентификува ризиците и заканите (се однесува на релевантни истражувања за влијанието содржани во литературата); да предложи план за акција што соодветствува со материјалот (тука може да биде вклучен стратешкиот одговор, известувањето на платформата или полицијата за корисникот доколку тоа е соодветно, припишување на приказна на прашањето); напишете резиме од 250 збора за планот на активности (со помош на Google Docs или сличен инструмент за уредување преку соработка) и доставете го до своите предавачи/тутори на разгледување.	30 мин	2, 3

Поврзување на планот со резултатите од учењето

За подетален третман на прашањата, овој модул може да се прошири во три посебни лекции (секоја во два дела, како што е опишано погоре):

- Препознавање и одговарање на „тролањето“ и „астротурфирањето“;
- Моделирање на дигитални закани[39] и стратегии за одбрана;
- Препознавање и управување со родовото онлајн малтретирање и насилство.

Предлог-задача

Напиши статија од 1.200 збора или изработи петминутен аудиоизвештај, триминутен видеоизвештај или детален интерактивен инфографик врз основа на интервју со еден или со повеќе новинари за искуствата на онлајн злоупотреба (на пример, таргетирање со дезинформации и/или соочување со дигитални закани за безбедноста, како дел од дезинформациските кампањи и/или злоупотребата или подложноста на онлајн насилство). Учесниците треба да цитираат реномирани истражувања како дел од нивната статија и да ги објаснат последиците од влијанието на овие феномени на новинарството/слободата на изразување и правото на јавноста да знае.

[39] Stray, J. (2014). *Security for journalists, Part Two: Threat Modelling*. https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/ [пристапено на 2/03/2018].

Литература

Aro, J. 2016. *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools.* European View. Sage Journals, June 2016, Volume 15, Issue 1. http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5 [пристапено на 20/07/2018].

Haffajee, F. (2017). *The Gupta Fake News Factory and Me* in The Huffington Post. http://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [пристапено на 29/03/2018].

OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. http://www.osce.org/fom/220411?download=true [пристапено на 29/03/2018].

Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa* in L.Kilman (Ed) An Attack on One is an Attack on All (UNESCO 2017). http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf [пристапено на 29/03/2018].

Posetti, J. (2016). *Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse* in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html [пристапено на 29/03/2018].

Reporters Sans Frontieres (2018) *Online Harassment of Journalists: Attack of the trolls* Reporters Without Borders: https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf [пристапено на 20/8/18].

Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) *A Global Guide To State-Sponsored Trolling*, Bloomberg: https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/ [пристапено на 21/07/2018].

Stray, J. (2014). *Security for journalists, Part Two: Threat Modelling*. https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/ [пристапено на 02/03/2018].

Онлајн ресурси

ВИДЕО: *How to Tackle Trolls and Manage Online Harassment* – a panel discussion at the International Journalism Festival, Perugia, Italy (April 2017) with Julie Posetti (Fairfax Media), Hannah Storm (International News Safety Institute), Alexandra Pascalidou (Swedish journalist), Mary Hamilton (The Guardian), Blathnaid Healy (CNNi). Достапно на: http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-online-harrassment

СОРАБОТНИЦИ

Магда Абу-Фадил е директор на Media Unlimited со седиште во Либан

Фергус Бел е експерт по дигитално собирање вести и верификација на содржини генерирани од корисници. Тој е основач на Deeper Media

Хосеин Деракшан е иранско-канадски писател, истражувач и соработник во центарот Шоренстајн на школата „Кенеди“ на Харвард

Шерилин Иретон е новинарка од Јужна Африка, уредник на Светскиот форум на уредници, во рамките на Светската асоцијација на весници и издавачи (WAN-IFRA)

Алексиос Мансарлис е новинар за вести и меѓународна политика во Австралиската радиодифузна корпорација (ABC) во Сиднеј

Алис Метјуз е новинар за вести и тековни настани на Австралиската радиодифузна корпорација (ABC) во Сиднеј

Џули Посети е глобален директор за истражување во Меѓународниот центар на новинари (ICFJ); главен истражувач во Центарот за медиумска слобода (CFOM), Универзитет Шефилд; и истражувач на Ројтерс институтот за новинарски студии, Универзитет Оксфорд.

Том Тервинард е главен на програмата за софтвер со отворен код за верификација и проверка на Meedan

Клер Вардл е извршен директор на First Draft и научен соработник во центарот Шоренстајн на школата „Кенеди“ на Харвард

ГРАФИЧКИ ДИЗАЈН

г. Клинтон www.mrclinton.be

Надворешни рецензенти: Професор Илва Родни-Гумеде од Катедрата по новинарство, филм и телевизија, на Универзитетот во Јоханесбург, Јужна Африка; Басјуни Хамада, професор на Катедрата за масовни комуникации, Колеџ за науките и уметностите, Универзитет во Катар; д-р Џејсон Харсин, Катедра за глобални комуникации, Американскиот универзитет во Париз

Целта на оваа публикација е да се обезбеди меѓународно релевантен модел на наставен план, отворен за усвојување или адаптација, кој одговара на новиот глобален проблем со дезинформации, со кој генерално се соочува општеството, а поконкретно се соочува новинарството.

Овој модел на наставен план е подготвен за да им овозможи на новинарите, на едукаторите и на обучувачите рамка на лекции и да им помогне на студентите и на практичарите на новинарството да навигираат низ прашањата поврзани со „лажните вести“. Исто така, се надеваме дека прирачникот ќе биде корисен водич за самите новинари.

Прирачникот претставува комбинација на искуството на водечките меѓународни едукатори по новинарство, истражувачи и аналитичари, кои помагаат во ажурирањето на методите и практиките на новинарството во справување со предизвиците на мисинформациите и дезинформациите. Лекциите се контекстуални, теоретски и во случај на онлајн верификација, исклучително практични. Може да се користат заедно како курс, или самостојно, при што може да помогнат во освежување на постојните наставни модули или да создадат нови понуди.

Станува збор за дел од „Глобалната иницијатива за извонредност во новинарското образование“, која е во фокусот на меѓународната програма на УНЕСКО за развој на комуникациите (ИПДЦ). Целта на иницијативата е да се вклучи со предавање, практикување и истражување на новинарството од глобална перспектива, вклучувајќи размена на добри меѓународни практики.

Организација на Обединетите нации за образование, наука и култура

МПРК МЕЃУНАРОДНА ПРОГРАМА ЗА РАЗВОЈ НА КОМУНИКАЦИИ

УНЕСКО – Комуникациско-информациски сектор
7, Плас де Фонтеној, Ф-75352 Париз 07 СП, Франција
За повеќе информации, контактирајте
ipdc.secretariat@unesco.org

9 789230 001056