

Enes Prasko

MEDIJSKA PISMENOST, DEZINFORMACIJE I LAŽNE VIJESTI**Sažetak**

Širenje dezinformacija i netačnih informacija uglavnom omogućavaju društvene mreže i aplikacije za dopisivanje, što povlači pitanje nivoa regulacije i samoregulacije medija koji i pružaju te usluge. Najveći problem kod lažnih materijala je kako što prije zaustaviti njihovo širenje i upozoriti da se radi o dezinformaciji. Svako od nas može pomoći. Prije nego što na društvenoj mreži podijeli neki video ili sliku mora provjeriti informaciju. U vrijeme krize je izražena tendencija jednog dijela stanovništva da više vjeruje glasinama nego zvaničnim informacijama, što je posljedica emotivne reakcije na strah. Te se onda informacije šire dalje i većina ih to radi bez loših namjera, jednostavno zato što nisu dovoljno informisani da prepoznaju neproverene informacije, što može prouzrokovati ozbiljne probleme za cijelo društvo. Kada se lažne informacije i dezinformacije ponavljaju i produbljuju, prava opasnost leži u tome da će stvarne informacije, zasnovane na istini, imati ograničen uticaj. S obzirom na to da su to u suštini posredničke platforme, a ne kreatori sadržaja, ti mediji su do sada uglavnom bili podložni samo laganoj regulaciji. Međutim, u kontekstu sve većih pritisa na njih, kao i rizika koje pretjerana regulacija predstavlja za slobodno izražavanje, poduzima se sve više koraka u okviru samoregulacije.

Ključne riječi: dezinformacije, medijska pismenost, lažne vijesti

Centralna tema medijske pismenosti jeste ovladavanje kritičkim i kreativnim vještinama, odnosno znanjima koja pomažu da se povežu složene ideje, da se stalno postavljaju pitanja, prepoznaju pravi odgovori, identifikuju zablude što je u temeljima intelektualnih sloboda. Danas informacije o svijetu oko nas nisu sadržane samo u riječima na papiru, nego sve više u sveprisutnim brzim i snažnim slikama i zvukovima multimedijске kulture. Predmet proučavanja medijske pismenosti su potencijalno štetni medijski sadržaji : nasilje, reklame, stereotipi ili pornografija, uticaji medija i štetnih sadržaja, regulacija i samoregulacija konvencije, nacionalni zakoni i etički kodeksi novinara, te nove tehnologije i njihova društvena uloga. To obuhvata industrijalizaciju informacija, zabave i kulture, interaktivnu komunikaciju, nove medijske žanrove poput blogova.

Današnji mediji utiču na oblikovanje mišljenja, uvjerenja i stajališta.¹ Bez obzira na razlike u stepenu uticaja medija, svi istraživači se slažu da mediji utiču na društvo. Shvatanjem tih uticaja medijska pismenost nas sprječava da postanemo ovisni o medijima. Savremeno doba obilježeno je sve većim uticajem vizualne komunikacije i informacija.

Živimo u multimedijalnom svijetu, a medijska pismenost uči kako interpretirati različite slojeve komunikacije koji se temelje na slici u suprotnosti s tradicionalnom štampanom riječi. Pri tom se sve više ističe važnost informacija u društvu i potreba za cjeloživotnim učenjem. Medijska pismenost omogućuje učiteljima i učenicima da shvate odakle informacije dolaze, čiji su interesi istaknuti i kako pronaći alternativna stajališta. Širenje dezinformacija i netačnih informacija uglavnom omogućavaju društvene mreže i aplikacije za dopisivanje, što povlači pitanje nivoa regulacije i samoregulacije medija koje i pružaju te usluge.²

¹ Anderson, C. A., Lepper, M. R., & Ross, L. (1980). Perseverance of social theories: The role of explanation in the persistence of discredited information. *Journal of Personality and Social Psychology*

² Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*

Najveći problem kod lažnih materijala je kako što prije zaustaviti njihovo širenje i upozoriti da se radi o dezinformaciji. Svako od nas može pomoći. Prije nego što na društvenoj mreži podijeli neki video ili sliku mora provjeriti informaciju. Lažna priča dolazi do ljudi šest puta brže od istinite. U vrijeme krize je izražena tendencija jednog dijela stanovništva da više vjeruje glasinama nego zvaničnim informacijama, što je posljedica emotivne reakcije na strah. Te se onda informacije šire dalje i većina ih to radi bez loših namjera, jednostavno zato što nisu dovoljno informisani da prepoznaju neprovjerene informacije, što može prouzrokovati ozbiljne probleme za cijelo društvo. Kada se lažne informacije i dezinformacije ponavljaju i produbljuju, prava opasnost leži u tome da će stvarne informacije, zasnovane na istini, imati ograničen uticaj.

Šta se može uraditi da se osigura da istinite, korisne informacije koje mogu spasiti život dobiju veći značaj? Alati za provjeru fotografija³ mogu se koristiti u razne svrhe, primjerice ako planirate susret uživo s nekim koga ste tek upoznali u online svijetu preko aplikacija za upoznavanje i želite provjeriti ima li fotografija te osobe neku internetsku prošlost. Takođe, ako kupujete nešto na internetskom oglasniku možete provjeriti je li se ta ista slika pojavljivala već negdje ranije, jer u tom slučaju bi se moglo raditi o potencijalnoj prevari.

Google obrnuti pretraživač slika – Google Images Search – najveći svjetski pretraživač potražit će u bazi podataka istu ili sličnu sliku, izlistati rezultate na uobičajen način, a vi ćete moći provjeriti gdje se sve fotografija dosad pojavljivala. Utvrditi kada je i gdje fotografija nastala nije jednostavno ni Googleu, tako da je ponekad potrebno utrošiti vremena i detaljnije pregledati rezultate pretraživanja. TinEye – obrnuti pretraživač slika – jedna od najpopularnijih stranica na kojoj se može provjeriti je li se i gdje slika dosad pojavljivala u prošlosti. Sve su popularnije i ekstenzije za internetske pretraživače (Chrome, Firefox, Edge, Opera) poput RevEye ili Dessant koji nakon brze instalacije omogućuju da desnim klikom na sliku odaberete obrnuto traženje. Pretraživač Bing također nudi opciju traženja slika (vizuelna pretraga / visual search) i brzo pronalazi gdje se sve dosad neka slika pojavljivala.

Fotografije i grafički formati koje pronalazimo na internetu (jpg, png, gif) često u sebi sadrže i niz nevidljivih podataka koji nam mogu pružiti dodatne informacije. Moderne kamere prilikom snimanja registruju vrijeme, tip kamere, a ponekad i tačne koordinate gdje je fotografija snimljena. Internetske stranice dodatno registruju i niz podataka kada se slika postavlja na mrežu. Kako biste saznali sadrži li slika neke metadata i exif podatke, možete po potrebi koristiti Image Metadata Viewer i VerExif stranice. Lažne vijesti su, dakle, i u demokratijama s visokim standardima obrazovanja stvarni problem. Za ta spoznaju je, zapravo, dovoljan svakodnevni pogled na društvene mreže: tamo je puno krivih tvrdnji, glasina i svjesnih dezinformacija.

Lažne vijesti su najbolje što se dogodilo decenijama.⁴ One kvalitetnom novinarstvu glavne struje pružaju priliku da pokaže svoju vrijednost zasnovanu na stručnosti, etici, angažmanu i iskustvu. To je poziv za buđenje da budemo transparentniji, relevantniji i dodamo vrijednost životima ljudi. One mogu razviti novi poslovni model provjeravanja činjenica, razotkrivanja mitova i generalnog organizovanja kako bismo bili bolja alternativa lažima.

S obzirom na to da su to u suštini posredničke platforme, a ne kreatori sadržaja, ti mediji su do sada uglavnom bili podložni samo laganoj regulaciji. Međutim, u kontekstu sve većih pritisaka na njih, kao i rizika koje pretjerana regulacija predstavlja za slobodno izražavanje, poduzima se sve više koraka u okviru samoregulacije.

³ Amazeen, M. A. (2013). Making a difference: A critical assessment of fact-checking in 2012. New America Foundation Media Policy Initiative Research Paper.

⁴ Beckett, C. (2017). 'Fake news': The best thing that's happened to Journalism at Polis.

U ovoj brzo razvijajućoj ekologiji mjera koje poduzimaju i države i kompanije, novinari i novinski mediji imaju veoma važnu ulogu tu nastupa prepoznavanje razlika. Dezinformacije i netačne informacije se razlikuju za kvalitetno novinarstvo koje se pridržava etičkih i profesionalnih standarda. Istovremeno, razlikuju se i za slučajeve lošeg novinarstva koje ne ispunjava svoj zadatak. Problematično novinarstvo,⁵ na primjer, podrazumijeva konstantne neispravljene greške koje su rezultat lošeg istraživanja ili slabih provjera. Tu spada i senzacionalizacija, odnosno pretjerivanje da bi se postigao željeni učinak, kao i hiper-stranački odabir činjenica nauštrb korektnosti.

Zaključak

Loše novinarstvo nije isto što i dezinformisanje ili netačno informisanje. Bez obzira na to, nekvalitetno novinarstvo nekada dozvoljava dezinformacijama ili netačnim informacijama da nastanu ili procure u sistemu pravih vijesti. Profesionalni standardi etičkog i odgovornog novinarstva su važna odbrana od dezinformacija i netačnih informacija. Norme i vrijednosti koje usmjeravaju ljude koji se bave novinarstvom su evoluirale tokom godina kako bi novinarstvu dale njegovu karakterističnu misiju i način rada. Zauzvrat, oni podržavaju provjerljive informacije i informirani sadržaj koji se objavljuje u javnom interesu.

Literatura

1. Albright, J. (2016). *The #Election2016 micro-propaganda machine*.
2. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). *Social media and fake news in the 2016 election*. *Journal of Economic Perspectives*.
3. Amazeen, M. A. (2013). *Making a difference: A critical assessment of fact-checking in 2012*. *New America Foundation Media Policy Initiative Research Paper*.
4. Anderson, C. A., Lepper, M. R., & Ross, L. (1980). *Perseverance of social theories: The role of explanation in the persistence of discredited information*. *Journal of Personality and Social Psychology*.
5. Arnaudo, D. (2017). *Computational propaganda in Brazil: Social bots during elections*. *Project on Computational Propaganda*.
6. Bakir, V., & McStay, A. (2018). *Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions*. *Digital Journalism*.
7. Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). *Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook*. *Science*.
8. Beckett, C. (2017). *'Fake news': The best thing that's happened to Journalism at Polis*.
9. Baudrillard, J. (2001). *Simulacija i zbilja, Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo*.
10. Bauman, Z. (2004). *Identity: conversations with Benedetto Vecchi*, Cambridge: Polity
11. Boyd, D. M. i Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition*.
12. Hoboken, New Jersey (USA), Communication, Oxford (UK): Wiley-Black

⁵ Bakir, V., & McStay, A. (2018). *Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions*. *Digital Journalism*

MEDIA LITERACY, MISINFORMATION AND FAKE NEWS

Abstract

Spreading misinformation and false information is mainly possible through social networks and messaging application, which introduces the issue of the level of regulation and self-regulation of the media providing such services. The most serious issue with fake material is how to prevent in the shortest time possible their spreading and caution them that it is misinformation. Each of us can help. Prior to sharing a video or an image on a social network one has to verify the information. At the time of crisis, there is a tendency of one part of the population to trust more rumours than official information, which is a consequence of emotional reaction to fear. Such information is further spread and most people do that without bad intentions, simply because they are not well informed to recognize unverified information, which can cause serious problems for the whole society. When fake information and misinformation is reiterated and deepened, the real threat is that the true information, based on truth, would have a limited effect. Since those are in essence intermediary platforms and not creators of content, those media have up to now predominantly been subject only to mild regulation. However, in the context of increasing pressures on them, as well as risks that overregulation represents to freedom of expression, more steps are being taken within self-regulation.

Key words: *misinformation, media literacy, fake news*