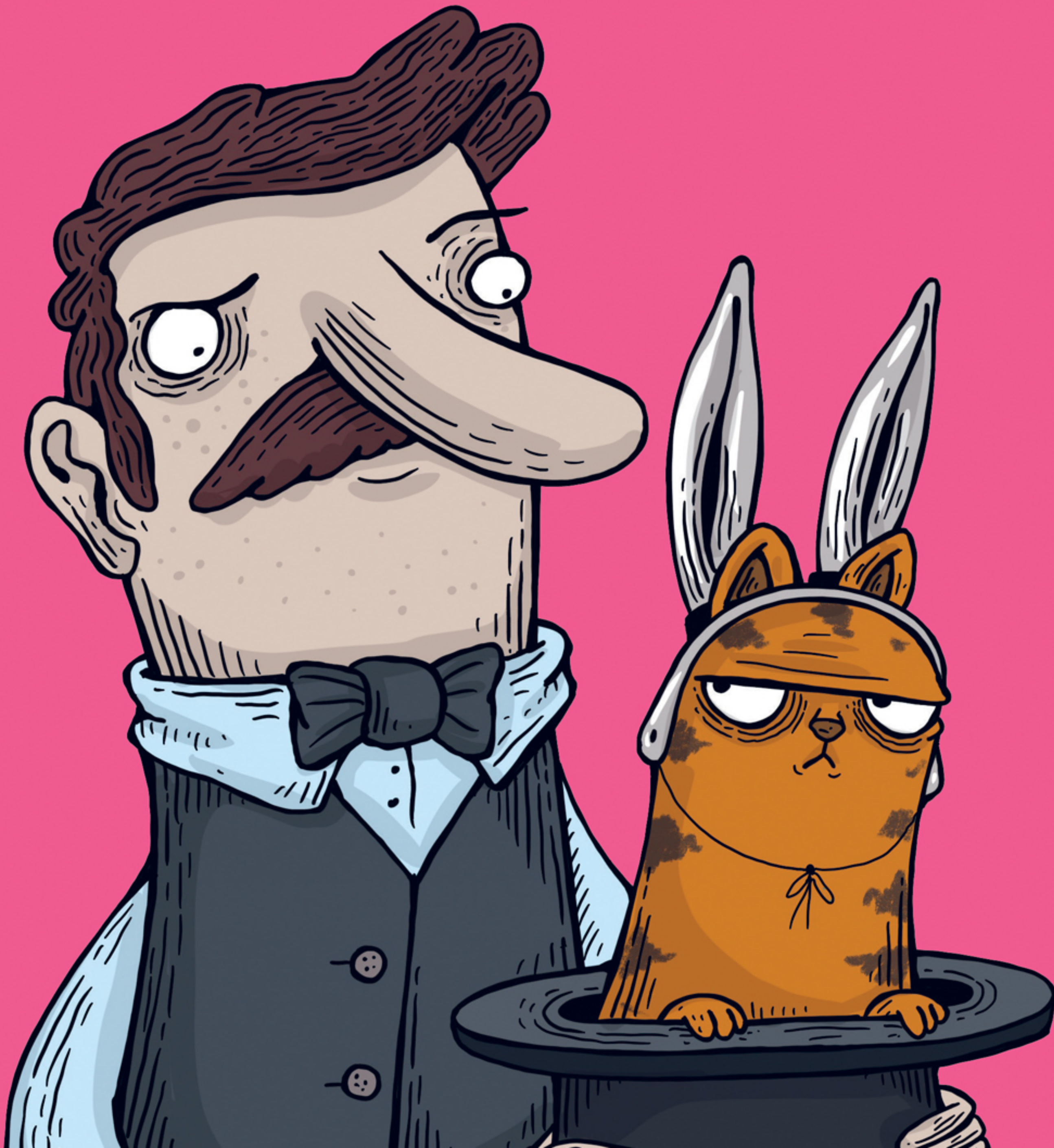


FIRST DRAFT klasifikacija

First Draft, organizacija koja se bori protiv onlajn-dezinformisanja, izdvojila je sedam vrsta dezinformacija čiji je cilj zbunjivanje čitalaca.



LAŽNI KONTEKST

Kod lažnog konteksta prateće fotografije ne prikazuju gradove ili zemlje na koje se informacija odnosi, ili su nastale u nekom ranijem periodu. Uglavnom, ne odgovaraju podacima koje treba da ilustruju. Ova vrsta dezinformacija se vrlo često sreće jer je prilično lako uzeti neku fotografiju, video ili već postojeći audio-zapis i ponovo ih pustiti u opticaj bez odgovarajućeg konteksta.



MANIPULISANI SADRŽAJ

To je fotošopiranje života. Naravno, i mnogi drugi programi (softveri) se mogu koristiti! Radi se o manipulisanju sadržajem na fotografijama, u video i audio materijalu sa ciljem da se promeni njegovo značenje i ljudi prevare. Na taj način se može manipulirati sadržajem transparenta, poruke sa neke majice ili kape; s fotografije se može ukloniti osoba ili se na nju dodati, a moguća je i izmena lika. Isto je sa simbolima i predmetima. Mogućnosti su gotovo beskrajne, ali ključno za ovu vrstu dezinformacije je menjanje jednog dela sadržaja kako bi se promenilo celokupno značenje.



FABRIKOVANI SADRŽAJ

U ovom slučaju *Pinokiji* i *vukovi* 21. veka još više dolaze do izražaja. Svoje stvaralačke sposobnosti pokazuju u fulu. Oni ne uzimaju već postojeću sliku ili video da bi izmenili neki njihov deo, nego stvaraju sadržaj od nule – bilo da je reč o slici, o audio-zapisu, dokumentu ili videu. Dipfejk je dobar primer izmišljenog sadržaja.

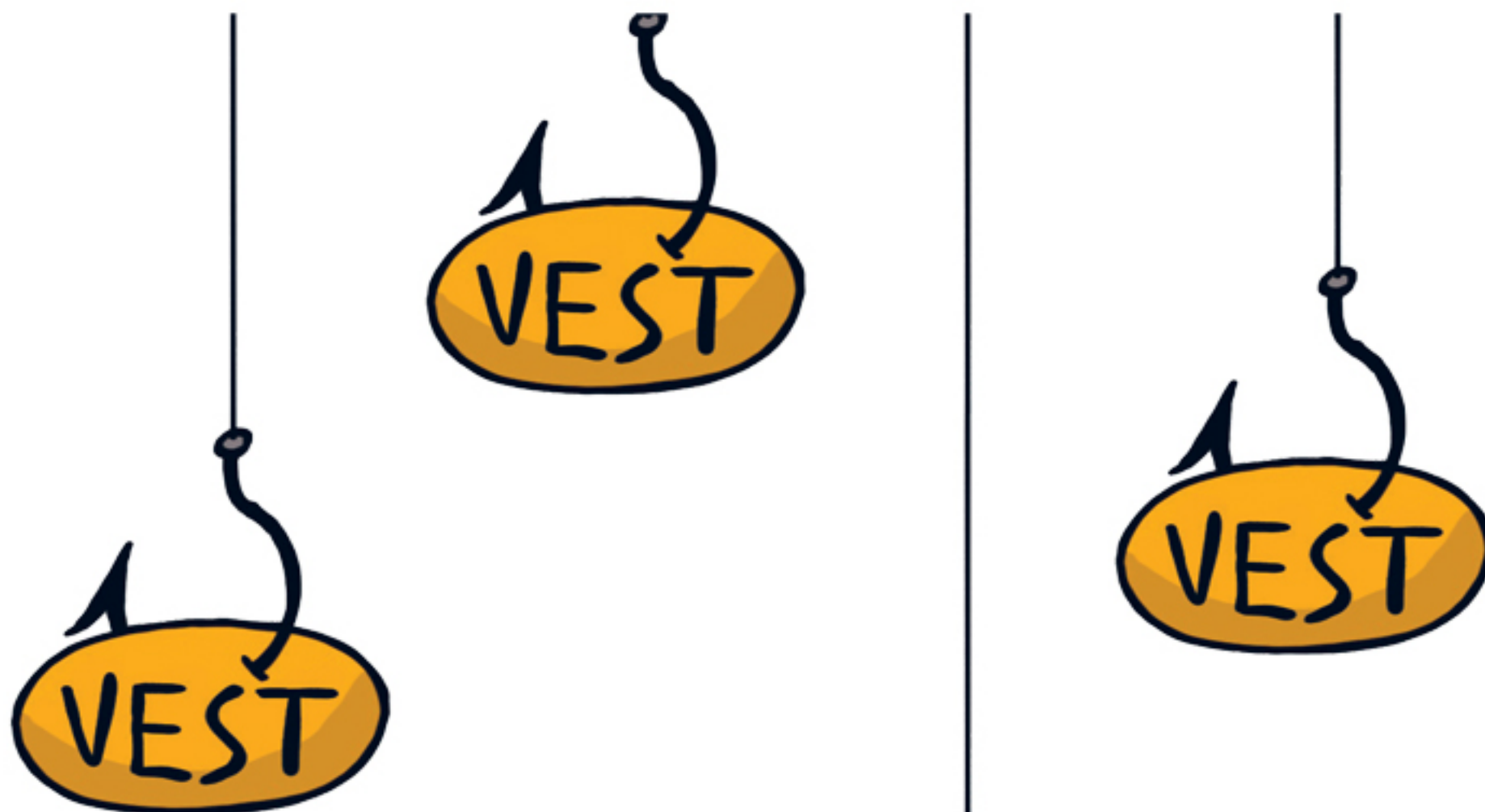


PODMETNUTI SADRŽAJ

O podmetnutom sadržaju govorimo kada je u pitanju lažno predstavljanje neke osobe, sredstva komunikacije, organizacije, kompanije, naučne publikacije... Ukratko, iznose se lažne informacije da bi se reklamirali ili promovisali neki ljudi, potkrepile ideje, podržali mediji itd. Ovo može da bude i krivično delo, tako da – vodi računa!



LAŽNA POVEZANOST



Kada ti nešto pošalju preko društvenih mreža ili *Vocapa*, šta obično uradiš? Otvoriš link i pregledaš sadržaj u celini? Ili ti je samo naslov dovoljan? Naslovi ne objašnjavaju sve, a često, nažalost, objašnjavaju loše. Nekada se ispostavi da tek kada pročitaš celu vest, shvatiš da njen sadržaj ima veoma malo veze s naslovom. Uz razvoj interneta, naslovi su prestali da budu sažetak ključnih informacija i postali mamac na koji čitaoci treba da se upecaju i kliknu na link. Danas se to zove *klikbejt*.

Ovakva praksa ima i svoje ekonomsko opravdanje. Ne treba da zaboravimo da moderna sredstva komunikacije, pored toga što služe informisanju građana, predstavljaju i veoma isplativ biznis. Zarada od reklama na internetu često zavisi od broja pregleda i klikova. Zato su naslovi bombastični – koliko god je potrebno – da bi privukli što više klikova. Ali ako dovode do zabune, takva praksa nije ni etična ni odgovorna, i primer je kako se mediji udaljavaju od svoje osnovne svrhe – informisanja javnosti.





SATIRA ILI PARODIJA

Ovo je najkontroverznija kategorija. Za širenje dezinformacije u ovom slučaju nije kriva osoba koja proizvodi ili objavljuje određeni sadržaj, već osoba koja taj sadržaj pogrešno tumači: ona ne uviđa da je određena priča kreirana sa ciljem da bude satirična, veruje u njenu tačnost i prenosi je dalje kao da je u pitanju prava vest ili stvaran događaj. U stvari, reč je o izmišljenoj komičnoj ili satiričnoj priči. Posebno treba biti pažljiv u sledeća dva slučaja!

Humor ili neću da me boli glava? U odeljku o pravnim regulativama, uglavnom na nekom baš zabačenom mestu i vrlo sitnim fontom, veb-sajtovi koji objavljuju ovakav

sadržaj napominju da je njihov cilj da nasmeju publiku. Međutim, tu nije u pitanju humor, već autori koji pod plaštom komedije i satire iznose neke stavove žele da se ograde od odgovornosti i izbegnu probleme pravne prirode, pa smatraju da će napomena biti sasvim dovoljna za to.

Dezinformacija između šala: Mimovi i *TikTok* videi umeju da nas baš dobro nasmeju. Međutim, nekada se iza humora kriju laži, i to upakovane tako da budu što neprimetnije i što prijemčivije. Kao kameleoni koji se kamufliraju da bi lakše ulovili svoj plen. Imaj u vidu da se iza humora uvek nalazi neka poruka.

OBMANJUJUĆI SADRŽAJ

Obmanjujući sadržaj nalazi se na pola puta između činjenica i smišljene laži. Ova vrsta sadržaja nije ni bela ni crna, nego je sivkasta. Dezinformacije i lažne informacije mogu biti u najrazličitijim nijansama sive.

Način pripreme: Kao koktel u kojem se miksiju događaji koji su se stvarno odigrali i koji su proverljivi, i laži koje su namerno smišljene ili su nastale iz nemara.

Rezultat svega toga je močvarno tle po kojem se teško krećemo i u kom lako možemo da se zaglavimo. Obmanjujući sadržaj može da se razvije na bezbroj načina: mešanjem podataka iz dve različite naučne studije; skretanjem pažnje na one podatke koji se uklapaju u našu priču dok se podaci koji joj protivreče prenebregavaju; skraćivanjem ili izvlačenjem izjava iz konteksta; sugerisanjem da između dva pojma koja u realnosti nisu povezana postoji uzročno-posledična veza; prenošenjem informacije bez konteksta koji bi je osvetlio... U pitanju je prefinjen i razrađen mehanizam prevare koji je vrlo čest jer ga je teško prepoznati, zbog čega je još delotvorniji.



ŠTA JE ISTINA?

Pala je ničice na kolena kako bi izrazila protest protiv policijskog nasilja motivisanog rasizmom.



Klasifikacija koju smo naveli zasad pokriva sve što znamo o lažnim informacijama, ali sigurno će se pojaviti i nove vrste. Dezinformacija je kao kameleon – stalno se menja i prilagođava sredini. Laži mogu biti u svim bojama!