

MODYUL B: MISIMPORMASYON UG DISIMPORMASYON

Leksyon B.1: Nganong mas angay gamiton nga termino ang *misinformation* ug *disinformation* kaysa sa “fake news”?

HEADS UP! Paghatag og 3 ka kasaragan nga hinungdan nganong ang usa ka tao buot magpakalat og “fake news”.

Pananglitan: Gusto dauton sa usa ka tao ang dungog sa laing tao.

Duna’y rason nganong atong gigamit ang terminong “fake news” sulod sa mga *quotation marks*. Tungod kay bisan daghan ang gagamit niining terminoha, girekomenda sa mga eksperto ngadto sa publiko nga DILI kini gamiton. Matod sa ila, “kung fake kini, dili kini news”, buot pasabot ang mga pulong nga “fake” ug “news” dili dapat mag-uban. Dugang niini, ang pagsabot ug paggamit sa katawhan niining termino kay nagka-walay klaro ug nag-usab sa pagdagan sa panahon. Gigamit ang “fake news” para panganlan ang nagalain-laing mga *content* gikan sa mga simpleng mga bakak ngadto sa mga tsismis ngadto sa karaang mga impormasyon ngadto sa propaganda.

Ang ubang “fake news” dili gyud hingpit nga ‘fake’; ang uban *misleading* samtang ang uban tinuod pero gigamit nga *out-of-context*. Kasagarang mga *content* nga makailad kay wala pud gyud gimugna nga mura’g dagway gyud og balita (pananglitan *memes, tweets, videos, ubp.*) Dugang pa niini, ang terminong “fake news” gigamit pud sa mga politiko ug ubang grupo para dauton ug kwestyunon ang kredibilidad sa daghang mga *professional news media* sa tibuok kalibutan.

Maong para malikayan ang kalibog nga dala sa paggamit sa terminong “fake news”, among girekomenda nga gamiton ang mga terminong **Misinformation** ug **Disinformation**. Isip kolektibo, si Dr. Clair Warlde, co-founder ug lider sa *First Draft*, gitawag ni niya nga mga **Information Disorder** – “ang daghang pamaagi nga nahugaw-hugawan ang atong *information environment*.”

Disinformation vs Misinformation

Posibleng nakadungog na ka aning mga termino nga gibaylo-baylo paggamit sa paghisgot mahitungod sa issue sa *infodemic*. Pero mahinungdanon nga atong mailhan ang kalahian nila ug masabtan kung giunsa pagmugna ug giunsa nila pagkalat sa nagkalain-laing pamaagi.

Disinformation	Pag gituyo sa mga tao ang pagmugna ug mga sayop o <i>misleading</i> nga mga impormasyon para makakwarta, makaimpluwensya para sa politika, makadaot sa dungog sa usa ka tao, o malisyosong makamugna og kagubot o kasakit.
-----------------------	---

Misinformation	Pag nag- <i>share</i> ang mga tao og <i>disinformation</i> nga wala sila kahibalo nga kini diay sayop o <i>misleading</i> , kasagaran tungod kay gusto lang nila makatabang.
-----------------------	---

So, unsa man ang kalahian sa *disinformation* ug *misinformation*? Usa lang: ANG KAGUSTUHAN NGA MAKADAUT. Samtang ang *misinformation* ug *disinformation* pare-pareho lang og mga di-maayong epekto, ang ilang pagpakalat DILI sa parehas nga mga rason. Ang mga tao nga nagpakalat og *misinformation* kay kadto lang mga *misinformed* (o kadtong mga sayop ang nahibaw-an); wala silay kagustuhan nga mangilad o makadaut sa uban. Tungod niini, dili kaayo sila *guilty* kumpara adtong nagpakalat og mga sayop o mga *misleading* nga impormasyon nga naa gyu'y kagustuhan nga makadaut (i.e. *disinformation*).

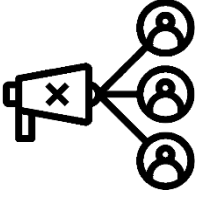
Labaw sa tanan, importanteng puntingon nga, dili sama sa *misinformation*, ang *disinformation* gimugna sa sistematiko nga pamaagi. Buot pasabot dunay sistema nga organisado, koordinado ug dagko og pondo nga nagpaluyo niini. Ang politikal nga *disinformation*, para mas ensakto, kay gipadagan sa mga propesyunal. Usa kini ka lapad nga *network* nga nagsumpay sa mga tigpadagan sa mga *fake account* ngadto sa mga *digital influencers* hangtud ngadto sa *chief architects* nga naa sa industriya *advertising* ug PR (*public relations*). Gihulagway lang niini nga ang *disinformation* mas komplikado ug mas dako nga problema kaysa sa *misinformation* (i.e. ang wala gituyo nga pag-*share* og sayop nga impormasyon). Kung silang duha ato lamang tawagon sa usa ka termino nga *“fake news”*, dili nato maklaro ang kalahian nilang duha ug dili kini makatabang sa pagmugna og mga saktong solusyon sa atong mga problema.



TWEET YOUR THOUGHTS. Sa pinakasimpleng paagi nga makaya nimo, kanang mura ka’g nakig-istorya sa otso-anyos, ipasabot nganong mas maayong gamiton ang mga terminong *mis-/disinformation* kaysa sa *“fake news”*. Tweet us at @ootbmedialit and use the hashtag #IWASFAKE.

* * *

PARA SA SUNOD NGA LEKSYON, imong palawman ang pagkat-on sa *misinformation* ug *disinformation* ug kat-unan ang pito (7) ka tipo sa *content* nga kasagarang makit-an sa *infodemic*.



MODYUL B: MISIMPORMASYON UG DISIMPORMASYON

Leksyon B.2: Unsa ang pito ka tipo sa *mis-/disinformation*?

HEADS UP! Paghuna-huna og **3 ka pinaka-importante nga kalidad sa epektibong *mis-/disinformation*. Pananglitan: Dapat nindot kaayo pagka-edit.**

Sulod sa duha (2) ka nag-unang kategorya sa *Information Disorder* (*Misinformation* ug *Disinformation*), kasagaran nimong makita ang pito (7) ka espisipiko nga tipo sa *content* sumala sa First Draft. Makatabang kini nimo sa pagsabot sa pagka-komplikado sa *online information environment*. Mapakita sad niini sa imo nga dunay lapad nga *spectrum* nga nagtunhay tunga sa kung unsay sakto ug unsay sayop, tunga sa “*fake*” ug “*dili fake*”.

Ang 7 Uri ng Mis-/Disimpormasyon

1. Satire. Ang *satire* usa ka teknik sa pagsuwat nga mugamit og *humor* (komedyang), *irony* (kabaliktaran), o *exaggeration* (pahisulabi) para ibutyag ang mga dunot ug sawayon ang mga indibidwal, mga gobyerno, ug ang katilingban mismo. Bisan ang mga pyesang satirikal kay gisuwat para mamahimog kataw-anan, ang mas dako nga tumong niini ang konstruktibo nga pagsaway sa katilingban. Ang problema kung gamiton ang *satire* sa pagpakalat og mga tismis ug mga *conspiracy*. Kay kung sawayon kini, dali ra ibaliwala “isip usa ka binuang”, nga dili kini angay seryosohon. Dugang pa, ang *satire* mamahimong delikado kung ipakalat kini online, mamahimo na lamang mga *screenshots* o *memes* unya mawala ang iyang konteksto diha sa proseso.



Usa ka satirical piece sa AdoboChronicles, usa ka satirical news website sa Pilipinas, nag-ingon nga ang gimanduan sa gobyerno ang mga Pilipinong nagpangidaron og 21-59 nga i-quarantine. Usa kini ka pananglitan sa satirical piece nga *misinformation* tungod kay duna kininy potensyal nga maghatag og sayop nga impormasyon sa mga tao nga wala nakahibalo sa satirikal nga tumong sa artikulo.

2. False connection. Ang mga *clickbait* mao ang pinakamaayong pananglitan sa paggamit sa “*false connection*” – makapanglingla nga mga pulong ug mga imahe para makadani og mga “*click*”. Mahitabo kini kung makasugat ka og headline o imahe nga gidisenyo para makakuha sa imong atensyon, pero inig *click* nimo niini, dal-on ka sa mga butang nga walay pulos para nimo o baligyaan pa ka og mga butang o serbisyo. Dili nato madahum gikan sa mga organisasyong pang-media nga hunungon ang paggamit sa

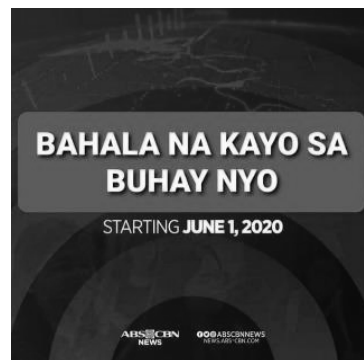
clickbait techniques, kay nanginahanglan pud gyud sila og *clicks*. Ang ato nalang tahas isip mga tigbasa mao ang pagmatngon kay kasagaran ani buot lang nilang pahimuslan ang atong mga emosyon para dal-on kita ngadto sa ilang mga *website*.

3. Misleading content. Ang matawag nato nga ‘misleading’ mamahimong nagalahi-lahi ug lisod i-define, pero kasagaran mao ang pagtangtang sa pipila ka mga datos sa pagsaysay og storya sa usa ka pamaagi (i.e. pagputol sa mga litrato para mausab ang mensahe, paggamit og *statistics* pero pinili lang nga mga datos). Ginatawag pud kini og ‘*framing*’. Bisan ang pinaka-abanteng teknolohiya dili makasakop sa *misleading* nga paggamit sa impormasyon tungod kay naglambigit kini sa pagsabot sa tibuok konteksto ug sa *nuance*. Buot pasabot, gikinahanglan niini ang atong mga utok sa pag-analisa sa tibuok istorya o sa mas dako nga panlantaw para makahukom kita kung ang *content* ba gituyo nga maka-*mislead* o dili.

4. Imposter content. Ganahan nato mugamit kanunay og mga *mental shortcut* para makatabang sa pagsabot sa mga impormasyon. Usa ka maayong shortcut mao ang pagtan-aw sa usa ka brand o personahe nga ato na daang nailhan ug gisaligan. Kung makakita kita og impormasyon gikan sa mga sinaligang *brands* o mga personahe, dili na kaayo ta magduda. Ang problema, dali ra kaayo magmugna og mga peke nga *account* ug magpakaaron-ingnon nga laing tao sa *internet*. Ang *imposter content* mao ang sayop o *misleading* nga *content* nga nag-angkon nga gikan kuno sa mga dagkong brand, organisasyon o personalidad.

5. False context. Sa panahong ang tinuod nga impormasyon gi-*share* sa iyahang orihinal nga konteksto sama anang mga karaang balita nga gi-*share* sa kasamtangang panahon, mamahimong delikado kaayo ang labas niini. Ang pag-*share* sa impormasyon sa iyang saktong konteksto importante kaayo kay ang konteksto (ie. ang oras, lugar, kahimtang) kung diin nitunhay ang balita o panghitabo, dako kaayong tabang sa pagsabot niini. Usahay, dunay mga kaso nga nasayop lang gyud sa pag-*share* sa kaaran nga istorya. Pero sa uban nga kaso, tinuyo gyud ang ilang binuhatan: para i-*mislead* ang mga tao pinaagi sa pag-*share* og impormasyon sa lahi nga konteksto.

6. Manipulated content. Ang *manipulated content* mao ang tinuod nga *content* nga giusab o gi-*edit* para usbon ang mensahe. Dili gyud hingpit nga tinumo-tumo o binuhat. Daghang mga tao ang mailad niining klase sa manipulasyon tungod kasagaran sa atoa



Usa ka news card gikan sa social media page sa ABS-CBN ang gi-edit ug gisuwatan "Bahala na kayo sa buhay nyo starting June 1." Ang orihinal na news card nga gimantala pag Mayo 28 nag-ingon nga "Metro Manila placed

under General Community Quarantine starting June 1." Usa ni ka pananglitan sa imposter content kung diin ang kredibilidad sa usa ka news organization sama sa ABS-CBN ang gigamit para magpakalat og misinformation pinaagi sa pag-usab sa ilang gimantala nga mga materyal.



OFW, pinugutan sa Saudi Arabia 24 Matapos mag Positive sa sakit na Cov...

Usa ka gi-edit nga video clip ang bakak nga nag-ingon nga usa ka OFW sa Saudi Arabi ang giputlan og ulo human ma-positive sa COVID-19. Ang orihinal nga footage nga gi-insert gikan sa report sa GMA pag 2015, nga gi-share pagbalik sa sayop nga konteksto pinaagi sa pag-upload sa video nga gibutangan og title nga "OFW, pinugutan sa Saudi Arabi 24 Matapos mag Positive sa sakit na Cov..." Ang video gitan-aw kapin 200,000 ka beses.

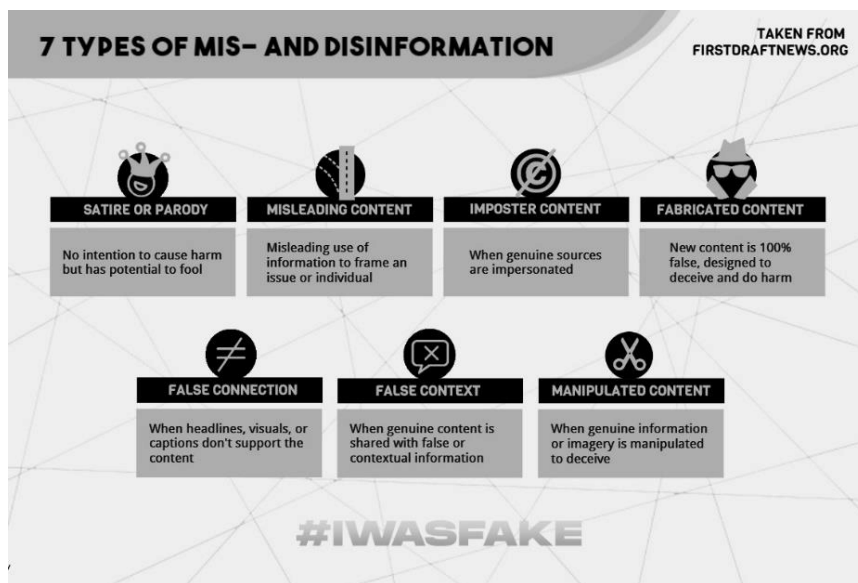
mutan-aw lang sa litrato o sa *caption* samtang nag-*scroll* sa atong mga *phone*. Basta mubagay sa usa ka istorya ug murag ‘tinuod tan-awn’, mamahimong i-*share* kini sa mga tao.

7. Fabricated content. Ang *fabricated content* mao na’ng bisan unsa nga 100% gyud nga bakak. Mao ra kini ang tipo sa content mga matawag nato nga hingpit gyud nga ‘*fake*’. Kanang mga *staged videos*, buhat-buhat nga mga *quotes* ug mga peke nga mga *website* mahulog ani nga kategorya. Ang ‘*deepfakes*’ o ‘*synthetic media*’ mao ang buhat-buhat nga media gamit ang *Artificial Intelligence (AI)*. Kasagaran ana nila gikombina ang lain-lain elemento sa *video* ug *audio* para makamugna og ‘bag-o’ nga *content* nga wala gyud mahitabo.

Daghang mga gipang-edit nga quote cards o graphics nga nagpakita sa mga sikat nga personalidad ug piksyunal nga mga karakter nga nagdayeg kang Presidente



Duterte ang nagkalat online. Kini na mga quote puros bakak ug walay source o lain nga news report na makapamatuod sa gipang-ingon sa mga personalidad.



Tungod kay kining pito (7) ka mga tipo nagtunhay sa usa ka *spectrum*, posible nga sobra sa usa ka tipo ang gikinaiya sa usa ka *content*. Pananglitan, ang usa ka *clickbait article* nga nagamit og *false connection*, pwede pud mahulog sa *fabricated content* kung 100% nga sayop sab kini. Kung gimugna pa gyud ug gi-*upload* sa usa ka *fake account* sa dako nga *brand*, pwede na sab sya mahulog sa *imposter content*.



TWEET YOUR THOUGHTS. Duna ba’y pamaagi para malikayang makadala og kadaut ang satirikal nga *content*? Unsaon? Tweet us at @ootbmedialit and use the hashtag #IWASFAKE.

* * *

UG DIRI NATAPOS ANG ATONG MODYUL B. Andam na ba ka sukdon imong kahibalo ug ipraktika imong mga kahanas? Pangayo lang sa imong magtutudlo o sa amoa ang worksheet para sa Modyul B.