

MODYUL B: MISIMPORMASYON AT DISIMPORMASYON

Aralin B.1: Bakit mas angkop gamitin ang mga terminong misimpormasyon at disimpormasyon kaysa “fake news”?

TEKA LANG! Mag-isip ng tatlong (3) karaniwang dahilan kung bakit sinasadya ng isang tao na magpalaganap ng “fake news.” *Halimbawa: Dahil gusto ng isa na sirain ang reputasyon ng ibang tao.*

May dahilan kung bakit namin ipinapaloob sa mga panipi ang terminong “fake news.” Sa kabila ng popularidad ng termino, iminumungkahi ng mga eksperto sa publiko na HUWAG itong gamitin. Katwiran nila’y “**kung ito ay hindi totoo, hindi ito balita**” na nangangahulugang hindi dapat ipinagtatabi ang mga salitang “fake” at “news.” Higit pa rito, lumalabnaw at naiiba na ang pang-unawa at paggamit ng mga tao sa terminong ito. Ginagamit na rin ang bansag na “fake news” sa iba’t ibang uri ng content mula sa simpleng mga kasinungalingan hanggang sa mga tsismis, sa lumang impormasyon, at sa propaganda.

Hindi namang ganap na ‘fake’ ang ilang mga “fake news”; nanlilinlang lang ang mga ito habang ang ilan ay totoo ngunit ginagamit pa rin na labas sa konteksto nito. Higit pa rito, hindi ipinagmumukhang balita ang karamihan sa mga mapanlinlang na content (e.g., mga meme, tweet, bidyo, atbp.). Nagsisilbi ring armas ang terminong “fake news”; ginagamit ito ng mga politiko at ibang mga grupo upang atakihin at kuwestiyunin ang kredibilidad ng maraming propesyonal na news media sa buong mundo.

Kaya, upang maiwasan ang pagkalito sa paggamit ng terminong “fake news,” inirerekomenda naming gamitin ang mga terminong **Misimpormasyon** at **Disimpormasyon**. Sa kabuuan, tinutukoy ito ni Dr. Claire Wardle, co-founder at lider ng First Draft, bilang **Information Disorder**—“ang mga maraming paraang sumasalaula sa ating information environment.”

Disimpormasyon vs Misimpormasyon

Sa pagtalakay sa isyu ng infodemic, maaaring naipagpapalit ang kahulugan ng mga terminong ito. Gayunpaman, mahalagang malaman ang pagkakaiba ng mga ito upang maunawaan kung paano ito nalilikha at paano ito naipalalaganap sa iba’t ibang paraan.

Disimpormasyon	Sinasadya ng mga tao ang paglikha ng mali o mapanlinlang/misleading na impormasyon para kumita ng pera, magkaroon ng impluwensiyang politikal, manira ng reputasyon ng iba, at para lang manggulo at manakit
-----------------------	---

Misimpormasyon	Nagshe-share ang mga tao ng disimpormasyon nang hindi namamalayang ito ay mali o nanlilinlang, madalas ay dahil gusto lamang nilang tumulong
-----------------------	---

Ngayon, sa paanong paraan nagkakaiba ang disimpormasyon at misimpormasyon? Sa isang bagay lang: HANGARING MANAKIT. Habang magkatulad ang mga pinsalang dulot ng misimpormasyon at disimpormasyon, ipinapakalat naman ang mga ito nang HINDI sa magkaparehong dahilan. Misinformed lang ang mga taong nagpapakalat ng misimpormasyon; wala silang intensyong manlinlang o manakit ng iba. Dahil dito, halos wala silang kasalanan, 'di tulad ng mga nagpapakalat mismo ng mga mali o mapanlinlang na impormasyon na may malinaw na hangaring manakit (i.e., disinformation).

Bukod dito, mahalagang mabatid na, 'di tulad ng misimpormasyon, pinapalaganap ang disimpormasyon sa magkasuwatong paraan; ibig sabihin, may mga organisado, planado, at pinondohang mga sistema na nagpapatakbo rito. Sa partikular, ang politikal na disimpormasyon ay pinatatakbo ng mga propesyonal. Ito ay isang malawak na network na nag-uugnay ng mga fake account operator sa mga digital influencer hanggang sa mga maypakana sa mga advertising at PR

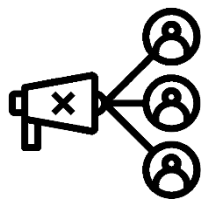
(public relations) na industriya. Ipinapakita nito na mas komplikado at delikado ang disimpormasyon kaysa misimpormasyon (i.e., hindi sinasadyang pag-share ng maling impormasyon). Lumalabnaw ang pagkakaiba ng mga terminong ito sa pagsilong nito bilang “fake news”, at hindi ito nakatutulong sa lubusang pagtugon sa mga problemang kinahaharap natin.



I-TWEET ANG NAIISIP. Sa pinakasimpleng paraan, na parang ang kausap mo’y isang 8-taong-gulang na bata, ipaliwanag kung bakit mas angkop ang mga terminong mis-/disimpormasyon kaysa “fake news.” I-tweet kami sa @ootbmedialit at gamitin ang hashtag na #IWASFAKE.

* * *

PARA SA SUSUNOD NA ARALIN, palalawakin pa natin ang iyong pag-unawa sa misimpormasyon at disimpormasyon at pag-aaralan natin ang pitong (7) uri ng content na nakikita sa infodemic.



MODYUL B: MISIMPORMASYON AT DISIMPORMASYON

Aralin B.2: Anu-ano ang pitong uri ng mis- at disimpormasyon?

TEKA MUNA! Mag-isip ng tatlong mahahalagang katangian ng mabisang mis-/disimpormasyon.

Halimbawa: Mahusay dapat ang pagka-edit nito.

Sa dalawang (2) pangunahing kategorya ng Information Disorder (Misimpormasyon at Disimpormasyon), may makikita pa kayong pitong (7) tiyak na uri ng content ayon sa First Draft. Matutulungan kayo nitong maunawaan ang komplikadong katangian ng online information environment. Maipakikita rin nito sa inyo na may umiiral na malawak na ispektrum sa pagitan ng kung ano ang totoo sa hindi, sa pagitan ng “fake” sa “hindi fake.”

Ang 7 Uri ng Mis-/Disimpormasyon

1. Satire. Isang literary technique, gumagamit ang satire ng katatawanan, kabalintunaan, o pagmamalabis para punahin ang mga indibidwal, mga pamahalaan, o ang mismong lipunan at ilantad ang mga kahinaan ng mga ito. Bagaman nakakatawa ang satirical pieces, ang pinakalayunin ng mga ito ay ang pagbibigay ng constructive social criticism. Ang problema nga lang sa satire ay kung gagamitin ito sa estratehikong pagpapakalat ng tsismis at konspirasyon. Kung punahin man, madaling sabihing “joke lang” at isang bagay na hindi dapat seryosohin. Pwede ring maging mapanganib ang satire kung sa paglaganap mula sa orihinal nitong source ay nagkaroon ito screenshot o ginawaan ng meme, habang nawawala ang orihinal na konteksto sa paglipas ng panahon.



Isang satirical piece ng Adobo Chronicles, satirical news website sa Pilipinas, ang nagsasabing itinakda ng pamahalaan na i-quarantine ang mga Pilipinong nasa 21-59 taong gulang. Ito ay isang halimbawa ng isang satirikong misimpormasyon na may potensyal na magbigay talaga ng maling impormasyon sa mga walang malay sa layuning satirikal ng artikulo.

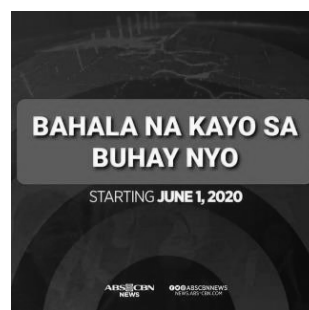
2. False connection. Ang clickbait ang pangunahing halimbawa ng paggamit ng ‘false connection’—sensational na wika o imagery na nang-eengganyong mag-“click.” Nangyayari ito sa pagkakataong makakita kayo ng ulo ng balita o larawan na dinisenyo upang pukawin ang inyong atensyon. Ngunit kung iki-click na ito, dadalhin lamang kayo ng link na iyon sa isang content na wala namang halaga sa inyo o content na binebentahan kayo ng produkto o

serbisyo. Hindi rin natin mapipigilan ang mga media organization sa paggamit nila ng mga clickbait technique dahil kailangan din nila ang mga click. Ang tungkulin natin bilang mga mambabasa ay maging maingat sa mga ito dahil madalas nitong pinupuntirya ang ating mga emosyon para lamang magdala ng traffic sa kanilang mga website.

3. Misleading content. Iba-iba at mahirap tukuyin ang kahulugan ng terminong ‘misleading,’ ngunit karaniwang nakapaloob dito ang pagbawas sa mga bahagi ng impormasyon upang magkuwento sa isang tiyak na paraan (i.e., pag-crop sa mga larawan upang ibahin ang mensahe nito, pagpapatampok ng piling estadistika). Ang tawag din dito ay ‘framing.’ Hindi madaling matuklasan ang pagmi-mislead, kahit gumamit pa ng pinaka-advanced na teknolohiya, dahil kailangan ditto ang kontekstwalisasyon at nuance. Ibig sabihin, utak talaga ang kailangan sa pag-analisa ng buong istorya upang malaman kung ang isang content ay may intensyong manlinlang/mag-mislead o hindi.

4. Imposter content. Lagi tayong gumagamit ng mga mental shortcut upang matulungan tayong umintindi ng impormasyon. Isang mabisang shortcut ang makakita tayo ng isang brand o tao na kilala na natin at pinagkakatiwalaan. Kung sa kanila tayo makakakuha ng impormasyon, hindi tayo nagdududa agad. Ngunit ang problema, napakadali nang gumawa ng mga fake account at magkunwari bilang ibang tao online. Mali at nanlililang ang imposter content at iniuugnay nito ang kanilang sarili sa mga kilalang brand, organisasyon, o personalidad.

5. False context. Mapanganib ang pagpapalaganap ng tunay na impormasyon taliwas sa orihinal nitong konteksto, tulad ng mga lumang balita na muling ibinabahagi sa kasalukuyan. Mahalaga ang pagbabahagi ng impormasyon sa wastong konteksto nito dahil makatutulong ang konteksto (i.e., ang oras, lugar, sitwasyon) na kinapapalooban ng isang pangyayari o balita sa pagpapaliwanag nito. Minsan, isa lang itong simpleng kaso ng misimpormasyon na kung saan ang isa ay nagkamali sa pag-reshare ng lumang istorya. Ngunit sa ibang mga pagkakataon, talagang sinasadya ito: upang linlangin ang mga tao sa pamamagitan ng pag-share ng impormasyon sa magkaibang konteksto.



Isang news card na galing sa social media pages ng ABS-CBN ang in-edit upang ipabatid na “Bahala na kayo sa buhay nyo starting June 1.” Ipinablis noong ika-28 ng Mayo ang orihinal na card na nagsasabing “Metro Manila placed under

General Community Quarantine starting June 1.” Ito ay isang halimbawa ng imposter content na kung saan ang kredibilidad ng isang news organization tulad ng ABS-CBN ay ginamit upang magkalat ng misimpormasyon sa pamamagitan ng pagbabago ng kanilang publishing materials.



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

Isang in-edit na video ang diumano’y nagsasabing isang OFW sa Saudi Arabia ang pinugutan ng ulo nang magpositibo sa COVID-19. Ang orihinal na footage ay mula sa isang ulat ng GMA noon pang 2015. Ipinakalat muli sa maling konteksto sa pamamagitan ng pag-reupload ng video na may pamagat na “OFW, pinugutan sa Saudi Arabia 24 Matapos mag Positive sa sakit na Cov....” Mayroon nang 200,000 views ang video na ito.

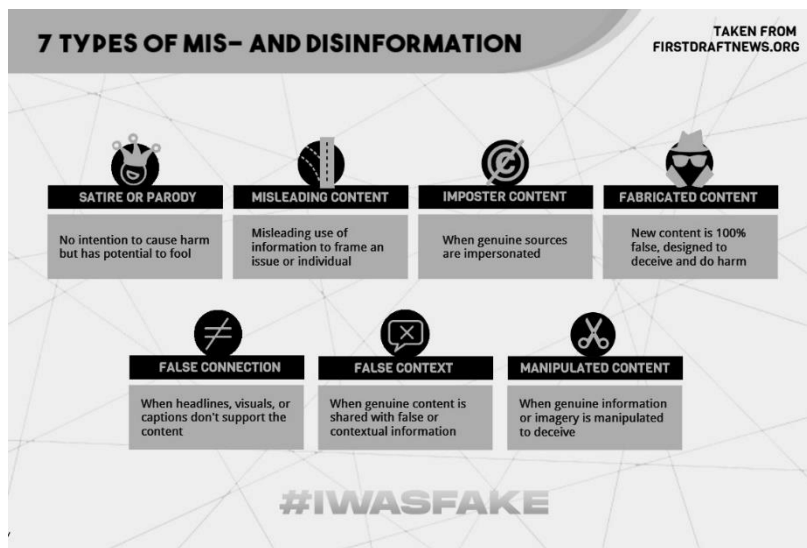
6. Manipulated content. Nagmula ang manipulated content sa mga binago o in-edit na genuine content upang palitan ang tunay nitong mensahe. Hindi ito lubusang gawa-gawa lang o fabricated. Maraming mga tao ang nahuhulog sa ganitong uri ng manipulasyon dahil karamihan sa atin ay sumusulyap lamang sa mga larawan o caption habang nagso-scroll sa ating mga phone. Hangga't may kuwento at sapat na para 'magmukhang totoo,' maaari itong i-share ng mga tao.

7. Fabricated content. Siyento porsiyentong hindi tunay ang fabricated content. Ito lang ang tanging uri ng content na agad-agad makokonsiderang 'fake.' Nakapaloob dito ang mga staged video, gawa-gawang quotes, at mga pekeng website. Fabricated media ang mga 'deepfake' o 'synthetic media' at gumagamit ang mga ito ng Artificial Intelligence (AI). Pinagsasama-sama rito ang iba't ibang mga bahagi ng ilang video at audio upang lumikha ng 'bagong' content na hindi naman totoong nangyari.

Maraming mga in-edit na quote cards o grapix ang nagpapakita sa mga sikat na personalidad at kahit mga fictional character na pumupuri kay Pangulong



Duterte na kumakalat online. Ang mga diumanong sinabi nila ay talagang gawa-gawa lamang at walang source o news report na makapagpapatunay sa mga pahayag na ito.



Dahil umiiral sa ispektrum ang mga pitong (7) uri na natalakay, maaaring higit sa isa ang mailalapat sa isang content. Halimbawa, ang clickbait na article na gumagamit ng *false connection* ay maaari ring konsiderahin bilang *fabricated content* kung siyento porsiyento itong mali. Dagdag pa rito, kung ito ay ginawa at in-upload ng isang fake account ng isang kilalang brand, matutukoy rin ninyo ito bilang *imposter content*.



I-TWEET ANG NAIISIP. May paraan ba upang maiwasang makapinsala ang satirical content? Paano? I-tweet kami sa @ootbmedialit at gamitin ang hashtag na #IWASFAKE.

* * *

DITO NAGTATAPOS ANG MODYUL B. Handa ka na bang suriin ang iyong nalalaman at ilapat ang iyong kakayahan? Makipag-ugnayan sa amin o sa iyong guro para sa worksheets.