

*Detect:*  
*Osnajivanje digitalnog građanstva*

*Priručnik  
za učenike*



Sufinancirano sredstvima  
programa Europske unije  
Erasmus+

# *Impresum*

## *Vodenje projekta*

Dr. Sebastian Fischer  
Institut za didaktiku demokracije  
Leibnizovo sveučilište, Hannover

## *Koordinator projekta*

Arne Schrader

## *Autorstvo materijala*

DETECT konzorcij

## *Dizajn*

Mareike Heldt



Sufinancirano sredstvima  
programa Europske unije  
Erasmus+

Autorska prava:



Sva prava su pridržana. Sadržaj ove publikacije se može koristiti u obrazovne i druge nekomercijalne svrhe, uz pravilno navođenje izvora „Erasmus+ projekt DETECT“.

Materijali su dostupni na internetskim stranicama:

[www.detect-erasmus.eu](http://www.detect-erasmus.eu)

Projekt je realiziran uz finansijsku podršku Europske komisije. Sadržaj publikacije isključiva je odgovornost autora. Europska komisija ne može se smatrati odgovornom za bilo koji oblik korištenja sadržaja. Oznaka projekta: 2018-1-DE03-KA201-047400

# Partneri na projektu

Leibnizovo sveučilište, Hannover  
Institut za didaktiku demokracije  
Njemačka



Institut für  
Didaktik der Demokratie

GONG  
Hrvatska



Gimnazija Pula  
Hrvatska



Centar za europske izbjegličke,  
migracijske i etničke studije,  
Novo bugarsko sveučilište  
Bugarska



Centar za obuku i osposobljavanje  
pedagoških specijalista  
Bugarska



Demokratiezentrum Wien  
Austrija

Demokratiezentrum Wien  
[www.demokratiezentrum.org](http://www.demokratiezentrum.org)

# *Sadržaj*

Uvod .....	05
1. Obmanjujuće informacije i lažni sadržaj - kako laž ponovljena dovoljno puta može postati „istina“ .....	05
2. Deset savjeta kako prepoznati obmanjujuće informacije i lažni medijski sadržaj .....	09
3. Propaganda .....	11
3.1. Propaganda i medijska manipulacija - zašto .....	11
3.2. Propagandne tehnike - kako .....	12
3.2.1 Poticanje emocionalnih reakcija .....	12
3.2.2 Pojednostavljivanje ideja i informacija .....	13
3.2.3 Odgovaranje na potrebe i vrijednosti javnosti .....	14
3.2.4 Napadanje „neprijatelja“ .....	15
4. Kako biti kritičan na mreži - brzi pregled .....	16
Preporuke za čitanje .....	19
Bibliografija .....	20

# *Uvod*

U današnjem smo svijetu sa svih strana izloženi različitim medijskim sadržajima i ogromnim količinama informacija. Vjerojatno je svatko od nas, barem jednom, naišao na neku informaciju i povjerovao joj samo da bi kasnije utvrdio da je lažna - bilo namjerno ili nemamjerno. U današnjem digitalnom dobu informacije se šire nekontrolirano i brže nego prije nekoliko desetljeća. To znači da više nego ikad prije postoji potreba za razvijanjem vještina procjene medijskog sadržaja kao alata koji bi nam mogao pomoći da umanjimo utjecaj dezinformacija i iskrivljenog medijskog sadržaja. U ovom ćete se priručniku upoznati s najčešćim vrstama neistinitih medijskih sadržaja, načinima prepoznavanja istih i alatima za borbu protiv njih. Nadamo se da ćete uz pomoć svojih nastavnika razviti vještine koje će vam pomoći u procjeni vjerodostojnosti sadržaja koje čitate, gledate i služate na mrežnim medijima. Ovaj priručnik bavi se prvenstveno konceptom sustava propagande, kako se ona odnosi na našu percepciju svijeta oko nas i tehnike koje rabi za postizanje toga. Ovo nije cijeloviti terenski vodič o tome gdje možete pronaći propagandu - jer to nitko ne može predvidjeti - već za poučavanje tehnika koje se koriste u svrhu propagande. Unutar ovog priručnika naići ćete i na pojam propagandist - proizvođač, distributer ili promotor propagande. Obično su plaćeni.

1

# *obmanjujuće informacije i lažni sadržaj*

Razmislite i pokušajte odgovoriti:

- Svaki put prije nego što kliknete gumb „Objavi“, razmišljate li o sadržaju koji ćete podijeliti na društvenim mrežama?
- Razmatrate li mogućnost da sadržaj koji objavite bude netočan?
- Koliko brzo dijelite nešto zanimljivo ili smiješno što je prijatelj objavio?
- Postoji li medijski izvor u čiji sadržaj potpuno vjerujete?

- Jeste li svjesni da postoje globalne tvrtke specijalizirane za stvaranje i širenje dezinformacija?
- Koliko ste puta vidjeli objavu za koju se činilo da joj nedostaju neke važne informacije?
- Što možete učiniti kako bi bili sigurni da je informacija istinita?

Ako ste razmišljali o bilo kojem od ovih pitanja, nastavite čitati ovaj priručnik kako biste pronašli smjernice za odgovore. Postoje dobre prakse koje možete primijeniti u svakodnevnom internetskom životu koji vam mogu pomoći da prepozname obmanjujuće informacije i lažni medijski sadržaj, spriječite nenamjerno širenje, ali i dati vam do znanja koliko je zaista teško biti dobro informiran građanin<sup>1</sup> u digitalno doba.

Ne tako davno koristili smo povjerenje i oslanjanje na tradicionalne medije za prenošenje vijesti, ali danas se sve više i više ljudi, posebno mlađih generacija, gotovo isključivo informira putem društvenih mreža, a pritom ne ocjenjuju redovito autentičnost i vjerodostojnost informacija. Glavna razlika između društvenih mreža i tradicionalnih medija je nedostatak urednika koji bi odabrali i provjerili sadržaj koji se širi društvenom mrežom. Ova činjenica može biti prednost za slobodu govora i izbjegavanje cenzure. Međutim, trebalo bi se zapitati tko može odabrati ono što vidimo u našim trakama s novostima, ako nema živog urednika koji to osobno radi. Kad biste se odlučili podijeliti bilo kakve informacije, tko bi bio tamo da se uvjeri da ste istiniti i iskreni? Tko bi se pobrinuo da fotografija koju je objavio vaš prijatelj nije krivotvorena, promijenjena ili digitalno obrađena?

Obmanjujuće informacije nisu izum digitalnog doba - različiti propagandni strojevi koristili su ga kroz povijest. Digitalno doba i tehnologije samo su olakšale i učinile bržim stvaranje i širenje laži, što znači da su posljedice i dalekosežnije.

Prema istraživanju konzorcija EU Kids Online Croatia (2018), djeca u dobi od 9 do 17 godina svakodnevno provode većinu svog slobodnog vremena na nekom obliku internetskih medija. Gotovo tri četvrtine (73%) djece koja su potrošači internetskih medija svjesni su koncepta „lažnih vijesti“, a tri od deset (39%) kaže da su primijetili primjer lažnog sadržaja na internetu.

U državnom reprezentativnom istraživanju za Bugarsku Nacionalnog centra za siguran Internet i sociološke agencije Marketlinks provedenom 2016. godine, utvrđeno je da 24% bugarske djece počinje koristiti Internet u dobi od 7 godina, a oko 97% njih su aktivni internetski korisnici. Oko 15% njih kaže da su se brinuli ili uplašili nečega što su vidjeli na internetu u posljednjih godinu dana. Oko 87% djece starije od 9 godina koristi društvene mreže; jedna trećina je putem interneta komunicirala je s nekim koga nikada nisu uživo upoznali, a oko 30% je bilo uvrijeđeno od strane vršnjaka ili su na njih utjecali vršnjaci putem interneta.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Rodno obilježeni izrazi koji se koriste za fizičke osobe u ovom Kompendiju, imaju rodno neutralno značenje i odnose se jednakom na osobe svakog roda.

<sup>2</sup> Onlaín povedenje na detsata v Bǔlgariya. Osnovni izvodi ot natsionalno predstavitelno izsledvane, Sofiya, 2016

Najčešće korištena definicija „obmanjujućih informacija“ glasi: „Izraz koji uključuje sve oblike neistinitih, netočnih ili prevarantskih informacija koje se stvaraju, predstavljaju i promoviraju u svrhu štete javnosti ili stvaranja profita.“ (Radni dokument o digitalnoj ekonomiji JRC-a 2018-02) Ovdje bismo željeli proširiti tu definiciju i uključiti sve informacije koje:

- varaju,
- su izmišljene,
- nisu točne,
- govore o događajima koji se nikada nisu dogodili,
- izvještavaju o izjavama koje nikad nisu izrečene,
- najavljaju događaje koji se nikada nisu trebali dogoditi,
- stvorene su da poremete povjerenje ljudi u druge ljudi i društvo općenito,
- umanjuju vjerodostojnost medija i izvora koji o tome izvještavaju,
- utječu na naša uvjerenja, zdrav razum i ponašanje,
- stvorene su namjerno, ali mogu se širiti namjerno i nemamjerno.

Odnosno, obmanjujuća informacija je namjerna. Glavna namjera obmanjujućih informacija je manipulirati javnošću i dovesti ih do lažnih zaključaka o ljudima, događajima i pojavama o kojima se izvještava. Ova široka definicija obuhvaća pojam „lažne vijesti“ koji javnost i stručnjaci u posljednje vrijeme uglavnom upotrebljavaju u političkom kontekstu, što najbolje pokazuje primjer američke predsjedničke kampanje 2016. godine.

*A sada vi!*

Doznaite što imaju zajedničkog Veles  
(grad u Makedoniji), Donald Trump i papa Franjo.

„Lažne vijesti“ nastaju na temelju obmanjujućih informacija s ciljem obmane i manipulacije javnosti. Prema istraživanju EUROBAROMETRA provedenom u veljači 2018. godine među 25.576 ljudi iz 28 zemalja članica, 85% građana EU smatra da je fenomen „lažnih vijesti“, odnosno dezinformacija, problem u njihovim zemljama.

## *A sada vi!*

Saznajte više o rezultatima ove ili slične ankete za vašu zemlju!

Važno je biti u stanju prepoznati obmanjujuće informacije za sprječavanje manipuliranja, ali i izbjegavanje da budete dio njihove promocije i širenja putem društvenih mreža. Drugim riječima, moramo poboljšati svoje medijske kompetencije i pismenost.

Kako nas lažni sadržaj može navesti da pod vlastitim imenom želimo to podijeliti s prijateljima i obitelji? Objave s dezinformacijama su učinkovite jer su stvorene da budu uvjerljive, senzacionalne ili da traže pažnju. Koriste stereotipe i pristnosti koji u društvu već postoje, ali istodobno izgledaju kao redovne vijesti. Računaju na naše emocije - tjeskobe, prezir, bijes, frustraciju. Emotivni aspekt, u kombinaciji s unutarnjim funkcioniranjem društvenih mreža, čine savršenu propagandnu mašineriju - svaki put kada kliknemo na gumb „Sviđa mi se“ ili „Podijeli“, algoritmi tom postu ili komentaru daju veću vrijednost i uskoro, dezinformacija se nalazi na vrhu naših traka s novostima. Također, jednom kad takav sadržaj dobije pažnju, gotovo je nemoguće ispraviti pogrešku i nekako je izbrisati iz naših traka s novostima, kao i iz našeg pamćenja. Nadalje, raspravljanje o podjeli obmanjujućih informacija koristi izvornom distributeru na sljedeće načine:

- „vijesti“ dobivaju još više pozornosti u obliku internetskih reakcija (klikovi, komentari, dijeljenja),
- ljudi tvore grupe koje se međusobno demoniziraju kao neprijatelji, što dovodi do više bijesa i frustracije,
- čak i dobromjerni i dobro informirani ljudi na kraju hrane algoritme koji su dizajnirani za širenje postova koji najviše izazivaju reakciju ljudi.

## *A sada vi!*

Istražite što su "botovi".

Kako mogu pomoći u širenju dezinformacija?



# 2

## *Deset savjeta kako prepoznati obmanjujuće informacije i lažni medijski sadržaj*

### *Nije dovoljno samo čitanje naslova!*

Ljudi često dijele vijesti jer se naslov čini zanimljivim ili čak smiješnim, a da ne shvate da ostatak članka sadrži obmanjujuće informacije. Uvijek pročitajte sve što odlučite podijeliti.

### *Provjerite izvor!*

Pokušajte otkriti gdje se priča najprije pojavila na internetu, a zatim pogledajte internetsku stranicu i domenu izvora. Upotrijebite tražilice da biste pronašli različita izvješća o istoj priči. Pogledajte i druge članke iz istog izvora da vidite je li njihov sadržaj uvijek senzacionalistički. Imena domena mogu vam reći stoji li iza priče prava novinska organizacija ili je lažna (neobični ili besmisleni URL-ovi bi trebali izazvati sumnju). Drugi primjer su stranice koje u svojim URL-ovima sadrže izraze „wordpress“ ili „blogger“, što znači da ih uređuju privatne osobe i predstavljaju njihovo osobno mišljenje, a ne službena institucija ili novinske agencije.

### *Citajte impressum!*

Ovaj dio medijske internetske stranice pružit će vam informacije o vlasnicima medija, njegovim urednicima i novinarima. Svi vjerodostojni mediji imaju te podatke na raspolaganju i ta imena možete dalje istražiti. Pogledajte i „uvjetne pružanja usluge“ koji objašnjavaju kakve medije gledate (npr. Neki se mogu predstavljati kao ozbiljni mediji, ali navode u odredbama i uvjetima da su satirična stranica ili da objavljaju samo svoja osobna mišljenja).

### *Provjerite datum i vrijeme objave!*

Metoda koja se često rabi u stvaranju dezinformacija jest predstavljanje nekih starih vijesti i slika kao da su nove vijesti. Malo kopanja na temelju datuma i vremena objave može brzo otkriti „reciklirani“ materijal.

## *Istražite autora!*

Podaci o autoru mogu baciti malo svjetla na same vijesti. Pronađite druge materijale istog autora i analizirajte njihov stil - pokušajte procijeniti njihovo pisanje i odlučiti koliko su vjerodostojni.

## *Provjerite izvore i otvorite poveznice!*

Ovo može biti teško – i previše i premalo citiranja izvora i sigurnosnih veza može biti sumnjivo. Izvore i poveznice treba pružiti, ali ponekad je alat kojim nas se zavarava preplavljanje višestrukim poveznicama koje sve vode ka drugim izvorima dezinformacija. Najlakši način za borbu protiv ovog problema je provjeravanje jesu li drugi vjerodostojniji mediji izvještavali o vijestima - profesionalni novinari će obaviti potrebnu provjeru.

## *Provjerite izvore upitnih citata i slika!*

Autori dezinformacija često citiraju van konteksta ili čak citiraju poznate ljudе u kojima govore stvari koje nikad nisu izgovorili. Također mogu upotrijebiti fotografiju koja nije povezana s ostatkom priče da bi promijenili ton članka bez ijedne riječi. Pokušajte koristiti aplikacije i usluge poput TinEyea, Yandexa ili Googleovog obrnutog pretraživanja slika kako biste saznali više o originalnoj fotografiji.

## *Budite svjesni vlastitih pristranosti*

Ovaj je savjet možda najteže sljediti, ali je jedan od najvažnijih - ljudi obično traže stvari koje potvrđuju njihova uvjerenja. Autori dezinformacija to znaju i zato stvaraju emocionalno nabijene i polarizirajuće priče. Uvijek se moramo pitati sviđa li nam se medijski sadržaj i dijelimo li ga jer se ono što je rečeno temelji na činjenicama koje možemo provjeriti ili zato što jača ono u što vjerujemo i vrijednosti koje držimo.

## *Provjerite ostale izvore!*

Ako vam se vijest čini sumnjiva, pogledajte tko je o njoj još izvijestio. Nedostatak drugog medijskog izvještavanja znači da je to vjerojatno lažni sadržaj.

## *Razmislite prije nego podijelite!*

Zapamtite, tvorci propagande računaju na vas da obavite posao za njih. Obmanjujuće informacije počinju od nekoga zlobnog, ali njihovo širenje ovisi o tome da smo pristrani, pretjerano emotivni, lijeni i neinformirani. A vi ne želite biti ništa od toga, zar ne?

# 3

# Propaganda

## 3.1. Propaganda i medijska manipulacija - zašto

Propaganda se općenito definira kao poduzimanje planiranih i svrhovitih radnji s ciljem promjene i kontrole mišljenja, a time i utjecaja na postupke i ponašanje ljudi.

Drugim riječima, cilj propagande je promjena mišljenja i uvjerenja ciljane publike što će također dovesti ciljnu publiku da radi ono što propagandist želi. Razmislite o marketingu na sekundu - marketinški stručnjak kreira reklamnu kampanju koja će prvo promijeniti mišljenje kupca (proizvod je poželjan, koristan, potreban, luksuzan itd.), a zatim promijeniti ponašanje kupca (odabir i kupovina proizvoda). Za razliku od marketinških kampanja, propaganda u političkom kontekstu gotovo se isključivo koristi u negativnom smislu, jer je njezin krajnji cilj stvaranje nekritičkog mišljenja i kontrola ponašanja javnosti neprestanim igranjem s ljudskom percepcijom, emocijama i mislima. Međutim neki autori ističu da, ovisno o cilju medijske kampanje, postoje primjeri i pozitivnih i negativnih manipulacija javnošću..

*A sada vi!*

Pokušajte pronaći primjere pozitivnih medijskih kampanja (demokratske, promiču ljudska prava i slobode) i negativne propagande (nedemokratske, izazivaju podjele, destruktivne).

## *3.2. Propagandne tehnike – kako*

### *3.2.1. Poticanje emocionalnih reakcija*

Kao što je spomenuto u vezi s obmanjujućim informacijama, propaganda se temelji na poticanju ljudskih emocionalnih odgovora kako bi se privuklo i uhvatilo ciljnu publiku za određeni cilj. U svom se najjednostavnijem i iskonskom obliku propaganda igra s našim umovima. Kako? Vješto vođena propaganda koristi naše strahove i pristranosti da potakne strah, nadu, frustraciju, suosjećanje, sramotu itd., a ove emocije stvaraju uzbuđenje koje onemogućuje kritičko razmišljanje i potiče brze iracionalne odgovore.

Dobar primjer ovog iskorištavanja ljudske prirode i emocija su teorije zavjere. Iako neke od njih mogu izgledati kao bezazlena zabava, druge se poigravaju s našim najdubljim nesigurnostima. Okruženi smo stvarima poput smrti, bolesti i neizvjesnosti o našoj budućnosti. Neke od ovih groznih stvari nemaju logično objašnjenje, neke su objašnjene, ali na složen, nezadovoljavajući način. Zbog toga smo podložni vjerovanju obmanjujućim, ali jednostavnim objašnjenjima ovih složenih problema. Izloženost konspirativnim objašnjenjima posljedično utječe na naše ponašanje na nekoliko načina: zanemarujemo složenje, ali istinske razloge koji stoje iza problema, postajemo očajni i gubimo nadu u svaku mogućnost promjene, stvaramo loše navike i umjesto kritičkog razmišljanja procjenjujemo sve probleme konspirativnim načinom razmišljanja.

I još jedna stvar, uspjeh ove manipulacije ovisi o tome da mislite da ste previše pametni da biste pali na takve trikove, ali istina je da bi svako ljudsko biće trebalo osjećati emocije i djelovati prema njima. Problem je što se to može iskoristiti ako nismo svjesni vlastitih osjećaja i ranjivosti.

#### *A sada vi!*

Pogledajte sljedeće slike i razmislite o emocijama koje su prikazane u njima, emocionalnom odgovoru nekoga tko pogleda fotografije i koja bi mogla biti namjera nekoga tko ih je objavio. Možete li objasniti kako svaka od tih fotografija može promijeniti ton članka u kojem se pojavljuje? A što je sa znanjem o tome tko je na fotografijama?



### *3.2.2. Pojednostavljivanje ideja i informacija*

Propaganda nije nužno u potpunosti laž. U stvari, ona koristi laž i lažne tvrdnje, poluistine, kao i istinite činjenice i informacije koje su pretjerano pojednostavljene ili dane bez pravog konteksta. Priče koje su vrlo jednostavne i neposredne rabe se za manipuliranje ljudima jer ih lakše razumijemo i poistovjećujemo se s njima. Te priče često rabe jednostavne metafore i živopisne slike da bi izgledale „prirodnije“ i „istinitije“.

Pretjerano pojednostavljivanje je učinkovito kad jednostavnji, brzi i upečatljivi izrazi zamjenjuju kritičko razmišljanje (npr. izraz „jaki vođa“ bez jasnog objašnjavanja što „jak“ znači). Naša svakodnevna komunikacija oslanja se na takvo pojednostavljenje, ali manipulacija se događa kada se ta ljudska potreba za pojednostavljenjem, urednim kategoriziranjem i empatijom rabi da bi nas navela da uopće ne razmišljamo dublje.

Konačno, najnoviji i najekstremniji primjer ovog pojednostavljenja bili bi memeovi - vrlo složene teme i društvena pitanja destilirana su na jednu fotografiju i upečatljivu frazu.

### *A sada vi!*

Istražite najpopularnije portale vijesti ili Facebook stranice nekih popularnih medija i provjerite možete li prepoznati priče s kojima se lako poistovjetiti, a koje uz to sadrže jednostavne ideje, upečatljive izraze i memeove.

### *3.2.3. Odgovaranje na potrebe i vrijednosti javnosti*

Učinkovita propaganda rabi poruke, teme i jezik koji vrlo često izravno, a ponekad čak i isključivo ciljaju na zasebnu skupinu ili segment unutar šire javnosti.

Putem društvenih mreža stalno dajemo osobne podatke koji se potom koriste za ciljanje oglasima - i marketinškim i propagandnim. Podijeljeni smo u grupe prema našem načinu života, aktivnostima i hobijima, ali i mjestu rođenja/prebivališta, rodu, boji kože i etničkoj pripadnosti, slavnim osobama koje bismo mogli voljeti, našim vrijednostima, pa čak i osobnim snovima i nadama. Konačno, propaganda se može igrati s našim temeljnim potrebama da volimo, bivamo voljeni i negdje pripadamo. Ljudi žele pronaći druge ljude, grupe i ideje s kojima se mogu poistovjetiti pa primaju poruke stvorene posebno za ispunjavanje tih potreba.

Digitalno doba učinilo je ovakvo ciljanje lakšim nego ikad prije, a legalna i ilegalna sredstva rabe se kako bi se otkrilo kako uspješno utjecati na nas prilagođavanjem poruke gotovo na individualnoj osnovi.

### *A sada vi!*

Razmislite o svojim osobnim podacima koji su dostupni na internetu i koji bi se mogli rabiti za ciljanje personaliziranom porukom. Jeste li ikad primijetili kako se internetski prijedlozi i preporučeni sadržaji mijenjaju s vašim prošlim i trenutnim internetskim aktivnostima? Usporedite svoje primjere i zaključke s vršnjacima, ali i starijim prijateljima i članovima obitelji i nastavnicima

### *3.2.4. Napadanje „neprijatelja“*

Propaganda može biti sredstvo koje stvara, proziva i kleveće političke protivnike. Pitanja o legitimnosti, vjerodostojnosti, vrijednostima i karakteru protivnika i njihovih ideja ponekad se jednostavno proizvode ili predstavljaju na senzacionalistički način. Osim cilja diskreditacije protivnika, ovo također brzo započinje žestoke rasprave.

Ti su sukobi učinkoviti jer ljudi intrigiraju i privlače pa stvaraju puno pažnje. Nadalje, to je još jedan način pojednostavljivanja, jer svodi složene teme na „crno-bijelu“ sliku i pokreće ponašanje „mi protiv njih“, što opet ometa kritičko razmišljanje o komplikiranim idejama i konfliktnim informacijama.

Kleveta je često praćena ismijavanjem, koje ima za cilj postizanje primarnih ciljeva propagande pod krinkom legitimne šale i satire. Opet moramo kritički razmisiliti i odlučiti koji šaljivci zabavljaju, a koji imaju druge ciljeve.

Ponekad propaganda blati pojedince i uništava njihov ugled u nadi da će se ideje za koje se zalažu diskreditirati. Također, kada se u publici stvari grupni mentalitet, blaćenje protivnika stvara osjećaj superiornosti i povlaštenosti, što je sjajno polazište za daljnju manipulaciju.

Konačno, diskreditacija pojedinaca i prisiljavanje na tribalizam mogu dovesti do mržnje i diskriminacije prema svakome tko je „drugi“ ili „neprijatelj“, ili barem do ravnodušnosti prema toj istoj mržnji i diskriminaciji. To se događa kada propaganda cilja grupe koje su prepoznatljive po svojim nepromjenjivim karakteristikama.

### *A sada vi!*

Sjetite se posljednjeg puta kad je u vašoj zemlji održana javna rasprava o nekoj slavnoj osobi ili političaru čija je reputacija bila dovedena u pitanje. Jesu li se neke druge ozbiljnije teme ili politička pitanja uvela u razgovor o toj osobi? Opišite različite načine na koje su ljudi reagirali na situaciju.

# 4

## Kako biti kritičan na mreži *brz pregled*

Kritička procjena medijskih izvora svodi se na sustavno i stalno provjeravanje vjerodostojnosti izvora medija. To je skup metoda koje nam mogu pomoći da svjesno odaberemo izvor informacija i kritički konzumiramo sadržaj. Najveći izazovi ovom pristupu u digitalnom dobu su količina dostupnih informacija i nedostatak očiglednih alata koji mogu objektivno filtrirati podatke za nas.

*Uvijek imajte na umu sljedeće kriterije :*

- Autentičnost - je li izvor onaj za koji tvrdi da jest? Je li sadržaj originalan ili kopija? Postoji li nešto što izaziva sumnju u njegovu vjerodostojnost?
- Aktualnost - jesu li podaci ažurni ili postoje novija otkrića? Koliko je vremena prošlo od vremena izvještavanja/objavljivanja i stvarnog događaja?
- Neovisnost - je li izvor neovisan ili se oslanja na podatke s drugog mesta? Možete li lako pratiti njihove reference?
- Objektivnost - jesu li informacije predstavljene činjenično ili kao mišljenje? Čije interes predstavlja izvor? Postoje li sukobljeni podaci koji se objavljaju u drugim izvorima koji se čine vjerodostojnim?

*Kad god želite koristiti informacije ili dijeliti  
nešto putem interneta, zapitajte se sljedeće :*

- Tko je izvorni glasnik? Mogu li pratiti autora po imenu? Postoje li kontakt-podaci?

- Koja je namjera i svrha određene stranice, službenog profila ili medija? Je li stvorena za informiranje, zabavu, prodaju ili propagiranje određenih vrijednosti i mišljenja? Ima li više od jedne namjere? Kako se financira?
- Koja je ciljana publika? Jesu li objave, članci i priče jednostavniji i je li se s njima lako poistovjetiti? Koriste li se upečatljivi izrazi i smiješne ili šokantne slike i videozapisи?
- Koliko se često stranica ili profil rabe i ažuriraju? Jesu li poveznice ispravne? Možete li provjeriti podatke u drugim izvorima.

### *Rabite raspoložive alate za istraživanje bilo čega sumnjičvog*

- Kopirajte naslove ili dijelove teksta u navodnicima u tražilicu i pogledajte gdje se drugdje pojavio.
- Istražite fotografije pomoću servisa images.google.com ili tineye.com kako biste vidjeli gdje su rabljene i kada su izvorno stvorene.
- Audio i video materijal može biti teško provjeriti, ali obavezno potražite naziv datoteke ako je dostupan. Također, sve što izgleda kao snimka s izrezanim dijelovima treba biti sumnjivo. Ako postoji mnogo vrlo sličnih snimaka iz različitih izvora koji rabe vrlo sličan stil uređivanja, vjerojatno se radi o automatiziranim prenošenju koje provode botovi.
- Previše profila, objava, prijenosa video zapisa, sličnih memeova, komentara koji se vrlo brzo pojavljuju na mreži treba biti sumnjivo. Sjetite se da ljudima treba vremena da reagiraju i stvore, osim ako nisu profesionalni propagandisti koji mogu zaposliti botove da obavljaju posao umjesto njih.

### *Wikipedija kao savršeno nesavršen izvor*

- Rabite Wikipediju samo kao početnu točku! Wikipedija je izvrsna u pružanju osnovnih informacija o nekoj temi, ali je nikada ne upotrebljavajte kao jedini izvor informacija. Vaše istraživačko putovanje može započeti tu, ali također bi trebali pronaći najmanje dva druga izvora.
- Činjenično provjerite izvore koji se koriste za članke iz Wikipedije. Provjerite popis referenci! Wikipedija je izvrsna za prikupljanje ključnih riječi i pronalaženje drugih referenci jer daje popis referenci na kraju svakog članka. Ove reference mogu biti koristan alat za nastavak Vaše istrage. Nakon korištenja Wikipedijom istražite druge izvore.

- Usporedite kako je tema predstavljena na Wikipediji s nekim drugim izvorom ili Enciklopedijom! Wikipedija nije potpuno pouzdan izvor (Wikipedia, 2019b). Članke piše više autora, što doprinosi demokratizaciji znanja, ali to je i prednost i nedostatak te internetske stranice. Također, članci dostupni na engleskom brojčano nadmašuju ostale - oko 5.860.000 u 2019. godini u usporedbi s 2.301.800 na njemačkom, 252.200 na bugarskom i 205.328 na hrvatskom jeziku (Wikipedia 2019a). Samo na temelju tih brojki, možemo utvrditi povlaštenost engleskog jezika - Wikipedija je vrjedniji izvor onima koji ga tečno govore.
- Provjerite promjene i objašnjenja promjena u članku Wikipedije! Članci na Wikipediji stalno se uređuju, tako da trebate provjeriti promjene i u vašem istraživanju napomenuti koju ste verziju članka koristili navodeći datum i točnu stranicu.
- Pročitajte isti članak na Wikipediji na različitim jezicima kako biste prepoznali različite perspektive! Kad govorite više jezika, korisno je usporediti članke na Wikipediji o istim temama koji su napisani na različitim jezicima kako biste saznali više o tome kako temi pristupaju urednici različitog porijekla - što se spominje, a što se izostavlja. Kad provodite vlastito istraživanje, važno je imati na umu odabir sadržaja i razlike između članaka.
- Razgovarajte i surađujte! Raspravite o nalazima s kolegama i nastavnicima. Istraživanje je zahtjevan i zabavan način razvijanja sposobnosti kritičkog mišljenja i argumentacije.

# Preporuke za čitanje

*Bad News –  
internetska igra koja simulira ulogu proizvodača dezinformacija*

<https://getbadnews.com/#intro>

*Hrvatski portal za medijsku pismenost – sekcija za mlade*

<https://www.medijskapismenost.hr/djeca/>

*HR KIDS Online – rezultati istraživanja za Hrvatsku*

<http://hrkids.online/>

*Online Life is Real Life – an original podcast from Firefox*

<https://irlpodcast.org/>

*Muzej osobnih priča Roma*

osobne priče ljudi koji dijele priče o predrasudama s kojima su se susretali,  
životnim teškoćama i nadilaženju stereotipa o etničkoj skupini iz koje dolaze

<https://muzejosobnihprica.com/en/homepage/>



## Bibliografija

- DiResta, Renée: Computational Propaganda, If You Make It Trend, You Make It True; The Yale Review (2019).  
<https://yalereview.yale.edu/computational-propaganda>
- EU Kids Online - a multinational research network that seeks to enhance knowledge of European children's online opportunities, risks and safety. <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/eu-kids-online>
- Final results of the Eurobarometer on fake news and online disinformation (12 March 2018): <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-results-eurobarometer-fake-news-and-online-disinformation>
- GEAR Curriculum – a handbook for civic, global and intercultural education, available in multiple languages (2019). [https://gear.gong.hr/?page\\_id=3181](https://gear.gong.hr/?page_id=3181)
- Read Between the Lines – a media literacy handbook, GONG (2018). <http://goo.hr/wp-content/uploads/2019/02/2018-%C4%8Citajmo-izme%C4%91u-redaka-drugo-izdanje.pdf>



*Bilješka*