

*Detect:*  
*Osnajivanje digitalnog građanstva*

*Metodološki priručnik  
za nastavnike*



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*

Opis i svrha obrazovnih aktivnosti .....	05
Ishodi učenja.....	08
Vježba 0 - pripremna aktivnost .....	08
Vježba 1 - Razumijevanje pojmove: "što je što" internetskog sadržaja .....	10
Vježba 2 - Promatranje stereotipa i senzacionalizma .....	11
Vježba 3 - Slike i ono što čine našim shvaćanjima .....	11
Vježba 4 - Mikro-ciljanje i zeće rupe .....	13
Vježba 5 - Iskustveno učenje s Impulsima .....	13
Dodatak: Wikipedija - postupajte s oprezom!.....	15

*jačanje razmišljanja  
i demokratskih kompetencija*

Pod ovakvim se naslovima nalaze neki dodatni izvori  
informacija i prijedlozi za daljnja istraživanja



Tijekom godina, internetska sfera postala je fenomenalan izvor informacija o raznim temama, od vijesti i aktualnih događanja, do kulturnih proizvoda, opsežnih studijskih materijala u gotovo svim područjima znanja od predškolske do doktorske razine. Brži pristup, povećani kapaciteti za pohranu i veće kompetencije sve većeg broja proizvođača sadržaja doprinijeli su većoj raznolikosti sadržaja nego ikad prije koji je nadohvat internetske ruke javnosti, dostupan odmah i s bilo kojeg mesta na svijetu.

Međutim, svi internetski sadržaji nisu pouzdani ili utemeljeni na pouzdanim izvorima. U stvari, određeni broj aktera iskoristio je potencijal obilja internetskih izvora i rabe ga za manipulativno predstavljanje materijala koji odgovaraju nametanju njihove agende široj publici, usprkos činjenici da ta agenda nema pozitivne društvene učinke. Mogućnost masovnog poticanja straha, neizvjesnosti i sumnji iz političkih, finansijskih razloga i drugih interesa nije se smanjila u eri interneta. Naprotiv, mnogi se novi alati uveliko rabe kako bi se pomoglo upravo takvom djelovanju.

Identificiranje manipulativnog internetskog sadržaja nije samo stvar intenzivnog razmišljanja o istinitosti bilo koje tvrdnje koja se može naći na internetu. To je proces propitivanja vlastitih prepostavki i njihova podrijetla, kao i razmatranja različitih društvenih, političkih i ekonomskih sila koje pokreću proizvodnju sadržaja na mreži. Pored toga, samo identificiranje lažnog ili manipulativnog sadržaja proces je koji se temelji na tehnologiji, a oslanja se na sposobnost korisnika da prate izvore sadržaja do njihovog podrijetla i pri tome ih ponovo ocjenjuju, možda čak postajući svjesni kako je sadržaj proizведен ili manipuliran.

Svrha ovog priručnika je pružiti potrebne korake nastavnicima za provođenje DETECT-ovog praktičnog iskustvenog učenja o dezinformacijama i manipulativnim sadržajima na mreži.<sup>1</sup> Ciljevi aktivnosti DETECT-a su sljedeći:

- podizati svijest nastavnika i učenika o prepoznavanju manipulativnog sadržaja na internetu,
- pomoći učenicima da identificiraju pouzdane izvore informacija putem Interneta i,
- podići otpornost mladih na manipulativne sadržaje i dezinformacije putem interneta potičući ih da poduzmu korake potrebne za provjeru vjerodostojnosti takvih sadržaja.

<sup>1</sup> Ovaj Priručnik namjerno izbjegava pojam "lažne vijesti", jer se držimo ideje da su vijesti - po definiciji - istinite i informativne. Sadržaj kojim se ovdje bavimo, u konačnici, nije ni jedno ni drugo.

# Ishodi učenja

Uz provođenje aktivnosti DETECT-a, nastavnici i učitelji bit će bolje pripremljeni za osposobljavanje mladih u kritičkom razmišljanju i provjeri činjenica koje pronađu putem različitih internetskih kanala. Unaprijedit će se kompetencije nastavnika (znanje i vještine, stavovi) za podučavanje medijske i digitalne pismenosti, a pružit će im se izbor primjera i vježbi o mehanici dezinformacija, dosegu različitih sadržaja, mogućnosti praćenja internetskog sadržaja unatrag, provjeru činjenica koje pronađu, itd. Ove vještine potom mogu primijeniti mladi u svakodnevnoj uporabi informatičkih i komunikacijskih tehnologija.

Ovaj kurikulum promiče okruženje usmjereni na učenika. Ovaj se pristup temelji na načelima demokratskog, participativnog, kooperativnog i iskustvenog učenja. U takvom interaktivnom okruženju tijekom cijelog obrazovnog procesa vrednuju se i potiču kritičko razmišljanje, demokratski dijalog i holistički pogled.

Metodologija opisana u ovom Priručniku s metodama pogodna je za primjenu u neformalnom obrazovnom okruženju, jer predložene vježbe koriste alate (računala i internetske tražilice) koji u kontekstu učionice možda nisu lako dostupni. Međutim, struktura i koncept radionica omogućuju da se aktivnosti provode i u školskom okruženju.

Očekivani obrazovni ishodi obuke DETECT za nastavnike uključuju sljedeće:

- prepoznati, podržati i promovirati različitost u različitim okruženjima,
- prepoznati stereotipe i predrasude u medijima,
- razviti internetske istraživačke vještine mladih,
- potaknuti inicijativu među mladima za poboljšanje internetskog medijskog prostora
- razumjeti medijsku pismenost kao sredstvo za promicanje i jačanje inkluzivnosti.

Pristupi koji se koriste u ovom Priručniku s metodama uključuju sljedeće:

- Učenje na temelju problema: Metodologije temeljene na problemima potiču učenike da postavljaju i odgovaraju na pitanja, koristeći prirodnu radoznalost o određenim događajima ili temama. Sudionici su pozvani da razmisle o pitanjima na koja nemaju apsolutne odgovore ili do kojih se ne može doći primjenom jednostavnih procesa koji ne odražavaju složenost stvarnih situacija. Učenje temeljeno na problemima otvara put aktivnom i samokontroliranom pristupu procesu učenja orijentiranom na zadatke.

- Učenje temeljeno na istraživanju: Cilj metodologije temeljene na istraživanju je povećati kompetencije za suočavanje s kontroverzama, rizicima i izazovima korištenja (društvenih) medija, poticanje kritičkog mišljenja i medijske pismenosti primjenom istraživanja u nastavi. Učenje temeljeno na istraživanju započinje postavljanjem pitanja, problema ili scenarija, a ne jednostavnim predočenjem utvrđenih činjenica ili prikazivanjem glatkog puta do znanja. Važno je potaknuti učenike na samostalno prepoznavanje i istraživanje problema i pitanja kako bi razvili svoja znanja ili rješenja.<sup>2</sup>

Učitelji koji provode aktivnosti preporučuju raznolikost iskustava i percepcija prisutnih u grupama učenika kao pozitivne alate za učenje koji mogu pomoći u podizanju svijesti sudionika. Nadalje, preporučuje se da odgajatelji povezuju primjere predstavljenih koncepata iz stvarnog života i potiču kritičko razmišljanje, što će pomoći u osnaživanju budućih aktivnih građana i može imati značajan učinak u sprečavanju radikalizacije.

Metode koje se rabe su komunikacija temeljena na aktivnosti, društvenoj fokusiranoj i samoanalizi. Metode koje se rabe su:

- Metode započinjanja razgovora i aktivnosti uvođenja sudionika
- Rasprave
- Interakcije
- Dijeljenje iskustva
- Vježbanje dijeljenja i eksperimentiranja
- Osobne, grupne i meta-refleksije i procjene.

U okviru nastavnog plana i programa rabe se različiti oblici rada: uključuju individualni rad, rad u paru (metoda misli-spari-podijeli), rad u manjim skupinama i rad u većoj skupini (plenarni).

---

<sup>2</sup> Za daljnja objašnjenja navedenih pristupa pogledajte naše smjernice za korake istraživanja.

## *Surha*

Metodološki priručnik za nastavnike DETECT praktični je vodič za unapređenje digitalne i medijske kompetencije mlađih u formalnom i neformalnom okruženju učenja. No ujedno treba biti i vodič za nastavnike koji će povezati nekoliko mogućih oblika praktičnog iskustva učenja s nešto širim kontekstom i pružiti im razumijevanje ključnih pojmoveva i koncepata.

Glavni teoretski resurs za nastavnike i dalje je Kompendij DETECT i predlažemo ga svima koji su voljni naučiti više o različitim aspektima medijske pismenosti, prepoznavanju obmanjujućih informacija i obrazovanju digitalnih kompetencija. Međutim, ideja metodološkog priručnika DETECT ostaje lako dostupan samostalan resurs koji se može rabiti u obrazovnom kontekstu.

## *Predložene vježbe*

Ispod su primjeri vježbi koje se mogu izvesti u sklopu aktivnosti DETECT. Vježbe obuhvaćaju relativno veliki spektar sastavnica internetskih obmanjujućih informacija i namijenjene su iskustvenom učenju i raspravi o primjerima, kao i promišljanju i povezivanju s izvorima teorijske naravi.

## *Vježba 0*

### *Pripremna aktivnost*

Pitajte sudionike o njihovim medijskim navikama - koje medije konzumiraju (npr. internetski portali, TV, radio, tiskani mediji, podcasti / mediji na zahtjev itd.) i koliko često ih konzumiraju (npr. svaki dan, nekoliko puta tjedno, jednom tjedno, nekoliko puta mjesечно, jednom mjesечно). Kada sudionici dokumentiraju svoje medijske navike, pitajte ih kako bi definirali sljedeće:

- Medijska pismenost,
- Digitalna pismenost.

Raspravite o dobivenim definicijama i pokušajte pronaći zajedničke elemente među njima koristeći Vennove dijagrame. Zatim pružite sudionicima povratne informacije iz Kompendija DETECT kako bi im pomogli da steknu više razumijevanja o namjeni metoda koje će dalje koristiti.

## *Vježba 1*

### *Razumijevanje pojmove : "što je što" internetskog sadržaja*

Sadržaj koji ne odgovara činjenicama ima mnogo oblika i svi se lako mogu pronaći na internetu. Neki sadržaji su namjerno netočni, prema odabiru ljudi koji pišu, uređuju ili distribuiraju materijal. Neki jednostavno griješe bez namjere da šire obmanjujuće informacije i to se događa čak i kod uglednih medija. Neki su stvoreni iz komercijalnih razloga i neistinito predstavljeni kao informativni sadržaji. Na kraju, neki sadržaj nikada nije trebao biti shvaćen ozbiljno i namjerno je napravljen da bude nevjerojatan ili apsurdan kako bi zabavio publiku.

Svrha ove vježbe je pokazati razliku između obmanjujućih informacija, koje su namjerno pogrešne, i pogrešnih informacija, do kojih dolazi kada nema dovoljno podataka ili je napravljena slučajna greška. Također uvodi pojmove propagande kao široke aktivnosti utjecanja na mišljenja i emocije i satire kao zabavnog kritičkog prikaza društvenih problema i mana. Na kraju, predstavljen je pojam "clickbaita" - sadržaja koji privlači "klikove" putem interneta, potičući interes čitatelja da saznaju više, na temelju nepotpunih ili pogrešnih podataka.

Vježba se sastoji od jednostavnog povezivanja pojmove s jednog popisa s raštrkanim definicijama s drugog. Kad god je moguće, učenici mogu i sami potražiti primjere koji su noviji i relevantni.

<i>Koncepti</i>	<i>Definicije</i>
<i>Propaganda</i>	Aktivnost koju vlade, korporacije i neprofitne organizacije rabe za upravljanje emocijama, stavovima, vrijednostima i znanjem publike kojoj su usmjereni.
<i>clickbait</i>	Praksa uporabe senzacionalističkih, bombastičnih naslova i privlačenja pozornosti kako bi se sadržaj učinio atraktivnijim za pristup i ostvarivanje prihoda, često istovremeno zavaravajući o kakvom se sadržaju radi.
<i>skriveno oglašavanje</i>	Sadržaj namijenjen "prodaji" robe i usluga koji je namjerno napravljen tako da ga čitatelji nisu u stanju razlikovati od redovnih medijskih sadržaja.
<i>Satira</i>	Komentiranje društvenih pojava prikazujući ih na zabavan i pretjeran način, često tako da izgleda pomalo vjerojatno.
<i>Obmanjujuće informacije</i>	Čin namjernog širenja izmišljenog, nepotpunog ili krajnje pristranog materijala s ciljem postizanja finansijskih ili političkih ciljeva.
<i>Greške</i>	Česti problem medijskih kuća koji im može nanijeti finansijsku štetu i pravne postupke, obično se rješava objavljivanjem ispravka i isprika.

Gore navedeni koncepti olakšavaju ilustriranje nekoliko različitih uzroka i motiva neistinitih sadržaja koji se mogu naći u medijskoj sferi ukazujući na njihove najvažnije značajke:

- Greške su nenamjerne i u pravilu se ispravljaju eksplicitnim radnjama medijskog izdavača. Oni su rezultat pogrešnih informacija i mogu dovesti do daljnjih pogrešnih informacija, stoga je očekivan postupak djelovanja za odgovorne izdavače da poduzmu korake kako bi sprječili njihovo širenje objavljivanjem povlačenja/ispravka.

- Satira su lažne informacije predstavljene kao istina, ali ih se (obično) teško može smatrati da navode na pogrešno mišljenje, jer su očito absurdne, pretjerane ili toliko nevjerljivne da su šaljive. Svrha dobro izvedene satire je ismijavati mane, pristranosti i licemjerje, a pritom ne biti zlonamjeren prema bilo kojoj društvenoj skupini kao cjelini.
- Clickbait navodi na pogrešno mišljenje samim dizajnom. Njegova je svrha zavesti čitatelje da mu pristupe pod (djelomično) lažnim izgovorom. Međutim, rijetko je zlonamjeren zbog toga što mu je namjera najčešće tek ispuniti želju publike za zabavom.
- Propaganda je izrazito širok pojam koji općenito označava "posredovano uvjeravanje". Šire, propagandu možemo shvatiti kao aktivnost utjecanja na stavove i vrijednosti ljudi te u konačnici radnje, usmjeravajući ih u željenim smjerovima. Neki izvori razlikuju propagandu prema svojim izvorima, kao „bijelu“ (iz poznatih i provjerljivih izvora), „sivu“ (od nepoznatih izvora) i „crnu“ (od lažno identificiranih izvora koji navode na pogrešno razmišljanje). Propaganda može, dakle, ispuniti brojne komunikacijske funkcije, od osnaživanja ljudi i poticanja prosocijalnog ponašanja, do sijanja panike, nezadovoljstva i straha. To ima važne implikacije u raspravi o opsezima i učincima sustavnog utjecaja na publiku. Priručnik o metodama za učenike DETECT se opširno odnosi na propagandu i utvrđuje njezine glavne funkcije privlačenja emocionalnih reakcija, pojednostavljenja stvarnosti, ciljanja protivnika i mobilizacije publike.
- Skriveno oglašavanje je čin oglašavanja koji se namjerno postavlja kao vijest. Iako bi mnogi gledatelji vjerojatno smatrali da mogu sa sigurnošću razlučiti to dvoje, ta razlika možda nije lako vidljiva, a postoje različiti izrazi koji opisuju razinu integriranosti sadržaja i oglasa, poput npr. native advertising (sponzorirani članci).
- Obmanjujuće informacije su čin namjernog širenja dezinformacija namijenjenih zavaravanju i posebno proizveden s namjerom manipuliranja publikom. Njihova namjera i učinci suprotstavljeni su ideji da demokratsku javnost treba informirati istinito, potpuno i pravodobno kako bi mogla sudjelovati u odlučivanju. Malo bi proizvođača obmanjujućih informacija vjerojatno priznalo da namjerno vode kampanje obmanjujućih informacija jer bi to bilo loše za njihov ugled. Ipak, neki to čine.
- 

## *Jačanje razmišljanja i demokratskih kompetencija*

Možete li zamisliti obmanjujuće informacije koje potpadaju pod razne odrednice? Bi li distributer obmanjujućih informacija imao interes prikriti ih kao "nenamjernu pogrešku" ili "satiru"?

## Vježba 2

### Promatranje stereotipa i senzacionalizma

Mediji ili većina medija s kojima se svakodnevno susrećemo ponekad će pribjeći senzacionalističkim naslovima, stereotipnom prikazivanju različitih grupa, temama o seksu, nasilju i kriminalu i drugim načinima privlačenja pažnje publike. Senzacionalizam "prodaje" medijski sadržaj jer bi većina ljudi željela saznati više o temama koje su kontroverzne, zapaljive, provokativne, čak i šokantne. Stereotipni prikazi različitih grupa uglavnom nisu dobra medijska praksa jer prikrivaju svu raznolikost i individualizam članova grupe. Međutim, važno je imati na umu da i stereotipi imaju spoznajnu ulogu jer ih je u cijelini lako razumjeti i pomažu medijskoj publici da shvati složenost društva i događaja u današnjem svijetu.

Prvi korak u promišljanju stereotipa i senzacionalizma jest zamoliti studente da pokušaju zaključiti: zašto je senzacionalno predstavljen sadržaj i sadržaj pun "clickbaita" često prisutan u medijima? I zašto se tako lako širi društvenim mrežama?

U osnovi, ove „lagane“, lako razumljive i primamljive teme vrlo su uspješne u povezivanju ekonomskih snaga i interesa za određenu vrstu medijskog sadržaja. Takav sadržaj i njegova prezentacija stvaraju "klikove" na društvenim medijima i internetskim portalima, minute slušanih podcasta ili gledanih videozapisa, prodane primjerke novina te prema potrebi oglase koji se vide i ostvaruju prihod. Ovaj prihod tada može potaknuti daljnju medijsku proizvodnju, uključujući relevantne i kvalitetne novinarske sadržaje i sadržaje koji zadovoljavaju javni interes.

Sljedeći korak vježbe sastoji se od čitanja s popisa (originalnih!) naslova s novinskih portala i tiskanih medija prepoznavajući i razmišljajući o tome zbog kojih elemenata se doimaju senzacionalističkim ili stereotipnim. Učenike treba podijeliti u parove i dati primjere sa sljedećeg popisa naslova kao pomoćne priloge:

Naslov	što bi se u njemu moglo naći
Veliki poraz za našu nogometnu reprezentaciju: igrali su poput curica!	Rodni stereotip - „curice“ označava „slabost“
Izgleda grozno! Poznati glumac nabacio 30 kilograma sala za novu ulogu	Senzacionalistički pristup - naglašavanje tjelesnog izgleda osobe
Evo nas opet: češki turisti odlaze na planinarenje u japankama	Nacionalno specifičan stereotip - određeno nepromišljeno ponašanje pripisano cijeloj grupi ljudi.

<i>Naslov</i>	<i>Što bi se u njemu moglo naći</i>
Najbolja svjetska tenisačica budi maštu: uz odjeću koju je nosila, čitava publika gledala je samo u nju!	Senzacionalistički pristup - naglašavanje tjelesnog izgleda osobe
Crnogorac zaspao na poslu. Je li netko iznenađen?	Nacionalno specifičan stereotip - Crnogorci su prikazani kao "ljeni"
Zastupnica dolazi na zasjedanje u mini suknji	Senzacionalistički pristup - naglašavanje tjelesnog izgleda osobe
Tko joj je dao vozačku dozvolu? Žena vozač u bijelom Mercedes Benz u izlog trgovine poznate marke odjeće	Rodni stereotip - žene prikazane kao "loši vozači"
Seksi znanstvenik o važnom otkriću: "Na rubu sam otkrivanja lijeka za rak"	Senzacionalistički pristup - naglašavanje tjelesnog izgleda osobe
Pitamo se: Plavuše ili brinete? Koje su pametnije?	Rodni stereotip - plavokose žene predstavljene kao "glupe"

Učenike se tada može zamoliti da promijene naslove tako da naglase različite aspekte svojih tema, nose veću informativnu vrijednost i izbjegavaju pribjegavati stereotipnim portretima ili "jeftinim" potencijalima za clickbait. No s velikim brojem primjera treba biti oprezan, jer se vjerojatno neće lako pretvoriti u nešto istinski vrijedno medija ili nešto što na bilo koji smislen način odgovara javnom interesu. To također može biti korisno dodatno pitanje kojim se pokazuje da vrlo površan ili senzacionalistički odabir tema ne mora nužno biti podložan preoblikovanju kako bi bio vrjedniji. Neku se teme jednostavno vrlo prikladne samo za senzacionalizam male vrijednosti, koliko god vješto bile uokvirene.

## *Jačanje razmišljanja i demokratskih kompetencija*

Prepoznajete li stereotipe na koje se ti naslovi pozivaju? Biste li mogli o njima raspravljati s nekim kome nisu poznati? Čak i ako ih ispravite, jesu li to još uvijek važne vijesti?

### *Vježba 3 slike i ono što čine našim shvaćanjima*

Važnost vizualnog u prenošenju poruka ne može se precijeniti. Ogromnu većinu naših senzornih ulaza primamo od vizualnih podražaja. Ljudi su posebno osjetljivi na vizualno izgrađene poruke, a ideje koje se mogu naglasiti učinkovitim vizualnim prikazima su među najmoćnijim alatima oglašavanja, političke propagande i bilo koje druge aktivnosti kojom se pokušava uvjeriti skupine ljudi u korist ili protiv osobe, proizvoda ili ideje. Upotreba vizuala u bilo koje propagandne svrhe snažno se oslanja na izazivanje emocionalnih odgovora kod onih koji ih gledaju.

Vježba se sastoji od rasprave primjera vizualnih prikaza koji su napravljeni tako da izazovu emocije u svrhu postizanja političkih ciljeva. Konkretno, navedeni primjeri su oni koji se oslanjaju na strah, nesigurnost, tjeskobu i bijes zbog migracijskih pitanja, koji su posljednjih godina vrlo sporni širom Europe. Zapravo, posljednjih godina se vidi da su kampanje obmanjujućim informacijama postale vrlo uspješne, utoliko da su možda utjecale na rezultate izbora na obje strane Atlantika.

Učenike treba podijeliti u tri skupine jednake veličine. Svaka skupina dobije jedan od tri primjera, a svi su iz kampanja političkih stranaka u Europi:

## Zemlja porijekla - Njemačka



(Tekst glasi: 'Islam ne pripada u Njemačku'; 'O slobodi žena se ne može pregovarati!';

'Alternativa za Njemačku')

Izvor: Wikimedia Commons

## *Zemlja porijekla - Česka*



(Tekst glasi: 'Alah oslobađa' [aluzija na slogan nacističkih koncentracijskih logora]; 'Islam je zao!')

Izvor: Wikimedia Commons

Potom se učenike potiče da razgovaraju o tome kako bi odgovorili na sljedeća pitanja:

- Kojom se temom ova kampanja bavi kao važnom? Zašto je ta tema važna i bitna za mnoge ljudе?
- Koje bi emocije mogле izazvati slike korištene u kampanji u primatelja?
- Koji je cilj upotrebe ove vizualne poruke u kampanji? Kako se postiže taj cilj?
- Što biste željeli učiniti s tim? Podijeliti? Komentirati? Označiti da vam se sviđa? Ignorirati? Zašto?

*Jačanje razmišljanja  
i demokratskih kompetencija*

Zašto strah i ugroženost toliko prevladavaju u ovim kampanjama? Koji su dublji uzroci ovih događaja?

## *Vježba 4*

### *Micro-targeting and rabbit-holes*

Mnoge internetske stranice koje nude bogatstvo sadržaja koriste vrlo sofisticirane algoritme podalje od očiju korisnika. Ovi algoritmi su računski alat koji precizno izračunava koji sadržaj treba ponuditi svakom jedinstvenom korisniku na temelju njihove povijesti pregleda stranica, pregledavanja ili preslušavanja medijskih sadržaja, korištenih oznaka i nizova pretraživanja, dostupnih osobnih podataka i brojnih drugih pokazatelja.

Logika koja stoji iza ovog pristupa je smislena – rabi dostupne informacije kako bi pomogla korisnicima da pronađu više onoga što ih zanima. Kao i kod ostalih internetskih medija, više posluženih videozapisa znači više vremena provedenog u gledanju/slušanju sadržaja na platformi, više prikazanih oglasa i više prihoda.

Međutim, činjenica da ovi algoritmi djeluju iza scene dobro je poznata i mnogi proizvođači sadržaja vrlo su zainteresirani da ga iskoriste za svoju korist - za prenošenje poruka upakiranih u inače bezazleni sadržaj. Koristeći dostupne informacije, tvorci sadržaja mogu odlučiti proizvesti ga tako da poruke koje korisnici inače nikada ne bi tražili samostalno dopru do njih iz neočekivanih smjerova.

Na platformama internetskih sadržaja mogu se naći ne samo plasmani proizvoda ili skriveno oglašavanje, već i političke poruke, uključujući i toksične, anti-demokratske poruke.

Podijelite učenike u četiri male grupe. Svaka grupa treba odabrati jednu osobu među sobom koja ima pristup svom računu na YouTubeu. Ta će osoba biti ispitanik grupe, iako je poželjno da identitet te osobe ne bude otkriven ostatku skupine/razreda. Otvara se pet posljednjih videozapisa osobe i raspravlja se o prijedlozima za gledanje na desnoj strani. Svaka skupina izvještava o prijedlozima:

- Jesu li slične teme/vrste videozapisa?
- Jesu li od istog tvorca sadržaja ili vezani uz njega?
- Je li bilo iznenađujućih, neočekivanih prijedloga? Ako jest, zašto mislite da su se pojavili?
- Je li postojao politički povezan prijedlog među nepolitičkim? Ako jest, zašto mislite da se pojavio?

Čak i ako nijedan od prijedloga nije bio neočekivan, tijekom rasprave uvedite koncept ciljanja publike putem poruka. Najsofisticiranjiji oblici ciljanja spadaju u definiciju mikro-ciljanja - korištenje korisničkim podacima, osobito na društvenim mrežama, za prijenos različitih informacija različitim skupinama, često određenim skupinama koje se identificiraju kao željeni primatelji političkih poruka.

## *Vježba 5*

### *Izkustveno učenje s Impulsima*

Ljudi su uglavnom više privućeni vijestima s dezinformacijama nego istinitim informacijama, najvjerojatnije zato što nude jednostavne i često pristrane perspektive koje, iako kroz objektiv bijesa i straha, olakšavaju razumijevanje našeg svijeta.

U studiji iz 2018. godinu o širenju vijesti na Twitteru MIT-jev MediaLab ustanovio je da se "neistina širi znatno dalje, brže, dublje i šire od istine u svim kategorijama informacija". U međuvremenu, istinitim informacijama je trebalo „otprilike šest puta dulje za dosezanje 1500 ljudi nego neistini“, a, kontrolirajući relevantne varijable, neistine su „70% vjerojatnije da će biti proslijedene kao tweet nego istina“.

Učenici dobivaju zadatak pogledati viralnu video varku Zlatni orao krade dijete (dostupnu ovdje), a da im se prethodno ne kaže da je lažna, tj. računalno stvorena animacija.

Video prikazuje naoko dokumentarne snimke događaja koji se zapravo nikada nisu dogodili. Međutim, dostupni su brojni izvori na internetu koji nude obilje dokaza da je video lažan, proizašlih iz naknadnih analiza same snimke i iz samog priznanja autora. Sudionici vježbe imaju onoliko vremena koliko im nastavnik dopusti da prikupe dokaze i tvrdnje o tome je li i kako je video manipuliran sadržaj. Vježba je još zanimljivija ako se učenike podijeli u grupe koje se zatim natječu koja će skupiti više dokaza.

Tijekom ispitivanja sudionici imaju uvid u neke od mogućih koraka za provjeru lažnog sadržaja ("Impulsa") kojem subili izloženi i na koje se mogu osvrnuti:

- Koja je prvotna tvrdnja (koju je iznio medijski članak/video/sadržaj)?
- Kakvi su podaci izvorno navedeni (tj. navodna lokacija, vremenski okvir, opis)?
- Može li se izvor smatrati pouzdanim? Zašto da/ne?
- Postoje li dokazi za izvornu tvrdnju? Iz kojih ih izvora možete izvlačiti?
- Je li originalna tvrdnja istinita? Na čemu temeljite svoju prosudbu?
- Ako je bila lažna, kako biste ispravili izvornu tvrdnju?
- Na kojim se izvorima temelji vaša korekcija?

Svrha vježbe je pokazati da se obmanjujuće informacije mogu napraviti za različite svrhe, od kojih su neke zabava i dobit, kao prilično nepolitički, nepolarizirajući primjer.

## *Jačanje razmišljanja i demokratskih kompetencija*

Ovaj se impuls lako dokazao kao lažan i nitko se oko njega ne bi osobito zabrinuo. No, što je s obmanjujućim informacijama koje izazivaju veću podjelu? Koju ulogu ima efekt samog izlaganja? Što je s pristranošću potvrđivanja?

### *Impuls br. 1*

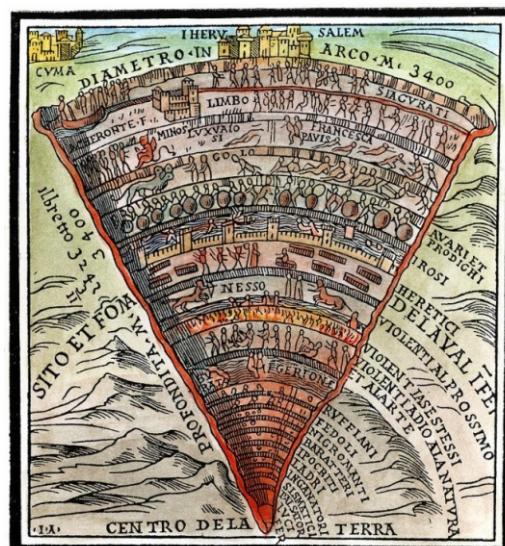
#### *Gdje je u paklu Dante smjestio neodlučne?*

##### *Izjava*

„Vlada očito vidi vođenje države kao da se radi o igri prijestolja, noževa u leđa i izdaje. Odlučili smo govoriti, sada kada je došlo vrijeme za donošenje važnih odluka i pokazivanje da imamo stavove i vrijednosti kojih se pridržavate. Veliki Dante je u svom djelu napisao da su najdublji, najmračniji krugovi Pakla rezervirani za one koji ostanu neodlučni i neutralni u vrijeme moralne krize”, rekao je <šef političke stranke> u intervjuu, kritizirajući vladajuću stranku.

(izvor: <https://bit.ly/2WS8Yoo>)

*Razmotrite alternativne izvore i korake za činjeničnu provjeru izjava!*



(izvor: <https://bit.ly/2XvZ7BM>)

## *Impuls br. 2*

*Muslimani uništavaju božićno drvce u trgovackom centru?*

<i>Izjava</i>	<i>Razmotrite alternativne izvore i korake za činjeničnu provjeru izjava!</i>
<p>Muslimani napadaju božićno drvce u trgovackom centru</p>  <p>(izvor: <a href="https://bit.ly/2KuXQr7">https://bit.ly/2KuXQr7</a>)</p>	<p>"Uvrijeđeni muslimani" napadaju božićno drvce?</p>  <p>(izvor: <a href="https://bit.ly/2B98j5p">https://bit.ly/2B98j5p</a>)</p>

## *[Dodatak] Wikipedija - postupajte s oprezom!*

Wikipedija nije pouzdan izvor, pa je ne bi trebalo tretirati kao takvu, ali je korisna za početak istraživanja. Čak ni tvorci Wikipedije ne smatraju je pouzdanim izvorom (Wikipedia, 2019b). Vaše istraživačko putovanje može započeti tu, ali tamo se nikada ne bi trebalo zaustaviti. Wikipedija je sjajna za pružanje osnovnih informacija o nekoj temi, ali ne rabite Wikipediju kao vaš jedini izvor. Članci na Wikipediji pišu se kolaborativno, a autori mogu anonimno dati svoj doprinos što je prednost i nedostatak ove stranice. Više o prilikama i izazovima Wikipedije možete pronaći u Kompendiju projekta DETECT, jednom od izvora literature koji se preporučuje.

### *Kako koristiti Wikipediju*

- Rabite Wikipediju samo kao početnu točku! Činjenično provjerite izvore! Wikipedija je sjajna za pružanje osnovnih informacija o nekoj temi i za prikupljanje ključnih riječi. Wikipedija pruža popis referenci na kraju članka. Ove reference mogu biti koristan alat za nastavak vaše istrage. Nakon korištenja Wikipedije pronađite još neke izvore.
- Provjerite promjene i objašnjenja promjena u članku Wikipedije! Članci na Wikipediji uvijek se iznova uređuju, tako da biste trebali osigurati svojim čitateljima ili slušateljima da znaju koju ste inaćicu članka rabilili navodeći datum i točnu stranicu. Wikipedija nije tako egalitarna kao što se može činiti na prvi pogled. Autori mogu birati i citirati izvore u skladu sa svojim vlastitim sklonostima, političkim ili drugim preferencijama, stavovima i vjerovanjima. Administratori Wikipedije više razine imaju više mogućnosti za isključenje drugih autora kako bi stavili svoje preferencije u prvi plan. Također, prisutan je ogroman jaz između spolova. Velika većina autora su muškarci (i bijelci), što rezultira određenim stupnjem stupnjem sustavne pristranosti enciklopedije na osnovu kategorije spola (ibid.).
-

- Činjenično provjerite isti članak Wikipedije na više jezika! Prepoznajte 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 različiti urednici - što se spominje, a što se izostavlja. Važno je imati na umu izbor i nesklad među sadržajima različitih Wikipedija. Na engleskom je dostupno puno više članaka, oko 5 860 000 u 2019. godini. U usporedbi s tim, bilo ih je samo 2 301 800 na njemačkom, 252 200 na bugarskom i 205 328 na hrvatskom (Wikipedia 2019a). Samo promatranjem ovih brojeva možete prepoznati povlaštenost engleskog jezika. Pa ipak, činjenica da je Wikipedija dostupna na raznim jezicima može biti korisna okolnost pri istraživanju određenog sadržaja.

## Bibliografija

### Izvori

- <http://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>

### Preporuke za čitanje

- Croatian media literacy portal – teachers' section: <https://www.medijskapismenost.hr/ucitelji/>
- Read Between the Lines - a media literacy handbook: <http://goo.hr/wp-content/uploads/2019/02/2018-%C4%8Citajmo-izme%C4%91u-redaka-drugo-izdanje.pdf>
- Museum of Personal Stories of Roma People - people sharing stories of prejudice, hardship and overcoming preconceived notions about their ethnic group: <https://muzejosobnihprica.com/en/homepage/>
- GEAR Curriculum – a handbook for civic, global and intercultural education, available in multiple languages: [https://gear.gong.hr/?page\\_id=3181](https://gear.gong.hr/?page_id=3181)



*Bilješka*