

RAZVOJ MEDIJSKE PISMENOSTI

KAKO PREPOZNATI DEZINFORMACIJE I LAŽNE VIJESTI

NASTAVNI MATERIJALI ZA SREDNJE ŠKOLE
ZA UČENIKE OD 1. DO 4. RAZREDA



Agencija za elektroničke medije



Autori: Lana Ciboci, Igor Kanižaj, Danijel Labaš

Dizajn i prijelom: Najlon

Izdavači: Agencija za elektroničke medije i Unicef

Materijal je nastao u sklopu obilježavanja Dana medijske pismenosti.

Zagreb, travanj 2018.

medijskapismenost.hr

SADRŽAJ

PREDGOVOR	4
DEZINFORMACIJE I LAŽNE VIJESTI	6
Dodatni korisni materijali za učitelje na temu lažnih vijesti i dezinformacija:	10
ZADATAK 1	11
Kako prepoznati lažne vijesti	11
ZADATAK 2	11
Kako istražiti autentičnost video objave na Youtube kanalu?	11
ZADATAK 3	11
Razlika između satiričnog i informativnog programa	11
ZADATAK 4	12
Alati za provjeravanje činjenica	12
ZADATAK 5	13
Klikbejt varke – Nećete vjerovati kako ćete se osjećati kada pročete ovaj zadatak!!!	13
ZADATAK 6	14
Kviz o lažnim vijestima	14
ZADATAK 7	15
Dokumentarni film „Sindrom 17“	15
RADNI LISTIĆ 1	16
Ukida se matematika od 5. do 8. razreda!?	16
RADNI LISTIĆ 2	17
Kviz o lažnim vijestima	17

PREDGOVOR

Dragi nastavnici,

medijska pismenost se smatra jednim od najvažnijih oblika pismenosti u 21. stoljeću. Medijske kompetencije prijeko su potrebne ne samo odraslima, već i djeci od najranije dobi. Stručnjaci smatraju da bi s medijskim obrazovanjem djece trebalo početi onog trenutka kada djeca prvi put stupe u kontakt s medijima i medijskim sadržajima. To prije svega podrazumijeva da u toj najranijoj dobi važnu ulogu u medijskom obrazovanju imaju roditelji i odgajatelji u dječjim vrtićima. Kako djeca odrastaju tako ulogu medijskog obrazovanja uz roditelje sve više preuzimate vi, učitelji u školama. Neovisno o uključenosti medijskog obrazovanja u obrazovni sustav, važno je da svi odgojno-obrazovni djelatnici, sukladno svojim mogućnostima i znanjima, potiču medijsko obrazovanje koje je postalo neophodno za život u današnjem društvu.

Medijska pismenost podrazumijeva „pristup, analizu, vrednovanje i stvaranje sadržaja“ (Aufderheide, 1992: 3). To prije svega znači da medijski korisnici, podjednako i djeca i odrasli:

- imaju pristup medijima i znaju kako ih koristiti (osobito se to odnosi na nove medijske tehnologije koje se svakoga dana razvijaju i medijskim je korisnicima potrebno stalno dodatno usavršavanje u tom području);
- znaju vrednovati i kritički analizirati različite medijske sadržaje kako bi znali tumačiti poruke (njihovu vjerodostojnost, pouzdanost i istinitost) u različitim medijima i na temelju njih donositi odgovorne odluke;
- razvijati vlastite medijske sadržaje kojima će ostvarivati svoja komunikacijska prava, ali i postati aktivnim sudionicima u društvu izražavanjem vlastitih stavova i mišljenja o svijetu koji ih okružuje.

Zbog brojnih se preklapanja u novije vrijeme, prije svega zbog dostupnosti sadržaja preko interneta i mobilnih platformi (Moeller, Joseph, Lau, Carbo, 2011: 11), odnosno razvoja digitalne tehnologije (Lee, So, 2013: 138), a osobito pod utjecajem Unesco-a, sve češće koristi pojam medijsko-informacijska pismenost (Grizzle, Carme Torras Calvo, 2013). Medijsko-informacijska pismenost podrazumijeva brojne oblike pismenosti: medijsku, informacijsku, knjižničarsku, televizijsku, filmsku, računalnu, internetsku, digitalnu, oglašavačku itd. (Grizzle, Carme Torras Calvo, 2013: 54), a navedenim je terminom, ističu Alton Grizzle i Maria Carme Torras Calvo (2013: 54), prepoznata važnost svih vrsta medija, uključujući i društvene mreže, te svih pružatelja informacijskih usluga poput knjižnica, arhiva, muzeja i interneta. Pritom je kod svih navedenih oblika pismenosti najvažniji razvoj kritičkog promišljanja.

Prilikom analize medijskih sadržaja, važno je da medijski korisnici postave ključna pitanja koja se mogu podijeliti u tri ključne skupine (Scheibe, Rogow, 2012: 39). Stoga potičemo da sa svojim učenicima kod analize medijskih sadržaja kritički prođete kroz niže navedena područja i pitanja te zajednički potražite odgovore na njih:

- **Publika i autorstvo:** tko je kreirao određenu poruku i s kojom svrhom, tko je ciljana publika, tko je platio za tu poruku, tko bi mogao imati koristi od te poruke, koga bi ona na bilo koji način mogla oštetiti, zašto bi ta poruka mogla biti važna pojedincu, koje bi radnje pri odgovaranju na poruku morao poduzeti pojedinac;
- **Poruke i značenje:** koje se vrijednosti, ideje, informacije i stajališta njome prenose; koje su informacije izostavljene iz poruke, a koje bi mogle biti važne; koje su tehnike korištene, s kojim razlogom, kako različiti ljudi mogu na drugačiji način interpretirati poruku, na koji način pojedinac interpretira poruku i što može naučiti o samome sebi na temelju svoje reakcije ili interpretacije;

- **Prikaz u medijima i stvarnost:** kada je poruka nastala, na koji je način poslana publici te radi li se o činjenici, mišljenju ili nečem trećem; koliko je poruka pouzdana i na temelju čega pojedinac to misli te tko su izvori informacija, ideja i tvrdnji.

Odgovaranjem na navedena ključna pitanja, učitelji mogu zajedno s djecom analizirati medijske sadržaje i tako poticati kritičko vrednovanje medija što je postalo iznimno važno za aktivno i odgovorno sudjelovanje u društvu. Ako od najranije dobi potičemo djecu da na ovakav način promišljaju o medijima, zajedno ćemo stvoriti mudre i odgovorne medijske korisnike.

Ovim nastavnim materijalima želimo vas potaknuti da tijekom prvih Dana medijske pismenosti, koji će se održati od 19. do 21. travnja 2018. godine u organizaciji Agencije za elektroničke medije i Unicefa, barem jedan nastavni sat posvetite medijskoj pismenosti i tako zajedno s nama sudjelujete u medijskom opismenjavanju djece u hrvatskim školama.

Tema nastavnih materijala za učenike od 1. do 4. razreda srednje škole su lažne vijesti i dezinformacije u medijima. Riječ je o vrlo aktualnoj temi koja u posljednje vrijeme privlači osobito veliku pozornost stručnjaka, ali i šire javnosti.

Dezinformacije i lažne vijesti

Tema nastavne jedinice: Dezinformacije i lažne vijesti

Ciljevi nastavne jedinice:

- Objasniti razliku između informacija i dezinformacija
- Opisati glavne karakteristike lažnih vijesti
- Definirati glavna obilježja dezinformacija

Ishodi nastavne jedinice:

- razlikovati informacije i dezinformacije,
- navesti glavne karakteristike lažnih vijesti,
- opisati najmanje jedan primjer lažnih vijesti,
- objasniti specifičnosti dezinformacija,
- opisati način provjere autentičnosti video priloga na video platformama.

Predmeti u sklopu kojeg se mogu provoditi navedene aktivnosti:

- Hrvatski jezik (medijska kultura),
- Sat razredne zajednice,
- Građanski odgoj,
- Informatika.

Promislite li svaki put kada dijelite neki sadržaj preko društvenih mreža je li ta informacija točna? Postoji li medij za koji možete reći kako ste sigurni da je istina sve što objave? Zna li da u svijetu postoje posebne tvrtke i pojedinci koji se bave proizvodnjom lažnih vijesti? Koliko ste puta u medijima pročitali neku informaciju ili objavu za koju vam se učinilo da joj nešto nedostaje? Što možete sami učiniti kako biste bili sigurni da je neka informacija točna? Koliko lako prenosimo objave naših prijatelja s društvenih mreža bez prethodne provjere? U ovim ćemo vam nastavnim materijalima pokazati nekoliko načina kako možete jednostavno provjeriti informacije kojima ste izloženi, ali i pokazati kako je ponekad vrlo teško otkriti sve informacije u jednom prilogu ili priči.

Medijima smo danas izloženi više nego ikada prije. Dok smo se nekada u potrazi za točnim informacijama oslanjali isključivo na tradicionalne medije, danas sve veći broj djece i mladih osnovne informacije prima putem društvenih mreža pri čemu vrlo rijetko provjeravaju autentičnost i vjerodostojnost informacija koje primaju. Glavna specifičnost društvenih mreža u odnosu na tradicionalne medije jest što mreže nemaju uredništva koja provode selekciju vijesti i provjeravaju informacije prije nego što ih objave. Objave koje dobivamo kroz mreže u pravilu su proizvod algoritama. Tko provjerava vjerodostojnost vašeg statusa na Facebooku, Snapchatu, autentičnost fotografije na Instagramu? Kako ćete znati da vaš virtualni prijatelj nije intervenirao u sadržaj fotografije koju je upravo objavio?

Prema podacima istraživanja EU Kids Online Hrvatska (2018) djeca u dobi od 9 do 17 godina svakoga radnoga dana većinu svog slobodnog vremena provode uz medije, osobito uz internet. Naime, tijekom radnog tjedna (školskih dana) 1 sat dnevno na internetu provodi 21% djece, njih 27,3% na internetu provodi dva sata dnevno, 13,6% tri sata dnevno, 8,0% četiri sata dnevno, dok 15,6% djece na internetu provodi više od 5 sati svakoga dana. Tek 14,4% djece na internetu provodi pola sata ili manje. Tijekom vikenda povećava se i količina vremena koju djeca provode na internetu. Tako 1 sat dnevno tijekom vikenda na internetu provede 11,8% djece, njih 21,8% dva sata dnevno, 19,9% djece tri sata dnevno, 12,8% djece četiri sata dnevno, dok 25,5% djece na internetu provodi 5 sati i više tijekom vikenda. Tek 8,2% djece tijekom vikenda na internetu provodi pola sata ili manje.

U medijskom svijetu danas sve češće susrećemo i dezinformacije, manipulacije, ali i lažne vijesti koje smo već mnogo puta sreli u povijesti i zapravo su prisutne od kada postoji čovječanstvo. Mediji i suvremene informacijske i komunikacijske tehnologije samo su olakšale i ubrzale dijeljenje takvih informacija pa su i posljedice dalekosežnije. Gotovo tri četvrtine djece (73%) koja se služe internetom svjesna su koncepta lažnih vijesti (fake news), a četiri od desetero (39%) izjavilo ih je da su primijetili lažne vijesti *online* ili na društvenim medijima, pokazalo je izvještaj Ofcoma o korištenju medija i stavovima djece i roditelja (*Children and Parents Media Use and Attitudes Report 2017*, <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/features-and-news/children-social-media-fake-news>).

Visoka ekspertna skupina Europske komisije o lažnim vijestima i *online* dezinformacijama pojam **dezinformacije** opisala je na sljedeći način: „Pojam koji uključuje sve oblike lažnih, netočnih ili zavaravajućih informacija koje su osmišljene, predstavljene i promovirane kako bi nanijele štetu javnosti ili radi stjecanja profita“ (*Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>).

U ovom priručniku želimo proširiti navedenu definiciju te pod pojmom dezinformacije smatramo informacije koje su:

- zavaravajuće,
- izmišljene,
- nisu točne,
- govore o događajima koji se nikad nisu dogodili,
- prenose izjave koje nikad nisu bile izrečene te najave događaja koji se nikada neće dogoditi,
- narušavaju povjerenje u društvu,

- umanjuju vjerodostojnost medija i kanala putem kojih se prenose,
- mogu utjecati na naša shvaćanja, znanja i ponašanja,
- mogu biti namjerne i slučajne,
- netko ih je namjerno proizveo i plasirao u medije,
- nisu novi fenomen i postojale su i prije medija,
- doživjele su svoj procvat s razvojem društvenih medija.

Osnovna im je nakana – manipulirati publikom i navoditi nas na pogrešne zaključke o osobama, događajima ili pojavama o kojima se lažno izvještava i piše. Ova široka definicija jednim dijelom obuhvaća i pojam „lažne vijesti“ koje posljednjih godina ipak veći dio javnosti i stručnjaka svrstava u politički kontekst, što najbolje ilustrira primjer iz američke predsjedničke kampanje. O lažnim vijestima u javnosti se počelo intenzivno pisati krajem 2016. godine kada je taj pojam nakon dugo godina ponovno postao prisutan u javnosti o čemu je u Vijencu (624/2018) pisao Igor Kanižaj:

„Mjesto Veles u Makedoniji 2016. postalo je srce skandala o lažnim vijestima. Boris i njegovi prijatelji, prema pisanju *Wireda*, proizveli su više od stotinu lažnih stranica koje su trebale biti u korist Donalda Trumpa, kandidata za američkog predsjednika. Vjerojatno je najviše citirana vijest o tome kako je papa Franjo podupro Trumpa u izborima 2016. godine. Boris iz Makedonije s ekipom je navodno napravio i više od 200 lažnih Facebook stranica pa se o tome javno ispovjedio u tekstu za *Wired*. Neke od informacija koje je objavio izgledale su toliko vjerodostojno da ih je prenio i veliki broj novinara. Laž je postala istinom, bez da ju je netko tisuću puta morao nazvati istinom i bez posebnog ministarstva za propagandu ili cenzure. I društvene mreže su ispunile svoju svrhu. Ubrzo je pojam lažnih vijesti postao opće prisutan, većim dijelom stoga što ga je inaugurirao i sam Donald Trump optužujući medije koji su o njemu izvještavali da su upravo oni kreatori lažnih vijesti.“

Dakle, lažne su vijesti zapravo puno uži pojam od koncepta dezinformacija. Cilj je lažnih vijesti, koje se zapravo zasnivaju na nepostojećim ili iskrivljenim „činjenicama“, zavaravanje i manipuliranje publikom. Čak 85% građana u Europskoj uniji prepoznaje lažne vijesti kao problem u njihovim državama, pokazalo je istraživanje EUROBAROMETRA koje je provedeno među 25.576 ispitanika u 28 država članica u veljači 2018. A Hrvatska je uz Portugal država u kojoj se u cijeloj EU najviše vjeruje vijestima i informacijama koje dobijemo preko društvenih mreža i programa za dopisivanje, iako u isto vrijeme 47% građana u Hrvatskoj svakoga dana ili gotovo svakoga dana primijete vijesti ili informacije koje krivo predstavljaju stvarnost ili su lažne.

Zbog toga je vrlo važno naučiti prepoznati lažne vijesti jer ponekad i mi sami – ne provjeravajući takvu „vijest“ koja **zapravo nije vijest** – postajemo dio kruga prenošenja lažnih vijesti u javnome prostoru, osobito preko društvenih mreža na kojima gotovo svi imamo otvorene svoje osobne profile. Jedan od najvažnijih alata u borbi protiv dezinformacija je razvoj medijskih kompetencija i medijske pismenosti samih medijskih korisnika. Naime, kao što je u svom, ranije spomenutom, izvješću istaknula ekspertna skupina Europske komisije o lažnim vijestima i *online* dezinformacijama, upravo je medijska pismenost važna za razvoj kritičkog promišljanja o medijima i medijskim sadržajima. Stoga je ključno, ističe se u izvješću, uključivanje medijske pismenosti u školske kurikule, ali i u studijske programe na kojima se obrazuju sami učitelji (Visoka ekspertna skupina Europske komisije, 2018).

Lažne vijesti ponekad, na žalost, prenosimo i svojoj rodbini, prijateljima i poznanicima, suradnicima i kolegama na poslu i to putem elektroničke pošte, društvenih mreža i na druge načine. Na taj smo način

zapravo u pitanje doveli i svoju vjerodostojnost jer nismo provjerili što smo prenijeli dalje pa je dobro ubuduće povesti računa o nekim smjernicama koje nam mogu poslužiti kao svojevrsni vodič za ispravno ponašanje s nepouzdanim i neprovjerenim medijskim sadržajima. Lažne vijesti su učinkovite zato što su uvjerljive, privlače pažnju i koriste stereotipe i predrasude koje su raširene u društvu, ali i zato što mogu oponašati stvarne vijesti te nas često mogu zavesti i dovesti u zabludu. Pri tome zlorabe i naše emocije - tjeskobu, prezir, ljutnju i frustracije koje vrlo lako pobuđuju u nama.

Oni koji šire lažne vijesti danas posebno manipuliraju na društvenim mrežama jer su dobro upoznati s načinom kako one funkcioniraju. Kada jednom nekome nanesu štetu, teško ju je ispraviti jer je u njihovo širenje uobičajeno uključeno puno osoba. Logika dezinformacija dovodi i do diskreditiranja druge osobe koju se predstavlja kao neprijatelja te ju se čak i demonizira, a mnogo puta to dovodi do nesnošljivosti i mržnje. Evo i deset savjeta kako ih možemo prepoznati iz Priručnika s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike koji je izdao DKMK (2018):

1. Nemojte pročitati samo naslov! Jedan od načina kako se šire lažne vijesti leži u činjenici da površno pročitamo samo naslov, a ne cijeli članak. Ako nam je naslov privlačan, podijelimo lažnu vijest i time sami širimo dezinformacije. Zato pročitajte cijeli članak.

2. Provjerite tko je objavio vijest! Provjerite domenu i izgled stranice. Ako vam se izvor informacije – npr. neka internetska stranica ili portal – učine nepoznatima, to bi trebalo u vama pobuditi sumnju. Preko neke tražilice provjerite tko stoji iza vijesti, pogledajte i druge članke tog izvora kako biste zaključili je li izvor vjerodostojan ili nije. Prave medijske organizacije imaju vlastitu domenu. Ponekad lažne stranice izgledaju kao i prave, ali domena je drugačija. Pripazite na stranice koje završavaju na 'com.co' ili 'lo' (primjerice Newslo). Pripazite i na stranice koje sadrže riječi 'wordpress' i 'blogger' jer je u tom slučaju riječ o osobnom blogu i stavu pojedinca, a ne medijske organizacije, tj. neke ustanove, nakladnika ili izdavačke kuće.

3. Provjerite impressum. Proučite informacije o vlasnicima, uredništvu, novinarima. Ako je riječ o pravom mediju, te ćete informacije moći pronaći i na drugim mjestima. Proučite uvjete korištenja, u njima može biti naglašeno o kakvoj se stranici radi.

4. Provjerite datum i vrijeme objave! Još jedan općeniti element kod lažnih vijesti je da prenose neku staru vijest, a ljude navode na pomisao da se to događa baš sada. Provjerom datuma i vremena objave izuzetno brzo možemo otkriti je li riječ o „recikliranoj“ vijesti i na taj način spriječiti dovođenje u zabludu i drugih osoba.

5. Provjerite tko je autor! Jednostavnom provjerom autora teksta otkrit ćemo mnogo informacija o izvoru vijesti. Pogledajte tekstove koje je taj autor napisao ranije jer vam oni jasno govore o tome je li novinar vjerodostojan ili u svojim ranijim člancima publiku dovodi u zabludu.

6. Provjerite korištene poveznice i izvore! Provjerite izvještavanje drugih medija o tom događaju. Nedostatak poveznica ili izostavljanje izvora jasan su znak upozorenja na lažnu vijest. No, vodite računa i o drugoj strani medalje: naime, lažni internetski portali često znaju navoditi velik broj poveznica koje nas vode do obmanjujućih ili lažnih informacija. Ako je riječ o istinitom sadržaju, navedeni će događaj ili informaciju prenijeti i drugi mediji. Ako se ona u njima ne pojavi – sumnjajte u njezinu vjerodostojnost.

7. Provjerite upitne citate i fotografije! Autori lažnih vijesti s nevjerojatnom lakoćom izmišljaju citate te ih mogu čak pripisati i vrlo poznatim javnim osobama. Vrlo lako uzmu fotografiju s nekoga ranijeg događaja te ju samo objave uz svoju lažnu vijest. Njihovu prijevaru lako ćete otkriti uz pomoć bilo koje tražilice ili uz pomoć aplikacije TinEye.

8. Čuvajte se potvrde vaših stavova! Ljudi su vrlo često skloni pratiti teme koje potvrđuju njihov pogled na svijet. Lažne su vijesti oblikovane i napisane tako da u čitateljima pobude emociju i potvrde njihova stajališta. Zato je puno važnije provjeriti temelje li se vijesti na činjenicama, nego li ih podijeliti s drugima samo zato što podupiru određenu stranu, argument ili političko uvjerenje koje vam je blisko.

9. Provjerite vijest kod drugih izvora! Ako vam se vijest učini sumnjivom ili mislite da u njoj nešto

nedostaje, potražite prenose li ju drugi izvori, tj. mediji. Ako ostali pouzdani izvori ne prenose tu vijest, vrlo je vjerojatno da je riječ o lažnoj vijesti.

10. Razmislite prije nego podijelite! Izvori lažnih vijesti oslanjaju se na to da će čitatelji dijeliti i širiti njihove sadržaje. Te lažne vijesti mogu vrlo brzo nekontrolirano kružiti i imati štetne posljedice za one koji su uključeni u njih i kojima ih i vi dijelite.

Preuzeto iz: Ciboci, Lana; Kanižaj, Igor; Labaš, Danijel; Osmančević, Leali (2018). Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike (treće dopunjeno izdanje). Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.

Dodatni korisni materijali za učitelje na temu lažnih vijesti i dezinformacija:

Priručnik Obitelj i izazovi novih medija Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu namijenjen je roditeljima, učiteljima i stručnim suradnicima u školama s ciljem medijskog opismenjavanja djece. Priručnik uz teoriju donosi i radne listiće čiji je cilj potaknuti učenike na kritičko promišljanje o medijima i medijskim sadržajima. Priručnik je dostupan na stranici www.djecamedija.org.

Korisne sadržaje moguće je pronaći i na portalu www.medijskapismenost.hr.

Mnogo je korisnih informacija o lažnim vijestima i dezinformacijama moguće pronaći i na internetskom portalu Common Sense Media (<https://www.commonsensemedia.org/search/FAKE%20NEWS>).

Priručnik za razvoj medijske pismenosti Čitajmo između redaka koji su objavili GONG i Kurziv 2016. godine. Priručnik donosi radne listiće kojima se potiče na kritičko promišljanje o medijima. Priručnik je dostupan na stranici http://www.gong.hr/media/uploads/med_pismenost_pub.pdf.

Izvešće Visoke ekspertne skupine Europske komisije o lažnim vijestima i online dezinformacijama koje je dostupno na stranici <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>.

Korisne sadržaje o lažnim vijestima i dezinformacijama moguće je pronaći i na www.poynter.org te na <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/search-results?string=fake+news>.

Sve aktivnosti navedene u nastavku učitelji mogu odabrati prema interesima učenika. Aktivnosti se mogu provesti i na većem broju nastavnih susreta.

ZADATAK 1.

Kako prepoznati lažne vijesti (30 minuta)

U uvodnom dijelu sata učenicima predstavite pravila i kriterije za prepoznavanje lažnih vijesti i dezinformacija. Na primjeru neke istinite vijesti i pouzdanog izvora (vijest možete sami preuzeti iz pouzdanoga izvora informacija kao što su HINA, HRT i njima slični javni ili komercijalni mediji) napravite usporedbu s dezinformacijom, tj. lažnom vijesti koju pronađite isto tako u nekome mediju. Cilj je zadatka utvrditi jesu li učenici kadri razlikovati istinitu informaciju od neistinite informacije i znaju li primijeniti kriterije i pravila za prepoznavanje lažnih vijesti.

Učenike podijelite u više grupa, prema broju učenika na radionici/u razredu. Svakoj grupi dajte istu istinitu i istu lažnu vijest. Svaka grupa treba: a) otkriti koja je vijest istinita, a koja lažna; b) prepoznati odlike istinite vijesti; c) prema unaprijed zadanim kriterijima i pravilima prepoznati lažnu vijest.

Svaka grupa neka pred ostalima: a) objasni koja je vijest istinita, a koja lažna; b) objasni po kojim su kriterijima prepoznali istinitu vijest; c) objasni po kojim su kriterijima prepoznali lažnu vijest.

Na kraju zadatka možete usporediti koje su kriterije i pravila za prepoznavanje lažne vijesti prepoznale razne grupe, jesu li se slagali oko nekih kriterija i oko kojih, a oko kojih su se razlikovali. Rezultate rada u grupama na kraju napišite na ploču i usporedite ih s pravilima za prepoznavanje lažnih vijesti iz ove publikacije.

Iste kriterije primijenite i pokušajte otkriti je li istinita vijest iz Radnog listića 1.

ZADATAK 2.

Kako istražiti autentičnost video objave na Youtube kanalu? (20 minuta)

U ovoj radionici učenici će naučiti kako provjeriti datum objave priloga na video kanalu. U posljednjih nekoliko godina u javnosti su često objavljeni prilogi koji se odnose na prirodne nesreće (požari, poplave). Dok npr. mediji izvještavaju o određenoj poplavi ili požaru, prikazu se snimke koje se odnose na sličan stariji događaj. U takvim je situacijama važno provjeriti točan datum kada je snimka objavljena.

Odaberite na ovom kanalu video za koji smatrate da je primjeren učenicima, a ujedno ima veze s njihovim interesima i hobijima. Podijelite ih u pet grupa po dva učenika. Kada odaberu prilog od njih se očekuje da pokušaju pronaći datum kada je objavljen video na ovom kanalu pretražujući osnovne informacije kojima je opisan prilog. Vrijeme objave priloga ne mogu pronaći uz te osnovne informacije. Uz pomoć ove stranice <https://citizenevidence.amnestyusa.org/> možemo utvrditi točno vrijeme i nakon toga saznati odnosi li se ta snimka baš na događaj uz koji je objavljena.

Ovim se postupkom često koriste novinari kako bi provjerili vjerodostojnost objava na Youtube kanalu.

ZADATAK 3.

Razlika između satiričnog i informativnog programa (25 minuta)

Satirični programi oduvijek su bili prisutni u medijskom prostoru, ali ponekad ih nije tako lako razlikovati od informativnih programa. Mlađa djeca ponekad teško mogu prepoznati razliku, osobito ako satiričan program preuzima uvjerljivost u prezentaciji pa izgleda poput informativnog programa.

U Hrvatskoj ne postoje satirični portali koji su namijenjeni djeci mlađoj od 18, ali su djeci dostupni portali poput npr. news-bar.hr. Na jednom od brojnih satiričnih portala pronađite jedan prilog prikladan za uzrast pa zajedno s djecom raspravite o sljedećim pitanjima:

1. Koliko je taj prilog uvjerljiv?
2. O čemu govori?
3. Možemo li ga svrstati u kategoriju satire ili informativnog programa?
4. Kome je namijenjen?
5. Koliko izvora informacija navodi?
6. Gdje možemo pronaći informaciju da je riječ o satiričnom programu?
7. Kojem je uzrastu namijenjen program?
8. Gdje možemo pronaći informacije o internetskoj stranici?

ZADATAK 4.

Alati za provjeravanje činjenica (20 minuta)

Sustav provjere činjenica osmišljen je u novinarstvu, a prvi put je predstavljen u velikim redakcijama prije stotinjak godina kada su osnovani posebni uredi kojima je bio cilj da prije objave provjere sve informacije koje su navedene u članku, poput npr. američkog magazina Time.

Zadnjih dvadeset godina sustav provjere činjenica sve se više koristi kako bi se provjeravala autentičnost izjava političara, pogotovo kod analiza predizbornih obećanja i realizacije ostvarenog nakon što preuzmu vlast. No, takav sustav također ima manjkavosti jer postoji mogućnost da se u većoj mjeri prozivaju političari određenih usmjerenja i u pravilu se više provjeravaju izjave političara na vlasti nego onih u oporbi.

Jedna od najutjecajnijih stranica za provjeru činjenica na engleskom jeziku je snopes.org i politifact.com koji je dobio i Pulitzerovu nagradu. S odabirom alata za provjeru činjenica treba također biti oprezan, a provjerene pretraživače možete pronaći ovdje <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>. Među njima je i hrvatski faktograf.hr.

Na stranici snopes.org pronađite jednu od objava koja se odnosi na glazbu i sport. Učenike podijelite u parove. U deset minuta trebaju analizirati jednu od objava i raspraviti koliko je informacija koju je objavila stranica za provjeru informacija zapravo provjerena. Kroz idućih deset minuta neka koristeći internet sami pokušaju provjeriti sve podatke koji se nalaze u toj objavi.

ZADATAK 5.

Klikbejt varke – Nećete vjerovati kako ćete se osjećati kada pročitate ovaj zadatak!!! (25 minuta)

Je li vam se ikada dogodilo da ste na portalima kliknuli na neki zanimljiv, nevjerojatan, senzacionalan, ekskluzivan, *precool* naslov poput naziva ovoga zadatka? No, kada ste vidjeli sadržaj iznenadili ste se jer to uopće nije imalo veze s onim što je najavljeno već je bila riječ o reklami za neki proizvod ili ste se čudili kada ste pročitali nekoliko rečenica razmišljajući o tome koga to uopće zanima i zašto je uopće objavljena takva informacija. Upravo smo vam opisali klasičan primjer klikbejt naslova koji bismo mogli prevesti kao zavaravajući naslov.

Iako su zavaravajući naslovi prisutni od vremena *penny press* ere i razvoja tabloidnog naslova, u klasičnim medijima je vrlo teško pronaći ovakav primjer jer si ni jedne novine to nisu mogle priuštiti. Zamislite npr. naslov u novinama „Tenisice po nevjerojatoj cijeni“, a onda u tekstu pročitate o nečem posve suprotnom što uopće nema veze s tim. Takve bi novine sigurno izgubile znatan dio čitatelja jer bi ugrozile svoju vjerodostojnost i identitet. Iznimka su, naravno, tabloidi i satirične novine.

Na portalima uistinu možete pronaći takve primjere gotovo svakoga dana. Ovakvi naslovi i članci služe kako bi se povećao broj klikova, a samim time i zarada za vlasnika stranice na kojoj se nalazite, odnosno za nekoga trećeg (oglašivača, promotora, prodavača...). Zanimljivo je kako ovakvi naslovi i priče ostaju puno duže na portalu, nego klasične vijesti i izvještaji. U većini slučajeva je riječ o informacijama koje dolaze iz cijeloga svijeta, a predstavljene su kao da je riječ o Hrvatskoj, a i novinari često nisu potpisani kao autori takvih priloga. Uz klasične zavaravajuće naslove iza kojih se krije nešto što nema veze s onim što smo očekivali, postoji i druga kategorija koja se odnosi na objave koje nemaju nikakvu novinarsku vrijednost, ali se najavljuju kao nešto senzacionalno.

Na jednom od popularnih portala odaberite naslov koji vam djeluje jako zanimljivo i koristi riječi i rečenice poput: senzacionalno, ovome se nije nadala, nevjerojatno, ovo je nevjerojatno, nećete vjerovati ili nešto slično. Podijelite učenike u male grupe i nakon što prouče jedan od primjera u radu u grupi postavite sljedeća pitanja:

1. Ima li ta objava odgovore na novinarska pitanja: tko, što, kada, gdje, zašto i kako?
2. Tko je autor objave?
3. Možete li prepoznati izvore informacija u objavi?
4. U kakvoj je vezi naslov sa sadržajem teksta?
5. Promovira li objava neki proizvod?
6. Je li ovo prvi put da ste primijetili ovakav naslov?
7. O kojoj se temi radi?
8. Ako su navedeni neki podaci mogu li se provjeriti?
9. Je li uz objavu objavljena i fotografija?
10. Biste li kliknuli ponovno?
11. Kako ste se osjećali nakon što ste kliknuli i pročitali cijelu objavu?

ZADATAK 6.

Kviz o lažnim vijestima (20 minuta)

Podijelite učenicima radni listić 2 i potaknite ih na rješavanje kviza o lažnim vijestima. Upravo ovaj zadatak može biti i uvod u nastavnu jedinicu o lažnim vijestima. Cilj je zadatka da zajedno s učenicima raspravite sve tvrdnje. U nastavku se nalaze rezultati kviza.

TVRDNJA	TOČNO	NETOČNO
1. Fenomen lažnih vijesti nije ništa novo. Lažne vijesti su se pojavljivale u tabloidima, ali i u vjerodostojnim medijima.	x	
2. Lažne vijesti se u pravilu ne proizvode namjerno ili s točno određenim ciljem.		x
3. Kada korisnici društvenih mreža šire lažne vijesti, oni su toga rijetko svjesni.	x	
4. Lažne vijesti mogu oblikovati javno mnijenje te čak utjecati na izborne procese.	x	
5. Ljudi mogu zarađivati kreirajući lažne vijesti i šireći dezinformacije preko društvenih mreža.	x	
6. Kada se jednom razotkrije lažna vijest ona više ne može utjecati na stavove i uvjerenja.		x
7. Glasine za koje se utvrdi da su lažne nestaju brže nego one za koje se ispostavilo da su točne.		x
8. Velika je vjerojatnost da možemo vjerovati člancima i pričama koje dijele naši prijatelji, a koje izgledaju kao da su iz provjerenih izvora.		x
9. Učinkovitije je prikupiti činjenice koje dokazuju kako je neka informacija netočna nego samo reći kako to jednostavno nije istina.	x	
10. Ako informacije prikupljamo iz tradicionalnih izvora (dnevne novine, radio, televizija...) manja je šansa da ćemo biti izloženi lažnim vijestima.	x	
11. Malo ljudi provjerava autentičnost neke snimke koja se širi preko društvenih mreža.	x	
12. Mladi su skloni prenositi vijesti i informacije koje nisu provjerili.	x	
13. Wikipedija je pouzdani izvor informacija.		x
14. Društvene mreže su mediji.		x
15. Svaka informacija kojoj smo izloženi dugoročno može utjecati na naše stavove i ponašanje.	x	

ZADATAK 7.

Dokumentarni film „Sindrom 17“ (45 minuta)

S učenicima pogledajte dokumentarni film „Sindrom 17“ koji je snimljen na Ljetnoj školi dr. Ante Peterlića 2016. godine. Taj kratkometražni dokumentarni film traje nešto manje od 12 minuta i govori o neobičnom

fenomenu jednoga sela na sjeveru Hrvatske. Vrbno je selo pokraj Bednje u Zagorju. Njegovi stanovnici bore se sa siromaštvom, poteškoćama i problemima kao i mnoga slična mjesta u Hrvatskoj. No, mještani su po nečemu ipak posebni i ta im je činjenica obilježila i privatni i društveni život. Naime, 1903. godine u tom je mjestu došlo do vulkanske erupcije i od tada se stanovnici rađaju na isti datum: 17. listopada. Uz pokaju iznimku...

Zadatak:

Nakon projekcije filma, učenike podijelite u grupe po četiri. Svakoj skupini podijelite ista početna pitanja na koja moraju odgovoriti u 10 minuta. Svaka skupina neka odabere predstavnika koji će pročitati odgovore na pitanja, a potom sve uključite u razgovor.

Početna pitanja: Što ste vidjeli u filmu? Koji je njegov sadržaj i kojih se detalja sjećate? Je li vam u ovome dokumentarcu nešto neobično?

Nakon što su pročitali i raspravili početna pitanja, postavite im sljedeća pitanja: Mislite li da ovaj dokumentarni film doista prikazuje stvarnost? Zašto ovaj dokumentarac nije dokumentarni film? Kojom se tehnikom služe redatelj, glumci, montažeri ... da bi nas naveli na pogrešno razmišljanje i da bismo pomislili kako je riječ o stvarnom dokumentarnom, a ne o lažnom – izmišljenom i vješto snimljenom – dokumentarnom filmu?

Poveznica na „Sindrom 17“: <https://vimeo.com/180441969>.

RADNI LISTIĆ 1.

Ukida se matematika od 5. do 8. razreda!?

U Ministarstvu znanosti i obrazovanja (MZO) u okviru kurikularne reforme ozbiljno se razmišlja o uvođenju velikih promjena u sustav osnovnoškolskog obrazovanja. Nakon dugih i temeljitih priprema u Ministarstvu su ne osnovu pozitivnih rezultata mnogih domaćih i međunarodnih natjecanja zaključili da učenicima od 5. do 8. razreda, barem većini njih, više nije potreban obavezan predmet matematika, izvještava osnovna. šhr. Članovi Ekspertne radne skupine koji su bili zaduženi za pripremu kurikula matematike za učenike viših razreda osnovnih škola ostali su iznenađeni podacima koji su im predstavljeni prije samoga rada na reformi pa su odlučili roditeljima uputiti pitanje žele li da njihovo dijete i dalje polazi sate matematike ili ne.

Naime, njihovi izvori potvrđuju da su učenici iz svih hrvatskih osnovnih škola od petog do osmog razreda u posljednjih deset godina polučili izvrsne rezultate, te time pokazali da nam predmet matematike više nije neophodan kao obavezan jer učenici spontano rješavaju i najkompliciranije matematičke zadatke i samostalno usvajaju gradivo koje učenici u ostalim državama moraju učiti kroz četiri godine obvezne predmetne nastave matematike. Na taj će se način otvoriti prostor za druge predmete, ističu izvori iz Ministarstva, dodajući da ozbiljno razmišljaju o uvođenju nekoga novoga predmeta ili povećanju satnice za već postojeće.

Kako se ističe u vijesti koju prenosimo, službeni izvori iz MZO-a navode da su na stručnim skupovima nastavnika hrvatskoga jezika i u razgovorima s učiteljima uočili probleme povezane s poznavanjem hrvatskog jezika pa bi jedna od mogućnosti bila uvođenje dodatnih sati materinskoga jezika. Neka su važna istraživanja pokazala da učenici zbog učestaloga korištenja medija i društvenih mreža često ne vladaju dobro niti gramatikom niti pravopisom kao ni rječnikom hrvatskoga jezika pa se razmišlja o uvođenju dodatnih sati hrvatskoga jezika u tjednu satnicu. Na taj bi se način i hrvatski obrazovni sustav približio nekim zemljama u Europskoj uniji koje, poput Francuske, imaju i do 9 sati materinskoga jezika u tjednu. Hoće li se ove najave i ostvariti, nitko nam u Ministarstvu nije znao potvrditi premda su nam izvori bliski ministru rekli da je on sklon tome rješenju, a roditelji podupiru ovu ideju.

RADNI LISTIĆ 2.

KVIZ O LAŽNIM VIJESTIMA

TVRDNJA	TOČNO	NETOČNO
1. Fenomen lažnih vijesti nije ništa novo. Lažne vijesti su se pojavljivale u tabloidima, ali i u vjerodostojnim medijima.		
2. Lažne vijesti se u pravilu ne proizvode namjerno ili s točno određenim ciljem.		
3. Kada korisnici društvenih mreža šire lažne vijesti, oni su toga rijetko svjesni.		
4. Lažne vijesti mogu oblikovati javno mnijenje te čak utjecati na izborne procese.		
5. Ljudi mogu zaraditi novce kreirajući lažne vijesti i šireći dezinformacije kroz društvene mreže.		
6. Kada se jednom razotkrije lažna vijest ona više ne može utjecati na stavove i uvjerenja.		
7. Glasine za koje se utvrdi da su lažne nestaju brže nego one za koje ispostavilo da su točne.		
8. Velika je vjerojatnost da možemo vjerovati člancima i pričama koje dijele naši prijatelji, a koje izgledaju kao da su iz provjerenih izvora.		
9. Učinkovitije je prikupiti činjenice koje dokazuju kako je neka informacija netočna nego samo reći kako to jednostavno nije istina.		
10. Ako informacije prikupljamo iz tradicionalnih izvora (dnevne novine, radio, televizija...) manja je šansa da ćemo biti izloženi lažnim vijestima.		
11. Malo ljudi provjerava autentičnost neke snimke koja se širi preko društvenih mreža.		
12. Mladi su skloni prenositi vijesti i informacije koje nisu provjerili.		
13. Wikipedija je pouzdani izvor informacija.		
14. Društvene mreže su mediji.		
15. Svaka informacija kojoj smo izloženi dugoročno može utjecati na naše stavove i ponašanje.		

*Prilagođeno prema DW Media and information literacy, 2018.



Agencija za elektroničke medije

