



Učinkovita analiza propagande na primjeru lažnih vijesti

Izv. prof. dr. sc. Igor Kanižaj

Stručni skup za voditelje županijskih stručnih vijeća
stručnih suradnika školskih knjižničara
Agencija za odgoj i obrazovanje, Zagreb, 19. 9. 2018.





**mind
over
media** Hrvatska
Učinkovita analiza propagande

Učinkovita analiza propagande

Mind Over Media

DKMK je jedan od šest partnera iz: Belgije, Poljske, Francuske, Finske i Rumunjske i Hrvatske (DKMK).

U sklopu projekta u trajanju od 12 mjeseci razvijat ćemo nove metode analize propagande - organizirat ćemo radionice za učenike, migrante i tražitelje azila, učitelje, roditelje i knjižničare; izradit ćemo nove nastavne materijale i brošure; uređivat ćemo međunarodni blog i razviti platformu gdje će svi moći sudjelovati i raspravljati o propagandi i izazovima poput lažnih vijesti.

Projektni partneri

ef
evens
foundation

mediawijs
KONNISCENTRUM MEDIJAVIJEŠEIO

umec



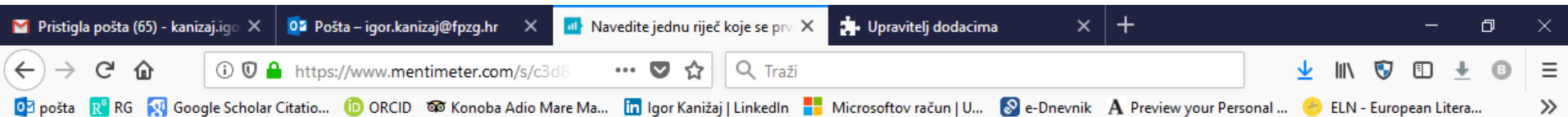
-CEO-
CENTRUM EDUKACJI
OBYWATELSKIEJ

dkmk
Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu

**MEDIA
MAKER**



Što je propaganda?



The screenshot shows a web browser window with several tabs. The active tab is titled "Navedite jednu riječ koje se prv...". The address bar shows the URL "https://www.mentimeter.com/s/c3d8". The browser's search bar contains the text "Traži". The browser's address bar also shows several bookmarks, including "pošta", "RG", "Google Scholar Citatio...", "ORCID", "Konoba Adio Mare Ma...", "Igor Kanižaj | LinkedIn", "Microsoftov račun | U...", "e-Dnevnik", "Preview your Personal ...", and "ELN - European Litera...".

Go to www.menti.com and use the code 55 19 43

 Mentimeter

Navedite jednu riječ koje se prve sjetite kada čujete
pojam PROPAGANDA













Što je propaganda?

Propaganda je namjeran, sustavni pokušaj oblikovanja percepcije, manipulacije spoznajama i usmjeravanja ponašanja kako bi se postigao odgovor koji potiče željenu namjeru propagandista.

Garth Jowett and Victoria O'Donnell, autori knjige *Propaganda and Persuasion*, 1986.

Što je propaganda?

Propaganda je oblik **svrhovitog uvjeravanja** koji pokušava utjecati na emocije, stavove, mišljenja i akcije određene ciljane publike za ideološke, političke ili komercijalne svrhe putem kontroliranog prijenosa jednostranih poruka (koje mogu ili ne moraju biti činjenične) putem masovnih i izravnih medijskih kanala.

Richard Alan Nelson, autor knjige *A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States*, 1996.

Što je propaganda?

Propaganda je ravnodušna prema istini i istinitosti, znanju i razumijevanju; to je oblik **strateške komunikacije** koji koristi bilo koji način ostvarivanja svojih ciljeva.

Walter Cunningham, autor knjige *The Idea of Propaganda*, 2002.

Na čemu se temelji propaganda?

- 1. Aktiviranje jakih emocija**
- 2. Odgovaranje na potrebe i vrijednosti publike**
- 3. Pojednostavljivanje informacija i ideja**
- 4. Napadi na protivnike**

Aktiviranje jakih emocija



Odgovaranje na potrebe i vrijednosti publike



Pojednostavljivanje informacija i ideja



Napad na protivnike



Izvor: mindovermedia.eu



Na čemu se temelji?

- Iako propaganda ponekad uključuje obmanu, većina oblika propagande koristi **provjerene činjenice**.
- Propagandisti mogu koristiti djelomično istinite ili nepotpune podatke koji potječu iz izvora koji izgleda autentično, ali je pod kontrolom prikrivenog izvora.

Može li propaganda biti korisna?

Kako utvrditi vrstu propagande?

- **Poruka** – izvor informacija i ideja
- **Tehnike** – upotreba simbola i retoričkih strategija koje privlače pozornost i aktiviraju emocionalan govor.
- **Okruženje i kontekst** – gdje, kada i kako ljudi pronalaze poruku.
- **Sredstva komunikacije i oblici** – kako poruka dolazi do ljudi i u kakvom obliku
- **Kako publika prihvaća poruku?**

Gdje možemo pronaći propagandu?

- **Novinarstvo**
- **Odnosi s javnošću**
- **Oglašavanje**
- **Vlast - politika**
- **Odgoj i obrazovanje**
- **Zabava**
- **Zagovaranje i lobiranje**



KAJL SKAT Tabloidima nije
važna istina, nego poruka

MILOVAN ĐANOVIĆ Mi smo
udarili glavom u Berlinski zid



Nedeljnik
13. OKTOBAR 2016. 750 DRAMA

POKLON
NJUJORK
TAJMS

★ **EKSKLUZIVNI INTERVJU** ★
DONALD TRAMP ZA NEDELJNIK

IZVINJAVAM SE SRBIJI



★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
BOMBARDOVANJE SRBA, NAŠIH URADIĆU SVE DA POPRAVIM
SAVEZNIKA U OBA SVETSKA RATA. HAOS KOJI SU KLINTONOVI
BILO JE VELIKA GREŠKA NAPRAVILI NA BALKANU

© 2016 NEDELJNIK. SVA PRAVA ZASTUŽENA. NAŠTROJE ZABRANJENO KORISĆENJE BEZ DOZBIRENJA



Donald J. Trump
@realDonaldTrump

Following

Don't believe the main stream (fake news) media. The White House is running VERY WELL. I inherited a MESS and am in the process of fixing it.

RETWEETS

2,869

LIKES

11,424



5:31 AM - 18 Feb 2017

5.3K

2.9K

11K

Boris, Veles, Makedonija

- Više od 100 lažnih web stranica kao dio Trumpove kampanje
- 200 lažnih FB profila
- Od 10 do 50 centi
- Jedan post podijeljen više od 1200 puta.
- *“At night I would make four or five posts to share the next day. When I woke up, I shared them. I went to drink coffee, came back home, found new articles, posted those articles on the website, and shared them. Then I went out with friends, came back home, found articles, and shared them to Facebook.”*

<https://www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news/>

EAVI

Top 10 German articles about Angela Merkel on Facebook, sorted by Facebook engagement

"Angela Merkel: Germans have to accept foreigners' violence" 273.000, Gloria.tv	False
"Merkel wants to give all refugees the right to vote as quickly as possible" 148.000, eine-zeitung.net	False
"Psychoanalyst Hans-Joachim Maaz: 'Angela Merkel is completely irrational'" 99.000, Huffington Post	Opinion
"Merkel is insane - Canadian television provides evidence" 98.000, YouTube: HE RO	False
"Merkel: There will not be enough pension for everyone" 98.000, Mittelbayerische Zeitung	True
"Angela Merkel was hit in a traffic accident .." 88.000, debeste.de	False
"Manipulation: Merkel imposed censorship on the ARD Tagesschau" 83.000, Deutsche Wirtschafts Nachrichten	False
"BREAKING NEWS! Angela Merkel announces resignation!" 82.000, kulturstudio.wordpress.com	False
"Merkel wants to promote immigration to Germany in Africa" 82.000, Deutsche Wirtschafts Nachrichten	False
"Business Insider: British magazine: Angela Merkel is the biggest threat to Europe" 81.000, Focus Online	Opinion

ENGAGEMENT REFERS TO THE TOTAL NUMBER OF SHARES, REACTIONS AND COMMENTS FOR A PIECE OF CONTENT ON

https://www.buzzfeed.com/karstenschmehl/top-merkel-news?utm_term=.enr4RK04M#.ds7JamBJg

Što je izostavljeno?

- Izvor: Project Look Sharp prema Common Sense Media <https://www.common sense media.org/blog/how-to-spot-fake-news-and-teach-kids-to-be-media-savvy>
- Tko je kreirao medijski sadržaj/informaciju?
- Tko je ciljana publika?
- Tko je platio za stvaranje tog sadržaja, odnosno tko je plaćen ako kliknemo na taj medijski sadržaj/informaciju?
- Kome bi taj sadržaj/informacija mogla koristiti ili štetiti?
- Što je izostavljeno iz tog sadržaja/informacije, a moglo bi biti važno?
- Je li sadržaj/informacija vjerodostojna (i zbog čega tako mislite)?

KAKO PREPoznati LAŽNE VIJESTI



RAZMISLI O IZVORU

Dobro prouči stranicu, istraži njezinu svrhu i podatke o kontaktu.



PROČITAJ SVE!

Senzacionalistički naslovi privlače klikove. O čemu je zapravo riječ?



PROVJERI AUTORA

Na brzinu provjeri autora! Može li mu se vjerovati i je li to stvarna osoba?



DODATNI IZVORI

Klikni na ponuđene linkove i dodatne izvore. Provjeri sadrže li informacije koje zaista podupiru vijest.



PROVJERI DATUM OBJAVE

Ako je nešto nedavno objavljeno, ne znači da je nova vijest.



JE LI TO ZAFRKANCIJA?

Ako je previše neobično i čudno, možda je šala. Istraži stranicu i autora da bi bio siguran.



OSVIJESTI SVOJE STAVOVE

Uzmi u obzir da bi tvoji stavovi mogli utjecati na prosudbu.



PITAJ STRUČNJAKE

Pitaj knjižničara ili provjeri informacije na *fact-checking* stranicama.

Prijevod: Hrvatsko knjižničarsko društvo



Akteri

- Novinari
- PR
- Lobisti
- Zagovaratelji
- Oglašivači
- Izvori
- Agencije
- Vlade/političari

Suvremena povijest lažnih vijesti

- ***Washington Post*** – Janet Cook, Pulitzer
- ***CBS*** – Ostavka Dana RATHERA, lažni podaci o George Bushu.
- ***Daily Mirror*** – lažne slike britanskih vojnika koji muče iračke zarobljenike.
- ***New York Times***, Jayson Blair, 2003 – izmišljeni intervjui.
- ***BILD*** – Gunter Valraf – lažni identitet “Der Aufmacher”
- ***Süddeutschen Zeitung***, Tom Kummer – izmišljeni intervjui
- Hrvatska priča: izmišljeni intervjui Jović (SD), Butković (Jutarnji list)

Intervju Ivo Sanader

Premijer govori o zastoju u pregovorima s EU, NATO-u...



SRPSKI RADIKALI RAZLOG VIŠE DA UĐEMO U NATO

● **Evropska Unija:** Siguran sam da pregovore možemo završiti 2009. godine ● **Partner:** Josip Friđić zna da u Koalicijskom ugovoru stoji da je isto brzi ulazak u EU primarni strateški cilj ove Vlade

U prvoj izjavi izvan parlamenta, premijer Ivo Sanader izjavio je da pregovore o članstvu u EU možemo završiti 2009. godine. Sanader je rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade. On je također rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. Sanader je rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade. On je također rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine.

Sanader je rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. On je također rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade. On je također rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. Sanader je rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade.

Sanader je rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. On je također rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade. On je također rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. Sanader je rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade.

Sanader je rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. On je također rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade. On je također rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. Sanader je rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade.

Konkretno: Prema tom pitanju ćemo se ponajviše u skladu s politikom EU. **Ustav:** Zeljko Rahatinski je jedan od najsvjetlijih i najboljih državnih dužnosnika.

Sanader je rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. On je također rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade. On je također rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. Sanader je rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade.

Vrlo brzo rezultati u pravosuđu

Sanader je rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. On je također rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade. On je također rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. Sanader je rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade.

Sanader je rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. On je također rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade. On je također rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. Sanader je rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade.

Sanader je rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. On je također rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade. On je također rekao da je siguran da pregovore možemo završiti 2009. godine. Sanader je rekao da je to primarni strateški cilj ove Vlade.





Danijel Subašić potvrdio da je utakmicu protiv Engleza na SP-u igrao i za majke Srebrenice

Popular » SIRIJA CAZIN KRAJINA

Pretraga

Danijel Subašić potvrdio da je utakmicu protiv Engleza na SP-u igrao i za majke Srebrenice



FUDBAL

Danijel Subašić posljednju utakmicu posvetio majkama Srebrenice



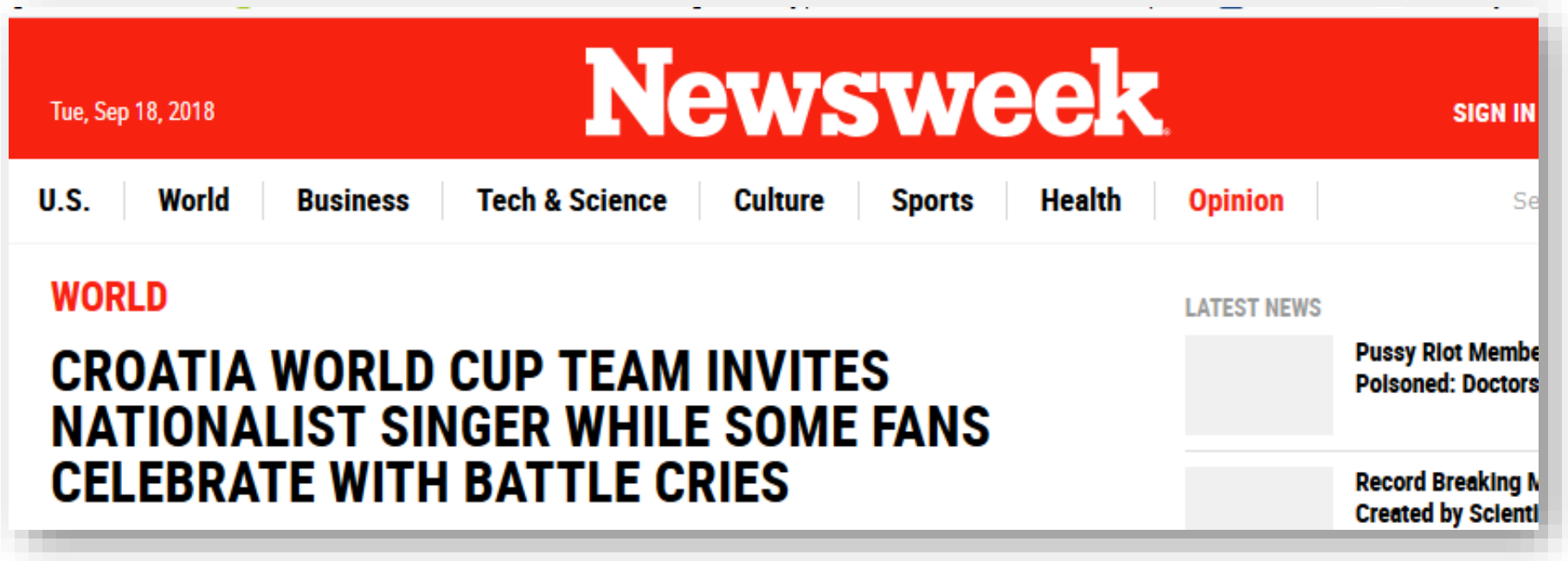
Piše E. Š.

Objavljeno prije 47 minuta

232



Čak i Newsweek...



The image shows a screenshot of the Newsweek website. At the top, there is a red header with the date "Tue, Sep 18, 2018" on the left, the "Newsweek" logo in the center, and a "SIGN IN" button on the right. Below the header is a navigation bar with links for "U.S.", "World", "Business", "Tech & Science", "Culture", "Sports", "Health", and "Opinion". The "Opinion" link is highlighted in red. Below the navigation bar, the "WORLD" section is visible. The main headline reads: "CROATIA WORLD CUP TEAM INVITES NATIONALIST SINGER WHILE SOME FANS CELEBRATE WITH BATTLE CRIES". To the right of the main headline, there is a "LATEST NEWS" section with two items: "Pussy Riot Member Poisoned: Doctors" and "Record Breaking M Created by Scienti".

Correction: *An earlier version of this article said that Thompson started his performance with the battle cry of Ustase. He took the stage and sang "Ljepa li si" or "You are Beautiful," which is considered the team's unofficial song. A reference to Nazi salutes, as seen in a photo, has also been deleted. In addition, the headline has been changed to more accurately reflect the content of this story. Newsweek regrets this error.*

REQUEST REPRINT OR SUBMIT CORRECTION

Join the Discussion

LATEST



Paul Pogba Produced A Midfield Masterclass Against Leicester

40 minutes ago — 0 shares



Manchester United Fans Weren't Happy With Alexis Sanchez's Display

1 hour ago — 2.0K shares



July 17th 2018 — 82K Shares

Croatia National Team Will Donate World Cup Prize Money To Children's Charity



Josh Lawless in FOOTBALL



Hrvatska
nogometna
reprezentacija

@Hrvatskareprezentacija
official

Početna

Info

Fotografije

Invite Your Friends!

Objave

Videozapisi

Zajednica

Informacije i oglasi

Kreirajte stranicu



Sviđa mi se Prati Podijeli ...

Pošalji poruku



Hrvatska nogometna reprezentacija

16. srpnja · 🌐

UDARNA VIJEST!!!

OTVORENO PISMO HRVATSKOJ JAVNOSTI OD ZLATKA DALIĆA
"IZBORNIKA HRVATSKE NOGOMETNE REPREZENTACIJE"

Dragi svi,

Svjetsko nogometno prvenstvo u Rusiji je pokazalo da u svijetu nogometa svi imamo jednake šanse. Talentirana generacija sjajnih pojedinaca, koji su spremni predano raditi, mogu uspjeti. Mogu uspjeti, kada imaju svu pomoć, kada ih se usmjerava, vodi i gura prema uspjehu. Ova je generacija nogometaša to ostvarila, pokazala da skup sjajnih pojedinaca u nogometu mogu stići na sami svjetski vrh. Tu nije bitna brojnost nacije, veličina proračuna, nisu bitni stadioni, nije bitno čak niti okruženje jer da im se pruži potrebna pomoć, njihovi nogometaši ne bi uspjeli stići u finale.

Zajednica

Pogledajte sve

👤 Pozovite prijatelje da označe stranicu oznakom "sviđa mi se"

👍 35.503 ljudi se ovo sviđa

📡 Ovo prati 35.592 ljudi

👤 Josip Cancar i 9 drugih prijatelja kažu da im se sviđa



Informacije

Prikaži sve

🗨️ Odgovor najčešće slijedi unutar jednog dana
Pošalji poruku

🏆 Sportska momčad



Hrvatska nogometna reprezentacija

16. srpnja · 🌐

UDARNA VIJEST!!!

OTVORENO PISMO HRVATSKOJ JAVNOSTI OD ZLATKA DALIĆA
"IZBORNIKA HRVATSKE NOGOMETNE REPREZENTACIJE"

Dragi svi,

Svjetsko nogometno prvenstvo u Rusiji je pokazalo da u svijetu nogometa svi imamo jednake šanse. Talentirana generacija sjajnih pojedinaca, koji su spremni predano raditi, mogu uspjeti. Mogu uspjeti, kada imaju svu pomoć, kada ih se usmjerava, vodi i gura prema uspjehu. Ova je generacija nogometaša to ostvarila, pokazala da skup sjajnih pojedinaca u nogometu mogu stići na sami svjetski vrh. Tu nije bitna brojnost nacije, veličina proračuna, nisu bitni stadioni, nije bitno čak niti okruženje jer da jest ova generacija hrvatskih nogometaša ne bi uspjela stići u finale svjetskog prvenstva.

Ipak, ove retke ne pišem zbog ekipe koju vodim. Ovo pišem zbog teške situacije u Hrvatskoj.

Hrvatska je danas najsiromašnija država Evropske unije. U Hrvatskoj se živi, nikad teže, od svršetka posljednjeg svjetskog sukoba. Hrvatska je zemlja koju vode loši ljudi, pripadnici organizacije koja je proglašena zločinačkom. Hrvatsku su ti ljudi odveli u ponor bijede, Hrvatska je zemlja iz koje je u posljednjih dvadeset godina izbjeglo milijun ljudi. Danas u Hrvatskoj naši stari, umirovljenici, svojim mirovinama nisu u stanju podmiriti niti osnovne

↪ 5 odgovora

E Zlatko svaka ti cast na ovom pismu. Gledam u ŽUPANJI koja je bila bogata a sad siromasan grad nema ljudi sve se pozatvaralo omladina nema gdje izaci ali kad se igralo sa Francuskom bilo je ljudi ali nije to ona ŽUPANJA od prije par godina ali ok kad n... [Pogledajte više](#)

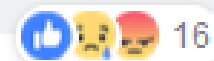
Sviđa mi se · Odgovor · 9 tj.



↪ 1 odgovor

Ovo je istina..Bravo! Sve u dječji fond.Koliko djece ceke na posvojenje a posvojitelji muku muce sa administracijom koja ne funkcioniara..A oni se kite sa uspjehom nase momcadi.Dalic je svima pokazao kako se upravlja timom i samo takvim radom se moze po... [Pogledajte više](#)

Sviđa mi se · Odgovor · 9 tj.



Ovo je to što Hrvatski narod želi čuti, svaka mu čast, tko god da je pisao a ako je pisao naš izbornik vjerujem da je iz dubine duše i svoga srca osjećaj koji boli za ove ljude i Lijepu našu, "Hvala ti izborniče " Zlatko Daliću.....Zahvaljujemo ti za svu sreću koju smo doživjeli u ovih mjesec dana

Hm!?

- „Jučer sam napisao tekst iz paralelnog svemira u kojem se Zlatko Dalić, sa svim igračima i stožerom, ograđuje od političkih elita Hrvatske. U tom imaginarnom pismu on postupa onako, kako smatram da bi pravi sportaš i rodoljub postupio”
- “Na kraju sam tekst potpisao kao autor i vrlo jasno napisao i istaknuo, da to nije napisao Zlatko Dalić.
- „Eksperiment i ubacivanje teme u javnost pokazao je zanimljive rezultate”.
- **„Pokazao sam da velika većina ljudi taj tekst nije čak niti pročitala.”**

Što je zajedničko svim navedenim primjerima?

Što su dezinformacije?

„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).

Eurobarometer on **Fake News**



83%

of Europeans perceive
fake news to be a
problem for democracy

#TackleFakeNews

Source: Eurobarometer



- 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.
- **Hrvatska** uz Portugal država u kojoj se u cijeloj EU najviše vjeruje vijestima i informacijama koje dobijemo kroz društvene mreže i programe 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.

Dezinformacija ili lažna vijest?



SPLITSKI VIJESTI SPORT KULTURA VIDEO POŠALJI VIJEST!

SUBOTA 4° / 2°C

ODLAZAK “MORSKOG VUKA” Nakon teške bolesti napustio nas je Oliver Dragojević!

9. PROSINCA 2017. SPLITSKI DNEVNIK POGLEDAJ KASNIJE

FOTO: DUSKO MARUSIC/PIXSELL

Najčitanije **Najnovije**

TUŽNA VIJEST Otkazani koncerti Olivera

Oliver Dragojevic (Official) prije otprilike 3 mj.

Oliver je dobro i liječenje se nastavlja.
Molimo, ne vjerujte dezinformacijama koje trenutno kruže!

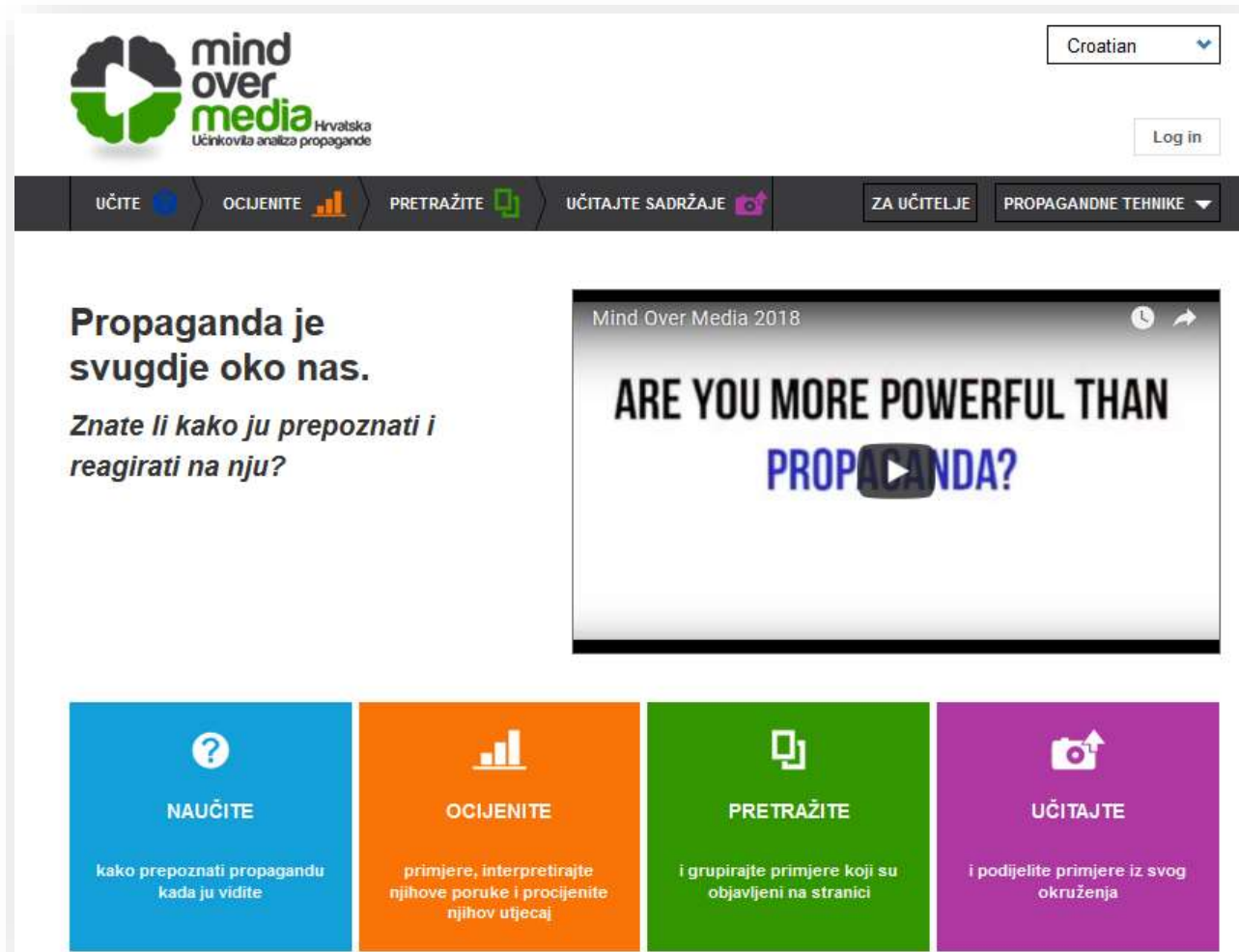
4,7 tis. 483 742 Izvor: telegram.hr

Razlike između dezinformacija i lažnih vijesti?

- Lažne vijesti su se prvotno odnosile na političke teme – satira.
- Politika je izmijenila konotativno značenje riječi.
- Može li vijesti biti lažna?
- Lažna vijesti mora imati jasnu namjeru zavaravanja.
- Lažne vijesti nisu slučajne i nenamjerne pogriješke novinara i medijskih djelatnika u njihovom redovnom radu.
- One su uvijek manipulativne – propaganda.

Vrijeme za provjeru znanja 😊

Kako istraživati i poučavati o dezinformacijama i propagandi?



The screenshot shows the Mind Over Media website interface. At the top left is the logo with the text "mind over media Hrvatska Učinkovita analiza propagande". To the right is a language dropdown menu set to "Croatian" and a "Log in" button. Below this is a dark navigation bar with several menu items: "UČITE" (with a blue circle icon), "OCIJENITE" (with an orange bar chart icon), "PRETRAŽITE" (with a green magnifying glass icon), "UČITAJTE SADRŽAJE" (with a purple social media icon), "ZA UČITELJE" (in a box), and "PROPAGANDNE TEHNIKE" (with a dropdown arrow). The main content area features a large text block on the left: "Propaganda je svugdje oko nas. Zna li kako ju prepoznati i reagirati na nju?". To the right is a video player titled "Mind Over Media 2018" showing a video frame with the text "ARE YOU MORE POWERFUL THAN PROPAGANDA?". Below the main content are four colored buttons: a blue button for "NAUČITE" (with a question mark icon) describing how to recognize propaganda; an orange button for "OCIJENITE" (with a bar chart icon) describing examples and their impact; a green button for "PRETRAŽITE" (with a magnifying glass icon) describing grouping examples; and a purple button for "UČITAJTE" (with a camera icon) describing sharing examples.

mind over media Hrvatska
Učinkovita analiza propagande

Croatian

Log in

UČITE OCIJENITE PRETRAŽITE UČITAJTE SADRŽAJE ZA UČITELJE PROPAGANDNE TEHNIKE

Propaganda je svugdje oko nas.
Zna li kako ju prepoznati i reagirati na nju?

Mind Over Media 2018

ARE YOU MORE POWERFUL THAN
PROPAGANDA?

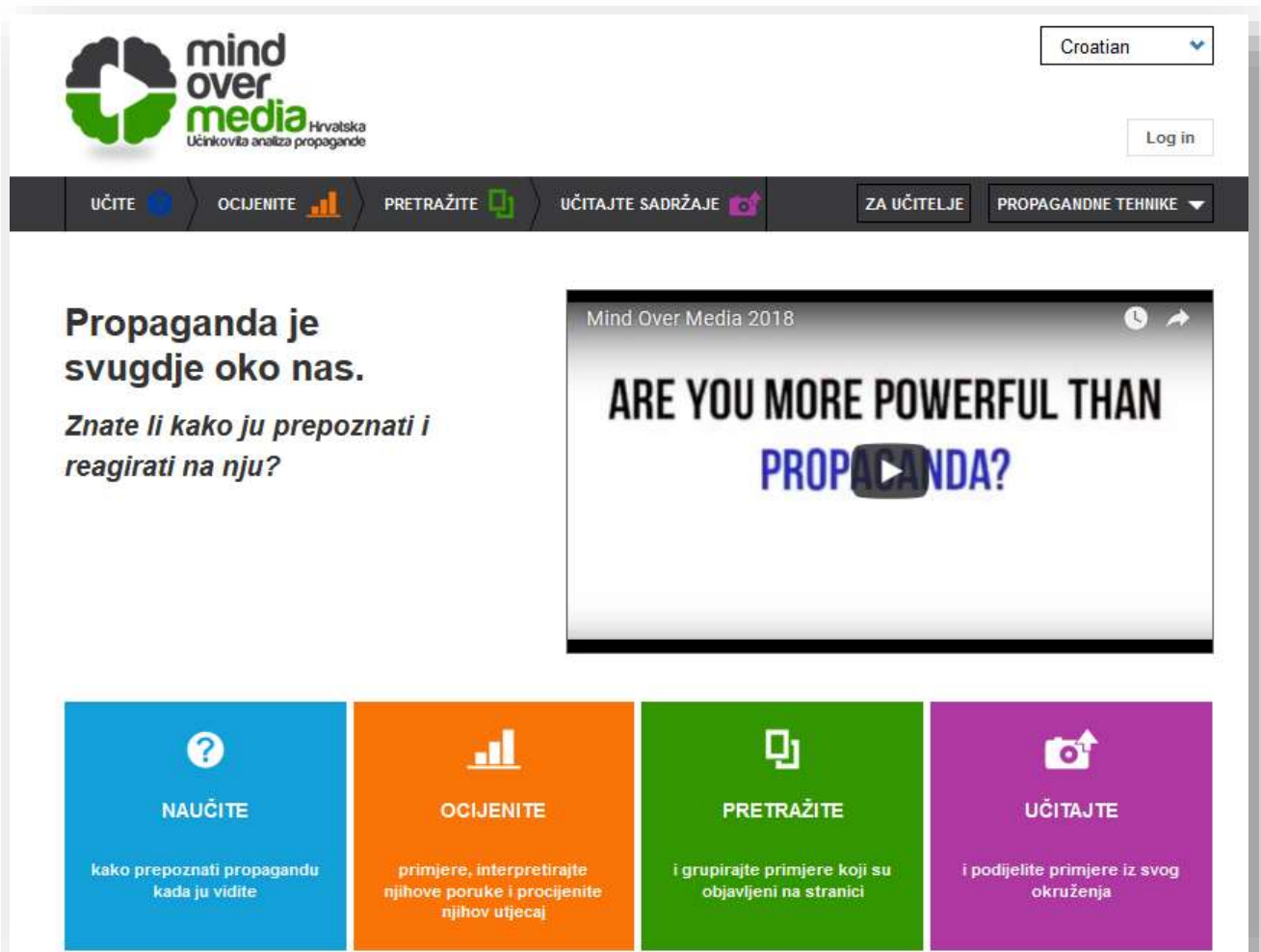
NAUČITE
kako prepoznati propagandu kada ju vidite

OCIJENITE
primjere, interpretirajte njihove poruke i procijenite njihov utjecaj

PRETRAŽITE
i grupirajte primjere koji su objavljeni na stranici

UČITAJTE
i podijelite primjere iz svog okruženja

Mindovermedia.eu/hr



The screenshot shows the website's header with the logo, a language dropdown set to 'Croatian', and a 'Log in' button. A navigation bar contains links for 'UČITE', 'OCIJENITE', 'PRETRAŽITE', 'UČITAJTE SADRŽAJE', 'ZA UČITELJE', and 'PROPAGANDNE TEHNIKE'. The main content area features a video player with the text 'Mind Over Media 2018' and 'ARE YOU MORE POWERFUL THAN PROPAGANDA?'. Below the video are four colored buttons: 'NAUČITE' (blue), 'OCIJENITE' (orange), 'PRETRAŽITE' (green), and 'UČITAJTE' (purple), each with a brief description of its function.

mind over media Hrvatska
Učinkovita analiza propagande

Croatian

Log in

UČITE OCIJENITE PRETRAŽITE UČITAJTE SADRŽAJE ZA UČITELJE PROPAGANDNE TEHNIKE

Propaganda je svugdje oko nas.
Znate li kako ju prepoznati i reagirati na nju?

Mind Over Media 2018

ARE YOU MORE POWERFUL THAN PROPAGANDA?

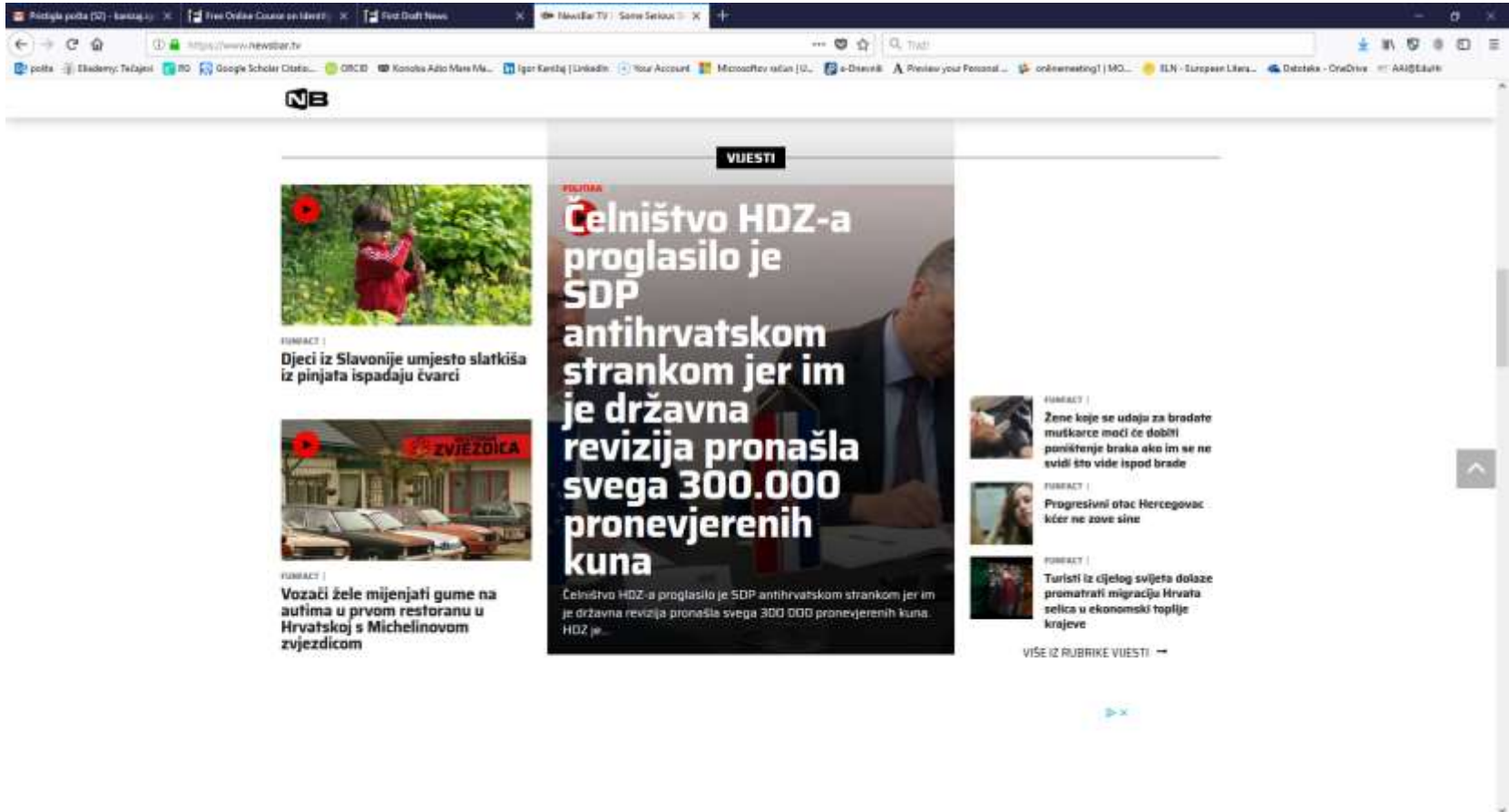
NAUČITE
kako prepoznati propagandu kada ju vidite

OCIJENITE
primjere, interpretirajte njihove poruke i procijenite njihov utjecaj

PRETRAŽITE
i grupirajte primjere koji su objavljeni na stranici

UČITAJTE
i podijelite primjere iz svog okruženja

Kako prepoznati vjerodostojan medij?



The screenshot shows the newsbar.tv website with a main headline: "Čelništvo HDZ-a proglasilo je SDP antihrvatskom strankom jer im je državna revizija pronašla svega 300.000 pronevjerenih kuna". The article text below the headline reads: "Čelništvo HDZ-a proglasilo je SDP antihrvatskom strankom jer im je državna revizija pronašla svega 300 000 pronevjerenih kuna. HDZ je...". To the left, there are two smaller news items: "Djeca iz Slavonije umjesto slatkiša iz pinjata ispadaju čvarci" and "Vozači žele mijenjati gume na autima u prvom restoranu u Hrvatskoj s Michelinovom zvjezdicom". To the right, there are three more news items: "Žene koje se udaju za bradate muškarce moći će dobiti poništenje braka ako im se ne sviđa što vide ispod brade", "Progresivni otac Hercegovac kćer ne zove sine", and "Turisti iz cijelog svijeta dolaze promatrati migraciju Hrvata selica u ekonomski toplije krajeve". The website has a navigation bar with "VIJESTI" and a search bar.



Čelništvo HDZ-a proglasilo je SDP antihrvatskom strankom jer im je državna revizija pronašla svega 300 000 pronevjerenih kuna.

HDZ je istaknuo kako prave hrvatske stranke, kakva su oni, za vratom imaju optužnice teške 30 milijuna kuna, a ne SDP-ovsko kokošarenje s putnim naložima od pišljivih 300 000 kuna.

SDP je kako tvrde u HDZ-u nesposobna stranka. Nisu u stanju voditi ovu zemlju, nisu je bili u stanju ni stvoriti, pa onda posljedično nisu je u stanju ni pošteno pokrasti. HDZ je s druge strane pokazao i dokazao kako je u stanju provesti sve to, a nastavit će i dalje provoditi.

Za kraju su HDZ-ovci parafrazirali nekadašnjeg predsjednika SDP-a Ivicu Račana, te ustvrdili kako je zapravo SDP stranka opasnih namjera jer krađu sitan novac i to nisu u stanju ni sakriti pred državnom revizijom.

RAZVOJ MEDIJSKE P

SIGURN NA INTE ELEKTRO NASILJE

NASTAVNI MATERIJALI ZA OSNOVNE ŠKOLE
ZA UČENIKE OD 5. DO 8. RAZREDA



Agencija za elektroničke medije



RAZVOJ MEDIJSKE PISME

POZITIVNI NEGATIVNI MEDIJSKI SADRŽAJI

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



Agencija za elektroničke medije



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



Dani
MEDIJSKE
pismenosti
medijskapismenost.hr

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 prilozi 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 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 pročete 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, *paravno, tabloidi i satirične novine*.

Na portalima uistinu možete pronaći takve naslove kako bi se povećao broj klikova, a samim time i prihodi nekoga trećeg (oglašivača, promotora, ...), a ne duže na portalu, nego klasične vijesti i ... cijeloga svijeta, a predstavljene su kao ... takvih priloga. Uz klasične zavaravajuće ... očekivali, postoji i druga kategorija koja ... 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?



FIRST DRAFT VERIFICATION CHALLENGE

- [http://ftp.firstdraftnews.com/articulate/V C /story ht ml5.html](http://ftp.firstdraftnews.com/articulate/V_C/story.html5.html)
- <https://citizenevidence.amnestyusa.org/>



**mind
over
media** Hrvatska
Učinkovita analiza propagande

www.mindovermedia.eu/hr

kanizaj.igor@gmail.com