



Organizacija Ujedinjenih  
nacija za edukaciju,  
nauku i kulturu



# NOVINARSTVO, ~~'LAŽNE VIJESTI'~~ I DEZINFORMACIJE

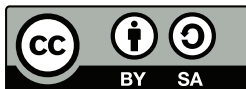
Priručnik za obuku novinara

UNESCO Serijal o obrazovanju novinara

Ovu publikaciju je 2020. godine objavila Organizacija UN-a za obrazovanje, nauku i kulturu (UNESCO), sa sjedištem u Francuskoj, na adresi: 7, place de Fontenoy, 75352 Pariz 07 SP, Francuska

© UNESCO 2020.

ISBN: 978-92-3-000103-2



Ova publikacija dostupna je prema pravilima slobodnog pristupa (Open Access) u okviru licence AttributionShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Korištenjem sadržaja ove publikacije, korisnici prihvataju obavezu poštivanja uslova upotrebe Repozitorija Open Access publikacija UNESCO-a (<http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>). Originalni naslov: *Journalism, “Fake news” & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training*. Prvi put objavljeno 2018. godine; Organizacija Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu (UNESCO), 7, place de Fontenoy, 75352 Pariz 07 SP, Francuska. Nazivi upotrijebljeni u ovoj publikaciji kao i materijal prezentiran u njoj, ne sugeriraju izražavanje bilo kakvog mišljenja UNESCO-a u vezi sa pravnim statusom bilo koje države, teritorije, grada ili područja ili tamošnjih vlasti, kao ni mišljenja u vezi sa njihovim unutrašnjim ili međunarodnim granicama.

Ideje i mišljenja iskazana u ovoj publikaciji, ideje su i mišljenja njenih autora, koja se ne moraju nužno podudarati sa idejama i mišljenjima UNESCO-a, te stoga ne obavezuju navedenu organizaciju.

**Urednice:** Cherilyn Ireton i Julie Posetti

**Autori:** Julie Posetti, Cherilyn Ireton, Claire Wardle, Hossein Derakhshan, Alice Matthews, Magda Abu-Fadil, Tom Trewinnard, Fergus Bell, Alexios Mantzarlis

**Dodatno istraživanje:** Tom Law

**Grafički dizajn:** Mr. Clinton

**Dizajn korica:** Mr. Clinton

**Ilustracije:** UNESCO, First Draft iPoynter

**Prelom:** UNESCO

**Štampa:** UNESCO

**Prevod:** Tijana Dmitrović

Štampano u Francuskoj

Cherilyn Ireton  
i Julie Posetti

# **Novinarstvo, „lažne vijesti“ i dezinformacije**

Priručnik za obrazovanje i obuku novinara

# SADRŽAJ

Predgovor: autor Guy Berger 6

**Uvod** autorice Cherilyn Ireton i Julie Posetti 13

---

**Korištenje priručnika kao modela nastavnog plana i programa**  
autorica Julie Posetti 25

---

**MODULE 1: Istina, povjerenje i novinarstvo: zašto je to važno** 31

---

autorica Cherilyn Ireton

Sažetak	32
Pregled	34
Ciljevi modula	40
Ishodi učenja	40
Format modula	40
Predloženi zadatak	41
Literatura	42

**MODUL 2: Razmišljanja o „informacijskom poremećaju“: formati netačnog informisanja, dezinformisanja i zlonamjernog informisanja** 43

---

autori Claire Wardle i Hossein Derakhshan

Sažetak	44
Pregled	44
Ciljevi modula	51
Ishodi učenja	52
Format modula	52
Predloženi zadatak	54
Materijali	54
Literatura	54

**MODULE 3: Transformacija industrije vijesti: digitalna tehnologija, društvene platforme i širenje netačnih informacija i dezinformacija** 57

---

autorica Julie Posetti

Sažetak	58
Pregled	60
Ciljevi modula	68
Ishodi učenja	68
Format modula	69
Predloženi zadatak	70
Literatura	71



## **MODULE 4: Borba protiv dezinformacija i netačnih informacija putem medijske i informacijske pismenosti (MIP) 73**

---

*autorica Magda Abu-Fadil*

Sažetak	74
Pregled	75
Ciljevi modula	80
Ishodi učenja	81
Format modula	81
Predloženi zadatak	84
Materijali	84
Literatura	84

## **MODULE 5: Uvod u provjeru činjenica 87**

---

*autor Alexios Mantzarlis*

Sažetak	88
Pregled	88
Ciljevi modula	94
Ishodi učenja	95
Format modula	95
Predloženi zadatak	99
Literatura	100

## **MODULE 6: Verifikacija na društvenim medijima:: procjena izvora i vizuelnog sadržaja 103**

---

*autori Tom Trewinnard i Fergus Bell*

Pregled	104
Ciljevi modula	110
Ishodi učenja	110
Format modula	111
Predloženi zadatak	112
Materijali	112
Literatura	113

## **MODULE 7: Borba protiv online zlostavljanja: kada novinari i njihovi izvori postanu mete 115**

---

*autorica Julie Posetti*

Sažetak	118
Pregled	119
Ciljevi modula	125
Ishodi učenja	126
Format modula	126
Predloženi zadatak	128
Literatura	128

Saradnici	130
-----------	-----

# **PREDGOVOR**

UNESCO radi na jačanju obrazovanja novinara i ova publikacija je posljednja u nizu vrhunskih resursa za učenje.

Publikacija je dio „Globalne inicijative za izvrsnost u novinarskom obrazovanju“, koja je u fokusu UNESCO-ovog Međunarodnog programa za razvoj komunikacija (IPDC). Cilj Inicijative je da učestvuje u obrazovanju, praksi i istraživanjima u oblasti novinarstva iz globalne perspektive, uključujući dijeljenje međunarodnih dobrih praksi.

U skladu s tim, ovaj priručnik treba da služi kao međunarodno relevantan model nastavnog plana i programa koji se može usvojiti kakav jeste ili prilagoditi i koji predstavlja odgovor na rastući svjetski problem dezinformisanja, sa kojim se suočavaju društva generalno, a posebno novinarstvo.

U njemu se izbjegava pretpostavka da pojam „lažne vijesti“ ima jednostavno ili univerzalno shvaćeno značenje.<sup>1</sup> Razlog za to je to što pojam „vijesti“ podrazumijeva provjerljive informacije u javnom interesu, a informacije koje ne ispunjavaju ove standarde ne zaslužuju da se zovu „vijesti“. U tom je smislu, onda, pojam „lažne vijesti“ oksimoron koji se može koristiti za potkopavanje vjerodostojnosti informacija koje zaista ispunjavaju kriterije provjerljivosti i javnog interesa – tj. pravih vijesti.

Za bolje razumijevanje slučajeva koji uključuju eksploatorsku manipulaciju jezika i konvencija raznih oblika vijesti, ova publikacija tretira te prevare kao ono što jesu – posebna kategorija prevarantskih informacija u sve raznovrsnijim oblicima dezinformisanja, uključujući zabavne formate kao što su vizuelni *memeovi*.

Pojam dezinformacije se u ovoj publikaciji generalno koristi za namjerne (često pomno organizovane) pokušaje zbunjivanja ili manipulisanja ljudi davanjem neistinitih informacija. Često se javlja u kombinaciji sa paralelnim i ukrštajućim komunikacijskim strategijama i čitavim nizom drugih taktika kao što su hakovanje ili kompromitovanje pojedinaca. Pojam netačno informisanje se generalno koristi za informacije koje navode na pogrešan zaključak, a koje su nastale ili distribuisane bez namjere manipulisanja ili nanošenja štete. Obje kategorije predstavljaju problem za društvo, ali dezinformacije su naročito opasne zbog toga što često predstavljaju organizovan i dobro finansiran napor ojačan automatizovanom tehnologijom.

Snabdjevači dezinformacija iskorištavaju ranjivost ili stranački potencijal primatelja za koje se nadaju da će postati pojačivači ili umnožavači. Na taj način nas žele potaknuti

---

<sup>1</sup> Vidjeti: Tandoc E; Wei Lim, Z i Ling, R. (2018). "Defining 'Fake News': A typology of scholarly definitions" in *Digital Journalism* (Taylor i Francis) Tom 6, 2018 - Broj 2: 'Trust, Credibility, Fake News'.

da postanemo prenosnici njihovih poruka, iskorištavajući našu sklonost da dijelimo informacije iz različitih razloga. Posebno je opasno to što su „lažne vijesti“ u ovom smislu obično besplatne – što znači da su ljudi koji ne mogu priuštiti kvalitetno novinarstvo, ili nemaju pristup nezavisnim javnim medijskim servisima, naročito podložni dezinformisanju i netačnom informisanju.

Širenje dezinformacija i netačnih informacija uglavnom omogućavaju društvene mreže i aplikacije za dopisivanje, što povlači pitanje nivoa regulacije i samoregulacije kompanija koje pružaju te usluge. S obzirom na to da su to u suštini posredničke platforme, a ne kreatori sadržaja, te kompanije su do sada uglavnom bile podložne samo laganoj regulaciji (osim u području autorskih prava). Međutim, u kontekstu sve većih pritisaka na njih, kao i rizika koje pretjerana regulacija predstavlja za slobodno izražavanje, poduzima se sve više koraka – premda sporadičnih – u okviru samoregulacije.<sup>2</sup> Posebni izvjestitelj UN-a za slobodu mišljenja i izražavanja je svoj godišnji izvještaj za 2018. godinu posvetio baš tom pitanju, pozivajući internetske kompanije da izvuku pouke iz samoregulacije novinskih medija i bolje se usklade sa standardima UN-a o pravu na širenje, traženje i primanje informacija.<sup>3</sup> U ovoj brzo razvijajućoj ekologiji mjera koje poduzimaju i države i kompanije, novinari i novinski mediji imaju veoma važnu ulogu. Tu nastupa ova publikacija.

## **Prepoznavanje razlika**

Dezinformacije i netačne informacije se razlikuju za (kvalitetno) novinarstvo koje se pridržava etičkih i profesionalnih standarda. Istovremeno, razlikuju se i za slučajeve lošeg novinarstva koje ne ispunjava svoj zadatak. Problematično novinarstvo, na primjer, podrazumijeva konstantne (neispravljene) greške koje su rezultat lošeg istraživanja ili šlampavih provjera. Tu spada i senzacionalizacija, odnosno pretjerivanje da bi se postigao željeni učinak, kao i hiper-stranački odabir činjenica nauštrb korektnosti.

To, pak, ne znači da postoji novinarski ideal koji nekako nadilazi sve ugrađene narative i tačke gledišta, kao suprotnost lošem novinarstvu koje je ideološki obojeno. Prije će biti da je to pokazatelj da svo novinarstvo sadrži narative i da problem ispodprosječnog novinarstva nije u tome što sadrži narative, nego manjku profesionalnosti. Zbog toga loše novinarstvo nije isto što i dezinformisanje ili netačno informisanje.

Bez obzira na to, nekvalitetno novinarstvo nekada dozvoljava dezinformacijama ili netačnim informacijama da nastanu ili procure u sistemu pravih vijesti. Ali uzroci

---

2 Manjoo, F. (2018). What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer. *New York Times*, 19. juli 2018. <https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html> [pristupljeno 20.07.2018]; <https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests-reputable-news/> [pristupljeno 15.07.2018]; <https://youtube.googleblog.com/> [pristupljeno 15.07.2018]; <https://sputniknews.com/asia/20180711066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/> [pristupljeno 15.07.2018].

3 Izvještaj Posebnog izvjestitelja o promicanju i zaštiti prava na slobodu mišljenja i izražavanja. Vijeće za ljudska prava UN-a, 6. april 2018. A/HRC/38/35. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement> [pristupljeno 20.07.2018].

i rješenja za loše novinarstvo se razlikuju od uzroka i rješenja za dezinformisanje i netačno informisanje. Istovremeno, jasno je da je potrebno snažno etičko novinarstvo kao alternativa i protuotrov zagađenju informacijskog okruženja i učinku prelijevanja zagađenja vijesti.

Danas novinari nisu samo posmatrači koji gledaju kako se razvija lavina dezinformacija i netačnih informacija. Oni se takođe nalaze na njenom putu.<sup>4</sup> To znači da:

- ▶ se novinarstvo suočava s rizikom da ga uguši kakofonija;
- ▶ novinari rizikuju da ih izmanipulišu akteri koji zanemaruju etičke norme odnosa s javnošću i pokušavaju da prevare ili iskvare novinare da šire dezinformacije;<sup>5</sup>
- ▶ novinari kao komunikatori koji rade u službi istine, čak i „neugodne istine“, mogu postati meta laži, glasina i prevara sa ciljem da se zastraše ili diskredituju oni ili njihovo novinarstvo, posebno kada njihov rad prijete da će razotkriti one koji naručuju ili vrše dezinformisanje.<sup>6</sup>

Osim toga, novinari moraju prepoznati da, premda društveni mediji predstavljaju najveću arenu dezinformisanja, moćni akteri danas instrumentalizuju zabrinutost oko „lažnih vijesti“ da suzbiju istinske informativne medije. Novi i strogi zakoni progone novinske institucije kao da su oni kreatori, ili ih svrstavaju pod nove široke propise koji ograničavaju sve komunikacijske platforme i aktivnosti bez ikakvih razlika. Takvi propisi često nisu dovoljno usklađeni s međunarodnim principima koji zahtijevaju da svako ograničavanje slobode izražavanja mora biti dokazivo neophodno, proporcionalno i imati legitimnu svrhu. Njihov rezultat, čak i ako nije uvijek namjeren, je taj da istinski informativni mediji odgovaraju „ministarstvu istine“ koje ima moć da suzbije informacije iz čisto političkih razloga.

U današnjem kontekstu dezinformisanja i netačnog informisanja, krajnja opasnost nije neopravdana regulacija novinarstva, već to da publike mogu izgubiti povjerenje u sve sadržaje – uključujući novinarstvo. U tom scenariju će ljudi vjerovatno smatrati pouzdanim sadržaje koje podržavaju njihove društvene mreže i koji su u skladu s njihovim osjećajima – ali ne ostvaruju interakciju sa njihovim glavama. Već možemo vidjeti negativne učinke toga na mišljenje javnosti o zdravlju, nauci, međukulturalnom razumijevanju i status istinske stručnosti.

Ovaj uticaj na javnost je takođe posebno zabrinjavajući sa aspekta izbora, kao i za samu

4 Prema jednom istraživanju, redakcije jedne zemlje uprkos prijetnji nisu imale sisteme, budžet, ni osposobljen kadar za borbu protiv dezinformacija. Vidjeti: Penplusbytes. 2018. Media Perspectives on Fake News in Ghana. <http://penplusbytes.org/publications/4535/> [pristupljeno 12.06.2018].

5 Butler, P. 2018. *How journalists can avoid being manipulated by trolls seeking to spread disinformation*. <http://ijnet.org/en/blog/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation>. Takođe vidjeti Modul 3 ovog Priručnika.

6 Vidjeti Modul 7.

ideju demokratije kao ljudskog prava. Cilj dezinformisanja, naročito tokom glasanja, nije nužno da ubijedi javnost da je sadržaj dezinformacije istinit, nego da utiče na određivanje dnevnog reda (na to šta javnost misli da je važno) i zamuti informacijske vode kako bi se oslabio faktor racionalnosti kada se ljudi opredjeljuju za šta će glasati.<sup>7</sup> Slično tome, nesigurnost kao rezultat dezinformacija i netačnih informacija može imati veliki uticaj na probleme migracije, klimatskih promjena i druga pitanja.

Ove opasnosti su razlog zašto je suočavanje s porastom „lažnih vijesti“ od ključne važnosti za novinarstvo i obrazovanje novinara. Ove prijetnje istovremeno predstavljaju i priliku da se pojačaju napori na dokazivanju vrijednosti informativnih medija. Pružaju nam šansu da u profesionalnoj praksi naglasimo karakteristične osobine pružanja provjerljivih informacija i upućenih komentara u javnom interesu.<sup>8</sup>

## **Šta novinarstvo treba da uradi**

U tom kontekstu, sada je pravo vrijeme da se informativni mediji strožije pridržavaju profesionalnih i etičkih standarda, da izbjegavaju objavljivanje neprovjerenih informacija i udalje se od informacija koje mogu biti interesantne jednom dijelu publike, ali nisu u javnom interesu.

Ova publikacija je, stoga, takođe i pravovremen podsjetnik da sve novinske institucije i novinari, bez obzira na njihovu političku orijentaciju, trebaju izbjegavati nenamjerno i nekritičko širenje dezinformacija i netačnih informacija. U mnogim novinskim medijima danas je ukidanje radnih mjesta za internu provjeru činjenica jednim dijelom dovelo do toga da tu funkciju preuzima „peti stalež“ blogera i drugih vanjskih aktera koji razotkrivaju greške novinara – premda nakon što su one već proširene.

Ovaj fenomen u nastanku novinski mediji mogu pozdraviti kao znak povećanja interesa društva za provjerljive informacije. Novinari bi trebali predstavljati rad nezavisnih grupa za provjeru činjenica većim publikama. Ali bi takođe trebali znati da, tamo gdje vanjski akteri dokažu sistematski neuspjeh nekog novinskog medija, to u najmanju ruku dovodi u pitanje brend te institucije kao profesionalnog izvora vijesti. Mediji trebaju paziti na to da vanjske ispravke nakon objavljivanja ne postanu zamjena za interne procese kontrole kvaliteta. Novinari moraju raditi bolje i „pogoditi“ iz prve, ili dići ruke od mogućnosti da društvo ima medije od povjerenja.

U globalu, novinarstvo neće biti pobjednik u igri naknadnih ispravki eksternih čuvara. Novinari ne mogu prepustiti novinarski rad provjeravanja upitnih tvrdnji izvora organizacijama koje provjeravaju činjenice (bez obzira na to jesu li te tvrdnje objavljene u

7 Lipson, D (2018) *Indonesia's 'buzzers' paid to spread propaganda as political elite wage war ahead of election*, ABC News: <http://mobile.abc.net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spread-propaganda-ahead-of-election/9928870?pfmredir=sm> [pristupljeno 17.8.18].

8 Takođe vidjeti: Nordic Council of Ministers. 2018. *Fighting Fakes - the Nordic Way*. Copenhagen: NordicCouncilofMinisters. <http://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way> [pristupljeno 12.06.2018].

medijima ili zaobilaze novinarstvo i pojavljuju se direktno na društvenim medijima). Mora se poboljšati sposobnost novinara da prevaziđu „rekla – kazala“ novinarstvo i istraže istinitost tvrdnji osoba koje se pokrivaju.

Novinarstvo takođe mora proaktivno otkrivati i razotkrivati nove slučajeve i oblike dezinformisanja. To je ključni zadatak novinskih medija i predstavlja alternativu regulatornim pristupima problemu „lažnih vijesti“. Kao neposredan odgovor na gorući štetan problem, on nadopunjava i jača srednjoročne strategije kao što je jačanje medijske i informacijske pismenosti, koje publikama omogućava da razlikuju vijesti od dezinformacija i netačnih informacija. Dezinformacije su „vruća priča“ i snažno izvještavanje o tome će ojačati ulogu novinarstva u službi društva.

Prema tome, ovaj priručnik je poziv na akciju. On je i podstrek novinarima da se uključe u društveni dijalog o tome kako ljudi u cjelini odlučuju o vjerodostojnosti i zašto neki od njih dijele neprovjerene informacije. Kao što je slučaj sa novinskim medijima, ovo je velika prilika za snažan građanski angažman sa publikom i za škole novinarstva i njihove polaznike, zajedno sa medijskim trenerima i njihovim učenicima. Na primjer, crowdsourcing ili korištenje pomoći javnosti je ključno kako bi mediji otkrivali i izvještavali o dezinformacijama koje su prošle ispod radara i šire se putem aplikacija za dopisivanje ili e-maila.

## **Uloge UNESCO-a**

Ovaj novi resurs, koji je finansirao UNESCO-v Međunarodni program za razvoj komunikacija (IPDC), pruža jedinstven i holistički pogled na različite dinamike priče o dezinformacijama, zajedno s praktičnom izgradnjom vještina koje će dopuniti predstavljeno znanje i razumijevanje.<sup>9</sup> To je dio dokazane posvećenosti UNESCO-a poticanju optimalnog rada i samoregulacije novinara, kao alternativa rizicima državne intervencije za rješavanje uočenih problema u području slobode izražavanja.

Publikacija se nastavlja na dvije ranije UNESCO-ve publikacije: „Nastava novinarstva za održivi razvoj: Novi planovi i programi“ (*Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi*)<sup>10</sup> iz 2015. godine, i „Model kurikuluma za novinarsko obrazovanje: Zbornik novih programa“ (*Model Curriculum for Journalism Education: A Compendium of New Syllabi*) iz 2013. godine. Te su publikacije, pak, nastavci UNESCO-vog prvobitnog „Modela kurikuluma za novinarsko obrazovanje“ (*Model Curriculum on Journalism Education*),<sup>11</sup> koji je objavljen 2007. godine na devet jezika.

<sup>9</sup> Biro IPDC-a je na 61. sastanku održanom 2017. godine odlučio da podrži Globalnu inicijativu za izvrsnost u novinarskom obrazovanju dodjelom posebnih sredstava za razvijanje novih planova i programa o novim ključnim temama za novinarstvo. Napredak po tom pitanju je predstavljen na 62. sastanku Biroa IPDC-a održanom 2018. godine, kada je dodijeljen dodatni iznos za podršku toj aktivnosti.

<sup>10</sup> <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/> [pristupljeno 12.06.2018].

<sup>11</sup> <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/> [pristupljeno 12.06.2018].

Druge publikacije trajne vrijednosti među UNESCO-vim publikacijama koje su relevantne za novinarsko obrazovanje i obuku uključuju:

- ▶ Model kursa o sigurnosti novinara (*Model course on the safety of journalists*) (2017);<sup>12</sup>
- ▶ Terorizam i mediji: priručnik za novinare (*Terrorism and the Media: a handbook for journalists*) (2017);<sup>13</sup>
- ▶ Klimatske promjene u Africi: Vodič za novinare (*Climate Change in Africa: A Guidebook for Journalists*) (2013);<sup>14</sup>
- ▶ Globalna knjiga istraživačkog novinarstva (*Global Casebook of Investigative Journalism*) (2012);<sup>15</sup>
- ▶ Istraživanje zasnovano na priči: Priručnik za istraživačke novinare (*Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists*) (2009);<sup>16</sup>
- ▶ Izveštavanje o konfliktima: najnovija dostignuća; Obuka novinara i novinarskih predavača (*Conflict-sensitive reporting: state of the art; a course for journalists and journalism educators*) (2009).<sup>17</sup>

Svaka od navedenih publikacija se pokazala korisnom u velikom broju zemalja širom svijeta, gdje su predavači i treneri novinarstva, kao i studenti i profesionalni novinari, unaprijedili svoje prakse na različite načine. Negdje su imali fleksibilnost da prilagode čitave višegodišnje programe u skladu sa novim znanjem i inspiracijom; na drugim mjestima su ugradili elemente iz UNESCO-vih resursa u postojeće predmete. Može se očekivati da će kvalitet i koherentnost ove nove publikacije imati jednaku vrijednost za čitaoce.

S obzirom na to da je UNESCO međudržavna organizacija, ne zauzima strane u geopolitici osporavanja informacija. Kao što je dobro poznato, mnogo je različitih tvrdnji i protutvrdnji o dezinformacijama. Svijest o tome treba biti prisutna prilikom čitanja ovog teksta i inspirisati čitaoce da pomognu u daljem skupljanju dokaza o raznim slučajevima.

#### 1. U međuvremenu, izbjegavajući relativizam, priručnik unutar svojih stranica

<sup>12</sup> <https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists> [pristupljeno 12.06.2018].

<sup>13</sup> <https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists> [pristupljeno 12.06.2018].

<sup>14</sup> <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/> [pristupljeno on 12.06.2018].

<sup>15</sup> <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/> [pristupljeno 12.06.2018].

<sup>16</sup> <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf> [pristupljeno 12.06.2018].

<sup>17</sup> <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/> [pristupljeno 12.06.2018].



čvrsto ugrađuje sljedeće kompetencije koje čine nepobitne temelje za procjenu i djelovanje:

2. Znanje da su vijesti – koje prave transparentni akteri i koje su provjerljive – neophodne za demokratiju, razvoj, nauku, zdravlje i ljudski napredak; Prepoznavanje da dezinformacije nisu sporedna atrakcija i da je borba protiv njih ključna misija novinskih medija;
3. Predanost naprednim novinarskim vještinama kao ključnom faktoru ako se želi inkluzivno i tačno novinarstvo kao vjerodostojna alternativa krivotvorenom sadržaju.

Druge moćne i važne vrste pismenosti koje su obrađene u ovoj publikaciji, a koje su naročito važne novinarima i novinskim medijskim kućama, uključuju:

1. Znanje i vještine za uspostavljanje redakcijskih sistema koji će osigurati postojanje sistematskog praćenja, istraživanja i izvještavanja o dezinformisanju;
2. Poznavanje vrijednosti partnerstava između medijskih institucija, škola novinarstva, NVO-a, onih koji provjeravaju činjenice, zajednica, internetskih kompanija i regulatora u borbi protiv informacijskog zagađenja;
3. Znanje da postoji potreba da se javnost uključi i osvijesti zbog čega je važno štititi i braniti novinarstvo od prezasićenosti dezinformacijama ili od toga da postane meta zlonamjernih aktera koji režiraju kampanje dezinformisanja protiv novinara.

Sve u svemu, ova publikacija bi trebala pomoći društvima da postanu bolje informisana o rasponu društvenih odgovora na probleme dezinformisanja, uključujući odgovore vlada, međunarodnih organizacija, branitelja ljudskih prava, internetskih kompanija i zagovornika medijske i informacijske pismenosti. U njoj se naročito naglašava ono što mogu uraditi samo novinari i ljudi koji ih podučavaju i obučavaju.

Nadamo se da će ovaj priručnik dati svoj skroman doprinos jačanju ključnog doprinosa koji novinarstvo može pružiti društvu – kao i ambiciju Ciljeva održivog razvoja da se ostvari „javni pristup informacijama i osnovne slobode“. UNESCO se zahvaljuje urednicima i saradnicima na ostvarenju ove publikacije. Stoga je predajmo vama, čitaocima, i pozdravljamo vaše povratne informacije.

### **Guy Berger**

Direktor za slobodu izražavanja i razvoj medija, UNESCO  
Sekretar IPDC-a



# UVOD

Cherilyn Ireton i Julie Posetti<sup>1</sup>

Da bi služio kao model nastavnog plana i programa, ovaj priručnik je osmišljen tako da predavačima i trenerima novinarstva, zajedno sa studentima novinarstva, pružio okvir i lekcije koje će im pomoći da nađu svoj put među problemima koji se vežu uz „lažne vijesti“. Takođe se nadamo da će biti koristan vodič za profesionalne novinare.

U njemu su objedinjeni doprinosi vodećih međunarodnih predavača, istraživača i intelektualaca u oblasti novinarstva, koji pomažu da se unaprijedi novinarska metodologija i praksa kako bi se bolje nosili sa izazovima netačnih informacija i dezinformacija. Lekcije su kontekstualne, teoretske i, u slučaju online provjere, izuzetno praktične. Bilo da se predaju zajedno kao predmet ili odvojeno, mogu pomoći da se obnove postojeći moduli nastave ili kreiraju novi. Nakon Uvoda slijedi prijedlog *Kako koristiti ovaj priručnik kao model nastavnog plana i programa*.

Mnogo smo raspravljali o korištenju termina „lažne vijesti“ u naslovu i lekcijama. „Lažne vijesti“ su danas mnogo više od etikete za lažne i obmanjujuće informacije koje se maskiraju i distribuišu kao vijesti. To je postao emocionalan termin koji se koristi kao oružje za podrivanje i diskreditiranje novinarstva. Iz ovog razloga je poželjno, ali ne i obavezno korištenje pojmova netačno informisanje, dezinformisanje i „informacijski poremećaj“, kao što predlažu Wardle i Derakhshan.<sup>234</sup>

## **Zajednička deklaracija o slobodi izražavanja i „lažnim vijestima“, dezinformacijama i propagandi**

Ovaj priručnik je napravljen u kontekstu sve veće međunarodne zabrinutosti o „ratu dezinformacija“, u kojem su glavne mete novinarstvo i novinari. Početkom 2017. godine, kada je UNESCO naručio ovaj projekat, posebni izvjestitelj UN-a za promicanje i zaštitu prava na slobodu mišljenja i izražavanja, predstavica OSCE-a za slobodu medija, posebni izvjestitelj za slobodu izražavanja Organizacije američkih država (OAS) i posebni izvjestitelj za slobodu izražavanja i pristup informacijama Afričke komisije za ljudska prava i prava naroda (ACHPR) su izdali relevantnu zajedničku izjavu.

1 Alice Matthews of ABC Australia and Tom Law of the Ethical Journalism Network contributed research, ideas and resources which are reflected in this introduction.

2 Modul 2

3 Mnogi pisci i novinari su iznijeli svoje protivljenje korištenju termina „lažne vijesti“, uključujući Basson, A. (2016) If it's fake, it's not news. <https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706> [pristupljeno 12.06.2018]

4 Wardle, C et al. (2018). "Information Disorder: the essential glossary". Shorenstein Center, Harvard University. Dostupno na: [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/InfoDisorder\\_glossary.pdf?x25702](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/InfoDisorder_glossary.pdf?x25702) [pristupljeno 21.07.2018].

Deklaracijom su izrazili uznemirenost zbog širenja dezinformacija i propagande i napada na novinske medije kao „lažne vijesti“. Izvjestitelji i predstavnici su naročito istaknuli posljedice za novinare i novinarstvo:

“(Mi smo) Uznemireni zbog slučajeva u kojima javne vlasti omalovažavaju, zastrašuju i prijete medijima, između ostalog izjavama da su mediji „opozicija“ ili da „lažu“ i imaju skrivenu politički agendu, što povećava rizik od prijetnji i nasilja nad novinarima, umanjuje povjerenje i pouzdanje javnosti u novinarstvo kao čuvara javnog interesa te može obmaniti javnosti zamagljivanjem granica između dezinformacija i medijskih proizvoda koji sadrže nezavisno provjerljive činjenice.”<sup>5</sup>

### **Dezinformacije su stara priča ojačana novom tehnologijom**

Iskorištavanje i manipulacija informacija su istorijski bili prisutni mnogo prije nego što je moderno novinarstvo postavilo standarde koji vijesti definišu kao formu koja se zasniva na posebnim pravilima integriteta. Rani primjer toga smo pronašli u antičkom Rimu,<sup>6</sup> kada je Antonije upoznao Kleopatru, a njegov politički suparnik Oktavijan protiv njega pokrenuo kampanju blaćenja sa „kratkim i oštrim parolama napisanim na novčićima, u stilu arhaičnih Tweetova“.<sup>7</sup> Počinilac je postao prvi rimski car i „lažne vijesti su omogućile Oktavijanu da hakuje republički sistem jednom za svagda“.<sup>8</sup>

Međutim, u 21. vijeku svjedočimo nikada ranije viđenom nivou upotrebe informacija kao oružja. Moćne nove tehnologije pojednostavljaju manipulaciju i izmišljanje sadržaja, dok društvene mreže dramatično pojačavaju neistinitosti koje izmišljaju države, populistički političari i nepošteni korporativni subjekti, jer omogućavaju da ih dijele nekritične publike. Te platforme su postale plodno tlo za kompjutersku propagandu,<sup>9</sup> „trolovanje“<sup>10</sup> i „vojske trolova“<sup>11</sup>, „marionetske“ mreže<sup>12</sup> i tzv. „spoofer“.<sup>13</sup> Zatim je tu nastanak profilerskih „farmi trolova“ u periodu oko izbora.<sup>14</sup>

5 UN/OSCE/OAS/ACHPR (2017). Zajednička deklaracija o slobodi izražavanja i 'lažnim vijestima', dezinformacijama i propagandi: <https://www.osce.org/fom/302796?download=true> [pristupljeno 29/03/2017]. Takođe vidjeti: Kaye, D (2017) Izjava za Glavnu skupštinu UN-a 24. oktobra 2017: <https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E> [pristupljeno: 20.8.18].

6 Vidjeti vremensku liniju koja prikazuje odabrane pojave 'informacijskog poremećaja' – od Kleopatrinog doba do danas – u vodiču koji je objavio International Center for Journalists (ICFJ): Posetti, J. i Matthews, A. (2018): <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [pristupljeno 23.07.2018].

7 Kaminska, I. (2017). *A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome*. Financial Times. <https://www.ft.com/content/aaf2bbo8-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6> [pristupljeno 28.03.2018].

8 Isto

9 Vidjeti: Oxford Internet Institute's Computational Propaganda Project: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/> [pristupljeno 20.07.2018]

10 Vidjeti Modul sedam ovog priručnika za studije slučaja koje dokazuju ove prijetnje.

11 Rappler.com (2018) Fake News in the Philippines: Dissecting the Propaganda Machine <https://www.rappler.com/newsbreak/rich-media/199895-fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine> [pristupljeno 20.07.2018].

12 Gent, E. (2017). Sock puppet accounts unmasked by the way they write and post. <https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/> [pristupljeno 19.07.2018]

13 LeRoux, J. (2017). Hidden hand drives social media smears. <https://mg.co.za/article/2017-01-27-00-hidden-hand-drives-social-media-smears> [pristupljeno 19.07.2018].

14 Silverman, C et al (2018) *American Conservatives Played a Role in the Macedonian Fake News Boom of 2016* BuzzFeed <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert> [pristupljeno 20.07.2018].

Premda se vremena i tehnologije mijenjaju, istorija nam može pružiti uvid u uzroke i posljedice savremenog fenomena „informatijskog poremećaja“ kojim se bavimo u ovom priručniku. Da bi osigurali uravnoteženo izvještavanje o ovoj krizi, potičemo novinare, predavače i trenere novinarstva (zajedno sa njihovim učenicima) da proučavaju dezinformacije, propagandu, prevare i satiru kao istorijske karakteristike ekologije komunikacija.<sup>15</sup>

Razvoj novinarskih strategija za borbu protiv dezinformacija bi se, stoga, trebao odvijati sa sviješću da manipulacija informacijama traje već hiljadama godina, dok je evolucija novinarske profesionalizacije relativno nov pojam.<sup>16</sup> Dok se novinarstvo razvijalo, ispunjavajući normativnu ulogu u savremenom društvu, novinski mediji su uglavnom mogli da djeluju odvojeno od svijeta izmišljanja i skrivenih napada jer ih je štitilo novinarstvo koje teži profesionalnim standardima govorenja istine, metoda provjere i etičkom standardu javnog interesa. Samo novinarstvo je prošlo kroz nekoliko faza i ponavljanja u nastojanju da se razlikuje od ostalih. Danas je, i pored raznih vrsta „novinarstva“, još uvijek moguće identifikovati različite narative u istinskim vijestima, kao članove zajedničke porodice karakterističnih komunikacijskih praksi koje pokreću etičke norme, koje takođe žele da budu urednički nezavisne od političkih i komercijalnih interesa. Ali prije evolucije tih standarda, postojao je tek mali broj pravila o integritetu informacija koje se stavljaju u masovni promet.

Širenje Gutenbergove štamparske prese od sredine 15. vijeka nadalje je bilo od neprocjenjive vrijednosti za uspon profesionalnog novinarstva, ali ta tehnologija je takođe omogućila širenje propagande i prevara u koje su ponekad bile umiješane medijske institucije.<sup>17</sup> Emitovanje je podiglo mogućnosti propagande, prevara i podvala podiglo na novi nivo kako je, između ostalog, dokazala sada zloglasna radio drama „Rat svjetova“ emitovana 1938. godine.<sup>18</sup> Porast emitovanja na međunarodnom nivou je često svjedočilo primjerima instrumentalizacije informacija van granica profesionalnih i nezavisnih vijesti, premda su potpuno „izmišljene“ priče i direktna falsifikovanja uglavnom češće predstavljali izuzetak nego pravilo u narativima različitih igrača.

Takođe možemo nešto naučiti iz duge istorije ljudi koji su nasjeli na prvoaprilске šale – uključujući i pokojeg novinara.<sup>19</sup> Čak i danas se često dešava da novinsku satiru – koja

15 Posetti, J. i Matthews, A. (2018) A short guide to the history of 'fake news': A learning module for journalists and journalism educators ICFJ <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [pristupljeno 23.07.2018].

16 Vidjeti Modul 3 ovog priručnika.

17 Vidjeti, na primjer, prvu novinsku prevaru širokih razmjera – 'Velika prevara o životu na mjesecu' iz 1835. Više detalja u: Thornton, B. (2000). *The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers*, *Journal of Mass Media Ethics* 15(2), str. 89-100. [http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502\\_3](http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_3) [pristupljeno 28.03.2018].

18 Schwartz, A.B. (2015). *The Infamous "War of The Worlds" Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke*, *The Smithsonian*. <http://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/#h2FAexeJmuCHJfSt.99> [pristupljeno 28.03.2018].

19 Laskowski, A. (2009). *How a BU Prof April-Fooled the Country: When the joke was on the Associated Press*, *BU Today*. <https://www.bu.edu/today/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/> [pristupljeno 01.04.2018].

je imala važnu ulogu u službi odgovornosti novinarstva<sup>20</sup> – pogrešno shvate korisnici društvenih medija koji je dalje šire kao da su prave vijesti.<sup>21,22</sup> U nekim slučajevima, kao odraz istorijskih manifestacija, postoje slojevi i slojevi u kojima su stranice navodno satiričnog sadržaja zapravo dio šire mreže s ciljem prikupljanja zarade od oglašavanja uz pomoć lakovjernih konzumenata koji klikaju i dijele sadržaj. To ne utiče samo na „prevarantski“ sadržaj, već i na vjerodostojnost vijesti<sup>23</sup> – što je još jedan razlog zašto bi se novinari trebali odlučno truditi da njihovo izvještavanje bude tačno od početka. To je i snažan argument da društva publikama pruže kompetencije medijske i informacijske pismenosti<sup>24</sup> kako bi ljudi jasno i kritički mogli procijeniti razvijajuće forme i konvencije svih novinskih medija, oglašavanja, zabave i društvenih medija.

Istorija nas takođe uči da sile koje se kriju iza dezinformacija ne očekuju nužno da ubijede novinare ili širu publiku u istinitost lažnih tvrdnji, već da bace sjenu sumnje na položaj provjerljivih informacija koje produciraju profesionalni kreatori vijesti. Ova konfuzija znači da se mnogi konzumenti vijesti sve više osjećaju kao da imaju pravo da biraju ili kreiraju vlastite „činjenice“, ponekad uz pomoć političara koji žele da se zaštite od legitimne kritike.

Premotajmo do 2018. godine i procvata moćnih novih tehnoloških alata. One, zajedno sa karakteristikama društvenih medija i platformi za dopisivanje koje imaju ograničene standarde kontrole kvaliteta za utvrđivanje šta to čini vijest, olakšavaju krivotvorenje i imitiranje vjerodostojnih novinskih brendova kako bi prevare izgledale kao „prava stvar“. Sve je više moguće manipulirati audio i video sadržaje na načine koji nadilaze legitimno uređivanje vijesti, kako bi izgledalo da je neka osoba negdje nešto izjavila ili uradila te kako bi se to prihvatilo kao autentičan zapis<sup>25</sup> i postalo viralno u okruženju društvenih komunikacija.

Društvene medije danas pokreće mnogo vrsta sadržaja, od ličnog do političkog. Mnogo je primjera sadržaja koje su otvoreno ili prikriveno stvorile vlasti i/ili industrija kompanija za odnose s javnošću pod koje su pod ugovorom sa političkim ili komercijalnim akterima. Posljedično, bezbroj blogera, Instagram, „influensera“ i YouTube zvijezda promoviše proizvode i političare bez otkrivanja da su za to plaćeni. Tajno se isplaćuju i komentatori (često lažnih identiteta) koji rade na afirmaciji, diskreditiranju ili zastrašivanju na online forumima. U svemu time novinarstvo gubi oslonac i samo postaje meta, ne samo poštene kritike, nego i egzistencijalnih napada.

20 Baym, G. (2006) *The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism in Political Communication* Taylor and Francis Volume 22, 2005 - Issue 3pp 259-276 <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492> [pristupljeno 20.07.2018].

21 Woolf, N. (2016) *As fake news takes over Facebook feeds, many are taking satire as fact*, The Guardian, <https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire> [pristupljeno 01.04.2018].

22 Abad-Santos, A. (2012). *The Onion Convinces Actual Chinese Communists that Kim Jong-Un is Actually the Sexiest Man Alive*, The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/onion-convinces-actual-chinese-communists-kim-jong-un-actually-sexiest-man-alive/321126/> [pristupljeno 28.03.2018].

23 Vidjeti Modul tri ovog priručnika za detaljniji pregled ove teme

24 Vidjeti Modul četiri

25 Solon, O (2017) *The future of fake news: Don't believe everything you see, hear or read* in The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face2face-doctored-content> [pristupljeno 20.07.2018].

Sada prijete opasnost „trke u naoružanju“ narodnih i međunarodnih dezinformacija koje se šire preko partijskih „novinskih“ organizacija i društvenih medijskih kanala, zagađujući informacijsko okruženje za sve strane na način koji se može osvetiti samim njihovim pokretačima.<sup>26</sup> Tamo gdje se kampanje dezinformisanja razotkrivene, kao rezultat je nanosena velika šteta uključenim subjektima – kako agencijama koje su ih provodile, tako i njihovim političkim klijentima (vidjeti nedavne slučajeve Bell-Pottinge<sup>27 28 29 30</sup> i Cambridge Analytica<sup>31 32</sup>).

Posljedica svega ovoga je rizik da će dezinformacije na „digitalni pogon“, u kontekstima polarizacije, zasjeniti ulogu novinarstva. Štaviše, novinarstvo zasnovano na provjerljivim informacijama koje se objavljuju u javnom interesu – relativno novo postignuće koje ni u kom slučaju nije zagarantovano – i samo može postati diskreditovano ako se ne poduzmu mjere predostrožnosti za izbjegavanje manipulacije. Kada novinarstvo postane prenosnik dezinformacija, to dodatno umanjuje povjerenje javnosti i promovira ciničan stav da nema razlike između različitih narativa u novinarstvu sa jedne, i narativa dezinformacija sa druge strane. Zbog toga je poučna istorija sporne upotrebe sadržaja i njenih različitih oblika. Razumijevanje mnogih lica evolucije „informacijskog poremećaja“ u 21. vijeku bi trebalo pomoći biljem razumijevanju uzroka i posljedica ove neviđene globalne prijetnje – koje se kreću od uznemiravanja novinara od strane državno odobrenih „vojski trolova“ do manipulisanja izborima, nanošenja štete javnom zdravlju i nepriznavanja rizika klimatskih promjena.

### ***Priručnik kao pomoć u borbi protiv krize dezinformacija***

Kao nastavni plan i program, ovaj priručnik ima dva različita dijela: prva tri modula uokviruju problem i daju mu kontekst; sljedeća četiri modula se fokusiraju na odgovore na „informacijski poremećaj“ i njegove posljedice.

Modul jedan, *Istina, povjerenje i novinarstvo: zašto je to važno*,<sup>33</sup> će potaknuti razmišljanje o širem značaju i posljedicama dezinformacija i netačnih informacija i tome kako one potpiruju krizu povjerenja u novinarstvo.

26 Winseck, D (2008). Information Operations ‘Blowback’: Communication, Propaganda and Surveillance in the Global War on Terrorism. *International Communication Gazette* 70 (6), 419-441

27 The African Network of Centers for Investigative Journalism, (2017). The Guptas, *Bell Pottinger and the fake news propaganda machine*, Time Live. <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [pristupljeno 29.03.2018].

28 Cameron, J. (2017) *Dummy’s guide: Bell Pottinger – Gupta London agency, creator of WMC, BizNews* <https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc> [pristupljeno 29.03.2018] and Segal, D. (2018) How Bell Pottinger, P.R. Firm for Despots and Rogues, Met Its End in South Africa. *New York Times*, 4 Feb 2018. <https://www.nytimes.com/2018/02/04/business/bell-pottinger-guptas-zuma-south-africa.html> [pristupljeno 29.03.2018].

29 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: *The Gupta fake news factory and me*. Huff Post South Africa. [online] Dostupno na: [https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me\\_a\\_22126282/](https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/) [pristupljeno 06.04.2018].

30 See Module Seven

31 Lee, G. (2018). Q&A on *Cambridge Analytica: The allegations so far, explained*, Fact Check, Channel 4 News. <https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far> [pristupljeno 29.03.2018].

32 Cassidy, J. (2018). *Cambridge Analytica Whistleblower claims that cheating swung the Brexit vote*, *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vote> [pristupljeno 29.03.18].

33 Vidjeti Modul jedan.

Drugi modul, *Razmišljanja o „informacijskom poremećaju“: formati netačnog informisanja i dezinformisanja*<sup>34</sup> razlaže problem i daje okvir za razumijevanje dimenzija problema.

U 21. vijeku, u većini dijelova svijeta, krhko povjerenje u medije je opadalo i prije nego što su se društvene mreže pojavile na sceni vijesti i svima pružile prostor i alate za dijeljenje informacija.<sup>35</sup> Razlozi su različiti i složeni. Online svijet, koji je non-stop aktivan i ima neutaživu potražnju za novinskim sadržajem u vrijeme smanjenja redakcija, je promijenio novinarstvo, kako je opisano u Modulu tri, *Transformacija industrije vijesti: digitalna tehnologija, društvene platforme i širenje netačnih informacija i dezinformacija*.<sup>36</sup> Sada su čisti razmjeri, poduzetnost i raširenost obmanjujućih vijesti koje se dijele online stvorili novu krizu za novinarstvo, sa posljedicama za novinare, medije i društvo.<sup>37</sup>

Kako onda trebaju reagovati oni koji promovišu novinarstvo, uključujući predavače, praktičare i kreatore politika u oblasti medija? *Borba protiv dezinformacija i netačnih informacija putem medijske i informacijske pismenosti*<sup>38</sup> je tema Modula četiri.

Ono što, naposljetku, razdvaja profesionalno novinarstvo od ostalih<sup>39</sup> je disciplina provjeravanja, i na to se fokusira Modul pet, *Verifikacija: uvod u provjeru činjenica*<sup>40</sup>; Modul šest, *Verifikacija na društvenim medijima: procjena izvora i vizuelnih sadržaja*<sup>41</sup> je veoma praktičan i bavi se izazovima provjeravanja i novinarstva zasnovanog na dokazima, koje istiskuju digitalna tehnologija i društveni mediji.

U procesu omogućavanja svima da budu dio procesa vijesti, društvena mreža je uzrokovala gubitak centralizovanih čuvara.<sup>42</sup> U novinarstvu se osjete posljedice toga, ali kao sa svakim poremećajem koji je uzrokovala tehnologija, potrebno je vrijeme za procjenu, mjerenje i formulisanje odgovora. Ne može se zaobići period hvatanja koraka koji prethodi istraživanjima i konkretnim najboljim praksama.

Dezinformacije su istinski globalan problem koji prevazilazi političku sferu i doseže do svih aspekata informacija, uključujući klimatske promjene, zabavu, itd. Međutim, do sada je veliki broj dokumentovanih studija slučajeva, prve reakcije i rano finansiranje istraživanja i alata potekao iz SAD-a, gdje su smješteni globalni tehnološki giganti, a optužbe predsjednika

---

34 Vidjeti Modul dva.

35 Edelman. (2017). 2017 *Edelman Trust Barometer- Global Results*. Dostupno na <https://www.edelman.com/global-results/> [pristupljeno 03.04.2018].

36 Vidjeti Modul tri

37 Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis*. [online] The Guardian. Dostupno na <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [pristupljeno 03.04.2018].

38 Vidi Modul 4

39 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What news people should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.

40 Vidjeti Modul pet

41 Vidi Modul šest

42 Colón, A. (2017). *You are the new gate keeper of the news*. [online] The Conversation. Dostupno na: <https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862> [pristupljeno 03.04.2018].



SAD-a Donalda Trumpa da su medijske institucije i novinari zagovornici „lažnih vijesti“ pokrenule aktivnosti i dodjelu sredstava.

Globalna slika se svakodnevno mijenja, naročito sa aspekta odgovora pojedinih država – od kojih mnoge razmatraju regulativu i zakonodavstvo kao odgovor na problem. Tehnološki giganti su takođe pojačali napore da sa svojih platformi izbace dezinformacije i netačne informacije.

Dok se pripremala ova publikacija, Evropska komisija je napravila izvještaj<sup>43</sup> na osnovu istrage<sup>44</sup> zbog zabrinutosti da su dezinformacije i netačne informacije štetne cijelom društvu.<sup>45</sup> Političari i tijela za donošenje politika u zemljama od Australije do Filipina, Kanade, Francuske, Velike Britanije, Brazila, Indije i Indonezije su razmatrali šta trebaju poduzeti.<sup>46</sup> Po pitanju regulative, Njemačka je napravila prvi potez s novim zakonom koji predviđa oštre novčane kazne za digitalne platforme koje ne uklone „nezakonit sadržaj“ i govor mržnje u roku od 24 sata nakon primanja prijave.<sup>47</sup> Malezijski Parlament je takođe usvojio Zakon protiv lažnih vijesti u aprilu 2018. godine, ali je opozvan u augustu.<sup>48</sup> Dopunjenu listu odgovora država je sastavio Poynter.<sup>49</sup>

Sloboda izražavanja zagovara strah da će zakoni naštetiti demokratizaciji informacija i stavova koju su omogućile nove tehnologije. U nekim zemljama se zakoni mogu koristiti za ušutkivanje kritičkih medija.<sup>50</sup>

Za mnoge novinare koji snažno vjeruju u slobodu izražavanja i dugo se smatraju ključnim igračima u njenu korist u demokratskim društvima,<sup>51</sup> kako se nositi s „informacijskim poremećajem“ predstavlja složeno pitanje. Ono je takođe lično: online napadi na novinare, naročito žene, su postali previše uobičajeni i u mnogim slučajevima predstavljaju i fizičku i psihološku opasnost, dok istovremeno koče novinarstvo. To je opisano u Modulu sedam

---

43 Evropska komisija (2018). Final report of the High-Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation. [http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=50271](http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271) [pristupljeno 03.04.2018].

44 Evropska komisija (2017). *Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation*. [online] Dostupno na: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-17-4481\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm) [pristupljeno 03.04.2018].

45 Ansip, A. (2017). *Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response*. Dostupno na: [https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism\\_en](https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism_en) [pristupljeno 03.04.2018].

46 Malloy, D. (2017). *How the world's governments are fighting fake news*. [online] ozy.com. Dostupno na: <http://www.ozy.com/politics-and-power/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671> [pristupljeno 03.04.2018].

47 Federal Ministry of Justice and Consumer Protection. (2017). *Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks* (Network Enforcement Act, netzdg). [online]. Dostupno na: [http://www.bmjv.de/DE/Themen/fokusthemen/netzdg/\\_documents/netzdg\\_englisch.html](http://www.bmjv.de/DE/Themen/fokusthemen/netzdg/_documents/netzdg_englisch.html) [pristupljeno 03.04.2018].

48 *Malaysia scraps 'fake news' law used to stifle free speech*. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2018/aug/17/malaysia-scraps-fake-news-law-used-to-stifle-free-speech> [pristupljeno 18.08.2018]

49 Funke, D. (2018). *A guide to anti-misinformation actions around the world* (Poynter). Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [pristupljeno 13.07.2018].

50 Nossel, S. (2017). *FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [e-knjiga] PEN America. Dostupno na: [https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America\\_Faking-News-Report\\_10-17.pdf](https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf) [pristupljeno 03.04.2018].

51 McNair, B. (2009). *Journalism and Democracy*. U: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch, ur., *Handbook of Journalism Studies*, 6. izdanje [online] New York: Routledge

Borba protiv online zlostavljanja: kada novinari i njihovi izvori postanu mete.<sup>52</sup>

Dezinformacije i netačne informacije podrazumijevaju više od dovođenja u pitanje reputacije i sigurnosti novinara. One dovode u pitanje svrhu i efikasnost novinara i potiču degradaciju novinarstva na štetu građanskog diskursa. Pобоljšanje standarda i društvene relevantnosti je u interesu svih budućih novinara i društva u cjelini. Ovaj priručnik bi trebao izazvati istraživače, studente i praktičare da razmišljaju i raspravljaju o tome kako novinarstvo može bolje služiti otvorenim društvima i demokratijama u novom kontekstu, jer:

*„Funkcionalna štampa i demokratija zahtijevaju kritiku, transparentnost i posljedice za novinarske greške. One takođe zahtijevaju da ih kolektivno možemo razlikovati od laži i obmana. U suprotnom...stvarne informacije će se predstavljati kao lažne, dok će se proizvedene (smeće) predstavljati kao činjenice.“ - Craig Silverman<sup>53</sup>*

### **Bilješka o etici i samoregulaciji**

Profesionalni standardi etičkog i odgovornog novinarstva su važna odbrana od dezinformacija i netačnih informacija. Norme i vrijednosti koje usmjeravaju ljude koji se bave novinarstvom su evoluirale tokom godina kako bi novinarstvu dale njegovu karakterističnu misiju i način rada. Zauzvrat, oni podržavaju provjerljive informacije i informirani sadržaj koji se objavljuje u javnom interesu. Upravo ti faktori podupiru vjerodostojnost novinarstva. Kao takvi, utkani su u tkivo ovog priručnika.

U tom kontekstu vrijedi citirati profesora Charlieja Becketta sa London School of Economics, koji je ukratko opisao potencijalnu vrijednost krize „lažnih vijesti“ za novinarstvo:

*„...lažne vijesti su najbolje što se dogodilo decenijama. One kvalitetnom novinarstvu glavne struje pružaju priliku da pokaže svoju vrijednost zasnovanu na stručnosti, etici, angažmanu i iskustvu. To je poziv za buđenje da budemo transparentniji, relevantniji i dodamo vrijednost životima ljudi. One mogu razviti novi poslovni model provjeravanja činjenica, razotkrivanja mitova i generalnog organizovanja kako bismo bili bolja alternativa lažima.“<sup>54</sup>*

Premda teže tome da govore istinu, novinari ne mogu uvijek garantovati „istinu“. Bez obzira na to, težnja da se otkriju stvarne činjenice i proizvodnja sadržaja koji tačno odražava činjenice su ključni principi novinarstva. Ali, kako etičko novinarstvo izgleda u digitalnom dobu?

<sup>52</sup> Vidjeti Modul sedam

<sup>53</sup> Silverman, C. (2018). *I Helped Popularize The Term “Fake News” And Now I Cringe Every Time I Hear It*. BuzzFeed. Dostupno na: <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-cringe> [pristupljeno 03.04.2018].

<sup>54</sup> Beckett, C. (2017). *‘Fake news’: The best thing that’s happened to Journalism at Polis*. <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/> [pristupljeno 04.03.2018].



Etičko novinarstvo koje cijeni transparentne prakse i odgovornost je ključan dio odbrane u borbi za zaštitu činjenica i istine u eri „informatičkog poremećaja“. Novinari moraju biti nezavisni glasovi. To znači da oni ne djeluju, formalno ili neformalno, u ime posebnih interesa. To također znači priznavanje i javno otkrivanje svega što može predstavljati sukob interesa – u interesu transparentnosti. Kako je objasnila profesorica Emily Bell iz Tow Center for Digital Journalism na Univerzitetu Columbia, ključne profesionalne novinarske vrijednosti znače:

*“Osigurati da su vijesti tačne, biti odgovorni za njih ako nisu tačne, biti transparentni po pitanju izvora priča i informacija, suprotstavljanje vlastima, grupama koje vrše pritisak, komercijalnim interesima, policiji ako vas zastrašuju, prijete vam ili vas cenzorišu. Štiti svoje izvore od hapšenja i zatvaranja. Znati kada imate dovoljno snažno opravdanje javnog interesa da prekršite zakon i biti spremni otići u zatvor kako bi odbranili svoju priču i izvore. Znati kada nije etički ispravno objaviti nešto. Balansirati individualno pravo na privatnost i šire pravo javnog interesa.”<sup>55</sup>*

Suočeni sa beskrupuloznom politikom, krizom „informatičkog poremećaja“, manifestacijom online mržnje, procvatom „content-marketinga“, oglašavanjem i samoživim spinom na odnose s javnošću, novinske organizacije i novinari bi i dalje trebali cijeliti etičko novinarstvo kao centralni stub održivog modela rada – čak i kada se bore sa finansijskom i krizom povjerenja. Demokratije bi također trebale imati ulogu u odbrani novinarstva i zaštiti novinara i njihovih izvora tamo gdje postoji opravdanje javnog interesa.

Etički kodeksi,<sup>56</sup> osmišljeni tako da podržavaju prikupljanje informacija i verifikaciju u javnom interesu, su ono što po čemu se novinarstvo, posebno izvještavanje vijesti, razlikuje od drugih vrsta komunikacije. Dodatno su dobili na značaju u digitalnom dobu u kojem se ne odvija samo demokratizacija komunikacije, nego i konstantan protok dezinformacija, netačnih informacija, laži i zloupotreba. U tom kontekstu etičko novinarstvo postaje još važnije kao okvir za utvrđivanje modela novinarstva koji preferiraju povjerenje i odgovornost u interesima izgradnje smisleno angažovanih odnosa sa publikama.

Povjerenje u izvještavanje koje je tačno, odgovorno i nezavisno je ključno za pridobijanje publika i omogućavanje zajedničke javne sfere u kojoj se mogu odvijati rasprave na osnovu objavljenih činjenica. Informisane publike koje se angažuju i dijele vjerodostojan sadržaj su esencijalan protuotrov za širenje dezinformacija i netačnih informacija.

55 Bell, E. (2015). Hugh Cudlipp Lecture (Fulltext), The Guardian <https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text> [pristupljeno 01.04.2018].

56 Vidjeti, na primjer, Etički kodeks novinara Saveza medija, zabave i umjetnosti Australije. Dostupno na: <https://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/> [pristupljeno: 04.03.2018].

Da bi se ove centralne vrijednosti ugradile i primjenjivale u promjenljivom medijskom okruženju, redakcije i medijske organizacije usvajaju i prilagođavaju kodekse ponašanja i stvaraju mehanizme kojima ih javnost može pozivati na odgovornost – vijeća za štampu, urednici čitaoci, uredničke politike i međunarodni ombudsmeni su dijelovi struktura samoregulacije. Te strukture omogućavaju identifikaciju grešaka u profesionalnom kontekstu vršnjačke provjere, mogu olakšati javno priznanje grešaka i zahtijevati ispravke i pomažu da se unaprijede profesionalne norme vezane uz standard objavljivanja u javnom interesu. Premda ih kritičari koji preferiraju eksternu regulaciju novinskih medija često sa omalovažavanjem nazivaju „bezubim tigrovima“, ove strukture služe važnoj svrsi u kontekstu krize dezinformacija: pomažu u jačanju profesionalne odgovornosti i transparentnosti i, zbog toga, mogu povratiti povjerenje zajednice u novinarstvo. One takođe pomažu da se označe specifične karakteristike novinarstva koje usvaja disciplinu verifikacije kako bi postiglo tačnost i pouzdanost i na taj način ga razlikuje od dezinformacija, propagande, oglašavanja i odnosa s javnošću.

### **Od „novinara“ do novinarstva**

Prošli su dani kada je novinarska etika bila ograničena na rad (ako ne uvijek u potpunosti poštovana) u karijeri ili zanimanju/struci. To je činjenica koja je opštepriznata, čak su i Ujedinjene nacije to priznale u izvještaju generalnog sekretara o sigurnosti novinara A/72/290 iz 2017. godine,<sup>57</sup> gdje stoji da:

„Pojam ‘novinar’ podrazumijeva novinare i druge medijske radnike. Novinarstvo je definisano u dokumentu CCPR/C/GC/34, stav 44, kao ‘funkcija koju dijeli veliki broj aktera, uključujući profesionalne reportere s punim radnim vremenom i analitičare, kao i blogere i druge osobe koje se bave različitim oblicima samoobjavlivanja u štampi, na internetu ili negdje drugo.’“<sup>58</sup>

U istom tom duhu, Generalna konferencija UNESCO-a spominje „novinare, medijske radnike i kreatore sa društvenih medija koji proizvode značajnu količinu novinarstva, kako online, tako i offline“ (Rezolucija 39, novembar 2017.)<sup>59</sup>. UN-ov Akcioni plan za sigurnost novinara i sprečavanje nekažnjivosti, koji je potvrdio Odbor glavnih sekretara UN-a 2012. godine, navodi se da: „zaštita novinara ne treba biti ograničena samo na formalno priznate novinare, već pokrivati i druge, uključujući medijske radnike iz zajednica i građane novinare, kao i ostale koji koriste novinske medije kao sredstvo za komunikaciju s publikom“.<sup>60</sup>

<sup>57</sup> Dostupno na: <https://digitallibrary.un.org/record/1304392?ln=en> [pristupljeno 16.06.2018].

<sup>58</sup> Vidjeti takođe dokumente UN-a A/HRC/20/17, stavove 3-5, A/HRC/20/22 i Ispr.1, stav 26, A/HRC/24/23, stav 9, A/HRC/27/35, stav 9, A/69/268, stav 4, i A/HRC/16/44 i Ispr.1, stav 47.

<sup>59</sup> Zapisnik sa 39. sjednice Generalne konferencije u Parizu, 30. oktobar – 14. novembar 2017. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [pristupljeno 02.07.2018].

<sup>60</sup> Akcioni plan za sigurnost novinara i sprečavanje nekažnjivosti UN-a. 1CI-12/CONF.202/6 [https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists\\_en.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_en.pdf) [pristupljeno 03.11.2017].

U ovom svjetlu, novinarstvo se može posmatrati kao aktivnost vođena etičkim standardima provjerljivih informacija objavljenih u javnom interesu. Oni koji tvrde da se bave novinarstvom ne moraju biti samo novinari u strukovnom smislu, dok oni koji su zaposleni kao, ili se identifikuju kao novinari mogu povremeno ili čak sistematski biti neuspješni u proizvodnji sadržaja koji se smatra tačnim, poštenim i nezavisnim novinarstvom u javnom interesu. Ono što je važno nije formalni ili traženi status, koliko osobine sadržaja koji se proizvodi.

Iako se novinarstvo zasniva na praktikovanju slobode izražavanja, koja je pravo svih ljudi, ono je i specijalizovana vježba koju karakteriše pridržavanje posebnih standarda koji ga razlikuju od drugih oblika izražavanja (npr. poezije, odnosa s javnošću, oglašavanja, dezinformacija i sl.). Ti standardi su usko povezani sa etičkim normama profesionalnog novinarskog rada.

### ***Je li transparentnost nova objektivnost?***

Objektivnost može značiti mnogo toga. U smislu odvojenosti od subjektivnosti, ona je sporna tema u profesionalnom novinarstvu. Njoj se može težiti, ali je rijetko potpuno moguća, a nekada nije ni poželjna kada svjedočimo brutalnosti ili nehumanosti (na primjer, pošteno i nezavisno izvještavanje neće dati jednaku moralnu težinu tvrdnjama osoba koje su osuđene za ratne zločine kao tvrdnjama osoba koji su ih pretrpili – iako čak i potonje ne trebaju biti iznad provjere tačnosti). Ali **poštenje, nezavisnost, tačnost, kontekstualnost, transparentnost, zaštita povjerljivih izvora i pronicljivost**<sup>61</sup> izvještavanja grade povjerenje, vjerodostojnost i pouzdanost.

Istraživač sa Univerziteta Harvard, dr David Weinberger, je 2009. godine izjavio: „Transparentnost je nova objektivnost“.<sup>62</sup> Iste te godine je bivši direktor BBC-jevog Odjela globalnih vijesti, Richard Sambrook, objasnio da je transparentnost, a ne objektivnost, ono što dobiva povjerenje u „novom medijskom dobu“:

„...danas vijesti još uvijek moraju biti tačne i poštene, ali je jednako važno da čitaoci, slušaoci i gledaoci vide kako se vijesti proizvode, odakle dolaze informacije i kako to sve funkcioniše. Proces nastanka vijesti je jednako važan kao i objavljivanje vijesti.“

### ***Tačke razlikovanja***

Prethodno opisane ključne komponente profesionalnog novinarskog rada ne znače da postoji samo jedna vrsta novinarstva. Ti se ciljevi mogu ispuniti u mnogo različitih novinarskih stilova i priča, od kojih svaka utjelovljuje različit narativ koji se, opet, zasniva na različitim vrijednostima i perspektivama poštenja, kontekstualnosti, relevantnih činjenica, itd. Na primjer, medijske kuće mogu imati različite pristupe istoj vijesti (neke

<sup>61</sup> Vidjeti 'ključne principe' u sljedećem poglavlju

<sup>62</sup> Weinberger, D. (2009). Transparency is the new objectivity. <http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/> [pristupljeno 28.03.2018].

je mogu i ignorisati), a da to ne znači da su napustile „informativni posao“ i zašle u područje dezinformacija i netačnih informacija (vidjeti sljedeće poglavlje, *Korištenje priručnika kao modela nastavnog plana i programa*, kao i Module 1, 2 i 3). Međutim, ako sam sadržaj odstupa od novinarskih principa, a naročito ako se i dalje predstavlja kao vijest, tada se više ne radi o novinarstvu, već o posebnoj vrsti dezinformisanja. netačnih informacija (vidjeti sljedeće poglavlje, *Korištenje priručnika kao modela nastavnog plana i programa*, kao i Module 1, 2 i 3). Međutim, ako sam sadržaj odstupa od novinarskih principa, a naročito ako se i dalje predstavlja kao vijest, tada se više ne radi o novinarstvu, već o posebnoj vrsti dezinformisanja.

Ovo uvodno poglavlje je izložilo raspon problema koji su rezultat debate o „lažnim vijestima“ te dalo kontekst modulima za tumačenja, analize i učenje koji slijede.

# KORIŠTENJE PRIRUČNIKA KAO MODELA NASTAVNOG PLANA I PROGRAMA

Julie Posetti

Ovaj kurs koristi heuristički pedagoški model,<sup>1</sup> što znači da potiče korisnike da u proces uvedu vlastita iskustva. Lekcije nisu zamišljene tako da budu preskriptivne; umjesto toga, mogu se i trebaju prilagoditi specifičnim nacionalnim, kulturološkim, institucionalnim i industrijskim kontekstima podučavanja i učenja. Premda smo nastojali da osiguramo njihovu globalnu relevantnost, neizbježno je da i dalje imaju ograničenja. Autori snažno potiču predavače, instruktore i učesnike da u predstavljene studije slučajeva, primjere i izvore uvrste vlastita iskustva iz svojih regija i na svojim jezicima.

S tim na umu, priručnik se može koristiti na dole navedene načine:

- ▶ Kao sveobuhvatan studij koji će se uvesti u postojeći visokoškolski studij novinarstva, komunikacija, digitalnih medija ili medijskih studija. Može se ponuditi i kao izborni predmet na studiju politologije ili sociologije koji se dotiču tema medija i komunikacija.
- ▶ Kao resurs za dopunjavanje postojećih nastavnih predmeta (npr. istorija medija; medijska etika; izvori i provjera vijesti, medijska kritika, praksa digitalnih medija, društveno novinarstvo). Veliki dio ponuđenih studija slučajeva, nastavnih materijala i predložene literature se može uvrstiti u postojeće predmete kao način ažuriranja sadržaja da bi bio ukorak sa brzorastućom krizom dezinformisanja.
- ▶ Kao samostalan nastavni predmet ili sveobuhvatan kurs koji će novinske organizacije, industrijska tijela i agencije za razvoj medija ponuditi novinarima, borcima za ljudska prava i drugim novinarskim radnicima.
- ▶ Kao priručnik za obuku: novinarski treneri mogu prilagoditi ove module vlastitim potrebama, oslanjajući se na preporučenu literaturu i studije slučajeva kako bi sastavili užu grupu resursa namijenjenu karakterističnim grupama novinara.
- ▶ Kao inspiracija za serijal objava na blogu neke organizacije iz medijske industrije, medijske kuće ili agencije za razvoj medija, kao način dijeljenja znanja.

<sup>1</sup> Banda, F. (Ur.) 2015 Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi (UNESCO, Pariz <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf>) [pristupljeno: 28.03.2018].

- ▶ Kao resurs za profesionalne novinare i njihov intelektualni i profesionalni razvoj. Na primjer, mnoge od opisanih tehnika se mogu iskoristiti u izvještavanju kroz samostalno učenje. Neke od studija slučajeva mogu poslužiti i kao inspiracija za sofisticiranije izvještavanje i prilika da se lokalne ideje za priču istraže sa složenijim kontekstualnim temeljima (npr. priča o podvali koja je zavarala lokalne novinare se može sagledati u kontekstu međunarodne istorije podvala, s naglaskom na najnovije primjere viralne distribucije dezinformacija i netačnih informacija preko društvenih medija).
- ▶ Kao temelj zbirke literature, resursa i alata osmišljenih tako da se razvijaju zajedno sa širenjem istraživanja i praksi u ovoj novoj oblasti.

## ***Ključni principi***

Uz pomoć transparentnosti procesa i eksplicitne primjene etičkih standarda, glavna uloga današnjeg novinarstva leži u njegovoj sposobnosti da provjerenom sadržaju da jasnoću i izgradi povjerenje u njega. Sljedećih sedam principa, koji se u različitoj mjeri odnose na etiku, trebaju poslužiti kao osnova za predavanje ovog predmeta i usmjeravati vježbe, rasprave i ocjene:<sup>2</sup>

- ▶ **Tačnost:** Novinari ne mogu uvijek garantovati „istinu“, ali tačnost i utvrđivanje činjenica i dalje ostaju ključni princip novinarstva.
- ▶ **Nezavisnost:** Novinari moraju biti nezavisni glasovi. To znači da ne smiju raditi, formalno ili neformalno, u ime posebnih interesa i moraju prijaviti sve što bi moglo predstavljati sukob interesa u interesu transparentnosti.
- ▶ **Poštenje:** Pošteno izvještavanje informacija, događaja, izvora i njihovih priča podrazumijeva prebiranje, vaganje i procjenjivanje informacija otvorenog i oštrog uma. Davanje konteksta i predstavljanje različitih i suprotnih stanovišta gradi povjerenje i pouzdanost u izvještavanje.
- ▶ **Povjerljivost:** Jedno od osnovnih načela istraživačkog novinarstva je zaštita povjerljivih izvora (sa najmanjim izuzecima). To je ključno za održavanje povjerenja izvora informacija (uključujući „zviždače“) i, u nekim slučajevima, osiguravanje sigurnosti tih izvora.<sup>3</sup>
- ▶ **Humanost:** Ono što novinari objavljuju ili emituju može biti nužno bolno

2 Napomena: Pet od ovih sedam principa se oslanja na „Pet ključnih principa novinarstva“ (‘Five Core Principles of Journalism’) Ethical Journalism Network <http://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism> [pristupljeno 22.4.2018]. Međutim, tu se prednost daje ‘poštenju’ a ne ‘nepristrasnosti’, jer se nepristrasnost često svrstava zajedno sa objektivnosti i pogrešno razumije kao zahtjev da svi izvori i činjenice budu jednako zastupljeni. To je problematičan koncept iz istog razloga zbog kojeg je i ‘objektivnost’ danas osporavana ideja u novinarstvu.

3 Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO) <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [pristupljeno 28.03.2018].

(npr. korumpirani političar se može osjećati poniženim kada ga razotkrije kvalitetno istraživačko novinarstvo), ali uticaj novinarstva na živote drugih se svejedno mora uzeti u obzir. Javni interes je u tome glavni vodeći princip.<sup>4</sup> Humanost takođe znači da treba razmotriti probleme sa kojima se suočavaju ugrožene skupine, premda to nužno ne podrazumijeva, na primjer, usvajanje novinarskog stila koji konstantno zagovara društvenu pravednost.

- ▶ **Odgovornost** je siguran znak profesionalnosti i etičkog novinarstva;<sup>5</sup> brzo, javno i iskreno ispravljanje grešaka; slušanje prigovora publike<sup>6</sup> i odgovaranje na njih. Te prakse se mogu odražavati u vodičima i napomenama novinskih organizacija i tijela za samoregulaciju koji pozivaju novinarstvo na odgovornost dobrovoljnim profesionalnim kodeksima ponašanja.
- ▶ **Transparentnost** u praksi podržava odgovornost i pomaže u razvoju i održavanju povjerenja u novinarstvo.<sup>7</sup>

U tom kontekstu i zajedno sa nezavisnosti novinarstva, važna su i pitanja slobode i pluralizma medija. Pluralizam institucija, kao i raznovrsnost kadrova, izvora i istraživačkih materijala, su ključni ako novinarstvo kao cjelina želi dati doprinos demokratiji i održivosti otvorenih društava. Participatorni mediji, kao što su lokalne radio stanice i društveni mediji, su takođe važni kako bismo osigurali da glasovi nezastupljenih ili ugroženih grupa ne budu na marginama pravljenja vijesti. Pluralizam takođe podrazumijeva prepoznavanje vrijednosti različitih narativa u okvirima etičke novinarske prakse, uz istovremeno identifikovanje dezinformacija, propagande i drugih vrsta sadržaja koji nisu u okvirima profesionalnih standarda. (Vidjeti Module 1, 2 i 3).

## Pitanja za razmatranje

---

Svaka diskusija o etičkoj novinarskoj praksi u svijetu u kojem su dezinformacije, netačne informacije i propaganda viralne može početi razmatranjem sljedećih pitanja:

- ▶ Šta tačno predstavlja novinarstvo u digitalnom dobu? (Ovo pitanje može preusmjeriti razgovor od pitanja „Ko je novinar?“ prema slojevitom razumijevanju savremenog novinarstva.)
- ▶ Po čemu se novinarstvo razlikuje od šireg pojma online i offline kreiranja i objavljivanja sadržaja (uključujući oglašavanje, marketing, odnose s javnošću, dezinformacije i netačne informacije)?

4 Za novi etički model koji primjenjuje empatiju u digitalnom dobu vidjeti: Shelton, A. G., Pearson, M. i Sugath, S. (2017) *Mindful Journalism and News Ethics in the Digital Era: A Buddhist Approach*. Routledge, London. <https://www.crcpress.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-in-the-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarath/p/book/9781138306066> [pristupljeno 01.04.2018].

5 Vidjeti: <http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism> [pristupljeno 22.4.2018].

6 Locker, K. & Kang, A. (2018). Focused listening can help address journalism's trust problem, at American Press Institute. <https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/> [pristupljeno 28.03.2018].

7 Aronson-Rath, R. (2017). Transparency is the antidote to fake news on NiemanLab, decembar 2017. <http://www.niemanlab.org/2017/12/transparency-is-the-antidote-to-fake-news/> [pristupljeno 15.06.2018].



- ▶ Čijim interesima bi trebao služiti novinarski radnik?
- ▶ Trebaju li se novinarski radnici smatrati odgovornim za sadržaj koji proizvode/objavljaju? Ako je odgovor da, zašto i ko bi to trebao raditi? Ako je odgovor ne, zašto ne?
- ▶ Koje etičke obaveze novinarski radnici imaju prema svojim izvorima, predmetima i publikama?
- ▶ Koje nove etičke dileme novinarski radnici sada trebaju uzeti u obzir u kontekstu „informativnog poremećaja“?

### **Kriteriji procjene**

---

Sveobuhvatna svrha ove publikacije je da produbi kapacitete za kritičko razmišljanje i ojača odbrambene mehanizme studenata novinarstva, profesionalnih novinara i drugih osoba koje se vrše „činove novinarstva“. Standardi tačnosti i provjere, skupa sa pridržavanjem esencijalnih etičkih vrijednosti, detaljnost istraživanja i kritička analiza trebaju biti ključni kriteriji procjene.

*Predloženi kriteriji procjene teoretskih zadataka:*

- ▶ Tačnost i provjera (npr. jesu li citirani izvori tačno preneseni; jesu li korištene odgovarajuće metode provjere?);
- ▶ Kvalitet istraživanja (npr. u kojoj mjeri se polaznik potrudio da nađe kvalitetne, relevantne podatke/izvore koji podržavaju njegove argumente/nalaze?);
- ▶ Kvalitet argumenata i analize (koliko su predstavljeni argumenti i izvršena analiza originalni i sofisticirani?);
- ▶ Pismeno izražavanje (pravopis, gramatika, interpunkcija, struktura);
- ▶ Koliko efikasno esej/izvještaj odražava ishode učenja modula?

*Predloženi kriteriji procjene praktičnih/novinarskih zadataka:*

- ▶ Tačnost i provjera (npr. jesu li citirani izvori tačno preneseni i navedeni na odgovarajući način; jesu li korištene odgovarajuće metode provjere?);
- ▶ Kvalitet istraživanja (npr. u kojoj mjeri se polaznik potrudio da nađe kvalitetne, relevantne podatke/izvore koji podržavaju njegove argumente/nalaze?);
- ▶ Kritička analiza (npr. koliko pažljivo je polaznik ispitao probleme koji su ključni za publiku?);
- ▶ Originalnost;



- ▶ Snaga narativa (npr. koji je uticaj priče/proizvoda na čitatelje/gledatelje/ slušatelje?)
- ▶ Produkcijaska vrijednost (npr. kvalitet audio ili video uređivanja i multimedijских elemenata);
- ▶ Pismeno izražavanje (pravopis, gramatika, interpunkcija, struktura);
- ▶ Pridržavanje ključnih etičkih vrijednosti navedenih u profesionalnim kodeksima.

## **Način realizacije**

---

Ovi moduli su osmišljeni tako da se predaju uživo ili online. Tokom predavanja mnogih lekcija bi bilo korisno učesnicima obezbijediti kolaborativno okruženje za rad, online (preko platformi za učenje kao što je Moodle, ili preko Facebook grupe, na primjer) ili licem u lice.

Većina lekcija prati dvodijelni model i prvo prelazi teoretsko učenje (npr. seminare, zadanu literaturu ili prezentacije zasnovane na predavačkom modelu), a zatim daje praktične vježbe (npr. rad u grupama na zadacima provjere). To najčešće podrazumijeva 60-90 minuta teoretske komponente i 90 minuta radionice ili vježbi.

Trajanje sesija se može produžiti, skratiti ili podijeliti na nekoliko dana, ovisno o predavačkim okvirima institucije koja provodi obuku. Za svaki modul je predložen po jedan zadatak.

Potičemo predavače i instruktore da, kad god je moguće, angažuju praktičare i stručnjake iz industrije vijesti za interaktivna predavanja i forume i u plan i program uvrste aktuelne studije slučajeva, probleme i rasprave.

Osim toga, predavači/instruktori se potiču da u predavanja ili vježbe uvrste lokalne ili regionalne, lingvistički i kulturološki relevantne materijale i primjere.

## **Materijali i resursi**

---

Predavačima i polaznicima će trebati internet konekcija, a bilo bi korisno i da imaju pristup akademskim bazama podataka i/ili usluzi Google Scholar.

Primarna stranica za dodatne resurse vezane uz praktičnu primjenu svih ishoda učenja je First Draft News.<sup>8</sup>

*Napomena:* sadržaj i resurse navedene u ovom priručniku treba na odgovarajući način pripisati urednicima nastavnog plana i programa i saradnicima.

---

<sup>8</sup> <https://firstdraftnews.com/> [pristupljeno 28.03.2018].

## Pedagoški pristup

---

Ovaj specijalizovani model nastavnog plana i programa prati objavljivanje nekoliko UNESCO-vih modela nastavnih planova i programa iz oblasti novinarstva<sup>9</sup> objavljenih od 2007. godine. Pedagoški pristup se naslanja na UNESCO-ve publikacije *Kurikulum medijske i informacijske pismenosti za predavače (Media and Information Literacy Curriculum for Teachers)*<sup>10</sup> i *Model predmeta o sigurnosti novinara (Model Course on Safety of Journalists)*<sup>11</sup> koje predavači koriste da potaknu i provode:

- ▶ Pristup problem-istraga (Issue-inquiryApproach);
- ▶ Učenje zasnovano na problemu (Problem-basedLearning - PBL);
- ▶ Naučno istraživanje;
- ▶ Studije slučaja;
- ▶ Kooperativno učenje;
- ▶ Tekstualnu analizu;
- ▶ Kontekstualnu analizu;
- ▶ Prevođenje;
- ▶ Simulacije;
- ▶ Produkciju.

Osim toga, predavače koji rade po ovom kurikulumu potičemo da istraže koncept novinarskog „učenja preko projekata“<sup>12</sup> – pristup kojim se razvijaju ishodi učenja kroz primjenu i testiranje vještina tokom kreiranja novinarskog sadržaja. Polaznici takođe trebaju biti svjesni potencijala za proizvodnju brzih, efikasnih i viralnih kontri dezinformacijama i imati obezbijeđen prostor za praktičnu primjenu ove metode.<sup>13</sup>

---

9 UNESCO. Model Curricula for Journalism Education (2007). <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf> [pristupljeno 28.03.2018]. Takođe vidjeti UNESCO. Model Curricula For Journalism Education: a compendium of new syllabi (2013). [pristupljeno 28.03.2018: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf>; i Teaching Journalism for Sustainable Development: newsyllabi (2015). <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf> [pristupljeno 28.03.2018].

10 Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. i Cheung, C. (2011). *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*. [e-knjiga] Pariz: UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf> [pristupljeno 28.03.2018].

11 UNESCO (2017) *Model Course on Safety of Journalists: A guide for journalism teachers in the Arab States*: <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002482/248297e.pdf> [pristupljeno 28.03.2018].

12 Posetti, J. i McHugh, S. (2017) *Transforming legacy print journalism into a successful podcast format: An ethnographic study of The Age's Phoebe's Fall*. Recenzirani konferencijski rad predstavljen na konferenciji International Association of Media and Communications Researchers conference u Cartageni, Kolumbija 18.07.2017.

13 Interesantan primjer za to je ovaj video isječak sa mreže Hashtag Our Stories: <https://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/> [pristupljeno 15.06.2018].



# ISTINA, POVJERENJE I NOVINARSTVO: ZAŠTO JE TO VAŽNO

*Cherilyn Ireton*

---

# MODUL 1

---





## Sažetak

Povjerenje u medije i novinarstvo je u mnogim dijelovima svijeta bilo slabo i mnogo prije dolaska društvenih medija.<sup>1</sup> Taj trend nije zaseban od smanjenja povjerenja u institucije, koje je zajednička osobina mnogih društava. Međutim, čista količina i raširenost dezinformacija i netačnih informacija koje se predstavljaju kao vijesti i šire preko društvenih medija je prouzrokovala zarazu koja prijeti da će dodatno štetiti reputaciji novinarstva. To će imati posljedice na novinare, novinske medije, građane i otvorena društva.<sup>2</sup>

U vremenu brzih informacija dostupnih svima na platformama društvenih medija i internetu, svako može postati izdavač. Kao rezultat, građani muku muče da utvrde šta je istina, a šta laž. Vladaju cinizam i nepovjerenje. Ekstremni stavovi, teorije zavjere i populizam doživljavaju procvat, a nekad prihvaćene istine i institucije se dovode u pitanje. U tom svijetu se redakcije bore da zauzmu i vrše svoju istorijsku ulogu čuvara<sup>3</sup> čiji radovi mogu pomoći da se utvrdi istina. Istovremeno, uspon pijaca na kojima se trguje „strateškim komunikacijama“ i „operacijama informisanja“, uključujući aktivno dezinformisanje i zlonamjerno informisanje postalo je važan faktor u ekosistemu informisanja.<sup>4</sup>

Čak i kreatori društvenih medija su se zabrinuli kada su se počele manifestovati ozbiljnost i posljedice „informacijskog poremećaja“ na društvo. Menadžer proizvoda za građanski angažman Facebooka, Samidh Chakrabarti, je izjavio: „Ako postoji jedna suštinska istina o uticaju društvenih medija na demokratiju, onda je to da oni pojačavaju ljudske namjere – kako dobre, tako i loše. U najboljem izdanju, omogućavaju nam da se izrazimo i nešto poduzmemo. U najgorem, dozvoljavaju ljudima da šire dezinformacije i oslabljuju demokratiju“.<sup>5</sup>

Postalo je jasno da su potrebne intervencije, i velike i male, ako se želimo boriti protiv tog problema. Lako je doći u iskušenje da problem riješimo kroz regulativu i mnoge zemlje su odabrale tu opciju,<sup>6</sup> ali pobornici slobode izražavanja upozoravaju da to može

1 Edelman. (2017). Edelman Trust Barometer - Global Results. [online]. Dostupno na: <https://www.edelman.com/global-results/> [pristupljeno 03.04.2018].

2 Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis*. [online] the Guardian. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [pristupljeno 03.04.2018]

3 Singer, J. (2013). *User-generated visibility: Secondary gate keeping in a shared media space*. *New Media & Society*, [online] 16(1), str.55-73. Dostupno na: <https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf> [pristupljeno 03.04.2018].

4 Vidjeti, na primjer, slučajeve opisane u: Gu, L; Kropotov, V i Yarochkin, F. (nd). *The Fake News Machine How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*. [https://documents.trendmicro.com/assets/white\\_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf](https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf) [pristupljeno 16.06.2018]. Još jednu studiju je objavio Data & Society Research Institute, New York (2017): *Media Manipulation and Disinformation Online*, <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/> [pristupljeno 15.06.2018].

5 Chakrabarti, S. (2018). *Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy?* Facebook Newsroom. [online] Newsroom. fb.com. Dostupno na: <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/> [pristupljeno 03.04.2018].

6 Funke, D. (2018) *A guide to anti-misinformation actions around the world* Poynter <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [pristupljeno 22.05.2018].

naštetiti otvorenosti i participaciji koje omogućavaju nove tehnologije.<sup>7</sup> Naročito ako vođe autoritarnih sklonosti dođu na vlast, jer će oni naći moćno i spremno zakonsko oružje da odrede šta je „lažno“, a šta nije, bez obzira na kritičko izvještavanje o njihovom radu.

Civilno društvo i inicijative kompanija predlažu drugu opciju, koja se fokusira na obrazovanje publike i pružanje alata za tumačenje i procjenjivanje informacija koje dobijaju. Mnogo je takvih primjera, od Južnoafričke Republike<sup>8</sup> do Meksika.<sup>9</sup> Sve je više organizacija za provjeru činjenica (kao što je objašnjeno u ovom priručniku).

U tom kontekstu, novinari i studenti novinarstva moraju znati za te inicijative – kao i komplementarne uloge koju mogu imati. Zato je nastao ovaj priručnik.

Za novinare, koji se dugo smatraju ključnim igračima podrške u demokratskim i otvorenim društvima, dezinformacije i netačne informacije nisu samo problem za njihovu reputaciju. „Informacijski poremećaj“ dovodi u pitanje njihovu svrhu i efikasnost. On naglašava temeljnu važnost potrebe novinarstva da bude nezavisno i ima visoke profesionalne standarde. To ne znači da je novinarstvo potpuno bez dominantne ideologije ili pristrasnosti zasnovane na rodu, etničkom porijeklu, jezičkom grupisanju, društvenoj klasi itd. ili porijekla osoba koje se njime bave. Niti da ono ignoriše sistemske probleme uticaja institucionalnih konteksta vlasništva, poslovnih modela, interesa publike, novinske „mreže“ predvidljivih birokratskih i glasnogovorničkih izvora itd. Međutim, novinarstvo mora održavati važnost uredničke etike kao vodilje procesa izvještavanja i refleksiju novinara o vlastitim svjetonazorima i kontekstima. Mora naglašavati da novinarstvo nije „pogled niotkud“, nego praksa kojoj je potrebna transparentnost da bi javnost imala povjerenja u pridržavanje većih standarda provjerljivosti i javnog interesa, bez obzira na dijapazon tema koje pokriva ili perspektiva koje obuhvata.<sup>10</sup>

U ovoj lekciji predavači trebaju potaknuti polaznike da kritički razmisle o tome kako novinarstvo može služiti društvu i demokratiji; kako „informacijski poremećaj“ utiče – i kako bi još moglo uticati – na demokratiju i otvorena društva; kako novinarstvo može napredovati i, u tom procesu, ponovo izgraditi povjerenje da se njegove metode i standardi zaista ističu kao posebni kada je riječ o kreiranju provjerljivih informacija

7 Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America. Dostupno na: [https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America\\_Faking-News-Report\\_10-17.pdf](https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf) [pristupljeno 03.04.2018].

8 #KnowNews je ekstenzija za web pretraživače koju je razvila južnoafrička NVO za medijski monitoring u Africi - Media Monitoring Africa, sa ciljem da publikama pomogne da utvrde da li stranica koju su posjetili sadrži vjerodostojne vijesti: <https://chrome.google.com/webstore/search/KNOWNEWS> [pristupljeno 15.06.2018].

9 Posjetiti web stranicu <https://verificado.mx/> koja predstavlja koaliciju 60 medijskih, univerzitetskih i institucija civilnog društva koji se fokusiraju na provjeru spornog sadržaja tokom izbora u Meksiku 2018. godine. [pristupljeno 15.06.2018]; <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele> [pristupljeno 04.07.2018].

10 Vidjeti Rosen, J. (2010). The View from Nowhere: Questions and Answers. *Press Think*. <http://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/> [pristupljeno 15.06.2018].

u javnom interesu. Ne radi se o slijepom povjerenju u sve izvore novinarstva, već o prepoznavanju njihovih osobina i različitosti, kao i ambicije da rade u skladu sa procesima i standardima provjerenih informacija u javnom interesu i procjenjivanju u skladu s time. To podrazumijeva prepoznavanje vrijednosti skepticizma, nasuprot cinizmu, i odgovarajuću sposobnost javnosti da razlikuje one koji se pretvaraju da su novinarski profesionalci od onih koji uistinu teže da se bave novinarstvom (i koji pokazuju potrebnu transparentnost, odgovornost i samoregulaciju te ih prati kvalitetna reputacija). Za novinare i studente novinarstva, to znači razumijevanje informacijskog okruženja koje se stalno mijenja i znanje kako odgovoriti na njegove izazove.



## **Pregled**

Da bismo razumjeli posljedice „informacijskog poremećaja“ za novinare i društva kojima služe, važno je da učesnici uzmu u obzir temeljne promjene novinarstva i tradicionalnih medija na strukturnom, kulturološkom i normativnom nivou koje su bile posljedica ubrzanog napretka digitalne tehnologije i ličnih sprava sa pristupom internetu. Najvažniji je odnos rastućeg problema nepovjerenja u novinarstvo i angažmana na društvenim medijima.<sup>11</sup>

Ne bi bilo u redu sve muke novinara svaliti na društvene medije. Povjerenje je direktno povezano s novinarskim sposobnostima – a postoji i korelacija sa smanjenjem povjerenja u vlasti, ekonomiju i institucije u mnogim dijelovima svijeta.<sup>12</sup>

Strukturne promjene načina na koji se vijesti prikupljaju i distribuišu i kolaps poslovnog modela tradicionalnih novinskih kompanija su novinskoj industriji oduzeli novinarske kapacitete redakcija i uticale na dubinu, širinu i kvalitet izvještavanja vijesti.<sup>13</sup> Smanjenje sredstava za redakcije javnih medijskih servisa i trajna kontrola vlasti u velikom dijelu tog sektora su takođe oslabili objavljivanje vijesti.

Premda je digitalna transformacija donijela dobrodošle nove metode pričanja priča i veću uključenost publike u procesu kreiranja vijesti, takođe je donijela i veće izazove za već oslabljene tradicionalne novinske medije. Isključivo digitalne novinske organizacije u globalu još uvijek nisu razvile novinarske kapacitete koji bi spriječili degradaciju novinarstva.<sup>14</sup>

Sprečavanje štetnih efekata dezinformisanja i netačnog informisanja se pokazalo kao

<sup>11</sup> Vidjeti Modul tri.

<sup>12</sup> Edelman. (2017) op. cit.

<sup>13</sup> Vidjeti Modul tri.

<sup>14</sup> Greenspon, E. (2017). The Shattered Mirror: News, Democracy and Trust in the Digital Age. [ebook] Ottawa: Public Policy Forum, Canada. Dostupno na: <https://shatteredmirror.ca/download-report/> [pristupljeno 03.04.2018].

veliki izazov u ekosistemu koji je demokratizovan i sadrži različite informacije, ne samo za one koji se bave novinarstvom, već za cijelo društvo.<sup>15</sup>

Novinarska praksa i metodologija novinarstva prije digitalizacije je podrazumijevala profesionalne standarde i mnogo slojeva centralizovanih provjera i kontrola kako bi se osigurali tačnost, kvalitet i pravednost vijesti. Terenski izvjestitelji su imali podršku cijelog redakcijskog tima koji je provjeravao sadržaj prije objavljivanja. Taj model „čuvara“ je novinarima davao osjećaj profesionalnosti.<sup>16</sup>

Kroz pokrivanje javnih poslova i problema u zajednici, istrage, društvene komentare i analize, novinari su imali efikasne alate da političare i javne službenike pozivaju na odgovornost. Pomagali su građanima da izaberu kako će njima vladati i upravljati. Neke medijske institucije, zasigurno, nisu bile na nivou ideala i standarda novinarstva. Ali njihovo djelovanje je generalno bilo usmjereno na stvarne vijesti, koje su možda birali i prezentovali sa posebnim narativima i interesima, ali su ipak bile daleko od činjenica izmišljenih u političke, komercijalne ili zabavne svrhe.

Na kulturnom nivou, osnaživanje drugih aktera da svjedoče, bilježe, komentarišu i objavljuju vijesti na društvenim medijima nametnulo je promjene ne samo centralnom modelu, već i javnim raspravama.<sup>17</sup> Platforme društvenih medija su sada ključna infrastruktura javnog i političkog diskursa. Neki tvrde da je to demokratije i otvorena društva dovelo u stanje „demokratskog deficita“.<sup>18</sup>

Insistiranjem da nisu izdavači vijesti, tehnološke kompanije i društvene platforme su zaobišle propisane obaveze koje obavezuju novinare i izdavače.<sup>19</sup> Iako ovi akteri ne zapošljavaju novinare za pravljenje vijesti, njihov značaj u organizovanju i uređivanju ih sve više udaljava od uloge „pukih prenosnika“ ili prostih posrednika .

Ono što pokreće najveći dio dezinformacija i netačnih informacija, odnosno „smeća“, kako ih naziva Oxford Institute for Computational Science, su društveni mediji i algoritmi pretraživača. Oslanjajući se na mrežu porodice i prijatelja korisnika, oni dezinformacijama i netačnim informacijama daju strukturu i legitimnost.<sup>20</sup>

15 Ansip, A. (2017). *Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response*. <https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-pleinary-debate-hate-speech-populism> [pristupljeno 03.04.2018].

16 Kovach, B. i Rosenstiel, T. (2010). *Blur: How To Know What's True In The Age of Information Overload*. Prvo izdanje. New York: Bloomsbury, str.171-184.

17 Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [e-knjiga] PEN America. Dostupno na: [https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America\\_Faking-News-Report\\_10-17.pdf](https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf) [pristupljeno 03.04.2018].

18 Howard, P. (2017) Isto.

19 Howard, P. (2017) Isto. Takođe vidjeti Modul tri.

20 Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London, Viking/Penguin Press.

Prema tome, namjerno obmanjujući sadržaj koji se dijeli na ovim platformama utiče na razumijevanje stvarnosti građana i potkopava povjerenje, informisani dijalog i zajednički osjećaj za stvarnost,<sup>21</sup> međusobni pristanak i participaciju.<sup>22</sup> Društvene medije optužuju i za druge oblike potkopavanja demokratije:

- ▶ Stvaranje eho komora, polarizaciju i hiper-stranačku orijentaciju;
- ▶ Pretvaranje popularnosti u legitimnost;
- ▶ Omogućavanje populističkim vođama, vlastima i rubnim akterima da manipulišu;
- ▶ Poticanje prikupljanja ličnih podataka i ciljanog oglašavanja/slanja mikro poruka ispod radara;<sup>23</sup>
- ▶ Narušavanje procesa javnih rasprava.<sup>24</sup>

Ne mora biti tako. Društveni mediji mogu biti savršena platforma za veće učešće društva u novinarstvu i unapređenje rasprava, građanskih vrijednosti i demokratskog učešća u okruženju koje jača ljudska prava, kulturološku raznovrsnost, nauku, učenje i racionalno donošenje odluka. S tim ciljem, novinarstvo – ili bilo koja platforma – treba, na primjer, izvještavati o složenim problemima prisutnim u javnosti bez gubitka naučne tačnosti i bez pojednostavljivanja konteksta koje bi moglo dovesti javnost u zabludu. Izazovi novinara, naročito u oblasti naprednih medicinskih tretmana (npr. kloniranje) i novih naučnih otkrića (npr. umjetna inteligencija), su provjera tačnosti, izbjegavanje senzacionalizma, oprez u izvještavanju o budućim učincima i sposobnost tumačenja i balansiranja različitih stavova ili otkrića vjerodostojnih stručnjaka.

Postoji mnogo načina na koje novinarstvo može direktno odgovoriti na dezinformacije i netačne informacije. Tu spadaju otpor prema manipulaciji, istraživanje i direktno razotkrivanje kampanja dezinformisanja. međutim, njih moraju pratiti veliki naponi da se novinarstvo u cjelini unaprijedi (vidjeti ispod). Društveni odgovori na „informacijski poremećaj“ i izazove koje otkrivaju platforme društvenih medija se razlikuju i odvijaju na različitim nivoima. Razvijaju se rješenja – neka od njih veoma brzo. Mnoga od njih potiču iz SAD-a, gdje su bazirane kompanije društvenih medija i Google. Neke od inicijativa borbe protiv netačnih informacija koje se razvijaju i baziraju na tehnologiji su:

---

21 European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation. [online] Dostupno na: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-17-4481\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm) [pristupljeno 13.06.2018].

22 Deb, A., Donohue, S. i Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [e-knjiga] Omidyar Group. Dostupno na: <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf> [pristupljeno 03.04.2018].

23 Cadwalladr, C. i Graham-Harrison, E. (2018). How Cambridge Analytica turned Facebook 'likes' into a lucrative political tool. The Guardian. [online] Dostupno na: <https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/2017/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm> [pristupljeno 03.04.2018].

24 Deb, A., Donohue, S. i Glaisyer, T. (2017) Isto.



- ▶ Posvećenost isključivanju iz rezultata pretraga i izvora vijesti onoga što određena kompanija (što je kontroverzna stavka) smatra lažnim vijestima;<sup>25 26 27</sup>
- ▶ Onemogućivanje izvorima dezinformacija da ostvare zaradu od oglašavanja baziranog na klikovima;<sup>28</sup>
- ▶ Pružanje tehnoloških rješenja za provjeru digitalnog sadržaja i slika;<sup>29</sup>
- ▶ Finansiranje inicijativa za podršku novinarstvu koje objedinjavaju novinarstvo, tehnologiju i akademsko istraživanje;<sup>30</sup>
- ▶ Razvijanje i primjena tehničkih standarda ili znakova vjerodostojnosti kako bi se konzumentima (i algoritmima) pomoglo da identifikuju vijesti iz vjerodostojnih izvora.<sup>31</sup>

Početakom 2018. godine, kada se pisao ovaj priručnik, jedna od najvažnijih inicijativa tehničkih standarda<sup>32</sup> za novinske organizacije je bio The Trust Project (Projekat povjerenja), konzorcij koji radi zajedno sa velikim pretraživačima, platformama društvenih medija i preko 70 medijskih kompanija širom svijeta. Njegova misija je da pomogne javnosti da identifikuje vijesti koje su „tačne, odgovorne i etički proizvedene“ prepoznavanjem znaka povjerenja. Osmislio je osam početnih tehničkih standarda koje izvor vijesti mora ispuniti i učiniti lako prepoznatljivim u dvom online dizajnu da bi se smatrao vjerodostojnim izvorom. Indikatori<sup>33</sup> The Trust Projecta su:

▶ **Najbolje prakse:**

- > Koji su vaši standardi?
- > Ko finansira objavljivača vijesti?
- > Koja je misija objavljivača vijesti?
- > Posvećenost etici, različitim glasovima, tačnosti, ispravkama i drugi standardi.

25 Ling, J. (2017). Eric Schmidt Says Google News Will 'Engineer' Russian Propaganda Out of the Feed. Motherboard Vice.com. [online] Dostupno na: [https://motherboard.vice.com/en\\_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm\\_campaign=buffer&utm\\_content=buffer41cba&utm\\_medium=social&utm\\_source=facebook.com+Motherboard](https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_campaign=buffer&utm_content=buffer41cba&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard) [pristupljeno 03.04.2018]; <https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/>

26 Mosseri, A. (2018). *Helping ensure news on Facebook is from trusted sources*. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/> [pristupljeno 03.04.2018].

27 Stamos, A. (2018) *Authenticity matters: Why IRA has no place on Facebook*. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/> [pristupljeno 03.04.2018].

28 Love, J. i Cooke, C. (2017). *Google, Facebook move to restrict ads on fake news sites*. Reuters. [online] Dostupno na: <https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising/google-facebook-move-to-restrict-ads-on-fake-news-sites-idUSKBN1392MM> [pristupljeno 15.06.2018].

29 Vidjeti Modul šest. Primjer: <http://www.truly.media/> [pristupljeno 15.06.2018].

30 Vidjeti Modul pet.

31 The Trust Project (2017). *The Trust Project – News with Integrity*. [online] Dostupno na: <https://thetrustproject.org/?nr=0> [pristupljeno 03.04.2018].

32 The Trust Project (2017). Isto.

33 The Trust Project (2017). Isto.

- ▶ **Stručnost autora/novinaru:** Ko je napravio vijest? Detalji o novinaru, uključujući njihovu stručnost i druge priče na kojima su radili.
- ▶ **Tip djela:** Šta je to? Etikete prema kojima razlikujemo mišljenje, analizu i promotivni (ili sponzorisani/“izvorni“) sadržaj od vijesti.
- ▶ **Citati i navođenje izvora:** Kod istraživačkih ili detaljnih priča, pristup izvorima navedenih činjenica i tvrdnji.
- ▶ **Metode:** Takođe kod detaljnih priča, informacije o razlozima zbog kojih je novinar odabrao neku priču i kako je tekao proces (to pomaže transparentnosti).
- ▶ **Lokalno porijeklo?** Daje vam do znanja kada priča ima lokalno porijeklo ili stručno znanje. Je novinar izvještavao sa lica mjesta i sa dubinskim poznavanjem lokalne situacije ili zajednice?
- ▶ **Različiti glasovi:** Napor i posvećenost redakcije da uključi različite perspektive. (Čitaoci/gledaoci/slušaoци primjećuju kada nekoj priči nedostaju određeni glasovi, nacionalnosti ili politička opredjeljenja.)
- ▶ **Primjenjive povratne informacije:** Nastojanje redakcije da iskoristi pomoć publike u određivanju prioriteta tema, procesu izvještavanja, osiguravanju tačnosti i drugim područjima. Čitaoci/gledaoci/slušaoци žele da učestvuju i daju povratne informacije koje mogu promijeniti ili proširiti neku priču.

Povjerenje u novinarski rad takođe pomaže da se poveća broj, raznolikost i kvalitet izvora koji su novinarima na raspolaganju, čiji se rezultati prenose i na publiku.

Odgovori vlada, civilnog društva i edukatora uključuju veće fokusiranje na medijsku i informacijsku pismenost, čime se detaljnije bavimo u kasnijoj lekciji.<sup>34</sup>

Ove tačke su 2017. godine preuzete na Svjetskom forumu urednika (World Editors Forum), čiji je predsjednik, Marcelo Rech, predložio da urednici širom svijeta prihvate sljedećih pet principa:<sup>35</sup>

- ▶ U svijetu hiperinformacija, vrijednosti koje će ojačati odnos međusobnog povjerenja sa publikom su vjerodostojnost, nezavisnost, tačnost, profesionalna etika, transparentnost i pluralizam.
- ▶ Novinarstvo sljedećeg nivoa se od drugog sadržaja razlikuje po budnom i revnom ispitivanju i provjeri materijala koji kruže po društvenim medijima.

<sup>34</sup> Vidjeti Modul četiri.

<sup>35</sup> Ireton, C. (2016). *World Editors Forum asks editors to embrace 5 principles to build trust* <https://blog.wan-iffra.org/2016/06/14/world-editors-forum-asks-editors-to-embrace-5-principles-to-build-trust> [pristupljeno 15.06.2018].

Ono priznaje društvene medije kao izvor informacija koje treba dalje provjeriti, te kao platformu za korištenje profesionalnog sadržaja.

- ▶ Misija novinarstva na tom sljedećem nivou je da služi društvu objavljivanjem visokokvalitetnih, provjerenih informacija i novinske brendove utvrdi kao pouzdani znak porijekla sadržaja.
- ▶ Od novinarstva na sljedećem nivou se zahtijeva da ide dalje od osnovnih činjenica i omogući i potiče analize, kontekstualno i istraživačko novinarstvo, informisano izražavanje mišljenja, tako se odmičući od pukog objavljivanja vijesti prema znanju koje osnažuje.
- ▶ Novinarstvo sljedećeg nivoa treba pokretati povjerenje i vodeći principi društvene relevantnosti, legitimnog interesa i istinitosti.

Novinari i redakcije mogu posvetiti više pažnje unapređenju kvaliteta unapređenjem:

- ▶ Odgovornih i etičkih novinarskih praksi i izvještavanja zasnovanog na dokazima.<sup>36</sup>
- ▶ Provjere činjenica i raskrinkavanja dezinformacija i netačnih informacija.<sup>37</sup>
- ▶ Provjere podataka, izvora, digitalnih fotografija.<sup>38</sup>
- ▶ Saradnje sa zajednicama sa kojima novinari komuniciraju i usklađivanja vijesti koje se objavljuju sa potrebama zajednice.<sup>39</sup>

Vežano uz posljednju tačku, dokaz da mediji glavne struje najčešće nisu povezani sa publikom se pokazao tokom glasanja Ujedinjenog kraljevstva da napusti Evropsku uniju, Brexita i predsjedničkih izbora u SAD-u 2016. godine. Snaga komunikacije društvenih medija je direktna uključenost. Predavači bi trebali istražiti kako mediji mogu bolje služiti svojim publikama i time graditi povjerenje, jačati njihov odnos i širu zajednicu.

Dobar okvir za diskusiju daje Schudson u svom djelu *Six or Seven Things News Can Do for Democracy*<sup>40</sup> (Šest ili sedam stvari koje vijesti mogu uraditi za demokratiju):

1. Informisanje: davati pravedne i potpune informacije tako da građani mogu donositi dobre političke odluke;

<sup>36</sup> Wales, J. (2017). *What do we mean by evidence-based journalism?* Wikitribune. <https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3> [pristupljeno 03.04.2018].

<sup>37</sup> Vidjeti Modul pet.

<sup>38</sup> Bell, F. (2018). U dobu novinarstva koje se oslanja na podatke (data), provjera je sve složenija. Na primjer, u slučajevima masivnih riznica podataka, vjerovatno je da ne samo da ima netačnih informacija, nego je sasvim moguće da su u arhive ubačene namjerno planirane dezinformacije. Takođe vidjeti Modul šest ovog priručnika.

<sup>39</sup> Batsell, J. (2015). *Engaged journalism: connecting with digitally empowered news audiences*. New York. Columbia University Press.

<sup>40</sup> Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity. Chapter Two: Six or Seven Things News Can Do For Democracy. Dostupno na: [https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMegecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=oahUKEwju\\_ZGI6ozZAhWELsAKHcovBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMegecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=oahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHcovBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false) [pristupljeno 03.04.2018].

2. Istraživanje: istraživati koncentrisane izvore moći, naročito državne moći;
3. Analiziranje: davati smislene okvire za tumačenje kako bi građanima pomogli da razumiju složenost svijeta;
4. Društvena empatija: obavještavati ljude o drugima iz njihovih zajednica i njihovim stvarnostima kako bi mogli cijiniti stavove i živote drugih ljudi, naročito onih koji su u gorem položaju;
5. Javni forum: služiti kao forum za dijalog između građana kroz pluralističke i interdisciplinarne pristupe različitim problemima, te služiti kao zajednički prenosnik perspektiva različitih grupa društva;
6. Mobilizacija: služiti (tamo gdje žele) kao zagovornici političkih programa i perspektiva i mobilizovati ljude da aktivno podržavaju te programe, međutim, bez kompromitovanja standarda provjere i javnog interesa.



### **Ciljevi modula**

- ▶ Potaknuti polaznike da kritički razmišljaju o novinarstvu i društvenim medijima.
- ▶ Potaknuti polaznike da odrede svoje mjesto u ekosistemu „informatijskog poremećaja“.
- ▶ Pomoći polaznicima da kritički razmišljaju o posljedicama „informatijskog poremećaja“ na društvo.



### **Ishodi učenja**

Polaznici bi na kraju ovog modula trebali:

1. Produbiti svoje kritičko razumijevanje kako novinarstvo bolje može služiti demokratiji i otvorenim društvima u značajno proširenom medijskom okruženju, kao i rizika „informatijskog poremećaja“ po demokratiju.
2. Razumjeti faktore koji pokreću povjerenje u novinarstvo i kako se to povjerenje može održavati ili ponovo izgraditi.
3. Moći nekome objasniti zbog čega je novinarstvo važno.



### **Format modula**

Informacije iz pregleda ovog modula mogu služiti kao osnov za predavanje u trajanju od 30 minuta, zajedno sa 30 minuta demonstracija ili okruglog stola o tome zašto je

novinarstvo važno i kako služi javnosti. Praktična vježba od 90 minuta bi mogla kroz strukturirani razgovor istražiti kako bi se skeptici koji nemaju povjerenja u novinarstvo mogli ubijediti da sve informacije nisu jednako nepouzdana; šta bi novinski medij mogao uraditi da opravda svoju vjerodostojnost u okruženju društvenih medija u kojem sve informacije izgledaju jednako?

## Povezivanje plana sa ishodom učenja

### A. Teorija

Plan modula	Broj sati	Ishodi učenja
Predavanje i interaktivna rasprava o istini i povjerenju	30 mins	1, 2
Okrugli sto o tome zašto je novinarstvo važno i kako služi javnosti	30 mins	1, 2, 3

### B. Praksa

Plan modula	Broj sati	Ishodi učenja
Praktična vježba	90 mins	3



### Predloženi zadatak

Zadatak ima tri elementa i traži rad polaznika u parovima ili manjim grupama:

- ▶ Zamolite polaznike (podijeljene u manje grupe ili parove) da intervjuišu jednog konzumenta vijesti i od njega traže da navede izvore lokalnih ili državnih vijesti i građanskih informacija u koje ima najviše povjerenja. Koristeći Schudsonov model „Šest ili sedam stvari koje vijesti mogu uraditi za demokratiju“, trebaju proučiti jedno izdanje neke publikacije, ili priče vezane uz jednu temu u jednom od imenovanih medija, da utvrde i analiziraju koliko efikasno svojim novinarstvom one služe svojoj zajednici. Tehnike analize sadržaja mogu biti korisna metodologija za ovaj pristup. Sekundarni element će biti da utvrde mogu li se pronaći neki od osam indikatora povjerenja koje navodi The Trust Project i koji su to indikatori. Kao treće, rezultate mogu koristiti kao osnov za novinsku reportažu ili urednički komentar – u pisanoj formi ili kao kratka video ili audio priča koja argumentuje zašto je novinarstvo važno.



## Literatura

- Deb, A., Donohue, S. i Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [e-knjiga] Omidyar Group. Dostupno na: <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf>.
- Edelman. (2017). *2017 Edelman TRUST BAROMETER - Global Results*. [online] Dostupno na: <https://www.edelman.com/global-results/>.
- Howard, P. (2017) *Is social media killing democracy?* Oxford. Dostupno na: <https://www.oii.ox.ac.uk/videos/is-social-media-killing-democracy-computational-propaganda-algorithms-automation-and-public-life/>.
- Nossel, S. (2017). *FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [e-knjiga] PEN America. Dostupno na: [https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America\\_Faking-News-Report\\_10-17.pdf](https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf).
- Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity. Poglavlje 5: Six or Seven Things News can do for Democracies (Šest ili sedam stvari koje vijesti mogu uraditi za demokratije), Dostupno na: [https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMegecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=oahUKEwju\\_ZGI6ozZAhWELsAKHcovBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMegecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=oahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHcovBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false).
- Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis*. [online] theGuardian. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>.



Substantiv  
New  
Falsch  
Sci

**RAZMIŠLJANJA O  
“INFORMACIJSKOM POREMEĆAJU”:  
FORMATI NETACNOG  
INFORMISANJA, DEZINFORMISANJA  
I ZLONAMJERNOG INFORMISANJA**

*Claire Wardle i Hossein Derakhshan*

Fake News; L  
die Fake New  
(Pluraletan  
Bedeutung

---

**MODUL 2**

---





## Sažetak

Pojam “lažne vijesti”, čak i “lažni mediji” se često koristi za izvještavanje sa kojim se neko ne slaže. Karta usluge Google Trends pokazuje da se taj pojam u pretragama naširoko pojavio u drugoj polovini 2016. godine.<sup>1</sup> Učesnici će u ovom modulu naučiti zašto je taj pojam a) neadekvatan kako bi se objasnili razmjeri informacijskog zagađenja i b) postao toliko problematičan da bismo trebali izbjegavati njegovu upotrebu.

Nažalost, ovaj pojam je sam po sebi podložan politiziranju i upotrebi usmjerenoj protiv industrije vijesti, kao način podrivanja izvještavanja koje nije po volji osobama na vlasti. Umjesto njega se preporučuje korištenje pojmova netačno informisanje i dezinformisanje. U ovom modulu se razmatraju različite vrste koje postoje i kako se te vrste uklapaju u spektar „informacijskog poremećaja“.

Tu su obuhvaćeni satira i parodija, „clickbait“ naslovi te obmanjujući opisi, vizuali ili statistički podaci, kao i izvorni sadržaj koji se dijeli izvan konteksta, sadržaj objavljen pod lažnim imenom (kada ime novinara ili logo redakcije koriste osobe koje nisu sa njima povezane), i manipulisani ili izmišljeni sadržaj. Iz svega ovoga je jasno da je kriza mnogo složenija nego što sugeriše pojam „lažne vijesti“.

Ako želimo pronaći rješenja za ove vrste zagađenja društvenih medija i spriječiti njihovo prenošenje u tradicionalne oblike medija, o problemu moramo početi razmišljati mnogo pažljivije. Moramo razmisliti i o osobama koje stvaraju ovu vrstu sadržaja i tome šta ih motiviše da to rade. Koje vrste sadržaja kreiraju i kako publika prihvata te sadržaje? A kada članovi te iste publike odluče da podijele te objave, šta ih motiviše da to urade? Ovaj problem ima više strana i veliki broj diskusija ne obuhvata tu složenost. Do završetka ovog modula, polaznici bi trebali sa pouzdanjem baratati terminologijom i definicijama primjerenim za raspravu o problemima povezanim sa „informacijskim poremećajem“.



## Pregled

U ovom priručniku se pojmovi „pogrešne informacije“ i „dezinformacije“ općenito koriste kao suprotnost provjerljivim informacijama koje su u interesu javnosti i rezultat autentičnog novinarstva. Ovaj modul se fokusira na posebnost dezinformacija.

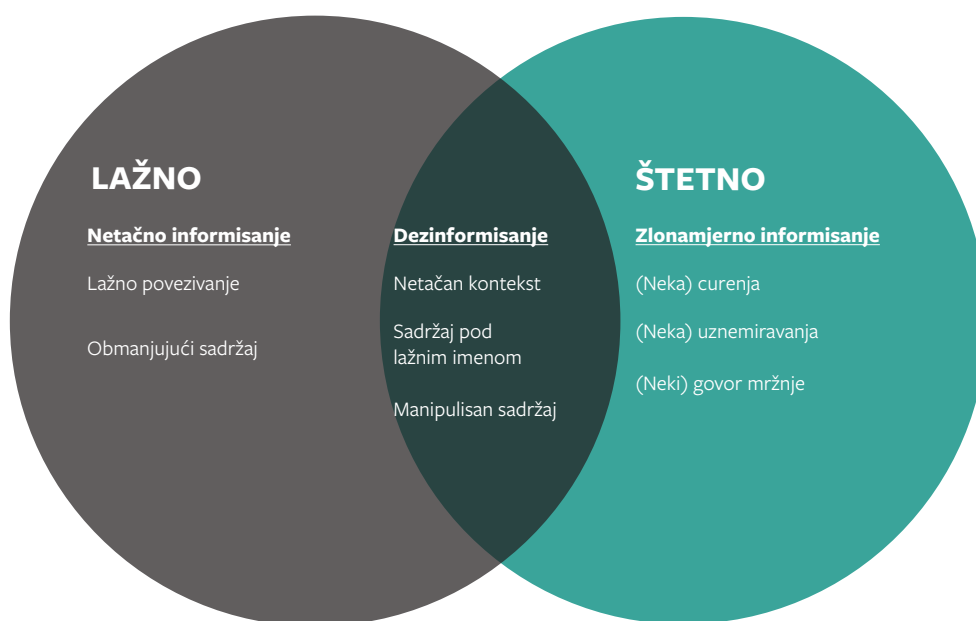
Velik dio diskursa o “lažnim vijestima” sjedinjuje dva pojma: netačno informisanje i dezinformisanje. Međutim, može biti korisno razlikovati da su netačne one informacije koje su lažne, ali osoba koja ih širi vjeruje da je to istina. Dezinformacija je lažna informacija, a osoba koja je širi zna da je lažna. Dezinformacija je namjerna, zlonamjerna

<sup>1</sup> Karta usluge Google Trend za pojam lažne vijesti <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=fake%20news> [pristupljeno 06.04.2018].

laž i ukazuje na to da zlonamjerni akteri aktivno dezinformišu ljude.<sup>2</sup>

Treća kategorija se može nazvati zlonamjerno informisanje; informisanje koje je zasnovano na stvarnosti, ali se koristi da nanese štetu nekoj osobi, organizaciji ili zemlji. Primjer toga je izvještaj koji otkriva nečiju seksualnu orijentaciju bez opravdanja da je to u interesu javnosti. Važno je praviti razliku između istinitih i neistinitih poruka, ali i istinitih (i poluistinitih) poruka koje kreiraju, prave ili šire „agenti“ sa namjerom da nanesu štetu, a ne da služe interesu javnosti. Takvo zlonamjerno informisanje – kao što je istinito informisanje koje narušava nečiju privatnost bez opravdanja da je to u interesu javnosti – protivi se standardima i etičkim principima novinarstva.

Bez obzira na gore navedene razlike, posljedice po informacijsko okruženje i društvo mogu biti slične (npr. korumpiranje integriteta demokratskog procesa, smanjenje stopa vakcinacije). Osim toga, neki slučajevi mogu biti kombinacija ta tri koncepta, a postoje dokazi da su primjeri jedne od njih često praćeni i ostalima (npr. na različitim platformama ili u nizu) kao dio šire informacijske strategije pojedinih aktera. Bez obzira na to, korisno je uvijek imati u vidu razlike između njih, jer se uzroci, tehnike i rješenja mogu razlikovati u skladu s njima.



Slika 1: „Informacijski poremećaj“

Primjere za sve tri vrste „informacijskog poremećaja“ pronašli smo tokom predsjedničkih izbora u Francuskoj 2017. godine.

### 1. Primjeri dezinformisanja:

Jedan pokušaj prevare tokom predizborne kampanje u Francuskoj je bilo pravljenje sofisticiranog duplikata belgijskih novina *Le Soir*<sup>3</sup> sa lažnim člankom u kojem se tvrdilo

<sup>2</sup> Dalji uvid u definicije može se dobiti iz studije autora Karlova i Fisher (2012).

<sup>3</sup> Cross Check, 2017. *Was Macron's campaign for French Presidency financed by Saudi Arabia?* Dostupno na: <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/> [pristupljeno 03.04.2018].

da predsjedničkog kandidata Emmanuela Macrona finansira Saudijska Arabija. Drugi primjer je online kruženje dokumenata koji su lažno tvrdili da je on otvorio offshore bankovni račun na Bahamima.<sup>4</sup> Naposljetku, tu su dezinformacije proširene tokom „Twitter racija“, u kojima su labavo povezane mreže pojedinaca istovremeno na Twitteru koristile identične hashtagove i poruke kako bi širile glasine o privatnom životu kandidata.

## 2. Primjeri pogrešnog informisanja:

Teroristički napad na Champs Elysees u Parizu 20. aprila 2017. godine inspirisao je veliki broj pogrešnih informacija,<sup>5</sup> kao što je slučaj kod skoro svih udarnih vijesti. Pojedinci su na društvenim medijima nesvjesno objavili velik broj glasina, uključujući, na primjer, vijest da je ubijen drugi policajac. Ljudi koji podijele ovu vrstu sadržaja rijetko to rade kako bi nanijeli štetu. Umjesto toga, njih ponese trenutak i pokušavaju da budu od pomoći, ali ne uspiju adekvatno provjeriti i potvrditi informacije koje dijele.

## 3. Primjeri zlonamjernog informisanja:

Upečatljiv primjer zlonamjernog informisanja desio se kada su procurili e-mailovi Emmanuela Macrona netom prije drugog kruga glasanja 7. maja. Smatralo se da su e-mailovi autentični. Međutim, objavljujući privatne informacije u javnu sferu nekoliko minuta prije standardne predizborne šutnje neposredno prije glasanja, curenje je osmišljeno tako da nanese najviše štete Macronovoj kampanji.

Pojam propaganda nije sinonim za dezinformisanje, premda dezinformisanje može služiti interesima propagande. Ali propaganda je obično otvorenije manipulativna od dezinformisanja, uglavnom zato što prenosi emocionalne, a ne informacijske poruke.<sup>6</sup>

U ovom modulu se fokusiramo na netačno informisanje, naročito dezinformisanje, te dajemo nekoliko primjera daljih različitih vrsta.

Kategorije dezinformisanja, netačnog informisanja i zlonamjernog informisanja koje smo ranije opisali ne treba miješati sa različitim orijentacijama narativa sa istinitim vijestima.

Na primjer, jedan novinar će napisati: „Premda nije u rangu Bernieja Madoffa, navodna prevara u novom slučaju teško je pogodila male ulagače“. Drugi novinar to legitimno može obratno formulisati: „Navodna prevara u ovom novom slučaju je teško pogodila male ulagače, ali nije u rangu Bernieja Madoffa“. U drugoj formulaciji se više umanjuje

4 CrossCheck, 2017. *Did Emmanuel Macron Open an Offshore Account?* CrossCheck, Dostupno na: <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/> [pristupljeno 03.04.2018].

5 Jedan primjer je glasina da su muslimani u Ujedinjenom kraljevstvu slavili napad. To je raskrinkao projekt CrossCheck: CrossCheck, (22. april 2017.) *Did London Muslims 'celebrate' a terrorist attack on the Champs-Elysees? (Jesu li muslimani u Londonu slavili teroristički napad na Champs-Elysees?)* CrossCheck, Dostupno na: <https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees/> [pristupljeno 03.04.2018].

6 Neale, S. (1977). *Propaganda*. Screen 18-3, str. 9-40.

uporedna važnost novog slučaja. Pitanje različitog naglašavanja u ovim primjerima ne mora značiti podržavanje netačnog informisanja ili dezinformisanje u dole opisanom smislu. To mogu biti dva legitimna načina tumačenja iste situacije.

Poenta je u tome da je narativ prisutan u vijestima, jednako kao u dezinformisanju, netačnom informisanju i zlonamjernom informisanju. Prema tome, narativ je ugrađen u to koje činjenice će se istaknuti u vijestima (ili koje činjenice će se izmisliti ili izvući iz konteksta u toksičnim objavama). Neko može smatrati relevantnim da u vijesti o zločinu, koja nije dezinformacija niti njoj srodna, spomene pretpostavljenu rasu ili nacionalnost počinioca i žrtve. Može biti činjenica da je navodni pljačkaš migrant i muškarac, a pretpostavljena žrtva lokalni državljanin i žena; međutim, da li je to u stvari bitno za priču je funkcija istraživačke moći novinara i, posebno, dio ideologije, perspektive i narativa značaja i uzročno-posljedične veze koje novinar, svjesno ili nesvjesno, insinuira. To je jedan od razloga zašto „provjeravanje činjenica“ može imati koristi kada je praćeno „raščlanjivanjem narativa“ – ispitivanja struktura značenja u kojima se činjenice i nečinjenice koriste za određene svrhe. Narativi legitimnog novinarstva mogu varirati i njihovo postojanje ne znači da novinarstvo gubi svoju posebnost u poređenju sa narativima drugih vrsta komunikacije, na primjer sedam dole navedenih:

### 1. Satira i parodija

Možda je iznenađujuće što smo u tipologiju o dezinformisanju i netačnom informisanju uključili satiru. Satira i parodija se mogu smatrati vrstom umjetnosti. Međutim, u svijetu u kojem se ljudi sve više informišu putem društvenih mreža nastaje konfuzija ako oni ne shvataju da je neka stranica satiričnog karaktera. Jedan primjer toga je The Khabaristan Times, satirična kolumna i stranica koje su bile sastavni dio stranice sa vijestima *Pakistan Today*.<sup>7</sup> Stranica je blokirana u Pakistanu u januaru 2017. godine i zbog toga prestala s radom.<sup>8</sup>

### 2. Lažno povezivanje

Kada naslovi, vizuali ili opisi ne podržavaju sadržaj, to je primjer lažnog povezivanja. Najuobičajeniji primjer te vrste sadržaja su „clickbait“ naslovi. Uz povećanu konkurenciju za pažnju publike, urednici moraju osmišljavati naslove koji privlače klikove, čak i ako se čitaoci nakon čitanja članka osjećaju prevarenima. U tome se naročito ističe web stranica

7 Pakistan Today (2018). *Anthropologists make contact with remote cut-off tribe still thanking* Raheel Sharif. [online] Khabaristan Today. Dostupno na: <https://www.pakistantoday.com.pk/2017/01/11/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif/> [pristupljeno 06.04.2018].

8 Jedan od resursa koji možete konsultovati je napisala ko-urednica ove knjige, Julie Posetti, zajedno sa Alice Mathews, Dostupno na: (TBA)

*The Political Insider*<sup>9</sup>. To se također može desiti kada se vizuali ili opisi koriste kako bi se postigao određeni utisak koji u tekstu nije podržan, naročito na stranicama kao što je Facebook. Ali kada ljudi listaju sadržaje na svojim društvenim profilima bez otvaranja samih članaka (što se često dešava), obmanjujući vizuali i opisi mogu biti naročito uspješni u obmani.

### 3. Obmanjujući sadržaj

To je sadržaj u kojem se informacije koriste na obmanjujući način kako bi se neki problemi ili osobe uokvirili na određene načine, izrezivanjem fotografija ili selektivnim odabirom citata ili statističkih podataka. To se zove teorija *framinga*/uokvirivanja.<sup>10</sup> Neki primjeri toga su raskrinkani na stranici *Rappler.com*.<sup>11</sup> Vizuali su naročito moćno sredstvo širenja obmanjujućih informacija, jer je manja vjerovatnoća da će naši mozgovi kritično reagovati na vizuale.<sup>12</sup> „Izvorno“, tj. plaćeno oglašavanje koje oponaša urednički sadržaj, također spada u ovu kategoriju u slučajevima kada nije jasno navedeno da je sadržaj sponzorisan.<sup>13</sup>

### 4. Netačan kontekst

Jedan od razloga zbog kojih je pojam „lažne vijesti“ tako problematičan je taj što se istinit sadržaj često dalje širi izvan svog originalnog konteksta. Na primjer, fotografija iz Vijetnama uslikana 2007. godine je ponovo izašla u javnost sedam godina poslije, predstavljena kao fotografija iz Nepala nakon zemljotresa 2015. godine.<sup>14</sup>

### 5. Sadržaj objavljen pod lažnim imenom

Prisutan je veliki problem potpisivanja autora uz članke koje oni nisu napisali i korištenja logotipa organizacija na snimcima ili slikama koje one nisu napravile. Na primjer, prije izbora u Keniji 2017. godine, BBC Africa je otkrio da je neko napravio video snimak sa dodanim logotipom i sloganom BBC-a koji se širio putem WhatsApp-a.<sup>15</sup> Zbog toga su morali napraviti video koji su dijelili na društvenim mrežama kako bi upozorili ljude da ih ne zavara izmišljeni video.

---

9 The Political Insider (2015). *First time voter waited 92 years to meet Trump... what happened next is AMAZING!* [online] Dostupno na: <https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/> [pristupljeno 06.04.2018].

10 Entman, R., Matthes, J. i Pellicano, L. (2009). *Nature, sources, and effects of news framing*. U: K. Wahl-Jorgensen i T. Hanitzsch, ur., *Handbook of Journalism studies* (Priručnik za studij ovinarstva). [online] New York: Routledge, str.196-211. Dostupno na: <https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf> [pristupljeno 03.04.2018].

11 Punongbayan, J. (2017). *Has change really come? Misleading graphs and how to spot them*. Rappler.com. [online] Dostupno na: <https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [pristupljeno 06.04.2018].

12 Vidjeti članak autorice Hannah Guy u literaturi za ovu lekciju

13 Vidjeti Modul 3

14 Pham, N. (2018). *Haunting 'Nepal quake victims photo' from Vietnam*. BBC. [online] Dostupno na: <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-32579598>, <https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [pristupljeno 06.04.2018].

15 BBC (2017). *Kenya election: Fake CNN and BBC news reports circulate*. [Online] Dostupno na: <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-40762796> [pristupljeno 06.04.2018].

## 6. Manipulisani sadržaj

Manipulisani sadržaj je istinit sadržaj koji je manipulisan tako da dovede u zabludu. Primjer iz Južne Afrike pokazuje manipulisane fotografije glavne urednice HuffPosta, Ferial Haffajee – koja na jednoj od fotografija sjedi u krilu biznismena Johana Ruperta – čime se aludiralo na to da ona ima ličnu vezu sa njim.<sup>16</sup>

## 7. Izmišljeni sadržaj

Ova vrsta sadržaja može biti u tekstualnom formatu, na primjer potpuno izmišljene „stranice sa vijestima“ kao što je WTOE5 News, samoproglášena stranica sa izmišljenim vijestima koja je objavila članak u kojem se sugerije da je Papa podržao Donalda Trumpa za predsjednika. Izmišljeni sadržaj može biti i vizualan, kao što je bio slučaj kada je napravljena grafika koja je pogrešno sugerisala da se za Hillary Clinton može glasati putem SMS poruka<sup>17</sup>. Te grafike su bile usmjerene na manjinske zajednice na društvenim mrežama u periodu prije predsjedničkih izbora u SAD-u.

Javnost uopšte, a naročito novinari, mora odvojeno ispitati „elemente“ „informacijskog poremećaja“: agente, poruke i tumače. U ovoj matrici postoje pitanja koja se moraju postaviti za svaki element. Agent koji kreira izmišljenu poruku se može razlikovati od agenta koji je tu poruku proizveo — a on se, opet, može razlikovati od „agenta“ koji je poruku distribuisao. Slično tome, potrebno je temeljito razumijevanje toga ko su svi ti agenti i šta ih motiviše. Različite vrste poruka koje agenti šire se takođe moraju razumjeti kako bismo mogli početi procjenjivati obim svake od njih i boriti se protiv njih. (Do sada se rasprava u ovoj oblasti velikom većinom fokusirala na stranice sa izmišljenim vijestima u tekstualnom formatu, ali vizuelni sadržaj je jednako raširen, a mnogo ga je teže identifikovati i raskrinkati.)

Naposlijetku, potrebno je razmotriti tri različite faze „informacijskog poremećaja“: kreiranje, produkcija i distribucija (Slika 2). Važno je razmotriti različite faze nekog slučaja „informacijskog poremećaja“ zajedno sa njegovim elementima, jer je agent koji je „mozak“ iza sadržaja često različit od njegovih proizvođača i distributera.

16 Haffajee, F. (2017). *Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me*. HuffPost South Africa [online] Dostupno na: [https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me\\_a\\_22126282/](https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/) [pristupljeno 06.04.2018].

17 Haltiwanger, J. (2016). Trump Trolls Tell Hillary Clinton Supporters They Can Vote Via Text. Elite Daily. Dostupno na <https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338> [pristupljeno 23.03.2018].



Slika 2: Tri elementa „informatijskog poremećaja“

Na primjer, motivacija osobe koja „kreira“ kampanju dezinformisanja koju finansira država se veoma razlikuje od motivacije slabo plaćenih „trolova“ čiji je zadatak da teme kampanje pretvore u specifične objave. A jednom kada se neka poruka proširi, mnogo različitih aktera je mogu beskrajno reprodukovati i širiti, svaki sa drugačijom motivacijom. Na primjer, objavu na društvenim medijima može distribuisati nekoliko zajednica, što može dovesti do toga da je preuzmu i reprodukuju vodeći mediji (koji djeluju bez odgovarajuće provjere) koji će je dalje distribuisati novim zajednicama.

Sve ove nijanse možemo razumjeti jedino ako detaljno analiziramo „informatijski poremećaj“ kao u sljedećoj grafici.<sup>18</sup>

Lecture	Akteri: Vlade, PsyOpovi, političke stranke, preduzetnici, PR firme, pojedinci, mediji	Softverska podrška
Stvaraju sadržaj –npr. priče, komentare, „lajkove“, video snimke, „memes“	Često sakrivenog ili ukradenog ili lažnog identiteta	Interaktivni interfejsi
Šire sadržaj – na primjer dijeljenjem i povezivanjem	Koriste botove da im pomognu	Botovi
“Uređuju” sadržaj: mijenjaju/ prilagođavaju, moderiraju i organizuju	Hakeri i gejmeri	Algoritmi

Figure 3: Phases of ‘information disorder’

<sup>18</sup> zvor: Berger, G. 2017. [https://en.unesco.org/sites/default/files/fake\\_news\\_berger.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf) [pristupljeno 22.04.2018].



Primjer stranice koja je objavila viralnu priču da je Papa podržao predsjedničkog kandidata Donalda Trumpa je jedan od najpoznatijih. On je korisna studija slučaja kada razmišljamo o različitim fazama „informacijskog poremećaja“ (Vidi Sliku 3).



## Ciljevi modula

- ▶ Biti razboritiji konzument online informacija, razmišljajući o širokom spektru dezinformisanja i netačnog informisanja.
- ▶ Kritički razmišljati o ljudima (često anonimnim ili lažnog identiteta) koji stvaraju ove vrste informacija te njihovim formatima, načinima na koji se mogu tumačiti i kako se šire.
- ▶ Razumjeti složenost „informacijskog poremećaja“, naročito da je potrebno razlikovati osobe koje kreiraju ove vrste informacija, formate koje koriste i načine na koje publika može da dijeli te poruke.
- ▶ Biti u stanju uzeti u obzir poteškoće kod rješavanja problema dezinformisanja i pogrešnog informisanja.
- ▶ Naglasiti problem načina na koji „informacijski poremećaj“ utiče na demokratiju i otvoreno društvo – koji su bili predmet prethodnog modula.



## Ishodi učenja

Do kraja ovog kursa, polaznici će moći da:

1. Razumiju načine na koje su ovu temu razmatrali i oblikovali političari, informativni mediji i akademska zajednica.
2. Razumiju da se o „informativskom poremećaju“ razmišlja u kontekstu nanošenja štete i neistinitosti.
3. Razumiju vrste pogrešnog informisanja i dezinformisanja i primijene ih na različite primjere.
4. Kritički razmišljaju o primjeru dezinformisanja, analiziraju ko je dezinformaciju pokrenuo i/ili kreirao, kako je ta poruka izgledala i kako su je publike mogle protumačiti .
5. Objasne nekome zbog čega je važno da oprezno razmišljamo o ovom problemu .



## Format modula

### **Teoretsko predavanje i praktična radionica:**

Prezentacija za ovaj modul <sup>19</sup> je osmišljena tako da prati interaktivnu radionicu dužeg formata.

Međutim, za svrhe ovog plana i programa, raniji tekst je predložen kao osnova za teoretsko predavanje. Praktične vježbe navedene u prezentaciji su napravljene za sesiju od 90 minuta. Predavači bi trebali pratiti slajdove i koristiti data pitanja za raspravu i vježbe.

Vježba 1: Pogledajte Sliku 4 ispod, koja objašnjava „7 vrsta dezinformisanja i pogrešnog informisanja“. Polaznici trebaju dati primjere za ove kategorije radeći u parovima ili manjim grupama.

<sup>19</sup> Slajdovi dostupni za download na: [https://en.unesco.org/sites/default/files/fake\\_news\\_syllabus\\_-\\_model\\_course\\_1\\_-\\_slide\\_deck.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf)



Slika 4: Sedam kategorija „informacijskog poremećaja“ - firstdraftnews.org

Vježba 2: Proučite Vennov dijagram (Slika 1), koji objašnjava razlike između netačnog informisanja, dezinformisanja i zlonamjernog informisanja. Slažete li se s njim? Šta nedostaje? Ima li nešto što biste promijenili?

## Povezivanje plana sa ishodima učenja

### A. Teorija

Plan modula	Broj sati	Ishodi učenja
Prezentacija i rasprave u razredu: Dijeljenje ranije stečenog znanja u nedavnim slučajevima dezinformisanja i pogrešnog informisanja	90 min	1

### B. Praksa

Plan modula	Broj sati	Ishodi učenja
Vježba 1: Pogledajte Sliku 4 koja prikazuje vrste dezinformisanja i pogrešnog informisanja i pronađite primjere koji se uklapaju u te kategorije, radeći u parovima ili manjim grupama	45 min	2

<p>Vježba 2: Proučite Sliku 1, koja objašnjava razlike između pogrešnog informisanja, dezinformisanja i zlonamjernog informisanja. Slažete li se s njom? Šta nedostaje? Ima li nešto što biste promijenili?</p>	<p>45 min</p>	<p>3</p>
---	---------------	----------



### Predloženi zadatak

Napraviti storyboard <sup>20</sup> za poučni video koji društveni mediji mogu postaviti pri vrhu Newsfeeda (tekućih objava) kako bi svoje korisnike informisali o tome na šta trebaju paziti kada pregledaju sadržaj na toj stranici. Učesnici mogu dati primjere dezinformisanja i pogrešnog informisanja sa kojim su se susreli tokom ovog modula da naglase rizike „lajkanja“, dijeljenja i komentaranja objava kada čitalac nije utvrdio je li ona istinita ili nije. Jednostavan alat za pravljenje storyboarda možete naći na stranici: <http://www.storyboardthat.com/>



### Materijali

Prezentacija: [https://en.unesco.org/sites/default/files/fake\\_news\\_syllabus\\_-\\_model\\_course\\_1\\_-\\_slide\\_deck.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf)



### Literatura

Berger, G. 2017. Fake news and the future of professional and ethical journalism (Lažne vijesti i budućnost profesionalnog i etičnog novinarstva). Prezentacija na konferenciji Joint Extremism/Digital Europe Working Group Conference Evropskog parlamenta, 6.9.2017. [https://en.unesco.org/sites/default/files/fake\\_news\\_berger.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf);

Busby, M. I. Khan & E. Watling. 2017. *Types of Misinformation During the UK Election* (Vrste netačnih informacija tokom izbora u Ujedinjenom kraljevstvu). First Draft News, dostupno na <https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/>;

Guy, H. 2017. *Why we need to understand misinformation through visuals* (Zašto moramo posmatrati netačne informacije kroz vizuale). First Draft News, dostupno na <https://firstdraftnews.com/understanding-visual-misinfo/>;

Karlova, N.A. i Fisher, K.E. 2012. "Plz RT": A Social Diffusion Model of Misinformation and

201 Napomena: Storyboarding je kreativni proces planiranja koji se koristi u marketingu, snimanju filmova i dokumentaraca i novinarstvu, a koji predstavlja slikovnu „kadar po kadar“ reprezentaciju toka tekstualnog, video ili audio sadržaja

Disinformation for Understanding Human Information Behaviour („Plz RT“: Model društvene difuzije netačnih informacija i dezinformacija za razumijevanje ljudskog ponašanja). Sa: ISIC2012 (Tokyo). Dostupno na: [https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova\\_12\\_isic\\_misdismodel.pdf](https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf);

Silverman, C. 2017. *This is How your Hyperpartisan Political News Get Made* (Ovako se prave hiperpartijske političke vijesti). BuzzFeed News, Dostupno na: <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?>;

Wardle, C. i H. Derakhshan. 2017. *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making* (Informacijski poremećaj: Ka interdisciplinarnom okviru za istraživanje i kreiranje sektorske politike). Vijeće Evrope. Dostupno na: <https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/>;

Wardle, C. i H. Derakhshan. 2017. *One year on, we're still not recognizing the complexity of information disorder online* (Nakon godinu dana još uvijek ne prepoznajemo složenost informacijskog poremećaja online). First Draft News, dostupno na: [https://firstdraftnews.org/coe\\_infodisorder/](https://firstdraftnews.org/coe_infodisorder/);

Zuckerman, E. 2017. *Stop Saying Fake News, It's Not Helping* (Prestanite govoriti „lažne vijesti“, ne pomažete). My Heart's in Accra, dostupno na: <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>.





# TRANSFORMACIJA INDUSTRIJE VIJEŠTI: DIGITALNA TEHNOLOGIJA, DRUŠTVENE PLATFORME I ŠIRENJE NETACNIH INFORMACIJA I DEZINFORMACIJA

*Julie Posetti*

---

# MODUL 3

---





## Sažetak

Digitalno doba se opisuje kao „zlatno doba novinarstva“.<sup>1</sup> Uistinu, omogućilo je pristup značajnim zalihama podataka koje mogu dovesti do revolucionarnog istraživačkog novinarstva,<sup>2</sup> nastanak novih modela prekograničnog kolaborativnog izvještavanja i pristup riznicama znanja i različitih izvora dostupnih na jedan klik. Takođe je u industriju vijesti donijelo stalne i ranije nepoznate izazove i strukturne promjene. Novinarstvo je „pod paljbom“<sup>3</sup> i suočeno je sa „savršenom olujom“ udruženih pritisaka koji pojačavaju „informativni poremećaj“.<sup>4</sup> U njih spadaju:

- ▶ Uspon računarske propagande<sup>5</sup> i „nepovjerenja kao oružja“;<sup>6</sup>
- ▶ Digitalne posljedice na oglašavanje koje uzrokuju kolaps tradicionalnog modela poslovanja medijskog izdavaštva i masovnu nezaposlenost;
- ▶ Neuspjeh digitalnog oglašavanja da zamijeni oglašavanje u štampi kako bi podržalo novinarstvo (Google i Facebook sada ostvaruju najveću korist od prodaje prostora za digitalno oglašavanje);<sup>7</sup>
- ▶ Digitalno prilagođavanje koje mijenja naručivanje sadržaja, njihovu proizvodnju, objavljivanje i distribuciju, što značajno povećava pritisak u vidu rokova i vodi do dodatnog gubitka poslova;
- ▶ Ciljano online maltretiranje novinara (naročito žena), njihovih izvora i publike;<sup>8</sup>
- ▶ Platforme društvenih mreža publiku stavljaju u prvi plan otkrivanja i distribucije sadržaja,<sup>9</sup> i od njih pravi saradnike u produkciji vijesti (što ima mnogo prednosti ali destabilizuje moć etabliranih informativnih medija da

1 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age*. UNESCO, Paris. str. 104 <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [pristupljeno 01.04.2018]. (Citira direktora ICIJ-a, Gerarda Rylea)

2 Obermayer, B. i Obermaier, F. (2016). *The Panama Papers: Breaking the story of how the rich and powerful hide their money*. One World, London.

3 UNESCO (2018). *World Trends in Freedom of Expression and Media Development 2017/2018*. UNESCO, Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756e.pdf> [pristupljeno 29.03.2018].

4 Wardle, C. i Derakhshan, H. (2017). *Vijeće Evrope*, Op Cit. Napomena: video snimak panel diskusije sa Festivala novinarstva 2018 koji je okupio autor poglavlja, je resurs koji predavači mogu koristiti za ovaj modul. <https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fake-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity>.

5 Clarke, R. i Gyemisi, B. (2017). *Digging up facts about fake news: The Computational Propaganda Project*. OECD. <http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm> [pristupljeno 01.04.2018].

6 UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter 'fake news'*. UNESCO, Paris. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [pristupljeno 29.03.2018].

7 Kollwe, J. (2017). *Google and Facebook bring in one-fifth of global ad revenue*. The Guardian, 02.05.2017. <https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue> [pristupljeno 29.03.2018].

8 Vidjeti Modul 7

9 Nielsen, R.K. i Schroeder, C. K. (2014). *The Relative Importance of Social Media for Accessing, Finding and Engaging With News* u: *Digital Journalism*, 2(4) <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420> [pristupljeno 29.03.2018].

kontroliraju razmjenu i utiče na standarde verifikacije);<sup>10</sup>

- ▶ Očekivanja publike da dobijaju vijesti „na zahtjev“, mobilnu isporuku i uključivanje na društvenim medijima u stvarnom vremenu dalje povećavaju pritiske na profesionalne novinare koji se suočavaju sa smanjenjem resursa u beskrajnom ciklusu vijesti;
- ▶ Izdavači vijesti koji imaju problema da zadrže publiku se uklanjaju kao barijere objavljivanju, što bilo kome daje moć da proizvodi sadržaj, zaobiđe tradicionalne mjere zaštite i natječe se za pažnju – uključujući moćne političare koji žele oslabiti vjerodostojnost kritičkog izvještavanja;<sup>11</sup>
- ▶ Ograničen uticaj i profitabilnost mnogih isključivo digitalnih medijskih start-upova koji ispunjavaju prazan prostor nastao neuspjehom novina;
- ▶ Opadanje povjerenja u novinarstvo i glavne medijske organizacije vodi daljnjem osipanju publike i umanjuje preostalu zaradu te pospješuje širenje „informativnog poremećaja“.

Kao posljedica navedenog, sve više se zamućuju granice između činjenica, zabave, oglašavanja, izmišljanja i fikcije. A kada se dezinformacije ili netačne informacije objave, često postanu viralne zbog društvenog sistema distribucije vijesti, koji zavisi od međusobnog dijeljenja sadržaja, te postaje nemoguće povući te informacije, čak i ako novinari i ostali koji provjere činjenice uspiju da je raskrinkaju kao netačnu.

Ovaj modul će polaznike informisati o tome kako je kolaps mnogih modela poslovanja komercijalnih vijesti u digitalnoj eri, u kombinaciji sa procesima digitalne transformacije i pojavom društvenih medija, omogućio legitimizaciju i viralno širenje dezinformacija i netačnih informacija.<sup>12</sup> Pomoći će polaznicima da kritički analiziraju način na koji informativski mediji odgovaraju na „informativski poremećaj“. Osim toga, trebao bi informisati polaznike o novim primjerima dobre prakse u industriji kada je riječ o rješavanju tog problema .

<sup>10</sup> Posetti, J. i Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification*, u: Posetti (ur.) *Trends in Newsrooms 2014*. WAN-IFRA, Pariz. [http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field\\_media\\_image\\_file\\_attach/WAN-IFRA\\_Trends\\_Newsrooms\\_2014.pdf](http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf) [pristupljeno 29.03.2018].

<sup>11</sup> Cadwalladr, C. (2017). *Trump, Assange, Bannon, Farage... bound together in an unholy alliance*, The Guardian, 28.10.2017. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance> [pristupljeno 29.03.2018].

<sup>12</sup> Posetti, J. i Silverman, C. (2014). op cit.



#### **Strukturni uzroci „informatičkog poremećaja“ koji pogađa industriju vijesti**

##### *I) Kolaps tradicionalnih modela poslovanja*

Ubrzani pad prihoda od tradicionalnih oblika oglašavanja – model finansiranja koji je izdržavao komercijalno novinarstvo gotovo dva stoljeća – i neuspjeh digitalnog oglašavanja da stvori dovoljnu zaradu su doveli do doba sve hitnije potrebe za eksperimentisanjem s ciljem postizanja održivosti novinarskog posla. Međutim, kolaps industrije vijesti se samo ubrzao i sada su oštar pad novina, dramatična restrukturisanja i masovna otpuštanja uobičajena i konstantna pojava u redakcijama digitalnog doba. Promjene ponašanja konzumenata medija i cvat društvenih medija, zajedno sa pojavom jeftinih pametnih telefona sa mnoštvom aplikacija, su takođe doprinijeli preusmjerenju publike sa tradicionalnih vijesti na peer-to-peer modele dijeljenja informacija, što dodatno umanjuje prihode.

Posljedice relevantne za „informatički poremećaj“ uključuju:

- ▶ Iscrpljivanje resursa redakcija (kadrovskih resursa i budžeta), koje vodi do manjih provjera izvora i informacija i manje izvještavanja „sa terena“;
- ▶ Povećan pritisak rokova u kombinaciji sa smanjenjem procesa kontrole i gubitkom poslova, dok potražnja za novim sadržajem i dalje traje kako bi se popunile web stranice i kanali društvenih medija;
- ▶ Manje vremena i resursa za provjere i balansiranje (uključujući provjeravanje činjenica koje vrši novinar i naknadno uređivanje);
- ▶ Prekomjerno oslanjanje na loše identifikovano, ali unosno „izvorno oglašavanje“ i „clickbait“ naslove, čime se rizikuje dalje slabljenje povjerenja publike.<sup>13</sup>

##### **ii) Digitalna transformacija redakcija i pripovijedanja**

Desetljeće koje je počelo 2000. godine je potreslo veliki dio medijske sfere,<sup>14</sup> poremetilo šablone i procese kreiranja, distribucije i konzumiranja vijesti dok je digitalno doba zauzelo svoje mjesto. Tada su se istovremeno pojavile neviđene mogućnosti i izazovi.

Digitalna transformacija industrije vijesti i novinarski zanat sada se shvataju kao

<sup>13</sup> Izvorno oglašavanje je termin koji se u medijskoj industriji koristi za plaćeni sadržaj koji oponaša reportažu. Smatra se etičnim da se takav sadržaj jasno označi kao „plaćen“, ali strah od odbijanja čitalaca u nekim slučajevima za posljedicu ima nedostatak transparentnosti.

<sup>14</sup> Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Deset godina koje su potresle svijet medija: Velika pitanja i veliki trendovi u međunarodnim medijima). Reuters Institut za izučavanje novinarstva, Oxford. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media\\_o.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_o.pdf) [pristupljeno 29.03.2018]

beskonačan proces koji uporedo pokreću promjene ponašanja publike (npr. peer-to-peer širenje sadržaja, pristup novom sadržaju na zahtjev) i tehnologija (na primjer, dolazak platformi društvenih medija, virtualne stvarnosti, umjetne inteligencije i sve veća dostupnost pametnih telefona).<sup>15</sup> Prema tome, prisutna je konstantna potreba za izgradnjom digitalnih sposobnosti.

Posljedice relevantne za „informatijski poremećaj“ uključuju:

- ▶ Prilagođavanje medija: mnogi novinari su sada zaduženi za proizvodnju sadržaja za nekoliko platformi istovremeno (od mobilnih do štampanih), što dalje umanjuje vrijeme potrebno za proaktivno izvještavanje, koje se razlikuje od reaktivnih modela kao što je reprodukcija PR sadržaja bez odgovarajuće provjere;
- ▶ Od novinara se sve više traži da naknadno uređuju i objavljuju vlastiti sadržaj bez odgovarajuće revizije;<sup>16</sup>
- ▶ Rok za digitalne objave je uvijek „odmah“, čime se povećava rizik od grešaka;
- ▶ Objavljivanje prvo na društvenim medijima je uobičajeno te novinari svoje priče objavljuju na svojim računima na društvenim medijima i/ili na računima izdavača kako bi ispunili zahtjev publike da vijesti dobijaju u stvarnom vremenu. Praktično to uključuje „tweetovanje uživo“, „Facebook Live“ videe i druge novinarske postupke koji ne podrazumijevaju nužno nadzor urednika (slično emitovanju uživo), što potencijalno može proizvesti pristup „prvo objavi pa onda provjeravaj“;
- ▶ Oslanjanje na rudimentarnu analizu podataka koja se fokusira na broj klikova na članak i jedinstvene posjetioce web stranica, umjesto na „minute pažnje“ i „utrošeno vrijeme“ (koji su korisniji indikatori za duže novinarske forme i kvalitetno novinarstvo), i kojom se opravdavaju više cijene sve rjeđeg i lošijeg digitalnog oglašavanja;
- ▶ Prakse korištenja „clickbaita“ (kojim se smatra upotreba obmanjujućih naslova kako bi se čitaoci potakli da kliknu na link sa lažnim očekivanjima) čiji je cilj da povećaju promet web stranica ali su povezane sa slabljenjem povjerenja u profesionalno novinarstvo;

<sup>15</sup> Za detaljniju globalnu analizu trendova digitalnih medija, vidjeti publikaciju *Digital News Report* Reuters Instituta za izučavanje novinarstva, Oxford. Publikacija iz 2018. je dostupna na: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/>

<sup>16</sup> Vidjeti: Studija slučaja Australian Community Media (ACM): Robin, M. (2014). *Who needs subs? Fairfax turns to reporter-only model* (Kome trebaju zamjenici urednika? Fairfax se okreće isključivo novinarskom modelu) Crikey. <https://www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-subs-fairfax-turns-to-reporter-only-model/> [pristupljeno 29.03.2018]. (Napomena: ova metoda je sada dio regionalnih, ruralnih i lokalnih publikacija u Fairfaxu).

- ▶ Težnja viralnosti nauštrb kvalitete i tačnosti. To je problem koji će dodatno pogoršati „mašinsko učenje“.
- ▶ Porast jedinica za provjeru činjenica u redakcijama i kao rezultat projekata za razvoj medija.

### **iii) Viralnost: kako se dezinformacije brzo šire u novom ekosistemu vijesti**

#### *a) Uspon publike*

Digitalno doba je otklonilo barijere objavljivanja<sup>17</sup> i označilo „prelazak alata za proizvodnju na ljude koji su prethodno bili publika“,<sup>18</sup> koji su postali suproizvođači sadržaja, uključujući vijesti – funkcija i praksa koja se naziva „produsage“ (production + usage, op.prev.).<sup>19</sup> U početku su publiku gradili putem e-maila i chat soba, a onda su platforme društvenih medija drastično povećale njihov doseg.

#### *b) Pojava društvenih medija*

Do druge polovice 2000-tih, u mnogim državama su se Twitter i Facebook pridružili YouTubeu kao predvodnici društvenih medija koji utiču na prakse i profesionalne identitete novinara (naročito kada je riječ o provjeravanju, uključivanju publike i sukobu privatne i javne sfere koji je prisutan na društvenim platformama)<sup>20</sup>, te distribuciju sadržaja. Dok su pojedinci formirali mreže zasnovane na povjerenju, peer-to-peer distribucija sadržaja (naročito na Facebooku) počela je dovoditi u pitanje tradicionalne metode širenja sadržaja.

Korisnici su organizovali vlastite tokove sadržaja – uključujući sadržaje novinskih agencija, novinara i drugih pouzdanih izvora informisanja – bez posrednika. Kao rezultat širenja putem „mreža povjerenja“ (korisnici i njima jednaki), netačan, lažan, zlonamjeran i propagandni sadržaj pod krinkom vijesti je uzeo maha. Istraživači su otkrili da je veća vjerovatnoća da će se na društvenim medijima podijeliti emotivni sadržaj i sadržaj koji dijeli prijatelj ili član obitelji.<sup>21</sup>

Dok su se novinari i novinske organizacije morali ugraditi u ove platforme u svrhe prikupljanja vijesti, uključivanja publike i dijeljenja sadržaja (morali su biti tamo gdje je

17 Gillmor, D. (2004). *We, the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People* (O'Reilly). <http://www.authorama.com/we-the-media-8.html> [pristupljeno 29.03.2018].

18 Rosen, J. (2006). *The People Formerly Known as the Audience*, PressThink blog (27.6.2006). [http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl\\_frmr.html](http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html) [pristupljeno 29.03.2018].

19 Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. Peter Lang, New York. Takođe vidjeti: Bruns A (2006) Collaborative Online News Production (Kolaborativna online produkcija vijesti). Peter Lang, New York.

20 Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time*. Rhodes Journalism Review 29.9.2009. [http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr\\_no29/Transforming\\_Journ.pdf](http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf) [pristupljeno 29.03.2018].

21 Bakir, V. i McStay, A. (2017) *Fake News and the Economy of Emotions. Digital Journalism* (Taylor i Francis) Juli 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [pristupljeno 29.03.2018].



njihova publika najaktivnija), razvili su se “filter baloni”<sup>22</sup> i „eho komore”<sup>23</sup> (čak i ako nisu toliko hermetički ili izolirani koliko se nekada sugerije). Oni su smanjili izloženost pojedinačnih korisnika alternativnim stavovima i provjerenim informacijama. Ova pojava je povećala rizike koji se povezuju s „informativnim poremećajem”.

Prednosti novinarstva umreženog sa publikom uključuju mogućnost korištenja mnogo različitih izvora, vršenja kolaborativnih provjera<sup>24</sup> (koje su korisne u ispravljanju netačnih informacija, raskrinkavanju dezinformacija i identifikovanju zlonamjernih aktera), i izgradnje vjerne publike (potpomognuto direktnom interakcijom novinarskog aktera i konzumenta vijesti).<sup>25</sup> Ono takođe osnažuje publiku da „odgovara“ i koriguje činjenice kada novinari pogriješe, ili daju svoj doprinos i saradnju u istraživanjima. Umrežena javna sfera takođe pomaže novinarima i publici da zaobiđu proizvoljna ograničenja i cenzuru (npr. veliki broj „spin-doktora“), koji mogu otežavati pristup informacijama i otvorenim društvima.

Interakcija novinara sa publikom i izvorima informacija preko društvenih medija se može posmatrati i kao važna funkcija okvirova odgovornosti koja potpomaže samoregulaciju. Ove interakcije novinarima dozvoljavaju da javno i brzo odgovore na valjane kritike svog rada, da odmah koriguju greške i povećaju transparentnost svog rada „stvarajući sadržaj iz procesa”.<sup>26</sup>

Nedostaci uključuju:

- ▶ Veću vjerovatnoću da će dezinformacije i netačne informacije postati viralne, jer „mreže povjerenja”<sup>27</sup> i emocionalne reakcije (npr. potaknute potvrdom pristrasnosti) potiču njihovo dalje širenje. (Vidi Modul 5)
- ▶ Mogućnost da vlasti i druge agencije zaobiđu preispitivanje i provjeru informativnih medija i okrenu se direktno publici, kako bi izbjegli nadzor. Postoje dokazi da društvenim medijima najviše manipulišu oni koji žele uticati

22 Napomena: Filter baloni su napuhani prostor u kom borave ljudi sličnih razmišljanja, kao rezultat algoritama koji korisnicima serviraju individualizirani sadržaj. c.f. Pariser, E. (2012). *The Filter Bubble* (Filter balon). Penguin and Random House, New York

23 “Eho komore” se odnose na uticaj potvrde pristrasnosti na ljude sličnih razmišljanja na platformama društvenih medija. Modul 5 sadrži više toga o „potvrđi pristrasnosti”.

24 Garcia de Torres, E. (2017). *The Social Reporter in Action: An Analysis of the Practice and Discourse of Andy Carvin* u: *Journalism Practice*, 11(2-3). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2017512786.2016.1245110> [pristupljeno 29.03.2018].

25 Posetti, J. (2010). *Aussie #Spill Breaks Down Barriers Between Journalists*, Audience PBS Mediashift, May 24th, 2010. <http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/> [pristupljeno 29.03.2018].

26 Posetti, J. (2013). *The ‘Twitterisation’ of investigative journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (pp. 88-100): Oxford University Press. Dostupno na <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=ihapapers>

27 „Mreže povjerenja” su mreže ljudi koji dijele informacije online na osnovu odnosa povjerenja (na primjer, grupe prijatelja ili porodice) bez ikakvog posrednika, peer-to-peer. Istraživanja su više puta pokazala da će korisnici društvenih medija vjerovatnije podijeliti informacije iz tih „mreža povjerenja”, bez obzira na to jesu li te informacije tačne ili provjerene.

na ishode izbora i javne politike.<sup>28</sup>

- ▶ Veću vjerovatnoću širenja senzacionalnih informacija.<sup>29</sup>
- ▶ Nemogućnost jednostavnog povlačenja ili ispravljanja dezinformacija ili netačnih informacija jednom kada postanu viralne – nikakvo raskrinkavanje ni novinarskorazotkrivanje neistina ne može u potpunosti eliminisati uticaj izmišljene priče, zlonamjernog *memea*, propagandnog videa pod krinkom vijesti niti netačnog izvještaja nastalog usljed nedostatka provjere.
- ▶ Zahtjevi instantne objave na društvenim platformama mogu dovesti do nenamjerne distribucije dezinformacija i netačnih informacija ili materijala dobijenih od lažnih izvora.<sup>30</sup>
- ▶ Nizak nivo medijske i informacijske pismenosti i vještina provjere u širem društvu. To znači da u mnogim slučajevima korisnici opštih društvenih medija nemaju potrebno znanje i vještine da utvrde da li je neki sadržaj autentičan prije nego što ga podijele.
- ▶ Rizik da države podrivaju slobodu izražavanja neopravdanom cenzurom i blokiranjem kao odgovorima na gore opisane hitne probleme.
- ▶ Razvoj filter balona koji teoretski imaju potvrdu pristrasnosti i smanjuju izloženost kvalitetnim, provjerenim informacijama.
- ▶ Rizik da će loš kvalitet novinarske prakse dalje umanjiti poštovanje publike prema tom zanimanju i dati legitimitet napadima na informativne medije onih koji žele da učutkaju kritičare.
- ▶ Rizik od zbunjenosti publike o tome šta čini vijest, za razliku od dezinformacije pod krinkom vijesti.<sup>31</sup>
- ▶ Nepripremljenost redakcija da se nose s dezinformacijama i potreba da urednički timovi društvenih medija razviju ažurirane strategije za efikasniju borbu protiv problema.<sup>32</sup>

---

28 Freedom House (2017). *Freedom of the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy* Freedom House. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017> [pristupljeno 29.03.2018]. See also Cadwalladr, C. (2018). I made Steve Bannon's Psychological Warfare Tool: Meet the data war whistleblower, *The Guardian/Observer* <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/2017/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump> [pristupljeno 31.03.2018].

29 Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter* in *Journalism Studies* (Taylor and Francis) March, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [pristupljeno 29.03.2018].

30 Posetti, J. (2009). *Rules of Engagement For Journalists on Twitter* PBS Mediashift, June 19th 2009. <http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/> [pristupljeno 29.03.2018].

31 Nielsen, R. K. & Graves, L. (2017). "News you don't believe": *Audience Perspectives on Fake News* Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet (RISJ, Oxford). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves\\_factsheet\\_1710v3\\_FINAL\\_download.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf) [pristupljeno 29.03.2018].

32 Elizabeth, J. (2017) *After a Decade, It's Time to Reinvent Social Media in Newsrooms*, American Press Institute <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/> [pristupljeno 29.03.2018].

c) *Uspon platformi*

Glavna urednica Guardian Katherine Viner ocjenjuje da je “Facebook postao najbogatiji i najmoćniji izdavač u historiji tako što je urednike zamijenio algoritmima”.<sup>33</sup> Društvene platforme hvale kao „nove zaštitnike“, <sup>34</sup> premda oni i dalje nevoljko prihvataju odgovornost za nadzor nad tradicionalnim izdavaštvom – uključujući provjere i organizovanje – iako donose odluke da cenzurišu neke sadržaje na način kojipodriava slobodu medija.<sup>35</sup> Pokušaji tih platformi da riješe problem dezinformisanja i netačnog informisanja brzo napreduju, ali njihov otpor prema a) adekvatnim odgovorima na globalnom nivou, i b) preuzimanju izdavačke odgovornosti za društvene i demokratske posljedice otvara mogućnost da se koriste kao tvornice „informatijskog poremećaja“ i online zloupotrebe.<sup>36</sup>

Funkcija algoritma Facebooka u distribuisanju vijesti i širenju dezinformacija, naročito u zemljama u razvoju, se našla pod lupom javnosti poslije 2016. godine,<sup>37</sup> naročito u kontekstu računarske propagande koja pogađa veliki broj platformi društvenih medija.<sup>38</sup> Međutim, nakon početnih obećanja i aktivnosti u partnerstvu s novinskim organizacijama i akademskom zajednicom usmjerenih na rješavanje krize, koje su uključivale pokušaje da se objavljuje pouzdan sadržaj i označe neistinite i obmanjujuće objave, Facebook se dramatično povukao iz ove funkcije u januaru 2018.<sup>39</sup> Vjerovatno će uslijediti prelazak sa otvorenih na zatvorene sisteme društvenih medija, što sa sobom donosi čitav niz implikacija za distribuciju vijesti i održivost kvalitetnog novinarstva. Osim toga, prisutni su i dodatni rizici stvaranja filter balona i viralnog širenja dezinformacija.<sup>40</sup> Tu spadaju problemi sa algoritmima pretraživača kao što je Googleov, za koji je kompanija i sama priznala početkom 2018. godine da ima tendenciju da pojačava potvrdu pristrasnosti. Za vrijeme pisanja ovog materijala, Google je nagovijestio da radi na rješavanju tog problema: “Često postoje legitimne i različite perspektive izdavača i mi želimo da korisnicima omogućimo vidljivost i pristup tim perspektivama iz nekoliko izvora.”<sup>41</sup>

33 Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis* The Guardian, November 17th, 2017. <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [pristupljeno 29.03.2018].

34 Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism* Tow Center for Digital Journalism. [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php) [pristupljeno 29.03.2018].

35 Hindustan Times (2016). *Facebook Says Will Learn From Mistake Over Vietnam Photo*. <http://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3iX6lKgmwalGZeKlyN.html> [pristupljeno 29.03.2018].

36 Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment*, The Conversation, June 29th 2017. <https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271> [pristupljeno 29.03.2018].

37 Finkel, Casey & Mazur (2018). op cit

38 Grimme, C., Preuss, M., Adam, L., & Trautmann, H. (2017). *Social Bots: Human-Like by Means of Human Control?*. Big Data 5(4) <http://comprop.oii.ox.ac.uk/publishing/academic-articles/social-bots-human-like-by-means-of-human-control/> [pristupljeno 29.03.2018].

39 Wang, S., Schmidt, C. & Hazard, O. L. (2018). *Publishers claim they're taking Facebook's newsfeed changes in their stride - is the bloodletting still to come?* NiemanLab. <http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-news-feed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/> [pristupljeno 29.03.2018].

40 Alaphillipe, A. (2018). *Facebook's Newsfeed Changes Are Probably Going to be Great for Fake News*, The Next Web. <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/2018/facebook-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/> [pristupljeno 29.03.2018].

41 Hao, K. (2018). *Google is finally admitting it has a filter bubble problem*, Quartz. <https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/> [pristupljeno 29.03.2018].

## Posljedice „informatijskog poremećaja“ na novinarstvo i industriju vijesti:

- ▶ Dalje opadanje povjerenja u nove brendove, novinarstvo i novinare koji dijele netačne, izmišljene ili obmanjujuće informacije;
- ▶ Stapanje kvalitetnog izvještavanja sa dezinformacijama i loše označenim izvornim (plaćenim) oglašavanjem osmišljenim tako da imitira vijesti, što povećavaopšte nepovjerenje;
- ▶ Dalji pritisak na poslovni model novinarstva – publika se možda više neće okretati informativnim medijima u doba krize i katastrofe, vjerujući da će dobiti pouzdane i provjerene informacije objavljene u interesu javnosti. To povjerenje podupire lojalnost nekom brendu – koja je ključna za izgradnju svakog održivog poslovnog modela;
- ▶ Slabljenje uloge novinara kao agenata odgovornosti (npr. putem istraživačkog novinarstva), sa posljedicama koje se prenose u šire društvo;
- ▶ Strožije kažnjavanje (koje se ponekad opravdava kao neophodno za istrebljenje „lažnih vijesti“) koje narušava slobodu štampe i slobodu izražavanja, uključujući gašenje interneta, blokiranje platformi i cenzuru;
- ▶ Zlonamjerno ciljanje novinara (naročito novinarki) putem stvaraoaca dezinformacija koji koriste online uznemiravanje da diskredituju kritičko novinarstvo, zajedno sa namjernim pokušajima da novinare ulove u zamku dijeljenja dezinformacija i netačnih informacija.<sup>42</sup>

## Nove prakse u industriji: kako novinske organizacije pokrivaju „lažne vijesti“ i bore se protiv „informatijskog poremećaja“

Gore opisani problemi i rizici zahtijevaju konstantan profesionalni oprez, posvećenost etičkim normama, visoke standarde izvještavanja i provjere (uključujući kolaborativne metode provjere) kako informacija, tako i izvora, skupa s aktivnim raskrinkavanjem i kreativnom reportažom o problemu.

Slijedi nekoliko primjera aktivnosti novinskih organizacija i pojedinih novinara usmjerenih na pokrivanje priče, uključivanje publike u novinsku pismenost i borbu protiv dezinformacija:

- ▶ *Guardianova* upotreba storyja na Instagramu u borbi protiv širenja dezinformacija, sa kratkim videima osmišljenim da uključe mlađu publiku: <https://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/> (vidjeti i: *Guardianov* interaktivni kviz o „lažnim vijestima“: <https://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz>);

<sup>42</sup> Vidjeti detaljnu analizu u Modulu sedam.

- ▶ *Rapplerovo* korištenje istraživačkog novinarstva i analiza masivnih skupova podataka (Big Data) za otkrivanje propagandnih „marionetskih“ mreža koje utiču na demokratiju na Filipinima: <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet>;
- ▶ Upotreba snažnog eksplanatornog izvještavanja o ovom problemu *New York Timesa* primjenom pristupa studija slučaja: <https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>;
- ▶ Posvećenost *Columbia Journalism Reviewa* praktičnoj reflektivnoj analizi problema: [https://www.cjr.org/analysis/how\\_fake\\_news\\_sites\\_frequently\\_trick\\_big-time\\_journalists.php](https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php);
- ▶ Vodič za novinare *Guardiana Australia* za borbu protiv poricanja klimatskih promjena: <https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/o8/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected>;
- ▶ Saradnja između novinara i akademika u Japanu tokom državnih izbora 2017. godine da se raskrinkaju „lažne vijesti“, koja se zasnivala na principima veoma uspješnog CrossCheck projekta praćenja izbora u Francuskoj iste godine: <http://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/>;
- ▶ Interesantan primjer saradnje koja uključuje profesore i studente novinarstva u SAD-u je *Electionland*: <https://projects.propublica.org/electionland/>;<sup>43</sup>
- ▶ Globalno istraživačko praćenje skandala vezanog uz *Cambridge Analyticu* (uključujući *Observer* i *Guardian*, televizijski kanal *Channel 4 News* i *New York Times*) i način na koji je *Vox Media* tu složenu priču objasnio svojoj publici tako da osnaži njihovo znanje: a) <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/2017141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller>, b) <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/2017151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>;
- ▶ *Quintovo* korištenje snage publike za suprotstavljanje širenju dezinformacija putem WhatsAppa u Indiji i njihovo kreativno organizovanje provjerenih sadržaja na toj aplikaciji: <https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire>.<sup>44</sup>

43 Napomena urednika: CrossCheck i Electionland su dio rastućeg fenomena privremenih inicijativa u obliku partnerstava, kao vid borbe protiv dezinformisanja tokom izbora. Ta “pop-up” partnerstva mogu biti vrijedna kao vid dopunjavanja nedostajućih ili relativno slabih i izolovanih institucija za provjeru činjenica.

44 Napomena: Za istraživanja koja se bave ulogom aplikacija za chat u širenju dezinformacija, pogledati: Bradshaw, S & Howard, P. (2018). *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Working Paper 2018.1. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf> [pristupljeno: 20.8.2018].

Predavače ovog modula potičemo da dodaju druge primjere iz svoje regije i sa svog govornog područja.

Takođe mogu biti korisne strategije profesora Charlieja Becketta za unapređenje etičnih novinarskih praksi u vremenu „lažnih vijesti“. On tvrdi da novinari trebaju da:

- ▶ Budu uvezani – dostupni i prisutni na svim platformama;<sup>45</sup>
- ▶ Koordiniraju – pomažu korisnicima da pronađu dobar sadržaj, gdje god on bio;
- ▶ Budu relevantni – koriste isti jezik kao korisnici i kreativno „slušaju“;
- ▶ Budu stručni – dodaju vrijednost, uvide, iskustvo, kontekst;
- ▶ Budu tačni – provjeravaju činjenice, održavaju ravnotežu, budu precizni;
- ▶ Budu humani – pokazuju empatiju, raznolikost, budu konstruktivni;
- ▶ Budu transparentni – navode izvore, budu odgovorni, otvoreni za kritiku.<sup>46</sup>



### **Ciljevi modula**

- ▶ Omogućiti polaznicima da razumiju strukturne uzroke slabljenja novinskih medija sa jedne strane i, sa druge strane, procvat dezinformacija i netačnih informacija;
- ▶ Omogućiti polaznicima da kritički analiziraju odgovore novinskih medija na fenomen „informativnog poremećaja“;
- ▶ Shvatiti i kritikovati ulogu platformi u razvijanju i održavanju krize dezinformacija;
- ▶ Naučiti nešto iz novih dobrih praksi novinara i novinskih organizacija koje efikasno odgovaraju na krizu.



### **Ishodi učenja**

Do završetka ovog modula polaznici bi trebali moći:

1. Kritički procijeniti strukturne uzroke i široke posljedice aktivnosti informativnih medija na objavljivanju i širenju lažnih informacija;
2. Razumjeti i kritikovati ulogu tehnologije i „novih čuvara“ (tj. platformi)

<sup>45</sup> Napomena: urednici priznaju da je nemoguće da svi novinari pojedinačno budu na svim platformama. Međutim, redakcijama može biti korisno da odabrane novinare zaduže za nove platforme sa manjim uticajem, pored visokoprotivnih platformi - Twittera, Facebooka i Instagrama.

<sup>46</sup> Beckett, C. (2017). op cit.



u omogućavanju dezinformacijama i netačnim informacijama koje su predstavljene kao vijesti da se viralno šire;

3. Identifikovati najbolje nove prakse u industriji vijesti za hvatanje i borbu protiv dezinformacija.



### Format modula

Ovaj modul je osmišljen tako da se predstavi uživo ili online. Podijeljen je na dva dijela: teoretski i praktični

### Povezivanje plana sa ishodima učenja

#### A. Teorija

Plan modula	Broj sati	Ishodi učenja
<p>Interaktivno predavanje i sesija za pitanja i odgovore na tradicionalan način ili preko neke platforme za webinare koja olakšava učešće na daljinu.</p> <p>Sadržaj predavanja se može izvući iz ranije opisane teorije i primjera.</p> <p>Međutim, predavači se potiču da uključe kulturološki ili lokalno relevantne studije slučajeva prilikom rada na ovom modulu.</p> <p>Ishodima učenja bi naročito pogodovalo predavanje organizovano u formi stručne panel diskusije, sa novinarima, urednicima i predstavnicima platformi pozvanih da učestvuju u diskusiju koju će moderirati predavač ili instruktor, uz direktno učešće polaznika kursa u sesiji pitanja i odgovora..</p>	60 - 90 min	1, 2, 3

## B. Praktični dio

Plan modula	Broj sati	Ishodi učenja
<p>Radionica/predavanje koja se može održati u tradicioalnom tipu učionice ili preko platforme za e-učenje kao što je Moodle, Facebook grupe ili drugi servisi koji omogućavaju učešće online i na daljinu. Radionica/predavanje može imati sljedeći format.</p> <p>Polaznike treba podijeliti u radne grupe sa 3-5 članova. Svaka grupa treba:</p> <p>i. Dobiti studiju slučaja koja prikazuje način na koji je neka novinska organizacija objavila ili nenamjerno podijelila netačnu informaciju ili dezinformaciju.</p> <p>ii. Zajedničkim radom ocijeni materijal i istraži porijeklo informacije i kontekst pogrešnog izvještavanja (npr . Je li to bila udarna vijest?); raspravlja o mogućim uzrocima incidenta (obraćajući pažnju na strukturne faktore kao što je smanjenje redakcija i uloga platformi društvenih medija); razgovara o svojim iskustvima i slučajevima kada su nasjeli na dezinformacije.</p> <p>iii. Zajedno napišu sažetak svoje analize od otprilike 250 riječi, o razlozima zbog kojih je došlo do objavljivanja, identifikujući tri stvari koje su novinar(i) ili novinske organizacije mogle drukčije uraditi kako bi spriječili objavljivanje lažnih informacija. To mogu uraditi koristeći Google Docs ili neki sličan alat za kolaborativno uređivanje, a sažetak trebaju predati predavaču na pregled.</p>	90 - 120 min	1, 2, 3, 4



### **Predloženi zadatak**

Izveštaj o studiji slučaja (2000 riječi). Identifikovati tri studije slučaja (uključujući jedan iz vaše zemlje/regije) u kojima je neka novinska organizacija distribuirala ili istraživala objavljenu dezinformaciju. Dekonstruisati svaki primjer (razmatrajući uzroke i posljedice objavljivanja netačne informacije/dezinformacije) i izvući naučene lekcije iz svake studije slučaja. (Napomena: učesnici trebaju birati skorije primjere – ne one koje smo dali za diskusiju u radionici za ovaj modul).



## Literatura

- Bakir, V. i McStay, A. (2017). *Fake News and the Economy of Emotions (Lažne vijesti i ekonomija emocija)* u: *Digital Journalism* (Taylor i Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [pristupljeno 29.03.2018].
- Bell, E. i Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism (Platformaska štampa: Kako je Silikonska dolina rekonstruisala novinarstvo)* Tow Center for Digital Journalism. [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php) [pristupljeno 29.03.2018].
- Iretton, C. (Ur.) (2016). *Trends in Newsrooms 2016 (Trendovi u redakcijama)*. WAN-IFRA, Pariz. [http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field\\_media\\_image\\_file\\_attach/WAN-IFRA\\_Trends\\_Newsrooms\\_2016.pdf](http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2016.pdf) [pristupljeno 29.03.2018].
- Kalsnes, B. i Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter (Razumijevanje dijeljenja vijesti na društvenim medijima: Analiza distribucije na Facebooku i Twitteru)*, u: *Journalism Studies* (Taylor i Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [pristupljeno 29.03.2018].
- Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments (Deset godina koje su potresle svijet medija: Velika pitanja i veliki trendovi u međunarodnim medijima)*. Reuters Institut za izučavanje novinarstva, Oxford. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media\\_o.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_o.pdf) [pristupljeno 29.03.2018].
- McChesney, W. i Picard, V. (Ur.) (2011). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix it (Posljednji novinar neka ugasi svjetlo za sobom: Kolaps novinarstva i šta se može uraditi)*. The New Press, New York.
- Mitchell, A., Holcomb, J. i Weisel, R. (2016). *State of the News Media (Stanje informativnih medija)* Pew Research Centre. <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf> [pristupljeno 29.03.2018].
- Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time (Transformacija novinarstva...po 140 znakova)* Rhodes Journalism Review 29, [http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr\\_no29/Transforming\\_Journ.pdf](http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf) [pristupljeno 29.03.2018].

- Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* („Twitterizacija“ istraživačkog novinarstva), u: S. Tanner & N. Richardson (Ur.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (Novinarsko istraživanje i ispitivanje u digitalnom svijetu) (str. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. <http://ro.uow.edu.au/cgi/view-content.cgi?article=2765&context=lhapapers> [pristupljeno 29.03.2018].
- Posetti, J. i Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification* (Kada dobri ljudi dijele loše stvari: Osnove provjere na društvenim medijima), u: Posetti (Ur.) *Trends in Newsrooms 2014* (Trendovi u redakcijama 2014). WAN-IFRA, Pariz. [http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field\\_media\\_image\\_file\\_attach/WAN-IFRA\\_Trends\\_Newsrooms\\_2014.pdf](http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf) [pristupljeno 29.03.2018].
- Posetti, J. (Ur.) (2015). *Trends in Newsrooms 2015* (Trendovi u redakcijama 2015). WAN-IFRA, Pariz. [http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field\\_media\\_image\\_file\\_attach/WAN-IFRA\\_Trends\\_Newsrooms\\_2015.pdf](http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2015.pdf), (Takođe vidjeti Trendovi u redakcijama 2014) [pristupljeno 29.03.2018].
- RISJ (2018). *Digital News Report 2018* (Izveštaj o digitalnim vijestima 2018). University of Oxford). <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475> [pristupljeno 29.03.2018].
- Silverman, C. (2015). *Lies, Damn Lies and Viral Content* (Laži, proklete laži i viralni sadržaj). Tow Center for Digital Journalism. [http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies\\_Silverman\\_TowCenter.pdf](http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf) [pristupljeno 29.03.2018].
- Society of Climate Change Reporters (2016). *Climate Change: A Guide to Information and Disinformation* (Klimatske promjene: Vodič o informacijama i dezinformacijama). <http://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview> [pristupljeno 29.03.2018].
- UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter 'fake news'* (Države i novinari mogu poduzeti korake protiv „lažnih vijesti“). <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [pristupljeno 29.03.2018].

A silhouette of a person sitting and reading a book, set against a background of a sunset or sunrise. The person is on the left, and the book is held in their hands. The background is a gradient of orange and yellow, with a dark red area at the top left.

# **BORBA PROTIV DEZINFORMACIJA I NETAČNIH INFORMACIJA PUTEM MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI (MIP)**

*Magda Abu-Fadil*

---

# **MODUL 4**

---



## Sažetak

Ovaj modul polaznike upoznaje s konceptom medijske i informacijske pismenosti<sup>1</sup> (MIP) kako bi razumjeli vijesti kao sredstvo identifikovanja „informacijskog poremećaja“ u očitim i podsvjesnim porukama. MIP je krovni koncept koji UNESCO koristi kako bi naglasio međusobnu povezanost informacijskih kompetencija u opštem smislu, a naročito medijskih kompetencija. U njih ubrajamo pismenost u oblasti ljudskih prava (naročito prava na slobodu izražavanja kao prava svake osobe da traži, prima i pruža informacije i mišljenja); pismenost vijesti (uključujući pismenost u oblasti novinarskih standarda i etike); pismenost oglašavanja; kompjutersku pismenost; razumijevanje „ekonomije pažnje“; međukulturnu pismenost; pismenost privatnosti; itd. To podrazumijeva razumijevanje načina na koji komunikacije ostvaruju interakciju sa individualnim identitetom i društvenim dešavanjima. MIP sve više postaje ključna životna vještina – potrebna da bismo znali šta sve oblikuje nečiji identitet i kako se možemo kretati kroz informacijsku maglu i izbjeći skrivene mine. MIP je osnova našeg konzumiranja, proizvodnje, otkrivanja, procjene i dijeljenja informacija, kao i naše razumijevanje samih sebe i drugih u informacijskom društvu.

Pismenost vijesti je uže shvaćena sposobnost razumijevanja jezika i konvencija vijesti kao žanra i prepoznavanja kako se te osobine mogu eksploatisati sa zlom namjerom. Koliko god pismenost vijesti bila važna, međutim, sama po sebi ne može osigurati potpunu otpornost na dezinformacije pod krinkom vijesti. Razlog tome je taj što ljudi komunikacije ne primaju samo mozgom, nego i srcem. Stoga, MIP takođe mora uključivati razvijanje svijesti pojedinaca o tome kako reaguju na sadržaj vijesti i njihovim predispozicijama da vjeruju ili ne vjeruju informacijama, čak i odvojeno od signala žanra.

MIP bi, prema tome, trebala u svom korijenu ljudima omogućiti da razumiju vlastiti identitet – ko su i ko postaju te kako to utiče na njihovu interakciju sa vijestima i drugim vrstama komunikacija. Cilj ovog modula je da polaznicima pomogne da prepoznaju i razlikuju novinarstvo sa jedne strane i informacije se predstavljaju kao novinarstvo sa druge. To osnaživanje omogućava pojedincima da budu gospodari svog identiteta i prepoznaju i bore se kada njima neko manipuliše dezinformacijama pod krinkom vijesti.

Polaznici će naučiti kako da razviju i primijene okvir vještina kritičkog razmišljanja pod nazivom „Svrshodno reflektirajuće rasuđivanje“ (Purposeful Reflective Judgement),<sup>2</sup> koji obuhvata primjenu analize, tumačenja, procjene, samoregulacije, zaključivanja i objašnjavanja.

Učesnici prolaze kroz analiziranje vijesti u štampi, emiterima (radio i televizija), online i društvenim medijima, dekonstrukciju poruka na njihove komponente, kao i učenje o

<sup>1</sup> <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy> [pristupljeno 16.06.2018].

<sup>2</sup> Facione, P. (2010, dopunjeno). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [online] Insight Assessment. Dostupno na: <https://www.insightassessment.com/> [pristupljeno 01.02.2018].



izvorima i njihovom kredibilitetu (ili nedostatku istog).

Naučićete da autentične vijesti nisu nauka, već da su ugrađene u narative koji, uprkos tome što su raznovrsni, generalno prate profesionalne metode i etičke norme koje im pomažu da smanje greške i definitivno sprječavaju izmišljotine. Novinari bi trebali izvještavati i signalizirati laži različitih aktera; i, nasuprot tome, nikada ne prihvatati tvrdnje kao činjenice, niti ih predstavljati bez pratećih kvalifikacija koje publici daju sliku o stvarnoj situaciji.

U ovom modulu će polaznici takođe naučiti koliko se brzo i jednostavno „novinski jezik“ može eksploatirati kako bi se od nepotpunih, obmanjujućih ili izmišljenih detalja napravila priča koja je na prvi pogled vjerodostojna i ubjedljiva.<sup>3</sup>

Nastavni materijal za ovaj modul se fokusira na razvijanje svijesti o važnosti MIP u borbi protiv netačnih informacija i dezinformacija. To uključuje primjenu vještina kritičkog razmišljanja za identifikovanje „vijesti“ koje su izmišljene. On takođe naglašava važnost vježbanja MIP kod polaznika u svakodnevnom životu. Pomaže im da vide kako MIP može poboljšati njihova ljudska prava i prava drugih ljudi; i važnost izbjegavanja promovisanja i širenja neistina.<sup>4</sup>

Nastava se odvija u prostoru opremljenom računarima, sa konekcijom na internet. Učesnici mogu koristiti aplikacije za chat na svojim mobilnim uređajima tokom praktičnih dijelova lekcije. Internet je potreban radi pristupa vanuniverzitetskim online izvorima, dok se univerzitetski intranet (tamo gdje je ovaj modul ponuđen na tercijarnom nivou) koristi za pristupanje biblioteci i drugim univerzitetskim informacijskim resursnim centrima.



## Pregled

Dezinformacije pod krinkom vijesti iz izbora u SAD-u, Francuskoj, Keniji i Njemačkoj 2016. i 2017. godine su samo vrh ledenog brijega ogromne količine informacijskih izazova u društvima – iako možda sa najvećim potencijalnim posljedicama.

Uzmite u obzir, međutim, da su televizijske stanice i korisnici društvenih medija širom svijeta u stvarnom vremenu pratili čudo u nastanku u Meksiku 2017. godine, kada su spasioci pokušavali da oslobode učenicu, #FridaSofía, zarobljenu u ruševinama nakon

3 Za primjere „novinskog stila“ pogledati: *Fluent in Journalese* (Tečni novinski stil) autora Philipa B. Corbetta. 17.03.2015. <https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/2017/fluent-in-journalese/>; My 'shameful secret': I've learnt to love clichéd journalese (Moja „sramotna tajna“: Zavolio sam klišeizirani novinski stil) autora Roba Huttona. 05.09.2013. <https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-Ive-learnt-to-love-cliched-journalese.html> [u oba slučaja pristupljeno 22.04.2018].

4 Ugrađivanje MIP u izučavanje novinarstva proučava na primjer Van der Linde, F. 2010. The necessity of a media literacy module within journalism or media studies curricula (Nužnost modula o medijskoj pismenosti na studijima novinarstva i medija). *Global Media Journal, African Edition*. Vol 4, no.2 <http://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/>

zemljotresa – samo da bi na kraju otkrili da ona ne postoji.<sup>5</sup> Priča je bila lažna, premda je moguće da nije bila namjerna izmišljotina. Ipak, novinarstvo mora izbjegavati i pogrešne i krivotvorene informacije. Nije svaka neistina u vijestima „lažna vijest“ u smislu dezinformacije, ali obje vrste su problematične sa aspekta sposobnosti društva da razumije svijet.

Konzumentima vijesti su potrebni sofisticirani mediji i informacijska pismenost uopšte, ali i određeni nivo filozofskog razumijevanja. Na primjer, moraju shvatiti da autentične vijesti ne čine potpunu „istinu“ (kojoj se možemo samo približiti u međusobnim interakcijama ljudi i njihovom interakcijom sa stvarnosti tokom vremena). Polaznici ovog modula, naročito studenti novinarstva, svejedno trebaju razumjeti da je poenta u tome da novinarstvo nikada ne smije podržavati laži. Viđeni kitovi i ajkule u bazenima ili dvorištima nakon uragana i druge malo vjerovatne posljedice prirodnih katastrofa koje mediji objavljuju tjeraju nas da se upitamo: *Nije valjda?* Vijesti koje ne pokazuju očekivano poštovanje prema provjerenim činjenicama mogu biti posljedica nemarnog novinarstva i neodgovarajućih procesa objavljivanja, ali takođe mogu biti namjerno varljive i, stoga, lažne. MIP je potrebna za dešifrovanje razlika između njih i kakvi su takvi slučajevi u poređenju s profesionalnim i etičnim vijestima.

Put je dug. Rast govora mržnje, ksenofobije i napada na izbjeglice ili osobe „druge“ vjerske ili etničke pripadnosti ili drugačije boje kože, zasnovan na stereotipima koje raspiruju izmišljeni statistički podaci, populistička retorika i obmanjujući medijski izvještaji koji ne ispunjavaju standarde novinarstva, dalje pojačavaju toksičnu mješavinu protiv koje se MIP treba suprotstaviti. Situacija će se brzo dodatno zakomplikovati zbog korištenja kompjuterskih programa koji koriste umjetnu inteligenciju (UI) da bi stvorili simulacije ljudi u lažnim video i/ili audio izvještajima koji nemaju uporište u istini.<sup>6</sup>

Zato je potrebno usmjeriti studente i profesionalne novinare da kritički razmišljaju o svemu što čuju ili vide, od najjednostavnijeg razgovora do najviše raširenih vijesti u tradicionalnim i digitalnim multimedijima.

Pored vrsta dezinformacija i netačnih informacija koje su identifikovali Wardle i Derakhshan (2017.),<sup>7</sup> neprofitna organizacija sa sjedištem u Briselu, Evropsko udruženje za interese gledaoca (European Association for Viewers' Interests - EAVI) je u kontekstu svog programa Media Literacy for Citizenship (Medijska pismenost za građane) napravila zgodnu infografiku pod naslovom „Beyond Fake News: Ten Types of Misleading News“ („Više od lažnih vijesti: deset vrsta obmanjujućih vijesti“), koja sažima sve sa čime se

5 Campoy, A. (2017). *A school girl trapped in Mexico's earthquake rubble won the world's hearts – except she did not exist*. Quartz. Dostupno na: <https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/> [pristupljeno 03.04.2018].

6 Edmund, C. (2017). *This AI can create a video of Barack Obama saying anything*. [online] World Economic Forum. Dostupno na: <https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university?>

7 Vidjeti Modul 2

danas suočavaju konzumenti vijesti.<sup>8</sup> Ona je vrijedan resurs za studente novinarstva i profesionalne novinare.

Dopunjeni istraživački rad dr Petera A. Facionea „CriticalThinking: *What It Is and Why It Counts*“ („Kritičko razmišljanje: Šta je to i zašto je važno“)<sup>9</sup> je dobra početna tačka za upoznavanje studenata sa „rasuđivanjem, donošenjem odluka i efektivnim procesima individualnog ili grupnog razmišljanja“. U doba „post-istine“, „lažnih vijesti“ i „alternativnih činjenica“, to postaje sve važnije. U ovom pristupu kritično razmišljanje podrazumijeva:

- ▶ Radoznalost o širokom spektru pitanja;
- ▶ Želju da postanemo i ostanemo dobro informisani;
- ▶ Otvorene oči za prilike za primjenu kritičkog razmišljanja;
- ▶ Povjerenje u procese promišljenog istraživanja;
- ▶ Samopouzdanje u vlastite sposobnosti rezonovanja;
- ▶ Otvoren um u pogledu različitih svjetonazora;
- ▶ Fleksibilnost u razmatranju alternativa i mišljenja;
- ▶ Razumijevanje mišljenja drugih ljudi;
- ▶ Pošten stav u ocjenjivanju rezonovanja
- ▶ Prepoznavanje i iskreno suočavanje sa vlastitim pristrasnostima, predrasudama, stereotipima ili egocentričnim sklonostima
- ▶ Razboritost u prekidanju, donošenju ili mijenjanju mišljenja;
- ▶ Spremnost da ponovo razmotrimo i promijenimo stavove za koje nam iskreno razmišljanje govori da ih treba mijenjati.

Prema različitim studijama, bavljenje mladih ljudi mobilnim uređajima<sup>10</sup> u mnogim dijelovima svijeta znači da oni većinu vijesti dobijaju preko njih, putem aplikacija za chat, društvenih medija i, povremeno, web stranica i blogova tradicionalnih medija.<sup>111213</sup>

Na mnogim od njih ne postoje, ili su nedovoljne oznake koje bi razlikovale autentično novinarstvo od amaterskih reportaža, a kamoli dezinformacija.

8 EAVI. (2018). EAVI.eu. [online] Dostupno na: <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info>

9 Facione, P. (2010, dopunjeno). Ibid. Critical Thinking.

10 *Children's use of mobile phones*. (2015). [ebook] Tokyo: Mobile Society Research Institute, NTT Dotcom. Dostupno na: [https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA\\_Childrens\\_use\\_of\\_mobile\\_phones\\_2014.pdf](https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf)

11 *Digital News Report* (2017). Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ, Oxford)

12 Shearer, E. & Gottfried, J. (2017). *News Use Across Social Media Platforms*. [ebook] Washington DC: Pew Research Centre. Dostupno na: <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>

13 *Youth, Internet, and Technology in Lebanon: A Snapshot* (2017) Social Media Exchange. Dostupno na <https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/>

Drugi problem je u načinu na koji platforme tretiraju vijesti. Za Facebook, daleko najveću društvenu platformu, „...novinarstvo je od početka predstavljalo smetnju. Sada, kada je opterećen nerješivim problemima lažnih vijesti i lošeg PR-a, jasno je da će Facebook postepeno sasvim ukinuti vijesti“, tvrdi Frederic Filloux.<sup>14</sup> Preostaje nam samo da vidimo kako će se to odigrati. Neke novinske organizacije bi se osjećale iznevjereno tim ukidanjem, tvrdeći da će time biti prevarene njihove publike jer je Facebook bio veza za korisnike koji zavise od društvenih medija kako bi bili u toku s događanjima.<sup>15</sup> Neki zagovornici MIP se, pak, nadaju da će taj potez natjerati mlade konzumente vijesti da prošire svoje vidike u potrazi za onim što se dešava u svijetu oko njih i prestanu se potpuno oslanjati na društvene medije, na kojima vlada zagađenje informacija i kojima su neprestano izloženi preko „uvijek uključenih“ sprava. Istovremeno, postoje nagovještaji da bi se sam Facebook početo baviti proizvodnjom vijesti, kao konkurencija postojećim medijskim akterima.<sup>16</sup>

Uz MIP učesnici mogu naučiti da prepoznaju da se čak i autentične vijesti uvijek konstruišu i konzumiraju unutar širih narativnih okvira koji činjenicama daju značenje i koji obuhvataju šire pretpostavke, ideologije i identitete. To podrazumijeva sposobnost prepoznavanja razlika između različitih novinarskih pokušaja da uhvate i protumače najvažniju stvarnost sa jedne strane i, sa druge, slučajeva obmane koji koriste format vijesti dok krše profesionalne standarde provjerljivosti.

MIP takođe može biti alat za borbu protiv stereotipa i promociju međukulturne komunikacije, a značajan faktor za postizanje tog cilja je multijezičnost. Različiti akteri su doprinijeli naporima za ostvarenje MIP i na UNESCO-voj web stranici su dostupni dobri resursi.<sup>17</sup> Međutim, ostaje mnogo toga što se treba uvrstiti u nastavne planove i programe, kao i u praksu, da bi se ublažile posljedice dezinformacija i netačnih informacija.<sup>18</sup>

Za ostvarenje ciljeva ovog modula se može iskoristiti sveprisutnost video sadržaja kako bi se polaznici uključili preko kratkih videa s opisima koji će sadržavati lažne poruke kao vrsta „obrazovne zabave“, čime će se polaznici navići na to da sav sadržaj, čak i onaj koji je predstavljen kao vijesti, uzmu sa velikom rezervom.

Predavač bi polaznicima takođe trebao pomoći da promijene tendenciju da površno „googlaju“ većinu informacija i potaknuti ih da vrše dublje online istraživanje, uključujući

14 Filloux, F. (2018). *The Monday Note*, 14 January, 2018. Dostupno na: <https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84>

15 Vidjeti Modul 3

16 Is Facebook's Campbell Brown a Force to Be Reckoned With? Or Is She Fake News? <https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html>

17 Vidjeti <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/> [pristupljeno 22.04.2018].

18 Abu-Fadil, M. (2007). *Media Literacy: A Tool to Combat Stereotypes and Promote Intercultural Understanding*. Dostupno na: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161157e.pdf> [pristupljeno 01.04.2018].

napredne funkcije pretrage, unakrsno provjeravanje nekoliko izvora informacija i prihvate vrijednost biblioteka i bibliotekara u izgradnji pismenosti povezane sa traženjem i procjenom informacija. E-biblioteke su uveliko olakšale pristup akademskim i drugim izvorima koje studenti novinarstva i profesionalni novinari mogu koristiti da prodube svoje znanje o procesima i praksama usmjerenim na kritičku procjenu i provjeru informacija. Drugi resursi takođe nadopunjuju proces učenja/znanja i pomažu učesnicima da prodru u suštinu lažnih vijesti i štite od njihovih negativnih posljedica, kao i da budu u poziciji da ih raskrinkaju kao dio novinarskog rada.

Građanski angažman s korisnicima društvenih medija koji primaju i dijele dezinformacije i netačne informacije je još jedna obećavajuća metoda učenja novinara i studenata novinarstva kako da nađu, prate i efikasno raskrinkaju neistine, kako za sebe, tako i u svojoj zajednici. Predavače potičemo da razmotre vježbe vezane za ovaj modul.

U kontekstu važnosti teme ovog modula mogu biti korisne riječi Roubé El Helou, više predavačice i istraživačice medija sa Univerziteta Notre Dame – Libanon: „Opremanje ljudi vještinama potrebnim za dekodiranje raznih poruka trajna je borba koja traži učešće svih medijskih prosvjetnih djelatnika i novinara. Medijska pismenost pomaže ljudima da pronadu ravnotežu između povjerenja u izvore vijesti i sumnje koja je nužna da ih preispitaju“.

Za ostvarenje ciljeva ovog modula se može iskoristiti sveprisutnost video sadržaja kako bi se polaznici uključili preko kratkih videa s opisima<sup>19</sup> koji će sadržavati lažne poruke kao vrsta „obrazovne zabave“, čime će se polaznici navići na to da sav sadržaj, čak i onaj koji je predstavljen kao vijesti, uzmu sa velikom rezervom.

Predavač bi polaznicima takođe trebao pomoći da promijene tendenciju da površno „googlaju“ većinu informacija i potaknuti ih da vrše dublje online istraživanje, uključujući napredne funkcije pretrage, unakrsno provjeravanje nekoliko izvora informacija i prihvate vrijednost biblioteka i bibliotekara u izgradnji pismenosti povezane sa traženjem i procjenom informacija.<sup>20</sup> E-biblioteke su uveliko olakšale pristup akademskim i drugim izvorima koje studenti novinarstva i profesionalni novinari mogu koristiti da prodube svoje znanje o procesima i praksama usmjerenim na kritičku procjenu i provjeru informacija. Drugi resursi takođe nadopunjuju proces učenja/znanja i pomažu učesnicima da prodru u suštinu lažnih vijesti i štite od njihovih negativnih posljedica, kao i da budu u poziciji da ih raskrinkaju kao dio novinarskog rada.<sup>21</sup>

19 Ovdje je dostupan jedan primjer moćne primjene videa da pokaže vrijednost medijske pismenosti u kontekstu pucnjava u školama u SAD-u, koji preuzimamo sa Vice Media: Hoaxers say victims of mass shootings are ‘crisis actors’ (Prevaranti tvrde da su žrtve masovnih pucnjava „glumci krize“), Vice Select na Facebooku. <https://www.facebook.com/vicenews/videos/842904982564160/> [pristupljeno 01.04.2018].

20 15 resources for teaching media literacy. ASCD. Dostupno na <http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/>. [pristupljeno 03.04.2018].

21 Jedan primjer toga je projekat Look Sharp, inicijativa za razvoj medijske pismenosti koju je pokrenuo Ithaca College, koji ima vodiče za medijsku pismenost, nastavne planove i programe i materijale za download. [www.projectlooksharp.org](http://www.projectlooksharp.org). [pristupljeno 23.03.2018].

Građanski angažman s korisnicima društvenih medija koji primaju i dijele dezinformacije i netačne informacije je još jedna obećavajuća metoda učenja novinara i studenata novinarstva kako da nađu, prate i efikasno raskrinkaju neistine, kako za sebe, tako i u svojoj zajednici. Predavače potičemo da razmotre vježbe vezane za ovaj modul.

U kontekstu važnosti teme ovog modula mogu biti korisne riječi Roube El Helou, više predavačice i istraživačice medija sa Univerziteta Notre Dame – Libanon: „Opremanje ljudi vještinama potrebnim za dekodiranje raznih poruka trajna je borba koja traži učešće svih medijskih prosvjetnih djelatnika i novinara. Medijska pismenost pomaže ljudima da pronađu ravnotežu između povjerenja u izvore vijesti i sumnje koja je nužna da ih preispitaju“.



## **Ciljevi modula**

Ciljevi ovog modula su:

- ▶ Da podvuče važnost sticanja potrebnih vrsta pismenosti<sup>22</sup> i povezanih vještina<sup>23</sup> za razumijevanje novinarstva (i raznih varijanti novinarstva) te istovremeno prepoznavanje manjkavog novinarstva i prevarantskih vijesti u raznim medijima.
- ▶ Da učesnicima obezbijedi vještine potrebne za raščlanjivanje njihove konzumacije vijesti širom medijskog spektra i sposobnost da shvate koliko je jednostavno proizvesti dezinformacije.
- ▶ Da nauči polaznike kako da razviju zdravu skeptičnost prema svim informacijama koje konzumiraju i kako da izvagaju istinitost izvještaja, postova, feedova, fotografija, videa, audio sadržaja, infografika i statističkih podataka unutar odgovarajućih konteksta.

---

22 Za informacije o medijskoj i informacijskoj pismenosti, vidjeti UNESCOve Pojmove MIP: <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/> [pristupljeno 22.4.2018].

23 Pored razvijanja vještina kritičkog razmišljanja koje je utvrdio Facione (2010), učesnike treba potaknuti da budu skeptični, da preispituju sve i ne pretpostavljaju ništa, kao i da provjeravaju izvore i činjenice.





## Ishodi učenja

Na kraju ovog modula polaznici će moći da:

1. Razlikuju činjenice od izmišljotina, kao i legitimnost potencijalno različitih narativa i priča unutar autentičnog novinarstva;
2. Razumiju kako se biraju priče, ko proizvodi sadržaj, koje metode se koriste za postizanje dojma autentičnog predstavljanja stvarnosti, kako se koristi jezik, šta se naglašava, šta se izostavlja, ko šta govori, koliko je neka osoba važna i/ili pouzdana, koji bi mogao biti plan te osobe, koje su bile/jesu/će biti posljedice vijesti i kako drugi vide i konzumiraju iste vijesti;
3. Imaju sliku o svom nivou MIP i njenoj važnosti za to ko su oni kao pojedinci i kako se to odražava na njihovu interakciju sa informacijama i komunikacijom.



## Format modula

Modul je podijeljen u dvije sesije od po 90 minuta. Prva sesija je teoretska, dok je druga sesija praktična.

Metodologija se bazira na raspravama o tome šta znači MIP i koja je njena važnost u vremenu dezinformacija, netačnih informacija i drugih iskrivljenja koja postaju viralna kroz tradicionalne i društvene medije. Materijal za ovaj kurs je dostupan online, kao i mnogi korisni resursi za istraživanje i praktične vježbe.

Neke od korisnih stranica uključuju:

- ▶ UNESCO <http://en.unesco.org/> njegova stranica Media Literacy (medijska pismenost) <https://en.unesco.org/themes/media-literacy/>;
- ▶ United Nations Alliance of Civilisations <https://www.unaoc.org/>
- ▶ Nastavni plan i program o informacijskoj pismenosti za nastavnike <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/>;
- ▶ 5 zakona MIP <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>;
- ▶ Common Sense Education (Zdravorazumsko obrazovanje) <https://www.common sense.org/education/top-picks/media-news-and-information-literacy-resources-for-students/>;
- ▶ EAVI Media and Literacy for Citizenship (mediji i pismenost za građanstvo)

<https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>;

- ▶ Projekat News Literacy <http://www.thenewsliteracyproject.org/>, Centar za pismenost vijesti Univerziteta Stony Brook <http://www.centerfornewsliteracy.org/>;
- ▶ Platforma Mind over Media <http://propaganda.mediaeducationlab.com/>;
- ▶ Centar za digitalne resurse (Centar za pismenost vijesti) <http://drc.centerfornewsliteracy.org/>;
- ▶ Centar za medijsku i informacijsku pismenost Univerziteta Rhode Island <https://centermil.org/resources/>.

Predavače potičemo da dodaju resurse iz svojih zemalja i regija, na različitim jezicima. Učionica bi trebala imati računare i pristup internetu kako bi predavač i polaznici mogli analizirati web stranice organizacija koje se bave medijskom i informacijskom pismenosti, i studije slučajeva iz medija.

## **Povezivanje plana sa ishodima učenja**

---

### **A. Teoretski**

Predavač će predstaviti materijale i studije slučajeva o MIP i njenom odnosu prema dezinformacijama i netačnim informacijama koje se predstavljaju kao vijesti.

<b>Plan modula</b>	<b>Broj sati</b>	<b>Ishodi učenja</b>
Objasniti i razgovarati o MIP i alatima, uključujući okvir kritičkog mišljenja	45 min	1 + 3
Analizirati i razgovarati o odabranim primjerima koji su lokalno relevantni iz različitih medijskih formata	45 min	1 + 2

**B. Praktično:**

Aktivnosti vezane uz materijal i alate za učenje.

Plan modula	Broj sati	Ishodi učenja
Praktične aktivnosti	90 min	1 + 3
<p><b>Aktivnost 1:</b> <i>Prepoznavanje novinarst(a)va</i></p> <p>Izabрати priču sa naslovnih strana iz lokalnih novina. Svaki polaznik treba istražiti i analizirati istu priču onako kako je objavljena u tri različita medija.</p> <p>Voditi diskusiju tražeći od polaznika da primijene tehniku kritičkog razmišljanja. Takođe trebaju raščlaniti osnovni narativ, kao i načine formulisanja, odabir i „pakovanje“ vijesti. Ta analiza pi se posebno trebala posvetiti prisutnosti konvencija vijesti (ko, šta, gdje, kada, kako i zašto; navođenje direktnih citata; oslanjanje na stručne i mjerodavne izvore, podržavajuće slike, stereotipna terminologija karakteristična za „novinski stil“, kao i drugi znakovi osobina vijesti.</p>	45 min	
<p><b>Aktivnost 2:</b> <i>Predstavljanje dezinformacija kao vijesti</i></p> <p>Polaznicima pokazati jedan primjer obmanjujuće vijesti i razgovarati o tome šta „pali“, a šta „odaje igru“. Onda polaznicima dati zadatak da izmanipulišu priče koje su čitali u prvoj vježbi kako bi napravili obmanjujuću vijest, smještenu u blisku budućnost, koja će na prvi pogled izgledati kao autentična vijest. (Alternativno, polaznici mogu sami odabrati temu za stvaranje dezinformacija.)</p> <p>Na kraju, polaznici se dijele u grupe kako bi ocijenili zbog čega je priča izgledala autentično. To može podrazumijevati korištenje testa za evaluaciju, ali bi također trebalo uključivati prepoznavanje znakova da je vijest bila eksploatisana.</p> <p>Regrupišite se i neka polaznici predstave svoje zaključke u kratkim prezentacijama cijeloj grupi.</p>	45 min	1 + 3



## **Predloženi zadatak**

Svi bi trebali pretražiti svoje feedove na društvenim medijima da nađu naučnu ili medicinsku vijest (npr. najnovija dijeta, epidemija neke bolesti, uticaj globalnog zatopljenja na zajednicu, efikasnost električnih automobila nasuprot vozila na gorivo). Neka procijene svoje rezultate, njihovu predrasudu potvrđivanja (gdje je aktivno prisutna) i svoje emocionalne reakcije na priču/stavove o pitanjima, prateći kako su povezani sa pitanjima MIP kao što je traženje, procjena, digitalna sigurnost, prava i identitet, zajedno sa ključnim etičkim principima vijesti.

Zatim trebaju predstaviti informacije dobijene iz istraživanja o sljedećem: ko je proizveo priču; kako taj novinar ili osoba zna šta je objavljeno i može li ostvariti dobit od toga šta je objavljeno; dupla provjera podataka, statistike, infografika. Ako je moguće, polaznici trebaju koristiti univerzitetsku biblioteku ili biblioteke da provjere podatke. Svoje nalaze trebaju sastaviti u kritiku medija od 1500 riječi, analizirajući prednosti, mane, izostavljene dijelove i greške odabranog sadržaja.



## **Materijal**

Ispod su nabrojani članci sa slajdovima, slikama i videima. Potičemo predavače da naprave vlastitu prezentaciju sa fotografijama i videima relevantnim za njihovu zemlju i kontekst.



## **Literatura**

Abu-Fadil, M. i Grizzle, A. (2016). *Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa (Prilike za medijsku i informacijsku pismenost na Srednjem Istoku i u Sjevernoj Africi)*. Dostupno na: <https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf> [pristupljeno 05.01.2018].

*A lexicon for the digital age (Leksikon za digitalno doba)*. (2017). The Unesco Courier, [online] (juli-septembar 2017). Dostupno na: <https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/lexicon-digital-age> [pristupljeno 06.04.2018].

Facione, P. (2010). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts (Kritičko razmišljanje: Šta je to i zašto je važno)*. [online] Insight Assessment. Dostupno na: <https://www.insightassessment.com/> [pristupljeno 05.01.2018].

Gray, J., Bounegru, L. i Venturini, T. (2017). *What does fake news tell us about life in the digital age? Not what you might expect (Šta nam lažne vijesti govore o životu u digitalnom dobu? Ne ono što biste očekivali)*. NiemanLab. [online] Dostupno na: <http://www.niemanlab.org/2017/04/>

[what-does-fake-news-tell-us-about-life-in-the-digital-age-not-what-you-might-expect/](#) [pristupljeno 06.04.2018].

Stephens, B. (2017). *The Dying Art of Disagreement (Nestajuće umijeće neslaganja)*. The New York Times. [online] Dostupno na: <https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement.html> [pristupljeno 06.04.2018].

### **Dodatna literatura**

Lytvynenko, J. (2018). *Here's How A Canadian Imam Got Caught Up In Fake News About Houston (Evo kako se kanadski imam našao u središtu lažnih vijesti o Houstonu)*.

BuzzFeed. [online] Dostupno na: [https://www.buzzfeed.com/janellytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news?bftw&utm\\_term=.ha3w9B5rr#.acEgmYE66](https://www.buzzfeed.com/janellytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news?bftw&utm_term=.ha3w9B5rr#.acEgmYE66) [pristupljeno 06.04.2018].

Mulrooney Eldred, S. (2017). *In an era of fake news, students must act like journalists: schools rarely require news literacy, but it's more important than ever (U doba lažnih vijesti, studenti se moraju ponašati kao novinari: škole rijetko traže pismenost vijesti, ali ona je važnija nego ikad prije)*. Science News. [online] Dostupno na: <https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists> [pristupljeno 06.04.2018].

Rusbridger, A., Neilsen, R. i Skjeseth, H. (2017). *We asked people from all over the world how journalists should cover powerful people who lie. Here is what they said (Pitali smo ljude iz cijelog svijeta kako bi novinari trebali pisati o osobama na vlasti koje lažu. Evo šta su rekli)*. Reuters Institut za proučavanje novinarstva, Univerzitet u Oxfordu. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie> [pristupljeno 12.06.2018]

Vesey-Byrne, J. (2017). *Bikini designer exposes why you shouldn't trust everything you see on Instagram (Dizajner bikinija otkriva zašto ne biste trebali vjerovati svemu što vidite na Instagramu)*. The Independent. [online] Dostupno na: <https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?amp> [pristupljeno 06.04.2018].





# UVOD U PROVJERU ČINJENICA

*Alexios Mantzarlis*



THE TAKING OF  
PELHAM  
123

VICTORINOX  
THE ORIGINAL SWISS KNIFE

---

# MODUL 5

---



## Sažetak

Od političara do marketinških stručnjaka, od zagovaračkih grupa do brendova – svi koji žele ubijediti druge u nešto imaju poticaj da iskrivljavaju, preuveličavaju ili prikrivaju činjenice. Ovaj modul ima cilj da polaznicima da metodologiju za otkrivanje provjerljivih tvrdnji i kritičku procjenu dokaza, u skladu s etičkim normama i standardima.



## Pregled

### **Istorija i semantika provjeravanja činjenica kao oblika odgovornog novinarstva**

Poznata je izjava Daniela Patricka Moynihana, američkog senatora savezne države New York i ambasadora u Indiji i Ujedinjenim narodima (1927-2003): „Svi imaju pravo na lično mišljenje, ali ne i na lične činjenice“.<sup>1</sup>

Pojam „provjera činjenica“ u novinarstvu može imati dva značenja. Tradicionalno su redakcije zapošljavale osobe za provjeru činjenica kako bi lekturisale i provjeravale činjenice i tvrdnje koje su novinari iznosili u člancima. Ovaj tip provjere činjenica ocjenjuje pouzdanost izvještavanja, provjerava činjenice i brojke i služi kao sveobuhvatna i zaokružena kontrola kvaliteta sadržaja medijskog sadržaja prije objavljivanja. Osvit ove prakse u modernom novinarstvu – barem na Zapadu – se pripisuje najvećim američkim sedmičnim časopisima kao što je *TIME* u 1920-im godinama.<sup>2</sup>

Ekonomsko „stezanje“ koje je pogodilo većinu novinskih organizacija širom svijeta od početka 21. vijeka<sup>3</sup> je značilo smanjenje odjeljenja za provjeru činjenica, njihovo spajanje sa lekturom ili potpunu eliminaciju. Danas uglavnom još samo elitni sedmični časopisi poput *New Yorkera* u SAD-u ili *Der Spiegela* u Njemačkoj zapošljavaju osobe isključivo za lekturu i provjeru činjenica.<sup>4</sup>

Vrsta provjere činjenica na koju će se fokusirati ovaj modul se ne odvija prije objavljivanja, nego nakon što tvrdnja dobije javnu važnost. Cilj ove vrste „ex post“ provjere činjenica je pozivanje političara i drugih javnih osoba na odgovornost za istinitost njihovih tvrdnji. Osobe koje provjeravaju činjenice traže primarne i ugledne izvore koji mogu potvrditi ili negirati tvrdnje iznesene pred javnost.

“Ex post” provjera činjenica se prvenstveno (ali ne isključivo) fokusira na političke oglase, govore u predizbornim kampanjama i proglose političkih stranaka. Neki od projekata koji su se prvi posvetili ovoj vrsti političke provjere činjenica su Factcheck.org, projekat Annenberg Public Policy Center sa Univerziteta Pennsylvania, pokrenut 2003, i Channel 4

1 Moynihan, D. i Weisman, S. (2010). *Daniel Patrick Moynihan*. New York: Public Affairs.

2 Scriber, B. (2016). *Who decides what's true in politics? A history of the rise of political fact-checking*. [online] Poynter. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking> [pristupljeno 28.03.2018].

3 Vidjeti Modul tri.

4 Bloyd-Peshkin, S. i Sivek, S. (2017). *Magazines find there's little time to fact-check online*. [online] Columbia Journalism Review. Dostupno na: <https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php> [pristupljeno 28.03.2018].

Fact Check, pokrenut 2005. godine.

Provjera činjenica je u posljednjoj deceniji dobila na značaju i proširila se širom svijeta.

Za rast ove novinarske prakse bila su značajna dva momenta. Prvi val je pokrenut dodjelom Pulitzerove nagrade za državno izvještavanje 2009. godine PolitiFactu, projektu za provjeru činjenica koji je tek nešto više od godinu dana ranije pokrenuo list *St Petersburg Times* (sada *Tampa Bay Times*) iz Floride. Inovacija PolitiFacta je bila ocjenjivanje tvrdnji na tzv. „Truth-O-Meteru“, čime je provjeri činjenica dodat još jedan sloj strukture i jasnoće. (Kritičari tvrde da ocjenjivanje procesu dodaje subjektivnost.) Ovako struktuisan pristup je publikama veoma jasno dao do znanja šta je zapravo provjera činjenica – i pojasnio ulogu tog instrumenta kao novinarskog alata za pozivanje javnih ličnosti na odgovornost za svoje riječi – i u tom procesu inspirisao desetine sličnih projekata širom svijeta.<sup>5</sup>

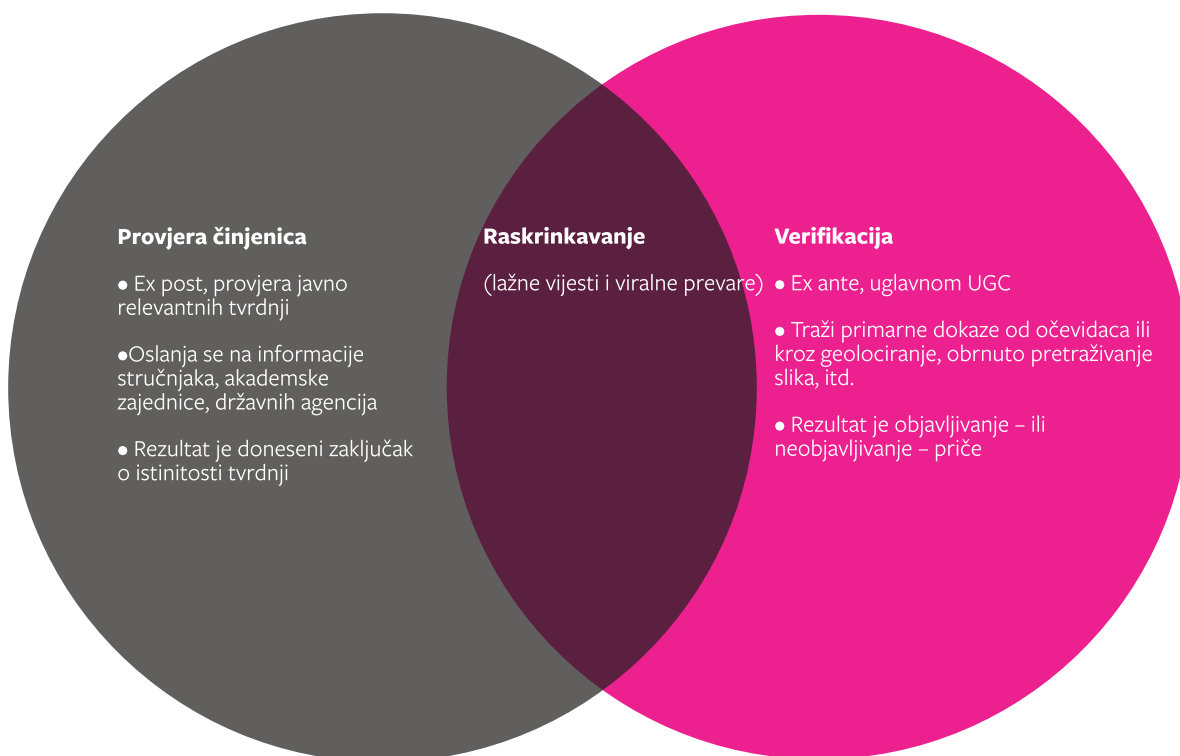
Drugi val projekata za provjeru činjenica je došao nakon globalne navale tzv. „lažnih vijesti“. Taj termin, koji je sada sveprisutan i pogrešno korišten, opisuje potpuno izmišljene senzacionalističke priče koje dopiru do ogromnih publika iskorištavanjem algoritama društvenih medija. Kako je tokom 2016. godine postajalo jasno da je online infrastruktura informisanja naročito propusna na dezinformacije i netačne informacije, sve više grupa je odlučivalo da se okrene provjeri činjenica.

Taj drugi val se često jednako fokusirao na provjeravanje javnih tvrdnji kao na raskrinkavanje viralnih prevara. Raskrinkavanje je podgrupa provjere činjenica koja zahtijeva posebne vještine koje se podudaraju sa verifikacijom (posebno sadržaja koje generišu korisnici - *user-generated content* - UGC - vidjeti Vennov dijagram ispod). Ovaj modul će se fokusirati na provjeravanje činjenica kako je dole definisano, dok će se sljedeći modul baviti verifikacijom digitalnog sadržaja i izvora.<sup>6</sup>

5 Mantzarlis, A. (2017). *In its first decade, Politi Fact helped define political fact-checking far beyond Washington, D.C.* [online] Poynter. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc> [pristupljeno 28.03.2018].

6 Vidjeti Modul šest.





Slika 5: Razlika između provjere činjenica i verifikacije

### Primjeri organizacija za provjeru činjenica širom svijeta

Prema podacima Duke Reporters' Laba, u decembru 2017. godine je bilo 137 projekata za provjeru činjenica aktivnih u 51 zemlji.<sup>7</sup>

Premda SAD predstavlja najveće tržište za provjeru činjenica, veliki dio najbolje promišljenog i inovativnog rada u ovoj oblasti se dešava u ostatku svijeta. Predavači bi se možda trebali upoznati sa projektima kao što je Africa Check (Južnoafrička Republika, Senegal, Nigerija i Kenija), Chequeado (Argentina), Les Décodeurs (Francuska), Faktisk (Norveška) i Full Fact (Ujedinjeno Kraljevstvo).

Predavačima koji žele da se fokusiraju na određene zemlje ili regije mogu biti korisni sljedeći resursi:

- ▶ **Brazil:** „Fact-checking booms in Brazil“, članak autorice Kate Steiker-Ginzberg za Poynter, dostupan na: <https://www.poynter.org/news/fact-checking-booms-brazil>,
- ▶ **Evropa:** „The Rise of Fact-Checking Sites in Europe“, izvještaj autora Lucasa Gravesa i Federice Cherubini za Reuters Institut na Univerzitetu Oxford, dostupan na: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe#overlay-context=>,
- ▶ **Japan:** „A new fact-checking coalition is launching in Japan“, članak autora

<sup>7</sup> Stencel, M. (2017). *Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent*. [online] Duke Reporters Lab. Dostupno na: <https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers/> [pristupljeno 28.03.2018].

Masato Kajimotoa za Poynter, dostupan na: <https://www.poynter.org/news/new-fact-checking-coalition-launching-japan>,

- ▶ **Južna Koreja:** „What’s behind South Korea’s fact-checking boom? Tense politics and the decline of investigative journalism“, članak autorice Boyoung Lim za Poynter, dostupan na <http://www.poynter.org/2017/whats-behind-south-koreas-fact-checking-boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/463655/>,
- ▶ **Južna Amerika:** „Lack of access to information is driving Latin America’s fact-checking boom“, članak autora Ivana Echa za Poynter, dostupan online na: <https://www.poynter.org/news/lack-access-information-driving-latin-americas-fact-checking-boom>,
- ▶ **Sjedinjene Američke Države:** „Deciding What’s True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism“, knjiga autora Lucasa Gravesa ili recenzija knjige autora Brada Scribera za Poynter, dostupna online na: <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking>.

### **Metodologija i etika provjere činjenica**

Provjera činjenica nije viša matematika. Ono što jeste je savjesna analiza koju pokreće jedno osnovno pitanje: „Kako to znamo?“. U isto vrijeme, provjera činjenica nije provjera pravopisa. Ne postoji vodič ni rječnik sa svim činjenicama, ni jednostavan program za pregled dokumenata i označavanje svega što se pogrešno prikaže kao činjenica.

U opštem smislu, provjera činjenica se sastoji od tri faze:

1. Traženje provjerljivih tvrdnji pročešljavanjem zakonskih evidencija, medijskih izvora i društvenih medija. Ovaj proces uključuje određivanje koje značajne javne tvrdnje se (a) mogu i (b) trebaju provjeriti.
2. Utvrđivanje činjenica traženjem najboljih dostupnih dokaza za predmetnu tvrdnju.
3. Ispravljanje zapisa procjenom tvrdnje u svjetlu dokaza, najčešće na skali istinitosti.

Vjerodostojne organizacije za provjeru činjenica svoje procese objašnjavaju u javnim metodologijama.

Predavači mogu polaznicima pokazati jedan ili više od sljedećih primjera:

1. Dio web stranice projekta Africa Check pod nazivom „*How We Work*“ (dostupno na: <https://africacheck.org/about-us/how-we-work/>) i infografiku u dijelu „Materials“;
2. Dio web stranice projekta Chequeado pod nazivom „*Metodo*“ (dostupno na španskom jeziku: <http://chequeado.com/metodo/>);
3. Dio web stranice projekta Pagella Politica pod nazivom „*Metodologia*“ i „*Come funzioniamo*“ (dostupno na italijanskom jeziku: <https://pagellapolitica.it/progetto/index>);
4. Dio web stranice projekta PolitiFact pod nazivom „*The Principles of Politi Fact*“ (dostupno na: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/>).

Međunarodna mreža za provjeru činjenica (International Fact-Checking Network - IFCN)<sup>8</sup> je takođe razvila kodeks principa kojeg se savjesni kontrolori činjenica svakodnevno pridržavaju.

Organizacije za provjeru činjenica se prijavljuju da postanu ovjereni potpisnici IFCN-ovog kodeksa principa. To podrazumijeva eksternu procjenu efektivne primjene tih standarda. Predavači se trebaju upoznati sa kodeksom i pronaći procjene organizacija za provjeru činjenica iz svoje zemlje<sup>9</sup> i sa polaznicima razgovarati o tome da li zbog toga više vjeruju tim organizacijama ili ne.

Ti principi su razvijeni kako bi čitaocima pomogli da razlikuju dobro provjeravanje činjenica od lošeg. Za primjer netačnih informacija koje se predstavljaju kao provjerene činjenice, predavači mogu predstaviti primjere iz sljedeća dva članka:

- ▶ „*These fake fact-checkers are peddling lies about genocide and censorship in Turkey*“ (Poynter) <https://www.poynter.org/news/these-fake-fact-checkers-are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-turkey>;
- ▶ „*In the post-truth era Sweden’s far-right fake fact checker was inevitable*“ (The Guardian) <https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-swedens-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable>.

### **Šta činjenicama stoji na putu**

Prije nego što pređemo na praktične aspekte provjere činjenica, polaznici trebaju biti svjesni njenih ograničenja – kao i vlastitih.

<sup>8</sup> Autor ovog Modula, Alexios Mantzarlis, vodi Međunarodnu mrežu za provjeru činjenica - International Fact Checking Network

<sup>9</sup> Dostupno na <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>. [pristupljeno: 28.03.2018].



Neki komentatori su objavili da smo ušli u eru „post-istine“ ili „post-činjenica“. Ti pojmovi su se pojavljivali u naslovima širom svijeta 2016. godine, a Oxford English Dictionary („post-istina“) i Society for the German Language („post-činjenice“) su im dodijelili titulu „Riječ godine“. Zagovornici „post-istine“ argumentuju da su politika i mediji postali toliko polarizovani i rascjepkani, da građani jednostavno odbacuju sve činjenice sa kojima se ne slažu.

To se u potpunosti ne slaže sa rastućom masom istraživanja koja su otkrila da, ako se dovoljno ispravljaju, naročito referiranjem na autoritete koje publike smatraju vjerodostojnim, ljudi (u prosjeku) postaju bolje informisani. Predavači mogu pročitati i sa polaznicima raspravljati o sljedećim studijama:

- ▶ Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S. i Ecker, U. K. H. (2017). *Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon* (1.3.2017). Dostupno na: <http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/4/3/160802> [pristupljeno 28.03.2018].
- ▶ Nyhan, B. i Zeitzoff, T. (2018). *Fighting the Past: Perceptions of Control, Historical Misperceptions, and Corrective Information in the Israeli-Palestinian Conflict*. Dostupno na: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/pops.12449/abstract>. [pristupljeno 28.03.2018].
- ▶ Wood, T. i Porter, E. (2016). *The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence* (5.8.2016). Dostupno na: <https://ssrn.com/abstract=2819073>. [pristupljeno 28.03.2018].

Istovremeno, bilo bi apsurdno prejednostavno sugerisati da su činjenice savršene karakterizacije svijeta i da su ljudi potpuno racionalna bića koja savršeno prihvataju nove činjenice, bez obzira na prethodna uvjerenja i lične preferencije. Svako od nas ima svoje kognitivne i druge predrasude – suštinske mentalne prepreke – koje mogu stati na put upijanju novih informacija i činjenica. Ključno je naglasiti da to nije nešto što se događa nekom drugom, to se događa svima nama.

Predavači bi trebali razgovarati o nekim od navedenih predrasuda u učionici.

**Potvrda pristrasnosti** [*Encyclopaedia Britannica* — <https://www.britannica.com/topic/confirmation-bias> [pristupljeno 28.03.2018]: tendencija da se informacije procesuiraju traženjem, ili tumačenjem, informacija koje su u skladu sa nečijim prethodnim uvjerenjima. Ovako pristrasan pristup donošenju odluka je u najvećoj mjeri nenamjeran i često za posljedicu ima ignorisanje nekonzistentnih informacija. Prethodna uvjerenja mogu podrazumijevati očekivanja pojedinca u određenoj situaciji i predviđanja o određenom ishodu. Ljudi su naročito skloni da procesuiraju informacije u skladu sa

svojim uvjerenjima kod pitanja od velike važnosti ili lične važnosti.

**Motivisano zaključivanje** [*Discover Magazine* — <http://blogs.discovermagazine.com/intersection/2011/05/05/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers/#.WfHrl4ZrzBI> [pristupljeno 28.03.2018]. Motivisano zaključivanje se odnosi na nesvjesnu sklonost pojedinaca da svoje procesuiranje informacija prilagodi zaključcima koji odgovaraju nekom planu ili cilju. Uzmimo u obzir klasičan primjer. Psiholozi su 1950ih godina tražili od subjekata u eksperimentu, studenata sa dva Ivy League fakulteta, da pregledaju film koji je sadržavao nekoliko kontroverznih sudačkih odluka na nogometnoj utakmici između ekipa njihovih fakulteta. Pokazalo se da će studenti oba fakulteta vjerovatnije odluku smatrati ispravnom ako je bila u korist njihove ekipe, nego ako je bila u korist suparnika. Istraživači su zaključili da je emocionalna uključenost studenata u potvrđivanje odanosti svojoj ustanovi oblikovala ono što su vidjeli u snimcima.

**Heuristika dostupnosti** [*Oxford University Press A Dictionary of Psychology* — <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.001.0001/acref-9780199534067-e-830> [pristupljeno 28.03.2018]. Kognitivna heuristika prema kojoj se učestalost ili vjerovatnoća nekog događaja prosuđuje prema broju slučajeva kojih se odmah možemo sjetiti. To može navesti ljude da netačnu tvrdnju smatraju ispravnom samo zato što se s lakoćom mogu sjetiti sličnog slučaja. U eksperimentu koji je provela Lisa Fazio na Univerzitetu Vanderbilt, osobe od kojih je traženo da šest puta ponove izjavu „sari je kilt“ su više vjerovala u tu očito netačnu tvrdnju od osoba koje su je izgovorile samo jednom. Novinarstvo se može pretvoriti u prenosnika neistina u koje će ljudi povjerovati zato što su nekritički objavljene. Medijsko pokrivanje zavjera oko mjesta rođenja Baracka Obame je, na primjer, moglo biti faktor u širenju uvjerenja da bivši predsjednik SAD-a zapravo nije rođen na Havajima.

Treba napomenuti da je i provjera činjenica nesavršen instrument. Nešto može biti 100% tačno, a svejedno izostavljati važan kontekst. Neizbježno je da se činjenice grade, redaju i preuređuju u sklopu širih narativnih struktura koje istim osnovnim činjenicama mogu podariti različita značenja. Štaviše, istina je više od skupa činjenica. Provjera činjenica nije alat kojim treba isključiti alternativna tumačenja, već garantovati iznošenje onih činjenica koje mogu uticati na narativ i predispozicije pojedinaca, i biti osnov za racionalnu raspravu.



## **Ciljevi modula**

- ▶ Poboljšati upoznatost sa globalnim novim dobrim praksama u oblasti provjere činjenica.
- ▶ Razviti svijest o kognitivnim predrasudama koje mogu otežati razumijevanje činjenica.

- ▶ Poboljšati vještine kritičke analize



## Ishodi učenja

1. Razumijevanje da je pojava provjere činjenica poseban oblik novinarstva, kao i etike i metodologije te prakse,
2. Razumijevanje pitanja koja treba postaviti prilikom ocjenjivanja kvaliteta dokaza,
3. Poboljšana sposobnost razlikovanja provjerljivih tvrdnji od mišljenja i pretjerivanja,
4. Osnovno shvatanje kognitivnih predrasuda koji ometaju razumijevanje činjenica.



## Format modula

Teoretski tok ove lekcije bavi se:

1. Istorijom i semantikom,
2. Metodologijom i etikom,
3. Preprekama koje stoje na putu činjenicama.

Praktični tok je podijeljen u dvije aktivnosti:

1. Nalaženje provjerljivih navoda,
2. Nalaženje činjenica.

Zadatak se fokusira na ispravljanje zapisa.

## Povezivanje plana s ishodima učenja

### A. Teorija

Plan modula	Broj sati	Ishod učenja
1. Istorija i seantika	20 min	1
2. Metodologija i etika	20 min	1
3. Prepreke koje stoje na putu činjenicama	20 min	4

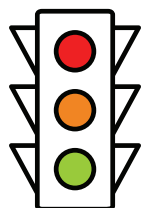
## B. Praksa

Plan modula	Broj sati	Ishod učenja
<b>Aktivnost 1:</b> Nalaženje provjerljivih navoda	30 mins	3
<b>Aktivnost 2:</b> Nalaženje činjenica	1 hour	2

### i) Nalaženje provjerljivih navoda

Provjera činjenica se fokusira na navode koji sadrže bar jednu činjenicu ili brojku čija tačnost se može objektivno verifikovati. Provjera činjenica ne procjenjuje istinitost stavova i predviđanja, hiperbola, satira ili šala.

Aktivnost 1: Neka polaznici pročitaju sljedeće odlomke govora javnih ličnosti i jednom bojom označe činjenične (ZELENO) tvrdnje koje se mogu provjeriti, drugom bojom mišljenja koja se ne mogu provjeriti (CRVENO), a trećom bojom dijelove koji su negdje u sredini (ŽUTO). Nakon što polaznici predaju svoje obojene odlomke, predite zajedno svaki raspravljajući o tome šta čini „provjerljiv“ navod.



#### VODIČ

Crveno – izjave se ne mogu provjeriti

Žuto – izjave su negdje između

Zeleno – izjave se mogu provjeriti

### Michelle Bachelet, bivša predsjednica Čilea

Iako smo značajno napredovali u tom smjeru, svjesni smo da se moramo pozabaviti još jednom prijetnjom za morske ekosisteme – plastikom. Iz godine u godinu, 8 miliona tona plastike putuje do okeana i tamo ostaje stotinama godina, sa velikim negativnim posljedicama. Da bismo riješili taj problem, uzeli smo učešće u kampanji Programa Ujedinjenih nacija za okoliš (UNEP) pod nazivom Čista mora. U međuvremenu, na lokalnom nivou ćemo predstaviti nacrt zakona za zabranu upotrebe plastičnih kesa u priobalnim gradovima u roku od 12 mjeseci. Zakon će dozvoliti građanima da doprinesu zaštiti okeana. Prema tome, bićemo prva zemlja u Americi koja će imati takav zakon i pozivamo druge zemlje da preuzmu istu odgovornost. Osim toga, već je prošlo 30 godina od usvajanja Montrealskog protokola o tvarima koje oštećuju ozonski omotač, koji je omogućio oporavak ozonskog omotača. Na njegovu tridesetu godišnjicu želim najaviti da je moja zemlja upravo ratifikovala Kigali amandman Montrealskog protokola iz 2016. godine, čiji je cilj da spriječi globalno zagrijavanje od 0,5°C. Čile je time postao jedna od prvih zemalja potpisnica tog novog sporazuma. Ali to nije sve.

Stvaranjem mreže parkova u Patagoniji, takođe smo dodali 4,5 miliona hektara zelenih

površina, bogatih biodiverzitetom, koje će od sada štiti država za javnu upotrebu.

### **Jacob Zuma, bivši predsjednik Južnoafričke Republike**

Trenutna struktura globalne ekonomije nastavlja da produbljuje jaz između svjetskog sjevera i svjetskog juga. Premda nekolicina uživa u posljedicama globalizacije, većina naroda svijeta još uvijek živi u krajnjem siromaštvu i gladi, bez ikakve nade da će se njihovi životni uslovi poboljšati. Čak i u razvijenim zemljama, jaz između bogatih i siromašnih je velik i predstavlja razlog za zabrinutost. Potrebna nam je politička volja i posvećenost globalnih vođa za rješavanje izazova i prepreka ove nepromijenjene strukture globalne ekonomije, ako želimo ostvariti ciljeve i ambicije Agende 2030. Ti nejednaki i nepravedni odnosi ekonomske moći se najjasnije vide u Africi. Na primjer, naš kontinent je bogat mineralnim resursima, ali i dalje ima najveći broj najnerazvijenijih zemalja.

### **Sigmar Gabriel, bivši ministar vanjskih poslova Njemačke**

Ujedinjenim narodima moramo obezbijediti sredstva da ispune svoj mandat. Trenutno, međutim, brojke pričaju sasvim drugu priču:

Svjetski program za hranu danas dobija manje od 50% sredstava koja su mu potrebna za borbu protiv svjetske krize gladi. Samo 15% donacija Svjetskog razvojnog programa je od dobrovoljnih, nevezanih plaćanja, dok je 2011. godine taj udio bio 50%. Stvari ne izgledaju ništa bolje kada je riječ o drugim UN-ovim programima pomoći.

Ne smije se dešavati da osobe na odgovornim pozicijama u Ujedinjenim narodima više vremena troše na slanje molbi za neophodno finansiranje nego na organizovanje efikasne pomoći. Moramo promijeniti svoj pristup. Ujedinjenim narodima moramo dodjeljivati odgovarajuća sredstva i davati više slobode. Zauzvrat, tražimo bolju efikasnost i transparentnost u trošenju dodijeljenih sredstava.

Njemačka, u svakom slučaju, namjerava da održi svoju finansijsku podršku Ujedinjenim narodima.

Kao četvrti najveći donator procijenjenih doprinosa i mnogo više od toga, na primjer kao jedan od najvećih donatora humanitarne pomoći na svijetu, želimo i dalje davati značajan doprinos.

### **Mark Zuckerberg, direktor Facebooka**

Facebook je kompanija puna ideala i optimizma. Većinu našeg postojanja smo se fokusirali na dobre strane povezivanja ljudi. Kako je Facebook rastao, ljudi iz svih dijelova svijeta su dobili moćan novi alat koji im omogućava povezivanje sa ljudima koje vole, da se čuje njihov glas i izgradnju zajednica i poslova. Nedavno smo vidjeli pokrete #metoo

i March for Our Lives, koji su barem djelimično organizovani na Facebooku. Nakon uragana Harvey, za pomoć je skupljeno preko 20 miliona dolara. A više od 70 miliona malih preduzeća sada koristi Facebook za razvoj i otvaranje novih radnih mjesta.

## ii) Nalaženje činjenica

---

**Aktivnost 2:** Podijelite polaznike u grupe. Neka svaka grupa izabere jedan „zeleni“ navod od gore ponuđenih i izvrši provjeru (ili izaberite neki navod sa svoje liste).

Neka grupe traže dokaze koji potvrđuju ili osporavaju navode. Prije toga, potaknite ih da ocijene izvore koje nađu prema sljedećim parametrima.

**Blizina:** Koliko je dokaz blizu fenomenu? *Npr. Novinska organizacija koja objavljuje najnovije statističke podatke o zaposlenosti je obično udaljenija od podataka – i stoga manje vrijedan izvor – od državne agencije za statistiku koja zapravo mjeri zaposlenost.*

**Stručnost:** Koje reference pokazuju kvalitet izvora dokaza? *Npr. autor knjige ima doktorat iz te oblasti i često se citira u svojoj struci.*

**Temeljnost:** Kako su prikupljeni dokazi? *Npr. Podaci o nasilju nad ženama se često dobijaju iz anketa.<sup>10</sup> To može onemogućiti generalizaciju zaključaka i otežati međunarodna poređenja, s obzirom na to da se spremnost žena da učestvuju u anketi i njihovo shvatanje seksualnog nasilja mogu razlikovati od jedne zemlje do druge. Time se ne umanjuje ozbiljnost problema nasilja nad ženama, već se želi istaći važnost temeljitosti u kada se naglašavaju specifični navodi.*

**Transparentnost:** Šta znamo o dokazima? *Npr. Naučna studija je online objavila sve podatke na kojima je zasnovala svoje zaključke kako bi ih mogli ispitati drugi naučnici.*

**Pouzdanost:** Postoje li raniji primjeri koji se mogu ispitati? *Npr. Transparency International više od 20 godina objavljuje Indeks percepcije korupcije. To znači da su stručnjaci imali dovoljno vremena da utvrde koja su njegova ograničenja.<sup>11</sup>*

**Sukob interesa:** Da li dokazi, takvi kakvi jesu, idu u korist ličnim ili privatnim interesima izvora? *Npr. Studiju o navodnim zdravstvenim koristima tjestenine je dijelom proveo i finansirao veliki proizvođač tjestenine.<sup>12</sup>*

Predavači mogu odštampati sljedeću tabelu i dati je polaznicima za ocjenjivanje svakog izvora.

---

<sup>10</sup> Vidjeti indikator (48) UN-ovih rodne statistike (UN Gender Statistics) <https://genderstats.un.org/#/downloads>

<sup>11</sup> Hough, D. (2016) *Here's this year's (fawed) Corruption Perception Index. Those faws are useful.* The Washington Post. Dostupno na: [https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/?utm\\_term=.7ff90ea2890f](https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/?utm_term=.7ff90ea2890f) [pristupljeno 23.03.2018]

<sup>12</sup> Ovo je primjer iz stvarnosti. Saznajte više ovdje: <http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/>. [pristupljeno 23.03.2018].



	Slab	Srednji	Jak
<b>Blizina</b>			
<b>Stručnost</b>			
<b>Temeljnost</b>			
<b>Transparentnost</b>			
<b>Pouzdanost</b>			
<b>Sukob interesa</b>			



### Predloženi zadatak

#### Ispravljanje zapisa

Koristeći dokaze procijenjene u vježbi, polaznici trebaju napisati izvještaj o provjeri činjenica (otprilike 1200 riječi) koji sadrži zaključak o relativnoj istinitosti navoda koje su provjeravali.

Trebaju razviti vlastitu skalu za ocjenjivanje i ocijeniti provjereni navod. Na primjer, PolitiFact dodjeljuje sljedeće ocjene:

**Istina** – Izjava je tačna i ne izostavlja ništa važno.

**Uglavnom istina** – Izjava je tačna, ali je treba pojasniti ili dati dodatne informacije.

**Poluistina** – Izjava je djelimično tačna, ali izostavlja važne detalje ili vadi činejnice iz konteksta.

**Uglavnom neistina** – Izjava sadrži dio istine ali ignoriše činjenice od ključne važnosti koje bi dale drugo svjetlo.

**Neistina** – Izjava nije tačna.

**Kratke noge** – Izjava nije tačna i navod je smiješan.

Skale ocjenjivanja ne moraju biti linearne kao ova koju koristi PolitiFact, u kojoj se ocjene pogoršavaju na skali od *Istina do Kratke noge*. Na primjer, *El Sabueso* iz Meksika<sup>13</sup> ima ocjene kao što je „Ne može se dokazati“ za navode za koje ne postoje ni dokazi u korist, ni protiv navoda, ili „Sumnjivo“ za navode čija istinitost zavisi od odabrane metodologije.

<sup>13</sup> Animal Politico (2015). Dostupno na <http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog- invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-el-discurso-publico/>. [pristupljeno 6.04.2018].

Potaknite polaznike da budu kreativni u osmišljavanju skala na način da riješe problem skale ocjena koje možemo dati nekoj tvrdnji ili činjenici.

U zavisnosti od vremena i resursa kojima raspolažu, predavači mogu pozvati polaznike da pripreme provjeru činjenica u formatu koji nije tekstualni. Memeovi, kratki video snimci, GIF-ovi, Snapchat – sve su to potencijalno dobri instrumenti borbe protiv neistina. Zapravo, jedna studija je pokazala da je jedna te ista provjera činjenica efikasnija kada se predstavi kao duhovit video, nego kao članak.<sup>14</sup>

Nekoliko primjera kreativnih formi predavači mogu pronaći u sljedećim člancima sa Poyntera:

Mantzarlis, A. (2016). Fact-checkers experiment with Snapchat, GIFs and other stuff millennials . Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/fact-checkers-experiment-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials> [pristupljeno 28.03.2018].

Mantzarlis, A. (2016). How (and why) to turn a fact check into a GIF. [pristupljeno 28.03.2018. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/how-and-why-turn-fact-check-gif> [pristupljeno 28.03.2018].



## Literatura

Osim dole navedenih izvora, Poynter ima dio posvećen provjeri činjenica koji je dostupan na: <https://www.poynter.org/channels/fact-checking> i ažurira se nekoliko puta sedmično. Slijedi nekoliko aktuelnih i korisnih izvora, koji su uglavnom izvučeni sa te stranice.

Poynter (2018). *How to fact-check a politician's claim in 10 steps*. Dostupno na: <https://factcheckingday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps>. [pristupljeno 06.04.2018].

Van Ess, H. (2017). *The ultimate guide to bust fake tweeters: A video toolkit in 10 steps*. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/ultimate-guide-bust-fake-tweeters-video-toolkit-10-steps>. [pristupljeno 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 things to keep in mind when fact-checking claim about science*. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/5-things-keep-mind-when-fact-checking-claims-about-science>. [pristupljeno 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2016). *5 tips for fact-checking claims about health*. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-claims-about-health>. [pristupljeno 06.04.2018].

---

<sup>14</sup> Young, D., Jamieson, K., Poulsen, S. i Goldring, A. (2017). Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), str.49-75

Mantzarlis, A. (2015). *5 tips for fact-checking datasets*. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets>. [pristupljeno 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 studies about fact-checking you may have missed last month* (Poynter). Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month>. [pristupljeno 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2017). *Repetition boosts lies — but it could help fact-checkers too*. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/repetition-boosts-lies-could-help-fact-checkers-too>. [pristupljeno 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2017). *French and American voters seem to respond to fact-checking in a similar way*. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/french-and-american-voters-seem-respond-similar-way-fact-checking>. [pristupljeno 06.04.2018].

Funke, D. (2017). *Where there's a rumor, there's an audience. This study sheds light on why some take off*. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/where-theres-rumor-theres-audience-study-sheds-light-why-some-take>. [pristupljeno 06.04.2018].

Funke, D. (2017). *Want to be a better online sleuth? Learn to read webpages like a fact-checker*. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/want-be-better-online-sleuth-learn-read-webpages-fact-checker>. [pristupljeno 06.04.2018].

Funke, D. (2017). *These two studies found that correcting misperceptions works. But it's not magic*. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/these-two-studies-found-correcting-misperceptions-works-its-not-magic>. [pristupljeno 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2017). *What does the “Death of Expertise” mean for fact-checkers?* Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/what-does-death-expertise-mean-fact-checkers>. [pristupljeno 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2017). *Journalism can't afford for corrections to be the next victim of the fake news frenzy*. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/journalism-cant-afford-corrections-be-next-victim-fake-news-frenzy>. [pristupljeno 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2016). *Should journalists outsource fact-checking to academics?* Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/should-journalists-outsource-fact-checking-academics>. [pristupljeno 06.04.2018].

## Knjige

Ball, J. (2017). *Post-Truth: How Bullshit Conquered the World*. London: Biteback Publishing.

Gladstone, B. (2017). *The Trouble with Reality: a Ruminaton on Moral Panic in Our Time*. New York: Workman Pu.

Graves, L. (2016). *Deciding What's True: the Rise of Political Fact-Checking Movement in American Journalism*. New York: Columbia University Press.

### **Online izvori**

---

Plan lekcije sa kartaškom igrom uloga za Međunarodni dan provjere činjenica (International Fact-Checking Day), osmišljen za učenike uzrasta 14-16 godina, je dostupan na sljedećem linku: <http://factcheckingday.com/lesson-plan>. Ova web stranica također sadrži spisak prijedloga i savjeta, link na online obuku fakultetskih studenata i spisak literature o činjenicama i provjeri činjenica.



# VERIFIKACIJA NA DRUŠTVENIM MEDIJIMA: PROCJENA IZVORA I VIZUELNOG SADRŽAJA

*Tom Trewinnard i Fergus Bell*



**MODUL 6**

Ovaj modul je osmišljen tako da polaznicima pomogne da identifikuju i verifikuju originalne izvore digitalnih informacija online. U njemu ćemo predstaviti različite strategije utvrđivanja autentičnosti izvora, fotografija i videa, posebno sadržaja koje generišu korisnici (User Generated Content - UGC) podijeljene preko društvenih medija.

Do kraja ovog modula, polaznici bi trebali biti svjesni različitih vrsta lažnog i obmanjujućeg sadržaja koji se često dijeli za vrijeme vanrednih najnovijih vijesti na platformama kao što su *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* ili *YouTube*.<sup>1</sup> Takav sadržaj mogu preuzeti i prenijeti novinske organizacije koje su inače pouzdane ina taj način se diskreditovati. Takođe ga često na društvenim mrežama dalje šire i pojačavaju novinari koji su nekada na meti zlonamjernih aktera koji žele uticati na javne rasprave<sup>2</sup> i iskoristiti reputaciju novinara kao pouzdanih izvora.<sup>3</sup>

Od polaznika se traži da ispitaju svoje instinkte koristeći scenarije i primjere iz stvarnog života prije nego što u praksu stave osnovne istraživačke tehnike i strategije za verifikaciju sadržaja, uključujući:

- ▶ identifikaciju i navođenje originalnih izvora u skladu s etičkim principima novinarskog korištenja sadržaja koji generišu korisnici,<sup>4</sup>
- ▶ Identifikaciju i isključivanje lažnih profila ili botova,<sup>5,6</sup>
- ▶ Potvrđivanje da je vizuelni sadržaj ispravno pripisam originalnom izvoru,
- ▶ Verifikaciju vremena snimanja i objavljivanja sadržaja,
- ▶ Geolociranje fotografija i videa.

Sposobnost identifikacije i verifikacije originalnog sadržaja novinarima omogućava da traže dozvolu za objavljivanje sadržaja koje generišu korisnici (UGC), u skladu s etičkim i zakonskim zahtjevima.



## Pregled

Autori Bill Kovach i Tom Rosenstiel, u svojoj knjizi „Elementi novinarstva“ (*The Elements*

1 Alejandro, J. (2010). *Journalism In The Age Of Social Media*. Reuters Institute Fellowship. Dostupno na: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Journalism%2520in%2520the%2520Age%2520of%2520Social%2520Media.pdf> [pristupljeno 22.04.2018].

2 Paulussen, S. i Harder, R. (2014). *Social Media References in Newspapers*. *Journalism Practice*, 8(5), str.542-551.

3 Modul sedam sadrži detaljnu raspravu i analizu ovog problema.

4 Vidjeti: *Etički vodič za UGC* Online News Associationa: <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [pristupljeno 18.4.2018].

5 Woolley, S.C. i Howard, P.N. (2017). *Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary*. Samuel Woolley and Philip N. Howard, Eds. Working Paper 2017.11. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. [comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf](http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf) [pristupljeno 22.04.2018].

6 Joseph, R. (2018). Vodič. *How to verify a Twitter account*. Africa Check. Dostupno na <https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/>. [pristupljeno 06.04.2018].



of Journalism) <sup>7</sup> navode: “Disciplina u verifikaciji je ono što, naposljetku, razdvaja novinarstvo od zabave, propagande, fikcije ili umjetnosti.... Samo novinarstvo se prvenstveno fokusira na tačno bilježenje onoga što se desilo...“. U tom duhu, ovaj Modul sagleda „disciplinu verifikacije“ danas.

Društveni mediji su promijenili novinarski rad. Angažman publike u stvarnom vremenu je dalo zamah sadržaju koji stvara javnost (crowdsourcing), a publika se može angažovati čak i na novinarskim poslovima kao što je verifikacija.<sup>8</sup> Premda je novinarstvo u svojoj suštini jedna od disciplina verifikacije,<sup>9</sup> metode verifikacije sadržaja i izvora zahtijevaju konstantno ažuriranje kako bi odrazile posljedice brzog napretka digitalne tehnologije, online ponašanja i praksi prikupljanja vijesti. Na primjer, tokom *Arapskog proljeća* se počeo pojavljivati pojam „otvorena verifikacija“ – proces javne i kolaborativne verifikacije u stvarnom vremenu. Ali taj proces ostaje sporan zbog rizika koji se povezuju sa netačnim informacijama koje postanu viralne tokom nastojanja da se informacija verifikuje korak po korak na javnom forumu (npr. neki novinar može podijeliti nepotvrđenu informaciju s namjerom da verifikaciju naknadno obavi javnost).<sup>10</sup>

Svjedočanstva očevidaca i vizuelni sadržaj danas predstavljaju neke od najvažnijih i najuvjerljivih alata koje novinar ili novinski izdavač mogu koristiti da ispričaju priču sa velikim odjekom. U situaciji vanrednih vijesti, brzina je ključni faktor verifikacije informacija sa društvenih medija.<sup>11</sup>

Novinari moraju biti u stanju da nađu put između ogromnih količina informacija i dođu do izvora, informacija i slika koje su važne. Brzi rast količine vizuelnog sadržaja (fotografije, video snimci i GIFovi) koji se postavlja na društvene platforme pokreću tri glavna faktora:

- ▶ Brzi rast broja pametnih telefona i mobitela s kamerom širom svijeta,<sup>12</sup>
- ▶ Povećana dostupnost jeftinog (na nekim mjestima i besplatnog) mobilnog interneta,
- ▶ Širenje globalnih društvenih mreža i društvenih platformi za dopisivanje na kojima svako može objavljivati sadržaj i graditi publiku.

7 Kovach, B., i Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.

8 Carvin, A. (2012). *Distant witness: Social Media's Journalism Revolution*. New York, NY: CUNY Journalism Press.

9 Kovach, B. i Rosenstiel, T. (2014). Op cit.

10 Posetti, J. i Silverman, S. (2014). *When Good People Share Bad Things: The basics of social media verification* na Mediashift 24.07.2014. Dostupno na: <http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/> [pristupljeno 22.04.2018].

11 Brandtzaeg, P., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L. i Følstad, A. (2015). *Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media*. *Journalism Practice*, 10(3), tr:323-342.

12 Vidjeti slajd 5 izvještaja „Internet Trends Report“ autorice Mary Meeker: <https://www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1>. [pristupljeno 22.04.2018].

U mnogim situacijama vanrednih vijesti, prve izvještaje, fotografije i video snimke koji se pojave nakon incidenta – bili to protesti, nesreća voza, uragan ili teroristički napad – će vjerovatno objaviti svjedok, učesnik ili posmatrač sa pametnim telefonom. Tehnike za verifikaciju tog sadržaja variraju u zavisnosti od resursa, normi i standarda redakcije i ličnih praksi novinara. Ovaj modul će polaznike upoznati sa nekim od najboljih metoda i online alata i resursa, ali, kao i kod tehnologije, alati se razvijaju veoma brzo.<sup>13</sup>

Kod svih verifikacija treba primjenjivati neke opšte smjernice, koje su definisali Kovach i Rosenstiel (2014):<sup>14</sup>

- ▶ Uređivati sa skepticizmom;
- ▶ Imati kontrolnu listu tačnosti;
- ▶ Ništa ne pretpostavljati – ne dajte da vas zavara korištenje signala koji se povezuju sa „dojmom tačnosti“;<sup>15</sup>
- ▶ Biti oprezni sa anonimnim izvorima.

Identifikacijom izvora informacija ili slika i primjenom sistema provjere i na izvorima i na sadržaju koji su objavili, ako provjere daju tražene rezultate trebali biste biti u poziciji da ih verifikujete kao izvor.<sup>16</sup>

Te provjere repliciraju operacije koje bi novinar mogao izvršiti da je fizički prisutan na mjestu događaja dok intervjuiše svjedoke. Novinar koji može provesti intervju licem u lice bi preispitao izjavu svjedoka, detaljnije ispitao važne detalje i došao do zaključka o njihovoj pouzdanosti na osnovu provjere činjenica. Djelimično se može osloniti i na instinkt – kao i posmatranje bihevioralnih znakova. Proces digitalnog potvrđivanja izvora mora dozvoljavati zaključivanje, čak i kada nije moguće direktno ili u stvarnom vremenu razgovarati sa osobom.<sup>17</sup>

Mnoge velike redakcije imaju timove i skupocjenu tehnologiju, ili angažiraju agencije za usluge provjere, isključivo za pronalaženje takvog sadržaja što je brže moguće,<sup>18</sup> dok istovremeno kupuju prava objavljivanja i emitovanja i verifikuju sadržaj prije objavljivanja. Većina manjih redakcija i mnogi nezavisni novinari nemaju iste resurse na raspolaganju

---

13 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A. i Martin, C. (2014). *Identifying and Verifying News through Social Media*. Digital Journalism, 2(3), str.406-418.

14 Kovach i Rosenstiel (2014). Op cit.

15 Zimmer, B (2010). "Truthiness", The New York Times. <https://www.nytimes.com/2010/10/2017/magazine/2017FOB-onlanguage-t.html> [pristupljeno 15.04.2018].

16 Bell, F. (2015). *Verification: Source vs Content* [online] Medium.

17 Kovach i Rosenstiel (2014). Op cit.

18 Diakopoulos N., De Choudhury M. & Naaman M. (2012). *Finding and assessing social media information sources in the context of journalism Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, str. 2451-2460. Dostupno na: <http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf> [pristupljeno 22.04.2018].

<sup>19</sup> i oslanjaju se na vlastitu sistematsku metodologiju koju razvijaju za utvrđivanje vjerodostojnosti. <sup>20</sup>

Zašto je verifikacija izvora i vizuelnog sadržaja tako važna? Jednostavno rečeno: to je dobro novinarstvo. U današnjem digitalnom svijetu zlonamjernim akterima je veoma jednostavno da kreiraju i podijele ubjedljive laži koje je teško otkriti. Mnogo je slučajeva kada su profesionalni novinari i redakcije oštetili svoj ugled dijeljenjem ili objavljivanjem obmanjujućih informacija, fotografija ili video snimaka ili informacija osoba koje su se lažno predstavljale. Nekada su pogrešno protumačili satirične sadržaje i podijelili ih ili objavili kao činjenice. <sup>21</sup>

Problem dodatno komplikuje sama količina vizuelnih sadržaja dostupnih online, od kojih se svaki može izvaditi iz konteksta i reciklirati u budućim vijestima, čemu svakodnevno svjedočimo širom svijeta dok prevaranti jednako uspijevaju zavarati političare i profesionalne novinare.

Međutim, postoji nekoliko koraka koji se mogu poduzeti kako bi se procijenila vjerodostojnost izvora koji ima neku priču ili sadržaj koji želi da podijeli. Treba postaviti važna pitanja, neka direktno, a na neka možemo odgovoriti dokazima do kojih ćemo doći istraživanjem. Alati za verifikaciju se mogu koristiti za utvrđivanje odakle je izvor nešto objavio, ali moguće je i manuelno triangulirati izvore analizom njihove istorije na društvenim medijima u potrazi za tragovima koji bo mogli pokazati koliko je vjerovatno da su bili na određenom mjestu u određeno vrijeme. Ispitivanjem istorije njihovih interakcija sa drugim korisnicima i provjerom povezanog sadržaja sa objavama takođe može pomoći u procesu manuelne provjere i pomoći da se eliminišu informacije koje su podijelili botovi.

Skeptično uređivanje je ključno, ali ogromna većina osoba koje se zainteresuju za neki događaj i podijele svoje priče ne rade to s namjerom da prevare – one samo dijele svoje iskustvo. Ako dođe do netačnih informacija, to možda nije iz zle namjere. Može biti da se osoba ne može tačno sjetiti šta se desilo ili želi malo ukrasiti priču. To se može desiti i ako imate priliku da provedete fizički intervju licem u lice, što dokazuju često suprotni izvještaji i izjave sa mjesta zločina ili nesreća, gdje se izjave traumatizovanih svjedoka ili žrtava mogu značajno razlikovati.

<sup>19</sup> Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Goker, A.S. i Martin, C. (2014). *Identifying and verifying news through social media: Developing a user-centred tool for professional journalists*. Digital Journalism, 2(3), str. 406-418. Dostupno na [http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING AND VERIFYING NEWS THROUGH SOCIAL MEDIA.pdf](http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING_AND_VERIFYING_NEWS_THROUGH_SOCIAL_MEDIA.pdf) [pristupljeno 22.04.2018].

<sup>20</sup> Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., i Følstad, A. (2016). *Emerging journalistic verification practices concerning social media*. Journalism Practice, 10(3), str. 323-342.

<sup>21</sup> Deutsche Welle. (2018) *Germany's Bild falls for hoax and unleashes fake news debate* (22.02.2018). Dostupno na <http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014> [pristupljeno 22.04.2018].

Iako nekada nije moguće sa potpunom sigurnošću utvrditi porijeklo vizuelnog sadržaja, postoji nekoliko znakova upozorenja koji se mogu otkriti kroz jednostavan proces verifikacije koji postavlja sljedeća pitanja:

- ▶ Da li je sadržaj originalan, ili je „sklepan“ od ranijih izvještaja i ponovo upotrijebljen na obmanjujući način?
- ▶ Da li je sadržaj na bilo koji način digitalno manipulisan?<sup>22</sup>
- ▶ Možemo li potvrditi vrijeme i mjesto snimanja fotografije/videoa na osnovu dostupnih metapodataka?
- ▶ Možemo li potvrditi vrijeme i mjesto snimanja fotografije/videoa na osnovu vizuelnih znakova u sadržaju?

Da bismo efikasno otkrili znakova upozorenja, takođe moramo razumjeti različite vrste uobičajenih lažnih ili obmanjujućih vizuelnih sadržaja:

- ▶ **Pogrešno vrijeme/pogrešno mjesto:** najčešći oblik obmanjujućih vizuala su stari vizuali koji se ponovo dijele zajedno sa novim navodima o tome šta prikazuju. Viralnost je u takvim slučajevima najčešće rezultat slučajnog dijeljenja sadržaja kojeg može biti lako razotkriti, ali nije lako povući;<sup>23</sup>
- ▶ **Manipulisani sadržaj:** sadržaj koji je digitalno manipulisan softverom za fotografsko ili video uređivanje ;
- ▶ **Inscenirani sadržaj:** originalni sadržaj koji je napravljen ili podijeljen s namjerom da obmani.<sup>24</sup>

Polaznici će se u ovom modulu upoznati sa osnovnim alatima i tehnikama za učenje i vježbanje verifikacije izvora i sadržaja (slajdovi, zajedno sa bilješkama predavača, i obezbijedena dodatna literatura), kao što su:<sup>25</sup>

**Analiza Facebook računa:** Primjenom online alata Intel Techniquesa,<sup>26</sup> možete saznati više o izvoru analizirajući njegov Facebook račun.

**Analiza Twitter računa:** Korištenjem ovo vodiča Africa Checka, možete saznati više o

---

22 Učenici koji su preživjeli masovnu pucjavu u školi u Parklandu u Floridi, SAD, koji su organizovali uspješne proteste širom države za jaču kontrolu oružja, pojavljivali su se na manipulisanim slikama koje su širili partijski kanali na društvenim medijima [https://www.buzzfeed.com/janelytyvnenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm\\_term=.euy6NPayy#.jhe2YV44](https://www.buzzfeed.com/janelytyvnenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euy6NPayy#.jhe2YV44). [pristupljeno 22.04.2018].

23 Ovaj video je objavljen uz navod da je dokaz poplave na Međunarodnom aerodromu Bengaluru u Indiji, a u stvari je reciklirani video poplave na jednom meksičkom aerodromu. <https://www.thequint.com/news/webqoof/fake-video-claiming-bengaluru-airport-was-flooded-is-from-mexico> [pristupljeno 22.04.2018].

24 Umjetna inteligencija i sofisticirani alati za uređivanje videa otežavaju prepoznavanje lažnih videa, kao što pokazuje ovaj snimak Baracka Obame: <https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo> [pristupljeno 03.04.2018].

25 Imajte na umu da se alati kreiranja vijesti i dalje razvijaju i da predavači zajedno sa polaznicima mogu otkrivati i isprobavati nove tehnologije i tehnike.

26 Dostupno na: <https://inteltechniques.com/osint/facebook.html>. [pristupljeno 03.04.2018].

izvoru analizirajući njegu društvenu istoriju i na taj način utvrditi da li je u pitanju bot.

**Obrnuta pretraga slika:** Korištenjem usluga kao što su Google Reverse Image Search,<sup>27</sup> TinEye<sup>28</sup> ili RevEye,<sup>29</sup> možete provjeriti da li je neka slika ponovo iskorištena u korist nove tvrdnje ili događaja. Obrnuta pretraga slika vam dozvoljava da vidite sadrži li jedna ili više baza podataka (sa milijardama slika) raniju verziju te slike. Ako obrnuta pretraga slika pokaže da je slika postojala prije događaja za koji se tvrdi da predstavlja, to je veliki znak upozorenja i vjerovatno je da je slika prenamijenjena iz nekog ranijeg događaja. Ako obrnuta pretraga slika ne da nikakve rezultate, to ne znači da je slika originalna i potrebne su dodatne provjere.

**YouTube Data Viewer:** Ne postoji javno dostupan „obrnuti pretraživač videa“ – ali alati kao što su YouTube Data Viewer Amnesty Internationala,<sup>30</sup> InVID<sup>31</sup> i NewsCheck<sup>32</sup> mogu otkriti sličice videa, a obrnuta pretraga tih sličica može otkriti da li postoje ranije verzije tog snimka. (Alati takođe pokazuju tačno vrijeme objavljivanja.)

**EXIF Viewer:** EXIF su metapodaci vezani uz vizualni sadržaj koji obuhvata širok raspon tačaka podataka koje stvaraju digitalni fotoaparati i kamere na mjestu snimanja. To može uključivati tačno vrijeme i datum, metapodatke o lokaciji, podatke o uređaju i informacije o postavkama svjetla. EXIF metapodaci su jako korisni u procesu verifikacije, ali njihovo ograničenje je to što društvene mreže vizuelnom sadržaju oduzimaju metapodatke. To znači da slike podijeljene na Twitteru ili Facebooku neće pokazati EXIF podatke. Međutim, ako ste u mogućnosti da kontaktirate osobu koja je uploadovala snimku i dobiti je, preko EXIF podataka možete verifikovati sadržaj. Takođe je važno napomenuti da se EXIF podaci mogu modifikovati, tako da je potrebna dodatna verifikacija.

Polaznici će se upoznati sa osnovama naprednijih tehnika, uz obezbijedene dodatne resurse za dalje čitanje i studije slučajeva. U te tehnike spadaju:

- ▶ **Geolociranje:** Geolociranje je proces utvrđivanja gdje je snimljen video ili fotografija. To može biti jednostavno ako su na raspolaganju odgovarajući metapodaci: EXIF podaci sa mobilnih telefona često mogu otkriti koordinate, dok društveni sadržaj (na Instagramu, Facebooku i Twitteru, na primjer) ponekad ima geo-oznake (premda je važno napomenuti da se takvi metapodaci mogu mijenjati i usmjeravati na pogrešne zaključke). Geolociranje često zahtijeva upoređivanje vizuelnih osobina i orijentira

<sup>27</sup> How to do a Google Reverse Image Search: <https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en> [pristupljeno 22.04.2018].

<sup>28</sup> Posjetiti stranicu <https://www.tineye.com/> [pristupljeno 22.04.2018].

<sup>29</sup> <http://squobble.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html> [pristupljeno 22.04.2018].

<sup>30</sup> How to use Amnesty's YouTube Data Viewer: [https://firstdraftnews.org/curriculum\\_resource/youtube-data-viewer/](https://firstdraftnews.org/curriculum_resource/youtube-data-viewer/) [pristupljeno 22.04.2018].

<sup>31</sup> InVid alat za verifikaciju videa. Dostupno na: <http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>. [pristupljeno 22.04.2018].

<sup>32</sup> About NewsCheck: <https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/> [pristupljeno 22.04.2018].

sadržaja sa satelitskim snimcima, *street-view* snimcima i vizuelnim sadržajem koji je dostupan iz drugih izvora (kao što je drugi vizuelni sadržaj postavljen na Twitter, Instagram, Facebook i YouTube).

- ▶ **Meteorološka potvrda:** Izvori kao što je WolframAlpha<sup>33</sup> mogu otkriti istorijske podatke o vremenskim uslovima te tako možemo provjeriti odgovaraju li vremenski uslovi vidljivi na video sadržaju istorijskim podacima (npr. Da li na video snimku pada kiša na dan kada meteorološki izvori nisu zabilježili nikakve padavine?)
- ▶ **Analiza sjenki:** Jedan smjer provjere fotografija ili video snimaka je ispitivanje dosljednosti vidljivih sjenki (npr. jesu li sjenke na očekivanim mjestima i ima li vidljivih sjenki koje su u skladu sa relevantnim izvorima svjetla?)
- ▶ **Forenzika slika:** Neki alati mogu pronaći nedosljednosti u metapodacima slike koji upućuju na manipulaciju. Vrijednost ovih tehnika uveliko zavisi od konteksta i primjene, ali alati poput Forensically,<sup>34</sup> Photo Forensics<sup>35</sup> i IziTru<sup>36</sup> mogu tražiti klonove i analizirati nivo greške koji mogu biti važni.



## Ciljevi modula

- ▶ Povećati svijest o ulozi sadržaja koji generišu korisnici (UGC) koji se dijeli na društvenim mrežama u savremenom novinarstvu, zajedno sa rizicima i zamkama koji se povezuju sa oslanjanjem na takav sadržaj.
- ▶ Postići šire razumijevanje važnosti omogućavanja pristupa i informisanja iz primarnog izvora priče i procesa kojim se to radi.
- ▶ Proširiti razumijevanje potrebe za verifikacijom UGC sadržaja i isključivanja različitih vrsta lažnog i obmanjujućeg sadržaja.
- ▶ Povećati svijest o osnovnim metodama verifikacije slika i video snimaka i razotkrivati lažni vizuelni sadržaj.



## Ishodi učenja

1. Bolje razumijevanje uloge UGC-a u savremenom novinarstvu.
2. Razumijevanje potrebe za verifikacijom digitalnog sadržaja.

33 WolframAlpha alat. Dostupno na <https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/> [pristupljeno 22.04.2018].

34 Wagner, J. (2015). *Forensically, Photo Forensics for the Web*. [Blog] 29a.ch. Dostupno na: <https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web> [pristupljeno 22.04.2018].

35 Alati za fotoforenziku. Dostupno na: <http://fotoforensics.com/> [pristupljeno 22.04.2018].

36 IziTru alati. Dostupno na: <https://www.izitru.com/> [pristupljeno 22.04.2018].



3. Svijest i tehničko razumijevanje o primjeni alata za verifikaciju originalnog izvora.
4. Sposobnost provođenja osnovnih koraka verifikacije foto i video sadržaja.
5. Svijest o postojanju naprednijih tehnika i metapodataka koji se mogu koristiti u procesima verifikacije.
6. Svijest o potrebi traženja dozvole za korištenje UGC-a i drugog online sadržaja i znanje na koji način se to radi.



### **Format modula**

Ovaj modul je osmišljen kao teoretsko predavanje u trajanju od 60 minuta i praktične demonstracije u tri dijela ukupnog trajanja od 120 minuta. Međutim, praktična priroda teme je pogodna i za dužu interaktivnu radionicu sa praktičnim vježbama koje nadopunjavaju demonstracije.

**Teorija:** Na osnovu gore opisanih napomena, osmislite predavanje koje se bavi verifikacijom kao integralnim, ali razvijajućim dijelom novinarske metodologije u digitalnom dobu.

**Praksa:** Praktični rad u trajanju od 120 minuta može biti interaktivna demonstracija i radionica. Može se podijeliti u tri različita dijela.

Predavači trebaju koristiti ranije napomene i koristiti prezentacije koje mogu skinuti sa sljedećih linkova. Napomena: prezentacije sadrže i napomene predavača:

- i. Identifikacija i verifikacija izvora.** Provjeravanje društvene istorije izvora: [https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco\\_fake\\_news\\_curriculum\\_verification\\_digital\\_sources\\_one.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf);
- ii. Osnovna verifikacija slika.** Najčešće vrste lažnih slika i osnovni koraci za verifikaciju: [https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco\\_fake\\_news\\_curriculum\\_verification\\_digital\\_sources\\_two.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf);
- iii. Naprednije vrste verifikacije.** Pristupi analizi sadržaja, uključujući analizu metapodataka i geolociranje: [https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco\\_fake\\_news\\_curriculum\\_verification\\_digital\\_sources\\_three.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf).

## Povezivanje plana s ishodima učenja

### A. Teorija

Plan modula	Broj sati	Ishodi učenja
<b>Predavanje:</b> Istorija i teorija verifikacije i evolucija metoda	1 sat	1, 2, 6

### B. Praksal

Plan modula	Broj sati	Ishodi učenja
i) Verifikacija izvora - društvena (Vježba)	30 min	2, 3
ii) Obrnuta pretraga slika (Demonstracija i vježba)	15 min	2, 3, 4
ii) Analiziranje videa (Demonstracija)	30 min	2, 3, 4
iii) Uvod u različite vrste metapodataka (Demonstracija))	15 min	2, 5
iii) Geolociranje (Demonstracija + vježba)	20 min	2, 4, 5
iii) Meteorologija, sjenke i forenzika slika (Demonstracija))	10 min	2, 4, 5



### Predloženi zadatak

- ▶ Učesnici trebaju osmisлити raspored verifikacije izvora koristeći generičku formu na slajdu 8 prve prezentacije. Učesnici trebaju koristiti pravu ulogu, mjesto na kom rade ili novinsku organizaciju sa kojom su upoznati.
- ▶ Izabrati povezani račun na društvenim medijima neke popularne osobe i reći učesnicima da utvrde jesu li to pravi profil te osobe i postoje li neki povezani, ali neautentični profili.
- ▶ Odabrati i podijeliti slikovni fajl sa učesnicima i reći im da identifikuju određene dijelove informacija koristeći online EXIF viewer i jedan od alata za obrnutu pretragu slika i kažu koji je originalni izvor.



### Materijali

#### Prezentacije

1. [https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco\\_fake\\_news\\_curriculum\\_verification\\_digital\\_sources\\_one.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf)

2. [https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco\\_fake\\_news\\_curriculum\\_verification\\_digital\\_sources\\_two.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf)
3. [https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco\\_fake\\_news\\_curriculum\\_verification\\_digital\\_sources\\_three.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf)



## Literatura

### Verifikacija izvora

---

Ayala Iacucci, A. (2014). *Case Study 3.1: Monitoring and Verifying During the Ukrainian Parliamentary Election*, Verification Handbook. European Journalism Centre.

Dostupno na: <http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php>. [pristupljeno 04.04.2018].

Bell, F. (2015). *Verification: Source vs. Content, First Draft News*. Dostupno na: <https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ado>. [pristupljeno 04.04.2018].

Carvin, A. (2013), *Distant Witness*, CUNY Journalism Press. Dostupno na: <http://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/>. [pristupljeno 04.04.2018].

Toler, A. (2017). *Advanced guide on verifying video content*. Dostupno na: <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/>. [pristupljeno 04.04.2018].

Trewinnard, T. (2016). *Source verification: Beware the bots, First Draft News*. Dostupno na: <https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/>. [pristupljeno 04.04.2018].

### Video

---

*Real or Fake: How to verify what you see on the internet*. (2015). France24. Dostupno na <https://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=youtu> [pristupljeno 04.04.2018].

Knight, W. (2018). *The Defense Department has produced the first tools for catching-deepfakes*, MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/s/611726/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/> [pristupljeno 23.08.2018].

### Mediji očevidaca

---

Brown, P. (2015). *A global study of eyewitness media in online newspaper sites*.

- Eyewitness Media Hub. Dostupno na <http://eyewitnessmediahub.com/uploads/browser/files/Final%20Press%20Study%20-%20eyewitness%20media%20hub.pdf>. [pristupljeno 04.04.2018].
- Hermida, A. (2013). #JOURNALISM. *Digital Journalism*, 1(3), str.295-313.
- Koettl, C. (27.2.2016). *Citizen Media Research and Verification: An Analytical Framework for Human Rights Practitioners*. Centre of Governance and Human Rights, University of Cambridge. Dostupno na <https://www.repository.cam.ac.uk/handle/201810/253508>. [pristupljeno 04.04.2018].
- Kuczerawy, A. (2016, December 16). *Pants on fire: content verification tools and other ways to deal with the fake news problem*. Dostupno na <https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/> [pristupljeno 22.01.2018].
- Novak, M. (n.d.). *69 Viral Images From 2016 That Were Totally Fake*. Dostupno na <https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518>. [pristupljeno 12.11.2017].
- Online News Association: UGC Ethics Guide <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [pristupljeno 18.4.2018].
- Pierre-Louis, K. (2017). *You're probably terrible at spotting faked photos*. Dostupno na <https://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo>. [pristupljeno 12.11.2017].
- Rohde, D. (2013). *Pictures That Change History: Why the World Needs Photojournalists*. The Atlantic. Dostupno na <https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/>. [pristupljeno 03.04.2018].
- Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I. i Mychajlowcz, K. (2013) *Verification as a Strategic Ritual: How journalists retrospectively describe processes for ensuring accuracy*, objavljeno u: *Journalism Practice*, 7(6).
- Smidt, J. L., Lewis, C. i Schmidt, R. (2017). *Here's A Running List Of Misinformation About Hurricane Irma*. Dostupno na <https://www.buzzfeed.com/janalytvynenko/irma-misinfo/>. [pristupljeno 23.10.2017].
- Wardle, C. (2015). *7/7: Comparing the use of eyewitness media 10 years on*. Dostupno na <https://firstdraftnews.com:443/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/>. [pristupljeno 12.11.2017].
- Wardle, C., Dubberley, S., & Brown, P. (2017). *Amateur Footage: A Global Study of*

*User-Generated Content in TV and Online News Output*. Dostupno na <http://usergeneratednews.towcenter.org/how-when-and-why-ugc-is-integrated-into-news-output/>. [pristupljeno 23.10.2017].

Zdanowicz, C. (2014). *“Miracle on the Hudson” Twitpic changed his life*. Dostupno na <http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html>. [pristupljeno 12.11.2017].

### **Obrnuta pretraga slika**

---

First Draft News. *Visual Verification Guide - Photos* -. Dostupno na [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN\\_verificationguide\\_photos.pdf?x47084](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x47084). [pristupljeno 06.11.2017].

First Draft News. *Visual Verification Guide - Video* -. Dostupno na [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN\\_verificationguide\\_videos.pdf?x47084](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_videos.pdf?x47084). [pristupljeno 06.11.2017].

Suibhne, E. (2015). *Baltimore “looting” tweets show importance of quick and easy image-checks*. Dostupno na <https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e>. [pristupljeno 06.11.2017].

Seitz, J. (2015). *Manual Reverse Image Search With Google and TinEye*. Dostupno na <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/>. [pristupljeno 06.11.2017].

### **YouTube Data Viewer**

---

First Draft News. (b.d.). *Using YouTube Data Viewer to check the upload time of a video*-. Dostupno na <https://firstdraftnews.com:443/resource/using-youtube-data-viewer-to-check-the-upload-time-of-a-video/>. [pristupljeno 13.11.2017].

Toler, A. (2017). *Advanced Guide on Verifying Video Content*. Dostupno na <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/>. [pristupljeno 13.11.2017].

### **Analiza metapodataka**

---

Honan, M. (2012). *How Trusting in Vice Led to John McAfee’s Downfall*. Dostupno na <https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/>. [pristupljeno 03.04.2018].

Storyful. (2014). *Verifying images: why seeing is not always believing*. Dostupno na <https://storyful.com/blog/2014/01/23/verifying-images-why-seeing-is-not-always-believing/>. [pristupljeno 13.11.2017].

Wen, T. (2017). *The hidden signs that can reveal a fake photo*. Dostupno na <http://www.bbc.com/future/story/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake>. [pristupljeno 12.11.2017].

## **Analiza sadržaja**

---

Ess, H. van. (2017). *Inside the trenches of an information war..Medium*. Dostupno na <https://medium.com/@henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3>. [pristupljeno 03.04.2018].

Farid, H. (2012a). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog- A Pointless Shadow Analysis*. Dostupno na <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/4/a-pointless-shadow-analysis.html>. [pristupljeno 03.04.2018].

Farid, H. (2012b). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog- The JFK Zapruder Film*. Dostupno na <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/11/the-jfk-zapruder-film.html>. [pristupljeno 03.04.2018].

Farid, H. (n.d.-c). *Photo Forensics: In the Shadows - Still searching - Fotomuseum Winterthur*. Dostupno na [http://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/articles/26425\\_photo\\_forensics\\_in\\_the\\_shadows](http://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/articles/26425_photo_forensics_in_the_shadows). [pristupljeno 03.04.2018].

First Draft News. (2016). *Watch Eliot Higgins demonstrate advanced verification techniques at #FDLive*. Dostupno na <https://firstdraftnews.com:443/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/>. [pristupljeno 03.04.2018].

Higgins, E. (2015, July 24). *Searching the Earth: Essential geolocation tools for verification*. Dostupno na <https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d96obb8fba>. [pristupljeno 03.04.2018].

## **Online resursi**

---

*First Draft Interactive: Geolocation Challenge*. Dostupno na <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/>. [pristupljeno 03.04.2018].

*First Draft Interactive: Observation Challenge*. Dostupno na <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-observation-challenge/>. [pristupljeno 03.04.2018].

*First Draft Online Verification Course*. Dostupno na <https://firstdraftnews.org/learn/> [pristupljeno 03.04.2018]



# BORBA PROTIV ZLOSTAVLJANJA ONLINE: KADA NOVINARI I NJIHOVI IZVORI POSTANU METE

*Julie Posetti*



---

# MODUL 7

---



## Sažetak

Problem dezinformacija i netačnih informacija<sup>1</sup> koje potkopavaju vjerodostojno novinarstvo i pouzdane informacije je dramatično eskaliralo u doba društvenih medija. Posljedice uključuju namjerno ciljanje novinara i drugih online izdavača, skupa sa njihovim izvorima, koji pokušavaju da verifikuju ili podijele informacije i komentare. Rizici povezani s tim mogu dodatno umanjiti povjerenje u novinarstvo, kao i sigurnost novinara i njihovih izvora.

U nekim slučajevima novinari su bili mete „astroturfinga“<sup>2</sup> i „trolovanja“<sup>3</sup> – smišljenih pokušaja „obmanjivanja, pogrešnog informisanja, zbunjivanja ili ugrožavanja novinara“,<sup>4</sup> dijeljenjem informacija sa ciljem da novinarima ili njihovim potencijalnim izvorima odvrate pažnju ili ih usmjere na pogrešan trag. Osim toga, novinari mogu biti mete pokušaja prevare kako bi podijelili netačne informacije koje će potaknuti pogrešno tumačenje činjenica ili, ako se razotkrije da su informacije lažne, umanjiti vjerodostojnost novinara (i novinske organizacije sa kojom su povezani). U drugim slučajevima, novinari su izloženi digitalnim prijetnjama sa ciljem da otkriju svoje izvore, prekrše njihovu privatnost i izlože ih riziku, ili pristupe neobjavljenim podacima.

Tu je i fenomen vlada koje angažuju „digitalne mrzilačke grupe“ da ukinu kritičke komentare i uguše slobodu izražavanja.<sup>5</sup> Prisutan je i ozbiljan problem zlostavljanja i nasilja online (koji se nekada netačno etiketiraju kao „trolovanje“<sup>6</sup>) koji je nerazmjerno usmjeren protiv žena i često mizogin po prirodi. To može dovesti do toga da novinari, njihovi izvori i komentatori budu izloženi bujicama zlostavljanja online, lažnih navoda o njihovom ponašanju, pogrešnog predstavljanja njihovih identiteta ili prijetnji fizičkim nasiljem sa ciljem da ih se ponizi i uništi njihovo samopouzdanje, diskredituje, preusmjeri njihova pažnja i, na kraju, strahom kontroliše njihovo izvještavanje.<sup>7</sup> Istovremeno, na mnogo mjesta se nastavlja fizičko nasilje s ciljem potiskivanja kritičkog izvještavanja, uz dodatnu opasnost da se ono pogorša kao rezultat huškanja i zastrašivanja online.

- 1 Za definicije vidjeti: Wardle, C. i Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking* (Vijeće Evrope). <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> [pristupljeno 30.03.2018].
- 2 Astroturfing“ je pojam izveden iz riječi na engleskom za vrstu umjetne trave kojom se pokrivaju vanjske površine da bi imitirala prirodnu travu. U kontekstu dezinformacija, to podrazumijeva širenje lažnih informacija ciljajući publike i novinare sa namjerom da ih preusmjere ili zavaraju, naročito u obliku „dokaza“ nepostojeće javne podrške za neku osobu, ideju ili politiku. Takođe vidjetidefiniciju Technopedije: <https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing> [pristupljeno 20.03.2018].
- 3 Coco, G. (2012). *Why Does Nobody Know What Trolling Means? A quick reference guide for the media* at Vice.com. [https://www.vice.com/en\\_au/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers](https://www.vice.com/en_au/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers) [pristupljeno 30.03.2018].
- 4 Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* in S. Tanner i N. Richardson (Ur.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (pstrp. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [pristupljeno 30.03.2018].
- 5 Riley M, Etter, L. i Pradhan, B. (2018) *A Global Guide To State-Sponsored Trolling*, Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [pristupljeno 21.07.2018].
- 6 Napomena: „Trolovanje“ je u kontekstu interneta podrazumijeva radnje koje mogu varirati od laganog zadirivanja, provokacija i podbadaanja do namjerne obmane. Međutim, sve više se koristi kao termin za sve vrste online zlostavljanja. To potencijalno može biti problem jer podrazumijeva širok raspon aktivnosti i potencijalno umanjuje ozbiljnost online zlostavljanja.
- 7 Na primjer: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html>.

Novinari mogu biti direktne žrtve kampanja dezinformisanja, ali pružaju otpor. Osim jačanja digitalnih zaštita, mnogi proaktivno razotkrivaju takve napade i otkrivaju napadače. Angažmanom na inicijativama za medijsku i informacijsku pismenost zajedno sa nevladinim organizacijama, novinski mediji takođe imaju ulogu u obrazovanju javnosti o tome zašto novinarstvo vrijedi njegovati i štiti.



## Pregled

### Izvlačenje problema na vidjelo

#### i) Prepoznavanje i odgovaranje na „trolovanje“ i „astroturfing“<sup>8</sup>

Ovaj fenomen podrazumijeva izmišljanje likova i događaja sa ciljem da se prevare novinari i publika, zajedno sa organizovanim kampanjama na društvenim medijima koje imitiraju organske reakcije publike. Može biti teško razlikovati najnovije vijesti i legitimne izjave svjedoka od sadržaja koji je lažiran ili „začinjen“ neistinitostima kako bi namjerno obmanuo ili potkopao kredibilitnost i rad novinara i drugih komentatora online, tako što će ih prevariti da podijele netačne informacije.

Primjeri takvog ponašanja uključuju:

- ▶ Izmišljanje žrtava prirodnih katastrofa i terorističkih napada (vidjeti primjer terorističkog napada u Manchesteru<sup>9</sup>), kako bi naveli ljude da dijele sadržaj koji potencijalno može narušiti reputaciju i/ili vjerodostojnost osoba, uključujući novinara, koje mogu označiti u procesu distribucije.
- ▶ Objavljivanje sadržaja koji se predstavljaju kao vijesti koje kreiraju izmišljeni likovi poput „Gay djevojke iz Damaska“.<sup>10</sup> Svjetski mediji su se 2011. godine uzburkali zbog hapšenja blogerice koja je, navodno, bila lezbijka iz Sirije–ispostavilo se da je autor bloga student iz SAD-a koji je živio izvan zemlje. Priča je dodijeljena novinarki Jess Hill zaprogram PMAustralian Broadcasting Corporationa. Kaže da su tradicionalne vrijednosti i metode verifikacijespriječile da njen program dodatno pojača neistinitost. „Nismo izvijestili o njenom hapšenju iz jednog jednostavnog razloga – nismo mogli pronaći nikoga ko je zapravo lično upoznao. Ni rodbinu, ni lične prijatelje. Dva dana smo tražili nekoga, pitali naše kontakte u Siriji da nas upute na ljude koji su možda imali kontakt sa njom, ali svaki trag se pokazao kao beskoristan. Činjenica da nismo mogli naći nikoga ko je djevojku upoznao je bila veliki

<sup>8</sup> Za objašnjenje „astroturfinga“ koje je pogodno za svrhu podučavanja, posjetite sljedeći link: <https://youtu.be/Fmh4RdlwswE>.

<sup>9</sup> Primjer napada u Manchesteru: <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims> [pristupljeno 30.03.2018].

<sup>10</sup> Young, K. (2017). *How to Hoax Yourself: The Case of the Gay Girl in Damascus*, 09.11.2017, The New Yorker. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus> [pristupljeno 30.03.2018]

znak upozorenja, tako da nismo izvještavali o tome... Novinske agencije koje su požurile da objave priču nisu odradile osnovni zadatak traženja izvora. Objavljivali su vijesti na osnovu objave na blogu“. <sup>11</sup>

Drugi motivi mogu biti želja da se novinari preusmjere ili da im se odvrti pažnja od istrage nekog problema dajući im beskorisne tragove koji teže izvještavanju i, u konačnici, imaju negativan efekat na traženje istine.

Primjeri ovog stila pogrešnog usmjeravanja uključuju:

- ▶ Pokušaj preoblikovanja tvrdnji o veličini publike na inauguraciji Donalda Trampa u januaru 2017. godine u „alterativne činjenice“. <sup>12</sup>
- ▶ Savremena ratna propaganda, npr. tweetovanje pogrešnih činjenica i netačnih informacija o bitkama Talibana novinarima u Afganistanu. <sup>13</sup>
- ▶ Davanje skupova podataka novinarima koji sadrže provjerljive i vrijedne informacije u javnom interesu, ali u koje su ubačene i dezinformacije.

U skorije vrijeme je kompjuterska propaganda <sup>14</sup> povećala opasnost za novinare koji se suočavaju sa „astroturfingom“ i „trolovanjem“. To podrazumijeva korištenje botova za širenje dobro usmjerenih lažnih informacija i propagandnih poruka u velikoj količini, kako bi izgledalo kao organski pokret. <sup>15</sup> Istovremeno, tehnologija umjetne inteligencije se koristi za stvaranje „deepfake“ <sup>16</sup> videa i drugih oblika sadržaja osmišljenih tako da diskredituju svoje mete, uključujući novinare i, naročito, novinarku.

Primjeri ove prakse uključuju:

- ▶ Nezavisni portal Rappler.com i njegovo osoblje koje uglavnom čine žene su bili meta kampanje obimnog zlostavljanja online. Na Filipinima, plaćeni trolovi, pogrešno zaključivanje, logički skokovi, taktike ocrnjivanja – to su samo neke od propagandnih tehnika koje su pomogle da se promiejni mišljenje javnosti o ključnim problemima“. <sup>17</sup> (dole vidjeti proširenu diskusiju)

11 Posetti, J. (2013). op cit.

12 NBC News (2017) Video: <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-86o142147643> [pristupljeno 30.03.2018].

13 Cunningham, E (2011). *In shift, Taliban embrace new media*, Global Post. <https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media> [pristupljeno 30.03.2018].

14 Woolley, S. i Howard, P. (2017). *Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary*, Radni dokument br. 2017.11 (Univerzitet Oxford). <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [pristupljeno 30.03.2018].

15 Napomena: Površni izvještaji o bot kampanjama tokom opštih izbora u Velikoj Britaniji 2017. godine naglašavaju koliko je teško izvještavati o tim problemima. C.f. Dias, N. (2017). Reporting on a new age of digital astroturfing, First Draft News. <https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing/> [pristupljeno 29.03.2018].

16 Pojam „deepfake“ je spoj sintagme „deep learning“ i „fake“ (duboko učenje i lažno). U to je uključena tehnologija sa umjetnom inteligencijom koja kreira lažni sadržaj, nekada pornografskih obilježja, koji je skoro nemoguće razotkriti. Koristi se u cyber- napadima za diskreditovanje osoba, uključujući novinare. Vidjeti: Cuthbertson, A. (2018) What is 'deepfake' porn? AI brings face-swapping to disturbing new level u: Newsweek <http://www.newsweek.com/what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328> [pristupljeno 17.06.2018].

17 Ressa, M. (2016). *Propaganda War: Weaponising the Internet*, Rappler. <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet> [pristupljeno 30.03.2018].

- ▶ Imućna porodica optužena za preuzimanje ključnih državnih preduzeća i političara u Južnoafričkoj Republici je unajmila firmu za odnose s javnošću iz Velike Britanije „Bell Pottinger“ da osmisli složenu propagandnu kampanju. Svoje poruke su dijelili preko pravog carstva dezinformacija koje je uključivalo web stranice, medije i plaćenu vojsku na Twitteru koja je napadala novinare, poslovne ljude i političare uvredljivim, neprijateljskim porukama i manipuliranim fotografijama, s ciljem da ih ponize i prekinu njihove istrage o preuzimanju države.<sup>18</sup> Ugledna urednica Ferial Haffajee je bila predmet kampanje online zlostavljanja u tom periodu i njene fotografije su manipulirane tako da stvore pogrešan dojam o njoj, uz korištenje oznake #prestitute.<sup>19</sup>
- ▶ Slučaj novinarkе Rane Ayyub potaknuo je poziv čak pet specijalnih izvjestitelja Ujedinjenih naroda da joj vlada Indije pruži zaštitu, nakon masovnog kruženja neistinitih informacija usmjerenih protiv njenog kritičkog izvještavanja. Ova nezavisna novinarka je bila meta kombinacije dezinformacija o njoj na društvenim medijima, uključujući „deepfake“ video snimke koje su lažno sugerisale da je snimala pornografske filmove, kao i direktnih prijetnji silovanjem i smrću.<sup>20</sup>
- ▶ Slučaj finske novinarkе Jessikke Aro, o kojem više pišemo u dijelu ii) ovog modula „Digitalne prijetnje po sigurnost i strategije odbrane“.

Ostali moduli ovog priručnika se posebno bave tehničkim metodama verifikacije, ali takođe je važno polaznike osposobiti za otkrivanje zlonamjernih motivacija nekih online subjekata prilikom kreiranja, distribucije i ciljanja novinara dezinformacijama i netačnim informacijama, kao dijela šablona zlostavljanja.

### **Ključna pitanja koja treba dodati tehničkim metodama verifikacije informacija:**

1. Može li se iza podjele ili označavanja sadržaja kriti zla namjera?
2. Koja može biti korist za osobu koja objavljuje sadržaj?
3. Koje su moguće posljedice za mene/moju profesionalnu vjerodostojnost/medijsku instituciju ako to objavim?
4. Jesam li se dovoljno trudio/la da utvrdim identitet/sklonosti/pouzdanost/

<sup>18</sup> Opširan dosje o „carstvu lažnih vijesti“ porodice Gupta dostupan na <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/>. [pristupljeno 30.03.2018].

<sup>19</sup> Haffajee, F. (2017). *Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me*. HuffPost South Africa. [online] Dostupno na: [https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me\\_a\\_22126282/](https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/) [pristupljeno 06.04.2018].

<sup>20</sup> UN experts call on India to protect journalist Rana Ayyub from online hate campaign <http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=23126&LangID=E>; [pristupljeno 17.08.2018]. Takođe vidjeti: Ayyub, R. (2018). In India, journalists face slut-shaming and rapethreats. <https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html> [pristupljeno 17.06.2018].

motivaciju te osobe (npr. žele li posijati dezinformacije ili ostvariti zaradu od prodaje ilegalno stečenog sadržaja bez opravdanja javnog interesa)?

5. Da li je u pitanju osoba ili *bot*?<sup>21</sup>
6. Ako dobijete „deponiju podataka“ od navodnog zviždača, trebate li nezavisno provjeriti sadržaj prije objavljivanja skupa podataka u cjelini? Je li moguće da su u njega ubačene dezinformacije i netačne informacije s ciljem namjernog obmanjivanja ili diskreditovanja?

## **ii) Prijetnje po digitalnu sigurnost i strategije odbrane**

Novinari, borci za ljudska prava i blogeri/aktivisti na društvenim medijima postaju sve ranjiviji na cyber-napade, a njihove podatke ili izvore mogu korumpirati zlonamjerni subjekti, između ostalog, putem *phishinga*, napada *malwareom* i lažnog predstavljanja („spoofing“).<sup>22</sup>

### **Primjer:**

Nagrađivana istraživačka novinarka Jessikka Aro, koja radi za finski javni servis YLE, meta je organizovanih kampanja „trolovanja“ od 2014. godine. Bila je izložena prijetnjama po digitalnu sigurnost, uključujući „spoofing“ i „doxing“ (zlonamjerno objavljivanje ličnih podataka),<sup>23</sup> kada su trolovi objavili njene lične kontakt podatke i širili dezinformacije o njoj, usljed čega je primala ogroman broj bijesnih poruka prego aplikacija i privatnih poruka. „*Primila sam telefonski poziv u kojem je neko pucao iz pištolja. Kasnije mi je neko poslao poruku tvrdeći da je moj pokojni otac i da me ‘posmatra’*“, izjavila je.<sup>24</sup> Aro je izrazila zahvalnost urednicima koji štite novinare od prijetnji i pozvala novinare da istražuju i razotkrivaju propagandu.

Prema tome, važno je da novinarski radnici budu svjesni sljedećih prijetnji:

## **12 ključnih prijetnji po digitalnu sigurnost**<sup>25</sup>

- ▶ Ciljana prismotra i masovna prismotra,

21 Na primjer, vidjeti: <https://botcheck.me>.

22 Definicija iz Technopedia: „Spoofing“ je prevarantska ili zlonamjerna praksa u kojoj se poruke šalju iz nepoznatog izvora pod krinkom izvora koji je poznat primatelju. Najuoobičajeniji oblik ove prakse je e-mail spoofing. Takav e-mail može sadržavati i dodatne prijetnje poput „Trojanaca“ ili drugih virusa. Takvi programi mogu uzrokovati značajnu štetu na računaru pokretanjem neočekivanih aktivnosti, pristupa na daljinu, brisanje dokumenata i sl. <https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing> [pristupljeno 29.03.2018].

23 Definicija iz Technopedia: „Doxing“ je proces uzimanja, hakovanja i objavljivanja ličnih podataka osoba, uključujući imena, adresa, telefonskih brojeva i podataka kreditnih kartica. „DOxing“ može biti usmjeren protiv određene osobe ili organizacije. Mnogo je uzroka „doxinga“, ali najčešće razlog je prisila. „Doxing“ je žargonski termin nastao iz pojma „doc“, jer se na taj način često uzimaju i dijele dokumenti. Hakeri su razvili različite načine za „doxing“, ali jedna od najraširenijih metoda je dobijanje e-mail adrese žrtve, otkrivanje šifre i otvaranje računa kako bi se izvuklo što više ličnih podataka. <https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing> [pristupljeno 29.03.2018].

24 Aro, J. 2016. *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools*. European View. Sage Journals, juni 2016, Knjiga 15, broj 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [pristupljeno 20.07.2018].

25 Posetti, J. (2015). New Study: *Combating the rising threats to journalists' digital safety* (WAN-IFRA). <https://blog.wan-ifra.org/2015/03/27/new-study-combating-the-rising-threats-to-journalists-digital-safety> [pristupljeno 30.03.2018].



- ▶ Iskorištavanje softvera i hardvera bez znanja mete,
- ▶ *Phishing* napadi,<sup>26</sup>
- ▶ Napadi lažnih domena,
- ▶ *Man-in-the-Middle* (MitM) napadi,<sup>27</sup>
- ▶ *Denial of Service* (DoS) napadi i *Distributed Denial of Service* (DDoS) napadi,<sup>28</sup>
- ▶ Vandaliranje web stranica,
- ▶ Kompromitovanje korisničkih profila,
- ▶ Zastrašivanje, zlostavljanje i prisilno otkrivanje online mreža,
- ▶ Kampanje dezinformisanja i ocrnjivanja,
- ▶ Oduzimanje proizvoda novinarskog rada, i
- ▶ Pohranjivanje i dubinska analiza podataka.

Za više informacija o strategijama odbrane vidjeti publikaciju: *Building Digital Safety for Journalism*.<sup>29</sup>

Za više informacija o implikacijama za povjerljive izvore i zviždače koji kontaktiraju sa novinarima i drugim medijskim izvorima, vidjeti publikaciju: *Protecting Journalism Sources in the Digital Age*.<sup>30</sup>

### Prepoznavanje i rješavanje online uznemiravanja i nasilja

„Nazivali su me prljavom kurvom, prokletom Cigankom, Židovkom, muslimanskom droljom, grčkim parazitom, odvratnim migrantom, glupim psihopatom, ružnom lažljivicom, subjektivnom mrziteljicom. Stalno mi ponavljaju da idem kući, da se ubijem, inače će me upucati, odrezati mi jezik, slomiti prste jedan po jedan. Konstantno mi prijete grupnim silovanjima i seksualnim mučenjem“.<sup>31</sup> To su riječi slavne švedske novinarke Alexandre Pascalidou, koja je 2016. godine svjedočila o svojim online iskustvima na sjednici Evropske komisije u Briselu.

26 King, G. (2014) Spear phishing attacks underscore necessity of digital vigilance, CPJ. <https://cpj.org/blog/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig.php> [pristupljeno 29.03.2018].

27 Definicija „Man in the Middle“ napada (MITM) iz Technopedije: „Oblik prisluškivanja gdje komunikaciju između dva korisnika nadzire i modifikuje neovlaštena strana. Generalno govoreći, napadač aktivno prisluškuje presrećući razmjenu poruka sa javnim ključem i ponovo šalje poruku mijenjajući traženi ključ svojim“. <https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm> [pristupljeno 29.03.2018].

28 Vidjeti definicije na Technopediji. <https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dos> b. <https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos> [pristupljeno 29.03.2018].

29 Henrichsen, J. et al. (2015). *Building Digital Safety for Journalism* (UNESCO) Pariz. <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002323/232358e.pdf> [pristupljeno 30.03.2018].

30 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* (UNESCO). Pariz. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [pristupljeno 30.03.2018].

31 Posetti, J. (2016). *Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse* in The Sydney Morning Herald, 24.11.2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html> [pristupljeno 30.03.2018].

Globalno širenje ove vrste online zlostavljanja usmjerenog protiv novinarki i komentatorki je rezultiralo time da je UN (uključujući UNESCO<sup>32</sup>), kao i druge agencije, prepoznao problem i pozvao na djelovanje i njegovo rješavanje.

Organizacija za saradnju i sigurnost u Evropi (OSCE) je finansirala istraživanje koje pokazuje međunarodni uticaj online zlostavljanja novinarki koje su u neproporcionalnoj mjeri meta mrzilačkog „trolovanja“.<sup>33</sup>

To istraživanje je pratila studija koju je proveo britanski *think tank*, Demos, u kojoj je pregledano na stotine hiljada *tweetova* i otkrili su da je novinarstvo jedina kategorija u kojoj su žene više zlostavljali od muškaraca, „gdje su novinarki i voditeljice vijesti na TV-u bile na meti napada ugrubo tri puta više<sup>34</sup> nego njihovi muški ekvivalenti“. Ključne riječi koje su koristili zlostavljači su bile „drolja“, „silovanje“ i „kurva“.

Obilježje ovakvog online zlostavljanja žena novinarki je primjena taktika dezinformisanja – šire se laži o prirodi njihovog rada kao način da se uništi njihova kredibilnost, da ih se ponizi, sa namjerom da se zanemare njihovi javni komentari i izvještavanje.

Učinke toga dodatno pogoršavaju prijetnje nasiljem, uključujući silovanjem i smrću, i efekat „nagomilavanja“ (organski, organizovani ili robotički masovni napadi na osobu online).

Intimna priroda tih napada, koje žrtve često primaju na ličnim spravama rano ujutro i pred spavanje, dalje povećava njihov uticaj. „Ima dana kada se probudim uz verbalno nasilje i zaspim uz odzvanjanje seksističkog i rasističkog bijesau ušima. To je poput konstantnog ratnog stanja niskog intenziteta“, kaže Pascalidou.

Na Filipinima, direktorica i izvršna urednica novinskog portala *Rappler*, Maria Ressa,<sup>35</sup> predstavlja studiju slučaja iz borbe protiv obimnog online uznemiravanja u kontekstu masovne kampanje dezinformisanjasa vezama sa državom. Ona je bivša ratna reporterka za CNN, ali kaže da je njeno iskustvo na terenu nije pripremiilo za masovnu i destruktivnu kampanju spolno zasnovanog online uznemiravanja kojem je izložena od 2016. godine.

„Zvali su me ružnom, psetom, zmijom, prijetili mi silovanjem i ubistvom“, tvrdi. Ressa je izgubila pojam o tome koliko prijetnji smrću je primila. Osim toga, bila je predmet *hashtag* kampanja poput #ArrestMariaRessa (#UhapsiteMariuRessa) i #BringHerToTheSenate (#IzvediteJePredSenat), osmišljenih s ciljem da nahuškaju online rulju za napad, diskredituju Ressu i Rappler i potkopaju njihov rad. „Počelo je kao spirala

32 Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa* in L. Kilman (Ed) op cit. Takode vidjeti: Rezolucija 39 sa 39. Generalne konferencije UNESCO-a, gdje piše da „specifične prijetnje sa kojima se suočavaju novinarki uključujući seksualno uznemiravanje i nasilje kako onlne, tako i offline“. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [pristupljeno 29.03.2018].

33 OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [pristupljeno 30.03.2018].

34 Bartlett, J. et al. (2014) *Misogyny on Twitter*, Demos. [https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY\\_ON\\_TWITTER.pdf](https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf) [pristupljeno 30.03.2018].

35 Maria Ressa je predsjednica žirija UNESCO-ve nagrade Guillermo Cano World Press Freedom Prize <https://en.unesco.org/prizes/guillermo-cano/jury>.

šutnje. Ko god je kritikovao ili postavljao pitanja o izvansudskim ubistvima je napadnut, brutalno napadnut. Ženama je bilo najgore. Onda smo shvatili da je sistem namješten tako da ušutka neslaganje – kako bi novinari bili poslušni. Ne trebamo postavljati teška pitanja, a naročito ne smijemo kritikovati“, kaže Ressa.<sup>36</sup>

Strategija borbe Marie Resse podrazumijeva:

- ▶ Prepoznavanje ozbiljnosti problema,
- ▶ Prepoznavanje psiholoških posljedica i omogućavanje psihološke podrške napadanom osoblju,
- ▶ Primjena istraživačkog novinarstva kao oružja u borbi,<sup>37</sup>
- ▶ Zamoliti odanu publiku da pomogne u odbijanju i obuzdavanju napada,
- ▶ Povećanje online i offline sigurnostikao odgovor na uznemiravanje,
- ▶ Javno pozivanje platformi (npr. Facebooki Twittera) da urade više na ograničavanju i adekvatnom upravljanju online uznemiravanja.

U sukobu sa rastućom prijetnjom online uznemiravanja, takođe je važno priznati konstantno offline uznemiravanje novinarki u kontekstu kampanja dezinformisanja. Na primjer, istraživačku novinarku iz Australije Wendy Carlisle su zlostavljali, vrijeđali i gurali tokom skupa negatora klimatskih promjena u Australiji 2011. godine, dok je snimala dokumentarac za ABC Radio. Zbog zlostavljanja je morala napustiti skup radi vlastite sigurnosti.<sup>38</sup>



## Ciljevi modula

Ovaj modul će: upoznati polaznike sa rizicima online zlostavljanja u kontekstu „informatijskog poremećaja“; pomoći polaznicima da prepoznaju prijetnje; i pružiti razvoj vještina i alatekoji će im pomoći u borbi protiv online zlostavljanja. Ciljevi su:

- ▶ Povećati svijest polaznika o problemu zlonamjernih aktera kojima su mete novinari, njihovi izvori i ostali online komunikatori u kampanjama dezinformisanja/netačnog informisanja;
- ▶ Omogućiti polaznicima da lakše prepoznaju „astroturfing“, „trolovanje“, prijetnje za digitalnu sigurnost i online zlostavljanje,

<sup>36</sup> Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in Kilman*, L. (Ur) *An Attack on One is an Attack on All* (UNESCO). <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [pristupljeno 30.03.2018].

<sup>37</sup> Tu taktiku je koristila Ferial Haffajee u studiji slučaja o „Gupta leaks“ koju smo spomenuli ranije. Koristila je tehnike istraživačkog novinarstva i „detektive“ za digitalnu sigurnost da raskrinka neke od trolova koji su je napadali u pokušaju da diskredituju njeno izvještavanje o skandalu. Vidjeti: <https://www.news24.com/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123> [pristupljeno 16.06.2018].

<sup>38</sup> Carlisle, W. (2011). *The Lord Monckton Roadshow*, Background Briefing, ABC Radio National. <http://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400> [pristupljeno 30.03.2018].

- ▶ Pripremiti polaznike za efikasniju borbu protiv „astroturfinga“ i „trolovanja“, prijetnji za digitalnu sigurnost i online zlostavljanje narodno osjetljiv način.



## Ishodi učenja

Do kraja ovog modula, polaznici će:

1. Imati bolje razumijevanje posljedica online zlostavljanja na novinarske radnike, novinarstvo, dijeljenje informacija i slobodu izražavanja;
2. Imati veći nivo svijesti o problemu zlonamjernih aktera koji ciljano napadaju novinare i druge online komunikatore u kampanjama dezinformisanja/ netačnog informisanja;
3. Razumjeti posebne prijetnje za sigurnost sa kojima se suočavaju žene koje se bave online novinarstvom;
4. Moći lakše prepoznati zlonamjerne aktere online, kao i slučajeve „astroturfinga“, „trolovanja“, prijetnji za digitalnu sigurnost i online zlostavljanja;
5. Biti bolje opremljeni za borbu protiv „astroturfinga“, „trolovanja“, prijetnji za digitalnu sigurnost i online zlostavljanja na rodno osjetljiv način.



## Format modula

Ovaj modul je osmišljen s namjerom da se prezentuje licem u lice ili online. Namijenjen je da se prezentuje u dva dijela: teoretski i praktični.

### Povezivanje plana s ishodima učenja

#### A. Teorija

Plan modula	Broj sati	Ishodi učenja
Interaktivno predavanje i pitanja i odgovori (90 minuta), koji se mogu održati na tradicionalni način ili preko platforme za webinare na način da potakne učešće na daljinu. Sadržaj predavanja se može izvući iz gore opisane teorije i primjera. Međutim, predavače potičemo da u ovaj modul uključe i kulturološki/lokalno relevantne studije slučajeva..	60 - 90 min	1, 2, 3, 4, 5

**B. Praksa**

Plan modula	Broj sati	Ishodi učenja
<p>Radionica/demonstracija (90 minuta) koja se može održati u klasičnoj učionici ili preko jedne od platformi za e-učenje kao što je Moodle, Facebook grupe ili drugi servisi koji omogućavaju online učešće na daljinu. Radionica/demonstracija može primijeniti sljedeći format:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Podijeliti demonstracije na radne grupe od 3-5 učesnika,</li> <li>• Svaka radna grupa će dobiti po jedan primjer zlonamjernog sadržaja (pretražite blogove i društvene medije za sadržaj usmjeren protiv Marie Resse, Jessike Aro i Alexandre Pascalidou, na primjer, čije slučajeve smo spomenuli u ovom modulu) povezanog sa kampanjom dezinformisanja, netačnog informisanja, trolovanja, astroturfinga ili online zlostavljanja.</li> <li>• Svaka radna grupa treba: zajednički procijeniti materijal (istražiti osobu/grupu koja se krije iza materijala), identifikovati rizike i prijetnje (pozivajući se na relevantna istraživanja o posljedicama navedena u preporučenoj literaturi); predložiti akcioni plan za reagovanje na materijal (to može podrazumijevati strateško odgovaranje, prijavljivanje korisnika platformi ili policiji ako je to primjereno, pisanje priče o problemu); napisati pregled svog akcionog plana u 250 riječi (koristeći Google Docs ili neki sličan alat za kolaborativno uređivanje) i predati ga predavaču/instruktoru na pregled.</li> </ul>	90 - 120 mins	1, 2, 3, 4, 5

**Alternativna struktura**

Za dublju analizu opisanih problema, ovaj modul se može proširiti tako da obuhvati tri odvojene lekcije (svaka prezentovana u dva dijela, kao što je opisano iznad):

- ▶ Prepoznavanje i reagovanje na „trolovanje“ i „astroturfing“;
- ▶ Modeliranje digitalnih prijetnji<sup>39</sup> i strategije odbrane;
- ▶ Prepoznavanje i rješavanje problema online uznemiravanja i nasilja.

39 Stray, J. (2014). *Security for journalists, Part Two: Threat Modelling*. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [pristupljeno 02.03.2018].



## Predloženi zadatak

Napišite reportažu od 1200 riječi, ili napravite audio izvještaj od pet minuta, video izvještaj od tri minute, ili detaljnu interaktivnu infografiku na osnovu intervjua sa jednim ili više novinara o njihovim iskustvima sa online zlostavljanjem (npr. kada su bili meta dezinformacija i/ili kada su se suočili sa prijetnjama za digitalnu sigurnost kao dio kampanje dezinformisanja i/ili kada su ih uznemiravali ili su bili žrtve online nasilja). Polaznici u reportaži trebaju citirati ugledne studije i objasniti implikacije posljedica ovih fenomena za novinarstvo/slobodu izražavanja i pravo javnosti da zna.



## Literatura

Aro, J. 2016. *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools*. European View. Sage Journals, juni 2016, Tom 15, broj 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [pristupljeno 20.07.2018].

Haffajee, F. (2017). *The Gupta Fake News Factory and Me in The Huffington Post*. [http://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me\\_a\\_22126282/](http://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/) [pristupljeno 29.03.2018].

OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [pristupljeno 29.03.2018].

Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa: L. Kilman (Ur) An Attack on One is an Attack on All* (UNESCO, 2017). <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [pristupljeno 29.03.2018].

Posetti, J. (2016). *Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse* u: The Sydney Morning Herald, 24.11.2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html> [pristupljeno 29.03.2018].

Reporters Sans Frontieres. (2018) *Online Harassment of Journalists: Attack of the trolls*. Reporters Without Borders: [https://rsf.org/sites/default/files/rsf\\_report\\_on\\_online\\_harassment.pdf](https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf) [pristupljeno 20.8.18].

Riley M, Etter, L.i Pradhan, B. (2018) *A Global Guide To State-Sponsored Trolling*, Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [pristupljeno 21.07.2018].

Stray, J. (2014). *Security for journalists*, Part Two: Threat Modelling. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [pristupljeno 02.03.2018].



## Online izvori

---

**VIDEO:** *How to Tackle Trolls and Manage Online Harassment* – panel diskusija na Međunarodnom festivalu novinarstva (International Journalism Festival) u Perugia, Italija (april 2017) u kojoj su učestvovali Julie Posetti (Fairfax Media), Hannah Storm (International News Safety Institute), Alexandra Pascalidou (švedska novinarka), Mary Hamilton (*The Guardian*), Blathnaid Healy (CNNi). Dostupno na: <http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-online-harrassment>

## SARADNICI

**Magda Abu-Fadil** je direktorica organizacije Media Unlimited iz Libana.

**Fergus Bell** je stručnjak za digitalno prikupljanje vijesti i verifikaciju sadržaja koje generišu korisnici. Osnivač organizacije Dig Deeper Media.

**Hossein Derakhshan** je iransko-kanadski pisac, istraživač i saradnik Shorenstein Centra u sklopu Harvard Kennedy School.

**Cherilyn Ireton** je južnoafrička novinarka koja vodi World Editors Forum (Svjetski forum urednika), u okviru World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA, Svjetska asocijacija novina i novinskih izdavača)

**Alexios Mantzarlis** vodi Međunarodnu mrežu za provjeru činjenica (International Fact-Checking Network) na Poynter Institutu.

**Alice Matthews** je novinarka za vijesti i aktuelnosti Australian Broadcasting Corporation (ABC) u Sydneyu.

**Julie Posetti** je Direktorica za istraživanje na globalnom nivou u Međunarodnom centru za novinare (ICFJ); viša istraživačica u Centru za slobodu medija (CFOM), Sheffield Univerziteta; saradnica za istraživanje na Reuters institutu za studij novinarstva Univerziteta Oxford.

**Tom Trewinnard** je šef programa Meedanovog open source alata za verifikaciju pod nazivom **Check**.

**Claire Wardle** je izvršna direktorica organizacije First Draft i naučni saradnik Shorenstein centra za medije, politiku i javne politike u sklopu Harvard Kennedy School.

## GRAFIČKI DIZAJN

**Mr. Clinton** [www.mrclinton.be](http://www.mrclinton.be)

**Vanjski recenzenti:** Prof. Ylva Rodny-Gumede, Odsjek za novinarstvo, film i televiziju, Univerzitet Johannesburg, Južnoafrička Republika; Basyouni Hamada, profesor, Odsjek za masovne komunikacije, Fakultet umjetnosti i nauke, Univerzitet Qatar; Prof. Jayson Harsin, Odsjek za globalne komunikacije, Američki univerzitet u Parizu





Cilj ove publikacije je da predloži model nastavnog plana i programa koji je relevantan na međunarodnom nivou i otvoren za usvajanje ili prilagođavanje, što je u skladu sa sve većim globalnim problemom dezinformisanja sa kojim se suočavaju društva u cjelini, a naročito novinarstvo.

Ovaj model nastavnog plana i programa je osmišljen tako da novinarskim predavačima i trenerima obezbijedi uokvirene lekcije koje će pomoći studentima i radnicima u novinarstvu da se snađu u problemima koji se povezuju s „lažnim vijestima“. Takođe se nadamo da će biti koristan vodič za novinare.

On na jednom mjestu okuplja iskustva vodećih međunarodnih predavača iz oblasti novinarstva, istraživača i intelektualaca koji rade na razvijanju novinarske metodologije i prakse kako bi se mogla nositi sa izazovima netačnih informacija i dezinformacija. Lekcije su kontekstualne, teoretske i, u slučaju online verifikacije, izuzetno praktične. Bilo da se primjenjuju zajedno kao nastavni predmet ili pojedinačno, mogu pomoći da se osveže postojeći nastavni predmeti ili naprave potpuno novi.

Publikacija je dio „Globalne inicijative za izvrsnost u novinarskom obrazovanju“, koja je u fokusu UNESCO-ovog Međunarodnog programa za razvoj komunikacija (IPDC). Cilj Inicijative je da učestvuje u obrazovanju, praksi i istraživanjima u oblasti novinarstva iz globalne perspektive, uključujući dijeljenje međunarodnih dobrih praksi.



Organizacija Ujedinjenih  
nacija za edukaciju,  
nauku i kulturu

**IPDC** MEĐUNARODNI PROGRAM  
ZA RAZVOJ KOMUNIKACIJA

UNESCO - Sektor za komunikacije i informisanje  
7, place de Fontenoy, F-75352 Paris 07 SP, Francuska  
Za više informacija kontaktirajte [ipdc.secretariat@unesco.org](mailto:ipdc.secretariat@unesco.org)

