



Interreg



Danube Transnational Programme

MELIA



Projekt sufinanciran sredstvima Europske unije (ERDF, IPA, ENI fondovi)

Sadržaj

Sadržaj.....	2
Sažetak projekta.....	3
Kako se koristiti priručnikom i interaktivnom prezentacijom.....	3
Uvod u lekciju.....	4
Tehnika obrnute piramide	5
Činjenice i osobne poruke.....	7
Činjenice i osobne poruke – primjer	8
Činjenice i osobne poruke: primjer – drugi dio.....	9
Novinske agencije i novinarstvo.....	11
Interpretacija	13
Razlozi obmana	17
Primjer 1.....	19
Primjer 2.....	20
Primjer 3.....	21
Dezinformacije	23
Video o dezinformacijama	25
Dezinformacije u političkoj propagandi	28
Farme trolova.....	30
Provjera informacija.....	31
Zaključno	32
Kraj	33
Preporučena literatura.....	34
Izvori.....	35

Sažetak projekta

Građanska kompetencija od presudne je važnosti za aktivno političko sudjelovanje, što je jedna od glavnih odrednica dobrog upravljanja i održive demokracije. Političko sudjelovanje stagnira osobito u istočnom dijelu Podunavlja, a posebno zabrinjavaju apatija i nedostatak političkog interesa mlađe populacije.

Nadalje, posljednjih godina svjedočimo političkim zbivanjima koja rezultiraju pogoršanjem demokratskih standarda u mnogim dijelovima regije. Temeljni element građanske kompetencije jest visoka razina medijske pismenosti, koja je neophodna za odraz društvene stvarnosti građana i njihovu otpornost na negativne medijske fenomene, poput govora mržnje i lažnih vijesti.

Glavni cilj projekta MELIA Observatory jest poboljšati demokratsko transnacionalno upravljanje razvojem transnacionalnog opservatorija medijske pismenosti koji se temelji na suradnji različitih relevantnih dionika. U mnogim zemljama dunavske regije razvoj kompetencija medijske pismenosti i aktivnog građanstva daleko zaostaje za razvijenijim dijelovima Europe. Ovaj opservatorij služit će kao mehanizam za povećanje medijske pismenosti, a time i jačanje građanskih kompetencija, što će pridonijeti razvoju održive demokracije. Glavne su ciljne skupine mladi i ljudi koji s njima rade. U svrhu jačanja medijske pismenosti opservatorij će osigurati alate dostupne mladima i njihovim edukatorima. Projekt će uspostaviti opservatorij za medijsku pismenost koji će osigurati instrumente za provjeru medijskih sadržaja, alate za obuku i preporuke politika za nadogradnju medijske pismenosti u odnosu na druge građanske vještine. Rezultati uključuju alate za izgradnju kapaciteta i obuku medijske pismenosti, mrežno sučelje i preporuke politika. Osnovne su aktivnosti projekta mapiranje praksi i širenje informacija, razvoj sustava učenja, izrada mrežne platforme za obuku i pilot testiranje.

Kako se koristiti priručnikom i interaktivnom prezentacijom

Dragi učenici,

ovaj priručnik služi kao vodič za interaktivnu prezentaciju Vijesti i obmane.

Otvorite interaktivnu prezentaciju u svojem pregledniku na računalo. Ako radite u grupi, možete projicirati prezentaciju putem projektora ili na interaktivnoj ploči.

Želite li raditi u prezentaciji, otvorite ovaj dokument u svojem pregledniku na računalo ili ga ispišite.

Prezentacija sadržava nekoliko slajdova s nastavnim materijalom i vizualnim sadržajem. Pažljivo pročitajte i pregledajte svaki slajd. Ako vidite ikonu „i” na slajdu u donjem lijevom kutu, kliknite na nju. Tu se nalaze dodatne informacije ili primjeri koji će vam pomoći da bolje razumijete ono o čemu je na slajdu riječ.

Neki slajdovi osim ikone „i” imaju interaktivne elemente, koji su istaknuti. Kada kliknete na njih, doznat ćete više informacija (to može biti primjerice audiosadržaj, video sadržaj ili dodatne informacije).

U prezentaciji ćete pronaći i ikonu zvuka. Neki slajdovi sadržavaju zvuk. Ako je potrebno, možete kliknuti na ikonu zvuka da biste isključili ili ponovno aktivirali zvuk u prezentaciji.

Kliknite desnu strelicu za sljedeći slajd. Ako se želite vratiti u prezentaciju, kliknite na lijevu strelicu. Za povratak na sam početak prezentacije kliknite na ikonu kuće.

Radi bolje orijentacije u tekstu pojedini slajdovi postupno se prikazuju s dodatnim edukativnim materijalom i daljnjim proširenjem teme.

Tekst je dopunjen **definicijama** jer se s nekim pojmovima prvi put susrećete i preporučljivo ih je zapamtiti. Također obratite pozornost na **zanimljivosti**.

Naslov uz tekstove u priručniku:



ZANIMLJIVOST DEFINICIJA

Uvod u lekciju

Internetski svijet izvor je neutemeljenih informacija i obmana. Sposobnost otkrivanja fikcije u *online* okruženju također je otežana brzim razvojem tehnologije i njezinom sofisticiranom upotrebom u mrežnom medijskom okruženju. Razotkrivanje laži stoga postaje sve teže. Osoba koja nije medijski pismena ne provjerava što vidi na internetu, TV-u, radiju, u časopisima... I ne samo da vjeruje u to, čak i dalje širi taj sadržaj (dijeljenjem, lajkovima, komentarima, govori o tome...)!

U ovoj ćete lekciji naučiti koji su najvažniji elementi medijske komunikacije te uz pomoć praktičnog primjera utvrditi razliku između vijesti i novinarstva. U sljedećem dijelu lekcije naučit ćete definirati i prepoznati dezinformacije te doznati gdje se upotrebljavaju (propaganda, farme trolova ili teorije zavjere).

Dezinformacije ugrožavaju demokratsko društvo, stoga treba posvetiti više pozornosti toj temi. Provjera i prepoznavanje dezinformacija ili prijevara nije jednostavan zadatak čak ni odraslima. Razgovarajte s odraslima o tome što se događa u zemlji i svijetu, postavljajte pitanja, pokažite interes i tražite informacije. Pokušajmo zajedno smanjiti širenje dezinformacija i obmana.

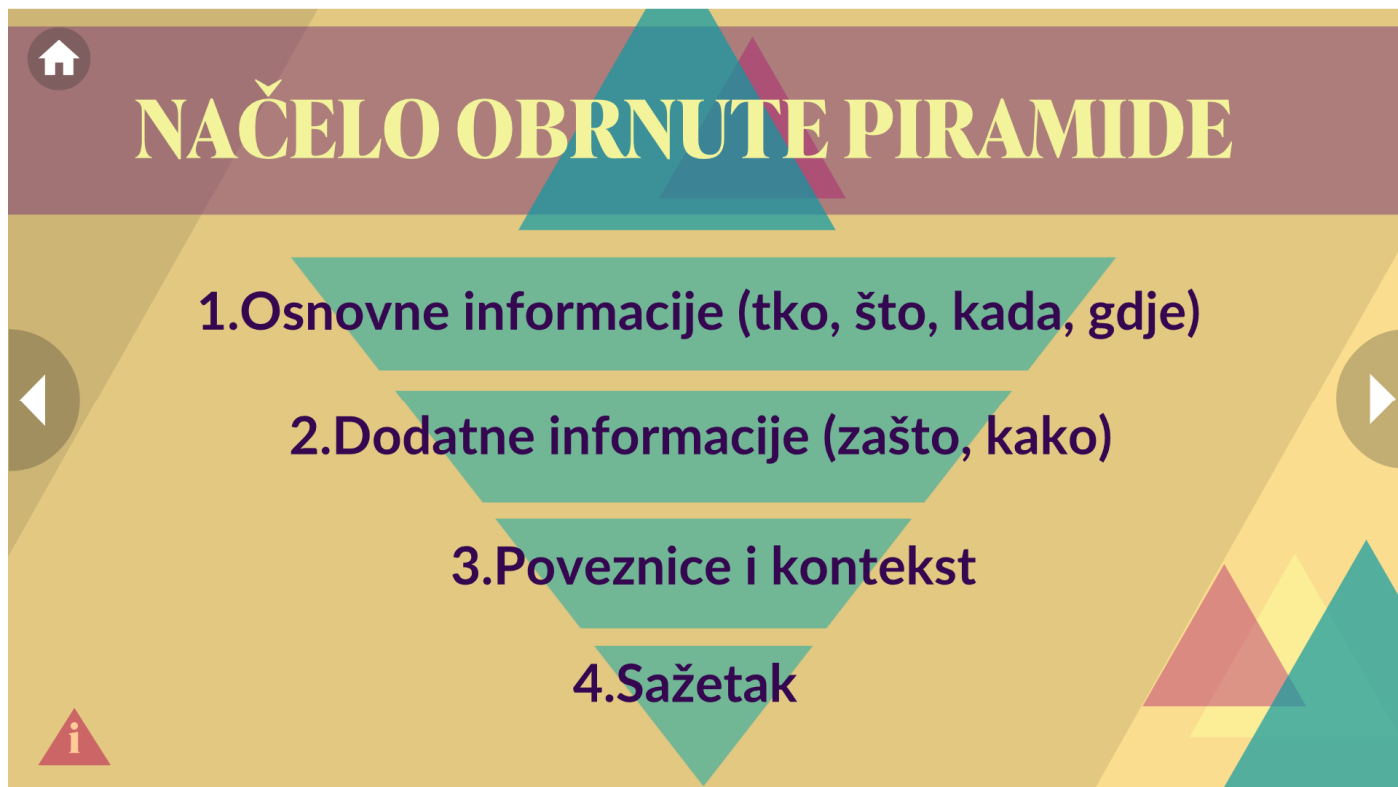
Tehnika obrnute piramide

Gdje najčešće čitate dnevne novosti?

Zahvaljujući tehnologiji koja se brzo mijenja i popularnosti internetskih medija na raspolaganju nam je zaista **golem izvor online informacija**, a dostupni su nam i razni portali koji se **natječu u donošenju vijesti**.

Moraju biti najbrži, imati najzanimljiviju fotografiju ili video i također naslov koji će nas zainteresirati da pročitamo članak. Važan je i način na koji je članak napisan i podijeljen – da ste htjeli pročitati vijest da se vaš omiljeni pjevač razvodi, ne bi vas zanimao dugačak uvod o tome gdje je rođen i kojim se hitom proslavio.

Želite odmah znati što se dogodilo i zašto se razvodi! Autori se koriste tehnikom tzv. **obrnute piramide**.



To znači:

- ▶ najvažnije su informacije na početku
- ▶ slijede ih manje važne
- ▶ kontekst (takozvani background) je na kraju.

No obrnuta piramida se ne upotrebljava samo u online vijestima, možemo je pronaći i na televiziji i u novinskim člancima.



NACELO OBRNUTE PIRAMIDE

Obrnuta piramida u novinarstvu označava strukturu priče gdje se najvažnije informacije (ili možda čak i zaključak) prezentiraju prve. Tko, što, kada, gdje i zašto pojavljuju početku priče te ih slijede dodatne informacije koje to potvrđuju i daju kontekst.

Zapamtite:

- nemojte ništa preskočiti
- vijesti ne bi trebale biti prekratke
- najvažnije informacije trebale bi biti na početku
- postoje načela prioriteta informacija u članku
- pažnja je najveća na početku te se s vremenom smanjuje

4.Sažetak

Kada čujete neku vijest, pokušajte utvrditi važne informacije poruke: tko, što, kada, gdje, zašto i kako.



ZANIMLJIVOST

Zbog lakšeg pamćenja, učenici u Njemačkoj koriste riječi koje počinju slovom **W**.

Ključna pitanja na njemačkom jeziku: **wer, was, wann, wo, warum, wie**

Pri pisanju izvještaja važno je ostati **objektivan**.

Što znači biti objektivan?



Objektivnost = nepristran odraz stvarnosti. Objektivne vijesti daju nepristrane informacije o tome što se događa u stvarnosti.

Glavne odlike objektivnosti:

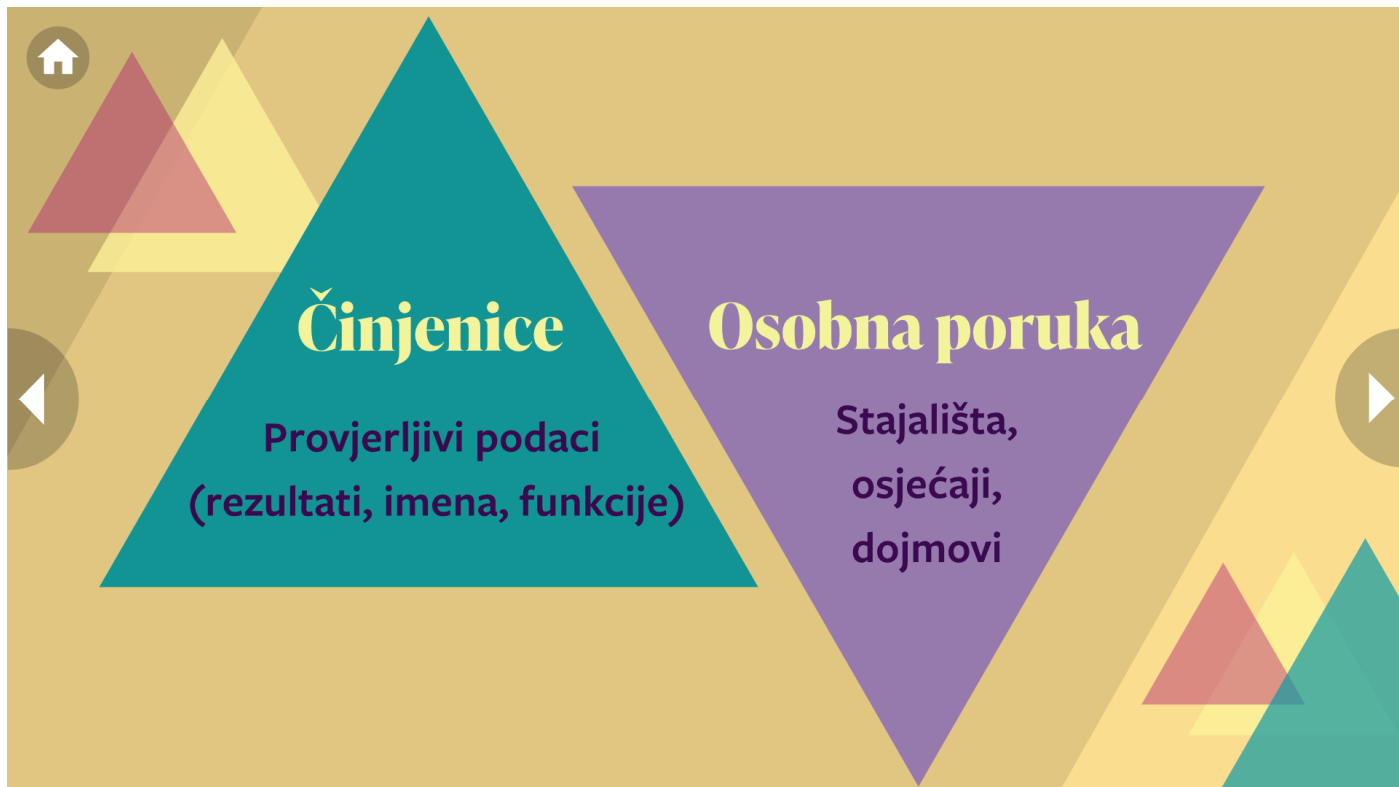
- ▶ distanciranost i neutralnost u odnosu na temu vijesti
- ▶ nepristranost (tj. nesklonost ijednoj strani u sporu)
- ▶ cjelovitost informacija
- ▶ odsutnost skrivenih motiva ili usluga trećih strana.

Izvještaj bi trebao biti činjeničan, točan, cjelovit i pouzdan.

Činjenice i osobne poruke

Što moramo razlučiti?

Kada god do nas dođe sadržaj putem članka ili videa, uvijek bismo morali razlučiti što znamo.



Činjenice su provjerljivi podaci, rezultati, imena, pozicije predstavnika...

Autorove **osobne poruke** temelje se na njegovu mišljenju, osjećajima i interpretaciji informacija.

Činjenice i osobne poruke – primjer

Městské noviny Monday, 13. 1. 2018

Zeman i Drahoš u drugom su krugu

Mikoš Zeman and Jiří Drahoš made it to the second round | Photo: Aktuálně.cz

Tko su Zeman i Drahoš? Što ih povezuje?

Oni su češki političari koji su se kandidirali za predsjednika Češke Republike na izborima 2018. godine.

Městské noviny Monday, 13. 1. 2018

Zeman i Drahoš u drugom su krugu

Vidjet ćete članak koji sadržava informacije o dva vodeća kandidata na predsjedničkim izborima u Češkoj. Sjetite se što su to činjenice, a što osobne poruke.

Činjenice i osobne poruke: primjer – drugi dio


Od prikazanih informacija što mislite da su činjenice?
Što ćemo naučiti ako nam se predstavi osobna poruka?
Zašto?

Městské noviny Monday, 13. 1. 2018

ZEMAN I DRAHOŠ U DRUGOM SU KRUGU

ČINJENICE **OSOBNÁ PORUKA**

Rezultati prvog kruga predsjedničkih izbora iznenadili su mnoge birače. Ili će Miloš Zeman ostati češki predsjednik ili će biti zamijenjen Jiriem Drahošom. Sa 99,9% prebrojenih glasova Zeman je dobio 38,59% glasova, dok je Drahoš osvojio 26,6%.



Miloš Zeman and Jiří Drahoš made it to the second round | Photo: Aktuálně.cz

Vještine argumentiranja njegova protukandidata prevagnule su u glavnome gradu. Zabrinjavajuće je da je samo 61,9% glasača izišlo na glasanje. Drahoš je pozvao Zemana na debatu, na što je on neočekivano pristao.

Činjenice ili osobna poruka?

Na ovome slajdu vidimo (blago preinačen) tekst članka. Pogledajte ga i pokušajte prepoznati koje biste informacije u tekstu označili kao **činjenice**.

Razlikujte činjenice i osobne poruke autora.

Najprije pročitajte cijeli tekst kako biste se upoznali s člankom.

Što smo naučili?

Jeste li primjetili da su ružičasto obojeni dijelovi teksta subjektivni?

Pokušajte razlikovati u svakoj rečenici što je *činjenica*, a što *osobna poruka* autora.

Kako se razlikuju tekstovi

Na ovome slajdu možemo vidjeti dvije verzije teksta.

Po čemu su ovi tekstovi različiti?

Rezultati prvog kruga predsjedničkih izbora iznenadili su mnoge birače. Ili će Miloš Zeman ostati češki predsjednik ili će biti zamijenjen Jirijem Drahošom. Sa 99,9% prebrojenih glasova Zeman je dobio 38,59% glasova, dok je Drahoš osvojio 26,6%. Vještine argumentiranja njegova protukandidata prevagnule su u glavnome gradu. Zabrinjavajuće je da je samo 61,9% glasača izišlo na glasanje. Drahoš je pozvao Zemana na debatu, na što je on neočekivano pristao.

Ili će Miloš Zeman ostati češki predsjednik ili će biti zamijenjen Jirijem Drahošom. Sa 99,9% prebrojenih glasova Zeman je dobio 38,59% glasova, dok je Drahoš osvojio 26,6%. 61,9% glasača izišlo je na glasanje. Drahoš je pozvao Zemana na debatu, na što je on neočekivano pristao.

ČINJENICE **OSOBNÁ PORUKA** **ČINJENICE**

Na lijevome dijelu slajda vidimo činjenice i osobne poruke autora.

Što primjećujete?

Je li tekst duži i subjektivnije oblikovan?

Na lijevoj strani slajda nalazi se tekst sačinjen isključivo od činjenica. Koncizniji je i manje subjektivan.

Novinske agencije i novinarstvo

Razlikovanje dvaju tipa informacija preduvjet je koji moramo zadovoljiti kako bismo mogli razumjeti sadržaj komuniciranog.

The infographic is divided into two main sections. The top section, titled 'Novinska agencija', lists three bullet points: 'Iznosi činjenice', 'Objektivna je i koristi se s više izvora kako bi potvrdila činjenice koje iznosi', and 'Ne sadržava mišljenja autora'. The bottom section, titled 'Novinarstvo', lists two bullet points: 'Informira o aktualnim temama (temeljeno na vijestima novinske agencije)' and 'Sadržava mišljenja i stavove autora'. The background features a pattern of overlapping triangles in shades of teal, yellow, and red.

Novinska agencija

- Iznosi činjenice
- Objektivna je i koristi se s više izvora kako bi potvrdila činjenice koje iznosi
- Ne sadržava mišljenja autora

Novinarstvo

- Informira o aktualnim temama (temeljeno na vijestima novinske agencije)
- Sadržava mišljenja i stavove autora

Zašto bismo trebali imati uvid u tuđe poglede na svijet kada možemo stvarati sami svoju sliku?

This infographic has a dark background with the same geometric triangle pattern as the previous one. It features a central text box with the message: 'Pri čitanju novinskih članaka sjetite se razlike između **novinske agencije i novinarstva.**'. The background text from the infographic is visible but dimmed.

Novinska agencija

- Iznosi činjenice

Pri čitanju novinskih članaka sjetite se razlike između **novinske agencije i novinarstva.**

NOVINARSTVO

- Informira o aktualnim temama (temeljeno na vijestima novinske agencije)
- Sadržava mišljenja i stavove autora

Koje su značajke novinskih agencija i novinarstva?

Osnovna razlika između vijesti i novinarstva jest da u **novinarskom** tekstu čitamo i **autorovu procjenu**: što **misli** o temi, kako je **percipira**, njegov **stav**. S time na umu trebamo čitati tekst. Moramo biti sposobni razlikovati činjenice od osobnih stavova autora.

Novinske agencije

Osnovni žanrovi: vijesti, izvješća, novinski članci, intervjui za vijesti...

Novinarstvo

Osnovni žanrovi: autorski članci, komentari, kolumne...

Izbor poruka

Na čemu se temelji izbor informacija koje mediji objavljuju?

Na televizijskim vijestima uglavnom su prikazani novi događaji koji se odnose na određene osobe (uglavnom političare, glumce, pjevače...). Često sadrže negativne i iznenađujuće teme, koje su bliske gledateljima i utječu na njihove živote.



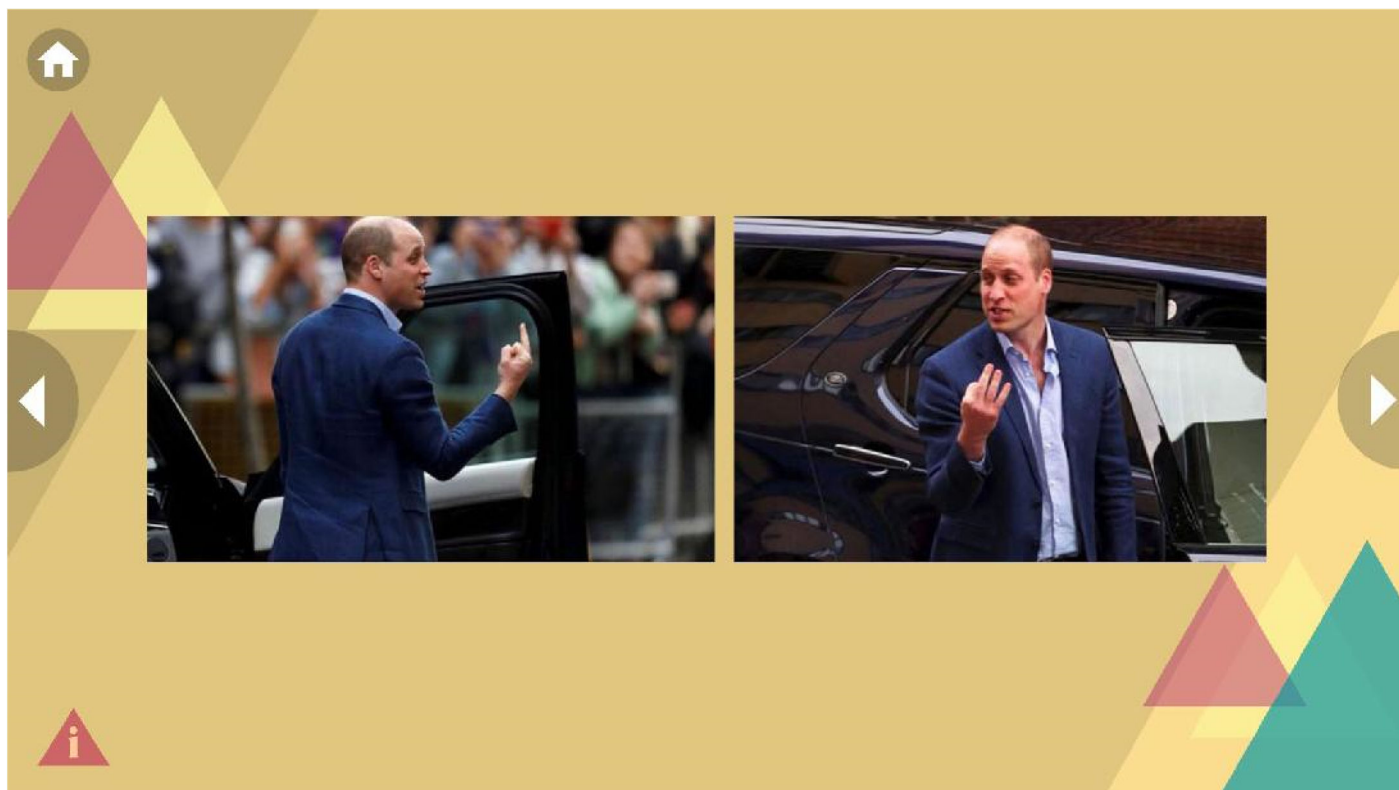
ZANIMLJIVOST

Značajke vijesti = kriteriji po kojima se vijest (ne) uključuje u sadržaj vijesti masovnih medija.

Vratar = osoba koja odabire vijesti/informacije koje će se prenositi u medijima.

Interpretacija

U kojemu će obliku vijest doprijeti do nas također ovisi o autorovoj spretnosti ispravne interpretacije (objašnjenja) situacije.



Ljudi mogu isti događaj interpretirati na različite načine, primjerice kada imaju različite informacije na temelju kojih stvaraju interpretaciju.

Svaka vijest zapravo je priča koju možemo ispričati na razne načine, i to upotrebom riječi, fotografija, redoslijeda događaja...

Sposobnost odabira prikladnih i kvalitetnih izvora jest važna vještina, ali oduzima mnogo vremena. Stoga ako na početku investiramo vrijeme i odaberemo izvore koji objektivno i točno izvještavaju (ili javno izvještavaju o svojim pogreškama), bit će nam lakše pratiti i provjeravati informacije te smanjivati širenje lažnih i alarmantnih vijesti.



DEFINICIJA

Interpretacija = objašnjenje (npr. teksta), preoblikovanje ili kakvo drugo prikazivanje vlastitog razumijevanja nečega.



Kada o nečemu izvještavate, razmislite o ispravnoj interpretaciji:

1. Informirajte o svim važnim aspektima priče.
2. Ne skrivajte nikakve informacije.

Čak i ako je to samo obavještavanje o nekom događaju koje neće biti popraćeno komentarima autora, uvijek postoji razlika u interpretaciji među ljudima koji promatraju isti događaj.



Želite li izvijestiti prijatelje i obitelj o nečemu, zapamtite da je bitno informirati ih o svim važnim detaljima i nemojte skrivati informacije.

Vlasnik medija

Zamislite poduzetnika koji je među ostalim i vlasnik raznih medija. Možda ima TV kanal, mrežni portal ili tabloid.



Što bi to moglo značiti? Može vrlo lako oglašavati svoju e-trgovinu na radiju i u tisku, ili možda naglašavati informacije koje su korisne njemu ili njegovim tvrtkama.

U nekim državama postoje i državni mediji – država ima moć i kontrolu nad njima. Je li i u vašoj zemlji tako?

Koje vrste privatnih medija poznajete?

Za svaku vrstu medija na slajdu pokušajte se sjetiti primjera privatnog medija u vašoj zemlji.

Mislite li da vlasnik medija može utjecati na sadržaj medija koje posjeduju?

Pogledajte ikonu za informiranje.

Mogu li vlasnici medijskih tvrtki utjecati na sadržaj u medijima koje posjeduju?

Mogu.

Imaju mogućnost utjecati na to **kada i što** će biti u njihovim medijima.

Ako žele da više ljudi čuje neku izjavu, mogu je objaviti u nekoliko svojih medija, odnosno i na televiziji i na radiju i na internetskim portalima i u novinama. Time svjesno utječu na javno mnijenje.

Kako vlasnici medija utječu na medijski sadržaj?

Svojevoljno ne otkrivaju informacije o sebi.

Stvaraju objave o svojim konkurentima te ih prenose u svojim medijima.

Primjer vlasnika medija iz Češke Republike

Andrej Babiš jest vlasnik MF Dnes, popularnih dnevnih novina u Češkoj Republici. Među ostalim bio je i premijer Češke Republike i ugledan poslovni čovjek. Barem jednom mjesečno njegove dnevne novine objavljivale su članak o njemu i stavljale njegovu fotografiju na naslovnici.

Ovaj vlasnik medija očito je sam sebi postavljao pitanja (pitanja nisu konfliktna) te zapravo umjesto objektivnog intervjua iznosio prezentaciju svoje političke agende. Gospodin Babiš koristio se medijima za promicanje agende.

Obmana

Prvi dio lekcije stavio je naglasak na vijesti. No, i obmane su ključan dio ove lekcije. Ako niste još čuli o njima, nastavite čitati kako biste dobili nova saznanja. Započet ćemo temu koja nam je svima važna i s kojom se gotovo svakodnevno susrećemo.

Znate li što znači obmana?

Možete li dati primjer?



OBMANA

*Poruka lažne uzbune koja se širi medijima
te uglavnom upozorava na
nepostojeću prijetnju.*



Svakoga dana nailazimo na mnogo informacija, poruka i izjava. Ponekad ih je toliko da ne stignemo uopće ni razmisliti o njima. A to je pogrešno.

Vrlo nam se lako može dogoditi da previdimo nešto i ne obraćamo pozornost te tek kada je prekasno shvatimo da smo nasamareni. Trebali bismo vježbati svjesnost i argumentiranje kako se ne bismo prečesto našli u takvoj situaciji.



Već znamo što je obmana. Možemo je pronaći u tabloidima, a katkad i u ozbiljnim medijima. Često nam je prijatelji prenose. Možda su je negdje čuli, na vlastiti način je interpretirali te vam je prenijeli. Upravo zato što ste je čuli od prijatelja možda niste ni pomislili da nije istina.



ZANIMLJIVOST

Dijeljenje alarmantnih poruka u nekim zemljama je kriminal

Dijeljenje alarmantnih poruka u Republici Češkoj je kazneno djelo od 2009. godine (članak 357. Kaznenog zakona). Možete biti osuđeni do 5 godina zatvora.

Pokušajte saznati što kažu zakoni u vašoj zemlji.



Lažne vijesti = poruke koje su napisane tako da izgledaju kao stvarna informacija, a stvorene su kako bi utjecale na javno mnijenje.

Razlozi obmana

Postoji nekoliko razloga obmana. Neki su bezazleni (npr. kako bi se nekoga zadivilo ili zabavilo), no s druge strane njima se katkad želi utjecati na ljude u ozbiljnim situacijama (npr. manipulacija u političke svrhe).

Zapišite moguće odgovore te raspravite o njima s kolegama i nastavnikom:

Zašto se stvaraju obmane?

Koja je njihova svrha?

Što se njima žele postići?



Ciljevi obmana

- utjecati na nekoga
- zabaviti nekoga
- širiti paniku / loše savjete
- zadiviti nekoga
- impresionirati nekoga
- nanijeti štetu nekome
- prevariti nekoga
- manipulirati nekim/nečim
- zastrašiti nekoga
- zaraditi



ZANIMLJIVOST
FAKTOGRAF

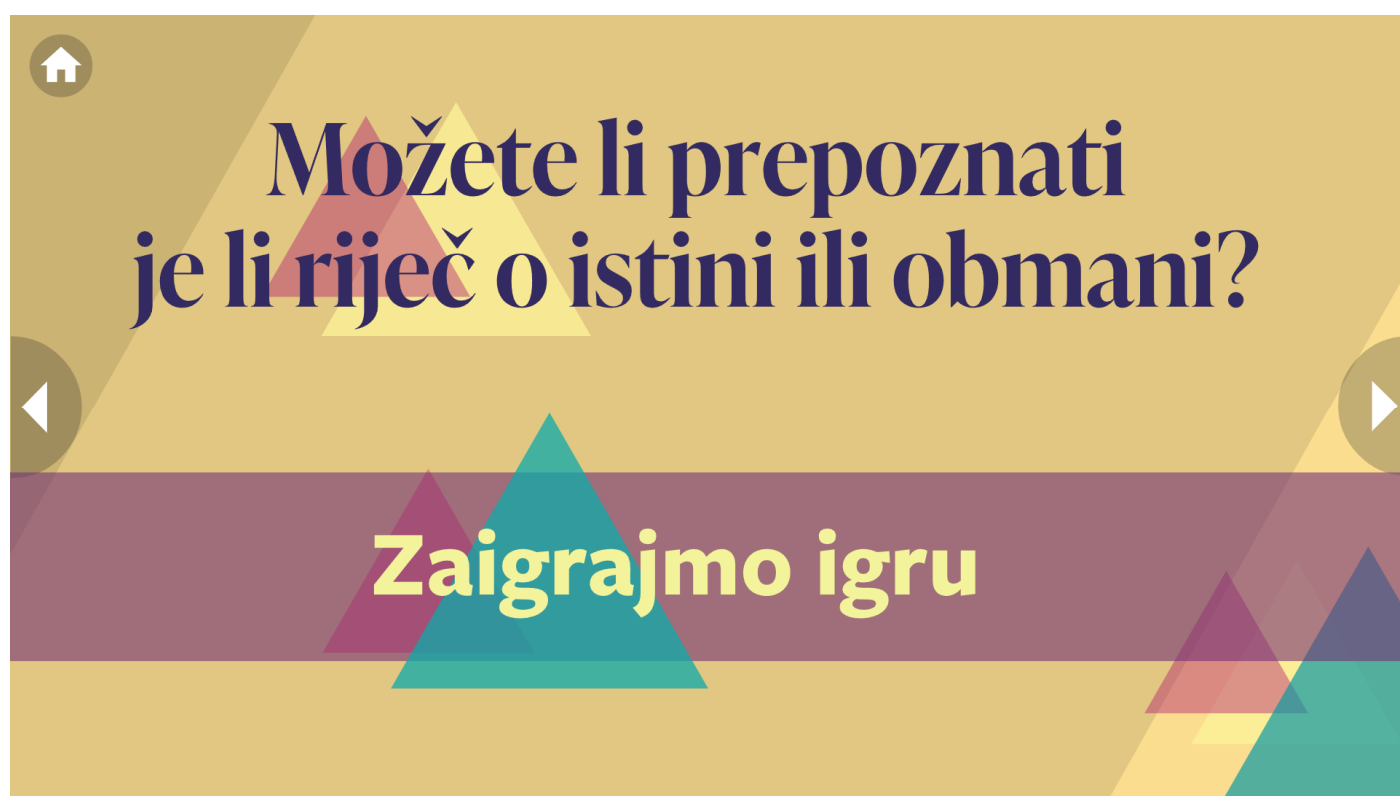
Jedini hrvatski medij specijaliziran za *fact checking*, tj. provjeru činjenične točnosti tvrdnja u javnom prostoru.

Možete li prepoznati obmane i istinu?

Sada ste upoznati s pojmom obmana i zašto se stvaraju.

No provjerite na praktičnom primjeru možete li ih prepoznati.

Znate li što trebate učiniti kada prepoznate obmanu?



Obmana ili istina?

Odlučite je li sljedeći primjer obmana ili ne. Ako jest, razmislite koji je njezin cilj (zabava, manipulacija,

Primjer 1

Pozorno promatrajte video na tabletu.

Biste li podijelili takav video (primjerice poslali ga prijateljima u poruci ili na profil)?



Podijeliti
ili
ne

Kako ćete
odlučiti?

Kliknite na sljedeći slajd kako biste doznali o čemu je zapravo riječ.



~~Dijeliti~~
ili
ne alarmantne poruke

Ovaj video nedavno je kružio internetom. Učenici su predstavljeni kao djeca imigranata u Europi (cilj je bio prikazati ih kao djecu koja se ne mogu integrirati i asimilirati u europsko društvo). Zapravo je to bio video iz jedne brazilske škole u kojoj se događaju slični incidenti i problemi zbog njezine lokacije.

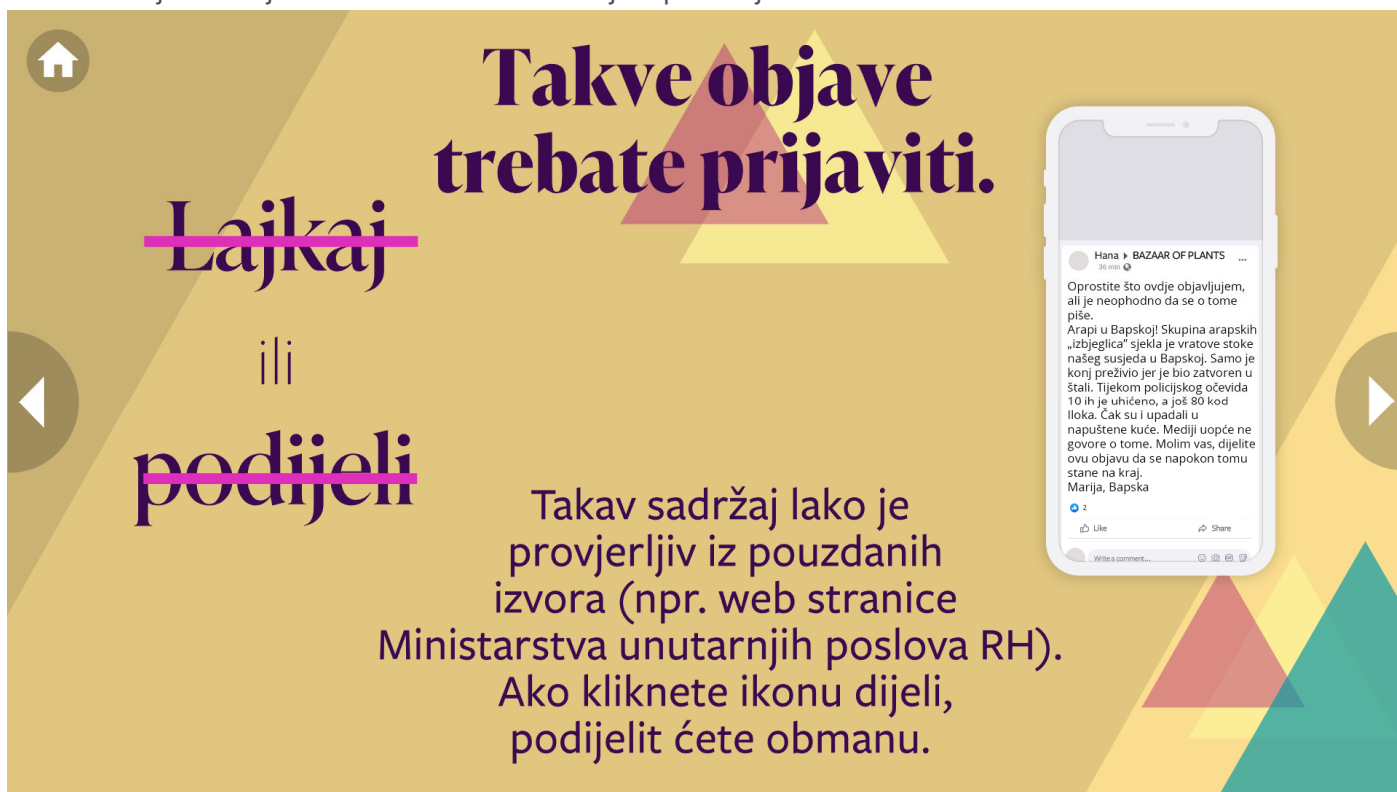
Takav sadržaj nije dobro dijeliti jer biste pomogli u širenju alarmantne poruke. Provjerite sadržaj na internetu, i to kod provjerenih izvora.

Primjer 2

Pozorno pročitajte objavu na mobitelu. Biste li je podijelili?



Kliknite na sljedeći slajd kako biste doznali o čemu je zapravo riječ.



Takav sadržaj ne biste trebali dijeliti.

Bolji postupak bio bi da ga prijavite.

Također uvijek možete provjeriti je li sadržaj istinit tražeći informacije kod provjerenih izvora.

Primjer 3

Biste li dijelili takav email (na primjer, biste li ga poslali prijateljima)?

Prijatelj vam je poslao ovu poruku.

Uzmete li je u obzir, hoćete li ili ne izaći na izbore?

Ovakve poruke uglavnom se dijele putem e-pošte.

KAKO ODLUČITI?

Dragi glasači Zorana Milanovića!
Ako želite da Zoran Milanović i dalje ostane predsjednik, ne morate izaći na izbore u prvome krugu. Ove godine uveden je novi sustav glasovanja u kojem aktualni predsjednik automatski ulazi u drugi krug.

Molim vas, ostanite kod kuće do drugog kruga.

Hvala!

Kliknite na slijedeći slajd kako biste saznali.

Ovo je obmana.
Nemojte dijeliti ovakve e-poruke čak ni onda kada dolaze od nekog vama bliskog.

Ako provjerite u izbornom zakonu, ovakva mogućnost automatskog ulaska u drugi krug ne postoji.

Dragi glasači Zorana Milanovića!
Ako želite da Zoran Milanović i dalje ostane predsjednik, ne morate izaći na izbore u prvome krugu. Ove godine uveden je novi sustav glasovanja u kojem aktualni predsjednik automatski ulazi u drugi krug.

Molim vas, ostanite kod kuće do drugog kruga.

Hvala!

Kako obmane dolaze do nas?

Obmane funkcioniraju na temelju potencijalne opasnosti. Osjećaj opasnosti nikome nije ugodan. Ljudi pokušavaju upozoriti druge na opasnost time što dijele poruke, elektroničku poštu, telefonskim pozivima i drugim načinima (jedan od razloga dijeljenja takvih poruka jest da ne želimo biti jedini koji smo primili takvu poruku i želimo osjetiti zajedništvo s drugima). Obmane nam mogu poslati prijatelji, ali i roditelji, bake i djedovi, profesori... Strane dezinformacijske mrežne stranice čest su izvor obmana.



ZANIMLJIVOST

Pogreške kao indikatori dezinformacija

Nekoć su se često pojavljivale jezične pogreške kao indikatori upozorenja čitateljima. Uglavnom su bile znak da je tekst bio automatski preveden. Danas tomu više nije tako te naizgled obični članci sadržavaju obmanu. Gramatičke pogreške ne bi nam trebale biti glavni znak prepoznavanja zavaravajućih poruka.



ZANIMLJIVOST

Diseminacija alarmantnih poruka

Ljudi koji su za vrijeme potresa u Zagrebu 2020. dijelili alarmantne poruke da će sljedeći potres biti u određeno vrijeme vjerojatno su bili emotivno uzdrmani što su preživjeli tako razoran potres te su iz stvarnog straha i želje da pomognu dijelili takve poruke. No nemojmo upasti u tu klopku. Širenjem takvih neprovjerenih alarmantnih informacija možemo samo naštetiti drugima, a ne pomoći.

Zaključak

Upoznali smo se s pojmom „obmana“, možemo ga objasniti i reći koji mu je cilj. Također smo prepoznali što je obmana, a što nije.

Vidjeli ste na primjerima da se obmane često pojavljuju i da im namjera može biti zabava (primjerice na 1. april), ali i manipulacija čitateljima.

Dezinformacije

DEZINFORMACIJE

Mediji, obmane i razumijevanje podrijetla informacija kao i njihovih interpretacija vode nas velikom problemu današnjice, a to su dezinformacije.

Dezinformacije su namjerno kreirane objave kojima je glavna namjena dijeljenje lažnih/manipuliranih informacija u svrhu obmane ili dovođenje u zabludu javnosti s ciljem stvaranja štete ili političke, osobne ili financijske koristi.

U današnjem svijetu moramo razmišljati i o dezinformacijama. Teško ih je raspoznati jer se skrivaju među istinom.

Zašto? Zato što ih je netko **namjerno osmislio**. Pogledajte sljedeći slajd za više informacija.

U koju se svrhu osmišljavaju dezinformacije? Trebali bismo znati svrhu dezinformacija jer bi nam to moglo pomoći kada ćemo sumnjati u ispravnost informacija u članku ili objavi.



U koju se svrhu stvaraju dezinformacije?

Radi profita (autor dezinformacija imaće korist od toga što se dijeli njegova objava) radi ostvarenja političkih ciljeva

Radi postizanja autorovih političkih ciljeva



Kako su dezinformacije povezane s internetom i društvenim mrežama?



Jednom kada je dezinformacija objavljena na internetu bilo tko je može dijeliti putem društvenih mreža. Obični ljudi putem mreže prijatelja dijele dezinformaciju – to je smisao platformi kao što su Facebook i Twitter. Čak i druge interakcije s objavom (poput lajkanja) utječu na algoritam tako da će prikazati tu objavu prijateljima osobe koja je lajkala.

Taj se fenomen naziva „organski doseg” i može dovesti do eksponencijalnog širenja lažnih informacija.

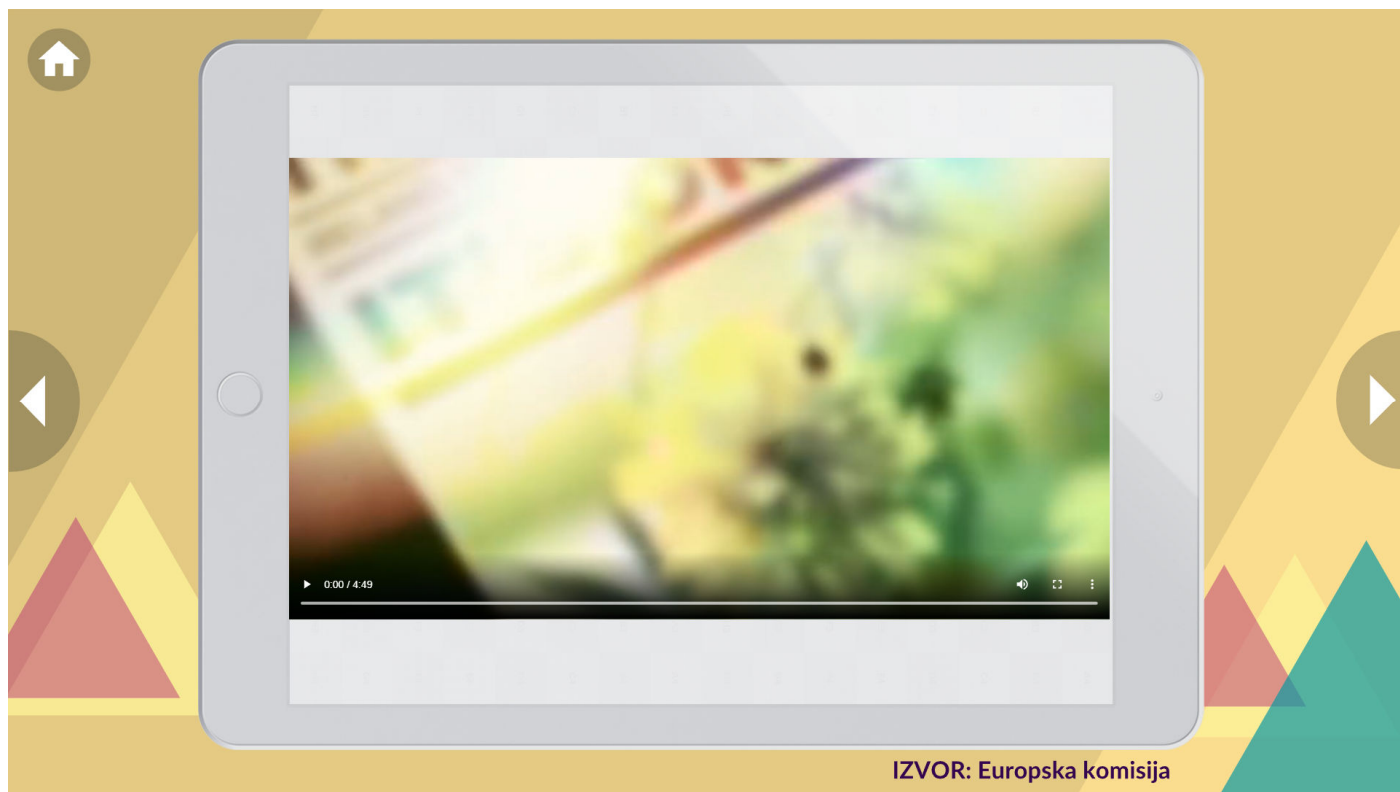


Video o dezinformacijama

Širenje dezinformacija velik je problem današnjice.

Pogledajte video koji je Europska komisija objavila na svojem službenom YouTube kanalu.

Video je dug, probajte se koncentrirati i nakon što ga pogledate, raspravite s kolegama o tome što je rečeno.



IZVOR: Europska komisija

Kakve ste informacije dobili iz videa i kako ih možete iskoristiti u svakodnevnom životu?

Slobodno se vratite na video i ponovno pogledajte dijelove ili cijeli video.

Teorije zavjere

Dezinformacije su jedan od alata za stvaranje teorija zavjere.

Vjerojatno ste već čuli za teorije zavjere.

Ako niste, ovi primjeri trebali bi vam približiti taj pojam i pomoći da ga shvatite.

Teorija zavjera

- Taj se termin upotrebljava isključivo za marginalne teorije koje objašnjavaju povijesne ili aktualne događaje kao rezultat urote neke skupine ili moćnika
- Uglavnom se tvrdi da su u takvoj skupini osobe iz državnih službi, tajnih službi, moćnih korporacija ili međunarodnih organizacija

Možete li se sjetiti neke teorije zavjere?

Razmislite malo o tome prije no što kliknete na infoikonu.

Primjeri teorija zavjere:

Chemtrails: također poznat pod SLAP (Secret Large-scale Atmospheric Program – hrv. Veliki tajni atmosferski program). Ta je teorija tvrdila da je kondenzirana voda koja izgleda kao linija na nebu i nastaje prolaskom aviona kroz oblake zapravo kemijska i biološka tvorevina ili da sadržava navodno otrovnu mješavinu aluminija, stroncija i barija, a sve se događa pod tajnim državnim nadzorom.

Globalno zatopljenje nije stvarno: ova teorija uglavnom tvrdi da su znanstvena otkrića u vezi s globalnim zatopljenjem zapravo izmišljene ili izobličene teorije s ideološkom ili financijskom svrhom. Mnogi su promovirali takve teorije, uključujući i bivšeg američkog predsjednika Donalda Trumpa.

Ravna zemlja: The Flat Earth Society (Društvo Ravna Zemlja) zagovara teoriju da je Zemlja ravna ploča.

Jeste li čuli za njih? Jeste li znali da su to neistine? Dezinformacije s fokusom na pitanja vezana uz virus Covid-19 u medijima nekih zemalja mogu se podijeliti u dvije kategorije.

Pogledajte sljedeće primjere.

1. Podrijetlo samog virusa, raspravljanje o tome je li virus umjetno stvoren

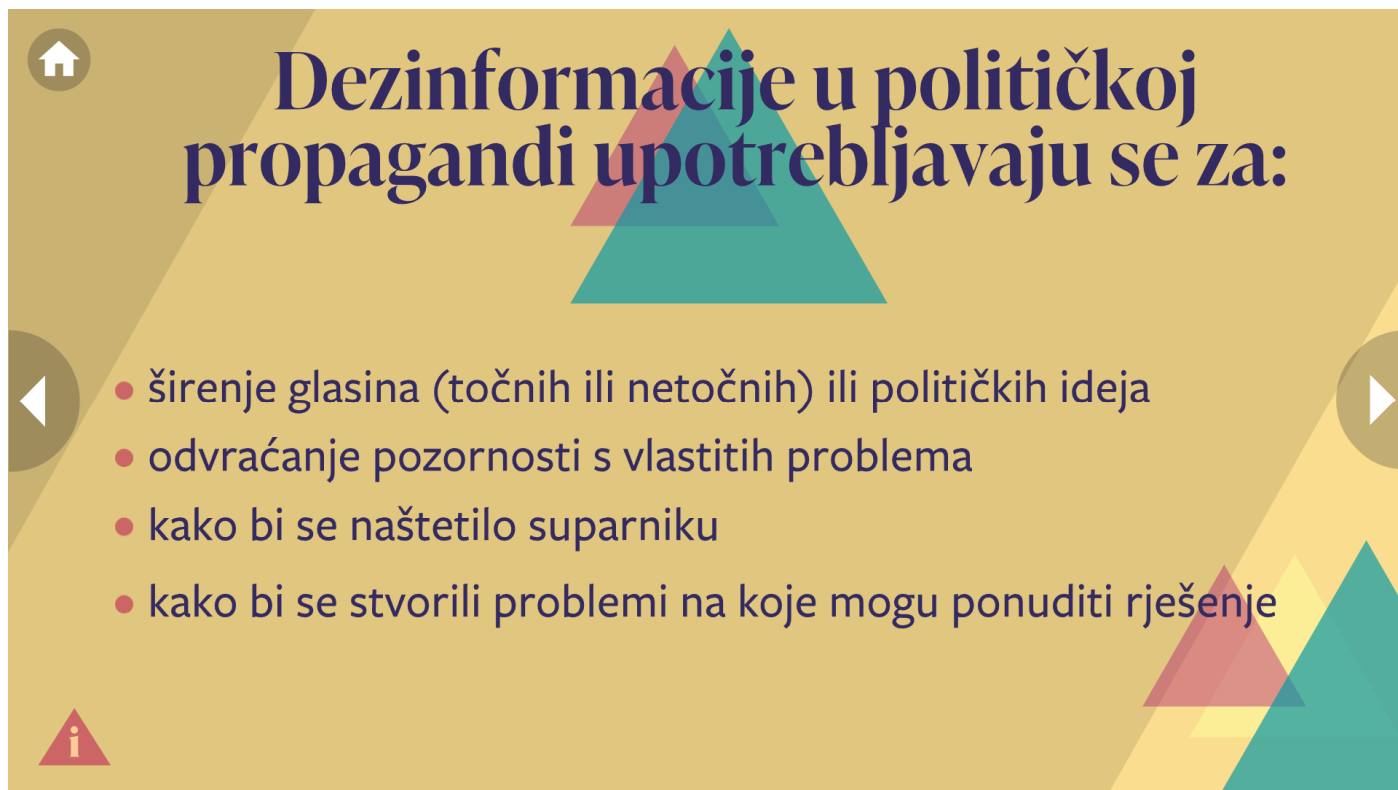
Priča je snažno sugerirala da je virus umjetno stvoren kao nova vrsta oružja u biološkom ratovanju koje je postavila Kina. Te tvrdnje neizravno su potkrijepljene izvješćem Svjetske zdravstvene organizacije koje je ponudilo rezultate istraživanja provedenih u laboratorijima u Kini. Na takve lažne vijesti utjecalo je nepovjerenje u regulativu.

2. Većina lažnih vijesti o cijepljenju

Vodeća je priča da je cijepljenje zapravo prekrivena primjena novih oblika moći i digitalnog nadzora (tajnog mikročipiranja) koje nameću globalne organizacije s pragmatičnim ciljem da se prate aktivnosti i ponašanje ljudi.

To je jedan od argumenata kojim se protivnici cijepljenja koriste na društvenim mrežama.

Dezinformacije u političkoj propagandi



Dezinformacije u političkoj propagandi upotrebljavaju se za:

- širenje glasina (točnih ili netočnih) ili političkih ideja
- odvratanje pozornosti s vlastitih problema
- kako bi se naštetilo suparniku
- kako bi se stvorili problemi na koje mogu ponuditi rješenje

Propaganda, posebice politička, vrlo se često koristi dezinformacijama. Dezinformacije u političkoj propagandi trebale bi širiti glasine ili političke ideje (lažne ili istinite) kako bi utjecale na mišljenje društva.

Također bi trebale odvratiti pozornost od vlastitih problema, oštetiti političkog protivnika ili stvoriti problem i potom ponuditi rješenje.



Dezinformacije u političkoj propagandi u Češkoj objavljuju se za:

Primjer dezinformacije u Češkoj (podrijetlo Rusija)

U studenom 2017. godine češka verzija ruskog mrežnog portala Sputnik objavila je da su se brojni poznati političari i više od 100 000 građana češkog glavnog grada okupili na prosvjedu protiv „korekcije“ spomenika maršalu Konevu u Pragu. No prema informacijama koje su iznijeli češka policija i nezavisni novinari, samo 100 sudionika prosvjeda prisustvovalo je tom prosvjedu.

Sličan je izvještaj objavilo Rusko ministarstvo obrane na TV kanalu TV Zvezda u travnju 2019. godine. Prema tom izvještaju 25 000 ljudi prosvjedovalo je protiv EU u Pragu, dok je prema službenim informacijama češke policije bilo šestotinjak sudionika. Centar protiv terorizma i hibridnog ratovanja, koji je pod nadležnosti Ministarstva unutarnjih poslova Češke Republike, zaničkao je izvještaje Sputnika i TV Zvezde.



Upravo ste pročitali dokazani primjer diseminacije političke propagande iz Češke Republike.

Možete pročitati još jedan primjer, ovoga puta iz SAD-a.

Srce Teksasa

Tijekom američkih predsjedničkih izbora 2016. brojni lažni računi, lažne stranice društvenih mreža i razne prijevare upotrijebljene su za manipulaciju politički angažiranim korisnicima društvenih mreža. Jedna od tih stranica zvala se Heart of Texas i vodila se pod lažnim računom koji pripada Agenciji za internetska istraživanja u Sankt Peterburgu. Stranica se usredotočila na rasprave o raznim temama vezanim uz migraciju koristeći se simbolikom, retorikom i lažnim identitetima kako bi doprla do primatelja. Uspjela je privući 350 000 pristalica. Osim ovog računa utvrđeno je više od 40 zatvorenih Facebook grupa koje su pale pod isti utjecaj.

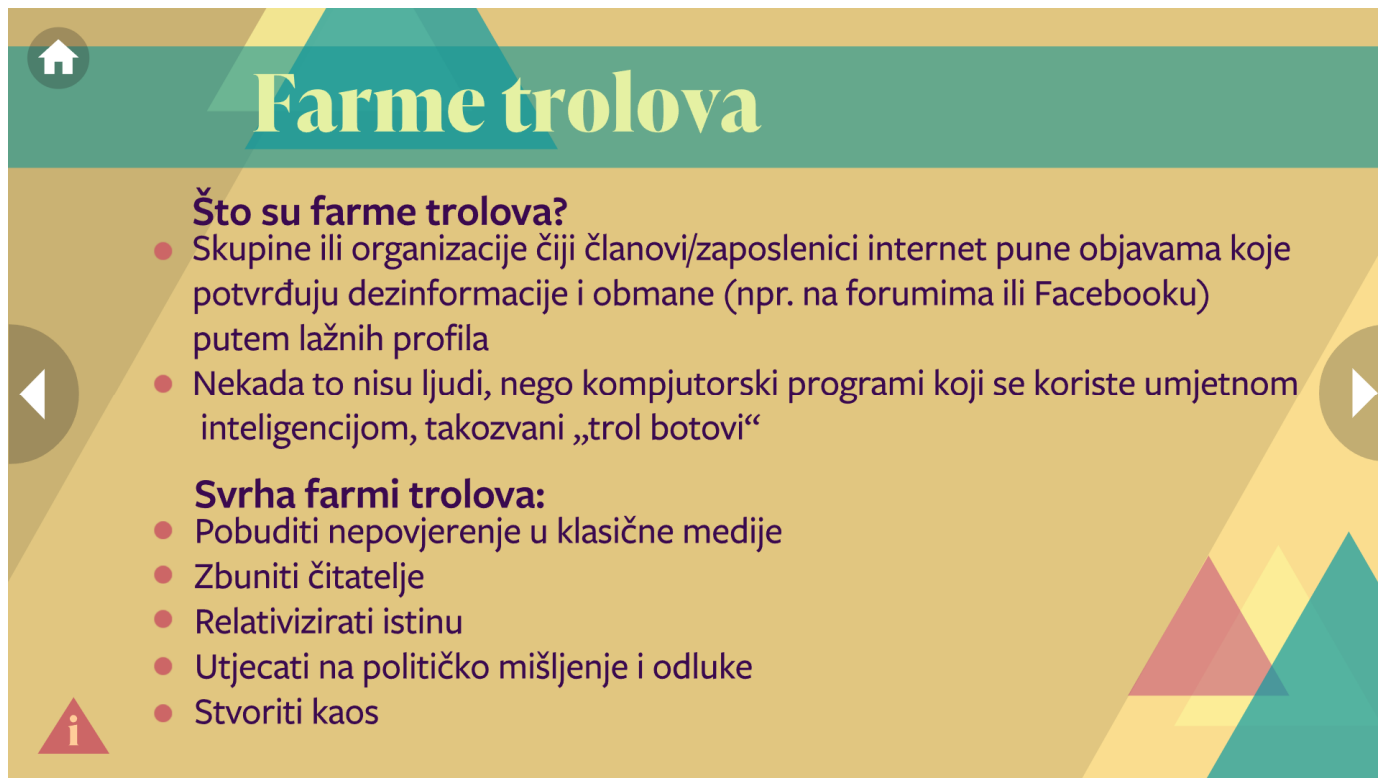
Farme trolova

Znate li što su farme trolova?

Za što su stvorene?

Vjerojatno ste već čuli za farme trolova.

Ako niste, slijede objašnjenja koja bi vam trebala pomoći da ih upoznate.



Farme trolova

Što su farme trolova?

- Skupine ili organizacije čiji članovi/zaposlenici internet pune objavama koje potvrđuju dezinformacije i obmane (npr. na forumima ili Facebooku) putem lažnih profila
- Nekada to nisu ljudi, nego kompjutorski programi koji se koriste umjetnom inteligencijom, takozvani „trol botovi“

Svrha farmi trolova:

- Pobuditi nepovjerenje u klasične medije
- Zbuniti čitatelje
- Relativizirati istinu
- Utjecati na političko mišljenje i odluke
- Stvoriti kaos

Znate li gdje su locirane. Razmislite prije nego što kliknete ikonicu „i“ za dodatne informacije.



Farme trolova

Postojanje farmi trolova potvrdila je finska istraživačka novinarka Jessikka Aro, koja se specijalizirala za otkrivanje ruskih internetskih trolova koji šire lažne vijesti među Fincima od 2014. godine. Njezini članovi/zaposlenici internet pune objavama koje potvrđuju dezinformacije i obmane (npr. na forumima ili Facebooku)

Detaljno je opisala njihove aktivnosti i otkrila njihov rad u farmi trolova u Sankt-Peterburgu.

Umjesto ljudi, trolovi su često kompjuterski programi koji se koriste umjetnom inteligencijom, takozvani "trol botovi".

Širitelji dezinformacija žestoko su joj se osvetili zbog objave njihovih aktivnosti.

Kontinuirano internetsko uhođenje uključilo je i objavu njezina zdravstvenog kartona i privatnih fotografija s ljetovanja koje su bile uređene na omalovažavajući način. Na nekim fotografijama bila je prikazana kao NATO-ov agent, dok je u drugima bila diler droge.

- Utjecati na političko mišljenje i odluke
- Stvoriti kaos



Njihovo postojanje već je nekoliko puta potvrđeno. Ako primijetite sumnjiv broj objava s određenog profila, sjetite se da iza tog profila možda nije čovjek.

Provjera informacija

Pogledajte video kako biste saznali zašto je važno provjeravati informacije koje konzumirate putem medija.

Zaključno

Naučili smo što su to vijesti i dezinformacije te kako se koriste, no i što su obmane. Sjetite se nekolicine pravila.

Nemojte dijeliti obmane!

- Razmislite o tome što dijelite
- Provjerite informacije

Obratite pozornost kada:

- drugi mediji ne prenose istu vijest
- ne možete nigdje drugdje pronaći tu informaciju

Kako obmane dolaze do nas?

Jeste li kad podijelili/proširili obmanu?

Opišite karakter osobe koja dijeli/širi obmane.

Nemojte dijeliti obmane!

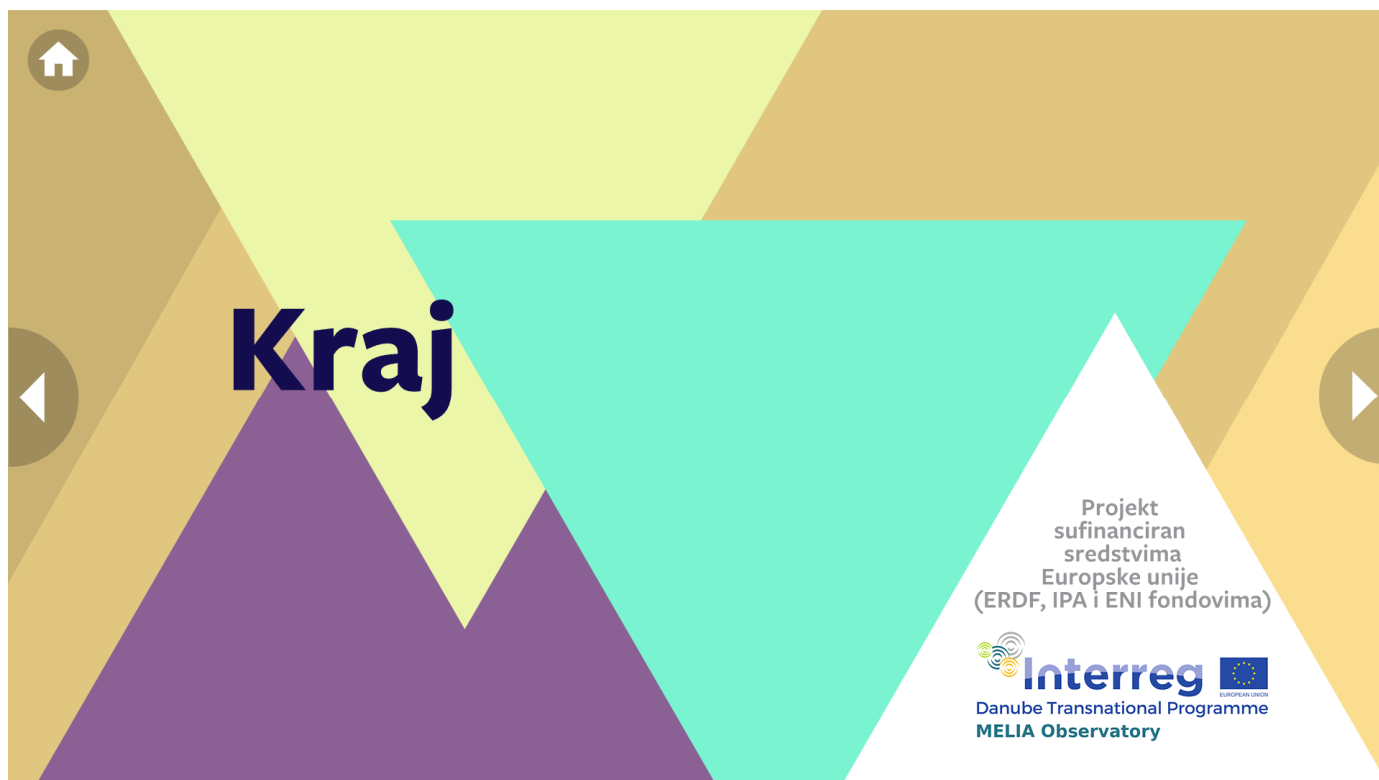
Kako funkcioniraju obmane?

Obmane se temelje na potencijalnoj ugrozi. Osjećaj opasnosti nije ugodan nikomu. Ljudi dijele informacije u nastojanju da upozore druge bilo putem e-pošte, društvenih mreža, aplikacija, SMS-a, osobno...

Dakle, obmane mogu dijeliti vaši prijatelji, kao i roditelji, bake, djedovi te druge odrasle osobe.

Kraj

Zapamtite, obmane su temeljene na potencijalnoj opasnosti. Osjećaj straha nikome nije ugodan. U nastojanju da druge upozorimo i mi možemo podijeliti alarmantnu poruku- putem e-maila, društvenih mreža, aplikacija, usmeno (jedan od razloga dijeljenja takvih poruka jest da ne želimo biti jedini koji smo primili takvu poruku i želimo osjetiti zajedništvo s drugima)



Preporučena literatura

Youtube kanal: Novosadska novinarska škola: #MedijiZaGrađane: Lažne vesti

Mrežni izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=qREwfc9xgv8>

Hintalovon Gyermekjogi Alapítvány. Web source: <https://hintalovon.hu/> JSNS. *Dezinformace a konspirace ve třídě 10 TIPŮ, JAK REAGOVAT.*

Mrežni izvor: <https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/dezinformace-jak-reagovat.pdf>

JSNS. *DEZINFORMAČNÍ DEZINFEKCE Výukové materiály ke (koronavirovým) dezinformacím.* Mrežni izvor:

https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/dezinformacni_dezinfekce.pdf

Detect-Konsortium (2020). *Von Trollen und Bots. Die Grundlagen von Manipulation in den Sozialen Netzwerken.*

Mrežni izvor: https://www.detect-erasmus.eu/fileadmin/detect/Finale_Outputs/DE_Detect_Compendium_final.pdf

Lewandowsky, Stephan (2020): *The Debunking Handbook. Widerlegen, aber richtig – 2020.* Mrežni izvor:

https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2020/12/Debunking_Handbook_2020_German.pdf Lewandowsky, Stephan (2020). *Das Handbuch über Verschwörungsmythen.*

Mrežni izvor: https://conspiracytheories.eu/_wp-content/uploads/2020/04/ConspiracyTheoryHandbook_German.pdf

e-Media project Consortium (2021): *Handbook on Media Literacy.*

Mrežni izvor: <https://all-digital.org/wp-content/uploads/2021/03/Media-Literacy-Booklet-Emedia-Project-Final-ENG-1.pdf>

Klicksafe (2021). *Vertraust du noch oder checkst du schon? Falschmeldungen und Verschwörungsideologien – was dahinter steckt und wie man sie aufdecken kann.* Mrežni izvor:

https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Eltern_Allgemein/Desinformation_Broschu%CC%88re_klicksafe.pdf

klicksafe (2021). *Fakt oder Fake? Wie man Falschmeldungen im Internet entlarven kann.* Mrežni izvor:

https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_Allgemein/ks_to_go_Fakt_oder_Fake_download.pdf *Čitajmo između redaka – priručnik za razvoj medijske pismenosti.*

Mrežni izvor: <https://gong-wp.izbori-se.com/wp-content/uploads/2021/05/2018-Citajmo-između-redaka-drugo-izdanje.pdf>

Prepoznajte i suzbijte dezinformacije. Mrežni izvor: https://europa.eu/learning-corner/sites/default/files/files/disinformation-presentation_hr.pdf

Spot and fight disinformation. Mrežni izvor: <https://europa.eu/learning-corner/spot-and-fight-disinformation>

Pozitivni i negativni medijski sadržaji - nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 1. do 4. razreda. Mrežni izvor:

<https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/pozitivni-i-negativni-med-sadrzaj.pdf>

Izvori

Publikacije

BARTOŠEK, Ladislav a DAŇKOVÁ, Helena. *Žurnalistika a škola*

- Příručka pro učitele mediální výchovy, 2008, ISBN 978-80-254-2020-0.

CHLUMSKÁ, Eva. Úvod do mediálních studií: studijní text pro kombinované studium.

1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. Studijní opory. ISBN 978-80-244-3610-4.

KRÁLOVÁ, Tereza a kolektiv. *O pravdu?* Praha: Člověk v tísní, 2018. ISBN: 978-80-7591-004-2.

KRAUS, Jiří. Jazyk v proměnách komunikačních médií.

Praha: Nakladatelství Karolinum, 2008. ISBN: 978-80-246-1578-3.

LAUDER, Silvie. *Moje sezóna v pekle*. Respekt. 2019-01-28, roč. XXX, čís. 5, s. 44-48.

OSVALDOVÁ, Barbora a kolektiv. *Zpravodajství v médiích*.

Praha: Nakladatelství Karolinum, 2011. ISBN: 978-80-246-1899-9.

POSPÍŠIL, Jan a ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Mediální výchova - Metodika*. Kralice na Hané: Computer Media, 2010. ISBN 978-80-7402-040-7.

POSPÍŠIL, Jan a ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Mediální výchova*.

Kralice na Hané: Computer Media, 2009. ISBN 978-80-7402-022-3.

Web

“Imigranti podřezali dobytek našeho souseda,” napisala na Facebook. Teď jí hrozí 2 roky v kriminále! *Extra.cz* [online]. Praha: Extra Online Media, 2015 (11 June 2021). Dostupno na: <https://www.extra.cz/imigranti-podrezali-dobytek-naseho-sousedu-napsala-nafacebook-ted-ji-hrozi-2-roky-v-kriminalu>

121/2000 Sb. Zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Zakonyprolidi.cz* [online]. Zlín: AION CS, © 2010–2021 (1 June 2021). Dostupno na: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

15 nejčastějších mýtů, které se šíří v souvislosti s novým koronavirem. *Manipulatori.cz* [online]. Praha: Manipulátoři.cz, 2020 (9 July 2021).

Dostupno na: <https://manipulatori.cz/15-nejcastejsich-mytu-ktere-se-siri-v-souvislosti-s-novymkoronavirus/> 4. díl: Soukromá média. *Jsns.cz* [online]. Praha: Člověk v tísní (8 June 2021). Dostupno na: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/ceska-medialni-krajina/4.-dil-soukroma-media>

6 rad, jak napsat tiskovou zprávu. *Optimalne.net* [online]. Praha: Optimal Marketing, 2018 (20 May 2021). Available: <https://optimalne.net/clanek/6-rad-jak-napsat-tiskovouzpravu>

ARABŠTÍ UPRCHLÍCI PODŘEZALI NA DAČICKU HOSPODÁŘSKÁ ZVÍŘATA. *Hoax.cz*

[online]. Hoax.cz, 2015 (11 June 2021). Dostupno na: <https://www.hoax.cz/hoax/arabstiuprchlici-podrezali-na-dacicku-hospodarska-zvirata/>

ARO, Jessikka. Yle Kioski Traces the Origins of Russian Social Media Propaganda –

Never-before-seen Material from the Troll Factory [online]. Yle Kioski, 2015-02-20 (21 June 2021).

Dostupno na: <https://web.archive.org/web/20190307012842/http://kioski.yle.fi/omat/at-the-origins-of-russian-propaganda>

AUTOMATICKÝ POSTUP MILOŠE ZEMANA DO DRUHÉHO KOLA PREZIDENTSKÝCH

VOLEB 2018 [online]. *Hoax.cz*, © 2000–2021 (15 June 2021). Dostupno na: <https://www.hoax.cz/hoax/automaticky-postup-milose-zemana-do-druheho-kola-prezidentskychvoleb-2018/>

Co je hoax. *E-bezpeci.cz* [online]. Olomouc: Centrum rizikové virtuální komunikace, 2008 (11 May 2021).

Dostupno na: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/hoax-spam/91-25> CO JE TO HOAX. *Hoax.cz* [online]. HOAX.cz, © 2000–2021 (8 June 2021). Dostupno na: <https://www.hoax.cz/hoax/co-je-to-hoax>

ČÍM HOAX ŠKODÍ . *Hoax.cz* [online]. HOAX.cz, © 2000–2021 (8 June 2021). Dostupno na: <https://www.hoax.cz/hoax/cim-hoax-skodi>

Číně se jako druhému státu světa podařilo úspěšně přistát na Marsu. *Idnes.cz* [online]. Praha: MAFRA, 2021 (16 July 2021). Dostupno na: https://www.idnes.cz/technet/vesmir/cina-mars-tianwen-1-sonda-vesmir-zhurong-cu-zung.A210515_063416_tec_vesmir_vse

Dezinformace a fake news. *Pdf.upol.cz* [online]. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2019 (11 May 2021). Dostupno na: https://www.pdf.upol.cz/fileadmin/userdata/PdF/VaV/2019/odborne_seminare/Kopecky_Deinformace_a_Fake_News.pdf

Do druhého kola jdou Zeman s Drahošem. Protikandidáta hlavy státu už podpořilo pět soupeřů. *Aktuálně.cz* [online]. Praha: Economia, 2018 (17 August 2021). Dostupno na: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/volba-prezidenta-2018-prezidentske-volbyvysledky-prvni-kolo/r~4afdfafcf86011e78337ac1f6b220ee8/>

Doporučené očekávané výstupy jako metodická podpora pro začleňování průřezových témat do švp a výuky. *Nuv.cz* [online]. Praha: NPI ČR, © 2011–2021 (31 May 2021). Dostupno na: <http://www.nuv.cz/vystupy/doporucene-ocekavanevystupy-1>

Doporučené očekávané výstupy jako metodická podpora pro začleňování průřezových témat do švp a výuky. *Nuv.cz* [online]. Praha: NPI ČR, © 2011–2021 (17 August 2021). Dostupno na: <http://www.nuv.cz/vystupy/doporuceneocekavane-vystupy-1>

Dva ledové světy. *Temata.rozhlas.cz* [online]. Praha: Český rozhlas, 2011 (27 April 2021). Dostupno na: <https://temata.rozhlas.cz/dva-ledove-svety-7857273>

HIGGINS, Andrew. Effort to Expose Russia's 'Troll Army' Draws Vicious Retaliation. *The New York Times* [online]. 2016-05-30 (18 August 2021). Dostupno na: <https://www.nytimes.com/2016/05/31/world/europe/russia-finland-nato-trolls.html>

How to Identify a Fake. *StopFake.org* [online]. (19 May 2021). Dostupno na: <https://www.stopfake.org/en/how-to-identity-a-fake/>

HOAX / podvodné a řetězové e-maily, poplašné zprávy, phishing, ... [online]. HOAX.cz, © 2000–2021 (8 June 2021). Dostupno na: www.hoax.cz

Hoax. *Hoax.cz* [online]. HOAX.cz, © 2000–2021 (8 June 2021). Dostupno na: <https://www.hoax.cz/cze/>

Hoaxy a fake news. *O2chytraskola.cz* [online]. Praha: Nadace O2, © 2021 (8 June 2021). Dostupno na: <https://o2chytraskola.cz/data/files/v002-o2-infolist-hoaxy-fake-news-a4v03-nahled-h4t0cc968y.pdf>

HOŠEK, Jiří. „Smrtí mi vyhrožovali i přátelé.“ Novinářka odhalila hnízdo ruské propagandy, kvůli pronásledování odešla do exilu. *seznamzpravy.cz* [online]. Seznam, 2019-05-06 (9 August 2021). Dostupno na: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/smrti-mi-vyhrozovali-i-pratele-novinarka-odhalila-hnizdo-ruske-propagandy-kvulipronasledovani-odesla-do-exilu-71462>

Hra o trůny začala. *Denikreferendum.cz* [online]. Brno: Vydavatelství Referendum, 2021 (18 May 2021). Dostupno na: <https://denikreferendum.cz/clanek/32807-hra-o-trunyzacala>

HUMPÁLOVÁ, Jolana. „Kampaň proti mně mi zničila život, vyhrožovali mi smrtí,“ říká Jessikka Aro. *Seznam Zprávy* [online]. Seznam, 2020-11-21 (2 September 2021). Dostupno na: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/kampan-proti-mne-mi-znicila-zivotvyhrozovali-mi-smrti-rika-jessikka-aro-130099>

Informační potřeby novináře v televizním zpravodajství. *Dspace.cuni.cz* [online]. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2007 (4 June 2021). Dostupno na: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/13317/120064958.pdf?sequence=1>

Infotainment, politainment, edutainment aneb K jazyku masových médií. *Nase-rec.ujc.cas.cz* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, 2003 (17 May 2021). Dostupno na: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7741>

Internetem bezpečně. *O2chytraskola.cz* [online]. Karlovy Vary: You connected, 2017 (5 May 2021). Dostupno na: <https://www.o2chytraskola.cz/data/files/internetem-bezpecne-newlogo-o2-ib6ajrro4m.pdf> Jak na prioritě informací v textu – obrácená pyramida v akci. *O-psani.cz* [online]. Světlá nad Sázavou, Dobrý copywriter, 2011 (19 May 2021). Dostupno na: <http://www.opsani.cz/jak-na-prioritu-informaci-v-textu-obracena-pyramida-v-akci>

Jak odříznout dezinformátory. Kontroverzní web Breitbart přišel o většinu reklamy. *Hlidacipes.org* [online]. Praha: Ústav nezávislé žurnalistiky, 2020 (8 June 2021). Dostupno na: <https://hlidacipes.org/z-penez-vasi-firmy-nemusi-zit-dezinformatori-kontroverzniweb-breitbart-prisel-o-vetsinu-reklamy/> JAK SI OVĚŘIT INFORMACE NA INTERNETU? *E-bezpeci.cz* [online]. Olomouc: Centrum rizikové virtuální komunikace, © 2018 (25 May 2021). Dostupno na: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/tiskoviny/104-jak-overit-informace-na-internetu2018-letak-skladacka/file>

Jessikka Aro: Finn jailed over pro-Russia hate campaign against journalist [online]. BBC News, 2018-10-18 (13 July 2021). Dostupno na: <https://www.bbc.com/news/world-europe-45902496>

Jsme součástí mediálního obsahu. *Schola-viva.cz* [online]. Šumperk: Základní škola pro žáky se specifickými poruchami učení a mateřská škola logopedická Schola Viva, © 2018 (2 August 2021). Dostupno na: <http://www.schola-viva.cz/wp-content/uploads/2018/09/pracovni-listy-medialni-vychova.pdf>

Kdo nás dezinformuje? Aktuální přehled hlavních zdrojů a šířitelů fake news v Česku. *Hlidacipes.org* [online]. Praha: Ústav nezávislé žurnalistiky, 2017 (6 August 2021). Dostupno na: <https://hlidacipes.org/nas-dezinformuje-aktualni-prehledhlavnich-zdroju-siritelu-fake-news-cesku/>

Kdo nás dezinformuje? Aktuální přehled hlavních zdrojů a šířitelů fake news v Česku. *Forum24.cz* [online]. Praha: FORUM 24, 2017 (7 June 2021). Dostupno na: <https://www.forum24.cz/kdo-nas-dezinformuje-aktualni-prehled-hlavnich-zdroju-siritelu-fake-news-v-cesku/>

Kompozice jako proces tvorby žurnalistických textů. *Is.muni.cz* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2016 (25 May 2021). Dostupno na: https://is.muni.cz/el/1421/jaro2016/CJBB169/um/62125112/Kompozice_jako_proces_tvorby_zurnalistickyx_textu.pdf

Latest fact checks - Full Fact [online]. Full Fact, © 2010–2021 (19 May 2021). Dostupno na: <https://fullfact.org/latest/>

Manipulátoři.cz – Na faktech záleží [online]. Praha: Manipulátoři.cz (29 June 2021). Dostupno na: <https://manipulatori.cz/>

Moderní vyučovací metody – 1. díl – Brainstorming a jeho variace (aktualizováno). *Ctenarska-gramotnost.cz* [online]. Praha: Abeceda, © 2021 (17 May 2021). Dostupno na: <http://www.ctenarska-gramotnost.cz/projektove-vyucovani/pv-metody/metody-1>

NOVÉ TRENDY V MÉDIÍCH I: Online a tištěná média. *Is.muni.cz* [online]. Brno: Katedra mediálních studií a žurnalistiky, 2012 (17 May 2021). Dostupno na: https://is.muni.cz/publication/987880/Nove_trendy_v_mediich_i.pdf

Odpovědnost za porušení autorského práva. *Cpufilm.cz* [online]. Česká protipirátská unie (14 June 2021). Dostupno na: <https://www.cpufilm.cz/new/www/odpovednost.html>

Postav se za pravdu proti dezinformacím. *Nelez.cz* [online]. Nelez.cz (3 May 2021). Dostupno na: <https://www.nelez.cz/>

Reality Check – BBC News [online]. BBC, © 2021 (19 May 2021). Dostupno na: https://www.bbc.com/news/reality_check

Pozor! Miloš Zeman se chová normálně, to není normální! *Archiv.hn.cz* [online]. Praha: Economia, 2021 (11 June 2021). Dostupno na: <https://archiv.ihned.cz/c1-66938230pozor-milos-zeman-se-chova-normalne-to-neni-normalni>

Pravda a lež na internetu. *O2chytraskola.cz* [online]. Praha: Nadace O2, © 2021 (27 May 2021). Dostupno na: <https://www.o2chytraskola.cz/data/files/v003-o2-fakenews-list-metodika-digital-a4-v06-nahled-a3sinf9dt5.pdf>

Pravda, nebo ne? *O2chytraskola.cz* [online]. Praha: Nadace O2, © 2021 (26 April 2021). Dostupno na: <https://o2chytraskola.cz/data/files/076cbb86939b9ac58b2fc31cea137e34.pdf>

Proč čelit tomu, že nás přitahují špatné zprávy víc, než ty dobré. *Idnes.cz* [online]. Praha: MAFRA, 2021 (21 May 2021). Dostupno na: https://www.idnes.cz/finance/financniradce/negativni-mysleni-predpojatost-vztahy-prace-dopad.A210223_154707_viteze_sov

Příručka mediální výchovy: Mediální výchova na gymnáziích. *Inkluzivniskola.cz* [online]. Pardubice: KONEP, © 2010–2021 (19 May 2021). Dostupno na: https://www.inkluzivniskola.cz/sites/default/files/uploaded/prirucka-medialnivychovy_0.pdf

RÁMCOVÝ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM PRO GYMNÁZIA. *nuv.cz* [online], 2020 (18 May 2021). Dostupno na: <http://www.nuv.cz/t/rvp-pro-gymnazia>

RESIST příručka pro boj s dezinformacemi. *mvcz.cz* [online]. MVČR, 2020 (27 July 2021). Available: <https://www.mvcz.cz/cthh/soubor/resist-cz-pdf.aspx>

Rozbor aktuálního zpravodajství, kritéria pro výběr zpráv. *Mediagram.cz* [online]. Praha: KISK, © 2021 (26 May 2021). Dostupno na: <https://mediagram.cz/cesky-jazyk/rozboraktualniho-zpravodajstvi-kriteria-pro-vyber-zprav>

Řetězový e-mail a HOAX: Děti imigrantů ve škole-to je síla. *Manipulatori.cz* [online]. Praha: Manipulátoři.cz, 2019 (8 June 2021). Dostupno na: <https://manipulatori.cz/retezovye-mail-a-hoax-deti-imigrantu-ve-skole-to-je-sila/>

Slovník pojmů. *Vodafone.cz* [online]. Vodafone Czech Republic, © 2021 (4 September 2021). Dostupno na: <https://www.vodafone.cz/uzitecne-odkazy/slovník-pojmu/hoax/>

Stock snímky, obrázky bez autorských poplatků, ilustrace a videa - *iStock* [online]. Calgary: Getty Images, © 2021 (30 August 2021). Dostupno na: <https://www.istockphoto.com>

SURFAŘŮV PRŮVODCE PO INTERNETU. *Zvol si. info* [online]. Brno: Zvol si info, © 2021 (25 May 2021). Dostupno na: <https://zvol.si.info/surfarovym-pruvodcem/>

The tactics of a Russian troll farm. *bbc.com* [online], BBC News, 2018-02-16 (10 June 2021) Dostupno na: <https://www.bbc.com/news/technology-43093390>

Uprchlíci “podřezali” zvířata, policisté s termovizemi. *Policie.cz* [online]. Praha: Policie ČR, 2015 (15 July 2021). Dostupno na: <https://www.policie.cz/clanek/spravajihoceskeho-kraje-zpravodajstvi-uprehlici-podrezali-zvirata-policiste-s-termovizemi.aspx>

Zpravodajské hodnoty. *Svetmedii.info* [online]. Praha (19 May 2021). Dostupno na: <http://svetmedii.info/otevrena-ucebnice/zpravodajske-hodnoty/>

ZPRAVODAJSKÉ ŽÁNRY V TIŠTĚNÝCH A ONLINE MÉDIÍCH. *Munimedia.cz* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2014 (19 May 2021). Dostupno na: <http://www.munimedia.cz/book/7/pdf.pdf>

Žurnalistika. *Prirucka.ujc.cas.cz* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, © 2008–2021 (22 June 2021). Dostupno na: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=%C5%BEurnalistika>

Facebook

ODEHNALOVÁ, Majka. [DĚTI IMIGRANTŮ...] In: *Facebook* [online]. 02.09.2019 08:09 (28 May 2021). Dostupno na: <https://www.facebook.com/marie.hajna.3/videos/10215819598949995/>

Tiktok FILIPTITLBACH. In: *TikTok* [online]. 27.01.2020 (28 May 2021). Dostupno na: <https://www.tiktok.com/@filiptitlbach/video/6786678643037981958>