



unesco



NOVINARSTVO, „LAŽNE VIJESTI“ I DEZINFORMACIJE

Priručnik za obrazovanje i obuku novinara

UNESCO Serijal o obrazovanju novinara

Ovu publikaciju su objavili 2021. godine Organizacija Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu (UNESCO), ulica 7 place de Fontenoy, 75352 Pariz 07 SP, Francuska, i Institut za medije Crne Gore, ulica Svetog Petra Cetinjskog 9, 81.000 Podgorica, Crna Gora.

© UNESCO/ Institut za medije Crne Gore 2021

ISBN: 978-92-3-000147-6



Ova publikacija dostupna je prema pravilima slobodnog pristupa (Open Access) u okviru licence Attribution ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Korišćenjem sadržaja ove publikacije, korisnici prihvataju obavezu poštovanja uslova upotrebe Repozitorija Open Access publikacija UNESCO-a (<http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>).

Original naslova: "Fake news & Disinformation". Prvo izdanje objavila je 2018. godine Organizacija Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu (UNESCO), ulica 7 place de Fontenoy, 75352 Pariz 07 SP, Francuska.

Nazivi upotrijebljeni u ovoj publikaciji kao i materijal prezentovan u njoj, ne sugerišu izražavanje bilo kakvog mišljenja UNESCO-a u vezi s pravnim statusom bilo koje države, teritorije, grada ili područja ili tamošnjih vlasti, kao ni mišljenja u vezi s 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, TomTrewinnard, Fergus Bell, Alexios Mantzaris

Dodatno istraživanje: Tom Law

Grafički dizajn: Mr. Clinton

Dizajn korica: Mr. Clinton

Ilustracije: UNESCO, First Draft i Poynter

Lektura: Lida Vukmanović- Tabaš

Recenzent: Miroslav Minić

Prelom: Radmila Beća Radulović

Štampa: Institut za medije Crne Gore

Cherilyn Ireton i Julie Posetti

Novinarstvo, „lažne vijesti“ i dezinformacije

Priručnik za obrazovanje i obuku novinara

SADRŽAJ

Predgovor autor <i>Guy Berger</i>	7
---	---

Uvod autorke <i>Cherilyn Ireton i Julie Posetti</i>	14
---	----

Korišćenje priručnika kao modela nastavnog plana i programa autorka <i>Julie Posetti</i>	25
--	----

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

autorka *Cherilyn Ireton*

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

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

autori *Claire Wardle i Hossein Derakhshan*

Sažetak	44
Pregled	45
Ciljevi modula	51
Ishodi učenja	52
Format modula	52
Predloženi zadatak	54
Materijali	54
Literatura	54

MODUL 3: Transformacija industrije vijesti: digitalna tehnologija, društvene platforme i širenje netačnih informacija i dezinformacija **56**

autorka *Julie Posetti*

Sažetak	57
Pregled	59
Ciljevi modula	67
Ishodi učenja	67
Format modula	68
Predloženi zadatak	69
Literatura	70

MODUL 4: Borba protiv dezinformacija i netačnih informacija putem medijske i informacijske pismenosti (MIP) 72

autorka *Magda Abu-Fadil*

Sažetak	73
Pregled	75
Ciljevi modula	78
Ishodi učenja	79
Format modula	79
Predloženi zadatak	82
Materijali	82
Literatura	82

MODUL 5: Uvod u provjeru činjenica 84

autor *Alexios Mantzarlis*

Sažetak	85
Pregled	85
Ciljevi modula	91
Ishodi učenja	91
Format modula	92
Predloženi zadatak	95
Literatura	97

MODUL 6: Verifikacija na društvenim medijima: procjena izvora i vizuelnog sadržaja 99

autori *Tom Trewinnard i Fergus Bell*

Pregled	101
Ciljevi modula	106
Ishodi učenja	106
Format modula	107
Predloženi zadatak	108
Materijali	108
Literatura	109

MODUL 7: Borba protiv online zlostavljanja: kad novinari i njihovi izvori postanu mete 113

autorka *Julie Posetti*

Sažetak	114
Pregled	115
Ciljevi modula	121
Ishodi učenja	122
Format modula	122
Predloženi zadatak	124
Literatura	124

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-vog Međunarodnog programa za razvoj komunikacija (IPDC). Cilj inicijative jeste 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, s kojim se suočavaju društva generalno, a posebno novinarstvo.

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

Da bi se bolje razumjeli slučajevi koji se koriste eksploatatorskom manipulacijom jezika i konvencije raznih oblika vijesti, ova publikacija te prevare tretira kao što one jesu – posebna kategorija prevarantskih informacija u sve raznovrsnijim oblicima dezinformisanja, uključujući zabavne formate kao što su mimovi.

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

¹ 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'.

Snabdjevači dezinformacijama iskorišćavaju ranjivost ili stranački potencijal primatelja za koje se nadaju da će postati pojačivači ili umnoživači. Tako nas žele podstaći da postanemo prenosnici njihovih poruka, iskorišćavajući našu sklonost da dijelimo informacije iz različitih razloga. Posebno je opasno što su takve „lažne vijesti“ obično besplatne – to 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 omogućavaju uglavnom 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, preduzima se sve više koraka – premda sporadičnih – u okviru samoregulacije.¹ Poseban izvještaj UN-a za slobodu mišljenja i izražavanja svoj godišnji izvještaj za 2018. godinu posvetio je baš tom pitanju, pozivajući internetske kompanije da izvuku pouku iz samoregulacije medija i bolje se usklade sa standardima UN-a o pravu na širenje, traženje i primanje informacija.² U okviru ove brzo razvijajuće ekologije mjera koje preduzimaju i države i kompanije, novinari i mediji imaju veoma važnu ulogu, te otuda i ova publikacija.

Prepoznavanje razlika

Dezinformacije i netačne informacije razlikuju se od (kvalitetnog) novinarstva koje se pridržava etičkih i profesionalnih standarda. Istovremeno, razlikuju se i od primjera lošeg novinarstva koje ne ispunjava svoj zadatak. Problematično novinarstvo, na primjer, podrazumijeva konstantne (neispravljene) greške koje su rezultat nekvalitetnog istraživanja ili traljavih provjera. Tu spada i *senzacionalizam*, odnosno pretjerivanje da bi se postigao željeni efekat, kao i hiper-stranački odabir činjenica nauštrb korektnosti.

To, pak, ne znači da postoji novinarski ideal koji nadilazi sve ugrađene narative i tačke gledišta, suprotno lošem, ideološki obojenom novinarstvu. To je pokazatelj da svo novinarstvo sadrži narative i da problem lošeg novinarstva nije u tome što sadrži narative, nego u nedostatku profesionalnosti. Zbog toga loše novinarstvo nije isto što i dezinformisanje ili netačno informisanje.

Bez obzira na to, nekvalitetno novinarstvo nekad dozvoljava dezinformacijama ili netačnim informacijama da nastanu ili procure u sistemu pravih vijesti. Uzroci i rješenja za loše novinarstvo, međutim, razlikuju se od uzroka i rješenja za dezinformisanje i netačno informisanje. Istovremeno, jasno je da je neophodno snažno etičko novinarstvo kao alternativa i protivotrov zagađenju informacijskog okruženja i efektu preliivanja zagađenja vijesti.

1 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. 7. 2018]; <https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests-reputable-news/> [pristupljeno 15. 7. 2018]; <https://youtube.googleblog.com/> [pristupljeno 15. 7. 2018]; <https://sputniknews.com/asia/201807111066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/> [pristupljeno 15. 7. 2018].

2 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. 7. 2018].

Danas novinari nijesu samo posmatrači koji gledaju kako se kotrlja lavina dezinformacija i netačnih informacija. I oni su na njenom putu.³ To znači:

- novinarstvo se suočava s rizikom da ga uguši kakofonija
- novinari rizikuju da ih izmanipulišu akteri koji zanemaruju etičke norme odnosa s javnošću i pokušavaju prevariti ili iskvariti novinare u smislu da šire dezinformacije⁴
- novinari kao komunikatori koji rade u službi istine, čak i „neprijatne istine“, mogu postati meta laži, glasina i prevara sa ciljem da se oni ili njihovo novinarstvo zastraše ili diskredituju, posebno kad njihov rad prijeti da razotkrije naručioce ili vršioce dezinformisanja.⁵

Osim toga, premda društveni mediji predstavljaju najveću arenu dezinformisanja, novinari moraju prepoznati da moćni akteri danas instrumentalizuju zabrinutost oko „lažnih vijesti“ da bi suzbili prave 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 nijesu dovoljno usklađeni s međunarodnim principima koji zahtijevaju da svako ograničavanje slobode izražavanja mora biti očigledno neophodno, proporcionalno i mora imati legitimnu svrhu. Njihov efekat, iako nije uvijek namjeran, jeste 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 publika može izgubiti povjerenje u sve sadržaje – uključujući novinarstvo. U tom scenariju ljudi će vjerovatno smatrati pouzdanim sadržaje koje podržavaju njihove društvene mreže i koji su u skladu s njihovim osjećajima – ali ne ostvaruju interakciju s njihovim glavama. Već možemo vidjeti negativne posljedice toga na mišljenje javnosti o zdravlju, nauci, međukulturalnom razumijevanju i statusu istinske stručnosti.

Ovaj uticaj na javnost posebno je zabrinjavajući s aspekta izbora, kao i za samu ideju demokratije kao ljudskog prava. Cilj dezinformisanja, posebno tokom glasanja, nije da nužno ubijedi javnost u istinit sadržaj dezinformacije, nego da utiče na određivanje dnevnog reda (na ono što javnost misli da je važno) i zamuti informacijske vode da bi se oslabila racionalnost kad se ljudi odlučuju za što će glasati.⁶ Takođe, nesigurnost kao rezultat dezinformacija i netačnih informacija može imati veliki uticaj na probleme migracije, klimatskih promjena i na druga pitanja.

3 Prema jednom istraživanju, redakcije jedne zemlje uprkos prijetnji nijesu 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. 6. 2018].

4 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.

5 Vidjeti Modul 7.

6 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. 2018].

Ove opasnosti su razlog zašto je suočavanje s porastom „lažnih vijesti“ od ključne važnosti za novinarstvo i obrazovanje novinara. Te prijetnje istovremeno predstavljaju priliku da se naponi na dokazivanju vrijednosti informativnih medija pojačaju. Pružaju šansu da u profesionalnoj praksi naglasimo karakteristične osobine dostavljanja provjerljivih informacija i komentara upućenih u javnom interesu.⁷

Što novinarstvo treba da uradi

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

Ova publikacija zato je i pravovremeni podsjetnik da sve novinske institucije i novinari, bez obzira na političku orijentaciju, treba da izbjegavaju nenamjerno i nekritičko širenje dezinformacija i netačnih informacija. U mnogim medijima danas je ukidanje radnih mjesta za internu provjeru činjenica jednim dijelom dovelo do toga da tu funkciju preuzima „peti stalež“ blogera i drugih spoljnjih aktera koji razotkrivaju greške novinara – mada tek pošto su one već proširene.

Taj fenomen u nastanku mediji mogu pozdraviti kao znak da se povećao interes 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 medija, to u najmanju ruku dovodi u pitanje brend te institucije kao profesionalnog izvora vijesti. Mediji treba da paze 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 toga da društvo ima medije od povjerenja.

Uglavnom, novinarstvo neće biti pobjednik u igri naknadnih ispravki eksternih čuvara. Novinari ne mogu obavezu provjere sumnjivih tvrdnji izvora prepustiti organizacijama koje provjeravaju činjenice (bez obzira na to jesu li te tvrdnje objavljene u medijima ili zaobilaze novinarstvo i pojavljuju se direktno na društvenim medijima). Mora se poboljšati sposobnost novinara da prevaziđu novinarstvo „rekla – kazala“ i da istraže istinitost tvrdnji osoba koje su obuhvaćene.

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

⁷ Takođe vidjeti: Nordic Council of Ministers. 2018. *Fighting Fakes - the Nordic Way*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. <http://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way> [pristupljeno 12. 6. 2018].

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 neprovjerenе informacije. Kao što je slučaj s medijima, ovo je velika prilika za snažan građanski angažman s publikom i za škole novinarstva i njihove polaznike, zajedno s medijskim trenerima i njihovim učenicima. Na primjer, *crowdsourcing* ili korišćenje pomoći javnosti ključno je da bi mediji otkrivali i izvještavali o dezinformacijama koje su prošle ispod radara i šire se putem aplikacija za dopisivanje ili putem e-maila.

Uloge UNESCO-a

Taj novi resurs, koji je finansirao Međunarodni program za razvoj komunikacija (IPDC) UNESCO-a, pruža jedinstven i holistički pogled na različitu dinamiku priče o dezinformacijama, zajedno s praktičnom izgradnjom vještina koje će dopuniti predstavljeno znanje i razumijevanje.⁸ To je dio dokazane posvećenosti UNESCO-a podsticanju optimalnog rada i samoregulacije novinara, kao alternativa rizicima državne intervencije za rješavanje uočenih problema na području slobode izražavanja.

Publikacija se oslanja na dvije prethodne UNESCO-ve publikacije: „Nastava novinarstva za održivi razvoj: Novi planovi i programi“ (*Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi*)⁹ 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, zapravo, nastavci UNESCO-vog prvobitnog „Modela kurikuluma za novinarsko obrazovanje“ (*Model Curriculum on Journalism Education*),¹⁰ objavljenog 2007. godine na devet jezika.

Ostale publikacije trajne vrijednosti među UNESCO-vim publikacijama relevantnim za novinarsko obrazovanje i obuku uključuju:

- Model kursa o sigurnosti novinara (*Model course on the safety of journalists*) (2017)¹¹
- Terorizam i mediji: priručnik za novinare (*Terrorism and the Media: a handbook for journalists*) (2017)¹²
- Klimatske promjene u Africi: Vodič za novinare (*Climate Change in Africa: A Guidebook for Journalists*) (2013)¹³

8 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, kad je dodijeljen dodatni iznos za podršku toj aktivnosti.

9 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/> [pristupljeno 12. 6. 2018].

10 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/> [pristupljeno 12. 6. 2018].

11 <https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists> [pristupljeno 12. 6. 2018].

12 <https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists> [pristupljeno 12. 6. 2018].

13 <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. 6. 2018].

- Globalna knjiga istraživačkog novinarstva (*Global Casebook of Investigative Journalism*) (2012)¹⁴
- Istraživanje zasnovano na priči: Priručnik za istraživačke novinare (*Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists*) (2009)¹⁵
- Izvještavanje o konfliktima: najnovija dostignuća; Obuka novinara i novinarskih predavača (*Conflict-sensitive reporting: state of the art; a course for journalists and journalism educators*) (2009).¹⁶

Svaka od navedenih publikacija pokazala se 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 s 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, ona ne zauzima strane u geopolitici osporavanja informacija. Kao što je dobro poznato, mnogo je različitih tvrdnji i protitvrdnji o dezinformacijama. Svijest o tome treba da je prisutna prilikom čitanja ovog teksta i da inspiriše čitaoce da pomognu u sakupljanju dokaza o raznim slučajevima.

U međuvremenu, izbjegavajući relativizam, priručnik u svoje stranice čvrsto ugrađuje sljedeće kompetencije koje su nepobitni temelj za procjenu i djelovanje:

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

Ostale moćne i važne vrste pismenosti koje su obrađene u ovoj publikaciji, a koje su naročito važne novinarima i 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

14 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/> [pristupljeno 12. 6. 2018].

15 <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf> [pristupljeno 12. 6. 2018].

16 <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. 6. 2018].

3. Prepoznavanje potrebe da se javnost uključi i osvijesti u vezi s tim zašto je važno štiti i braniti novinarstvo od prezasićenosti dezinformacijama ili od toga da se nađu na meti zlonamjernih aktera koji usmjeravaju kampanje dezinformisanja protiv novinara.

Sve u svemu, ova publikacija bi trebalo da pomogne 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 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 zahvaljuje urednicima i saradnicima na objavljivanju ove publikacije. Stoga je predajemo vama, čitaocima, i pozdravljamo vaše povratne informacije.

Guy Berger,

direktor za slobodu izražavanja i razvoj medija, UNESCO

sekretar IPDC-a

UVOD

Čerilin Ajreton i Džuli Poseti¹⁷

Da bi služio kao model nastavnog plana i programa, ovaj priručnik je osmišljen tako da predavačima i trenerima novinarstva, zajedno sa studentima novinarstva, pruži 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 ovom priručniku objedinjeni su doprinosi vodećih međunarodnih predavača, istraživača i intelektualaca u oblasti novinarstva, koji pomažu da se unaprijede novinarska metodologija i praksa da bismo se bolje nosili s 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, one 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 korišćenju termina „lažne vijesti“ u naslovu i lekcijama. „Lažne vijesti“ danas su mnogo više od etikete za lažne i obmanjujuće informacije koje se maskiraju i distribuiraju kao vijesti. To je postao emocionalan termin koji se koristi kao oružje za podiranje i diskreditovanje novinarstva. Iz tog razloga je poželjno, ali ne i obavezno, korišćenje pojmova netačno informisanje, dezinformisanje i „informacijski poremećaj“, kao što predlažu Vardl (Wardle) i Derakšan (Derakhshan).^{18 19 20}

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

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

17 Alice Matthews sa ABC Australia i Tom Law iz Ethical Journalism Network učestvovali su u istraživanju, idejama i resursima koji su uvršteni u ovaj uvod.

18 Modul 2

19 Mnogi pisci i novinari iznijeli su 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. 6. 2018]

20 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 [pristupljeno 21. 7. 2018].

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

„(Mi smo) Uznemireni zbog slučajeva u kojima javne vlasti omalovažavaju, zastrašuju i prijetite 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 obmanuti javnost zamagljivanjem granica između dezinformacija i medijskih proizvoda koji sadrže nezavisno provjerljive činjenice.“¹

Dezinformacije su stara priča ojačana novom tehnologijom

Iskorišćavanje i manipulacija informacijama historijski su bili prisutni mnogo prije nego što je moderno novinarstvo postavilo standarde koji definišu vijest kao formu koja se zasniva na posebnim pravilima integriteta. Rani primjer nađen je u antičkom Rimu,² kad je Antonije upoznao Kleopatru, a njegov politički suparnik Oktavijan protiv njega pokrenuo kampanju blaćenja s „kratkim i ostrim parolama napisanim na novčićima, u stilu arhaičnih Tweetova“.³ Počinilac je postao prvi rimski car i „lažne vijesti su omogućile Oktavijanu da hakuje republički sistem jednom za svagda“.⁴

Međutim, 21. vijek bilježi neviđenu, upotrebu 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 dijeli nekritička javnost. Te platforme postale su plodno tlo za kompjutersku propagandu,⁵ „trolovanje“⁶ i „vojske trolova“⁷, „marionetske“ mreže⁸ i tzv. „spoofer“.⁹ Tu je i nastanak profiterskih „farmi trolova“ u periodu oko izbora.¹⁰

1 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].

2 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. 7. 2018].

3 Kaminska, I. (2017). *A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome*. Financial Times. <https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6> [pristupljeno 28. 3. 2018].

4 Isto

5 Vidjeti: Oxford Internet Institute's Computational Propaganda Project: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/> [pristupljeno 20. 7. 2018]

6 Vidjeti Modul sedam ovog priručnika za studije slučajeva koje dokazuju ove prijetnje.

7 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. 7. 2018].

8 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. 7. 2018]

9 Le Roux, 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. 7. 2018].

10 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. 7. 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 se osiguralo uravnoteženo izvještavanje o ovoj krizi, podstičemo novinare, predavače i trenere novinarstva (zajedno s njihovim učenicima) da proučavaju dezinformacije, propagandu, prevare i satiru kao istorijske karakteristike ekologije komunikacija.¹¹

Razvoj novinarskih strategija za borbu protiv dezinformacija stoga bi trebalo da se odvija sa sviješću da manipulacija informacijama traje već hiljadama godina, dok je evolucija novinarske profesionalizacije relativno nov pojam.¹² Dok se novinarstvo razvijalo, ispunjavajući normativnu ulogu u savremenom društvu, mediji uglavnom su mogli djelovati odvojeno od svijeta izmišljanja i skrivenih napada, jer ih je štitalo novinarstvo koje teži profesionalnim standardima govorenja istine, metodama provjere i etičkom standardu javnog interesa. Samo novinarstvo prošlo je 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 biti urednički nezavisne od političkih i komercijalnih interesa. Prije evolucije tih standarda, međutim, postojao je tek mali broj pravila o integritetu informacija koje se stavljaju u masovni promet.

Širenje Gutenbergove štamparske prese od sredine 10. vijeka nadalje bilo je od neprocjenjive vrijednosti za uspon profesionalnog novinarstva, ali ta tehnologija je omogućila i širenje propagande i prevara u koje su ponekad bile umiješane medijske institucije.¹³ Emitovanje je podiglo mogućnost propagande, prevara i podvala na novi nivo, kako je, između ostalog, dokazala sada zloglasna radio-drama „Rat svjetova“, emitovana 1938. godine.¹⁴ Porast emitovanja na međunarodnom nivou često je svjedočio 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 prvoaprilske šale – uključujući i pokojeg novinara.¹⁵ Čak i danas se često dešava da novinsku satiru – koja je imala važnu ulogu u službi odgovornosti novinarstva¹⁶ – pogrešno shvate korisnici društvenih medija koji je dalje šire

11 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. 7. 2018].

12 Vidjeti Modul tri ovog priručnika.

13 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 [pristupljeno 28. 3. 2018].

14 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/#h2FAexeJmuCHfSt.99> [pristupljeno 28. 3. 2018].

15 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 1. 4. 2018].

16 Baym, G. (2006) *The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism* in Political Communication Taylor and Francis Volume 22, 2005 - Issue 3 pp 259-276 <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492> [pristupljeno 20. 7. 2018].

kao da su prave vijesti.^{17,18} U nekim slučajevima, kao odraz istorijskih manifestacija, postoje slojevi i slojevi u kojima su stranice navodno satiričnog sadržaja zapravo dio šire mreže radi prikupljanja zarade od oglašavanja uz pomoć lakovjernih konzumenata koji klikaju i dijele sadržaj. To ne utiče samo na „prevarantski“ sadržaj, već i na vjerodostojnost vijesti¹⁹ – 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 javnosti pruže kompetencije medijske i informacijske pismenosti²⁰ da bi ljudi jasno i kritički mogli procijeniti razvijajuće forme i konvencije svih 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 sjenku sumnje na položaj provjerljivih informacija koje produkuju 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. Oni, zajedno s karakteristikama društvenih medija i platformi za dopisivanje koje imaju ograničene standarde kontrole kvaliteta za utvrđivanje toga što čini vijest, olakšavaju krivotvorenje i imitiranje vjerodostojnih novinskih brendova da bi prevare izgledale kao „prava stvar“. Sve je više moguće manipulirati audio i video sadržajima na načine koji nadilaze legitimno uređivanje vijesti, da bi izgledalo kao da je neka osoba negdje nešto izjavila ili uradila i da bi se to prihvatilo kao autentičan zapis²¹ i postalo viralno u okruženju društvenih komunikacija.

Društvene medije danas pokreće mnogo vrsta sadržaja, od ličnog do političkog. Ima mnogo primjera sadržaja koje su otvoreno ili prikriveno stvorile vlasti i/ili industrija kompanija za odnose s javnošću koje su pod ugovorom s 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, diskreditovanju ili zastrašivanju na online forumima. U svemu tome novinarstvo gubi oslonac i samo postaje meta, ne samo poštene kritike, nego i egzistencijalnih napada. 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.²² Tamo gdje su kampanje dezinformisanja

17 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 1. 4. 2018].

18 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. 3. 2018].

19 Vidjeti Modul tri ovog priručnika za detaljan pregled ove teme

20 Vidjeti Modul četiri

21 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. 7. 2018].

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

razotkrivene, kao rezultat je nanosena velika šteta uključenim subjektima – kako agencijama koje su ih sprovodile, tako i njihovim političkim klijentima (vidjeti nedavne slučajeve Bell-Pottinger^{23 24 25 26} i Cambridge Analytica^{27 28}).

Posljedica svega ovoga je rizik da će dezinformacije na „digitalni pogon“, u kontekstu 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 preduzmu mjere predostrožnosti za izbjegavanje manipulacije. Kad novinarstvo postane prenosnik dezinformacija, to dodatno umanjuje povjerenje javnosti i promovira ciničan stav da nema razlike između različitih narativa u novinarstvu, s jedne strane, i narativa dezinformacija s druge strane. Zbog toga je poučna istorija sporne upotrebe sadržaja i njenih različitih oblika. Razumijevanje mnogih lica evolucije „informativnog poremećaja“ u 21. vijeku trebalo bi pomoći boljem razumijevanju uzroka i posljedica ove neviđene globalne prijetnje – koja se kreće od uznemiravanja novinara od strane državno odobrenih „vojski trolova“ do manipulisanja izborima, nanošenja štete javnom zdravstvu 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 fokusiraju se na odgovore na „informativski poremećaj“ i njegove posljedice.

Modul jedan, *Istina, povjerenje i novinarstvo: zašto je to važno*,²⁹ podstaci će razmišljanje o širem značaju i posljedicama dezinformacija i netačnih informacija i o tome kako one potpiruju krizu povjerenja u novinarstvo.

Drugi modul, *Razmišljanja o „informativskom poremećaju“: formati netačnog informisanja i dezinformisanja*³⁰ razlaže problem i daje okvir za razumijevanje dimenzija problema.

23 The African Network of Centers for Investigative Journalism, (2017). *The Guptas, Bell Pottinger and the fake news propaganda machine*, TimeLive. <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [pristupljeno 29. 3. 2018].

24 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. 3. 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. 3. 2018].

25 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/ [pristupljeno 6. 4. 2018].

26 See Module Seven

27 Lee, G. (2018). Q&A on *Cambridge Analytica: The allegations so far, explained*, FactCheck, Channel 4 News. <https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far> [pristupljeno 29. 3. 2018].

28 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. 3. 2018].

29 Vidjeti Modul jedan.

30 Vidjeti Modul dva.

U 21. vijeku, u većini djelova 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.³¹ Razlozi su različiti i složeni. Online svijet, koji je non-stop aktivan i ima nezasitnu potražnju za novinskim sadržajem u vrijeme smanjenja redakcija, promijenio je novinarstvo, kako je opisano u Modulu tri, *Transformacija industrije vijesti: digitalna tehnologija, društvene platforme i širenje netačnih informacija i dezinformacija*.³² Sada su čisti razmjeri, preduzetnost i raširenost obmanjujućih vijesti koje se dijele online stvorili novu krizu za novinarstvo, s posljedicama za novinare, medije i društvo.³³

Kako onda treba da reaguju oni koji promovišu novinarstvo, uključujući predavače, praktičare i kreatore politika u oblasti medija? *Borba protiv dezinformacija i netačnih informacija putem medijske i informacijske pismenosti*³⁴ jeste tema Modula četiri.

Ono što, na kraju, razdvaja profesionalno novinarstvo od ostalih³⁵ jeste disciplina provjeravanja, i na to se fokusira Modul pet, *Verifikacija: uvod u provjeru činjenica*³⁶; Modul šest, *Verifikacija na društvenim medijima: procjena izvora i vizuelnih sadržaja*³⁷ je veoma praktičan i bavi se izazovima provjere i novinarstva zasnovanog na dokazima, koje istiskuju digitalna tehnologija i društveni mediji.

U procesu koji omogućava svima da budu dio procesa vijesti, društvena mreža je uzrokovala gubitak centralizovanih čuvara.³⁸ U novinarstvu se od toga osjete posljedice, 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 su veliki broj dokumentovanih studija slučajeva, prve reakcije i rano finansiranje istraživanja i alata potekli iz SAD-a, gdje su smješteni globalni tehnološki giganti, a optužbe predsjednika SAD-a Donalda Trampa da su medijske institucije i novinari zagovornici „lažnih vijesti“ pokrenule aktivnosti i dodjelu sredstava.

Globalna slika svakodnevno se mijenja, naročito s 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.

31 Edelman. (2017). *2017 Edelman Trust Barometer- Global Results*. Dostupno na <https://www.edelman.com/global-results/> [pristupljeno 3. 4. 2018].

32 Vidjeti Modul tri.

33 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 3. 4. 2018].

34 Vidjeti Modul 4.

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

36 Vidjeti Modul pet.

37 Vidi Modul šest.

38 Colón, A. (2017). *You are the new gatekeeper of the news*. [online] *The Conversation*. Dostupno na: <https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862> [pristupljeno 3. 4. 2018].

Dok se pripremala ova publikacija, Evropska komisija je napravila izvještaj³⁹ na osnovu istrage⁴⁰ zbog zabrinutosti da su dezinformacije i netačne informacije štetne cijelom društvu.⁴¹ Političari i tijela za donošenje politika u zemljama od Australije do Filipina, Kanade, Francuske, Velike Britanije, Brazila, Indije i Indonezije, razmatrali su što treba preduzeti.⁴² 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.⁴³ Malezijski Parlament usvojio je i Zakon protiv lažnih vijesti u aprilu 2018. godine, ali je opozvan u augustu.⁴⁴ Dopunjenu listu odgovora država sastavio je Poynter.⁴⁵

Sloboda izražavanja zagovara strah da će zakoni naštetiti demokratizaciji informacija i stavova koju su omogućile nove tehnologije. U nekim zemljama zakoni se mogu koristiti za učutkivanje kritičkih medija.⁴⁶

Za mnoge novinare koji snažno vjeruju u slobodu izražavanja i dugo se smatraju ključnim igračima u njenu korist u demokratskim društvima,⁴⁷ kako se nositi s „informacijskim poremećajem“ predstavlja složeno pitanje. Ono je i lično: online napadi na novinare, naročito žene, postali su previše uobičajeni i u mnogim slučajevima predstavljaju i fizičku i psihološku opasnost, dok istovremeno koče novinarstvo. To je opisano u Modulu sedam *Borba protiv online zlostavljanja: kad novinari i njihovi izvori postanu mete*.⁴⁸

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

39 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 [pristupljeno 3. 4. 2018].

40 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 [pristupljeno 3. 4. 2018].

41 Ansp, 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 [pristupljeno 3. 4. 2018].

42 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 3. 4. 2018].

43 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 [pristupljeno 3. 4. 2018].

44 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]

45 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].

46 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 [pristupljeno 3.04. 2018].

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

48 Vidjeti Modul sedam.

„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 predstavljace se kao lažne, dok će se proizvedene (smeće) predstavljati kao činjenice.“ – Krejg Silverman (Craig Silverman)⁴⁹

Bilješka o etici i samoregulaciji

Profesionalni standardi etičkog i odgovornog novinarstva jesu važna odbrana od dezinformacija i netačnih informacija. Norme i vrijednosti koje usmjeravaju ljude koji se bave novinarstvom evoluirale su tokom godina da bi novinarstvu dale njegovu karakterističnu misiju i način rada. Zauzvrat, oni podržavaju provjerljive informacije i informativni 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 Čarlija Beketa (*Charlie Beckett*) s 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.“⁵⁰

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

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

49 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 3. 4. 2018].

50 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 4. 3. 2018].

„Osigurati da su vijesti tačne, biti odgovorni za njih ako nijesu tačne, biti transparentni po pitanju izvora priča i informacija, suprotstavljajući se vlastima, grupama koje vrše pritisak, komercijalnim interesima, policiji ako vas zastrašuju, prijete vam ili vas cenzurišu. Štititi svoje izvore od hapšenja i zatvaranja. Znati kad imate dovoljno snažno opravdanje javnog interesa da prekršite zakon i biti spremni otići u zatvor da bi odbranili svoju priču i izvore. Znati kad nije etički ispravno objaviti nešto. Balansirati individualno pravo na privatnost i šire pravo javnog interesa.“⁵¹

Suočeni s beskrupuloznom politikom, krizom „informativnog poremećaja“, manifestacijom online mržnje, procvatom „content-marketinga“, oglašavanjem i samoživim spinom na odnose s javnošću, novinske organizacije i novinari bi i dalje trebali cijeniti etičko novinarstvo kao centralni stub održivog modela rada – čak i kad se bore s finansijskom krizom i krizom povjerenja. Demokratije bi takođe trebale učestvovati u odbrani novinarstva i zaštiti novinara i njihovih izvora tamo gdje postoji opravdani javni interes.

Etički kodeksi,⁵² osmišljeni tako da podržavaju prikupljanje informacija i verifikaciju u javnom interesu, jesu ono 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 s publikama.

Povjerenje u tačno, odgovorno i nezavisno izvještavanje ključno je za pridobijanje publike i omogućavanje zajedničke javne sfere u kojoj se mogu odvijati rasprave na osnovu objavljenih činjenica. Informisana publika koja se angažuje i dijeli vjerodostojan sadržaj esencijalan su protivotrov za širenje dezinformacija i netačnih informacija.

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 djelovi 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 medija često s omalovažavanjem nazivaju „bezubim tigrovima“, ove strukture služe važnoj svrsi u

51 Bell, E. (2015). *Hugh Cudlipp Lecture* (Full text), The Guardian <https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text> [pristupljeno 1. 4. 2018].

52 Vidjeti, na primjer, Etički kodeks novinara Saveza medija, zabave i umjetnosti Australije. Dostupno na: <https://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/> [pristupljeno: 4. 3. 2018].

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 da bi postiglo tačnost i pouzdanost i tako ga razlikuje od dezinformacija, propagande, oglašavanja i odnosa s javnošću.

Od „novinara“ do novinarstva

Prošli su dani kad 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,⁵³ 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.’⁵⁴

U istom duhu, Generalna konferencija UNESCO-a spominje „novinare, medijske radnike i kreatore društvenih medija koji proizvode značajnu količinu novinarstva, kako online, tako i offline“ (Rezolucija 39, novembar 2017)⁵⁵. U Akcionom planu UN za sigurnost novinara i sprečavanje nekažnjivosti, koji je potvrdio Odbor glavnih sekretara UN-a 2012. godine, navodi se da: „zaštita novinara ne treba da bude ograničena samo na formalno priznate novinare, već da pokriva i druge, uključujući medijske radnike iz zajednica i građane novinare, kao i ostale koji koriste medije kao sredstvo za komunikaciju s publikom“.⁵⁶

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 novinari 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 koja podržava posebne standarde koji ga razlikuju od drugih oblika izražavanja (npr. poezije, odnosa s javnošću, oglašavanja, dezinformacija i sl.). Ti standardi su usko pove-

53 Dostupno na: <https://digitallibrary.un.org/record/1304392?ln=en> [pristupljeno 16. 6. 2018].

54 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.

55 Zapisnik sa 39. sjednice Generalne konferencije u Parizu, 30. oktobar – 14. novembar 2017. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [pristupljeno 2. 7. 2018].

56 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 [pristupljeno 3. 11. 2017].

zani s 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 kad 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 koje su ih pretrpjele – iako čak i potomje ne treba da budu bez provjere tačnosti). Međutim, **poštenje, nezavisnost, tačnost, kontekstualnost, transparentnost, zaštita povjerljivih izvora i pronicljivost**⁵⁷ izvještavanja grade povjerenje, vjerodostojnost i pouzdanost.

Istraživač s Univerziteta Harvard dr Dejvid Vajnberger (*David Weinberger*) 2009. godine je izjavio: „Transparentnost je nova objektivnost“.⁵⁸ Iste te godine je bivši direktor BBC-jevog Odjeljenja za globalne vijesti Ričard Sambruk (*Richard Sambrook*) objasnio da je transparentnost, a ne objektivnost, ono što dobija 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.“⁵⁹

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 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, *Korišćenje 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 izložilo je raspon problema koji su rezultat debate o „lažnim vijestima“ te dalo kontekst modulima za tumačenje, analize i učenje koji slijede.

57 Vidjeti 'ključne principe' u sljedećem poglavlju

58 Weinberger, D. (2009). *Transparency is the new objectivity*. <http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/> [pristupljeno 28. 3. 2018].

59 Bunz, M. (2009). *How Social Networking is Changing Journalism*. <https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs> [pristupljeno 28. 3. 2018].

KORISCENJE PRIRUCNIKA KAO MODELA NASTAVNOG PLANA I PROGRAMA

Džuli Poseti

Ovaj kurs koristi heuristički pedagoški model,⁶⁰ što znači da podstiče korisnike da u proces uvedu vlastita iskustva. Lekcije nijesu 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 podstiču predavače, instruktore i učesnike da u predstavljene studije slučajeva, primjere i izvore, uvrste vlastita iskustva iz svojih regija i na svojim jezicima.

S tim u vezi, priručnik se može koristiti na, u nastavku, navedene načine:

- Kao sveobuhvatna studija koja će se uvesti u postojeće visokoškolske studije novinarstva, komunikacija, digitalnih medija ili medijskih studija. Može se ponuditi i kao izborni predmet na studijama politikologije ili sociologije, koji se dotiče tema mediji 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 može se uvrstiti u postojeće predmete kao način ažuriranja sadržaja da bi išao ukorak s 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 da 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.
- Kao resurs za profesionalne novinare i njihov intelektualni i profesionalni razvoj. Na primjer, mnoge od opisanih tehnika mogu se iskoristiti u izvještavanju kroz samostalno učenje. Neke od studija slučajeva mogu poslužiti i kao inspiracija za sofisticiranije izvještavanje i kao prilika da se lokalne ideje za priču istraže sa složenijim kontekstualnim temeljima (npr.

60 Banda, F. (Ur.) 2015 Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi (UNESCO, Pariz <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf>) [pristupljeno: 28. 3. 2018].

priča o podvali koja je zavarala lokalne novinare može se sagledati u kontekstu međunarodne historije 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 transparentnost 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, treba da posluže kao osnova za predavanje ovog predmeta i da usmjeravaju vježbe, rasprave i ocjene.⁶¹

- **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 (s najmanjim izuzecima). To je ključno za održavanje povjerenja izvora informacija (uključujući „zviždače“) i, u nekim slučajevima, osiguravanje sigurnosti tih izvora.⁶²
- **Humanost:** Ono što novinari objavljuju ili emituju može biti nužno bolno (npr. korumpirani političar može se osjećati poniženim kad ga razotkrije kvalitetno istraživačko novinarstvo), ali uticaj novinarstva na živote drugih svejedno mora se uzeti u obzir. Javni interes je u tome glavni vodeći princip.⁶³ Humanost takođe znači da treba raz-

61 Napomena: Pet od ovih sedam principa oslanja se 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 s objektivnošću 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.

62 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* (UNESCO) <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [pristupljeno 28. 3. 2018].

63 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 1. 4. 2018].

motriti probleme s kojima se suočavaju ugrožene grupe, premda to nužno ne podrazumijeva, na primjer, usvajanje novinarskog stila koji konstantno zagovara društvenu pravednost.

- **Odgovornost** je siguran znak profesionalnosti i etičkog novinarstva;¹ brzo, javno i iskreno ispravljanje grešaka; slušanje prigovora publike² i davanje odgovora na njih. Te prakse mogu se 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.³

U tom kontekstu i zajedno s nezavisnošću novinarstva, važna su i pitanja slobode i pluralizma medija. Pluralizam institucija, kao i raznovrsnost kadrova, izvora i istraživačkih materijala, ključni su ako novinarstvo kao cjelina želi dati doprinos demokratiji i održivosti otvorenih društava. Participatorni mediji, kao što su lokalne radio-stanice i društveni mediji, takođe su 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 nijesu 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:

- Što 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)?
- Čijim interesima bi trebao služiti novinarski radnik?
- Treba li novinarske radnike smatrati odgovornim za sadržaj koji proizvode/objavljuju?

1 Vidjeti: <http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism> [pristupljeno 22. 4. 2018].

2 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. 3. 2018].

3 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. 6. 2018].

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 treba da uzmu u obzir u kontekstu „informativnog poremećaja“?

Kriterijumi procjene

Sveobuhvatna svrha ove publikacije jeste da produbi kapacitete za kritičko razmišljanje i ojača odbrambene mehanizme studenata novinarstva, profesionalnih novinara i drugih osoba koje se dotiču „činova novinarstva“. Standardi tačnosti i provjere, skupa s pridržavanjem esencijalnih etičkih vrijednosti, detaljnost istraživanja i kritička analiza treba da budu ključni kriterijumi procjene.

Predloženi kriterijumi procjene teoretskih zadataka:

- Tačnost i provjera (npr. jesu li citirani izvori tačno preneseni; jesu li korišćene 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 kriterijumi procjene praktičnih/novinarskih zadataka:

- Tačnost i provjera (npr. jesu li citirani izvori tačno preneseni i navedeni na odgovarajući način; jesu li korišćene 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 čitaoce/gledaoce/slušaoce)

- 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 bilo bi 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 dvodjelni model i prvo prelazi teoretsko učenje (npr. seminare, zadatu 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 može se produžiti, skratiti ili podijeliti na nekoliko dana, zavisno od predavačkih okvira institucije koja izvodi obuku. Za svaki modul je predložen po jedan zadatak.

Podstičemo 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 podstiču 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.⁴

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

⁴ <https://firstdraftnews.com/> [pristupljeno 28. 3. 2018].

Pedagoški pristup

Ovaj specijalizovani model nastavnog plana i programa prati objavljivanje nekoliko UNESCO-vih modela nastavnih planova i programa iz oblasti novinarstva⁵ objavljivanih od 2007. godine. Pedagoški pristup se naslanja na publikacije UNESCO-a *Kurikulum medijske i informacijske pismenosti za predavače (Media and Information Literacy Curriculum for Teachers)*⁶ i *Model predmeta o sigurnosti novinara (Model Course on Safety of Journalists)*⁷ koje predavači koriste da podstaknu i sprovode:

- Pristup problem-istraga (*Issue-inquiry Approach*)
- Učenje zasnovano na problemu (*Problem-based Learning – PBL*)
- Naučno istraživanje
- Studije slučaja
- Kooperativno učenje
- Tekstualnu analizu
- Kontekstualnu analizu
- Prevođenje
- Simulacije
- Produkciju.

Osim toga, predavače koji rade po ovom kurikulumu podstičemo da istraže koncept novinarskog „učenja preko projekata“⁸ – 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.⁹

5 UNESCO. Model Curricula for Journalism Education (2007). <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf> [pristupljeno 28. 3. 2018]. Takođe vidjeti UNESCO. Model Curricula For Journalism Education: a compendium of new syllabi (2013). [pristupljeno 28. 3. 2018]: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf>; i Teaching Journalism for Sustainable Development: new syllabi (2015). <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf> [pristupljeno 28. 3. 2018].

6 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. 3. 2018].

7 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. 3. 2018].

8 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. 7. 2017.

9 Interesantan primjer za to je ovaj video isječak sa mreže Hashtag Our Stories: <https://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/> [pristupljeno 15. 6. 2018].

ISTINA, POVJERENJE I NOVINARSTVO: ZAŠTO JE TO VAŽNO

Cherilyn Ireton

MODUL 1

MODUL 1

Istina, povjerenje i novinarstvo: zašto je to važno

autorka Čerilin Ajreton



Sažetak

U mnogim djelovima svijeta i mnogo prije dolaska društvenih medija povjerenje u medije i novinarstvo bilo je slabo.¹⁰ Taj trend u vezi je s povjerenjem u institucije, koje je karakteristično za mnoga društva. Međutim, obim i raširenost dezinformacija i netačnih informacija koje se predstavljaju kao vijesti i šire preko društvenih medija, prouzrokovala je zarazu koja može dodatno štetiti reputaciji novinarstva. To će imati posljedice na novinare, medije, građane i otvorena društva.¹¹

U vremenu brzih informacija koje su na platformama društvenih medija i internetu svima dostupne, izdavač može postati svako. Zbog toga građani muku muče da utvrde što je istina, a što laž. Vladaju cinizam i nepovjerenje. Ekstremni stavovi, teorije zavjere i populizam doživljavaju procvat, a nekad prihvaćene istine i institucije dovode se u pitanje. U tom svijetu redakcije se bore da dobiju i da vrše istorijsku ulogu čuvara¹² čiji radovi mogu pomoći da se utvrdi istina. Istovremeno, porast trgovine „strateškim komunikacijama“ i „operacijama informisanja“, uključujući aktivno dezinformisanje i zlonamjerno informisanje, postao je važan faktor u ekosistemu informisanja.¹³

10 Edelman. (2017). Edelman Trust Barometer - Global Results. [online]. Dostupno na: <https://www.edelman.com/global-results/> [pristupljeno 3. 4. 2018].

11 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 3. 4. 2018].

12 Singer, J. (2013). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, [online] 16(1), str. 55–73. Dostupno na: <https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf> [pristupljeno 3. 4. 2018].

13 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 [pristupljeno 16. 6. 2018]. Još jednu studiju objavio je Data & Society Research Institute, New York (2017): *Media Manipulation and Disinformation Online*. <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/> [pristupljeno 15. 6. 2018].

Čak su se i kreatori društvenih medija zabrinuli kad su se ozbiljnost i posljedice „informativnog poremećaja“ počele manifestovati na društvo. Menadžer proizvoda za građanski angažman Facebooka Samid Čakrabarti (Samidh Chakrabarti) izjavio je: „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 slučaju, omogućavaju nam da se izrazimo i nešto preduzmemo. U najgorem, dozvoljavaju ljudima da šire dezinformacije i oslabljuju demokratiju.“¹⁴

Jasno je da su, ako se želimo boriti protiv toga, potrebne intervencije, i velike i male. Jedan način, za koji su se opredijelile mnoge zemlje, jeste riješiti problem kroz regulativu,¹⁵ ali pobornici slobode izražavanja upozoravaju da to može štetiti otvorenosti i participaciji koje omogućavaju nove tehnologije.¹⁶ Naročito ako autoritarne vođe dođu na vlast, jer će im moćno i spremno zakonsko oružje biti pri ruci da odrede što je „lažno“, a što nije, u vezi s kritičkim izvještavanjem 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 Republike¹⁷ do Meksika.¹⁸ Sve je više organizacija za provjeru činjenica (objašnjeno je u ovom priručniku).

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

Novinarima koji se dugo smatraju ključnim igračima podrške u demokratskim i otvorenim društvima, dezinformacije i netačne informacije nijesu problem samo za reputaciju. „Informativski poremećaj“ dovodi u pitanje njihovu svrhu i efikasnost, naglašavajući temeljnu važnost potrebe novinarstva da bude nezavisno i da 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... ili bez porijekla osoba koje se njime bave. Ne znači ni da ono ignoriše sistemske probleme uticaja institucionalnih konteksta vlasništva, poslovnih modela, interesa publike, novinske „mreže“ predvidljivih birokratskih i glasnogovorničkih izvora itd. Međutim,

14 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 3. 4. 2018].

15 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. 5. 2018].

16 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 [pristupljeno 3. 4. 2018].

17 #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. 6. 2018].

18 Posjetiti web stranicu <https://verificado.mx/> koja predstavlja koaliciju 60 medijskih, univerzitetskih institucija i institucija civilnog društva koji se fokusiraju na provjeru spornog sadržaja tokom izbora u Meksiku 2018. godine. [pristupljeno 15. 6. 2018]; <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele> [pristupljeno 4. 7. 2018].

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 povjerenje u pridržavanje većih standarda provjerljivosti i javnog interesa, bez obzira na dijapazon tema koje pokriva ili perspektiva koje obuhvata.¹⁹

U ovoj lekciji predavači treba da podstaknu polaznike da kritički razmisle o tome kako novinarstvo može služiti društvu i demokratiji; kako „informatijski poremećaj“ utiče – i kako bi još mogao uticati – na demokratiju i otvorena društva; kako novinarstvo može napredovati i, u tom procesu, ponovo izgraditi povjerenje u toj mjeri da se novinarske metode i standardi posebno ističu kad je riječ o kreiranju provjerljivih informacija u javnom interesu. Ne radi se o slijepom povjerenju u sve izvore novinarstva, već o prepoznavanju njihovih osobina i različitosti, i ambicije da rade u skladu s procesima i standardima provjerenih informacija u javnom interesu i procjenjivanju u skladu s tim. To podrazumijeva prepoznavanje vrijednost skepticizma nasuprot cinizmu, i odgovarajuću sposobnost javnosti da razlikuje one koji se pretvaraju da su novinarski profesionalci od onih koji zaista teže da se bave novinarstvom (i koji pokazuju potrebnu transparentnost, odgovornost i samoregulaciju pa ih prati kvalitetna reputacija). Za novinare i studente novinarstva to znači razumijevanje informatijskog okruženja koje se stalno mijenja i znanje kako odgovoriti na njegove izazove.



Pregled

Da bismo razumjeli posljedice „informatijskog 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 a koje su bile posljedica ubrzanog napretka digitalne tehnologije i ličnih sprava s pristupom internetu. Najvažniji je odnos između rastućeg problema nepovjerenja u novinarstvo i angažmana na društvenim medijima.²⁰

Ne bi bilo u redu sve muke novinara pripisati društvenim medijima. Povjerenje je u direktnoj vezi s novinarskim sposobnostima – a u mnogim djelovima svijeta postoji i korelacija sa opadanjem povjerenja u vlast, ekonomiju i institucije.²¹

19 Vidjeti Rosen, J. (2010). The View from Nowhere: Questions and Answers. *PressThink*. <http://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/> [pristupljeno 15. 6. 2018].

20 Vidjeti Modul tri.

21 Edelman. (2017) op. cit.

Strukturne promjene u načinu na koji se vijesti prikupljaju i distribuišu i kolaps poslovnog modela tradicionalnih novinskih kompanija, u novinskoj industriji oduzeli su novinarske kapacitete redakcija i uticale na dubinu, širinu i kvalitet izvještavanja vijesti.²² Smanjenje sredstava za redakcije javnih medijskih servisa i trajna kontrola vlasti u velikom dijelu tog sektora, takođe su uticali na slabije objavljivanje vijesti.

Premda je digitalna transformacija donijela poželjne nove metode pričanja priča i veću uključenost publike u proces kreiranja vijesti, donijela je i veće izazove za već oslabljene tradicionalne medije. Novinske organizacije samo s digitalnim sadržajem zapravo još uvijek nijesu razvile novinarske kapacitete koji bi spriječili degradaciju novinarstva.²³

Sprečavanje štetnog uticaja dezinformisanja i netačnog informisanja pokazalo se velikim izazovom u demokratizovanom ekosistemu koji sadrži različite informacije, ne samo za one koji se bave novinarstvom, već i za cijelo društvo.²⁴

Novinarska praksa i metodologija novinarstva prije digitalizacije podrazumijevala je profesionalne standarde i mnogo slojeva centralizovanih provjera i kontrola kojima bi se osigurali tačnost, kvalitet i pravednost vijesti. Izvještači s terena imali su podršku cijelog redakcijskog tima koji je prije objavljivanja provjeravao sadržaj. Taj model „čuvara“ novinarima je davao osjećaj profesionalnosti.²⁵

Novinari su pokrivanjem javnih poslova i problema u zajednici, istragama, društvenim komentarima i analizama, imali efikasne alate da političare i javne službenike pozivaju na odgovornost. Pomagali su građanima da izaberu kako da se njima vlada i upravlja. Neke medijske institucije, sasvim sigurno, nijesu bile na nivou idealnog novinarstva i visokih standarda. Njihovo djelovanje, međutim, generalno je bilo usmjereno na stvarne vijesti, koje su možda birali i prezentovali s posebnim narativima i interesima, ali su te vijesti 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.²⁶ Platforme društvenih medija sada su ključna infrastruktura javnog i političkog diskursa. Neki tvrde da je to demokratiju i otvorena društva dovelo u stanje „demokratskog deficita“.²⁷

22 Vidjeti Modul tri.

23 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 3. 4. 2018].

24 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-plenary-debate-hate-speech-populism> [pristupljeno 3. 4. 2018].

25 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.

26 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 [pristupljeno 3. 4. 2018].

27 Howard, P. (2017) Isto.

Tehnološke kompanije i društvene platforme insistirajući na tome da one nijesu izdavači vijesti, zaobišle su obaveze propisane za novinare i izdavače.²⁸ Iako ovi akteri za pravljenje vijesti ne zapošljavaju novinare, njihov značaj u organizovanju i uređivanju sve više ih 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, jesu društveni mediji i algoritmi pretraživača. Oslanjajući se na mrežu porodice i prijatelja korisnika, oni dezinformacijama i netačnim informacijama daju strukturu i legitimnost.²⁹

Prema tome, sadržaj koji namjerno obmanjuje a koji se dijeli na ovim platformama, utiče na to kako građani razumiju stvarnost i potkopava povjerenje, informisani dijalog i zajednički osjećaj za stvarnost,³⁰ međusobni pristanak i učešće.³¹ 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
- Podsticanje prikupljanja ličnih podataka i ciljanog oglašavanja/slanja mikro poruka ispod radara³²
- Narušavanje procesa javnih rasprava.³³

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, da izvještava o složenim problemima prisutnim u javnosti bez izostanka 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. vještačka inteligencija), jesu provjera tačnosti, izbjegavanje senzacionalizma, oprez u izvještavanju o budućim učincima i sposobnost da se tumače i balansiraju različiti stavovi ili otkrića vjerodostojnih stručnjaka.

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

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

30 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 [pristupljeno 13. 6. 2018].

31 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 3. 4. 2018].

32 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 3. 4. 2018].

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

Ima 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 napori da se novinarstvo u cjelini unaprijedi (vidjeti u nastavku).

Društveni odgovori na „informatijski poremećaj“ i na izazove koje otkrivaju platforme društvenih medija razlikuju se i odvijaju na različitim nivoima. Razvijaju se rješenja – neka veoma brzo. Mnoga rješenja potiču iz SAD-a, gdje kompanije društvenih medija i Google imaju sjedište. Neke inicijative borbe protiv netačnih informacija koje se razvijaju i baziraju na tehnologiji uključuju:

- Posvećenost da se iz rezultata pretraga i izvora vijesti isključi ono što određena kompanija (što je kontroverzna stavka) smatra lažnim vijestima^{34 35 36}
- Onemogućavanje izvorima dezinformacija da od oglašavanja baziranog na klikovima ostvare zaradu³⁷
- Pružanje tehnoloških rješenja za provjeru digitalnog sadržaja i slika³⁸
- Finansiranje inicijativa za podršku novinarstvu koje objedinjavaju novinarstvo, tehnologiju i akademsko istraživanje³⁹
- Razvijanje i primjena tehničkih standarda ili znakova vjerodostojnosti da bi se konzumentima (i algoritmima) pomoglo da identifikuju vijesti iz vjerodostojnih izvora.⁴⁰

Početakom 2018. godine, kad je ovaj priručnik nastajao, jedna od najvažnijih inicijativa tehničkih standarda za novinske organizacije bio je *The Trust Project* (Projekat povjerenja), konzorcijum koji radi zajedno s velikim pretraživačima, platformama društvenih medija i preko 70 medijskih kompanija širom svijeta. Njegova misija je da prepoznavanjem znakova povjerenja pomogne javnosti da identifikuje „tačne, odgovorne i etički proizvedene“ vijesti. Osmislio je osam početnih tehničkih standarda⁴¹ koje izvor vijesti mora ispuniti i učiniti lako prepoznatljivim u svom online dizajnu da bi se smatrao vjerodostojnim izvorom. Indikatori⁴² *The Trust Projecta* su:

34 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 [pristupljeno 3. 4. 2018]; <https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/>

35 Mosseri, A. (2018). *Helping ensure news on Facebook is from trusted sources*. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/> [pristupljeno 3. 4. 2018].

36 Stamos, A. (2018) *Authenticity matters: Why IRA has no place on Facebook*. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/> [pristupljeno 3. 4. 2018].

37 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. 6. 2018].

38 Vidjeti Modul šest. Primjer: <http://www.truly.media/> [pristupljeno 15. 6. 2018].

39 Vidjeti Modul pet.

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

41 The Trust Project (2017). Isto.

42 The Trust Project (2017). Isto.

- **Najbolje prakse:**
 - Koji su vaši standardi?
 - Ko finansira objavljivača vijesti?
 - Koja je misija objavljivača vijesti?
 - Posvećenost etičkim standardima, različitim glasovima, tačnosti, ispravkama i drugi standardi.
- **Stručnost autora/novinara:** Ko je napravio vijest? Detalji o novinaru, uključujući njihovu stručnost i druge priče na kojima su radili.
- **Tip djela:** Što 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 kad priča ima lokalno porijeklo ili stručno znanje. Je li novinar izvještavao s lica mjesta i s dubinskim poznavanjem lokalne situacije ili zajednice?
- **Različiti glasovi:** Napor i posvećenost redakcije da uključi različite perspektive. (Čitaoci/gledaoci/slušaoци primjećuju kad nekoj priči nedostaju određeni glasovi, nacionalnosti ili politička opredjeljenja.)
- **Primjenjive povratne informacije:** Nastojanje redakcije da iskoristi pomoć publike u određivanju prioritetnih 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 detaljno bavimo u nekoj od narednih lekcija.⁴³

Ove tačke preuzete su 2017. godine na Svjetskom forumu urednika (*World Editors Forum*), čiji je predsjednik Marčelo Rek (*Marcelo Rech*) predložio da urednici širom svijeta prihvate ovih pet principa:⁴⁴

43 Vidjeti Modul četiri.

44 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. 6. 2018].

- U svijetu hiperinformacija, *vjerodostojnost, nezavisnost, tačnost, profesionalna etika, transparentnost i pluralizam* – jesu **vrijednosti** koje će ojačati **odnos međusobnog povjerenja** s publikom.
- Novinarstvo sljedećeg nivoa od drugog sadržaja **razlikuje** se po budnom i revnosnom **ispitivanju i provjeri** materijala koji kruže po društvenim medijima. Ono priznaje društvene medije kao izvor informacija koje treba dalje provjeriti, te kao platformu za korišćenje profesionalnog sadržaja.
- **Misija** novinarstva na tom, sljedećem nivou jeste da **služi društvu** objavljivanjem visokokvalitetnih, provjerenih informacija i novinske brendove utvrdi kao pouzdan znak porijekla sadržaja.
- Od novinarstva na sljedećem nivou **zahtijeva** se da **ide dalje od osnovnih činjenica** te omogući i podstiče analize, kontekstualno i istraživačko novinarstvo, informisano izražavanje mišljenja, prelazeći tako od pukog objavljivanja vijesti na znanje koje osnažuje.
- Novinarstvo sljedećeg nivoa treba da pokreće povjerenje kao i vodeće **principe društvene relevantnosti, legitiman interes i istinitost**.

Novinari i redakcije mogu posvetiti više pažnje unapređenju kvaliteta unapređivanjem:

- Odgovornih i etičkih novinarskih praksi i izvještavanja zasnovanog na dokazima⁴⁵
- Provjere činjenica i raskrinkavanja dezinformacija i netačnih informacija⁴⁶
- Provjere podataka, izvora, digitalnih fotografija⁴⁷
- Saradnje sa zajednicama s kojima novinari komuniciraju i usklađivanja vijesti koje se objavljuju s potrebama zajednice.⁴⁸

U vezi s posljednjom tačkom, dokaz da mediji glavne struje najčešće nijesu povezani s publikom pokazao se tokom glasanja Velike Britanije da napusti Evropsku uniju, Bregzita 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.

45 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 3. 4. 2018].

46 Vidjeti Modul pet.

47 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.

48 Batsell, J. (2015). *Engaged journalism: connecting with digitally empowered news audiences*. New York. Columbia University Press.

Dobar okvir za diskusiju daje Šadson (*Schudson*) u svom djelu *Six or Seven Things News Can Do for Democracy*⁴⁹ (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;
2. Istraživanje: istraživati koncentrisane izvore moći, naročito državne moći;
3. Analiziranje: davati smislene okvire za tumačenje da bi građanima pomogli da razumiju složenost svijeta;
4. Društvena empatija: obavještavati ljude o drugima iz njihovih zajednica i njihovoj stvarnosti da bi više cijenili 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 društvenih grupa;
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



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

49 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=hmYGM9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false [pristupljeno 03.04.2018].



Ishodi učenja

Na kraju ovog modula polaznici bi trebali:

1. Produbiti svoje kritičko razumijevanje toga kako novinarstvo može bolje 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 ovog modula mogu se koristiti kao osnova za tridesetminutno predavanje, zajedno s 30 minuta demonstracija ili okruglim stolom o tome zašto je novinarstvo važno i kako služi javnosti. Praktična vježba od 90 minuta mogla bi kroz strukturisani razgovor istražiti kako bi se skeptici koji nemaju povjerenje u novinarstvo mogli ubijediti da sve informacije nijesu jednako nepouzdanе; što bi medij mogao uraditi da opravda svoju vjerodostojnost u okruženju društvenih medija u kojem sve informacije izgledaju jednako?

Povezivanje plana s ishodima učenja

PLAN MODULA	BROJ SATI	ISHODI UČENJA
A. Teorija		
Predavanje i interaktivna rasprava o istini i povjerenju	30 min.	1, 2
Okrugli sto o tome zašto je novinarstvo važno i kako služi javnosti	30 min.	1, 2, 3
B. Praksa		
Praktična vježba	90 min.	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 Šadsonov model „*Šest ili sedam stvari koje vijesti mogu uraditi za demokratiju*“, treba da prouče jedno izdanje neke publikacije ili priče vezane uz jednu temu u nekom 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. Drugi element biće da utvrde može li se pronaći neki od osam indikatora povjerenja koje navodi *The Trust Project* i koji su to indikatori. Kao treće, mogu koristiti rezultate kao osnov za novinsku reportažu ili urednički komentar – u pisanoj formi ili kao kratku video ili audio priču 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.

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=hmYGM9e-cKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjU_ZGl6ozZAhWELsAKHc0vBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false.

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>.

**RAZMIŠLJANJA O „INFORMACIJSKOM
POREMEĆAJU“: FORMATI NETAČNOG
INFORMISANJA, DEZINFORMISANJA I
ZLONAMJERNOG INFORMISANJA**

Kler Vardl i Hosein Derakšan

MODUL 2

MODUL 2

Razmišljanja o „informatijskom poremećaju“: formati netačnog informisanja, dezinformisanja i zlonamjernog informisanja

autori Kler Vardl i Hosein Derakšan



Sažetak

Pojam „lažne vijesti“, čak i „lažni mediji“ često se koristi za opis izvještaja s kojim se neko ne slaže. Karta usluga Google Trendsa pokazuje da se taj pojam mnogo koristio u pretragama u drugoj polovini 2016.⁵⁰ godine.

Učesnici će u ovom modulu naučiti zašto je taj pojam

- a) neadekvatan da bi se objasnile razmjere informatijskog zagađenja i
- b) postao toliko problematičan da bismo trebali izbjegavati njegovu upotrebu.

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

Njima 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 (kad ime novinara ili logo redakcije koriste osobe koje nijesu s njima povezane), i manipulisani ili izmišljeni sadržaj. Iz svega toga jasno je da je kriza mnogo složenija nego što sugeriše pojam „lažne vijesti“.

Ako želimo pronaći rješenja za ovu vrstu 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 o tome što 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, što ih motiviše da to urade? Ovaj problem ima više strana i veliki broj diskusija ne obuhvata tu složenost. Do završetka ovog modula, polaznici bi se trebali osposobiti da se koriste terminologijom i definicijama primjerenim za raspravu o problemima povezanim s „informatijskim poremećajem“.

50 Karta usluge Google Trend za pojam lažne vijesti <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=fake%20news> [pristupljeno 6. 4. 2018].



Pregled

U ovom priručniku pojmovi „pogrešne informacije“ i „dezinformacije“ koriste se uopšteno kao suprotnost provjerljivim informacijama koje su u interesu javnosti i rezultat autentičnog novinarstva. U ovom modulu fokus je na prepoznatljivosti dezinformacija.

Veliki dio diskursa o „lažnim vijestima“ sjedinjuje dva pojma: netačno informisanje i dezinformisanje. Međutim, može se pretpostaviti da su netačne informacije one koje su lažne, ali osoba koja ih širi vjeruje da su istinite. Dezinformacija je lažna informacija, a osoba koja je širi zna da je lažna. Dezinformacija je namjerna, zlonamjerna laž i ukazuje na to da zlonamjerni akteri aktivno dezinformišu ljude.⁵¹

Treća kategorija označena je kao zlonamjerno informisanje; informisanje koje je zasnovano na stvarnosti, ali se koristi da nanese štetu nekoj osobi, organizaciji ili zemlji. Takav primjer je izvještaj koji otkriva nečiju seksualnu orijentaciju bez opravdanja da je to u interesu javnosti. Važno je uočiti razliku između istinitih i neistinitih poruka, ali i istinitih (i poluistinitih) poruka koje kreiraju, prave ili šire „agenti“ s 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 prethodno navedene razlike, posljedice po informacijsko okruženje i društvo mogu biti slične (npr. korumpiranje integriteta demokratskog procesa, smanjenje stope 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“



51 Dalji uvid u definicije može se dobiti iz studije autora Karlova i Fisher (2012).

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

1. Primjeri dezinformisanja:

Primjer pokušaja prevare tokom predizborne kampanje u Francuskoj bilo je pravljenje sofisticiranog duplikata belgijskih novina *Le Soir*⁵² s lažnim člankom u kojem se tvrdilo da predsjedničkog kandidata Emanuela Makrona finansira Saudijska Arabija. Drugi primjer je online kruženje dokumenata koji su lažno tvrdili da je on otvorio offshore bankovni račun na Bahamima.⁵³ Na kraju, tu su dezinformacije proširene tokom „Twitter racija“, u kojima su labavo povezane mreže pojedinaca istovremeno na Twitteru koristile identične *hashtagove* i poruke da bi širile glasine o privatnom životu kandidata.

2. Primjeri pogrešnog informisanja:

Teroristički napad na Jelisejska polja u Parizu 20. aprila 2017. godine bio je inspiracija za veliki broj pogrešnih informacija,⁵⁴ što je bio slučaj sa skoro svim udarnim vijestima. 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 da 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 kad su procurili i-mejlovi Emanuela Makrona neposredno prije drugog kruga glasanja 7. maja. Smatralo se da su i-mejlovi autentični. Međutim, objavljivanjem privatne informacije u javnosti nekoliko minuta prije početka predizborne čutnje neposredno prije glasanja, curenje je osmišljeno tako da Makronovoj kampanji nanese najviše štete.

Pojam propaganda nije sinonim za dezinformisanje, iako dezinformisanje može služiti interesima propagande. Propaganda je, međutim, obično otvorenije manipulativna od dezinformisanja, uglavnom zato što prenosi emocionalne, a ne informatijske poruke.⁵⁵

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

52 CrossCheck, 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 3. 4. 2018].

53 CrossCheck, 2017. Did Emmanuel Macron Open an Offshore Account? CrossCheck, Dostupno na: <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/> [pristupljeno 3. 4. 2018].

54 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 3. 4. 2018].

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

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

Na primjer, neki novinar će napisati: „Premda nije u rangu Bernija Madofa (*Berni Madoff*), navodna prevara u novom slučaju teško je pogodila male ulagače“. Drugi novinar to legitimno može obratno formulirati: „Navodna prevara u ovom novom slučaju teško je pogodila male ulagače, ali nije u rangu Bernija Madofa“. Druga formulacija više umanjuje uporednu važnost novog slučaja. Pitanje različitog naglašavanja u ovim primjerima ne mora značiti podržavanje netačnog informisanja ili dezinformisanje u nastavku opisanom smislu. To mogu biti dva legitimna načina tumačenja iste situacije.

Sušтина je u tome da je narativ prisutan u vijestima, isto kao i u dezinformisanju, netačnom informisanju i zlonamjernom informisanju. Prema tome, narativ je ugrađen u to koje će se činjenice istaći u vijestima (ili koje će se činjenice 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 jeste funkcija istraživačke moći novinara i, posebno, dio ideologije, perspektive i narativa značaja i uzročno-posljedične veze koje novinar, svjesno ili nesvjesno, insinuiru. To je jedan od razloga zašto „provjeravanje činjenica“ može imati koristi kad je praćeno „rašćlanjivanjem narativa“ – ispitivanja struktura značenja u kojima se činjenice i nečinjenice koriste u određene svrhe. Narativi legitimnog novinarstva mogu varirati i njihovo postojanje ne znači da novinarstvo gubi svoju posebnost u poređenju s narativima drugih vrsta komunikacije, na primjer ovih sedam:

1. Satira i parodija

Možda iznenađuje što smo u tipologiju o dezinformisanju i netačnom informisanju uvrstili satiru. Satira i parodija mogu se 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. Takav primjer je *The Khabaristan Times*, satirična kolumna i stranica koje su bile sastavni dio stranice s vijestima *Pakistan Today*.⁵⁶ Stranica je blokirana u Pakistanu u januaru 2017. godine i zbog toga je prestala da se objavljuje.⁵⁷

2. Lažno povezivanje

Kad naslovi, vizuali ili opisi ne podržavaju sadržaj, to je primjer lažnog povezivanja. Najčešći 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 preva-

56 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 6. 4. 2018].

57 Jedan od resursa koji možete konsultovati je napisala kourednica ove knjige, Julie Posetti, zajedno sa Alice Mathews, Dostupno na: (TBA)

renima. U tome se naročito ističe web stranica *The Political Insider*.⁵⁸ To se može desiti i kad se vizuali ili opisi koriste da bi se postigao određeni utisak koji u tekstu nije podržan, naročito na stranicama kao što je Facebook. Kad ljudi listaju sadržaj 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 da bi se neki problemi ili osobe uokvirili na određen način, rezanjem fotografija ili selektivnim odabirom citata ili statističkih podataka. To se zove teorija *framinga*/uokvirivanja.⁵⁹ Neki takvi primjeri raskrinkani su na stranici *Rappler.com*.⁶⁰ Vizuali su naročito moćno sredstvo širenja obmanjujućih informacija, jer je manja vjerovatnoća da će naši mozgovi kritički reagovati na vizuale.⁶¹ „Izvorno“, tj. plaćeno oglašavanje koje oponaša urednički sadržaj, takođe spada u ovu kategoriju u slučajevima kad nije jasno navedeno da je sadržaj sponzorisan.⁶²

4. Netačan kontekst

Jedan od razloga zbog kojih je pojam „lažne vijesti“ tako problematičan jeste širenje istinitog sadržaja često izvan svog originalnog konteksta. Na primjer, fotografija iz Vijetnama uslikana 2007. godine ponovo je izašla u javnost sedam godina poslije, predstavljena kao fotografija iz Nepala nakon zemljotresa 2015. godine.⁶³

5. Sadržaj objavljen pod lažnim imenom

Postoji veliki problem kad se uz članke potpisuju novinari koji te članke nijesu napisali i korišćenja logotipa organizacija na snimcima ili fotografijama koje one nijesu napravile. Na primjer, prije izbora u Keniji 2017. godine, BBC Africa je otkrio da je neko napravio video snimak s dodatim logotipom i sloganom BBC-a koji se širio putem WhatsApp-a.⁶⁴ Zbog toga su morali napraviti video i dijeliti ga na društvenim mrežama da bi upozorili ljude na lažni video.

58 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 6. 4. 2018].

59 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 novinarstva). [online] New York: Routledge, str.196–211. Dostupno na: <https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf> [pristupljeno 3. 4. 2018].

60 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 6. 4. 2018].

61 Vidjeti članak autorke Hannah Guy u literaturi za ovu lekciju

62 Vidjeti Modul tri.

63 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 6. 4. 2018].

64 BBC (2017). Kenya election: Fake CNN and BBC news reports circulate. [Online] Dostupno na: <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-40762796> [pristupljeno 6. 4. 2018].

6. Manipulisani sadržaj

Manipulisani sadržaj je istinit sadržaj kojim se manipuliše radi obmane. Primjer iz Južne Afrike pokazuje manipulisane fotografije glavne urednice HuffPosta Ferijal Hafadžić (*Ferial Haffajee*) – koja na jednoj od fotografija sjedi u krilu biznismena Džona Ruperta (*Johann Rupert*) – čime se aludiralo na to da ona ima ličnu vezu s njim.⁶⁵

7. Izmišljeni sadržaj

Izmišljeni sadržaj može biti u tekstualnom formatu, na primjer izmišljene „stranice s vijestima“ kao što je WTOE5 News, samoprogllašena stranica s izmišljenim vijestima koja je objavila članak u kojem se sugerije da je Papa podržao Donalda Trampa za predsjednika. Izmišljeni sadržaj može biti i vizuelni, kao što je grafika koja je pogrešno sugerisala da se za Hilari Klinton može glasati putem SMS-a.⁶⁶ Te grafike bile su usmjerene na manjinske zajednice na društvenim mrežama u periodu prije predsjedničkih izbora u SAD-u.

Javnost uopšte i posebno novinari, moraju odvojeno ispitati „elemente“ „informativnog poremećaja“: agente, poruke i tumače. U ovoj matrici postoje pitanja koja se moraju postaviti za svaki element. Agent koji kreira izmišljenu poruku može se razlikovati od agenta koji je tu poruku proizveo – a on se, opet, može razlikovati od „agenta“ koji je poruku distribuirao. Slično tome, potrebno je temeljno razumjeti ko su svi ti agenti i što ih motiviše. Različite vrste poruka koje agenti šire također se moraju razumjeti da bismo mogli početi da procjenjujemo obim svake od njih i da se borimo protiv njih. (Do sada se rasprava u ovoj oblasti većinom fokusirala na stranice s izmišljenim vijestima u tekstualnom formatu, ali jednako raširen je i vizuelni sadržaj, a mnogo ga je teže identifikovati i raskrinkati.)

Na kraju, potrebno je razmotriti tri različite faze „informativnog poremećaja“: kreiranje, produkciju i distribuciju (Slika 2). Važno je razmotriti različite faze nekog slučaja „informativnog poremećaja“ zajedno s njegovim elementima, jer je agent koji kreira sadržaj često različit od njegovih proizvođača i distributera.

65 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/ [pristupljeno 6. 4. 2018].

66 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. 3. 2018].



Slika 2: Tri elementa „informatijskog poremećaja“

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

Sve ove nijanse možemo razumjeti jedino ako detaljno analiziramo „informatijski poremećaj“ kao na sljedećem grafikonu.⁶⁷

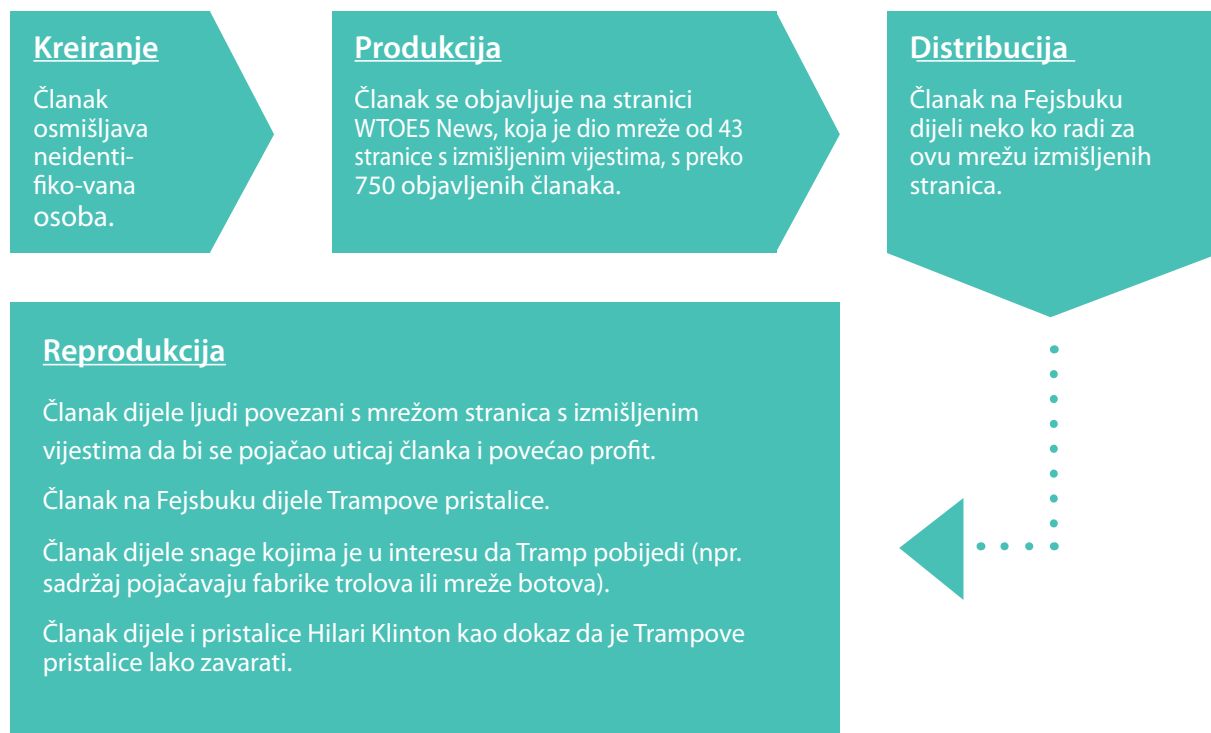
Napomena urednika: Ispod je preuzet grafikon koji može biti relevantan:

	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

Tabela: Okvir toksičnosti – kako se može korumpirati integritet informacije

67 Izvor: Berger, G. 2017. https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf [pristupljeno 22. 4. 2018].

Jedan od najpoznatijih primjera objave viralne priče na stranici je priča da je Papa podržao predsjedničkog kandidata Donalda Trampa.⁶⁸ To je korisna studija slučaja kad razmišljamo o različitim fazama „informatijskog poremećaja“ (Slika 3).



Slika 3: Faze „informatijskog poremećaja“



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 ovakve informacije te njihovim formatima, načinu na koji se mogu tumačiti i kako se šire.
- Razumjeti složenost „informatijskog poremećaja“, naročito to da je potrebno razlikovati osobe koje kreiraju ove vrste informacija, formate koje koriste i načine na koje publika može dijeliti te poruke.
- Biti u stanju da se uzmu u obzir poteškoće kod rješavanja problema dezinformisanja i pogrešnog informisanja.
- Naglasiti problem načina na koji „informatijski poremećaj“ utiče na demokratiju i otvoreno društvo – koji su bili predmet prethodnog modula.

68 WTOE 5News (2016). Pope Francis shocks world, endorses Donald Trump for President, releases statement. [online] Dostupno na: <https://web.archive.org/web/20161115024211/http://wtoe5news.com/us-election/pope-francis-shocks-world-endorses-donald-trump-for-president-releases-statement/> [pristupljeno 6. 4. 2018].



Ishodi učenja

Do kraja ovog kursa, polaznici će moći da:

1. Razumiju kako su ovu temu razmatrali i oblikovali političari, kako 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 ju je publika mogla protumačiti.
5. Objasne nekome zbog čega je važno oprezno razmišljati o ovom problemu.



Format modula

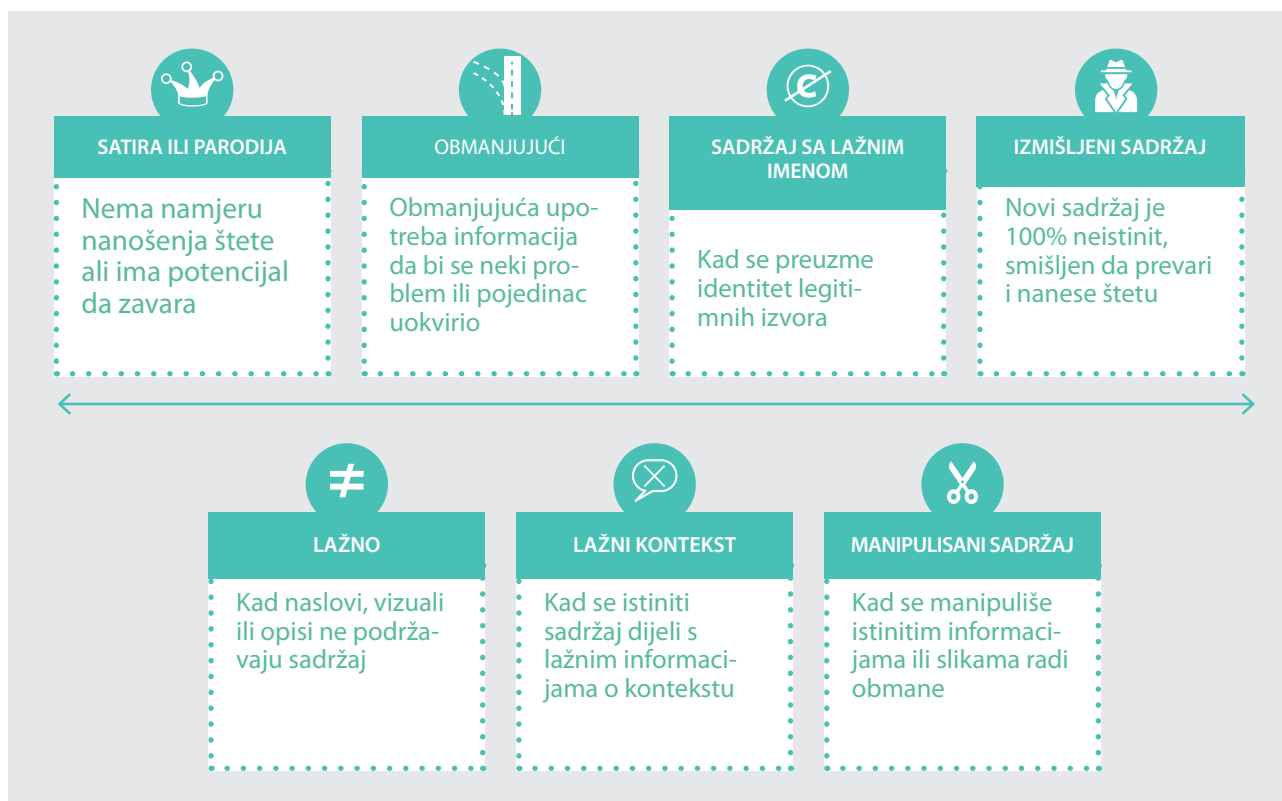
Teorijsko predavanje i praktična radionica:

Prezentacija za ovaj modul⁶⁹ osmišljena je tako da prati interaktivnu radionicu dužeg formata.

Međutim, za ovaj plan i program, prethodni tekst je predložen kao osnova za teorijsko predavanje. Praktične vježbe navedene u prezentaciji napravljene su za sesiju od 90 minuta. Predavači treba da prate slajdove i koriste data pitanja za raspravu i vježbe.

Vježba 1: Pogledajte Sliku 4, koja objašnjava „sedam vrsta dezinformisanja i pogrešnog informisanja“. Polaznici treba da daju primjere za ove kategorije radeći u parovima ili u manjim grupama.

⁶⁹ Slajdovi dostupni za download na: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf



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

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

Povezivanje plana s 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

PLAN MODULA	BROJ SATI	ISHODI UČENJA
Vježba 2: Proučite Sliku 1 koja objašnjava razlike između pogrešnog informisanja, dezinformisanja i zlonamjernog informisanja. Slažete li se s njom? Što nedostaje? Ima li nešto što biste promijenili?	45 min.	3



Predloženi zadatak

Napraviti storyboard⁷⁰ za poučni video koji društveni mediji mogu postaviti pri vrhu Newsfeeda (tekućih objava) da bi svoje korisnike informisali o čemu treba voditi računa kad pregledaju sadržaj na toj stranici. Učesnici mogu dati primjere dezinformisanja i pogrešnog informisanja s kojim su se susreli tokom ovog modula da naglase rizike „lajkovanja“, dijeljenja i komentarisanja objava kad 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;

⁷⁰ 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.

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 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;

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/;

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.ethan-zuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>.

TRANSFORMACIJA INDUSTRIJE VIJESTI: DIGITALNA TEHNOLOGIJA, DRUŠTVENE PLATFORME I ŠIRENJE NETAČNIH INFORMACIJA I DEZINFORMACIJA

Džuli Poseti



MODUL 3

MODUL 3

Transformacija industrije vijesti: digitalna tehnologija, društvene platforme i širenje netačnih informacija i dezinformacija

autorica Džuli Poseti



Sažetak

Digitalno doba opisuje se kao „zlatno doba novinarstva“.⁷¹ Istina, omogućeni su pristup značajnim zalihama podataka koji mogu dovesti do revolucionarnog istraživačkog novinarstva,⁷² 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“⁷³ i suočeno je sa „savršenom olujom“ udruženih pritisaka koji pojačavaju „informacijski poremećaj“.⁷⁴ U njih spadaju:

- Uspon računarske propagande⁷⁵ i „nepovjerenja kao oružja“⁷⁶
- Digitalne posljedice na oglašavanje koje uzrokuju kolaps tradicionalnog modela poslovanja medijskog izdavaštva i masovnu nezaposlenost
- Neuspjeh digitalnog oglašavanja da zamijeni oglašavanje u štampi da bi podržalo novinarstvo (Google i Fejsbuk sad ostvaruju najveću korist od prodaje prostora za digitalno oglašavanje)⁷⁷

71 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age*. UNESCO, Paris. str. 104 <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [pristupljeno 1. 4. 2018]. (Citira direktora ICIJ-a, Gerarda Rylea)

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

73 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. 3. 2018].

74 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>.

75 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 1. 4. 2018].

76 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. 3. 2018].

77 Kollwe, J. (2017). *Google and Facebook bring in one-fifth of global ad revenue*. The Guardian, 2. 5. 2017. <https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue> [pristupljeno 29. 3. 2018].

- 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 publike¹
- Platforme društvenih mreža publiku stavljaju u prvi plan otkrivanja i distribucije sadržaja,² i od njih pravi saradnike u produkciji vijesti (što ima mnogo prednosti ali destabilizuje moć etabliranih informativnih medija da kontrolišu razmjenu i utiče na standarde verifikacije).³
- Očekivanja publike da dobijaju vijesti „na zahtjev“, mobilnu isporuku i uključivanje na društvenim medijima u stvarnom vremenu, dalje povećavaju pritisak na profesionalne novinare koji se suočavaju sa smanjenim resursima u beskrajnom ciklusu vijesti.
- Medijske kuće imaju poteškoću da zadrže svoju publiku, jer su barijere za objavljivanje vijesti uklonjene. Bilo koja osoba ili entitet može da proizvode sadržaj zaobilazeći tradicionalne čuvarne informacija. Bilo ko može da zadobiđe pažnju, uključujući moćne političare koji žele oslabiti vjerodostojnost kritičkog izvještavanja.⁴
- Ograničeni uticaj i profitabilnost mnogih, isključivo digitalnih medijskih start-upova koji ispunjavaju prazan prostor nastao neuspjehom novina.
- Opadanje povjerenja u novinarstvo i u glavne medijske organizacije vodi daljem osipanju publike umanjujući preostalu zaradu i pospješujući širenje „informativnog poremećaja“.

Kao posljedica navedenog, granice između činjenica, zabave, oglašavanja, izmišljanja i fikcije sve više se zamagljuju. A kad 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 polaznike će informisati o tome kako je kolaps mnogih modela poslovanja komercijalnih vijesti u digitalnoj eri, u kombinaciji s procesima digitalne transformacije i pojavom društvenih medija, omogućio legitimizaciju i viralno širenje dezinformacija i netačnih informacija.⁵ Pomoći će

1 Vidjeti Modul 7.

2 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. 3. 2018].

3 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 [pristupljeno 29. 3. 2018].

4 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. 3. 2018].

5 Posetti, J. i Silverman, C. (2014). op cit.

polaznicima da kritički analiziraju način na koji informacijski mediji odgovaraju na „informacijski poremećaj“. Osim toga, trebao bi informisati polaznike o novim primjerima dobre prakse u industriji kad je riječ o rješavanju tog problema.



Pregled

Izvlačenje problema na vidjelo

Strukturni uzroci „informacijskog poremećaja“ koji utiču na industriju vijesti

i) Kolaps tradicionalnih modela poslovanja

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

Posljedice relevantne za „informacijski poremećaj“ uključuju:

- Iscrpljivanje resursa redakcija (kadrovskih resursa i budžeta), koje vodi do manjih provjera izvora i informacija i manje izvještavanja „s terena“
- Povećan pritisak zbog rokova u kombinaciji sa smanjenom kontrolom i gubitkom poslova, dok potražnja za novim sadržajem i dalje traje da bi se popunile veb stranice i kanali društvenih medija
- Manje vremena i resursa za provjeru i balansiranje (uključujući provjeravanje činjenica koje vrši novinar i naknadno uređivanje)
- Prekomjerno oslanjanje na loše identifikovano, ali unosno „izvorno oglašavanje“⁶ i na „clickbait“ naslove, čime se rizikuje dalje slabljenje povjerenja publike

6 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.

ii) Digitalna transformacija redakcija i pripovijedanja

Decenija koja je počela 2000. godine potresla je veliki dio medijske sfere,⁷ 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 sad se shvataju kao 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).⁸ Prema tome, prisutna je konstantna potreba za nadogradnjom digitalnih sposobnosti.

Posljedice relevantne za „informatijski poremećaj“ uključuju:

- Prilagođavanje medija: mnogi novinari sad su 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.⁹
- Rok za digitalne objave uvijek je „odmah“, čime se povećava rizik od grešaka.
- Objavljivanje prvo na društvenim medijima je uobičajeno te novinari svoje priče objavljuju na svojim nalogima na društvenim medijima i/ili na nalogima izdavača da bi ispunili zahtjev publike da vijesti dobijaju u stvarnom vremenu. Praktično to uključuje „tweetovanje uživo“, „Facebook Live“ videa 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 veb 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.

7 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_0.pdf [pristupljeno 29. 3. 2018]

8 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/>

9 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. 3. 2018]. (Napomena: ova metoda je sada dio regionalnih, ruralnih i lokalnih publikacija u Fairfaxu).

- Praksa korišćenja „clickbaita“ (upotreba obmanjujućih naslova da bi se čitaoci podstakli da kliknu na link s lažnim očekivanjima) čiji je cilj da se poveća promet veb stranica, ali su povezane sa slabljenjem povjerenja u profesionalno novinarstvo.
- Težnja viralnosti nauštrb kvaliteta 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 otklonilo je barijere objavljivanja¹⁰ i označilo „prelazak alata za proizvodnju na ljude koji su prethodno bili publika“,¹¹ a koji su postali suproizvođači sadržaja, uključujući vijesti – funkcija i praksa koja se naziva „produsage“ (production + usage, *op. prev.*).¹² 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 polovine 2000-ih, u mnogim državama su se Twitter i Fejsbuk pridružili YouTubeu kao predvodnici društvenih medija koji utiču na praksu i profesionalne identitete novinara (naročito kad je riječ o provjeri, uključivanju publike i sukobu privatne i javne sfere koji je prisutan na društvenim platformama)¹³, te distribuciju sadržaja. Dok su pojedinci formirali mreže zasnovane na povjerenju, peer-to-peer distribucija sadržaja (naročito na Fejsbuku) 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 maskom vijesti uzeo je maha. Istraživači su utvrdili – veća je vjerovatnoća da će se na društvenim medijima podijeliti emotivni sadržaj i sadržaj koji dijeli prijatelj ili član porodice.¹⁴

Istovremeno, novinari i novinske organizacije morali su se ugraditi u ove platforme radi prikupljanja

10 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. 3. 2018].

11 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 [pristupljeno 29. 3. 2018].

12 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.

13 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 [pristupljeno 29. 3. 2018].

14 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. 3. 2018].

vijesti, uključivanja publike i dijeljenja sadržaja (morali su biti tamo gdje je njihova publika najaktivnija), razvili su se „filter baloni“¹⁵ i „eho komore“¹⁶ (čak i ako nijesu toliko hermetički ili izolovani koliko se nekada sugerise). To je smanjilo izloženost pojedinačnih korisnika alternativnim stavovima i provjerenim informacijama. Ova pojava povećala je rizike u vezi s „informativnim poremećajem“.

Prednosti novinarstva umreženog s publikom uključuju mogućnost korišćenja mnogo različitih izvora, vršenja kolaborativnih provjera¹⁷ (korisne su u ispravljanju netačnih informacija, raskrinkavanju dezinformacija i identifikovanju zlonamjernih aktera) i izgradnje vjerne publike (potpomognuto direktnom interakcijom novinarskog aktera i konzumenta vijesti).¹⁸ Ono i osnažuje publiku da „odgovara“ i koriguje činjenice kad novinari pogriješe, ili da daju svoj doprinos i sarađuju 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 s publikom i izvorima informacija preko društvenih medija može se posmatrati i kao važna funkcija u okvirima 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“.¹⁹

Nedostaci uključuju:

- Veću vjerovatnoću da će dezinformacije i netačne informacije postati viralne, jer „mreže povjerenja“²⁰ i emocionalne reakcije (npr. podstaknute potvrdom pristrasnosti) podstiču njihovo dalje širenje. (Vidjeti Modul 5)
- Mogućnost da vlasti i druge agencije zaobiđu preispitivanje i provjeru informativnih medija i direktno se okrenu publici da bi izbjegli nadzor. Postoje dokazi da društvenim medijima najviše manipulišu oni koji žele uticati na ishode izbora i javnu politiku.²¹

15 Napomena: Filter baloni su naduvani 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

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

17 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. 3. 2018].

18 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. 3. 2018].

19 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=lhapapers>

20 „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.

21 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. 3. 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. 3. 2018].

- Veću vjerovatnoću širenja senzacionalističkih informacija²²
- Nemogućnost jednostavnog povlačenja ili ispravljanja dezinformacija ili netačnih informacija jednom kad postanu viralne – nikakvo raskrinkavanje ni novinarsko razotkrivanje neistina ne može u potpunosti eliminisati uticaj izmišljene priče, zlonamjernog *memea*, propagandnog videa pod maskom vijesti ni netačnog izvještaja nastalog jer nije bilo provjere.
- Zahtjevi instantne objave na društvenim platformama mogu dovesti do nenamjerne distribucije dezinformacija i netačnih informacija ili materijala dobijenih od lažnih izvora.²³
- Nizak nivo medijske i informacijske pismenosti i vještina provjere u širem društvu. To znači da često korisnici opštih društvenih medija nemaju potrebno znanje i vještine da prije nego podijele neki sadržaj utvrde njegovu autentičnost.
- Rizik da države podrivaju slobodu izražavanja neopravdanom cenzurom i blokiranjem kao odgovorima na prethodno opisane hitne probleme.
- Razvoj filter balona koji teoretski potvrđuju pristrasnosti i smanjuju izloženost kvalitetnim, provjerenim informacijama.
- Rizik da će nekvalitetna novinarska praksa još više smanjiti poštovanje publike prema tom zanimanju i dati legitimitet napadima na informativne medije onih koji žele učtkati kritičare
- Rizik od zbuđenosti publike o tome što predstavlja vijest, za razliku od dezinformacije pod krinkom vijesti.²⁴
- Nepripremljenost redakcija da se nose s dezinformacijama i potreba da urednički timovi društvenih medija razviju ažurirane strategije za efikasnu borbu protiv problema.²⁵

22 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. 3. 2018].

23 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. 3. 2018].

24 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 [pristupljeno 29. 3. 2018].

25 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. 3. 2018].

c) Uspón platformi

Glavna urednica *Guardiana* Katarina Viner (*Katherine Viner*) ocjenjuje da je „Fejsbuk postao najbogatiji i najmoćniji izdavač u istoriji tako što je urednike zamijenio algoritmima“.²⁶ Društvene platforme hvale kao „nove zaštitnike“,²⁷ premda oni i dalje nevoljno prihvataju odgovornost za nadzor nad tradicionalnim izdavaštvom – uključujući provjere i organizovanje – iako donose odluke da cenzurišu neke sadržaje na način koji podriva slobodu medija.²⁸ Pokušaji tih platformi da riješe problem dezinformisanja i netačnog informisanja napreduju brzo, 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 fabrike „informatičnog poremećaja“ i online zloupotrebe.²⁹

Funkcija algoritma Fejsbuka u distribuciji vijesti i širenju dezinformacija, naročito u zemljama u razvoju, našla se pod lupom javnosti nakon 2016. godine,³⁰ naročito u kontekstu računarske propagande koja pogađa veliki broj platformi društvenih medija.³¹ 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, Fejsbuk se dramatično povukao iz ove funkcije u januaru 2018.³² Vjerovatno će uslijediti prelazak s otvorenih na zatvorenije sisteme društvenih medija, što 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.³³ Tu spadaju problemi s algoritmima pretraživača kao što je Google-ov, 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.“³⁴

26 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. 3. 2018].

27 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 [pristupljeno 29. 3. 2018].

28 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. 3. 2018].

29 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. 3. 2018].

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

31 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. 3. 2018].

32 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. 3. 2018].

33 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/facebooks-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/> [pristupljeno 29. 3. 2018].

34 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. 3. 2018].

Posljedice „informativnog 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 s dezinformacijama i loše označenim izvornim (plaćenim) oglašavanjem osmišljenim tako da imitira vijesti, što povećava opšte 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. Takvo povjerenje leži u lojalnosti nekom brendu – ključnoj za izgradnju svakog održivog poslovnog modela.
- Slabljenje uloge novinara kao agenata odgovornosti (npr. putem istraživačkog novinarstva), s posljedicama koje se prenose u šire društvo
- Strožije kažnjavanje (ponekad se pravda 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) od stvaralaca dezinformacija koji koriste online uznemiravanje da diskredituju kritičko novinarstvo, zajedno s namjernim pokušajima da novinare uhvate u zamku dijeljenja dezinformacija i netačnih informacija.³⁵

Nova praksa u industriji: kako novinske organizacije pokrivaju „lažne vijesti“ i kako se bore protiv „informativskog poremećaja“

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, zajedno s aktivnim raskrinkavanjem i kreativnom reportažom o problemu.

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

- *Guardianova* upotreba storijske fotografije na Instagramu u borbi protiv širenja dezinformacija, s kratkim videima prilagođenim mlađoj publici: <https://www.instagram.com/p/BRd-25kQBb5N/> (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>)

35 Vidjeti detaljnu analizu u Modulu sedam.

- *Rapplerovo* korišćenje 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
- Vodič za novinare *Guardiana Australia* za borbu protiv poricanja klimatskih promjena: <https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/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/>.³⁶
- 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* korišćenje 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>.³⁷

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

36 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.

37 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].

Korisne mogu biti i strategije profesora Čarlija Beketa (*Charlie Beckett*) za unapređenje etičkih novinarskih praksi u vremenu „lažnih vijesti“. On tvrdi da novinari treba da:

- Budu uvezani – dostupni i prisutni na svim platformama³⁸
- 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.³⁹



Ciljevi modula

- Omogućiti polaznicima da razumiju strukturne uzroke slabljenja medija, s jedne strane, i procvat dezinformacija i netačnih informacija, s druge strane.
- Omogućiti polaznicima da kritički analiziraju odgovore 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 trebalo da mogu:

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) u omogućavanju dezinformacijama i netačnim informacijama, predstavljenim kao vijesti, da se viralno šire.
3. Identifikovati najbolje nove prakse u industriji vijesti za hvatanje dezinformacija i borbu protiv dezinformacija.

³⁸ 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 s manjim uticajem, pored visokoprofilnih platformi - Twittera, Facebooka i Instagrama.

³⁹ Beckett, C. (2017). op. cit.



Format modula

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

Povezivanje plana s ishodima učenja

A. Teorijski dio

PLAN MODULA	BROJ SATI	ISHODI UČENJA
<p>Interaktivno predavanje i sesija za pitanja i odgovore na tradicionalan način ili preko neke platforme za vebinare koja olakšava učešće na daljinu.</p> <p>Sadržaj predavanja može se izvući iz ranije opisane teorije i primjera.</p> <p>Međutim, predavače treba podsticati da uključe kulturološke ili lokalno relevantne studije slučajeve prilikom rada na ovom modulu.</p> <p>Ishodima učenja naročito bi pogodovalo predavanje organizovano u formi stručne panel diskusije, s novinarima, urednicima i predstavnicima platformi pozvanih da učestvuju u diskusiji 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 ili predavanje koje se može održati u tradicionalnoj učionici ili preko platforme za e-učenje kao što je Moodle, Fejsbuk 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 od 3 do 5 članova. Svaka grupa treba da:</p> <ol style="list-style-type: none">i. Dobije studiju slučaja koja prikazuje kako je neka novinska organizacija objavila ili nenamjerno podijelila netačnu informaciju ili dezinformaciju.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 kad su nasjeli na dezinformacije.iii. Zajedno napišu sažetak svoje analize od približno 250 riječi, o razlozima zbog kojih je došlo do objavljivanja, identifikujući tri stvari koje su novinar(i) ili novinske organizacije mogle drugačije uraditi da bi spriječili objavljivanje lažnih informacija. To mogu uraditi koristeći Google Docs ili neki sličan alat za kolaborativno uređivanje, a sažetak treba da predaju predavaču na pregled.	90–120 min.	1, 2, 3, 4



Predloženi zadatak

Izvještaj 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 treba da biraju nove 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. 3. 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 [pristupljeno 29. 3. 2018].

Ireton, 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 [pristupljeno 29. 3. 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. 3. 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_0.pdf [pristupljeno 29. 3. 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 što 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. 3. 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 [pristupljeno 29. 3. 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/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [pristupljeno 29. 3. 2018].

Posetti, J. i Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification (Kad 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 [pristupljeno 29. 3. 2018].

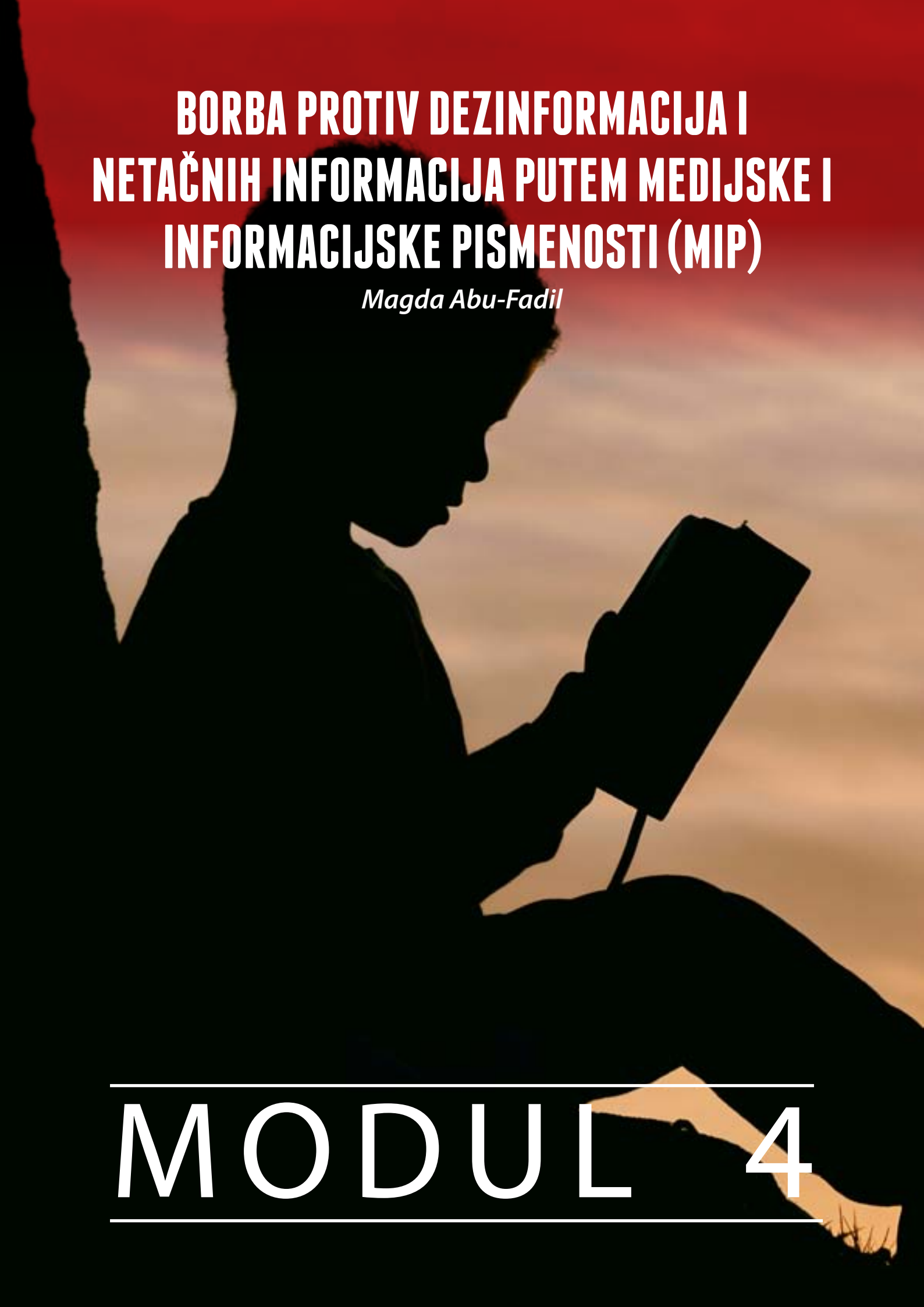
Posetti, J. (Ur.) (2015). *Trends in Newsrooms 2015 (Trendovi u redakcijama 2015)*. WAN-IFRA, Pariz. http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2015.pdf, (Takođe vidjeti *Trendovi u redakcijama 2014*) [pristupljeno 29. 3. 2018].

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. 3. 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 [pristupljeno 29. 3. 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. 3. 2018].

UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter 'fake news' (Države i novinari mogu preduzeti korake protiv „lažnih vijesti“)*. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-new> [pristupljeno 29. 3. 2018].

A silhouette of a person sitting and reading a book, set against a background of a sunset or sunrise sky. The person is in profile, facing right, and the book is held in their hands. The sky transitions from a dark red at the top to a lighter orange and yellow near the horizon. The overall mood is contemplative and focused.

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

Magda Abu-Fadil

MODUL 4

MODUL 4

Borba protiv dezinformacija i netačnih informacija putem medijske i informacijske pismenosti (MIP)

autorka Magda Abu-Fadil



Sažetak

Ovaj modul polaznike upoznaje s konceptom medijske i informacione pismenosti¹ (MIP) da bi razumjeli vijesti kao sredstvo identifikovanja „informativnog poremećaja“ u očiglednim i podsvjesnim porukama. MIP je krovni koncept koji UNESCO koristi da bi naglasio međusobnu povezanost informacionih 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 s individualnim identitetom i društvenim dešavanjima. MIP sve više postaje ključna životna vještina – potrebna da bismo znali što sve oblikuje nečiji identitet i kako se možemo kretati kroz informacionu 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 informacionom društvu.

Medijska pismenost je uže shvaćena sposobnost razumijevanja jezika i konvencija vijesti kao žanra i prepoznavanja kako se te osobine mogu eksploatirati sa zlom namjerom. Koliko god novinska pismenost bila važna, međutim, sama po sebi ne može osigurati potpunu otpornost na dezinformacije pod maskom vijesti. Razlog je u tome što ljudi komunikacije ne primaju samo mozgom, nego i srcem. Stoga, MIP mora uključivati i 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.

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

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

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

Učesnici prolaze etape analize vijesti u štampi, emiterima (radio i televizija), online i društvenim medijima, dekonstrukciju poruka na njihove komponente, kao i učenje o izvorima i njihovom kredibilitetu (ili nedostatku istog).

Naučiće da autentične vijesti nijesu nauka, već da su ugrađene u narative koji, uprkos njihovoj raznovrsnosti, generalno prate profesionalne metode i etičke norme koje im pomažu da smanje greške i definitivno sprečavaju izmišljotine. Novinari bi trebali saopštavati i signalizirati o lažima 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 polaznici će također naučiti koliko se brzo i jednostavno „novinski jezik“ može eksploatirati da bi se od nepotpunih, obmanjujućih ili izmišljenih detalja napravila priča koja je na prvi pogled vjerodostojna i ubjedljiva.³

Nastavni materijal za ovaj modul fokusira se na razvijanje svijesti o važnosti MIP u borbi protiv netočnih informacija i dezinformacija. To uključuje primjenu vještina kritičkog razmišljanja za identifikovanje izmišljenih „vijesti“. On također naglašava koliko je važno da polaznici u svakodnevnom životu vježbaju MIP. Pomaže im da shvate kako MIP može poboljšati njihova ljudska prava i prava drugih ljudi; i koliko je važno da se izbjegava promovisanje i širenje neistina.⁴

Nastava se odvija u prostoru opremljenom računarima, s konekcijom na internet. Učesnici mogu koristiti aplikacije za chat na svojim mobilnim uređajima tokom praktičnih djelova 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.

2 Facione, P. (2010, dopunjeno). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [online] Insight Assessment. Dostupno na: <https://www.insightassessment.com/> [pristupljeno 1. 2. 2018].

3 Za primjere „novinskog stila“ pogledati: Fluent in Journalese (Tečni novinski stil) autora Philipa B. Corbetta. 17. 3. 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. 5. 9. 2013. <https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-ive-learnt-to-love-cliched-journalese.html> [u oba slučaja pristupljeno 22. 4. 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/7>



Pregled

Dezinformacije pod maskom vijesti iz izbora u SAD-u, Francuskoj, Keniji i Njemačkoj 2016. i 2017. godine samo su vrh ledenog brijega ogromne količine informacijskih izazova u društvima – iako možda s najvećim potencijalnim posljedicama. Uzmite u obzir, međutim, da su televizijske stanice i korisnici društvenih medija širom svijeta u stvarnom vremenu pratili čudo u nastajanju u Meksiku 2017. godine, kad su spasioči pokušavali da oslobode učenicu, #FridaSofía, zarobljenu u ruševinama nakon zemljotresa – da bi na kraju otkrili da ona ne postoji.⁵ 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 s aspekta sposobnosti društva da razumije svijet.

Konzumentima vijesti potrebni su sofisticirani mediji i informaciona 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 stvarnošću tokom vremena). Štaviše, polaznici ovog modula, naročito studenti novinarstva, treba da razumiju da je poenta u tome da novinarstvo nikad 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 namjerno voditi u zabludu i, stoga, biti lažne. MIP je potrebna za dešifrovanje tih razlika i procjenu takvih slučajeva u poređenju s profesionalnim i etičkim 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 čemu MIP treba da se suprotstavi. Situacija će se uskoro dodatno zakomplikovati zbog korišćenja kompjuterskih programa koji koriste vještačku inteligenciju (VI) da bi stvorili simulacije ljudi u lažnim video i/ili audio izvještajima koji nemaju uporište u istini.⁶

5 Campoy, A. (2017). *A schoolgirl 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 3. 4. 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?>

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

Pored dezinformacija i netačnih informacija koje su identifikovali Vardl i Derakšan (2017),⁷ neprofitna organizacija Evropsko udruženje za interese gledalaca (European Association for Viewers' Interests – EAVI), sa sjedištem u Briselu, u kontekstu svog programa Media Literacy for Citizenship (Medijska pismenost za građane) napravila je zgodnu infografiku pod naslovom „Beyond Fake News: Ten Types of Misleading News“ („Više od lažnih vijesti: deset vrsta obmanjujućih vijesti“), koja sumira sve sa čime se danas suočavaju konzumenti vijesti.⁸ Ona je vrijedan resurs za studente novinarstva i profesionalne novinare.

Dopunjeni istraživački rad dr Petera A. Facionea „*Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*“ („Kritičko razmišljanje: Što je to i zašto je važno“)⁹ dobra je početna tačka za upoznavanje studenata s „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 prilikom primjene kritičkog mišljenja
- Povjerenje u proces 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 s vlastitim pristrasnostima, predrasudama, stereotipima ili egocentričnim sklonostima
- Razboritost u obustavljanju, donošenju ili mijenjanju mišljenja
- Spremnost da ponovo razmotrimo i promijenimo stavove za koje nam iskreno razmišljanje govori da ih treba mijenjati.

7 Vidjeti Modul 2.

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*.

Prema različitim studijama, okrenutost mladih ljudi mobilnim uređajima¹⁰ u mnogim djelovima svijeta znači da oni većinu vijesti dobijaju preko njih, putem aplikacija za chat, društvenih medija i, povremeno, veb stranica i blogova tradicionalnih medija.^{11 12 13} Na mnogima od njih ne postoje ili su nedovoljne oznake koje bi razlikovale autentično novinarstvo od amaterskih reportaža, a kamoli dezinformacija.

Drugi problem je u načinu na koji platforme tretiraju vijesti. Za Fejsbuk, 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 Fejsbuk postepeno sasvim ukinuti vijesti“, tvrdi Frederik Filu (*Frederic Filloux*).¹⁴ Preostaje nam samo da vidimo kako će se to odigrati. Neke novinske organizacije osjećale bi se iznevjereno tim ukidanjem, tvrdeći da će time biti prevarene njihove publike jer je Fejsbuk bio veza za korisnike kojima društveni mediji omogućavaju da budu u toku s događanjima.¹⁵ Neki zagovornici MIP se 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 da se prestanu 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 Fejsbuk počeo baviti proizvodnjom vijesti, kao konkurencija postojećim medijskim akterima.¹⁶

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, s jedne strane, i slučajeva obmane koji koriste format vijesti dok krše profesionalne standarde provjerljivosti, s druge strane.

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

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

11 *Digital News Report (2017)*. Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ, Oxford) https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

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/>

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. 4. 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 1. 4. 2018].

Za ostvarenje ciljeva ovog modula može se iskoristiti sveprisutnost video-sadržaja da bi se polaznici uključili preko kratkih videa s opisima¹⁹ koji će sadržati 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 s velikom rezervom.

Predavač bi polaznicima takođe trebao pomoći da promijene naviku da površno guglaju većinu informacija i podstaći 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 s traženjem i procjenom informacija.²⁰ 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 da se štite od njihovih negativnih posljedica, kao i da budu u poziciji da ih raskrinkaju kao dio novinarskog rada.²¹

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

U kontekstu važnosti teme ovog modula mogu biti korisne riječi Ruba el Helou (*Roube El Helou*), više predavačice i istraživačice medija s Univerziteta Notre Dame – Libanon: „Opremanje ljudi vještinama potrebnim za dekodiranje raznih poruka trajna je borba koja traži učešće svih medijskih prosvjetnih radnika 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 istakne važnost sticanja potrebnih vrsta pismenosti²² i povezanih vještina²³ za razumijevanje novinarstva (i raznih varijanti novinarstva) i istovremeno prepoznavanje manjkavog novinarstva i prevarantskih vijesti u raznim medijima.

19 Ovdje je dostupan jedan primjer moćne primjene videa da pokaže vrijednost medijske pismenosti u kontekstu pucnjava u školama u SAD, koji preuzimamo s 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 1. 4. 2018].

20 *15 resources for teaching media literacy*. ASCD. Dostupno na <http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/>. [pristupljeno 3. 4. 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. [pristupljeno 23. 3. 2018].

22 Za informacije o medijskoj i informacionoj pismenosti, vidjeti UNESCO-ve 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 podstaći da budu skeptični, da preispitaju sve i ne pretpostavljaju ništa, kao i da provjeravaju izvore i činjenice.

- 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.



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 utiska autentičnog predstavljanja stvarnosti, kako se koristi jezik, što se naglašava, što se izostavlja, ko što 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 s informacijama i komunikacijom.



Format modula

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

Metodologija se bazira na raspravama o tome što 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 dostupan je 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 (Savez civilizacija) <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/>
- Pet 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.commonsense.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 informacionu pismenost Univerziteta Rhode Island <https://center-mil.org/resources/>.

Predavače podstičemo da dodaju resurse iz svojih zemalja i regija, na različitim jezicima.

Trebalo bi da učionica ima računare i pristup internetu da bi predavač i polaznici mogli analizirati veb stranice organizacija koje se bave medijskom i informacijskom pismenošću, i studije slučajeva iz medija.

Povezivanje plana s ishodima učenja

A. Teorijsko

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

PLAN MODULA	BROJ SATI	ISHODI UČENJA
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. Teorijsko

Aktivnosti uz materijal i alate za učenje.

PLAN MODULA	BROJ SATI	ISHODI UČENJA
Praktične aktivnosti	90 min.	1 + 3
Aktivnost 1: Prepoznavanje novinarst(a)va		
<p>Izabrati priču s naslovnih strana iz lokalnih novina. Svaki polaznik treba da istraži i analizira istu priču onako kako je objavljena u tri različita medija.</p> <p>Voditi diskusiju tražeći od polaznika da primijene tehniku kritičkog mišljenja. Takođe treba da raščlane osnovni narativ, kao i način formulisanja, odabir i „pakovanje“ vijesti. Ta analiza bi se posebno trebala posvetiti prisutnosti konvencija vijesti (ko, što, gdje, kad, kako i zašto; navođenje direktnih citata; oslanjanje na stručne i mjerodavne izvore, podržavajuće slike, stereotipna terminologija karakteristična za „novinski stil“ i drugi znakovi osobina vijesti.</p>	45 min.	
Aktivnost 2: Predstavljanje dezinformacija kao vijesti	45 min.	1 + 3
<p>Polaznicima pokazati jedan primjer obmanjujuće vijesti i razgovarati o tome što „pali“, a što „odaje igru“. Onda polaznicima dati zadatak da izmanipulišu priče koje su čitali u prvoj vježbi da 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 da bi ocijenili zbog čega je priča izgledala autentično. To može podrazumijevati korišćenje testa za evaluaciju, ali bi takođe trebalo uključivati prepoznavanje znakova da je vijest bila eksploatisana.</p> <p>Regrupišite se i neka polaznici cijeloj grupi predstave svoje zaključke u kratkim prezentacijama.</p>	45 min.	1 + 3



Predloženi zadatak

Svako bi pojedinačno trebao da pretraži svoje feedove na društvenim medijima da nađe naučnu ili medicinsku vijest (npr. najnovija dijeta, epidemija neke bolesti, uticaj globalnog zagrijavanja na zajednicu, efikasnost električnih automobila u odnosu na vozila na gorivo). Neka procijene svoja istraživanja, pristrasnost u potvrđivanju (gdje je aktivno prisutna) i svoje emocionalne reakcije na priču/stavove o pitanjima, prateći kako su povezani s pitanjima MIP kao što je traženje, procjena, digitalna sigurnost, prava i identitet, zajedno s ključnim etičkim principima vijesti.

Zatim treba da predstave informacije dobijene iz istraživanja o sljedećem: ko je proizveo priču; kako taj novinar ili osoba zna što je objavljeno i može li ostvariti dobit od toga što je objavljeno; dupla provjera podataka, statistike, infografika. Poželjno je da polaznici koriste univerzitetsku biblioteku ili biblioteke da bi provjerili podatke. Svoje nalaze treba da sastave kao kritiku medija od 1500 riječi, analizirajući prednosti, mane, izostavljene djelove i greške odabranog sadržaja.



Materijal

Ispod su nabrojani članci sa slajdovima, slikama i videima. Podstičemo predavače da naprave vlastitu prezentaciju s 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 informacionu pismenost na Srednjem Istoku i u Sjevernoj Africi)*. Dostupno na: <https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf> [pristupljeno 5. 1. 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 6. 4. 2018].

Facione, P. (2010). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts (Kritičko razmišljanje: Što je to i zašto je važno)*. [online] Insight Assessment. Dostupno na: <https://www.insightassessment.com/> [pristupljeno 5. 1. 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 (Što 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 6. 4. 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 6. 4. 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/janalytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news-?bftw&utm_term=.ha3w9B5rr#.acEgmYE66 [pristupljeno 6. 4. 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 6. 4. 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 što 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. 6. 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 6. 4. 2018].

UVOD U PROVJERU ČINJENICA

Alexios Mantzaris



THE TROOP OF
PELHAM
123

VICTORINOX

MODUL 5

MODUL 5

Uvod u provjeru činjenica

autor Aleksios Mancarlis



Sažetak



Od političara do marketinških stručnjaka, od zagovaračkih grupa do brendova – svi koji žele ubijediti druge u nešto imaju podsticaj da iskrivljuju, preuveličavaju ili prikrivaju činjenice. Cilj ovog modula je 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 Danijela Patrika Moynihana (*Daniel Patrick Moynihan*), američkog senatora savezne države New York i ambasadora u Indiji i Ujedinjenim nacijama (1927–2003): „Svi imaju pravo na lično mišljenje, ali ne i na lične činjenice“.¹

Pojam „provjera činjenica“ u novinarstvu može imati dva značenja. Tradicionalno u redakcijama su zapošljavane osobe za provjeru činjenica da bi lektorisale 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 vijesti prije objavljivanja. Osvit ove prakse u modernom novinarstvu – barem na Zapadu – pripisuje se najvećim američkim nedjeljnim časopisima kao što je *TIME* u 1920-im godinama.²

Ekonomsko „stezanje“ koje je pogodilo većinu novinskih organizacija širom svijeta od početka 21. vijeka³ značilo je smanjenje odjeljenja za provjeru činjenica, njihovo spajanje s lekturom ili potpunu

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

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. 3. 2018].

3 Vidjeti Modul tri.

eliminaciju. Danas uglavnom još samo elitni sedmični časopisi poput *New Yorkera* u SAD-u ili *Der Spiegel* u Njemačkoj zapošljavaju fakt čekere isključivo za uredničku provjeru činjenica.⁴

Provjera činjenica na koju će se fokusirati ovaj modul ne odvija se 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 prvenstveno se (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 s Univerziteta Pennsylvania, pokrenut 2003, i Channel 4 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 talas pokrenut je 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 bila je 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 strukturiran pristup publikama dao je veoma jasno do znanja što 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.⁵

Drugi talas projekata za provjeru činjenica došao je nakon globalne poplave tzv. „lažnih vijesti“. Taj termin, koji je sada sveprisutan i pogrešno korišćen, opisuje potpuno izmišljene senzacionalističke priče koje dopiru do ogromnih publika iskorišćavanjem 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.

Drugi talas projekata za provjeru činjenica nastao je nakon što su svijet preplavile takozvane lažne vijesti. Raskrinkavanje je podgrupa provjere činjenica koja zahtijeva posebne vještine podudarne s verifikacijom (posebno sadržaja koje generišu korisnici – *user-generated content* – UGC – vidjeti Venov dijagram niže). Ovaj modul fokusiraće se na provjeravanje činjenica kako je u nastavku definisano, dok će se sljedeći modul baviti verifikacijom digitalnog sadržaja i izvora.⁶

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. 3. 2018].

5 Mantzarlis, A. (2017). *In its first decade, PolitiFact 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. 3. 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 bilo je 137 projekata za provjeru činjenica aktivnih u 51 zemlji.⁷

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

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

⁷ 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. 3. 2018].

- **Južna Koreja:** „What’s behind South Korea’s fact-checking boom? Tense politics and the decline of investigative journalism“, članak autorike 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 Ehta 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 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 sastoji se od tri faze:

1. **Traženje provjerljivih tvrdnji** pretraživanjem zakonskih evidencija, medijskih izvora i društvenih medija. Ovaj proces uključuje određivanje koje se značajne javne tvrdnje (a) mogu i (b) trebaju provjeriti.
2. **Utvrđivanje činjenica** traženjem najboljih dostupnih dokaza za predmetnu tvrdnju.
3. **Ispravljanje zapisa** procjenom tvrdnje u svijetlu 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 PolitiFact*“ (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)⁸ takođe je razvila kodeks principa kojeg se savjesni kontrolori činjenica svakodnevno pridržavaju.

Organizacije za provjeru činjenica prijavljuju se da postanu ovjereni potpisnici IFCN-ovog kodeksa principa. To podrazumijeva eksternu procjenu efektivne primjene tih standarda. Predavači treba da se upoznaju s kodeksom i pronađu procjene organizacija za provjeru činjenica iz svoje zemlje⁹ i s polaznicima razgovaraju o tome da li zbog toga više vjeruju tim organizacijama ili ne.

Ti principi razvijeni su da 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>.

Što činjenicama stoji na putu

Prije nego što pređu na praktične aspekte provjere činjenica, polaznici treba da budu svjesni njenih ograničenja – kao i vlastitih.

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“) dodijelili su im titulu „Riječ godine“. Zagovornici „post-istine“ argumentuju da su politika i mediji postali toliko polarizovani i rascjepkani da građani jednostavno odbacuju sve činjenice s kojima se ne slažu.

To se u potpunosti ne slaže s rastućim brojem istraživanja koja su otkrila da, ako se dovoljno ispravljaju, naročito pozivanjem na autoritete koje publika smatra vjerodostojnim, ljudi (u prosjeku) postaju bolje informisani. Predavači mogu pročitati i s polaznicima raspravljati o sljedećim studijama:

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

9 Dostupno na <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>. [pristupljeno: 28. 3. 2018].

- 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. 3. 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. 3. 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. 3. 2018].

Istovremeno, bilo bi apsurdno pojednostavljeno 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. 3. 2018]: tendencija da se informacije procesuiraju traženjem ili tumačenjem informacija koje su u skladu s nečijim prethodnim uvjerenjima. Ovako pristrasan pristup donošenju odluka u najvećoj je 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/#.WfHr-l4ZrzBl> [pristupljeno 28. 3. 2018]. Motivisano zaključivanje odnosi se na nesvjesnu sklonost pojedinaca da svoje procesuiranje informacija prilagodi zaključcima koji odgovaraju nekom planu ili cilju. Uzmimo u obzir klasičan primjer. Psiholozi su 1950-ih godina tražili od subjekata u eksperimentu, studenata s dva *Ivy League* fakulteta, da pregledaju film koji je sadržavao nekoliko kontroverznih sudijskih odluka na fudbalskoj 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 potvrdu odanosti svojoj ustanovi, oblikovala ono što su oni vidjeli na 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. 3. 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 sprovedla Liza Facio (*Lisa Fazio*) na Univerzitetu Vanderbilt, osobe od kojih je traženo da izjavu „sari je kilt“ ponove šest puta više su vjerovala u tu netačnu tvrdnju od osoba koje su izjavu 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 Baraka Obame je, na primjer, moglo biti faktor u širenju uvjerenja da bivši predsjednik SAD-a zapravo nije rođen na Havajima.

Treba napomenuti da i provjera činjenica nije savršen instrument. Nešto može biti 100% tačno, a svejedno izostavljati važan kontekst.¹⁰ Neizbježno je da se činjenice grade, ređaju 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 poznavanje novih globalnih dobrih praksi u oblasti provjere činjenica.
- Razviti svijest o kognitivnim predrasudama koje mogu otežati razumijevanje činjenica.
- Poboljšati vještine kritičke analize.



Ishodi učenja

1. Shvatanje da je provjera 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 koje ometaju razumijevanje činjenica.

¹⁰ Vidjeti primjer: Yanofsky, D.(2013). *The chart Tim Cook doesn't want you to see*. Dostupno na <https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/>. [pristupljeno 28. 3. 2018].



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. Pronalaženje provjerljivih navoda
2. Pronalaženje činjenica.

Zadatak se fokusira na ispravljanje zapisa.

Povezivanje plana s ishodima učenja

A. Teorija

PLAN MODULA	BROJ SATI	ISHODI UČENJA
1. Istorija i semantika	20 min.	1
2. Metodologija i etika	20 min.	1
3. Prepreke koje stoje na putu činjenicama	20 min.	4

B. Praksa

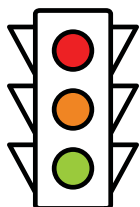
PLAN MODULA	BROJ SATI	ISHODI UČENJA
Aktivnost 1: Pronalaženje provjerljivih navoda	30 min.	3
Aktivnost 2: Pronalaženje činjenica	1 sat	2

i) Pronalaženje provjerljivih navoda

Provjera činjenica fokusira se na navode koji sadrže bar jednu činjenicu ili brojku čija se tačnost može objektivno verifikovati. Provjera činjenica ne procjenjuje istinitost stavova i predviđanja, hip-erbola, 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 djelove koji su negdje u sredini (ŽUTO). Nakon što polaznici predaju svoje obojene odlomke, pređite zajedno svaki, raspravljajući o tome što 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, osam miliona tona plastike putuje do okeana i tamo ostaje stotinama godina, s velikim negativnim posljedicama. Da bismo riješili taj problem, uzeli smo učešće u kampanji Programa Ujedinjenih nacija za okolinu (UNEP) pod nazivom Čista mora. U međuvremenu, na lokalnom nivou predstavimo 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 materijama 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 45 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 najjasnije se 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 nacijama 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, nezvanih plaćanja, dok je 2011. godine taj udio bio 50%. Stvari ne izgledaju ništa bolje kad je riječ o drugim programima pomoći UN.

Ne smije se dešavati da osobe na odgovornim pozicijama u Ujedinjenim nacijama više vremena troše na slanje molbi za neophodno finansiranje nego na organizovanje efikasne pomoći. Moramo promijeniti svoj pristup. Ujedinjenim nacijama 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 nacijama.

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

Fejsbuk je kompanija puna ideala i optimizma. Većinu našeg postojanja fokusirali smo se na dobre strane povezivanja ljudi. Kako je Fejsbuk rastao, ljudi iz svih djelova svijeta su dobili moćan novi alat koji im omogućava povezivanje s 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 Fejsbuku. Nakon uragana Harvey, za pomoć je skupljeno preko 20 miliona dolara. A više od 70 miliona malih preduzeća sada koristi Fejsbuk za razvoj i otvaranje novih radnih mjesta.

ii) Nalaženje činjenica

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

Neka grupe traže dokaze koji potvrđuju ili osporavaju navode. Prije toga, podstaknite 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 obično je udaljena od podataka – i stoga manje vrijedan izvor – od državne agencije za statistiku koja mjeri zaposlenost.*

Stručnost: Koje reference ukazuju na kvalitet izvora dokaza? *Npr. autor knjige ima doktorat iz te oblasti i često je citiran u svojoj struci.*

Temeljnost: Kako su prikupljeni dokazi? *Npr. Podaci o nasilju nad ženama često se dobijaju iz anketa.*¹¹

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

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 zemlje do zemlje. Time se ne umanjuje ozbiljnost problema nasilja nad ženama, već se želi istaći važnost temeljnosti kad se naglašavaju specifični navodi.

Transparentnost: Što znamo o dokazima? Na primjer, naučna studija je online objavila sve podatke na kojima je zasnovala svoje zaključke da 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.¹²

Sukob interesa: Da li dokazi, takvi kakvi jesu, idu u korist ličnim ili privatnim interesima izvora? Na primjer, studiju o navodnim zdravstvenim koristima tjestenine dijelom je sproveo i finansirao veliki proizvođač tjestenine.¹³

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

	Slab	Srednji	Jak
Blizina			
Stručnost			
Temeljnost			
Transparentnost			
Pouzdanost			
Sukob interesa			



Predloženi zadatak

Ispravljaj zapis

Koristeći dokaze procijenjene u vježbi, polaznici treba da napišu izvještaj o provjeri činjenica (otprilike 1200 riječi) sa zaključkom o relativnoj istinitosti navoda koje su provjeravali.

Treba da razviju vlastitu skalu za ocjenjivanje i ocijene provjereni navod. Na primjer, PolitiFact dodjeljuje sljedeće ocjene:

12 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 [pristupljeno 23. 3. 2018].

13 Ovo je primjer iz stvarnosti. Saznajte više ovdje: <http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/>. [pristupljeno 23. 3. 2018].

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 činjenice 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 Meksika¹⁴ 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. Podstaknite polaznike da budu kreativni u osmišljavanju skala tako 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 kad se predstavi kao duhovit video, nego kao članak.¹⁵

Nekoliko primjera kreativnih formi predavači mogu pronaći u sljedećim člancima s 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. 3. 2018].

Mantzarlis, A. (2016). *How (and why) to turn a fact check into a GIF*. [pristupljeno 28. 3. 2018]. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/how-and-why-turn-fact-check-gif> [pristupljeno 28. 3. 2018].

14 AnimalPolitico (2015). Dostupno na <http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-el-discurso-publico/>. [pristupljeno 6. 4. 2018].

15 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



Literatura

Osim u nastavku 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 s 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 6. 4. 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 6. 4. 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 6. 4. 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 6. 4. 2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 tips for fact-checking datasets*. Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets>. [pristupljeno 6. 4. 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 6. 4. 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 6. 4. 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 6. 4. 2018].

Funke, D. (2017). *Where there's a rumour, 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 6. 4. 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 6. 4. 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 6. 4. 2018].

Mantzaris, 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 6. 4. 2018].

Mantzaris, 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 6. 4. 2018].

Mantzaris, A. (2016). *Should journalists outsource fact-checking to academics?* Dostupno na: <https://www.poynter.org/news/should-journalists-outsource-fact-checking-academics>. [pristupljeno 6. 4. 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 s kartaškom igrom uloga za Međunarodni dan provjere činjenica (International Fact-Checking Day), osmišljen za učenike uzrasta 14–16 godina, dostupan je 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 Trevinard i Fergus Bel

MODUL 6

MODUL 6

Verifikacija na društvenim medijima: procjena izvora i vizuelnog sadržaja

autori Tom Trevinard i Fergus Bel

Ovaj modul osmišljen je 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*.¹⁶ Takav sadržaj mogu preuzeti i prenijeti novinske organizacije koje su inače pouzdane i tako se diskreditovati. Takođe ga često na društvenim mrežama dalje šire i pojačavaju novinari koji su nekad na meti zlonamjernih aktera koji žele uticati na javne rasprave¹⁷ i iskoristiti reputaciju novinara kao pouzdanih izvora.¹⁸

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 korišćenja sadržaja koji generišu korisnici¹⁹
- Identifikaciju i isključivanje lažnih profila ili botova^{20,21}
- Potvrđivanje da je vizuelni sadržaj ispravno pripisan 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.

16 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. 4. 2018].

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

18 Modul sedam sadrži detaljnu raspravu i analizu ovog problema.

19 Vidjeti: Etički vodiš za UGC Online News Associationa: <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [pristupljeno 18. 4. 2018].

20 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](http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf). Dostupno na <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [pristupljeno 22. 4. 2018].

21 Joseph, R. (2018). Vodič. *How to verify a Twitter account*. Africa Check. Dostupno na <https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/>. [pristupljeno 6. 4. 2018].



Pregled

Autori Bil Kovač (Bill Kovach) i Tom Rozenstil (Tom Rosenstiel), u svojoj knjizi „Elementi novinarstva“ (The Elements of Journalism)²² navode: „Disciplina u verifikaciji je ono što, na kraju, razdvaja novinarstvo od zabave, propagande, fikcije ili umjetnosti... Samo novinarstvo prvenstveno se fokusira na tačno bilježenje onoga što se desilo...“ U tom duhu, ovaj modul sagledava „disciplinu verifikacije“ danas.

Društveni mediji su promijenili novinarski rad. Angažman publike u stvarnom vremenu dao je zamah sadržaju koji stvara javnost (crowdsourcing), a publika se može angažovati čak i na novinarskim poslovima kao što je verifikacija.²³ Premda je novinarstvo u suštini jedna od disciplina verifikacije,²⁴ metode verifikacije sadržaja i izvora zahtijevaju konstantno ažuriranje da bi odrazile posljedice brzog napretka digitalne tehnologije, online ponašanja i praksi prikupljanja vijesti. Na primjer, tokom Arapskog proljeća počeo se pojavljivati pojam „otvorena verifikacija“ – proces javne i kolaborativne verifikacije u stvarnom vremenu. Taj proces je, međutim, sporan zbog rizika od netačnih informacija 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 obavij javnost).²⁵

Svjedočanstva očevidaca i vizuelni sadržaj danas predstavljaju neke od najvažnijih i najuvjerljivih alata koje novinar ili novinski izdavač mogu koristiti da ispričaju priču s velikim odjekom. U situaciji vanrednih vijesti, brzina je ključni faktor verifikacije informacija s društvenih medija.²⁶

Novinari moraju biti u stanju da nađu put između mnoštva informacija i da dođu do izvora, informacija i važnih slika. 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 svijeta²⁷
- 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.

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

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

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

25 Posetti, J. i Silverman, S. (2014). *When Good People Share Bad Things: The basics of social media verification* na Mediashift 24. 7. 2014. Dostupno na: <http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/> [pristupljeno 22. 4. 2018].

26 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.

27 Vidjeti slajd 5 izvještaja „Internet Trends Report“ autorice Mary Meeker : <https://www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1> [pristupljeno 22. 4. 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 –vjerovatno će objaviti svjedok, učesnik ili posmatrač s pametnim telefonom. Tehnike za verifikaciju tog sadržaja variraju u zavisnosti od resursa, normi i standarda redakcije i ličnih praksi novinara. Ovaj modul polaznike će upoznati s nekim od najboljih metoda i online alata i resursa, ali, kao i kod tehnologije, alati se razvijaju veoma brzo.²⁸

Kod svih verifikacija treba primjenjivati neke opšte smjernice, koje su definisali Kovač i Rozenstil (2014):²⁹

- Uređivati sa skepticizmom
- Imati kontrolnu listu tačnosti
- Ništa ne pretpostavljati – ne dajte da vas zavara korišćenje signala koji se povezuju s „osjećajem tačnosti“³⁰
- Biti oprezni s anonimnim izvorima.

Ako provjere identifikacijom izvora informacija ili slika i primjenom sistema provjere i na izvorima i na sadržaju koji su objavili, daju tražene rezultate, trebali biste biti u poziciji da ih verifikujete kao izvor.³¹

Te provjere repliciraju operacije koje bi novinar mogao izvršiti da je fizički prisutan na mjestu događaja dok intervjuiše svjedoke. Novinar koji može sprovesti intervju licem u lice preispitao bi izjavu svjedoka, detaljno 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 kad nije moguće direktno ili u stvarnom vremenu razgovarati s osobom.³²

Mnoge velike redakcije imaju timove i skupocjenu tehnologiju, ili angažuju agencije za uslugu provjere, isključivo za pronalaženje takvog sadržaja što je brže moguće,³³ dok istovremeno kupuju prava objavljivanja i emitovanja i verifikuju sadržaj prije objavljivanja. Većina manjih redakcija i

28 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.

29 Kovach i Rosenstiel (2014). Op. cit.

30 Zimmer, B (2010). "Truthiness", *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2010/10/2017/magazine/2017FOB-onlanguage-t.html> [pristupljeno 15. 4. 2018].

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

Dostupno na: <https://medium.com/1st-draft/verficiation-source-vs-content-b67d6eed3ad0> [pristupljeno 22. 4. 2018].

32 Kovach i Rosenstiel (2014). Op. cit.

33 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. 4. 2018].

mnogi nezavisni novinari nemaju iste resurse na raspolaganju³⁴ i oslanjaju se na vlastitu sistematsku metodologiju koju razvijaju za utvrđivanje vjerodostojnosti.³⁵

Zašto je verifikacija izvora i vizuelnog sadržaja tako važna? Jednostavno: 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 kad su profesionalni novinari i redakcije urušili svoj ugled dijeljenjem ili objavljivanjem obmanjujućih informacija, fotografija, video-snimaka i informacija od osoba koje su se lažno predstavljale. Dešavalo se da su pogrešno protumačili satirične sadržaje i podijelili ih ili objavili kao činjenice.³⁶

Problem dodatno komplikuje 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 i političare i profesionalne novinare.

Postoji, međutim, nekoliko koraka koji se mogu preduzeti da bi se procijenila vjerodostojnost izvora koji ima neku priču ili sadržaj koji se želi podijeliti. Treba postaviti važna pitanja, neka direktno, a neka tako da se odgovor može dobiti na osnovu dokaza do kojih ćemo doći istraživanjem. Alati za verifikaciju mogu se koristiti za utvrđivanje odakle je izvor nešto objavio, ali moguće je i manuelno locirati izvore analizom njihove istorije na društvenim medijima u potrazi za tragovima koji bi mogli pokazati koliko je vjerovatno da su bili na određenom mjestu u određeno vrijeme. Ispitivanjem istorije njihovih interakcija s drugim korisnicima i provjerom sadržaja povezanog s objavama takođe može pomoći u procesu manuelne provjere i pomoći da se eliminišu informacije koje su podijelili botovi.

Skeptično uređivanje je važno, ali većinom osoba koje se zainteresuju za neki događaj i podijele svoje priče to ne rade 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 što se desilo ili želi malo ukrasiti priču. To se može desiti i ako imate priliku da fizički sprovedete intervju licem u lice, što dokazuju često suprotni izvještaji i izjave s mjesta zločina ili nesreća, gdje se izjave traumatizovanih svjedoka ili žrtava mogu značajno razlikovati.

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

34 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. 4. 2018].

35 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.

36 Deutsche Welle. (2018) *Germany's Bild falls for hoax and unleashes fake news debate* (22. 2. 2018). Dostupno na <http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014> [pristupljeno 22. 4. 2018].

- Je li sadržaj originalan ili je „sklepan“ od ranijih izvještaja i ponovo upotrijebljen na obmanjujući način?
- Je li sadržaj na bilo koji način digitalno manipulisan?³⁷
- 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 znakove upozorenja, moramo takođe 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 s novim navodima o tome što prikazuju. Viralnost je u takvim slučajevima najčešće rezultat slučajnog dijeljenja sadržaja koji se može lako razotkriti, ali ga nije lako povući.³⁸
- **Manipulisani sadržaj:** sadržaj koji je digitalno manipulisan softverom za fotografsko ili video uređivanje
- **Iscenirani sadržaj:** originalni sadržaj koji je napravljen ili podijeljen s namjerom da obmane.³⁹

Polaznici će se u ovom modulu upoznati s osnovnim alatima i tehnikama za učenje i vježbanje verifikacije izvora i sadržaja (slajdovi, zajedno s bilješkama predavača, i obezbijedena dodatna literatura), kao što su:⁴⁰

Analiza Fejsbuk računa: Primjenom online alata Intel Techniquesa,⁴¹ možete saznati više o izvoru analizirajući njegov Fejsbuk račun.

Analiza Twitter računa: Korišćenjem ovog vodiča Africa Checka, možete saznati više o izvoru analizirajući njegovu društvenu istoriju i tako utvrditi je li u pitanju bot.⁴²

37 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/janelytvynenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euy6NPavy#_jhe2YvV44. [pristupljeno 22. 4. 2018].

38 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. 4. 2018].

39 Vještačka inteligencija i sofisticirani alati za uređivanje videa otežavaju prepoznavanje lažnih videa, kao što pokazuje ovaj snimak Baraka Obame: <https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo> [pristupljeno 3. 4. 2018].

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

41 Dostupno na: <https://inteltechniques.com/osint/facebook.html>. [pristupljeno 3. 4. 2018].

42 Joseph (2018). Op cit.

Obrnuta pretraga slika: Korišćenjem usluga kao što su Google Reverse Image Search,⁴³ TinEye⁴⁴ ili RevEye,⁴⁵ možete provjeriti da li je neka slika ponovo iskorišćena u korist nove tvrdnje ili događaja. Obrnuta pretraga slika dozvoljava vam da vidite sadrži li jedna ili više baza podataka (s 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,⁴⁶ InVID⁴⁷ i NewsCheck⁴⁸ mogu otkriti video-sličice, a obrnuto pretraživanje tih sličica može otkriti postoje li ranije verzije tog snimka. (Alati pokazuju i tačno vrijeme objavljivanja.)

EXIF Viewer: EXIF su metapodaci za vizuelni sadržaj koji obuhvata širok raspon tačaka podataka koje stvaraju digitalni fotoaparati i kamere na mjestu snimanja. To uključuje tačno vrijeme i datum, metapodatke o lokaciji, podatke o uređaju i informacije o postavkama svjetla. EXIF metapodaci su veoma korisni u procesu verifikacije, ali su ograničeni jer društvene mreže vizuelnom sadržaju oduzimaju metapodatke. To znači da slike podijeljene na Twitteru ili Fejsbuku neće pokazati EXIF podatke. Međutim, ako ste u mogućnosti da kontaktirate osobu koja je postavila snimak i dobiti ga, 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 s osnovama naprednih 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 s mobilnih telefona često mogu otkriti koordinate, dok društveni sadržaj (na Instagramu, Fejsbuku 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 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, Fejsbuk i YouTube)

43 *How to do a Google Reverse Image Search:* <https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en> [pristupljeno 22. 4. 2018].

44 Posjetiti stranicu <https://www.tineye.com/> [pristupljeno 22. 4. 2018].

45 <http://squobble.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html> [pristupljeno 22. 4. 2018].

46 *How to use Amnesty's YouTube Data Viewer:* https://firstdraftnews.org/curriculum_resource/youtube-data-viewer/ [pristupljeno 22. 4. 2018].

47 InVid alat za verifikaciju videa. Dostupno na: <http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>. [pristupljeno 22. 4. 2018].

48 *About NewsCheck:* <https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/> [pristupljeno 22. 4. 2018].

- **Meteorološka potvrda:** Izvori kao što je WolframAlpha⁴⁹ mogu otkriti istorijske podatke o vremenskim uslovima te tako možemo provjeriti dali li vremenski uslovi vidljivi na video sadržaju odgovaraju istorijskim podacima (npr. Da li na video-snimku pada kiša na dan kad meteorološki izvori nijesu zabilježili nikakve padavine?)
- **Analiza sjenki:** Jedan smjer provjere fotografija ili video-snimaka jeste ispitivanje dosljednosti vidljivih sjenki (npr. jesu li sjenke na očekivanim mjestima i ima li vidljivih sjenki koje su u skladu s 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,⁵⁰ Photo Forensics⁵¹ i IziTru⁵² mogu tražiti klonove i analizirati nivo greške što može biti važno.



Ciljevi modula

- Povećati svijest o ulozi sadržaja koji generišu korisnici (UGC), a koji se dijeli na društvenim mrežama u savremenom novinarstvu, zajedno s rizicima i zamkama koji su u vezi s oslanjanjem na takav sadržaj.
- Postići šire razumijevanje o važnosti da se omogući pristup i informisanje 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.
3. Svijest i tehničko razumijevanje o primjeni alata za verifikaciju originalnog izvora.
4. Sposobnost sprovođenja osnovnih koraka verifikacije foto i video sadržaja.

49 WolframAlpha alat. Dostupno na <https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/> [pristupljeno 22. 4. 2018].

50 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. 4. 2018].

51 Alati za fotoforenziku. Dostupno na: <http://fotoforensics.com/> [pristupljeno 22. 4. 2018].

52 IziTru alati. Dostupno na: <https://www.izitru.com/> [pristupljeno 22. 4. 2018].

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

Teorija: Na osnovu prethodno 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 dijela.

Predavači treba da koriste ranije napomene i da koriste 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
- 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
- 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.

Povezivanje plana s ishodima učenja

A. Teorija

PLAN MODULA	BROJ SATI	ISHODI UČENJA
Predavanje: Istorija i teorija verifikacije i evolucija metoda	1 sat	1, 2, 6

B. Praksa

PLAN MODULA	BROJ SATI	ISHODI UČENJA
i) Verifikacija izvora – društvena (vježba)	30 min.	2, 3
ii) Obrnuta pretraga slika (demonstracija i vježbi)	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 treba da osmisle raspored verifikacije izvora koristeći generičku formu na Slajdu 8 prve prezentacije. Učesnici treba da koriste pravu ulogu, mjesto na kom rade ili njima poznatu novinsku organizaciju.
- Na društvenim medijima izabрати povezani nalog neke popularne osobe i reći učesnicima da utvrde je li to pravi profil te osobe i postoje li neki povezani ali neautentični profili.
- Odabrati i podijeliti slikovni fajl s učesnicima i reći im da identifikuju određene djelove informacija koristeći online EXIF viewer i jedan od alata za obrnutu pretragu slika i kažu koji je originalni izvor.



Materijali

Prezentacije

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_digi-



tal_sources_two.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 4. 4. 2018].

Bell, F. (2015). *Verification: Source vs. Content*, First Draft News. Dostupno na: <https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0>. [pristupljeno 4. 4. 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 4. 4. 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 4. 4. 2018].

Trewnard, T. (2016). *Source verification: Beware the bots*, First Draft News. Dostupno na: <https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/>. [pristupljeno 4. 4. 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 4. 4. 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. 8. 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 4. 4. 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 4. 4. 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. 1. 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 3. 4. 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/janelytvynenko/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. [pristupljeno 6. 11. 2017].

First Draft News. *Visual Verification Guide - Video* -. Dostupno na https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_videos.pdf?x47084. [pristupljeno 6. 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 6. 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 6. 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 3. 4. 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 3. 4. 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 3. 4. 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 3. 4. 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. [pristupljeno 3. 4. 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 3. 4. 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-89d-960bb8fba>. [pristupljeno 3. 4. 2018].

Online resursi

First Draft Interactive: Geolocation Challenge. Dostupno na <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/>. [pristupljeno 3. 4. 2018].

First Draft Interactive: Observation Challenge. Dostupno na <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-observation-challenge/>. [pristupljeno 3. 4. 2018].

First Draft Online Verification Course. Dostupno na <https://firstdraftnews.org/learn/> [pristupljeno 3. 4. 2018]

A close-up, side-profile view of a person's hands holding and interacting with a black smartphone. The person is wearing a white shirt. The background is a bright, out-of-focus outdoor setting with horizontal wooden slats, possibly a balcony or walkway. The overall lighting is bright and natural, suggesting daytime.

**BORBA PROTIV ONLINE ZLOSTAVLJANJA:
KAD NOVINARI I NJIHOVI IZVORI
POSTANU METE**

Džuli Poseti

MODUL 7

MODUL 7

Borba protiv online zlostavljanja: kad novinari i njihovi izvori postanu mete

autorka Džuli Poseti



Sažetak

Problem dezinformacija i netačnih informacija¹ koje potkopavaju vjerodostojno novinarstvo i pouzdane informacije dramatično je eskalirao u doba društvenih medija. Posljedice uključuju namjerno ciljanje novinara i drugih online izdavača, skupa s njihovim izvorima, koji pokušavaju da verifikuju ili podijele informacije i komentare. Rizici povezani s tim mogu dodatno umanjiti povjerenje u novinarstvo, ali i sigurnost novinara i njihovih izvora.

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

Evidentan je i fenomen vlada koje angažuju „digitalne mrzilačke grupe“ da ukinu kritičke komentare i uguše slobodu izražavanja.⁵ Prisutan je i ozbiljan problem zlostavljanja i online nasilja (nekad

-
- 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. 3. 2018].
 - 2 „Astroturfing“ je pojam izveden iz riječi na engleskom za vrstu vještačke trave kojom se pokrivaju spoljne površine da bi imitirala prirodnu travu. U kontekstu dezinformacija, to podrazumijeva širenje lažnih informacija ciljajući publike i novinare s namjerom da ih preusmjere ili zavaraju, naročito u obliku „dokaza“ nepostojeće javne podrške za neku osobu, ideju ili politiku. Takođe vidjeti definiciju Technopedije: <https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing> [pristupljeno 20. 3. 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 [pristupljeno 30. 3. 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. 3. 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. 7. 2018].

se netačno etiketiraju kao „trolovanje“⁶) koji je nesrazmjerno usmjeren protiv žena i često mizogin po prirodi. To može novinare, njihove izvore i komentatore izložiti bujicama online zlostavljanja, lažnih navoda o njihovom ponašanju, pogrešnog predstavljanja njihovih identiteta ili prijatnji fizičkim nasiljem sa ciljem da se ponizi i uništi njihovo samopouzdanje, diskredituje, preusmjeri njihova pažnja i, na kraju, strahom kontroliše njihovo izvještavanje.⁷ Istovremeno, na mnogo mjesta se nastavlja fizičko nasilje radi potiskivanja kritičkog izvještavanja, uz dodatnu opasnost da se ono pogorša kao rezultat huškanja i online zastrašivanja.

Novinari mogu biti direktne žrtve kampanja dezinformisanja, ali oni takođe pružaju i otpor. Osim jačanja digitalnih zaštita, mnogi proaktivno razotkrivaju takve napade i otkrivaju napadače. Angažovanjem u inicijativama za medijsku i informacijsku pismenost zajedno s nevladinim organizacijama, 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“⁸

Ovaj fenomen podrazumijeva izmišljanje likova i događaja s ciljem da se prevare novinari i publika, zajedno s 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“ neistinama da bi namjerno obmanuo ili potkopao kredibilitet i rad novinara i drugih online komentatora, 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 Mančesteru⁹) da bi naveli ljude da dijele sadržaj koji potencijalno narušava reputaciju i/ili vjerodostojnost osoba, uključujući novinare, koji bi mogli biti označeni u procesu distribucije.
- Objavljivanje sadržaja koji se predstavljaju kao vijesti koje kreiraju izmišljeni likovi

6 Napomena: „Trolovanje“ u kontekstu interneta podrazumijeva radnje koje mogu varirati od laganog zadirkivanja, 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>.

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

9 Primjer napada u Manchesteru: <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims> [pristupljeno 30. 3. 2018].

poput „Gay djevojke iz Damaska“.¹⁰ 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 Džes Hil (Jess Hill) za program *PM* Australian Broadcasting Corporationa. Ona kaže da su tradicionalne vrijednosti i metode verifikacije spriječile da njen program dodatno proširi laž. „Nijesmo izvijestili o njenom hapšenju iz jednostavnog razloga – nijesmo mogli pronaći nikoga ko ju je 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 s njom, ali svaki trag se pokazao beskorisnim. Činjenica da nijesmo mogli naći nikoga ko je djevojku upoznao bila je veliki znak upozorenja, tako da nijesmo izvještavali o tome... Novinske agencije koje su požurile da objave priču nijesu odradile osnovni zadatak traženja izvora. Objavljivali su vijesti na osnovu objave na blogu“.¹¹

Drugi motivi mogu biti želja da se novinari preusmjere ili da im se odvrti pažnja od istrage nekog problema dajući im beskorisne tragove koji otežavaju izvještavanje i na kraju imaju negativan efekat u traženju istine.

Primjeri ovog stila pogrešnog usmjeravanja uključuju:

- Pokušaj preoblikovanja tvrdnji o veličini publike na inauguraciji Donalda Trampa u januaru 2017. godine u „alterativne činjenice“.¹²
- Savremena ratna propaganda, npr. tweetovanje pogrešnih činjenica i netačnih informacija o bitkama Talibana, novinarima u Afganistanu.¹³
- Skupovi podataka koji se daju novinarima a koji sadrže provjerljive i vrijedne informacije od javnog interesa, ali u koje su ubačene i dezinformacije.

U skorije vrijeme je kompjuterska propaganda¹⁴ povećala opasnost za novinare koji se suočavaju s „astroturfingom“ i „trolovanjem“. To podrazumijeva korišćenje *botova* za širenje dobro usmjerenih lažnih informacija i propagandnih poruka u velikoj količini, da bi izgledalo kao organski pokret.¹⁵ Istovremeno, tehnologija vještačke inteligencije koristi se za stvaranje „deepfake“¹⁶ videa i drugih

10 Young, K. (2017). *How to Hoax Yourself: The Case of the Gay Girl in Damascus*, 9. 11. 2017, The New Yorker. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus> [pristupljeno 30. 3. 2018]

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-860142147643> [pristupljeno 30. 3. 2018].

13 Cunningham, E (2011). *In shift, Taliban embrace new media*, GlobalPost. <https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media> [pristupljeno 30. 3. 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. 3. 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. 3. 2018].

16 Pojam „deepfake“ je spoj sintagme „deep learning“ i „fake“ (duboko učenje i lažno). U to je uključena tehnologija s vještačkom inteligencijom koja kreira lažni sadržaj, nekad 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. 6. 2018].

oblika sadržaja osmišljenih tako da diskredituju svoje mete, uključujući novinare i, naročito, novinarke.

Primjeri takve prakse uključuju:

- Nezavisni portal Rappler.com i njegovo osoblje koje uglavnom čine žene, bili su meta kampanje obimnog online zlostavljanja. Na Filipinima, plaćeni trolovi, pogrešno zaključivanje, logički skokovi, taktike ocrnjivanja – to su samo neke od propagandnih tehnika koje su pomogle da se promijeni mišljenje javnosti o ključnim problemima¹⁷ (vidjeti u nastavku proširenu diskusiju)
- Imućna porodica optužena za preuzimanje ključnih državnih preduzeća i političara u Južnoafričkoj Republici unajmila je 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 veb 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.¹⁸ Ugledna urednica Ferijal Hafadžić bila je predmet kampanje online zlostavljanja u tom periodu i njene fotografije su manipulirane tako da stvore pogrešan utisak o njoj, uz korišćenje oznake #presstitute.¹⁹
- Slučaj novinarke Rane Ajub (*Rane Ayyub*) podstakao je poziv čak pet specijalnih izvjestilaca Ujedinjenih nacija da joj vlada Indije pruži zaštitu, nakon masovnog kruženja neistinitih informacija usmjerenih protiv njenog kritičkog izvještavanja. Ova nezavisna novinarka bila je meta kombinacije dezinformacija o njoj na društvenim medijima, uključujući „deepfake“ video-snimke koji su lažno sugerisali da je snimala pornografske filmove, kao i direktnih prijetnji silovanjem i smrću.²⁰
- Slučaj finske novinarke Džesike Aro (*Jessikka Aro*), o kojem više pišemo u dijelu ii) ovog modula „Digitalne prijetnje po sigurnost i strategije odbrane“.

Ostali moduli ovog priručnika posebno se 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.

17 Ressa, M. (2016). *Propaganda War: Weaponising the Internet*, Rappler. <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet> [pristupljeno 30. 3. 2018].

18 Opširan dosije 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. 3. 2018].

19 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/ [pristupljeno 6. 4. 2018].

20 *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. 8. 2018]. Takođe vidjeti: Ayyub, R. (2018). *In India, journalists face slut-shaming and rape threats*. <https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html> [pristupljeno 17. 6. 2018].

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/trudila da utvrdim identitet/sklonosti/pouzdanost/motivaciju te osobe (npr. žele li posijati dezinformacije ili ostvariti zaradu od prodaje ilegalno stečenog sadržaja bez opravdanja javnog interesa)?
5. Je li u pitanju osoba ili *bot*?²¹
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 radi 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 sajber napade, a njihove podatke ili izvore mogu korumpirati zlonamjerni subjekti, između ostalog, putem *phishinga*, napada *malwareom* i lažnog predstavljanja („spoofing“).²²

Primjer:

Nagrađivana istraživačka novinarka Džesika 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),²³ kad 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.²⁴ Aro je izrazila zahvalnost urednicima koji štite novinare od prijetnji i pozvala novinare da istražuju i razotkrivaju propagandu.

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 primaocu. Najuočajeniji 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. 3. 2018].

23 Definicija iz Technopedia: „Doxing“ je proces uzimanja, hakovanja i objavljivanja ličnih podataka osoba, uključujući imena, adrese, telefonske brojeve i podataka o kreditnim karticama. „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 da bi se izvuklo što više ličnih podataka. <https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing> [pristupljeno 29. 3. 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. 7. 2018].

Prema tome, važno je da novinarski radnici budu svjesni sljedećih prijetnji:

12 ključnih prijetnji po digitalnu sigurnost²⁵

- Ciljana prismostra i masovna prismostra
- Iskorišćavanje softvera i hardvera bez znanja mete
- *Phishing* napadi²⁶
- Napadi lažnih domena
- *Man-in-the-Middle* (MitM) napadi²⁷
- *Denial of Service* (DoS) napadi i *Distributed Denial of Service* (DDOS) napadi²⁸
- Napad na veb stranice
- Kompromitovanje korisničkih profila
- Zastrašivanje, zlostavljanje i prisilno otkrivanje online mreža
- Kampanje dezinformisanja i ocrnjivanja
- Oduzimanje proizvoda novinarskog rada
- Čuvanje i dubinska analiza podataka.

Za više informacija o strategijama odbrane vidjeti publikaciju: *Building Digital Safety for Journalism*.²⁹

Za više informacija o implikacijama za povjerljive izvore i zviždače koji kontaktiraju s novinarima i drugim medijskim izvorima, vidjeti publikaciju: *Protecting Journalism Sources in the Digital Age*.³⁰

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 mrziteljkom. Stalno mi ponavljaju da idem kući, da se ubijem, inače će me upucati, odrezati mi jezik, slomiti

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. 3. 2018].

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. 3. 2018].

27 Definicija „Man in the Middle“ napada (MITM) iz Technopedije: „Oblik prisluškivanja gdje komunikaciju između dva korisnika nadzire i modifikuje neovlašćena strana. Generalno govoreći, napadač aktivno prisluškuje presrijećući razmjenu poruka s javnim ključem i ponovo šalje poruku mijenjajući traženi ključ svojim“. <https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm> [pristupljeno 29. 3. 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. 3. 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. 3. 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. 3. 2018].

prste jedan po jedan. Konstantno mi prijete grupnim silovanjima i seksualnim mučenjem“.³¹ To su riječi slavne švedske novinarkе Aleksandre Paskalidu (*Alexandra Pascalidou*), koja je 2016. godine svjedočila o svojim online iskustvima na sjednici Evropske komisije u Briselu.

Globalno širenje ove vrste online zlostavljanja usmjerenog protiv novinarki i komentatorki rezultiralo je time da je UN (uključujući UNESCO³²), i druge agencije, prepoznao problem i pozvao na djelovanje i njegovo rješavanje.

Organizacija za saradnju i sigurnost u Evropi (OSCE) finansirala je istraživanje koje pokazuje međunarodni uticaj online zlostavljanja novinarki koje su u neproporcionalnoj mjeri meta mrzilačkog „trolovanja“.³³

To istraživanje pratila je studija koju je sproveo britanski *think tank*, Demos, u kojoj je pregledano na stotine hiljada *tvitova* i otkrili su da je novinarstvo jedina kategorija u kojoj su žene više zlostavljali od muškaraca, „gdje su novinarkе i voditeljke vijesti na TV-u bile na meti napada ugrubo tri puta više“³⁴ 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 se ponize, s namjerom da se zanemare njihovi javni komentari i izvještavanje.

Učinke toga dodatno pogoršavaju prijetnje nasiljem, uključujući prijetnje 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 bijesa u ušima. To je poput konstantnog ratnog stanja niskog intenziteta“, kaže Paskalidu.

Na Filipinima, direktorica i izvršna urednica novinskog portala *Rappler* Maria Resa³⁵ predstavlja studiju slučaja iz borbe protiv raširenog online uznemiravanja u kontekstu masovne kampanje dezinformisanja s vezama s državom. Ona je bivša ratna reporterka za CNN, ali kaže da je njeno iskustvo na terenu nije pripremiło za masovnu i destruktivnu kampanju polno zasnovanog online uznemiravanja kojem je izložena od 2016. godine.

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. 3. 2018].

32 Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa* in L. Kilman (Ed) op cit. Takođe vidjeti: Rezolucija 39 sa 39. Generalne konferencije UNESCO-a, gdje piše da „specifične prijetnje s kojima se suočavaju novinarkе uključujući seksualno uznemiravanje i nasilje kako online, tako i offline“. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [pristupljeno 29. 3. 2018].

33 OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [pristupljeno 30. 3. 2018].

34 Bartlett, J. et al. (2014) *Misogyny on Twitter*, Demos. https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [pristupljeno 30. 3. 2018].

35 Maria Ressa je predsjednica žirija UNESCO-ve nagrade Guillermo Cano World Press Freedom Prize <https://en.unesco.org/prizes/guillermo-cano/jury>.

„Zvali su me ružnom, psetom, zmijom, prijetili mi silovanjem i ubistvom“, tvrdi. Resa 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 Resu i Repler i potkopaju njihov rad. „Počelo je kao spirala ćutanja. Ko god je kritikovao ili postavljao pitanja o vansudskim ubistvima napadnut je, brutalno napadnut. Ženama je bilo najgore. Onda smo shvatili da je sistem namješten tako da učutka neslaganje – da bi novinari bili poslušni. Ne trebamo postavljati teška pitanja, a naročito ne smijemo kritikovati“, kaže Resa.³⁶

Strategija borbe Marie Rese podrazumijeva:

- Prepoznavanje ozbiljnosti problema
- Prepoznavanje psiholoških posljedica i omogućavanje psihološke podrške napadanom osoblju
- Primjenu istraživačkog novinarstva kao oružja u borbi³⁷
- Zamoliti odanu publiku da pomogne u odbijanju i obuzdavanju napada
- Povećanje online i offline sigurnosti kao odgovor na uznemiravanje
- Javno pozivanje platformi (npr. Fejsbuka i Twittera) da urade više na ograničavanju i adekvatnom upravljanju online uznemiravanja.

U sukobu s rastućom prijetnjom online uznemiravanja, takođe je važno priznati konstantno offline uznemiravanje novinarki u kontekstu kampanja dezinformisanja. Na primjer, istraživačku novinarku iz Australije Vendi Karlajl (*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.³⁸



Ciljevi modula

Ovaj modul će upoznati polaznike s rizicima online zlostavljanja u kontekstu „informatijskog poremećaja“, pomoći polaznicima da prepoznaju prijetnje i pružiti razvoj vještina i alate koji će im pomoći u borbi protiv online zlostavljanja. Ciljevi su:

36 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. 3. 2018].

37 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. 6. 2018].

38 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. 3. 2018].

- 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
- Pripremiti polaznike za efikasniju borbu protiv „astroturfinga“ i „trolovanja“, prijetnji za digitalnu sigurnost i online zlostavljanje na rodno osjetljiv način.



Ishodi učenja

Do kraja ovog modula polaznici će:

1. Bolje razumjeti posljedice 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 s kojima se suočavaju žene koje se bave online novinarstvom
4. Moći lakše prepoznati zlonamjerne online aktere, 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 osmišljen je 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, pitanja i odgovori (90 minuta), koji se mogu održati na tradicionalan način ili preko platforme za vebinare tako da se podstakne učešće na daljinu. Sadržaj predavanja može se izvući iz prethodno opisane teorije i primjera. Međutim, predavače podstičemo da u ovaj modul uključe i kulturološki/lokalno relevantne studije slučaja.	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 neke platforme 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">• Podijeliti demonstracije na radne grupe od 3 do 5 učesnika,• Svaka radna grupa dobija po jedan primjer zlonamjernog sadržaja (pretražite blogove i društvene medije za sadržaj usmjeren protiv Marie Rese, Džesike Aro i Aleksandre Paskalidu, na primjer, čije smo slučajeve spomenuli u ovom modulu) povezanog s kampanjom dezinformisanja, netačnog informisanja, trolovanja, astroturfinga ili online zlostavljanja.• Svaka radna grupa treba: zajednički da procijeni materijal (istraži osobu/grupu koja se krije iza materijala), identifikuje rizike i prijetnje (pozivajući se na relevantna istraživanja o posljedicama navedena u preporučenoj literaturi); predloži akcioni plan za reagovanje na materijal (to može podrazumijevati strateško odgovaranje, prijavljivanje korisnika platformi ili policiji ako je to primjereno, pisanje priče o problemu); napiše pregled svog akcionog plana u 250 riječi (koristeći Google Docs ili neki sličan alat za kolaborativno uređivanje) i preda ga predavaču/instruktoru na pregled.	90–120 min.	1, 2, 3, 4, 5

Alternativna struktura

Za detaljnu analizu opisanih problema, ovaj modul se može proširiti tako da obuhvati tri odvojene lekcije (svaka prezentovana u dva dijela, kao što je prethodno opisano):

- Prepoznavanje i reagovanje na „trolovanje“ i „astroturfing“
- Modeliranje digitalnih prijetnji³⁹ i strategije odbrane
- Prepoznavanje i rješavanje problema online uznemiravanja i nasilja.



Predloženi zadatak

Napišite reportažu od 1200 riječi, ili napravite audio-izvještaj od pet minuta, video-izvještaj od tri minuta, ili detaljnu interaktivnu infografiku na osnovu intervjua s jednim ili više novinara o njihovim iskustvima s online zlostavljanjem (npr. kad su bili meta dezinformacija i/ili kad su se suočili s prijetnjama za digitalnu sigurnost kao dio kampanje dezinformisanja i/ili kad su ih uznemiravali ili su bili žrtve online nasilja). Polaznici u reportaži treba da citiraju ugledne studije i objasne 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. 7. 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/ [pristupljeno 29. 3. 2018].

OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [pristupljeno 29. 3. 2018].

Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa* u: 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. 3. 2018].

39 Stray, J. (2014). *Security for journalists, Part Two: Threat Modelling*. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [pristupljeno 2. 3. 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. 3. 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 [pristupljeno 20. 8. 2018].

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. 7. 2018].

Stray, J. (2014). *Security for journalists, Part Two: Threat Modelling*. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [pristupljeno 2. 3. 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 je 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 viša naučna saradnica Reuters Instituta za studije novinarstva na Univerzitetu Oxford, gdje vodi Projekat novinarskih inovacija (Journalism Innovation Project).

Tom Trewinnard je šef programa Meedanovog open source alata za verifikaciju pod nazivom Check.

Claire Wardle je izvršna direktorica organizacije First Draft i naučna saradnica Shorenstein centra za medije, politiku i javne politike u sklopu Harvard Kennedy School.

GRAFIČKI DIZAJN

Mr Clinton www.mrclinton.be

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 s kojim se suočavaju društva u cjelini, a naročito novinarstvo.

Ovaj model nastavnog plana i programa osmišljen je 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 da bi se mogli nositi s 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 osvježe 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 jeste da učestvuje u obrazovanju, praksi i istraživanjima u oblasti novinarstva iz globalne perspektive, uključujući dijeljenje međunarodnih dobrih praksi.



unesco

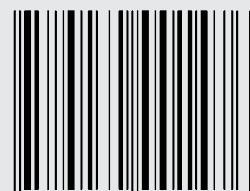
Organizacija Ujedinjenih
nacija za obrazovanje,
nauku i kulturu

UNESCO – Sektor za komunikacije i informisanje
7, place de Fontenoy, F-75352 Pariz 07 SP, Francuska
Za više informacija kontaktirajte: ipdc.secretariat@unesco.org

IPDC MEĐUNARODNI PROGRAM ZA
RAZVOJ KOMUNIKACIJA



Institut za medije Crne Gore
Montenegro Media Institute



9 789230 001476