MEDIActive
YOUTH
BALKANS

Razdvajanje činjenica od fikcije:

Kritičko mišljenje protiv informacionog poremećaja i propagande

UDŽBENIK
2025

Co-funded by
the European Union



Ova publikacija je nastala kao deo projekta
MEDIActive Youth: Informing the Balkans (MEDIAktivni mladi: informisanje na Balkanu)
podržanog od strane Erazmus+ programa.

Autori publikacije su članovi ekspertskog tima iz partnerskih NVO
predvođeni Aleksandrom Pavlovićem.

Projektni konzorcijum uključuje sledećih šest organizacija:

Centar za društveno ekonomski razvoj
Srbija, koordinator

Bosnian Representative Association for Valuable Opportunities
Bosna i Hercegovina

Center for Intercultural Dialogue
Severna Makedonija

Hrvatska edukacijska i razvojna mreža za evoluciju sporazumijevanja
Hrvatska

Nevladino udruženje Prima
Crna gora

Pertej Barrierave
Albanija

Co-funded by
the European Union

Stavovi i mišljenja izneti u ovoj publikaciji pripadaju autorima i ne odražavaju nužno stavove Evropske unije ili Evropske agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Evropska unija i EACEA ne snose odgovornost za iznete stavove.

Sadržaj

Predgovor: Informisanje na Balkanu 4

1. Uvod u informacionu pismenost 7
2. Vrste medija: tradicionalni vs digitalni i masovni 13
3. Uloga algoritama i društvenih mreža 18
4. Post-istina i informacioni poremećaj 23
5. Efikasne strategije pretraživanja 34
6. Lažne vesti, dezinformacije i misinformacije 39
7. Alati za proveru i verifikaciju činjenica 45
8. AI generisane slike i video zapisi 49
9. Mladi i medijski aktivizam 54
10. Šta je kritičko mišljenje? 60
11. Veštine i alati za razvoj kritičkog mišljenja 65
12. Logičke zablude: kako izbeći pogrešno zaključivanje 70
13. Kritičko čitanje medijskih poruka 76
14. Analiziranje novinskih članaka 81
15. Globalni pogled na informisanje 86

Informisanje na Balkanu

Cilj ovog nastavnog materijala je da pruži veštine za razumevanje novinskih sadržaja, kritičko razmišljanje i medijski aktivizam za radnike/trenere omladinskih organizacija iz partnerskih nevladinih organizacija, ali i za širu javnost. Nakon savladavanja ovog nastavnog materijala i pratećih nastavnih planova za svaku od lekcija, oni će biti osposobljeni da edukuju mlade ljude o novinskoj pismenosti i kritičkom razmišljanju. Njihovi predstavnici su takođe prethodno pohađali obuku u Beogradu, usavršavajući svoje veštine pisanja, i pisali za Translational Youth Magazine (TYM).

Za temu projekta zajednički smo odabrali informacionu pismenost, koja je deo medijske pismenosti i uključuje sposobnost kritičkog razmišljanja za procenu (ili analizu) pouzdanosti i verodostojnosti vesti/informacija. Svi partneri su se složili da je ova tema ključna i aktuelna te da bi bilo od velikog značaja kreirati edukativne sadržaje u ovoj oblasti. Takođe smo zaključili da je od vitalnog značaja nastaviti sa izgradnjom kapaciteta mladih novinara, što CDER već godinama radi (kroz E+ projekte), kako bi mladi ljudi kroz medijski aktivizam mogli aktivno učestvovati u društvenim i demokratskim procesima, s posebnim fokusom na Balkan. Stoga smo odlučili da teme projekta budu novinska pismenost, kritičko razmišljanje i medijski aktivizam.

Kroz obuku održanu uživo u Beogradu, ovaj TMP i druge aktivnosti, čitaoci razvijaju širok spektar znanja i veština u oblasti novinske pismenosti, kritičkog razmišljanja i medijskog aktivizma. Uče o: novinskoj pismenosti i njenom značaju za pojedinca i društvo; kako su mediji i novinarstvo uticali na društvo u eri post-istine; kako prepoznati manipulativne medijske tehnike; kako identifikovati lažne vesti, fotografije, video sadržaje i naloge na društvenim mrežama; šta je informacioni poremećaj; šta su algoritmi, novinski feedovi, filter mehuri i eho komore; kako pronaći pouzdane izvore informacija i kako efikasno pretraživati internet... i mnoge druge stvari koje će značajno poboljšati kvalitet njihovog razumevanja vesti i korišćenja društvenih mreža. Takođe će unaprediti svoje kritičko razmišljanje i veštine za razumevanje, tumačenje i kritičku evaluaciju medijskih sadržaja, kao i praktične veštine za kreiranje medijskih poruka – posebno za pisanje tekstova za medije.

Ovaj nastavni materijal sadrži *dve glavne komponente*.

Segment o **informacionoj pismenosti** pruža ključna znanja i veštine o informacionoj pismenosti i kritičkom mišljenju, neophodne za razumevanje savremenih medija i medijskog sadržaja, kao i za razumevanje i tumačenje poruka koje primamo i šaljemo putem masovnih medija. Čitaoci će biti upoznati sa ključnim konceptima u oblasti medija i komunikacija, a takođe će biti ohrabreni i osnaženi da zauzmu kritički, aktivistički i društveno odgovoran stav prema savremenom medijskom pejzažu. Ovaj segment će obuhvatiti sledeće teme:

- značaj **informacione pismenosti**
- post-istina i **lažne vesti**
- **poremećaji u informisanju**
- uloga interneta i društvenih mreža u stvaranju **informacionog zagađenja**
- doba **algoritama**.

Takođe će obuhvatiti nekoliko širih oblasti medijskog univerzuma, kao što su: ***Vrste medija*** - tradicionalni nasuprot društvenim medijima; ***pristrasnost u medijima***; ***lažne vesti*** i kako ih prepoznati (*CRAP test*), ***medijski aktivizam mladih***, koji takođe uključuje kratke i inspirativne priče i studije slučaja o najuticajnijim nedavnim primerima aktivizma mladih u/putem medija. Korisnici će moći da primene stečena znanja pisanjem članaka (koji će naknadno biti objavljeni na ***TYM***-u).

U okviru segmenta o **kritičkom mišljenju** čitaoci će se detaljno upoznati sa kritičkim mišljenjem i vežbati ga u svom radu kroz primere i vežbe. Dalje, oni će steći praktično razumevanje kako im kritičko mišljenje može pomoći da razviju kompetencije kao što su autonomija, rešavanje problema, preispitivanje osnovnih hipoteza ili perspektiva/gledišta sadržanih u medijima ili tekstualnom i vizuelnom sadržaju. Čitaoci će aktivno istraživati razne korisne, besplatne alate, fokusirajući se na perspektivu naratora, identifikovanje osnovnih hipoteza, stavova i tvrdnji sadržanih u medijskim porukama, primenjujući osnovna kritička pitanja kao što su: koje tvrdnje su implicitno prisutne u poruci?, kako različiti medijski oblici (tekst, vesti, ilustracije, video montaža…) promovišu određena gledišta?, koje su granice određene perspektive?, razmišljanje izvan okvira itd. Takođe će smisliti primere aktivnosti koje efikasno integrišu veštine kritičkog mišljenja.

Pored toga, čitaoci će naučiti kako kritički razmišljati o vestima (kako kritički konzumirati vesti), kroz prezentacije i radionice na sledeće teme:
izvori pouzdanih informacija, efikasne strategije pretrage, upravljanje filterima, alati i tehnike za verifikaciju, platforme i usluge za proveru činjenica. Posebna pažnja posvećena je upoznavanju sa postojećim OER resursima u oblasti informacione pismenosti i kritičkog mišljenja, koje mogu koristiti za učenje i vežbanje kritičkog mišljenja.

- izvori **pouzdanih informacija**
- efikasne **strategije pretrage**,
- upravljanje **filterima**
- alati i tehnike za **verifikaciju**
- platforme i usluge za **proveru činjenica**.

Posebna pažnja posvećena je upoznavanju sa postojećim OER resursima u oblasti informacione pismenosti i kritičkog mišljenja, koje mogu koristiti za učenje i vežbanje kritičkog mišljenja.

Lekcija 1

Uvod u informacionu pismenost

DEFINICIJA I OPSEG INFORMACIONE PISMENOSTI

Informaciona pismenost je sposobnost kritičke analize izvora vesti, prepoznavanja pristrasnosti i procene tačnosti informacija. Sa eksponencijalnim rastom digitalnih i društvenih medija, vesti sada stižu do publike istog trenutka, ali ovo brzo deljenje ponekad može ugroziti kvalitet i pouzdanost informacija. Informaciona pismenost pomaže ljudima da razlikuju pouzdane izvore od nepouzdanih, omogućavajući im da razumeju koji činioci čine izvor pouzdanim.



Informaciona pismenost zapravo idu **dalje od proste provere činjenica**. Ona zahteva prepoznavanje različitih vrsta novinskog sadržaja, uključujući informativne sadržaje-vesti, uvodnike, mišljenja i sponzorisani sadržaj. Razumevanje ovih razlika je ključno, jer svaka vrsta ima jedinstvenu svrhu. Na primer, kolumne i lični stavovi pružaju određeno gledište i imaju za cilj da pokrenu debatu, dok vesti u informativnom formatu obično treba da prenesu činjenične informacije bez lične pristrasnosti.

Štaviše, informaciona pismenost podstiče čitaoce da ispitaju motive iza novinskih priča. Da li je tekst namenjen da informiše, ubedi ili zabavi? Da li u njemu postoje politički, komercijalni ili ideološki motivi? Prepoznavanje ovih osnovnih činilaca omogućava primaocima da bolje procene da li su informacije koje dobijaju potpune, tačne i uravnotežene.

ULOGA VESTI U DRUŠTVU

Vesti imaju temeljnu ulogu u oblikovanju javnog razumevanja i demokratskog angažmana. Njihova primarna funkcija je da informišu građane o događajima i pitanjima koja utiču na njihove živote, od lokalnih dešavanja do međunarodnih zbivanja. Vesti pružaju kontekst za donošenje odluka o građanskim i ličnim pitanjima, poput glasanja, zdravstvene zaštite i javne politike, dajući pojedincima informacije koje su im potrebne da deluju promišljeno i odgovorno.



U demokratskim društvima, vesti služe kao **oruđe za pozivanje na odgovornost**. Izveštavanjem o vladinim akcijama, korporativnim praksama i društvenim pitanjima, novinari pozivaju moćne institucije na odgovornost. Istraživačko novinarstvo je, na primer, otkrilo velike skandale, korupciju i zloupotrebe, dajući moć javnosti da zahteva promene i pravdu. Bez vesti, mnoga pitanja koja utiču na javno dobro mogla bi ostati nezapažena, ostavljajući moćnike bez kontrole i smanjujući transparentnost.

Vesti takođe jačaju društvenu koheziju povezujući zajednice zajedničkim informacijama. Kada ljudi prate vesti, oni time i dele zajedničko znanje, što promoviše međusobno razumevanje i empatiju u društvu. Ovo kolektivno znanje je neophodno za demokratski diskurs, gde se različita gledišta spajaju kako bi oblikovala politike i uticala na javnu agendu. Međutim, vredi napomenuti da u današnjem medijskom pejzažu vesti takođe mogu polarizovati ako su isporučene na pristrasan ili antagonizujući način, što samo ističe potrebu za obuhvatnim, kritičkim pristupom tome kako koristimo medije.



ZAŠTO JE INFORMACIONA PISMENOST VAŽNA?

U današnjem medijskom pejzažu, potreba za informacionom pismenošću je važnija nego ikada. Internet je demokratizovao informacije, omogućavajući praktično svakome da proizvodi i deli raznovrsne sadržaje. Iako je to učinilo informacije pristupačnijima, takođe je stvorilo okruženje u kojem dezinformacije, propaganda i senzacionalizam mogu da cvetaju. Ova „informaciona preopterećenost“ otežava razlikovanje pouzdanih informacija od laži ili pristrasnih narativa.

Dezinformacije i „lažne vesti“ su ozbiljan problem. Obmanjujuće informacije se brzo šire, posebno na platformama društvenih medija, često podstičući strah, bes i zbunjenost. Lažne informacije o kritičnim pitanjima, poput javnog zdravlja, izbora i klimatskih promena, mogu imati stvarne posledice, utičući na to kako ljudi donose odluke i reaguju na događaje. Na primer, tokom pandemije COVID-19, dezinformacije o virusu i vakcinama dovele su do zbunjenosti, oklevanja i, u nekim slučajevima, štetnih zdravstvenih ishoda.

Informaciona pismenost omogućava pojedincima da prepoznaju i ospore takve lažne narative. To podrazumeva postavljanje pitanja poput: ko je kreirao ovaj sadržaj? Koji je njihov motiv? Da li su ove informacije potvrđene pouzdanim izvorima? Razvijanjem ovih veština kritičkog mišljenja, informaciona pismenost osnažuje ljude da donose informisane odluke na osnovu pouzdanih informacija umesto da postanu žrtve dezinformacija.

Štaviše, informaciona pismenost neguje odgovornu potrošnju medija. Potrošači uče ne samo da prepoznaju pouzdane izvore, već i da razumeju etičke odgovornosti povezane sa deljenjem informacija. Biti medijski pismen znači prepoznati svoju ulogu u sprečavanju širenja dezinformacija. Na primer, pre nego što podelite članak, trebalo bi da razmislite da li dolazi iz pouzdanog izvora i proverite informacije. Ova praksa samoregulacije je ključna za održavanje dobro informisanog društva i smanjenje negativnog uticaja dezinformacija na javno mnjenje.

PRAKTIČNE PRIMENE INFORMACIONE PISMENOSTI

Kao dodatna ilustracija, evo nekih praktičnih koraka za primenu veština informacione pismenosti u svakodnevnom životu:

- **Provera izvora:** ***uvek proverite poreklo novinske priče*****.**
  Pouzdani izvori obično imaju reputaciju kao tačni i profesionalni, poput etabliranih novina, istraživačkih institucija i verifikovanih stručnjaka. Sajtovi sa upitnom reputacijom ili pristrasnim agendama su znatno manje pouzdani.
- **Upoređivanje izvora:** ***Ne oslanjajte se na jedan izvor vesti o važnim pitanjima.***

  Uporedite informacije sa drugim renomiranim izvorima kako biste potvrdili njihovu validnost. Različiti izvori pružaju potpuniju sliku, posebno o složenim pitanjima.

- **Razumevanje pristranosti:**
  Svi medijski izvori, čak i oni ugledni, mogu biti pristrasni zbog svojih uredničkih stavova ili ciljne grupe/publike. Svesnost o ovim pristrasnostima može vam pomoći da interpretirate informacije objektivnije. Čitanje različitih izvora sa različitim perspektivama takođe može pomoći da se izbegnu jednostranost i pristrasnost.

- **Alati za proveru činjenica:** ***Koristite veb-sajtove za proveru činjenica***
  Činjenice koje pročitate na društvenim mrežama lako možete proveriti koristeći *Google Fact Checking* ili konsultujući vebsajt *International Fact Checking Network* na Poynter platformi. Video zapisi se lako mogu identifikovati i proveriti koristeći *YouTube Dataviewer*. Takođe možete koristiti *Google Lens* da snimite fotografiju telefonom i pronađete korisne informacije pretragom fotografije, ili možete proveriti informacije kod lokalnih organizacija ili vebsajtova za proveru činjenica kako biste verifikovali upitne tvrdnje. Ove platforme su dizajnirane da provere validnost široko rasprostranjenih priča i tvrdnji.
- **Odgovorno deljenje informacija**
  Pre nego što podelite informacije na društvenim mrežama, ***odvojite trenutak*** da proverite njihovu verodostojnost. Odgovorno deljenje sadržaja pomaže u smanjenju širenja dezinformacija i stvara bolje informisanu onlajn zajednicu.



Dok se krećemo kroz sve složeniji medijski pejzaž, informaciona pismenost postaje ključna veština. Ona omogućava pojedincima ne samo da razlikuju kvalitet i pouzdanost vesti, već i da prepoznaju moćnu ulogu koju vesti imaju u oblikovanju društva i javnog mnjenja. Negovanjem ovih veština, korisnici mogu pristupiti medijima kritičkijim okom, što im pomaže da postanu odgovorni potrošači i da doprinose informisanom, demokratskom društvu.

DODATNI RESURSI

- Pregled medijske pismenosti (EU, 2008):
  Sažima neke opšte trendove u medijskoj pismenosti u EU tokom poslednjih decenija
- Grunvaldska deklaracija o medijima i informacionoj pismenosti u digitalnoj eri
  jednoglasno usvojena od strane predstavnika 19 država na UNESCO-vom Međunarodnom simpozijumu o medijskom obrazovanju u Grinvaldu, Savezna Republika Nemačka, 1982. godine.
- UNESCO – Medijska pismenost i novi humanizam:
  Knjiga o potencijalu medijske pismenosti za humanizaciju i podsticanje novog humanizma, kako bi se promovisalo razumevanje i poštovanje kulturne različitosti, ohrabrio međukulturni dijalog i prevazišli depersonalizujući efekti masovne tehnologije.
- UNESCO Medijsko obrazovanje: Komplet za nastavnike, učenike, roditelje i zaposlene
  pruža složen i sveobuhvatan pogled na medijsko obrazovanje, obuhvatajući sve medije, stare i nove.

Lekcija 2

Vrste medija: tradicionalni vs digitalni i masovni

UVOD

Brza evolucija različitih komunikacionih platformi promenila je način na koji ljudi pristupaju informacijama, dele ih i komuniciraju uopšte. Medijski pejzažem su ranije dominirale tradicionalne platforme kao što su TV, radio, novine i časopisi. Danas su se mediji značajno razvili i prevazišli ove forme, uključujući i razvoj digitalnih i društvenih medija i mreža, što odražava interakciju između tradicionalne masovne komunikacije i novih, dinamičnijih formata. Intenzitet tehnološkog razvoja, zajedno sa intenzitetom globalizacije, doveo je do formiranja takozvanih "globalnih sela" gde elektronski mediji zbližavaju ljude stvarajući međusobno povezanu globalizovanu zajednicu (*McLuhan 1962*).

Tradicionalni mediji se oslanjaju na dobro uspostavljene prakse u novinarstvu i produkciji, koje se često smatraju pouzdanijim zbog uredničkog nadzora i strukturiranijeg pristupa. Ovde je komunikacija uglavnom jednosmerna, jer prvenstveno podrazumeva da mediji prezentuju informacije javnosti uz ograničenu neposrednu interakciju *(McQuail 2010).*

Digitalni mediji, s druge strane, pojavili su se sa usponom interneta, omogućavajući interaktivniju i bržu komunikaciju. Digitalne platforme pružaju dvosmernu komunikaciju i direktnu interakciju sa publikom. Ovo se dalje razvilo u platforme društvenih mreža gde korisnici mogu kreirati i deliti sadržaj, komentarisati tuđe postove i brzo širiti informacije (*Castells* 2010). Ove platforme omogućavaju brz način deljenja sadržaja, ali je cena za to problematizovanje verodostojnosti informacija, jer su standardi znatno niži u odnosu na tradicionalno novinarstvo. Ovo može doprineti širenju lažnih informacija, zbog čega je važno proveriti činjenice i obaviti dodatna istraživanja kako bi se osigurala verodostojnost i izbeglo širenje lažnih informacija.

Svaka vrsta medija ima svoju ulogu, pri čemu se *tradicionalni formati* često *smatraju pouzdanijim* zbog svojih dugogodišnjih standarda, dok su digitalni i *društveni mediji* neprevaziđeni u *neposrednoj interakciji*. Kako mediji nastavljaju da evoluiraju, razumevanje ovih razlika ostaje ključno za razumevanje načina na koji se informacije danas kreiraju, dele i konzumiraju.

VRSTE TRADICIONALNIH MEDIJA

Tradicionalni mediji su uglavnom definisani jednosmernom komunikacijom, gde se informacije emituju javnosti bez direktnih mehanizama za povratne informacije, za razliku od interaktivne prirode digitalnih medija. Oni su služili kao temelj masovne komunikacije vekovima i poznati su po svom strukturiranom načinu isporuke sadržaja.

U **štampane medije** spadaju novine, časopisi i žurnali, koji su bili centralni za širenje informacija i javnu diskusiju. Novine se fokusiraju na dnevne događaje, pružajući detaljno izveštavanje, analize i kolumne iz uredničke i ekspertske perspektive. Različiti časopisi nude sadržaj prilagođen određenim ciljnim grupama, pokrivajući različite teme. Verodostojnost povezana sa štampanim medijima zasniva se na istorijskom oslanjanju na *novinarski integritet* i *sveobuhvatni proces provere činjenica* (Schudson 2001).

Elektronski mediji obuhvataju televiziju i radio, koji emituju sadržaj širokoj publici kroz regulisanu, planiranu programsku shemu. Televizija je poznata po svojoj vizuelnoj privlačnosti, pa dopire do različitih demografskih grupa emitujući vesti, zabavni i obrazovni program. Radio je ostao uticajan u širenju lokalnih vesti i izveštavanja u realnom vremenu.

Često nazivani i *out-of-home* reklame, **outdoor mediji** uključuju bilborde, postere i reklame u prevozu. Ovaj oblik je namenjen da dopre do ljudi u javnim prostorima, čime se maksimizira vidljivost i izloženost. Outdoor mediji se u velikoj meri oslanjaju na vizuelni uticaj i sažete poruke kako bi privukli publiku koja se susreće s njima usput i u prolazu (Taylor 2010).



DIGITALNI MEDIJI

Digitalni mediji su transformisali način na koji se informacije kreiraju, dele i konzumiraju, čime su srušene tradicionalne barijere i uvedeno interaktivnije okruženje. Digitalne platforme karakteriše oslanjanje na internet, omogućavajući gotovo trenutnu distribuciju informacija i povratne informacije od globalne publike.

Veb-sajtovi i blogovi predstavljaju temeljni element digitalnih medija, pružajući platforme organizacijama, medijskim kućama, biznisima i pojedincima za deljenje sadržaja u vizuelnim formatima, u šta spadaju članci, video zapisi i interaktivni alati. Veb-sajtovi uglavnom služe kao zvanične platforme, dok blogovi omogućavaju ličniji sadržaj, zasnovan na ličnim mišljenjima i stavovima.

Društvene mreže

Platforme društvenih mreža – kao što su Facebook, Twitter, Instagram i LinkedIn – redefinisale su digitalne medije fokusirajući se na sadržaj koji generišu korisnici i na interaktivnosti u upotrebi ovih medija. Ove platforme podstiču participativnu kulturu, gde su korisnici ujedno i potrošači i kreatori sadržaja. Viralna priroda društvenih medija takođe omogućava brzo širenje informacija, iako postavlja izazove u vezi sa dezinformacijama i tačnošću sadržaja.

Video Striming

Striming usluge poput YouTube-a, Netflix-a i Twitch-a od centralne su važnosti za digitalne medije, i pružaju sadržaj prilagođen individualnim preferencijama gledanja. Platforme poput YouTube-a omogućavaju korisnicima da uploaduju i dele video zapise o raznim temama. Opcije live strimovanja dodatno pojačavaju interaktivnost omogućavajući komentare u realnom vremenu, stvarajući time direktnu vezu između kreatora sadržaja i gledalaca (Lotz 2017).

Interaktivni mediji

Interaktivni mediji uključuju alate i platforme gde su korisnici ujedno i aktivni učesnici, kao što su virtuelna stvarnost, aplikacije proširene stvarnosti i interaktivni obrazovni veb-sajtovi. To pruža sveobuhvatno iskustvo koje prevazilazi pasivnu potrošnju sadržaja i omogućava korisnicima da oblikuju i navigiraju kroz sopstveno iskustvo. Ovo, primera radi, ima praktične primene u obrazovanju, obuci i zabavi, koristeći tehnologije poput VR-a za simulaciju stvarnih scenarija za interaktivniji pristup učenju (Ryan 2015).

Poređenje tradicionalnih i digitalnih medija

Glavne razlike između ova dva tipa medija su u dosegu publike, interakciji, pristupačnosti i verodostojnosti. Obe vrste medija igraju važnu ulogu u modernoj komunikaciji, iako služe različitim funkcijama i usmerene su na različite tipove publike.

Interakcija sa publikom

Tradicionalni mediji su poznati po jednosmernoj komunikaciji i svom pasivnom aspektu. Mehanizmi za povratne informacije, poput pisama uredniku ili poziva u emisiju, sporiji su i često ograničeni na specifične kontekste. S druge strane, digitalni mediji naglašavaju dvosmernu komunikaciju, omogućavajući neposredne povratne informacije publike kroz komentare, deljenje, lajkove i direktne poruke.

Pristupačnost i doseg

Geografska i vremenska ograničenja limitiraju pristupačnost tradicionalnim medijima. Na primer, emisije su dostupne u određeno vreme, a novine prvenstveno dosežu publiku unutar svog područja. Primera radi, ne postoje dnevne novine koje pokrivaju čitavu teritoriju Rusije, pošto ona ima veliku površinu i prostire se kroz 11 vremenskih zona.

Prilagođavanje sadržaja

Tradicionalni mediji nude standardizovani sadržaj ograničene kastomizacije, dok digitalni mediji koriste algoritme kako bi prilagodili sadržaj individualnim preferencijama korisnika na osnovu istorije pretraživanja, interakcija i demografskih podataka. Ovaj nivo personalizacije privlači korisnike, ali može stvoriti "eho komore", jačajući postojeće stavove i ograničavajući izloženost različitim perspektivama.

Verodostojnost i provera činjenica

Tradicionalni mediji se smatraju pouzdanijima zbog visokih standarda kvaliteta i uspostavljenih uredničkih procesa. Provera činjenica je ključna praksa koja treba da osigura tačnost objavljenih informacija kroz više faza verifikacije pre objave. S druge strane, kod digitalnih medija, verodostojnost je varijabilnija, jer digitalne platforme dozvoljavaju bilo kome da objavi sadržaj bez rigorozne kontrole. Ovo može doprineti širenju lažnih vesti putem društvenih mreža, zbog čega su inicijative za proveru činjenica važne za suzbijanje dezinformacija, ali brzo širenje neproverenih vesti i dalje predstavlja izazov (Graves 2016).



DODATNI RESURSI

- McLuhan, M. (1962). The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man
  Ključna knjiga koja analizira efekte masovnih medija, posebno štamparske prese, na evropsku kulturu i ljudsku svest.

- Graves, L. (2016). Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism
  Nudi uverljivu istoriju pokreta za proveru činjenica i njegov nedavni razvoj iz blogosfere, ispričanu iz ličnog ugla, i reflektujući autorov revolucionarni uticaj na novinarsku etiku i praksu.

- Castells, M. (2010). The Rise of the Network Society
  Revolucionarno delo o uticaju doba informacija na sve aspekte društva.

- Schudson, M. (2001). The Sociology of News
  Lični, oštar i sveobuhvatan prikaz savremenih informacionih medija.

Lekcija 3

Uloga algoritama i društvenih mreža

Glavni izvor vesti i informacija danas, posebno za mlade ljude, su društvene mreže. Ovo znači da i proizvođači i potrošači vesti zavise od algoritama koji u potpunosti određuju vrstu sadržaja koji će biti distribuirani potrošačima. Što se tiče proizvođača vesti, to znači da moraju prilagoditi svoje naslove, fotografije i čitave članke angažmanu, klikovima i deljenjima na društvenim mrežama na kojima objavljuju.

Algoritmi društvenih medija su skupovi proračuna i pravila koje platforme koriste kako bi prioritizirale sadržaj koji korisnici vide u svojim fidovima. Jednostavno rečeno, što više vremena provedete gledajući objavu (sliku, video, tekst itd.), više sličnog sadržaja ćete videti u svom fidu. Ako se na bilo koji način angažujete sa tim sadržajem (čitate komentare, lajkujete, komentarišete, delite i sačuvajte), količina sličnog sadržaja koji se prikazuje u vašem fidu će se dodatno povećati. Ovo nije ograničeno na jednu društvenu mrežu. Ako, na primer, imate interakciju sa određenom vrstom sadržaja na Fejsbuku, najverovatnije je da će sličan sadržaj biti prikazan na svim drugim društvenim mrežama koje koristite. Određene platforme će koristiti informacije koje pružate u svom profilu kako bi vam ponudile "prikladne" vesti na osnovu vaše nacionalnosti, rase, starosti, mesta stanovanja, obrazovanja, mesta rada itd. Svaka platforma društvenih medija konstantno prati aktivnost svojih korisnika kako bi odredila koji će sadržaj biti najzanimljiviji za njih. Sve sa jednim ciljem – da ih natera da provedu što više vremena na platformama društvenih mreža. Dakle, šta ovaj cilj znači za distribuciju i promociju sadržaja vesti?



Korišćenje algoritama može zvučati privlačno za neke, jer bi pomoglo u lakšem sortiranju sadržaja. Međutim, algoritmi se takođe mogu koristiti za ograničavanje ili potpuno isključivanje mišljenja i informacija ako se proceni da takav sadržaj ne angažuje ciljnane korisnike. Oni se takođe koriste za određivanje redosleda i vremena prikazivanja sadržaja korisnicima. Ovo praktično znači da će, uglavnom, osoba koja se informiše samo putem društvenih medija imati u znatnoj meri pristrasno i ograničeno mišljenje. Algoritmi se hrane pristrasnošću potvrde i stvaraju filter mehure, pojačavajući korisničke obrasce ponašanja i ograničavajući kritičko razmišljanje.

PRIMERI IZ PRAKSE

Američki izbori su obično najpraćeniji izbori na svetu. Toliko su popularni da su sprovedene studije o tome kako bi građani drugih zemalja glasali da su američki građani. Posledično, uticaj algoritama na politiku se obično istražuje kroz ove izbore i američke građane.
Na primer, studije pokazuju da više od polovine korisnika Fejsbuka obuhvaćenih istraživanjem prima politički sadržaj koji odgovara njihovim stavovima, a samo 14,7% korisnika redovno viđa sadržaj koji se kosi sa njihovim stavovima (na primer, liberali koji vide konzervativni sadržaj, ili obrnuto). Dalje, istraživanja pokazuju da je Twitter (sada poznat kao X) značajno smanjio broj glasova koje je Donald Trump dobio 2016. i 2020. zbog "liberalnih" tvitova koji su naveli glasače sa umerenim stavovima da ne glasaju za njega. Ovo pokazuje kako društveni mediji mogu imati ozbiljan uticaj na rezultate izbora. Ako uzmemo u obzir algoritme i razmotrimo kako oni značajno ograničavaju sadržaj koji korisnici mogu videti, nema sumnje da bi društvene mreže trebalo strože kontrolisati kada je u pitanju izveštavanje o vestima.

Štaviše, ***algoritmi povećavaju potrošnju lažnih vesti***. Budući da se algoritmi zasnivaju na ciljanju publike da im pruži onaj sadržaj na koji su potrošili najviše vremena, ovo može dovesti do iskrivljenog osećaja stvarnosti i informacija. U praksi, ovo je primećeno tokom pandemije Kovida-19, gde su lažne vesti o vakcinama imale ozbiljan uticaj na porast antivakcinacijskog pokreta. Većina informacija koje su korišćene kao "validni argumenti" za podršku stavovima protiv vakcina dolazile su sa društvenih medija i Jutjuba, a ne iz recenziranih članaka. Čitanje nekoliko ovakvih članaka dovoljno je da algoritmi na svim platformama počnu da "spamuju" isti sadržaj kako bi privukli pažnju korisnika i naterali ih da provedu što više vremena na mreži.



DIVERZIFIKACIJA POTROŠNJE VESTI

Kako bi se izbegli bilo kakvi negativni efekti jednostranih vesti koji su uglavnom posledica algoritama, kao što je objašnjeno gore, postoji nekoliko koraka koje treba preduzeti. Pre svega, važno je napomenuti da diverzifikacija potrošnje vesti nije važna samo za dobijanje tačnih informacija, već i za lakšu proveru tačnosti, ali je takođe veoma važna za nečije mentalno zdravlje. Kada ste konstantno okruženi jednom vrstom vesti (posebno ako su negativne), to može imati ozbiljan uticaj na mentalno zdravlje. Istraživanja pokazuju da potrošnja vesti, posebno senzacionalističkih priča, može povećati šanse za anksioznost, depresiju i suicidalne tendencije. Zato je važno napomenuti da možete uraditi nekoliko stvari kako biste diverzifikovali svoju potrošnju vesti:

- **Procena vaših trenutnih navika u vezi sa vestima i društvenim medijima.**
  Proverite da li samo primate informacije i čitate članke koji se pojavljuju u vašim fidovima. Zapišite teme koje se najčešće pojavljuju i proverite da li postoji obrazac koji bi ukazivao na to da je to zbog algoritama.

- **Razmislite o tome koje vrste vesti postoje.**
  Razgovarajte sa svojom porodicom i prijateljima o njihovim navikama potrošnje medija. Proverite da li imaju neke različite navike koje bi mogle pomoći u diverzifikaciji vaših. Takođe možete sami istraživati i čitati iz medija koji se često ili uopšte ne pojavljuju u vašem fidu.

- **Diverzifikujte svoje izvore.**
  Nema ništa loše u tome da dobijate informacije sa društvenih mreža. Međutim, dobijanje informacija isključivo sa društvenih medija nije u redu. Pokušajte da diverzifikujete svoje izvore informacija, posebno ako uspete da pronađete izvore koji su tačni i ne teže pisanju senzacionalizovanih vesti napravljenih za klikove i deljenja.

- **Proverite verodostojnost.**
  Obično će više izvora vesti pisati o istoj temi ili događaju. Ako ste zainteresovani za određenu temu ili događaj, pokušajte da pročitate o tome iz više izvora, posebno onih pouzdanijih. Zapamtite, ako nastavite da otvarate članke koji imaju istu tačku gledišta na problem, samo će vam takvi članci biti prikazani. Ponekad morate sami potražiti suprotno mišljenje ako želite da steknete tačnu sliku i adekvatno formirate svoje mišljenje o tome.

- **Uverite se da su vam vesti korisne.**
  Pokušajte da se fokusirate na vesti koje vas zanimaju, a koje iz pouzdanih izvora. Senzacionalističke priče obično se pojavljuju na fidovima društvenih medija jer privlače najviše klikova i deljenja, čak i ako čitaoci nisu zainteresovani za samu temu. Zato ostanite u okviru svojih interesovanja i imajte na umu da li je cilj priče da informiše čitaoce ili da ih natera da kliknu i dele dalje.

Postoji nekoliko ***pitanja*** koja možete postaviti sebi *(i drugima)* kako biste proverili da li diverzifikujete svoju potrošnju vesti:

- Da li koristim širok spektar ***različitih izvora***?
- Da li su mi vesti koje čitam ***zanimljive***?
- Da li sam svestan da, iako su senzacionalističke priče zanimljive i uzbudljive, one takođe ***mogu biti lažne***?
- Da li su vesti koje čitam dobro istražene, ***verodostojne*** i koriste ***legitimne izvore*** u svojim člancima?
- Da li koristim ***različite aplikacije i izdavače*** za dobijanje vesti?

Naravno, ne morate ovo raditi za bukvalno svaku informaciju koju dobijete; ponekad, jednostavno vam je potreban odmor i opuštanje.



DODATNI RESURSI

- Algorithms & Quality New
  Kako se možemo uveriti da algoritmi prepoznaju i promovišu nezavisno novinarstvo, zasnovano na činjenicama?

- 2020 Election Studies Reveal Power of Facebook, Instagram Algorithms
  Istraživanje, objavljeno u časopisima Science i Nature, deo je najobuhvatnijeg naučnog projekta do sada koji ispituje ulogu društvenih mreža u američkoj demokratiji.

- The Effect of Social Media on Elections: Evidence from The United States
  E-studija o tome kako društvene mreže utiču na ishode izbora u Sjedinjenim Državama.

- How Facebook's newsfeed algorithm shapes childhood vaccine hesitancy
  Kako bi se smanjila efikasnost dezinformacija o vakcinama, ključno je edukovati javnost o tome kako algoritmi fidova društvenih medija donose odluke o prikazivanju sadržaja.

Lekcija 4

Post-istina i informacioni poremećaj

UVOD

Danas su mediji i internet preplavljeni ogromnim količinama informacija, koje često uključuju i značajnu količinu lažnog sadržaja. Ovo preopterećenje informacijama dodatno otežava pojedincima da razlikuju šta je istinito, a šta lažno.

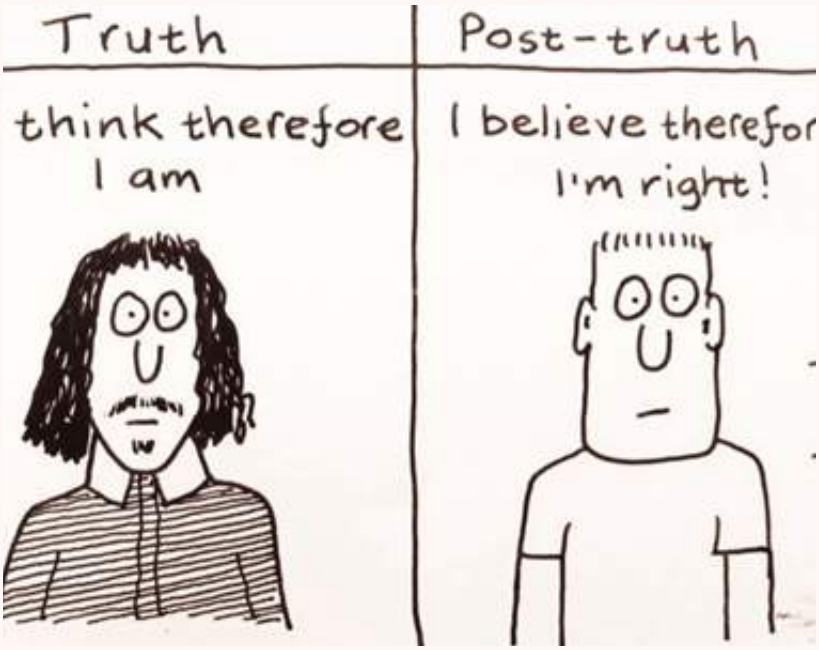
Posledice široko rasprostranjenih dezinformacija mogu biti značajne. Ako znatan deo populacije veruje u činjenično netačna uverenja, to može dovesti do toga da dezinformacije budu osnova političkih i društvenih odluka koje potkopavaju opštu dobrobit zajednice. Tako, recimo, ako većina ljudi poveruje u to da je Zemlja ravna ploča, moguće je da će oni uticati na to da se izmene osnove obrazovanja dece u školama. Ili, ako većina ljudi veruje da bolesti u osnovi dolaze od farmaceutskog lobija, obavezna vakcinacija dece protiv dečije paralize i drugih bolesti može biti ukinuta. Ove dinamike naglašavaju ključnu važnost tačnih informacija u oblikovanju kako kolektivne politike, tako i individualnih izbora.

Kako bismo se efikasno borili protiv dezinformacija i lažnih vesti, neophodno je razumeti nekoliko ključnih koncepata. To uključuje razumevanje mehanizama kroz koje ljudi stiču informacije i razvijaju svoje mišljenje i uverenja. Takođe, važno je analizirati kako se takve lažne informacije stvaraju, šire i zašto su efikasne.

POST-ISTINA

Ljudi sve više veruju informacijama koje im se, prosto, dopadaju ili odgovaraju njihovim osećanjima i ličnim uverenjima, umesto da traže i prihvataju informacije koje se smatraju činjeničnim i objektivnim. Post-istina se definiše kao odnos ili označavanje okolnosti u kojima su objektivne činjenice manje uticajne u oblikovanju javnog mnjenja od pozivanja na emocije i lična uverenja.

Politika post-istine razvija se u polarizovanom okruženju, gde je "ideja istine već podeljena na pojmove moje istine naspram tvoje istine". Lažne vesti dodatno pojačavaju polarizaciju, uzrokuju korupciju i narušavaju "tkivo demokratije". Drugim rečima, postojeće političke i društvene polarizacije se pojačavaju kroz lažne vesti.



INFORMACIONI POREMEĆAJ

Pojam "lažne vesti" ne obuhvata puni spektar obmanjujućeg sadržaja, jer neki takvi sadržaji nisu nužno lažni. Kako bi se prevazišlo ovo ograničenje, uveden je koncept "informacionog poremećaja", koji odražava složen fenomen koji obuhvata različite oblike obmane i posledica ovakvih netačnih informacija. Postoji blaže informaciono „zagađenje“, koje je relativno bezopasno, i znatnije informaciono „zagađenje“, koje je duboko obmanjujuće. Informacioni poremećaj se obično klasifikuje u tri kategorije.

- **Dezinformacije**
  1. Dezinformacije su sadržaji koji su ***namerno lažni*** i deljeni kako bi naneli štetu. Primeri uključuju fabrikovane ili manipulirane/veštačke audio-vizuelne sadržaje, teorije zavere ili glasine.



Primer: *tokom predsedničkih izbora u Francuskoj 2017. godine, na društvenim mrežama se proširila glasina da francuski predsednik Emanuel Makron ima tajni ofšor račun na Bahamima. Dokumenti koji su kružili na internetu, kao što je ugovor sa bankom (uključujući Makronov potpis i kontakt informacije banke), dokazano su bili fabrikovani. Cilj je bio da se francuski birači odvrate od glasanja za Makrona.*



U poslednje tri godine, ***brojne dezinformacije*** su se širile o ratu u Ukrajini. Članak Snopes-a *UKRAINE: New Crisis, Grimly Familiar Disinformation Trends* razotkriva brojne zloupotrebe prethodnih video zapisa koji su navodno iz Ukrajine, uvredljive mimove i teorije zavere koje šire strah kao dezinformacije.

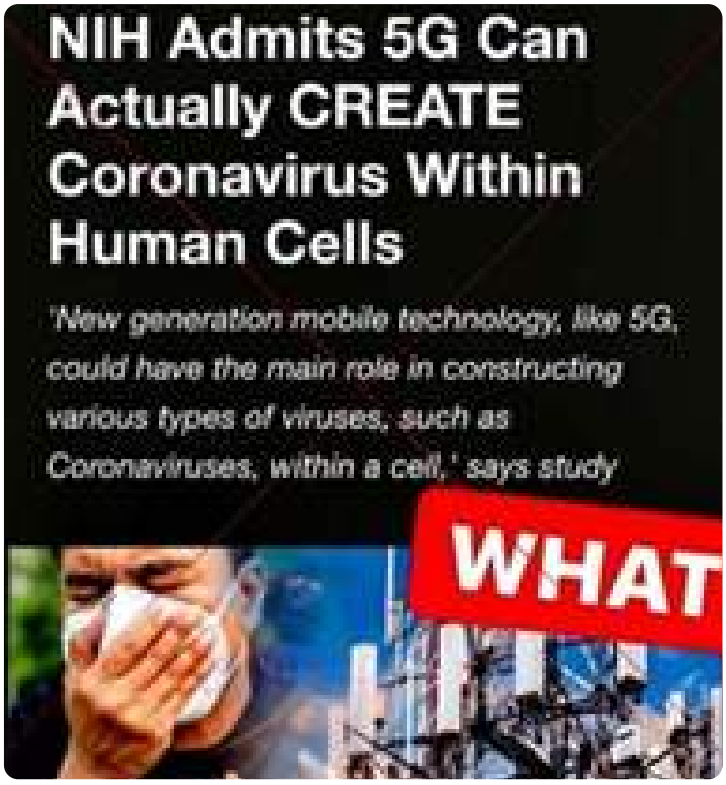
- **Misinformacije**

  Ovo se dešava kada se lažne informacije dele, ali ***bez namere*** da se nanese šteta. Kada dezinformaciju podeli osoba koja ne shvata da je taj podatak lažan ili obmanjujući, ona postaje misinformacija. Ovo uključuje netačne opise slika, datume, statistike, prevode.

***Primer**: godine 2017, tri francuska policajca i turista su upucani od strane ISIS teroriste. Dan nakon nesrećnog događaja, video koji je objavio Paul Golding, vođa ekstremno desničarske britanske političke organizacije, tvrdio je da londonski muslimani slave teroristički napad. U stvarnosti, video je originalno objavljen na YouTube-u 2009. godine i prikazivao je grupu Pakistanaca kako slave pobedu Pakistana u kriket utakmici.*



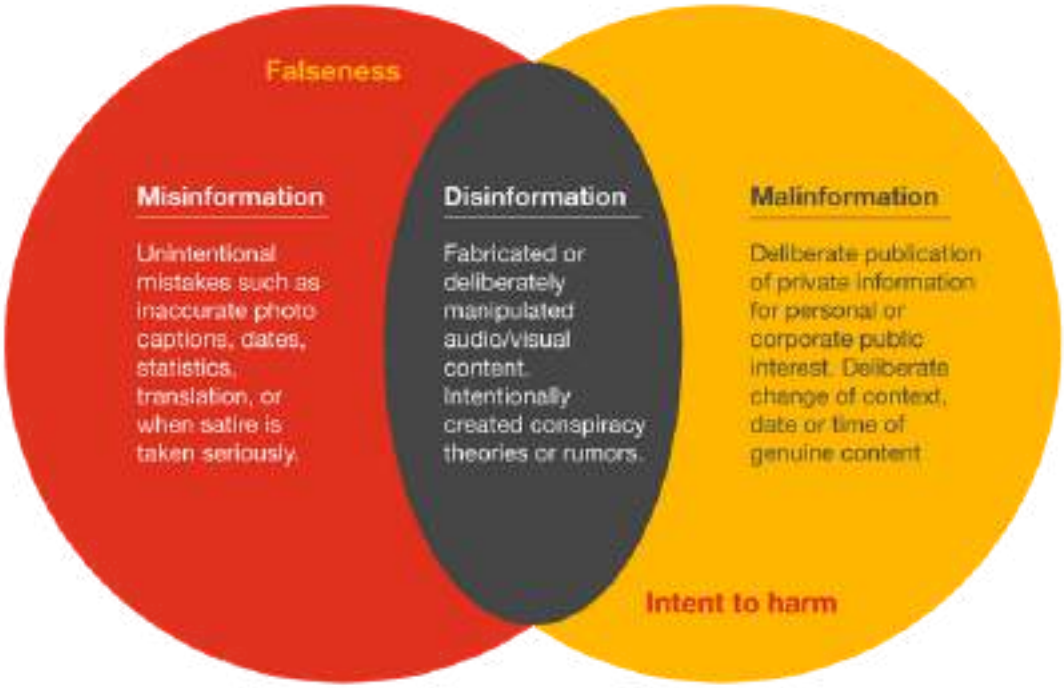
COVID-19 "5G veza" (2020): *Tokom pandemije COVID-19, širile su se dezinformacije da je 5G tehnologija odgovorna za širenje virusa. Ova neosnovana teorija čak je ponegde izazvala paniku i dovela do uništavanja mobilnih tornjeva.* ***Pogledajte članak Associated Press-a o tome***: *Discredited scientific paper behind false claims on COVID-5G link.*



Dezinformacije o izborima na X (bivšem Twitter-u):
Uoči predsedničkih izbora u SAD 2024. godine, lažne tvrdnje o prevarama na izborima i nameštanju izbora široko su se širile na platformi X. Posebno su postovi Ilona Maska koji promovišu takve dezinformacije privukli preko 2 milijarde pregleda, značajno utičući na javno mnjenje i poverenje u izborni proces. ***Pogledajte članak Reutera na ovu temu***: *Musk and X are epicenter of US election misinformation, experts say.*

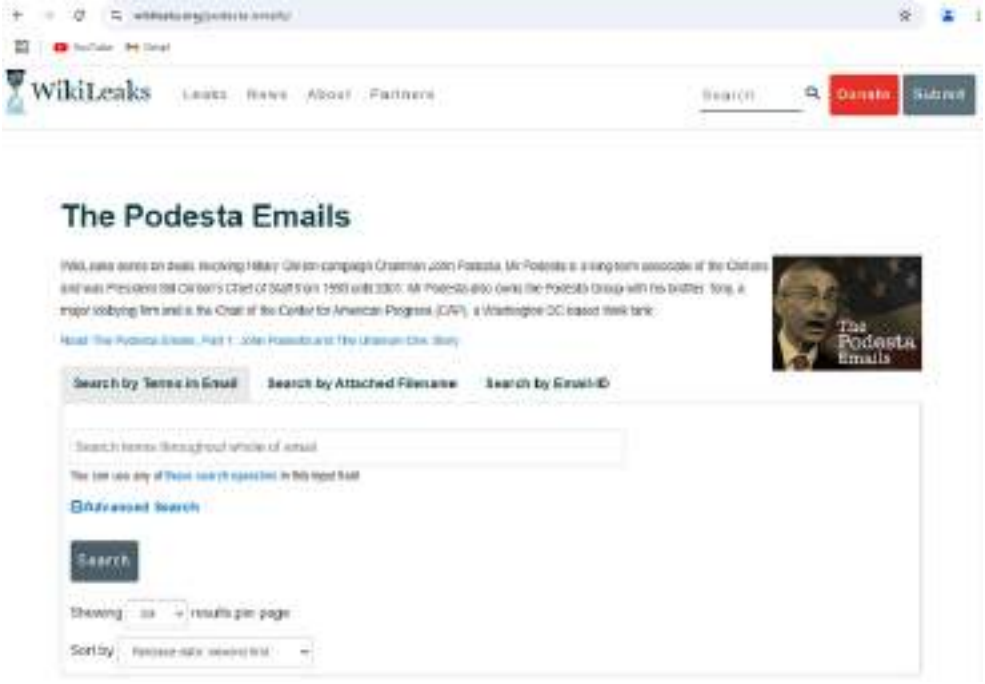

Elon Musk (Source: Reuters)

Malinformacije obuhvataju deljenje istinitih informacija kako bi se nanela šteta, često premeštanjem informacija koje bi trebalo da ostanu privatne u javnu sferu ili zlonamernim iskrivljavanjem istinitih informacija, kao što su kontekst, datum ili vreme.



Source: FirstDraft, The essential guide to understanding the information disorder, 2019.

Primer: *godine 2016, hakovan je nalog e-pošte Džona Podeste, predsednika predizborne kampanje Hilari Klinton, i njegove e-poruke su objavljene putem Wikileaksa. Podesta je odbio da potvrdi ili opovrgne autentičnost e-poruka. Istraga američkih obaveštajnih agencija pokazala je da nije bilo očiglednih falsifikata. Većina poruka je odražavala uobičajenu komunikaciju u kampanji, ali curenje je osvetlilo unutrašnje funkcionisanje predizborne kampanje.*



Wikileaks stranica [The Podesta emails](#) sadrži pretraživu bazu podataka o ovom slučaju

VRSTE INFORMACIONOG POREMEĆAJA

Manipulisani sadržaj

- Ovo je slučaj kada se autentičan sadržaj ***neovlašćeno menja ili falsifikuje*** na neki način radi obmane.



Primer: Učenica *Ema Gonzalez* i troje njenih vršnjaka koji su preživeli pucnjavu u školi na Floridi fotografisani su za naslovnicu časopisa Teen Vogue, a časopis je napravio video u kome Gonzalez cepa metu za gađanje na pola.
Ovaj ***video je izmenjen*** tako da izgleda kao da Gonzalez cepa Ustav SAD-a.



Fabrikovan sadržaj

- Ova kategorija opisuje sadržaj koji ***nema činjeničnu osnovu*** i potpuno je izmišljen.

Primer: Godine 2012, *video* objavljen na YouTube-u od strane MrNuclearCat prikazuje orla kako se spušta, grabi bebu sa zemlje, a zatim ga ispušta nekoliko sekundi kasnije. Video su kreirala tri studenta montrealske dizajnerske škole kao deo zadatka za čas kako bi stvorili sadržaj koji bi uspešno prevario gledaoce.



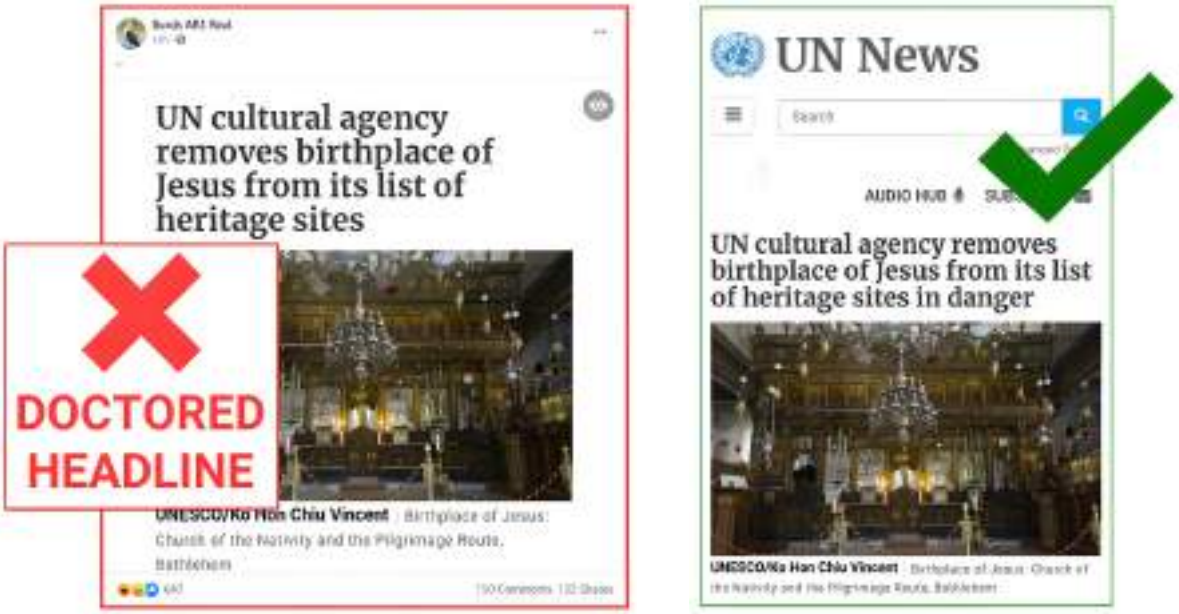
Dipfake (Deepfakes)

Fabrikovan sadržaj koji se koristi za izradu video i audio zapisa, stvarajući uverljive, ali lažne prikaze ljudi.

Obmanjujući sadržaj

Autentične informacije predstavljene van konteksta. Može se pojaviti u mnogim oblicima, kao što je odabir delimičnog segmenta citata kako bi se podržalo određeno gledište ili stvaranje statistika koje podržavaju određenu tvrdnju.

> ***Primer:*** *Tvrdnje da je UNESCO uklonio rodno mesto Isusa sa svoje liste svetske baštine izostavljaju kontekst da je mesto samo uklonjeno sa liste "ugroženih" zbog toga što je restauracijom status tog mesta popravljen.*



Lažan kontekst

- Sadržaj koji je autentičan, ali je preinačen i deljen sa lažnim kontekstualnim informacijama.

Primer: *Godine 2019, slike smeća u Hajd parku pogrešno su povezane sa protestima protiv globalnog zagrevanja, iako događaj nije imao nikakve veze sa protestima.*



Lažna povezanost

To je tehnika nazvana klikbejt (*clickbait*), koja se koristi za privlačenje pažnje i povećanje klikova kroz prilično obmanjujuće i senzacionalističke naslove, vizuelne sadržaje ili opise.

Primer: *Tvrdnje o "kućama za £1 u Italiji" često izostavljaju značajne troškove renoviranja (obavezne), dovodeći u zabludu potencijalne kupce.*



”Zavodljivi” sadržaj

Ova kategorija opisuje imitaciju autentičnih izvora. Na primer, koristi se logo poznatog brenda ili ime uz lažan sadržaj.

Primer: *Imitatorski veb-sajt koji oponaša belgijske novine Le Soir lažno je tvrdio da je Makronova kampanja finansirana od strane Saudijske Arabije, šireći dezinformacije tokom francuskih izbora 2017. godine.*



Teorije zavere

Teorije zavere pokušavaju da objasne značajne događaje i okolnosti kao zlonamerne postupke tajnih i moćnih ljudi i grupa.

Primer: *Neutemeljene tvrdnje o poreklu COVID-19 iz kineske laboratorije opstale su uprkos naučnim dokazima koji ih opovrgavaju ili, svakako, dovode u sumnju*



Satira i parodija

Uglavnom, satira i parodija vesti nisu uključene u tipologiju informacionog poremećaja jer nemaju nameru da obmanu ili nanesu štetu. Međutim, one imaju potencijal da prevare ljude. Kada se dele i zatim ponovo šeruju, originalni kontekst sadržaja može se izgubiti.

Primer: *Parodijski članak koji je 2012. godine proglasio Kim Jong-Una za "Najseksipilnijeg čoveka na svetu" neki mediji pogrešno su shvatili kao istinit.*



Prevazilaženje informacionog poremećaja

Snalaženje u dezinformacijama zahteva veštine kritičkog razmišljanja, a borba protiv informacionog poremećaja zahteva višestruki pristup:

- **Obrazovanje**: Promovisanje medijske pismenosti kako bi se pomoglo učenicima da kritički pristupe i procenjuju sadržaj.
- **Regulacija**: Različite platforme treba da sprovedu mere koje smanjuju širenje dezinformacija.
- **Tehnologija**: Razvoj alata za otkrivanje i označavanje fabrikovanog sadržaja.

ZAKLJUČAK

Informacioni poremećaj predstavlja značajan izazov u digitalnom dobu. Razumevanjem njegovih vrsta i mehanizama, pojedinci mogu postati svesniji i smanjiti štetu koju takav lažan sadržaj može naneti. Stoga, kako se svi svakodnevno suočavamo sa ovim pitanjima, važno je negovati kritičko razmišljanje i medijsku pismenost.

DODATNI RESURSI

- How to Detect Disinformation Online: A Guide to Recognizing False, Misleading Information

  Vodič za prepoznavanje lažnih i obmanjujućih informacija.

- Understanding Information disorder

  Ispituje složenost našeg zagađenog informacionog ekosistema, naglašavajući važnost precizne terminologije i definicija u suočavanju sa izazovima poput dezinformacija, misinformacija i malinformacija.

- Navigating a Post-Truth World | Charles Sykes | TEDxOshkosh

  U ovom kratkom predavanju o post-istini, novinar Čarls Sajks (Charles Sykes) bavi se pitanjima kao što su: Da li su činjenice još uvek važne? Da li je biračima stalo do neistina? Kakva je budućnost demokratije u svetu "lažnih vesti"? Kada je svaka vest koja nam se ne sviđa postala "lažna vest"? Kako uopšte možemo znati kome da verujemo? Šta nam se dogodilo i šta možemo učiniti da to popravimo?

- Informacijski poremećaj: ka interdisciplinarnom okviru za istraživanje i kreiranje sektorske politike

  Srpski prevod knjige Kler Vodl i Hoseina Derakšana o informacijskom poremećaju.

Lekcija 5

Efikasne strategije pretraživanja

Internet je poput ogromne biblioteke, prepune informacija o gotovo svakoj temi koju možete zamisliti. Ipak, uprkos svojoj sveobuhvatnosti, pronalaženje tačno onoga što tražite može delovati kao traženje igle u plastu sena. Svima nam se dešavalo da u pretraživač ukucamo pojam za pretragu, a da zatim završimo tako što listamo stranicu za stranicom rezultata koji jednostavno ne izgledaju relevantno. To može biti frustrirajuće, posebno kada vam su informacije hitno potrebne ili kada tražite nešto vrlo specifično.

Kako biste maksimalno iskoristili ovaj moćan alat, korisno je naučiti nekoliko ključnih tehnika za efikasno pretraživanje i osiguranje da su informacije koje pronađete pouzdane. Korišćenje preciznih ključnih reči, upotreba operatora pretrage i razumevanje kako da filtrirate i precizirate rezultate mogu napraviti veliku razliku u kvalitetu informacija koje dobijete. Međutim, znati gde tražiti samo je deo jednačine. Provera izvora, provera pristrasnosti i upoređivanje detalja su ključni koraci kako biste bili sigurni ne samo da ćete pronaći informacije, već i da ćete pronaći prave informacije.

Uz malo prilagođavanja vaših navika pretraživanja, možete transformisati ono što može delovati kao ogroman talas podataka u resurs koji zaista možete iskoristiti u svoju korist. Bilo da ste student, zaposlena osoba ili prosto radoznali, znanje kako efikasno navigirati internetom može vam uštedeti vreme, unaprediti vaše učenje i čak vam pomoći da prepoznate obmanjujuće ili pristrasne informacije pre nego što one stignu da utiču na vaše razumevanje teme. U svetu u kojem je internet naš primarni izvor informacija, ove veštine su važnije nego ikada.
U ovoj lekciji proučićemo tri glavne strategije za poboljšanje vaših sposobnosti pretraživanja:

- **Korišćenje ključnih reči i operatora** - naučite kako da precizirate pretrage pomoću tačnih reči i simbola.
- **Korišćenje naprednih alata za pretragu** - koristite filtere i operatore kako biste suzili rezultate na najrelevantnije.
- **Upoređivanje informacija** - kako da verifikujete činjenice i procenite verodostojnost izvora.



KORIŠĆENJE KLJUČNIH REČI I OPERATORA

Ključne reči i fraze koje koristite u pretrazi mogu značajno uticati na kvalitet informacija koje pronalazite. Ključne reči pomažu pretraživačima da identifikuju glavne teme koje tražite, dok operatori mogu dodati dodatne detalje ili isključiti nebitne informacije.

Neki primeri efikasnih ključnih reči:

Zamislite da istražujete uticaj klimatskih promena na poljoprivredu. Ako u pretraživač upišete samo „klimatske promene“, to još na engleskom, dobićete **milione rezultata**, *od kojih mnogi možda i nisu povezani sa poljoprivredom. Dodavanjem specifičnijih* **ključnih reči**, *poput „uticaji klimatskih promena na poljoprivredu“,* ***sužavate pretragu.***

KAKO KORISTITI OPERATORE PRETRAGE

Operatori su simboli ili reči koje možete dodati u pretragu kako biste dodatno precizirali rezultate. Svaki pasus objašnjava jedan pretraživački operator jednostavnim jezikom uz primer, što olakšava učenicima da razumeju i primene ove tehnike u sopstvenim pretragama.

Navodnici (" ")

·Stavite navodnike oko fraze kako biste pretražili izraze koji se doslovno podudaraju.

Na primer, *pretraga za „uticaji klimatskih promena na poljoprivredu“ će vratiti samo rezultate sa tom istom frazom.*

Znak minus (-)

Stavite znak minus pre reči kako biste je isključili iz rezultata.

Na primer, *„klimatske promene poljoprivreda -ekonomija“ će isključiti sve stranice fokusirane na ekonomiju, omogućavajući vam da se usredsredite na poljoprivredne uticaje.*

Operator OR

·Koristite "OR" da biste uključili jedan ili drugi termin.
Pretraga *„klimatske promene* ***OR*** *globalno zagrevanje“* će prikazati rezultate koji govore o bilo kom od ova dva termina, šireći vaš opseg. Korišćenje ovih operatora omogućava vam bolju kontrolu nad vrstama informacija koje dobijate i izbegavanje prelistavanja nebitnih stranica.

*Zvezdica (asterisk *) kao džoker*

·Zvezdica (*) može poslužiti kao zamena za reči koje nedostaju u pretrazi.
Korisna je kada želite varijacije fraze ili kada niste sigurni u tačan izraz.
Na primer, kucanje *„uticaj klima *“* će vratiti rezultate za fraze poput *„uticaj klimatskih promena“* ili *„uticaj klimatske politike“*. Ovaj operator je koristan kada znate deo fraze, ali vam je potrebna fleksibilnost za varijacije.

NAPREDNI ALATI ZA PRETRAGU: PRECIZNOST NA DOHVAT RUKE

Kada osnovne strategije pretrage nisu dovoljne, većina pretraživača nudi napredne alate koji vam pomažu da kopate još dublje i preciznije filtrirate rezultate. Na primer, Google-ove napredne opcije pretrage omogućavaju vam da filtrirate rezultate po jeziku, regionu i vremenskom rasponu, što je posebno korisno ako tražite najnovije informacije ili izvore iz određenih zemalja.

Takođe možete pretraživati po tipu fajla kako biste direktno pronašli PDF-ove, Word dokumente ili PowerPoint prezentacije, što može biti ogromna ušteda vremena kada su vam potrebne verodostojne, detaljne informacije. Ovi alati pružaju veću preciznost, omogućavajući vam da se fokusirate na tačno ono što vam je potrebno bez beskonačnog prelistavanja nebitnih stranica. Njihovo efikasno korišćenje može pretvoriti osnovnu pretragu u moćan alat za pronalaženje najtačnijih i najrelevantnijih informacija.



Korišćenjem ovih filtera možete izbeći listanje kroz nebitne stranice i fokusirati se samo na sadržaj koji zaista odgovara vašim potrebama. Bilo da tražite nedavnu studiju, izveštaj iz određene zemlje ili PDF dokument, napredni alati za pretragu mogu učiniti vašu pretragu ciljanijom i efikasnijom.

UPOREĐIVANJE INFORMACIJA: KLJUČ POUZDANOSTI

Jedan od najvećih izazova u današnjem svetu prepunom informacija je biti siguran da je ono što pronađete verodostojno. Dezinformacije i pristrasnost su široko rasprostranjeni, pa je ključno da upoređujete činjenice sa kojima se susretnete. Ovaj proces podrazumeva verifikaciju informacija iz više izvora kako biste bili sigurni u njihovu doslednost i tačnost.



Uvek dajte prednost pouzdanim izvorima, poput recenziranih časopisa, vladinim publikacijama i člancima iz etabliranih novinskih organizacija. Akademski ili vladini sajtovi (.edu, .gov) su posebno pouzdani. Takođe, veb-sajtovi koji predstavljaju činjenične informacije sa citatima i izvorima su pouzdaniji od onih koji nude mišljenja ili neproverene tvrdnje.

Prilikom verifikacije činjenica, zapamtite da čak i izvore koji na prvi pogled izgledaju pouzdano treba proveriti. Ako dva ili više pouzdanih izvora potvrde istu informaciju, možete biti sigurniji u njenu tačnost.

U dobu informacione preopterećenosti, znanje kako efikasno pretraživati može uštedeti dragoceno vreme, poboljšati kvalitet vašeg istraživanja i pružiti sigurnost da se oslanjate na tačne izvore. Kada znate kako koristiti ključne reči i operatore pretrage, možete brzo filtrirati nebitne rezultate i fokusirati se na ono što je važno.

Dodavanje naprednih alata za pretragu daje vam još više preciznosti, pomažući vam da ciljate određene vrste sadržaja ili suzite pretragu po datumu, domenu ili tipu fajla. A upoređivanjem informacija iz više pouzdanih izvora dobijate potpuniju i pouzdaniju sliku neke teme. Savladavanje ovih tehnika će učiniti navigaciju ogromnim digitalnim svetom jednostavnijom, efikasnijom i, iznad svega, mnogo pouzdanijom.

Kad god treba da pretražujete online, ove strategije će vam pomoći da se probijete kroz bujicu različitih glasova i fokusirate na pouzdane izvore. Efikasne veštine pretrage nisu bitne samo za učenje i školu – one su neophodni alati za svakodnevni život. Uz malo vežbe, moći ćete da brže pronalazite verodostojne informacije, razumete različite perspektive i donosite bolje informisane odluke. Zato, sledeći put kada treba da nešto pronađete online, setite se ovih saveta i učinite vašu pretragu pametnijom, a ne težom.

DODATNI RESURSI

- Online Search Tips | How to Search
  ***Saveti za online pretragu | Kako pretraživati**: Ova stranica sadrži praktične savete i trikove za efikasnije online pretrage.*
- Web Searching Skills
  ***Veštine pretraživanja interneta**: Praćenjem nekoliko osnovnih saveta za pretragu, moći ćete da pronađete ono što tražite brzo i lako.*
- Discover Why Quotation Marks Can Revolutionize Your Search Results
  ***Otkrijte zašto navodnici mogu revolucionirati vaše rezultate pretrage:** članak Tima Fishera o tome zašto i kako navodnici pomažu u pronalaženju boljih rezultata.*
- How to Verify Information Online – Tips for Finding Credible Sources
  ***Kako verifikovati informacije onlajn** – Saveti za pronalaženje pouzdanih izvora: praktični saveti za identifikovanje pouzdanih izvora. Ove strategije će vam pomoći da efikasnije navigirate kroz more informacija.*

Lekcija 6

Lažne vesti, dezinformacije i malinformacije

U današnjem digitalnom svetu, razlikovanje između činjenica i fikcije je od suštinskog značaja. U ovoj lekciji, naučićete kako da prepoznate "lažne vesti" i razumete razliku između ***dezinformacija*** i ***pogrešnih informacija ili misinformacija***. Razmotrićemo primere i vežbati veštine koje vam pomažu da prepoznate obmanjujuće informacije.

Ciljevi

Na kraju ove lekcije, moći ćete da:

- **Definišete lažne vesti**, dezinformacije i malinformacije.
- **Prepoznate primere** dezinformacija i malinformacija.
- **Koristite praktične alate** za proveru informacija i procenu njihove pouzdanosti.

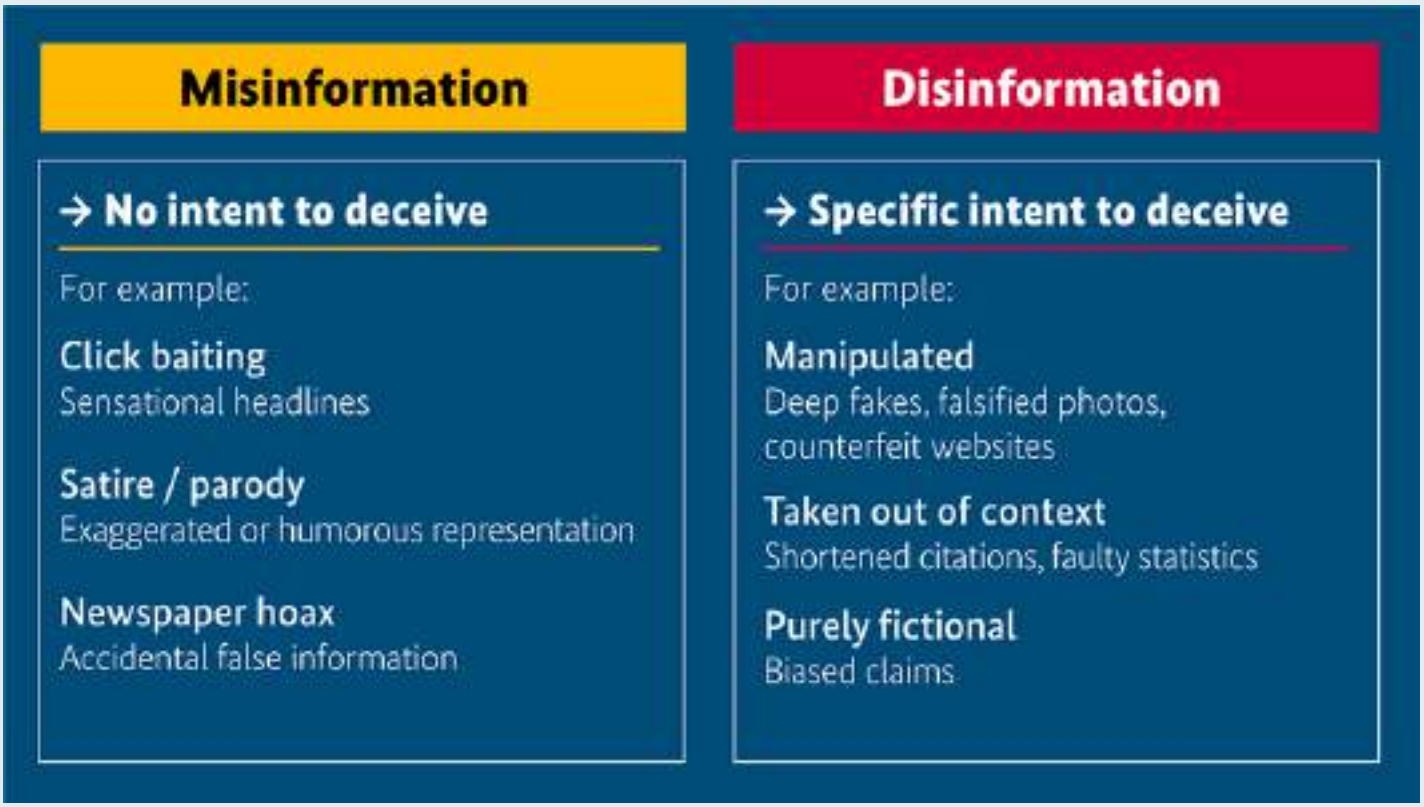
DEFINICIJE I KLJUČNI POJMOVI

Jedan od najvećih izazova u današnjem svetu prepunom informacija je osigurati da ono što pronađete bude verodostojno. Dezinformacije i pristrasnost su raširene, stoga je ključno da proveravate činjenice sa kojima se susrećete. Ovaj proces podrazumeva proveru informacija iz više izvora kako bi ona bila dosledna i tačna.

- **Lažne vesti**: lažne informacije predstavljene kao vesti.
  Mogu se širiti kroz tradicionalne medije ili društvene mreže.
- **Dezinformacije**: lažne informacije koje su namerno stvorene kako bi obmanule ljude.
- **Misinformacije ili pogrešne informacije**: netačne informacije koje se dele bez zle namere, obično zbog greške ili nesporazuma.

  Primer:

  Zamislite da vidite objavu na društvenim mrežama koja tvrdi da poznata ličnost napušta svoju karijeru kako bi pokrenula novi biznis u vašoj zemlji. Ako je ovo samo glasina koja se deli bez provere činjenica, to su ***misinformacije***. Međutim, ako je neko stvorio priču kako bi promovirao nepovezan proizvod koristeći ime poznate ličnosti, to su ***dezinformacije***.



Izvor: Bundesregierung.de

ZAŠTO LJUDI PRAVE I DELE LAŽNE VESTI?

Lažne vesti mogu biti širene iz različitih razloga:

- **Finansijska dobit**: neki ljudi prave lažne vesti kako bi privukli klikove i zaradili novac od oglasa.
- **Politička agenda**: dezinformacije mogu da se koriste za uticaj na javno mnjenje ili manipulaciju ishodima izbora.
- **Zabava ili humor**: satirične vesti ponekad mogu biti pogrešno shvaćene kao prave vesti ako nisu jasno označene.

AKTIVNOST

Setite se nedavnog primera gde ste videli ili čuli nešto što se kasnije ispostavilo kao netačno. Da li je to bilo deljeno namerno (dezinformacije) ili greškom (nesporazum)? Koji bi mogao biti razlog za to?

PREPOZNAVANJE DEZINFORMACIJA I MISINFORMACIJA

Lažne vesti mogu biti teške za prepoznavanje, posebno ako su napravljene da izgledaju kao pouzdane vesti. Evo nekih naznaka da je vest lažna:

- **Sumnjivi izvori**: da li su informacije iz *poznatog* i *kredibilnog* izvora? Da li dolaze od izvora poznatog po širenju senzacionalističkih ili „prenaduvanih“ vesti?
- **Prenaglašeni naslovi**: *"Šokantno!"* ili *"Neverovatno!"*; naslovi često pokušavaju da privuku vašu pažnju, ali nisu uvek pouzdani.
- **Emocionalno nabijen jezik**: članci koji pokušavaju da vas naljute ili uplaše mogu koristiti emocije da bi uticali na vas.
- **Nedostatak dokaza**: pouzdane vesti imaju izvore ili dokaze koji potkrepljuju njihove tvrdnje. Ako nema dokaza, budite oprezni.



Izvor: [Cornel University Library]

STUDIJA SLUČAJA

Razmislite o nedavnom primeru iz regiona: glasine o čudotvornim lekovima za COVID-19 širile su se tokom pandemije. Mnogi postovi na društvenim mrežama tvrdili su da određena hrana ili suplementi mogu „izlečiti“ COVID-19. Često su ove tvrdnje bile dezinformacije, stvorene od strane pojedinaca koji su želeli da prodaju određene proizvode. U drugim slučajevima, u pitanju su bile misinformacije, koje su delili ljudi koji su neosnovano verovali u delotvornost leka.

PRAKTIČNI ALATI ZA VERIFIKACIJU INFORMACIJA

Ove jednostavne tehnike mogu vam pomoći da proverite da li su informacije pouzdane:

Veb-sajtovi za proveru činjenica

- Sajtovi kao što su ***Faktograf*** *(Hrvatska)* ili ***Raskrinkavanje*** *(Srbija)* korisni su za ***proveru*** vesti i tvrdnji.

Aktivnost**:** pronađite aktuelnu priču na internetu i koristite jedan od ovih sajtova da proverite da li je verifikovana. Šta oni kažu o tome?

Pretraga slika unazad (Reverse Image Search)

- Lažne vesti često koriste obmanjujuće slike. Možete koristiti Guglovu ***Reverse Image Search*** ili ***TinEye*** da proverite da li je slika promenjena ili korišćena van konteksta.
- ***Aktivnost***: Pretražite sliku koju ste videli u nekoj vesti ili na društvenim mrežama. Gde se još ona pojavljuje? Da li je slika upotrebljena u istom, originalnom kontenstu, ili joj je dat drugačiji kontekst i značenje?

Provera izvora

- Potražite izvor originalne informacije. Ako se informacija ne može pratiti do pouzdanog izvora, možda nije verodostojna.
- ***Primer***: ako vest o javnoj ličnosti nema zvaničnu izjavu ili link ka kredibilnom mediju, budite sumnjičavi.

KONAČNA LISTA ZA PROVERU LAŽNIH VESTI

Pre nego što poverujete ili podelite vesti na internetu, postavite sebi pitanja:

- **Ko** je izvor ovih informacija?
- Da li naslov pokušava da me **šokira** ili **uplaši**?
- Mogu li da pronađem ove vesti na **drugim pouzdanim** sajtovima?
- Da li postoje izvori ili **dokazi** koji podržavaju iznete tvrdnje?
- Da li sam **proverio/la** informacije na pouzdanoj stranici za proveru činjenica?

Korišćenje ovih alata i saveta može vam pomoći da postanete kritičniji i odgovorniji korisnik informacija.

Ovaj pristup će vam pomoći da prepoznate lažne vesti, razumete razliku između dezinformacija i misinformacija, i zaštitite se od obmanjujućih informacija na internetu. Zapamtite, biti informisan znači biti kritičan!



DODATNI RESURSI

- Fake News/Misinformation/Disinformation: How can you identify Fake News?
  Priručnik biblioteke Nortistern univerziteta koji opisuje metodu—zaustavite, ispitajte izvor, pronađite bolji izvor, pratite tvrdnje—kako bi pomogao pojedincima da kritički procene i identifikuju lažne vesti.

- Knowledge Is Power: Fighting Misinformation, Disinformation, and Junk News
  Priručnik sa Univerziteta u Vašingtonu o prepoznavanju lažnih vesti pruža strategije kao što su verifikacija kredencijala autora, pažljivo ispitivanje URL-ova, opreznost prema senzacionalnim naslovima, upotreba više izvora za upoređivanje informacija i korišćenje pretrage slika unazad za procenu kredibilnosti vesti.

- Hot Topics: Fake News and Misinformation
  Priručnik Univerziteta Mejn o prepoznavanju lažnih vesti pruža resurse za proveru činjenica koji pomažu korisnicima da prepoznaju misinformacije na mreži.

- Validity, Credibility, Reliability
  Priručnik sa Stanford Law School „Proveri svoje izvore“ naglašava procenu validnosti, kredibiliteta i pouzdanosti istraživačkih materijala korišćenjem metoda kao što su 5W, C.R.A.P., RADAR i SIFT, dok takođe uzima u obzir kontekst i potencijalne pristrasnosti svakog izvora.

Lekcija 7

Alati za proveru i verifikaciju činjenica

U današnjem brzom digitalnom svetu, dezinformacije i lažne vesti se šire veoma brzo, što čini neophodnim razvijanje veština provere činjenica i verifikacije informacija. Sposobnost kritičkog analiziranja vesti i podataka je ključna za sve, od novinara i edukatora do svakodnevnih korisnika medija. Alati za proveru činjenica i verifikaciju podrazumevaju ključne alate i resurse, efikasne tehnike za verifikaciju izvora i uobičajene zamke koje treba izbegavati prilikom provere činjenica.

Alati i resursi za proveru činjenica

Različiti alati i platforme su razvijeni kako bi pomogli u proveri činjenica, a mnogi od njih su besplatno dostupni. Ovi resursi su osmišljeni da provere autentičnost vesti, slika i drugih medija:

- **Google Fact Check Explorer** - Ovaj alat prikuplja proverene činjenica iz pouzdanih izvora širom interneta, omogućavajući korisnicima da pretražuju tvrdnje i vide kako su ocenjene.
- **Snopes** - jedan od najpoznatijih veb-sajtova za proveru činjenica, Snopes se specijalizuje za razotkrivanje mitova, urbanih legendi i viralnih informacija.
- **PolitiFact** - pruža detaljnu proveru političkih izjava, ocenjujući ih na „Merilu istine“ kako bi pokazao koliko su tačne.
- **FactCheck.org** - Nepristrasna, neprofitna organizacija koja pruža dubinsku analizu i razotkriva lažne tvrdnje koje iznose političari i javne ličnosti.
- **TinEye** - Alat za pretragu slika unazad koji pomaže u verifikaciji porekla slike, što može biti korisno u identifikaciji manipulisanih ili van konteksta prikazanih vizuala.
- **InVID** - Ekstenzija za pretraživač koja pomaže u verifikaciji videa i slika sa društvenih mreža, proveravajući manipulaciju, originalne izvore i da li su mediji obmanjujući.

Ovi alati su ključni u borbi protiv lažnih informacija i pomažu ljudima da ostanu informisani sa činjenicama. Upoznavanje sa ovim platformama omogućava korisnicima brzu proveru činjenica pre deljenja ili oslanjanja na informacije.

Tehnike za proveru izvora i informacija

Pored korišćenja specifičnih alata, postoji nekoliko tehnika koje mogu poboljšati proces provere činjenica. Ove tehnike se mogu primeniti na tekst, slike, video zapise i druge oblike medija:

Upoređivanje sa pouzdanim izvorima
·Uvek proverite tvrdnju konsultovanjem više pouzdanih izvora. Pouzdani izvori uključuju etablirane medijske kuće kao što su BiBiSi ili Dojče vele, visoko rangirane stručne časopise i zvanične izveštaje renomiranih organizacija. Na primer, ako naiđete na tvrdnju o novom medicinskom otkriću, konsultujte veb-sajtove poput Svetske zdravstvene organizacije ili PubMed kako biste potvrdili legitimnost informacija.

Pretraga slika unazad (Reverse image search)
Slike se često zloupotrebljavaju ili prikazuju van izvornog konteksta u kom su nastale kako bi obmanule gledaoce. Korišćenjem alata poput gorepomenutog Google reverse image search, možete pratiti sliku do njenog originalnog izvora i utvrditi da li je izmenjena ili prilagođena radi prikazivanja lažnih informacija.

Provera metapodataka
Za verifikaciju videa ili slika, provera metapodataka (informacija poput lokacije, vremena i datuma kreiranja) može pomoći. FotoForensics, na primer, može analizirati metapodatke slike kako bi otkrio potencijalne promene.

Procena pristrasnosti i kredibiliteta izvora
Razumevanje pristrasnosti ili reputacije nekog izvora je od ključnog značaja. Veb-sajtovi poput Media Bias/Fact Checkpružaju analizu političkog opredeljenja, istorije tačnog izveštavanja i transparentnosti nekog izvora informacija. Ovo vam omogućava da vidite da li je izvor sklon tačnom prikazivanju informacija ili je informacija promenjena zbog pristrasnosti.



Procena pristrasnosti i kredibiliteta izvora

Iako je provera činjenica neprocenjiva veština, postoji nekoliko uobičajenih grešaka koje ljudi prave prilikom verifikacije informacija. Razumevanje ovih zamki može vam pomoći u nastojanju da dođete do tačnijih procena:

Pristrasnost potvrde (Confirmation Bias)
Ljudi često traže informacije koje podržavaju njihova prethodna uverenja, što je poznato kao pristrasnost potvrde. Da biste to izbegli, aktivno tražite suprotne stavove i dovodite u pitanje svoje pretpostavke.

Preterano oslanjanje na jedan izvor
Oslanjanje na jedan izvor za proveru činjenica, čak i ako je pouzdan, može dovesti do nepotpunih ili pogrešnih rezultata. Uvek proveravajte informacije sa više izvora kako biste osigurali njihovu tačnost.

Pogrešna interpretacija satire ili parodije
Satirični veb-sajtovi poput The Onion, The Borowitz Report ili srpskog Njuz.net često proizvode preuveličane ili izmišljene priče u komične svrhe. Oni koji proveravaju činjenice treba da budu svesni ovih izvora kako bi izbegli pogrešno tumačenje satire kao legitimnih vesti.

Zanemarivanje konteksta
Čak i činjenične informacije mogu biti obmanjujuće ako se uzmu van konteksta. Uvek razmotrite širi kontekst u kojem su izjava ili podatak dati. Na primer, neki izveštaj o stopama kriminala može zvučati alarmantno, ali važno je proveriti u kom vremenskom okviru i pod kojim okolnostima su te stope zabeležene.

U 21. veku, kada su informacije sve dostupnije, ali često nepouzdane, važnost provere činjenica i verifikacije ne može se zanemariti. Korišćenjem odgovarajućih alata, primenom kritičkih tehnika i razvijanjem svesti o nekim uobičajenim zamkama, pojedinci mogu razviti snažne veštine provere činjenica. Ove veštine ne samo da pomažu u razotkrivanju lažnih informacija, već doprinose i informisanijem i kritičnijem društvu.
.



DODATNI RESURSI

- Websites for Fact-Checking

  Veb-sajtovi za proveru činjenica: ovaj istraživački vodič se blago oslanja na vodič koji je razvio Istraživački centar na CUNY Graduate School of Journalism.

- Tools That Fight Disinformation Online

  Alati koji se bore protiv dezinformacija na internetu: stranica „Alati koji se bore protiv dezinformacija na internetu“ RAND Corporation pruža pretraživu bazu podataka od 82 alata osmišljena za borbu protiv onlajn dezinformacija, uključujući detekciju botova, ocenjivanje kredibiliteta i edukativne resurse.

- Google News Initiative

  Gugl njuz inicijativa je globalna inicijativa Google-a koja ima za cilj podršku novinarstvu i borbu protiv širenja dezinformacija. Pruža resurse, alate i finansiranje za podršku novinskim organizacijama, poboljšanje informacijske pismenosti i promociju razvoja visokokvalitetnog novinarstva.



DO YOUR RESOURCES PASS THE C.R.A.P. TEST?

	0 Points	1 Point	2 points	3 points
CURRENCY	☐ No updates shown	☐ Updates shown but long past	☐ Updates shown ☐ Slightly dated	☐ Regular, current updates
RELIABILITY	☐ Inaccurate information ☐ Incomplete information	☐ Amateur ☐ Borrows from other sources ☐ No citations ☐ No links to other resources	☐ Passed some editorial control ☐ Largely borrows from other sources ☐ Some citations ☐ Some links to reliable resources	☐ Scholarly ☐ Original ☐ Bibliography or citations provided ☐ Links to and from other reliable resources
AUTHORITY	☐ No author ☐ No publisher	☐ Author or group author ☐ No credentials ☐ No publisher ☐ No organizational support	☐ Author or group author ☐ Publisher or organizational support	☐ Expert author or expert group of authors Credentials provided ☐ Reputable publisher or organization
PURPOSE	☐ Unfairly biased* ☐ Holds an agenda	☐ Some bias* ☐ More opinion than fact ☐ Unbalanced to a fault	☐ Small biases* ☐ Shows some balance	☐ Largely unbiased* ☐ No clear agenda ☐ May be balanced with multiple viewpoints

- Your judgements in each of the categories are merely guidelines; ultimately, you have to take the whole into consideration.
- *Bias is in everything we read. Your job is to determine how much the bias influences the piece.

Inspired by UC Berkeley Library (www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/Evaluate.html) and the work of Dianne McKenzie, 2013. (librarygrits.blogspot.com)

Lekcija 8

AI generisane slike i video zapisi

UVOD

Poslednjih godina, veštačka inteligencija (AI) ostvarila je ogroman napredak u oblasti kreiranja vizuelnog sadržaja. Slike i video snimci koje generiše AI postaju sve sofisticiraniji, brišući granice između sadržaja koji su kreirali ljudi i onog koji je stvorila mašina. Do danas, neke AI-generisane slike osvojile su prestižno fotografsko takmičenje, lažni politički AI video koji je Ilon Mask podelio imao je preko 130 miliona pregleda, a AI može oponašati nečiji glas, poput Skarlet Džohenson, ili čak kreirati video snimke radi prevare. Ova lekcija objašnjava proces iza generisanja AI slika i video snimaka, navodi zapažene primere ove tehnologije i razmatra neke metode za razlikovanje između autentičnog i AI-generisanog sadržaja.

PRIMERI AI-GENERISANOG VIZUELNOG SADRŽAJA

Evo četiri zapažena slučaja lažnih AI slika i video snimaka, zajedno sa linkovima na članke koji ih analiziraju:

DeepFake TikTok video snimci Toma Kruza *(2021)*
Serija video snimaka pojavila se na TikTok-u sa hiperrealističnim deepfake-om glumca Toma Kruza. Ovi snimci su pokazali napredno stanje deepfake tehnologije i izazvali zabrinutost zbog njene potencijalne zloupotrebe.

Veb-sajt "This Person Does Not Exist"
Iako ne razmatra pojedinačne slučajeve, ovaj sajt generiše novo AI-kreirano lice svaki put kada osvežite stranicu, demonstrirajući kako AI može kreirati veoma realistične slike ljudi koji zapravo ne postoje.

AI-generisana umetnost osvaja takmičenje *(2022)*
AI-generisano umetničko delo osvojilo je prvo mesto na takmičenju likovnih umetnosti na sajmu u Koloradu, što je pokrenulo debatu o prirodi umetnosti i kreativnosti u doba AI.

Lažni video Kamale Haris *(2024)*
Sredinom 2024. godine, pojavio se lažni, AI-kreiran video koji navodno predstavlja zvaničan promotivni video izborne kampanje kandidatkinje za predsednicu SAD-a Kamale Harris. Objava ovog video od strane Ilona Maska dovela je do 130 miliona pregleda, ali Mask izvorno nije jasno naveo da je u pitanju lažni video.

Ovi slučajevi pokazuju širok uticaj AI-generisanih slika i video snimaka u različitim oblastima, od zabave i umetnosti do novinarstva i politike. Oni naglašavaju važnost razvijanja jakih metoda za otkrivanje AI-generisanog sadržaja i razmatranje etičkih implikacija ove tehnologije. Takođe pokazuju potencijal za korišćenje ove tehnologije za dezinformacije ili manipulaciju u političkom diskursu.



AI generisana fotografija "Pseudomnesia: The Electrician" koja je pobedila na Sony World Photography Competition

RAZOTKRIVANJE AI-GENERISANOG SADRŽAJA

Kako AI-generisani sadržaj postaje sve prisutniji, ključno je razviti veštine za prepoznavanje sintetičkih medija. Evo nekih elemenata koje treba proveriti:

Nedoslednosti u detaljima

- Tražite nepravilnosti u crtama lica, poput asimetričnih očiju ili čudno oblikovanih zuba.
- Proverite nedoslednosti u pozadini ili osvetljenju koje ne prate prirodne fizičke zakonitosti.

Analiza metapodataka

- Ispitajte metapodatke slike ili video snimka radi informacija o poreklu i istoriji izmena.

Alati za digitalnu forenziku

- Koristite specijalizovani softver dizajniran za otkrivanje manipulisanog ili AI-generisanog sadržaja.

Kontekstualna analiza

- Razmotrite izvor i kontekst sadržaja. Da li je iz pouzdanog izvora? Da li se slaže sa poznatim činjenicama?

AI modeli za detekciju

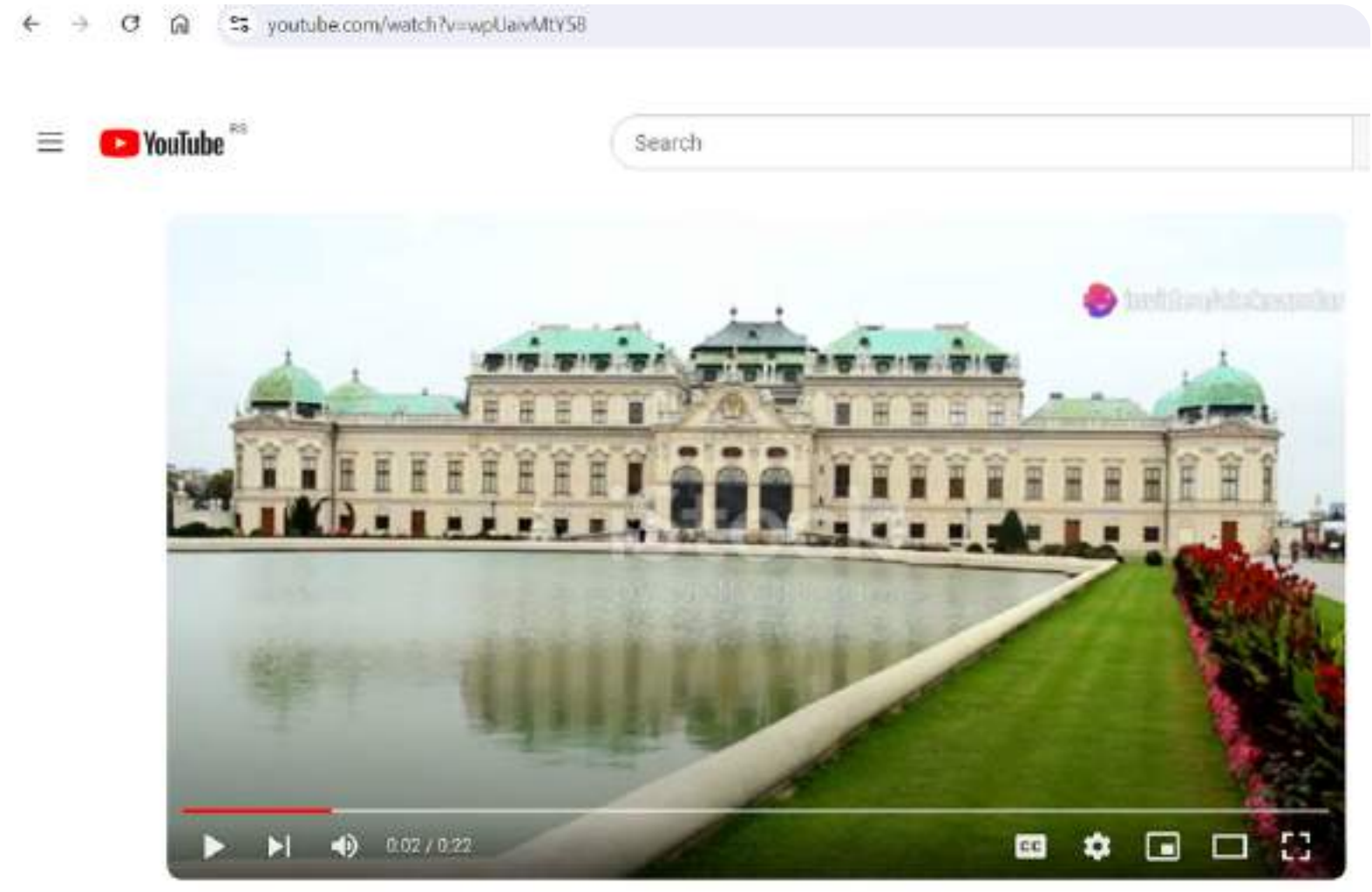
- Koristite AI alate specijalno obučene za prepoznavanje AI-generisanog sadržaja.

Ilustracija



Fotografija desno je AI-kreirana slika Džordža Klunija i Volfganga Amadeusa Mocarta kako navodno zajedno piju milkšejk od vanile u dvorcu Schönbrunn u Beču. Ispod je takođe linkovan lažni YouTube video o istom „*događaju*“.

Oba su AI-kreirani sadržaji u edukativne svrhe, kao ilustracija kreativnih sposobnosti AI. Kluni i Mocart se, naravno, nikada nisu sreli, pošto je *Mocart* (1757–1791) umro 170 godina pre *Klunijevog* rođenja (1961)!



Fake AI video - George Clooney Meets Mozart in Vienna! 2024 08 24

VODEĆI AI ALATI

- DALL-E 2 od OpenAI – Poznat po kreiranju veoma detaljnih i kreativnih slika na osnovu tekstualnih opisa.
- Midjourney je stekao popularnost zbog svojih umetničkih prikaza i sposobnosti kreiranja slika u različitim stilovima.
- Stable Diffusion - Open-source model koji je demokratizovao generisanje AI slika.
- This Person Does Not Exist - Veb-sajt koji prikazuje AI-generisana lica koja se ne razlikuju od stvarnih fotografija.
- DeepFake video snimci - Iako ne postoji jedinstveni izvor, termin "deepfake" postao je široko poznat. Poznat primer je deepfake video Toma Cruiza na TikTok-u.

Imajte na umu da se oblast AI-generisanog sadržaja brzo razvija, tako da se stalno pojavljuju novi i napredniji primeri. Uvek je dobro proveriti najnovije izvore za najnovija dostignuća u ovoj oblasti.

ETIČKA RAZMATRANJA I BUDUĆE IMPLIKACIJE

Porast AI-generisanog sadržaja postavlja važna etička pitanja:

- **Autorska prava i vlasništvo**
  Ko poseduje prava na AI-generisani sadržaj?
- **Dezinformacije**
  Kako sprečiti širenje lažnih vesti i manipulisanih medija?
- **Pitanja privatnosti**
  Koje su implikacije kreiranja realističnih slika ili video snimaka stvarnih ljudi bez njihovog pristanka?
- **Uticaj na kreativnu industriju**
  Kako će AI-generisani sadržaj uticati na umetnike, fotografe i druge kreativne profesionalce?

Kako tehnologija nastavlja da napreduje, verovatno je da će AI-generisani sadržaj postati još sofisticiraniji i raširenији. Ovo naglašava važnost razvijanja veština kritičkog razmišljanja i korišćenja tehnoloških alata za snalaženje u sve složenijem digitalnom okruženju.

ZAKLJUČAK

AI-generisane slike i video snimci predstavljaju fascinantan spoj tehnologije i kreativnosti. Iako nude uzbudljive mogućnosti za umetnost, zabavu i inovacije, oni takođe predstavljaju izazove u pogledu autentičnosti i etičke upotrebe. Razumevanjem načina na koji se ovaj sadržaj kreira i učenjem kritičke evaluacije digitalnih medija, možemo bolje ceniti sposobnosti AI, istovremeno ostajući oprezni prema njenoj potencijalnoj zloupotrebi.

DODATNI RESURSI

Nekoliko onlajn resursa može pomoći u verifikaciji autentičnosti slika i video snimaka:

- TinEye
  Pretraživač slika koji može pomoći u pronalaženju originalnog izvora slike.
- Google Reverse Image Search
  Slično TinEye-u, može pratiti poreklo i korišćenje slika na internetu.
- FotoForensics
  Pruža alate za analizu digitalne strukture slika kako bi se otkrile izmene.
- Google Reverse Image Search
  Nudi alatke za ispitivanje digitalne građe slika kako bi se uočile promene.
- Sensity

  Specijalizovana za detekciju deepfake-ova i pruža resurse za prepoznavanje AI-generisanih video snimaka.
- InVID Verification Plugin

  Ekstenzija za pretraživač koja nudi različite alate za verifikaciju video snimaka i slika.

Lekcija 9

Mladi i medijski aktivizam

Aktivizam mladih je oduvek bio moćna snaga za društvene promene, a u modernom dobu dobio je nove oblike sa pojavom digitalne tehnologije. Ova lekcija daje kratku definiciju aktivizma mladih, njegove glavne oblike, ključne nedavne primere, izazove sa kojima se suočava, posebno u vezi sa novom tehnologijom i društvenim mrežama, kao i njegov ukupni značaj u društvu. Pored toga, lekcija razmatra nalaze najnovijeg istraživanja ADMe grupe u Beču, koje pokazuje da društvene mreže poboljšavaju informisano donošenje odluka samo za pojedince koji imaju dobro razvijenu političku svest, kritičko mišljenje i prethodno su ovladali tradicionalnim medijima i istraživačkim veštinama. Stoga, iako društvene mreže nude ogromne mogućnosti za aktivizam mladih, njihova uloga je dvosmerna. Lekcija završava raspravom o tome da li medijski aktivizam može produbiti ili ometati našu političku i informacijsku svest, i kako iskoristiti njegov pun potencijal kroz savladavanje ne samo novih tehnologija, već i kritičke medijske pismenosti i aktivnog angažmana.

Aktivizam mladih: definicija i uticaj

Aktivizam mladih predstavlja aktivno učešće mladih ljudi u nastojanjima da promovišu društvene promene. On obuhvata širok spektar aktivnosti, u koje spadaju protesti, kampanje za zagovaranje, podizanje svesti, građansko angažovanje i volontiranje. Iako se često povezuje sa javnim demonstracijama, aktivizam mladih takođe uključuje suptilnije oblike uključivanja, poput obrazovnih inicijativa i izgradnje veština za građansko učešće. Definicija je vremenom evoluirala kako bi obuhvatila različite pristupe podsticanju aktivnog građanstva.

Aktivizam mladih je ključan za društveni napredak. Mladi ljudi donose sveže perspektive, energiju i posvećenost u rešavanje društvenih pitanja. Njihovo učešće pomaže u oblikovanju budućeg liderstva i podstiče demokratsko učešće. Kao što ističe naučnik Ron Kazimir, stanje mladih direktno utiče na društvene aspiracije i izazove, što dodatno naglašava značaj njihovog aktivizma.

Digitalno doba je transformisalo aktivizam mladih pružajući nove alate za angažovanje, poput društvenih mreža. Međutim, ono takođe predstavlja izazove poput održavanja dugoročne posvećenosti, prevazilaženja digitalnog jaza i suprotstavljanja vladinom nadzoru.

Uprkos ovim preprekama, mladi aktivisti nastavljaju da koriste digitalne platforme kako bi pojačali svoj glas i pokrenuli promene.
Kao budući lideri, mladima je neophodno da prihvate aktivizam, prepoznajući njegov potencijal da se suoče sa izazovima 21. veka i oblikuju bolji svet za svoje zajednice i šire.

Uticaj društvenih mreža na oblikovanje našeg sveta

Društvene mreže značajno oblikuju naš svet, što je tvrdnja dobro potkrepljena stvarnim događajima u Ujedinjenom Kraljevstvu i SAD-u – Bregzitu i izbornim pobedama Donalda Trampa. Ovi primeri pokazuju kako su platforme društvenih mreža postale ključni alati za uticanje na javno mnjenje i političke ishode. Cambridge Analytica je odigrala ključnu ulogu kako u referendumu o Bregzitu tako i u izborim za prvi mandat Donalda Trampa, koristeći podatke sa Fejsbuka kako bi ciljala neodlučne ili neangažovane glasače kroz visoko personalizovane onlajn kampanje. Njihove strategije mobilisale su pasivne pojedince u Bregzitu i potisnule potencijalne glasove za Hilari Klinton u SAD-u, značajno utičući na oba ishoda.



Izvor: BBC. Više informacija o ovom slučaju može se naći u ovom kratkom videu u produkciji BiBiSi-ja

U novije vreme, uloga društvenih mreža u oblikovanju političkih narativa bila je evidentna u angažmanu Ilona Maska tokom najnovijih predsedničkih izbora u SAD-u. Koristeći svoju platformu, X (ranije Tviter), Mask je pojačavao dezinformacije, uključujući lažirani video o Kamali Haris, koji je zabeležio između 120 i 130 miliona pregleda. Iako je Mask tvrdio da je samo repostovao video, nije ga jasno označio kao lažan, ostavljajući mnoge gledaoce potencijalno nesvesnima da je u pitanju lažni video.

Ovi slučajevi naglašavaju ogromnu moć društvenih mreža u uticanju na odluke o spornim pitanjima. Međutim, to ne znači da je društvo ušlo u orvelovsku distopiju u kojoj se mišljenjima lako manipuliše.

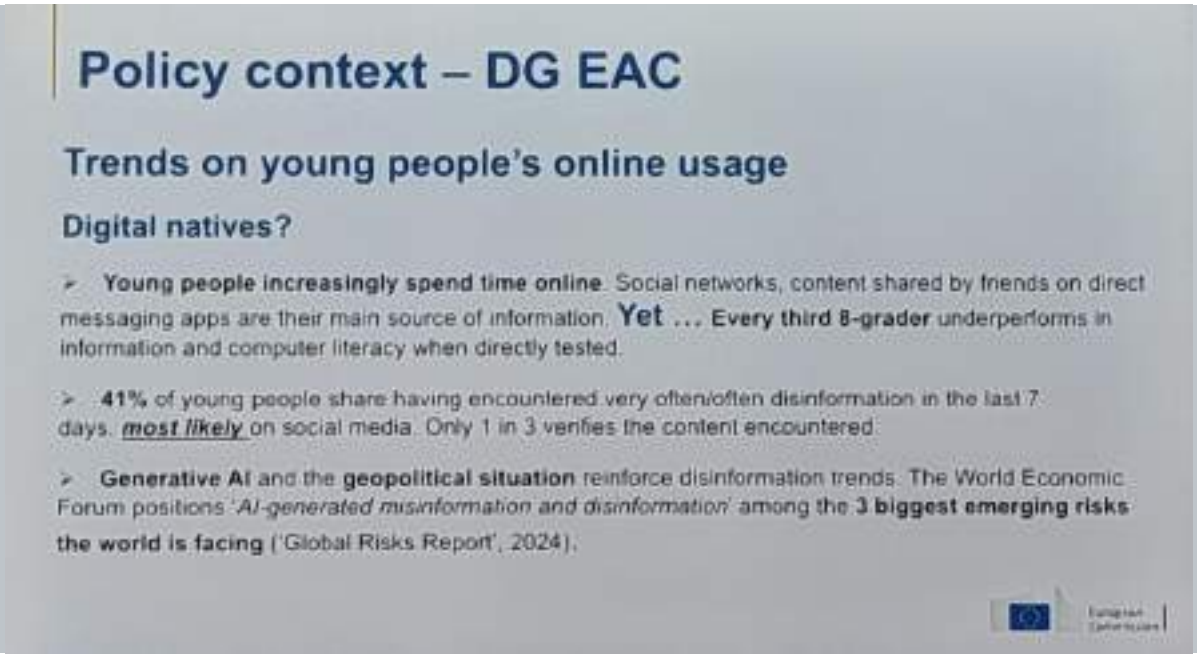
Duboko ukorenjena uverenja, poput protivljenja smrtnoj kazni ili preferiranja demokratskih sistema, i dalje su otporna na spoljašnje uticaje. Ipak, kada su u pitanju neodlučne ili kontroverzne teme – poput izbornih preferenci ili javnozdravstvenih politika – društvene mreže pružaju ogromnu arenu za političku manipulaciju.

Zaključak je jasan: društvene mreže igraju značajnu ulogu u oblikovanju javnog mnjenja i političkih pejzaža, čak i u dobro uspostavljenim demokratijama. Ovo postavlja ključna pitanja o etičkoj upotrebi ovih platformi i potrebi za zaštitom javnog diskursa od neprikladne manipulacije.

Aktivizam mladih i društvene mreže

Široko prihvatanje društvenih mreža je relativno nov fenomen, koji se javlja s platformama poput Fejsbuka, Jutjuba i TikTok-a koje su se pojavile u poslednje dve decenije. Razumevanje njihovih dugoročnih efekata zahteva vreme, ali neki obrasci su već vidljivi.

Izveštaj Evropske komisije naglašava da mladi ljudi sada provode značajno vreme na internetu, oslanjajući se na društvene mreže, posebno privatne platforme za razmenu poruka poput Instagrama i Mesindžera, kao svoj primarni izvor vesti. Međutim, ***preko 40% mladih svakodnevno nailazi na lažne vesti***, a malo njih proverava tačnost takvih informacija. Mnogima nedostaje medijska pismenost, što ih čini podložnim dezinformacijama i manipulaciji.



Ovaj trend je naveo neke da predviđaju distopijske ishode: društvo politički apatičnih, lako manipulisanih pojedinaca koje kontrolišu elite koristeći tehnologiju. Istorijska poređenja naglašavaju kontrast sa prošlim epohama aktivizma mladih, poput pokreta za građanska prava ili antiratnih protesta 1960-ih. Kritičari tvrde da su današnji mladi više usredsređeni na sebe i manje građanski angažovani.

Drugi osporavaju ovaj stav, sugerišući da je aktivizam mladih evoluirao. Umesto tradicionalnog učešća, mladi ljudi se angažuju kroz društvene mreže, volonterski rad i netradicionalne pokrete. Platforme poput Fejsbuka i Tvitera nude alate za aktivizam, ali održavanje dugoročnog angažmana ostaje izazov. Dok manjina koristi društvene mreže za poboljšanje političke svesti, većina upada u zabavno orijentisanu ili pasivnu upotrebu, ograničavajući njihov pozitivan uticaj.

Platforme društvenih mreža postale su ključni alati za aktivizam mladih, nudeći mogućnosti bez presedana za građansko angažovanje i političku mobilizaciju. Međutim, njihova efikasnost i dalje je predmet debate. Studije otkrivaju da mladi koriste platforme poput Fejsbuka i X/Tvitera za lakše ispoljavanje aktivizma, ali održavanje dugoročnog angažmana i motivacije pokazuje se izazovnim.

Fejsbuk i X/Tviter igraju različite uloge u aktivizmu. Fejsbuk često služi kao centar za kreiranje grupa usredsređenih na određene ciljeve. Međutim, održavanje interesovanja članova tokom vremena ostaje teško. X/Tviter, nasuprot tome, promoviše širu interakciju sa korisnicima koji raspravljaju o različitim temama. Ova dinamika podstiče trenutni angažman, ali ne rezultira uvek opipljivim promenama, često ograničavajući aktivizam na simboličke ili površne nivoe.

Arapsko proleće je istaknuti primer kako društvene mreže mogu pokrenuti aktivizam mladih. Počevši od 2010. godine, ovaj talas protesta i revolucija preoblikovao je Bliski Istok. Mladi aktivisti koristili su platforme poput Fejsbukaa, Tvitera i Jutjuba za organizovanje demonstracija, podizanje svesti i razmenu informacija u zemljama poput Tunisa i Egipta. Ove platforme zaobišle su državnu cenzuru, omogućavajući masovnu mobilizaciju. Pokušaji vlada da blokiraju pristup internetu, poput ograničavanja veb-sajtova u Tunisu i petodnevne blokade interneta u Egiptu, samo su ojačali odlučnost učesnika.

Uprkos ovom potencijalu, korišćenje društvenih mreža ima značajna ograničenja. Istraživanje ADMe grupe iz Beča naglašava da većina mladih koristi društvene mreže prvenstveno za zabavu, a manji broj pristupa političkim sadržajima. Politički aktivni korisnici često već poseduju razvijenu političku svest. Nasuprot tome, većina mladih bez takvog temelja postaje žrtva algoritama koji stvaraju „filter mehure“ koji ”vrte” uske, slične i često pristrasne informacije.



Tipologija korisnika zasnovana na dve dimenzije:
zabavno-orijentisana upotreba i politička upotreba društvenih mreža.

Ovaj fenomen komplikuje razvoj kritičkog mišljenja među mladim korisnicima. Umesto da podstiču informisano angažovanje, društvene mreže često doprinose površnom razumevanju i širenju dezinformacija. Samo oni koji su opremljeni veštinama za kritičku analizu i traženje različitih izvora informacija mogu iskoristiti društvene mreže zarad obogaćivanja znanja. Za ostale, ove platforme mogu dovesti do intelektualne stagnacije, jačajući pojednostavljene poglede i obeshrabrujući dublju političku svest.

Ukupni uticaj društvenih mreža na aktivizam mladih je, prema tome, mešovit. Iako ovi alati imaju potencijal da transformišu angažovanje, njihova efikasnost u velikoj meri zavisi od prethodnog znanja i veština korisnika. Za većinu mladih ljudi, kojima nedostaje odgovarajuća „obuka“ ili iskustvo, društvene mreže stoga često služe kao prepreka a ne kao pokretač političkog osnaživanja.

Da zaključimo, iako društvene mreže nude ogromne mogućnosti za aktivizam mladih, njihova uloga je dvosmerna. One mogu ili produbiti političku i informacionu svest za manjinu informisanih korisnika ili doprineti intelektualnoj izolovanosti i površnosti za većinu korisnika. Korišćenje njihovog punog potencijala zahteva ne samo pristup tehnologiji, već i kritičku medijsku pismenost i aktivno angažovanje sa različitim perspektivama.

DODATNI RESURSI

Evo nekoliko relevantnih primera medijskog aktivizma mladih sa linkovima do konkretnih primera kako su mladi koristili medije, posebno društvene mreže, za aktivizam:

- Arapsko proleće i društvene mreže
  Pregled kako su društvene mreže korišćene tokom ustanka Arapskog proleća.

- Pokret Occupy Wall Street
  Ovaj članak iz Gardijana objašnjava kako su mladi aktivisti koristili društvene mreže za organizovanje i širenje pokreta Occupy.

- Black Lives Matter
  Članak iz Pew Research Center raspravlja o tome kako su mladi aktivisti koristili društvene mreže za jačanje pokreta Black Lives Matter.

- Aktivizam za klimatske promene
  Istražuje kako su mladi aktivisti poput Grete Tunberg koristili društvene mreže za podizanje svesti o klimatskim promenama.

- #MeToo pokret
  Ispituje ulogu društvenih mreža u širenju pokreta #MeToo, koji su u velikoj meri pokrenuli mladi aktivisti.

Lekcija 10

Šta je kritičko mišljenje?

Kritičko mišljenje je suštinska veština za medijsku pismenost – i razlikovanje istine uopšte – koja uključuje sposobnost analiziranja informacija, vrednovanja dokaza i donošenja promišljenih zaključaka. Stoga je ono ključno u tehnokratskom društvu kakvo je naše, gde postoji toliko mnogo informacija i teško je znati koje su lažne, a koje istinite; takođe je to osnovna veština u demokratskom društvu, koje bi trebalo da teži pružanju uravnoteženih argumenata svojim članovima i omogući im da donose informisane odluke – primenjujući pri tome rasuđivanje, izbore, odluke i zaključke. To je misaoni proces koji zahteva aktivno angažovanje na idejama, omogućavajući pojedincima da jasno i racionalno razmišljaju o tome u šta verovati ili šta činiti. Ovaj tekst istražuje poreklo kritičkog mišljenja, značajne ličnosti koje su doprinele njegovom razvoju, praktične primene i njegovu ključnu ulogu u društvu.

Koreni kritičkog mišljenja: Sokrat, primalja (babica) kritičkog mišljenja

Koreni kritičkog mišljenja mogu se pratiti do antičkih civilizacija, posebno u Staroj Grčkoj. Stari Grci živeli su u odvojenim gradovima-državama zvanim polisi, a možemo reći da je kritičko mišljenje rođeno u jednom od njih, u antičkoj Atini, od 6. do 4. veka pre n.e. Filozofi poput ***Sokrata***, ***Platona*** i ***Aristotela*** postavili su temelje za sistematsko istraživanje i racionalno razmišljanje. Sokrat – učitelj Platona, koji je zauzvrat podučavao Aristotela – mogao bi biti nazvan ocem kritičkog mišljenja.
Naime, pre Sokrata, stari Grci su tražili istine o svetu od svojih pesnika ili proroka, poput Homera, uglavnom verujući da su oni ti koji drže ključeve znanja i da su inspirisani božanstvom. Sokrat je, međutim, tvrdio da istina nije poetska, simbolična ili apstraktna, već da se može doći do nje kroz racionalni razgovor i kroz dijalog koji uključuje pitanja i odgovore, postupno sužavajući temu do njenog najbitnijeg pojma – istine.

Drugim rečima, Sokrat je tvrdio da on ne zna istinu unapred, već da je razvio model racionalnog razmišljanja, koji je nazvao „metoda primaljstva“, verovatno zato što je bio sin primalje odnosno babice. Verovao je da istina već postoji u nečijem umu i da je samo potrebno izvući je odatle i pomoći da se rodi. Ovo je poznato kao ***Sokratova metoda*** – oblik kooperativnog argumentativnog dijaloga koji stimuliše kritičko mišljenje postavljanjem pitanja i davanjem odgovora kako bi se podstaklo dublje razmišljanje i uvid.

Ova metoda naglašava važnost preispitivanja pretpostavki i traženja jasnog pojma i definicije-određenja.

Iako Sokrat sam nije ništa zapisivao, o njegovim učenjima znamo preko njegovog učenika Platona, budući da je Sokrat glavni lik u nekoliko njegovih dijaloga. U jednom od njih, pod nazivom ***Teetet*** (4. vek pre n.e., besplatna knjiga), Sokrat opisuje svoju metodu primaljstva na sledeći način:



Mermerna glava Sokrata *iy Luvraa*
(1st vek nove ere)

„Pa, moja veština primaljstva je u većini aspekata slična babicama; ali se razlikuje po tome što ja pomažem muškarcima, a ne ženama, i brinem o njihovim dušama kada su u porođaju, a ne o njihovim telima. Trijumf moje veštine je u temeljnom ispitivanju da li je misao koju um mladića rađa lažna i beživotna ili plodna i istinita. I opet, ja nalikujem primaljama po tome što sam nerodotvoran u mudrosti, i prigovor koji mi se često upućuje – da ja postavljam pitanja drugima, a nemam dovoljno razuma da sam donosim zaključke o bilo kojoj temi – sasvim je opravdan. Razlog je u tome što me bog prisiljava da budem primalja, ali mi nije dozvolio da rađam. Ja, dakle, lično nisam naročito mudar, niti imam nešto što bih mogao pokazati kao izum ili rođenje sopstvene duše. Ali od onih koji razgovaraju sa mnom, neki isprva izgledaju potpuno glupi; a svi, kako naše poznanstvo sazreva, ako im bog bude milostiv, postižu zadivljujući napredak – i to kako po mišljenju drugih, tako i po njihovom sopstvenom. Sasvim je jasno da oni nikada nisu ništa naučili od mene; mnoga lepa otkrića koja rađaju potiču od njih samih. Ali meni i bogu duguju svoje porođaje.“
(Teetet 150b-150d, str. 244)

Tokom ***Renesanse***, naglasak na humanizmu podstakao je dalji razvoj kritičkog mišljenja. Mislioci poput Dekarta i Loka uveli su ideje skepticizma i empirizma, ohrabrujući pojedince da preispituju prihvaćene istine i traže znanje kroz posmatranje i razum.

U periodu ***Prosvetiteljstva***, pojavili su se racionalizam i naučno istraživanje, što je dodatno promovisalo kritičko mišljenje kao temelj znanja.

U 20. veku, **Džon Djui** zagovarao je iskustveno obrazovanje i refleksivno razmišljanje, ističući važnost kritičkog mišljenja u rešavanju problema i donošenju odluka. Djui je tvrdio da je kritičko mišljenje ključno za efikasno građanstvo i lični razvoj.

Danas, ličnosti poput **Eduarda de Bona** doprinele su razumevanju kreativnog i lateralnog mišljenja, naglašavajući neophodnost razmišljanja izvan tradicionalne logike za rešavanje složenih problema. Osim toga, mislioci poput **Danijela Kanemana** i **Ričarda Talera** istraživali su kognitivne pristrasnosti i procese donošenja odluka, razjašnjavajući psihološke aspekte kritičkog mišljenja.

Praktična primena kritičkog mišljenja

Kritičko mišljenje primenjivo je u različitim kontekstima, uključujući obrazovanje, biznis, zdravstvo i svakodnevni život. U obrazovanju, veštine kritičkog mišljenja omogućavaju učenicima da analiziraju tekstove, procenjuju argumente i razvijaju svoje perspektive o složenim pitanjima. Na primer, učenici mogu kritikovati istorijski događaj ispitivanjem više stanovišta, razmatranjem dokaza i formulisanjem sopstvenih zaključaka.

U svetu biznisa, kritičko mišljenje ključno je za strateško planiranje i rešavanje problema. Lideri koriste kritičko mišljenje kako bi procenili tržišne trendove, analizirali rizike i donosili informisane odluke koje pokreću uspeh organizacije. Na primer, kompanija koja se suočava sa padom prodaje može koristiti kritičko mišljenje kako bi analizirala povratne informacije kupaca, identifikovala osnovne probleme i razvila efikasne marketinške strategije.

U zdravstvu, kritičko mišljenje od vitalnog je značaja za postavljanje dijagnoze i planiranje lečenja. Medicinski stručnjaci moraju proceniti simptome, razmotriti različita moguće stanja i odrediti najbolji tok akcije. Na primer, lekar može analizirati pacijentovu medicinsku istoriju, sprovesti testove i izvagati prednosti i rizike različitih tretmana pre nego što da preporuku.

Politička uloga kritičkog mišljenja u društvu

Kritičko mišljenje igra ključnu ulogu u podsticanju informisanih i angažovanih građana. U demokratskom društvu, ključno je da pojedinci kritički procenjuju informacije, posebno u dobu dezinformacija i brzog tehnološkog napretka. Kritičko mišljenje omogućava građanima da prepoznaju pouzdane izvore, analiziraju političke argumente i donose informisane odluke tokom izbora.

Štaviše, kritičko mišljenje doprinosi društvenom napretku podstičući dijalog i razumevanje. Ono stvara okruženje u kome su različite perspektive cenjene, omogućavajući saradnju u rešavanju problema. Na primer, organizacije u zajednici često se oslanjaju na kritičko mišljenje kako bi rešile društvene probleme, uključujući zainteresovane strane u rasprave koje vode do efikasnih rešenja.

Igre i aktivnosti za razvoj kritičkog mišljenja

- **Chess.com**

  Besplatna onlajn platforma za igranje šaha koja unapređuje strateško razmišljanje, predviđanje i planiranje. Chess.com je vebsajt posvećen šahu i milionima šahista širom sveta koji vole ovu igru. To je mesto gde možete pokazati ko ste, podeliti svoja mišljenja, unaprediti svoju igru i uživati u svim aspektima šaha!

- **The Talos Principle**

  Nije besplatna, ali je vredna pomena filozofska igra u prvom licu sa zagonetkama, smeštena u kontradiktorni svet antičkih ruševina i napredne tehnologije. Dat vam je zadatat od strane tvorca da rešavate seriju sve složenijih zagonetki, i morate odlučiti da li imati vere ili postavljati teška pitanja: Ko ste? Koja je vaša svrha? I šta ćete uraditi po tom pitanju?

- **Spent**

  Ovo je onlajn igra o siromaštvu i beskućništvu. Razvila ju je marketinška agencija McKinney za svog pro bono klijenta Urban Ministries of Durham, neprofitnu organizaciju u Daramu, Severna Karolina, koja pruža usluge siromašnima. Spent se zasniva na konceptu budžetiranja i različitih izazova sa kojima se suočavamo u svakodnevnom životu. Dok igrate, suočićete se sa više teških scenarija i moraćete donositi ključne odluke koje će direktno uticati na vaš prihod (u igri).

- **Numberdyslexia.com**

  Nudi lepu kolekciju onlajn igara za poboljšanje veština kritičkog mišljenja, uključujući klasične poput Sudokua, Tangrama itd.

- **Brainstorm**

  Kritičko mišljenje se svodi na donošenje odluka na osnovu analitičkog posmatranja, a ova igra omogućava pojedincima da razmišljaju i pronalaze odgovore na izazovna pitanja. Maksimalno četiri igrača mogu se pridružiti i takmičiti u izvršavanju malih zadataka i ciljeva pre svih ostalih. Igrači će morati da guraju svoje mozgove do granica, što znači da će ova igra stimulisati njihov mozak i omogućiti im vežbanje kritičkog mišljenja.

Zaključak

Za kraj, kritičko mišljenje je ključna veština sa dubokim istorijskim korenima i značajnim implikacijama za lični razvoj i društveni napredak. Razumevanjem njegovog porekla, prepoznavanjem uticajnih mislilaca i primenom u različitim kontekstima, pojedinci mogu unaprediti svoju sposobnost kritičkog razmišljanja i značajno doprineti svojim zajednicama. Uključivanje u vežbe dizajnirane za podsticanje kritičkog mišljenja dodatno će osnažiti učenike i građane da se snađu u složenostima modernog života.

DODATNI RESURSI

- 16 Best Free Online Critical Thinking Courses
  16 najboljih besplatnih online kurseva o kritičkom mišljenju sa raznih univerziteta širom sveta
- Thinking, Fast and Slow
  Mišljenje, brzo i sporo, Danijela Kanemana
- Argument Wars *(iCivics)*
  (iCivics): igra koja angažuje igrače u izradi argumenata za stvarne slučajeve Vrhovnog suda.
- Top 10 Online Resources to Improve Your Critical Thinking Skills!
  Top 10 onlajn resursa zapoboljšanje veština kritičkog mišljenja!

Lekcija 11

Veštine i alati za razvoj kritičkog mišljenja

Kritičko mišljenje je temeljna veština neophodna za uspeh u akademskim i profesionalnim aktivnostima. Ovo poglavlje istražuje različite alate i tehnike koji mogu značajno unaprediti vaše sposobnosti kritičkog mišljenja, zajedno sa praktičnim vežbama i istorijskim primerima koji ilustruju njihovu primenu.

Razumevanje kritičkog mišljenja

Kritičko mišljenje podrazumeva objektivnu analizu i evaluaciju informacija kako bi se formirao ispravan sud. Ono obuhvata veštine poput:

1. **Analize**
2. **Tumačenja**
3. **Zaključivanja**
4. **Objašnjenja**
5. **Samo-regulacije**
6. **Otvorenog uma**

Razvijanje ovih veština omogućava vam da donosite informisanije odluke, rešavate složene probleme i učestvujete u smislenim diskusijama u različitim disciplinama.

Alati za unapređenje kritičkog mišljenja

- **Sokratova metoda**

  Nazvana po antičkom grčkom filozofu Sokratu, ova metoda podrazumeva preispitivanje ključnih pretpostavki putem postavljanja prodornih pitanja kako bi se stimulisalo kritičko mišljenje i rasvetlile ideje. Ona podstiče dublje istraživanje pretpostavki i uverenja.

  Istorijski primer: *Sokrat je koristio ovu metodu u antičkoj Atini kako bi izazivao uverenja svojih učenika i podsticao ih da preispituju ustaljene norme, što je dokumentovano u Platonovim dijalozima.*

- **Mapiranje uma (Mind Mapping)**

  Mapiranje uma je vizuelni alat koji pomaže u organizaciji i strukturiranju misli, otkrivajući veze između ideja i koncepata.

  Link: Za interaktivno mapiranje uma, posetite MindMeister

- **SWOT analiza**

  SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analiza je tehnika strateškog planiranja koja se koristi za evaluaciju situacije ili predloga iz više uglova..

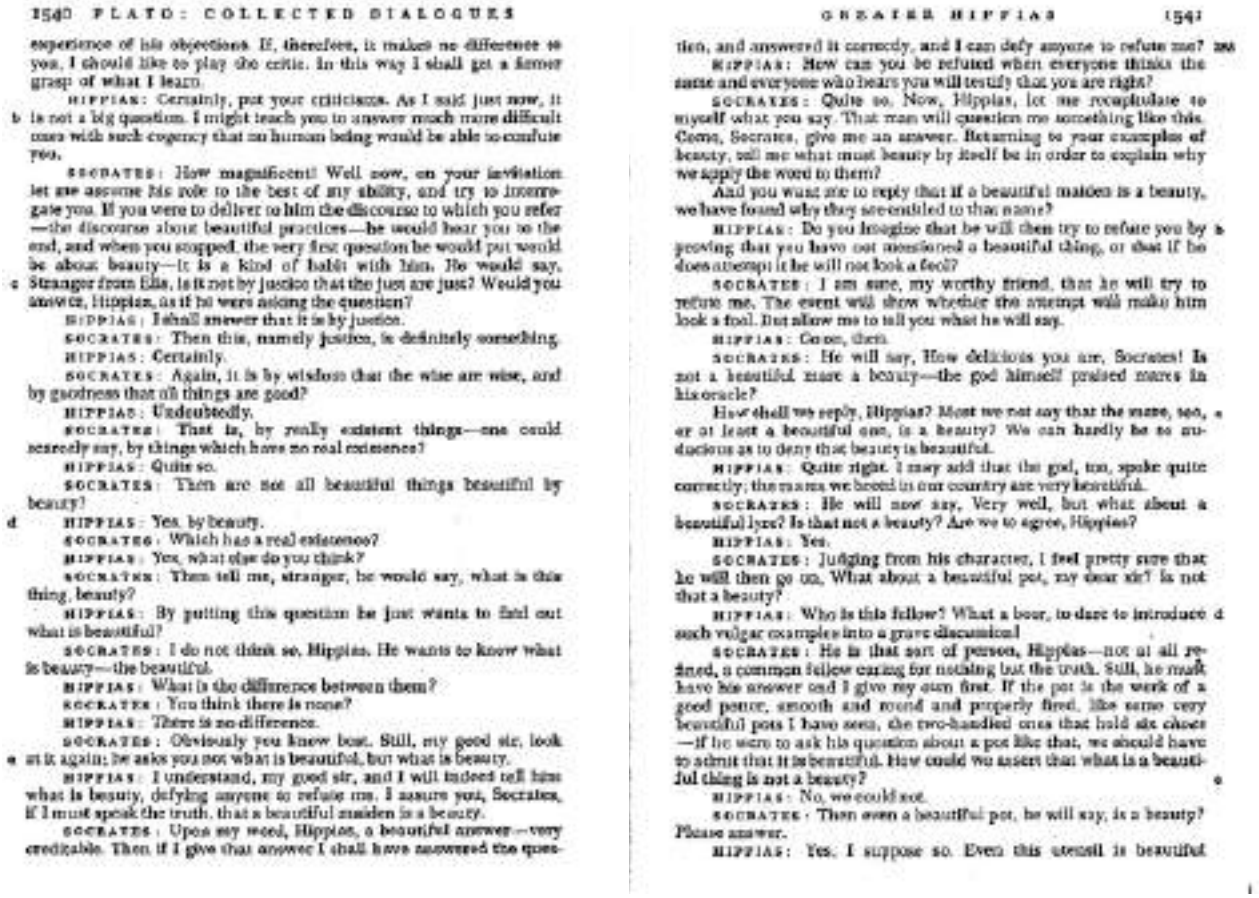
Istorijski primer: *NASA je koristila SWOT analizu 1960-ih kako bi procenila izvodljivost Apolo programa za sletanje na Mesec, što im je pomoglo da identifikuju potencijalne izazove i mogućnosti.*

- **Tehnika pet "zašto"**
- Ova iterativna tehnika postavljanja pitanja pomaže u identifikaciji osnovnog uzroka problema ponavljanjem pitanja "Zašto?"

Istorijski primer : *Sakichi Toyoda*, osnivač Toyota Industries, razvio je ovu tehniku 1930-ih kako bi unapredio proizvodne procese.

- **Mapiranje argumenata**
- Mapiranje argumenata je vizuelna reprezentacija strukture argumenta, koja pokazuje odnose između tvrdnji, dokaza i protivargumenata.

Link: Istražite mapiranje argumenata sa *Rationale*



154d PLATO: COLLECTED DIALOGUES

experience of his objections. If, therefore, it makes no difference to you, I should like to play the critic. In this way I shall get a firmer grasp of what I learn.

HIPPIAS: Certainly, put your criticisms. As I said just now, it b is not a big question. I might teach you to answer much more difficult ones with such cogency that no human being would be able to confute you.

SOCRATES: How magnificent! Well now, on your invitation let me assume his role to the best of my ability, and try to interrogate you. If you were to deliver to him the discourse to which you refer —the discourse about beautiful practices—he would hear you to the end, and when you stopped, the very first question he would put would be about beauty—it is a kind of habit with him. He would say, c Stranger from Elis, is it not by justice that the just are just? Would you answer, Hippias, as if he were asking the question?

HIPPIAS: I shall answer that it is by justice.

SOCRATES: Then this, namely justice, is definitely something.

HIPPIAS: Certainly.

SOCRATES: Again, it is by wisdom that the wise are wise, and by goodness that all things are good?

HIPPIAS: Undoubtedly.

SOCRATES: That is, by really existent things—one could scarcely say, by things which have no real existence?

HIPPIAS: Quite so.

SOCRATES: Then are not all beautiful things beautiful by beauty?

d HIPPIAS: Yes, by beauty.

SOCRATES: Which has a real existence?

HIPPIAS: Yes, what else do you think?

SOCRATES: Then tell me, stranger, he would say, what is this thing, beauty?

HIPPIAS: By putting this question he just wants to find out what is beautiful?

SOCRATES: I do not think so, Hippias. He wants to know what is beauty—the beautiful.

HIPPIAS: What is the difference between them?

SOCRATES: You think there is none?

HIPPIAS: There is no difference.

SOCRATES: Obviously you know best. Still, my good sir, look e at it again; he asks you not what is beautiful, but what is beauty.

HIPPIAS: I understand, my good sir, and I will indeed tell him what is beauty, defying anyone to refute me. I assure you, Socrates, if I must speak the truth, that a beautiful maiden is a beauty.

SOCRATES: Upon my word, Hippias, a beautiful answer—very creditable. Then if I give that answer I shall have answered the ques-

GREATER HIPPIAS 154e

tion, and answered it correctly, and I can defy anyone to refute me? 288

HIPPIAS: How can you be refuted when everyone thinks the same and everyone who hears you will testify that you are right?

SOCRATES: Quite so. Now, Hippias, let me recapitulate to myself what you say. That man will question me something like this. Come, Socrates, give me an answer. Returning to your examples of beauty, tell me what must beauty by itself be in order to explain why we apply the word to them?

And you want me to reply that if a beautiful maiden is a beauty, we have found why they are entitled to that name?

HIPPIAS: Do you imagine that he will then try to refute you by a proving that you have not mentioned a beautiful thing, or that if he does attempt it he will not look a fool?

SOCRATES: I am sure, my worthy friend, that he will try to refute me. The event will show whether the attempt will make him look a fool. But allow me to tell you what he will say.

HIPPIAS: Go on, then.

SOCRATES: He will say, How delicious you are, Socrates! Is not a beautiful mare a beauty—the god himself praised mares in his oracle?

How shall we reply, Hippias? Must we not say that the mare, too, a or at least a beautiful one, is a beauty? We can hardly be so audacious as to deny that beauty is beautiful.

HIPPIAS: Quite right. I may add that the god, too, spoke quite correctly; the mares we breed in our country are very beautiful.

SOCRATES: He will now say, Very well, but what about a beautiful lyre? Is that not a beauty? Are we to agree, Hippias?

HIPPIAS: Yes.

SOCRATES: Judging from his character, I feel pretty sure that he will then go on, What about a beautiful pot, my dear sir? Is not that a beauty?

HIPPIAS: Who is this fellow? What a boor, to dare to introduce d such vulgar examples into a grave discussion!

SOCRATES: He is that sort of person, Hippias—not at all refined, a common fellow caring for nothing but the truth. Still, he must have his answer and I give my own first. If the pot is the work of a good potter, smooth and round and properly fired, like some very beautiful pots I have seen, the two-handled ones that hold six choes —if he were to ask his question about a pot like that, we should have to admit that it is beautiful. How could we assert that what is a beautiful thing is not a beauty?

HIPPIAS: No, we could not.

SOCRATES: Then even a beautiful pot, he will say, is a beauty? Please answer.

HIPPIAS: Yes, I suppose so. Even this utensil is beautiful.

Odlomak iz Platonove knjige O lepoti (4. vek pre n.e., kompletna audio knjiga) koji ilustruje Sokratov model pitanja i odgovora

Primena alata za kritičko mišljenje

Da biste efikasno koristili ove alate, razmotrite sledeće korake:

1. **Identifikujte problem ili pitanje**
2. **Prikupite relevantne informacije iz pouzdanih izvora**
3. **Primenite odgovarajuće alate za kritičko mišljenje**
4. **Analizirajte i procenite informacije**
5. **Izvedite zaključke i donesite odluke**
6. **Razmotrite proces i ishode**

Istorijski primeri kritičkog mišljenja

- **Naučna revolucija**

  U 16. i 17. veku, naučnici poput Galilea Galileja i Isaka Njutna osporavali su dugo prihvaćena uverenja o prirodnom svetu kroz posmatranje, eksperimentisanje i logičko razmišljanje.

- **Prosvetiteljstvo**

  Filozofi poput Džona Loka i Voltera promovisali su racionalno razmišljanje i skepticizam prema tradicionalnim autoritetima u 18. veku, utičući na političke i društvene reforme.

- **Projekat Menhetn**

  Tokom Drugog svetskog rata, naučnici i inženjeri primenili su kritičko mišljenje kako bi rešili složene probleme u razvoju atomske bombe, demonstrirajući moć kolektivnog rešavanja problema.

Vežbe za jačanje veština kritičkog mišljenja

- **Analiza medija**

  Odaberite novinski članak i identifikujte potencijalne pristrasnosti, procenite pouzdanost izvora i razlikujte činjenice od stavova.

- **Rešavanje logičkih zagonetki**

  Redovno se bavite logičkim zagonetkama i mozgalicama kako biste unapredili analitičke i problemske veštine.

- **Debatni klub**

  Pridružite se postojećem ili osnujte debatni klub kako biste vežbali artikulisanje argumenata, razmatranje više perspektiva i odgovaranje na protivargumente.

- **Interdisciplinarni studiji**

  Istražite veze između različitih akademskih disciplina kako biste proširili svoju perspektivu i unapredili sposobnost kritičkog razmišljanja u različitim domenima.

- **Reflektivno vođenje dnevnika**

  Vodite dnevnik kako biste razmišljali o svojim misaonim procesima, donošenju odluka i ličnim pristrasnostima. Ova praksa podstiče samosvest i metakogniciju.

ZAKLJUČAK

Razvijanje veština kritičkog mišljenja trajan je proces koji zahteva vežbu i posvećenost. Uključivanjem ovih alata i vežbi u svoj akademski i lični život, možete unaprediti svoju sposobnost analize informacija, rešavanja problema i donošenja informisanih odluka. Zapamtite da se kritičko mišljenje ne iscrpljuje prosto u pronalaženju pravih odgovora, već se ono ogleda i u postavljanju pravih pitanja i pristupanju izazovima otvorenog i analitičkog uma.
Kako nastavljate da usavršavate svoje veštine kritičkog mišljenja, primetićete da postaju neprocenjive u snalaženju u složenostima akademskih studija, profesionalnih nastojanja i svakodnevnog života.

DODATNI RESURSI

Evo anotirane bibliografije sa 5 glavnih referenci koje nude mešavinu teorijskih osnova, praktičnih primena i obrazovnih resursa vezanih za veštine i alate kritičkog mišljenja. One pružaju dobru polaznu tačku za svakoga ko želi da produbi svoje razumevanje kritičkog mišljenja ili uključi ove veštine u svoj akademski ili profesionalni život.

- *Facione, P. A. (2020).* Critical Thinking: What It Is and Why It Counts. Insight Assessment

  Ovaj temeljni rad pruža sveobuhvatan pregled kritičkog mišljenja, njegovih osnovnih veština i značaja u obrazovanju i svakodnevnom životu. Facione, vodeći stručnjak u ovoj oblasti, istražuje kognitivne veštine i dispozicije koje čine kritičko mišljenje, čineći ovaj rad ključnim resursom za razumevanje osnova ove sposobnosti.

- *Paul, R., & Elder, L. (2019).* The Miniature Guide to Critical Thinking Concepts and Tools. Rowman & Littlefield

  Ovaj sažeti vodič nudi praktičan pristup razumevanju i primeni koncepata kritičkog mišljenja. Pol i Elder predstavljaju okvir za kritičko mišljenje koji uključuje elemente mišljenja, intelektualne standarde i intelektualne osobine. Vodič pruža različite alate i tehnike za poboljšanje veština kritičkog mišljenja, čineći ga korisnim i za studente i za nastavnike.

- *Dwyer, C. P., Hogan, M. J., & Stewart, I. (2014).* An integrated critical thinking framework for the 21st century. Thinking Skills and Creativity, *12, 43-52.*

  Ovaj akademski članak predlaže integrirani okvir za kritičko mišljenje, sintetizujući različite teorijske pristupe. Autori raspravljaju o kognitivnim i metakognitivnim procesima uključenim u kritičko mišljenje i predlažu strategije za razvijanje ovih veština. Ovaj rad je posebno koristan za one koji su zainteresovani za teorijske osnove kritičkog mišljenja.

- Foundation for Critical Thinking. *(n.d.). The Critical Thinking Community.*

  Ovaj vebsajt, koji održava Fondacija za kritičko mišljenje, predstavlja sveobuhvatan resurs za alate, tehnike i obrazovne materijale o kritičkom mišljenju. Nudi članke, video zapise i onlajn kurseve o različitim aspektima kritičkog mišljenja. Sajt je vredan kako za pojedince koji žele da unaprede svoje veštine, tako i za nastavnike koji žele da uključe kritičko mišljenje u svoj nastavni plan.

- *Butterworth, J., & Thwaites, G. (2013).* Thinking Skills: Critical Thinking and Problem Solving. *Cambridge University Press.*

  Ovaj udžbenik pruža strukturisan pristup razvijanju veština kritičkog mišljenja i rešavanja problema. Pokriva širok spektar tema, i obuhvata analizu argumenata, procenu dokaza i donošenje odluka. Knjiga uključuje brojne vežbe i primere iz stvarnog sveta, što je čini izvrsnim resursom za praktičnu primenu alata za kritičko mišljenje.

Lekcija 12

Logičke zablude: kako izbeći pogrešno zaključivanje

Logičke zablude su greške u zaključivanju koje potkopavaju validnost argumenata, čineći ih često naizgled ubedljivim iako im zapravo nedostaje logička osnova. One često deluju ubedljivo jer svoju privlačnost baziraju na osećanjima, društvenim predrasudama ili pogrešnoj logici.

Razumevanje zabluda ključna je komponenta kritičkog mišljenja, jer oprema pojedince sposobnošću da procenjuju argumente i razlikuju ispravno rezonovanje od pogrešne logike. Identifikovanjem uobičajenih zabluda poput ad hominem napada ili čoveka od slame, polaznici mogu naučiti da prepoznaju lažnu ubedljivost i izbegnu da budu zavarani pogrešnim tvrdnjama. Podučavanje logičkih zabluda podstiče intelektualnu disciplinu, pomažući nam da preispitujemo pretpostavke, tražimo dokaze i razmišljamo samostalno. Štaviše, ono poboljšava naše komunikacijske veštine, omogućavajući nam da jasno predstavimo svoje ideje i efikasno ih branimo od kritika.

U eri u kojoj dominiraju dezinformacije i polarizovane debate, prepoznavanje zabluda omogućava nam da se promišljeno angažujemo oko složenih pitanja i donosimo informisane odluke. Ova veština nije samo ključna za akademski uspeh, već je i neophodna za aktivno učešće u građanskom životu. Podučavanje logičkih zabluda pomaže u negovanju generacije pronicljivih, refleksivnih i odgovornih mislilaca.

Uobičajene logičke zablude

- **Čovek od slame (Straw Man Fallacy)**

  Pogrešno predstavljanje nečijeg argumenta kako bi ga bilo lakše napasti.

  Primer: „Ti si protiv istraživanja svemira? Dakle, ti si za ignorisanje naučnog napretka?“

- **Ad Hominem**

  Napadanje osobe umesto argumenta.

  Primer: „Ne možeš verovati njihovom mišljenju o klimatskim promenama – nisu ni fakultet završili!“

- **Negativan niz (Slippery Slope)**

  Pretpostavljanje da će jedan korak nužno dovesti do negativnog niza događaja.

  .

  Primer: „Ako dozvolimo jedno kašnjenje, niko više neće poštovati rokove.“

- **Pozivanje na autoritet (Appeal to Authority)**
  Pretpostavljanje da je nešto tačno jer to kaže autoritet.
  Primer: „Ovaj proizvod mora biti odličan – sportista ga preporučuje!“
- **Lažna dilema *(Either/Or Fallacy)***
  Predstavljanje samo dve opcije kada postoji više, namećući pojednostavljen izbor.
  Primer: „Ili si sa nama, ili protiv nas.“
- **Zabluda popularnosti (Bandwagon Fallacy)**
  Pretpostavljanje da je nešto tačno ili dobro jer je popularno ili široko prihvaćeno.
  Primer: „Svi kupuju ovaj proizvod, mora da je najbolji.“
- **Crvena haringa (Red Herring)**
  Uvođenje nebitne teme kako bi se skrenula pažnja sa originalnog problema.
  Primer: „Zašto brinuti o klimatskim promenama kada ima ljudi koji nemaju dovoljno hrane?“
- **Nirvana zabluda (Nirvana Fallacy)**
  Odbijanje rešenja jer nije savršeno, ignorirajući da može biti efikasno.
  Primer: „Zašto se truditi sa obnovljivom energijom? Ne može odmah potpuno zameniti fosilna goriva.“
- **Pozivanje na novitet (Appeal to Novelty)**
  Tvrdnja da je nešto bolje samo zato što je novo ili inovativno.
  Primer: „Ovaj novi plan ishrane mora biti bolji – tek je razvijen ove godine!“
- **Post Hoc Ergo Propter Hoc *(Lažni uzrok)***
  Pretpostavljanje da je jedan događaj uzrokovao drugi samo zato što ga je pratio.
  Primer: „Počeo sam da nosim ovu narukvicu, i sada su mi ocene bolje – mora da je srećna!“
- **Zabluda srednjeg puta (Middle Ground Fallacy)**
  Pretpostavljanje da kompromis između dve pozicije mora biti tačan, bez obzira na dokaze.
  Primer: „Neki kažu da je Zemlja ravna, drugi da je okrugla – istina mora biti negde između.“
- **Pozivanje na tradiciju (Appeal to Tradition)**
  Tvrdnja da je nešto bolje ili tačno jer se tako uvek radilo.
  Primer: „Oduvek smo održavali ovaj događaj napolju; ne možemo to promeniti sada.“

- **Prebrza generalizacija (Hasty Generalization)**

  Donošenje zaključka na osnovu nedovoljnih ili nereprezentativnih dokaza.
  Primer: „Upoznao sam dve nepristojne turistkinje iz te zemlje – svi tamo moraju biti nepristojni.“
- **Kružno rezonovanje (Circular Reasoning)**

  Korišćenje zaključka kao premisa, pretpostavljajući ono što pokušavate da dokažete.
  Primer: „Ja sam pouzdan jer uvek govorim istinu, možeš mi verovati na reč“
- **Pozivanje na osećanja (Appeal to Emotion)**

  Ubeđivanje putem korišćenja emocionalnih poruka umesto logike.
  Primer: „Razmislite o svoj gladnoj deci – zar ne želite da donirate danas?“
- **Postavljanje pitanja (Begging the Question)**

  Pretpostavljanje istinitosti zaključka unutar argumenta.
  Primer: „Zakon je dobar jer je zakon.“
- **Tu Quoque *(Ti takođe)***

  Odbacivanje kritike ukazivanjem na licemerje kritičara.
  Primer: „Kažeš da ne treba da pišem poruke dok vozim, ali video sam te da si ti to uradio prošle nedelje!“
- **Dvosmislenost (Equivocation)**

  Korišćenje dvosmislenog jezika za obmanu ili pogrešno predstavljanje.
  Primer: „Znak kaže 'Srećan put', dakle sigurno ćemo imati sreće na ovom putovanju!“
- **Pozivanje na neznanje (Appeal to Ignorance)**

  Tvrdnja da je nešto tačno ili netačno jer nije dokazano suprotno.
  Primer: „Niko nije dokazao da vanzemaljci ne postoje, dakle moraju biti stvarni.“
- **Zabluda celine (Composition Fallacy)**

  Pretpostavljanje da ono što važi za delove mora važiti i za celinu.
  Primer: „Svaki igrač u timu je odličan, dakle tim mora biti nepobediv.“

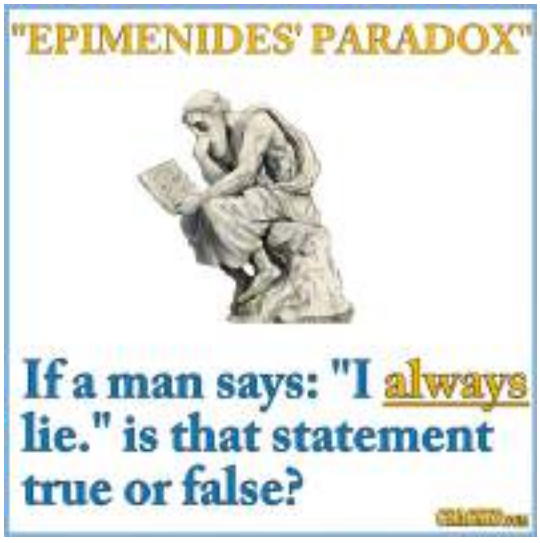
Sofizmi i paradoksi

Sofizmi i paradoksi su, u najkraćem, nekakve logičke, misaone glavolomke, nekakve protivrečnosti koje su kroz istoriju mučile i muče filozofe, logičare i naučnike. Dakle, problemi koji stvaraju frku, unose zbrku u mišljenje.

Termin **paradoks** potiče iz grčkog, kombinujući *para* (suprotno) i *doxa* (mišljenje ili uverenje). To je tvrdnja ili grupa tvrdnji koje dovode do prtivrečnosti, ili koje prkose intuiciji. Paradoks daje snažan podsticaj za razmišljanje. On otkriva slabosti ljudskih sposobnosti da sude, ali i ograničenja intelektualnih instrumenata rasuđivanja. Često su paradoksi na temelju jednostavnih koncepata doveli do velikog intelektualnog napretka. Ponekad je to bilo pitanje otkrivanja novih matematičkih pravila ili otkrivanja novih fizičkih zakona kako bi se prihvatili zaključci koji su u početku bili „očigledno neprihvatljivi“.

Reč **sofizam** je takođe grčkog porekla, u njenom korenu je reč *sophia* iliti mudrost, ali sofizam kao pojam ima negativno značenje. Sofizam znači zavodljiv, prevrtljiv, lažan argument čija je svrha da se neko napravi jako pametan ili da nekoga prevari. Sofizme su starim Grcima izmišljali sofisti, čije ime takođe potiče od sophia. Iako su sofisti mogli biti shvaćeni kao „mudraci“, njihova reputacija za lukavost i manipulaciju dala je terminu manje laskavo značenje – slično „intelektualnim prevarantima“. Ovi pojedinci bili su intelektualni „mađioničari“, koji su koristili retoričke trikove i iluzije kako bi impresionirali ili obmanuli, slično izvlačenju zeca iz šešira u debatama.

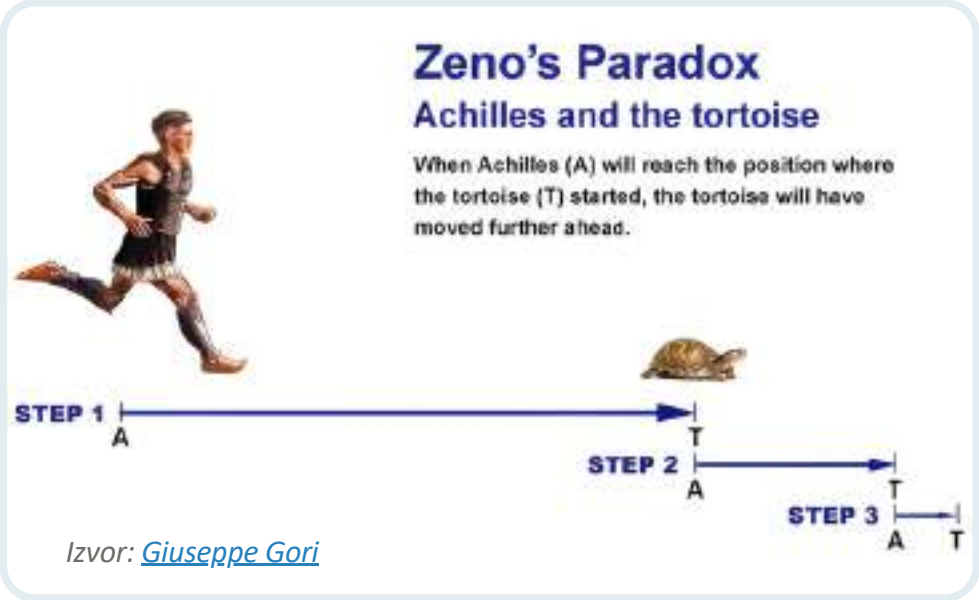
Ukratko, dok paradoksi izazivaju intelekt i intuiciju kako bi pomerili granice znanja i razumevanja, sofizmi često iskorišćavaju retoriku i rezonovanje u manje plemenite svrhe, fokusirajući se više na privid i ubeđivanje negoli na istinsko razumevanje.



Jedan od najranijih, dobro poznatih paradoksa je takozvani ***Epimenidov paradoks***. Antički grčki filozof Epimenid stvorio je zagonetku koja glasi: ***Svi Krićani lažu.*** Da li je ova izjava tačna ili ne? Ako svi Krićani lažu, a Epimenid je Krićanin, onda njegova izjava da svi Krićani lažu mora biti tačna. Ali ako je to tačno, onda ne mogu svi Krićani biti lažovi, što stvara kontradikciju. Suprotno tome, ako zaključimo da ne lažu svi Krićani i da je njegova izjava lažna, onda zapravo mora biti tačno da svi Krićani lažu. Ovo stvara beskonačnu petlju rezonovanja bez mogućeg rešenja.

Drugi grčki filozof, Eubulid, iz 4. veka pre nove ere, smislio je još provokativniji paradoks: ***ovo što sada govorim je laž***. Ili jednostavnije: ***Lažem***. Ako je izjava tačna, onda mora biti lažna, a ako je lažna, onda mora biti tačna, što rezultira kontradikcijom.

Pored Epimenida i Eubulida, možda najpoznatiji grčki filozof zapamćen po svojim paradoksima je ***Zenon*** iz Eleje (sa Mikonosa), od kojih su neki ostali dobro poznati do danas, poput paradoksa o ***Ahilu i kornjači***. U ovom paradoksu, Ahil se trka sa kornjačom, dajući joj početnu prednost od 100 metara. Kornjača se kreće deset puta sporije od Ahila, a Ahil prepolovi udaljenost između njih na svakih 10 sekundi. Ahil se sve više približava, ali teoretski je nikada ne prestiže.



Izvor: Giuseppe Gori

Srodan paradoks je ***Zenonova strela***: Ako sve što zauzima prostor u datom trenutku miruje, a pokretni objekat takođe zauzima prostor u svakom datom trenutku, onda leteća strela mora biti nepokretna. Budući da ne može biti na dva mesta istovremeno i vreme je beskonačno deljivo, strela teoretski nikada ne stiže do svog cilja. Drugi vid ovog paradoksa glasi – ako je duž sastavljena od beskonačnog broja tačaka, a odapeta strela prelazi određeni – dakle, konačan – broj tačaka, onda strela nikada ne stiže na cilj.

Konačno, pomenimo jedan dobro poznati paradoks koji izaziva modernu fiziku: takozvani ***paradoks blizanaca***. Zamislite dva blizanca, od kojih jedan kreće na kosmičko putovanje u svemirskom brodu, dok drugi ostaje na Zemlji. Budući da je vreme relativno, za blizanca koji putuje svemirskim brodom brzinom bliskom brzini svetlosti, vreme se usporava.



Tako, kada se blizanac putnik vrati na Zemlju posle 20 godina, izgledaće primetno mlađe od svog blizanca koji je ostao na Zemlji. Za blizanca putnika možda je prošlo samo oko 10 godina, dok je za blizanca koji je ostao na Zemlji prošlo 20 godina.

Koliko god ovo zvučalo čudno, ovaj ishod je potpuno u skladu sa teorijom relativnosti!

Zašto „padamo“ na logičke zablude?

Prihvatamo logičke zablude zbog inherentnih kognitivnih predrasuda i emocionalnih uticaja koji iskrivljuju naše rezonovanje. Kognitivne predrasude, poput ***pristrasnosti potvrde***, navode nas da favorizujemo informacije koje se poklapaju sa našim postojećim uverenjima, dok ignorišemo dokaze koji im protivreče, čineći pogrešne argumente ubedljivim. Pored toga, naše oslanjanje na mentalne prečice (heuristike) za brzu obradu složenih informacija može dovesti do pojednostavljenja i grešaka u proceni. Emocionalni uticaji, poput straha, besa ili uzbuđenja, dodatno zamagljuju naše razmišljanje tako što prevazilaze racionalnu analizu kroz impulsivne reakcije. Društveni pritisci, poput želje za konformizmom ili odobravanjem, takođe igraju ulogu, čineći nas sklonijim da prihvatimo popularne, ali pogrešne argumente. Štaviše, zablude često iskorišćavaju ubedljiv jezik ili praznine u našem znanju, otežavajući otkrivanje grešaka. Razumeti ove tendencija ključno je za prepoznavanje i opiranje zabludama, i omogućava jasnije i racionalnije donošenje odluka.

DODATNI RESURSI

- Thou Shall Not Use Logical Fallacies
  Koristan veb-sajt sa ilustracijama, kartama i informacijama o logičkim zabludama.

- Your Bias Is
  Još jedan veb-sajt sa ilustracijama i informacijama o kognitivnim pristrasnostima.

- PRECOBIAS
  Pedagoški resurs: projekat koji sadrži primere lekcija o kritičkom mišljenju i kognitivnim pristrasnostima

Lekcija 13

Kritičko čitanje medijskih poruka

U svetu u kojem su mediji svuda, ključno je znati kako kritički čitati medijske poruke. Bilo da su u pitanju vesti, društvene mreže, reklame ili zabavni sadržaji, poruke su dizajnirane da informišu, ubeđuju ili čak manipulišu korisnicima. Ova lekcija će vam pomoći da razvijete veštine za razumevanje motiva iza medijskih poruka, prepoznavanje pristrasnosti i procenu pouzdanosti informacija.

Ciljevi

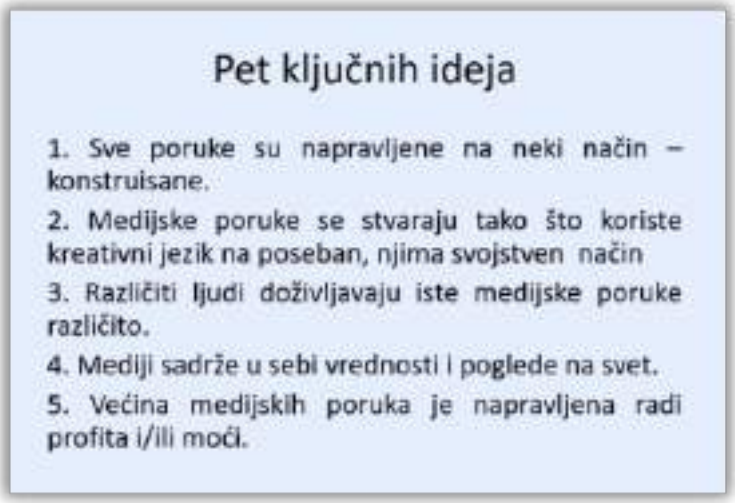
Do kraja ove lekcije, moći ćete da:

- **Prepoznate** uobičajene znake pristrasnosti, manipulacije i nepouzdanih informacija u medijskim porukama.
- **Identifikujete** i procenite pouzdanost različitih medijskih izvora analizom njihove svrhe, jezika i kredibiliteta izvora.
- **Primenite** praktične alate, poput vebsajtova za proveru činjenica i pretrage slika, kako biste verifikovali informacije i procenili njihovu tačnost.

Šta znači kritički čitati medije?

Kritičko čitanje medija podrazumeva:

- **Prepoznavanje pristrasnosti**: medijske poruke često odražavaju stavove i prioritete ljudi ili organizacija koje su ih kreirale.
- **Procenu pouzdanosti izvora**: nisu svi medijski izvori podjednako pouzdani. Ključno je znati kojim izvorima verovati, a koje treba preispitati.
- **Razumevanje namere**: postavite pitanje zašto je poruka nastala? Da li pokušava da informiše, zabavi, ubedi ili proda neki proizvod?



Razumevanje pristrasnosti i tendencioznosti

Svaka medijska poruka nosi određeni ugao gledanja. Ako razumete njen cilj i predrasude, lakše ćete sagledati celovitu sliku.

Aktivnost: Uporedite medijsko izveštavanje

- **Pronađite dva članka** iz različitih izvora o istoj temi, poput skorašnjeg sportskog događaja ili međunarodnih vesti.
- **Analizirajte:** pogledajte reči korišćene u svakom članku. Da li postoje razlike u tonu? Na primer, jedan članak može se fokusirati na pozitivne aspekte, dok drugi naglašava negativne.
- **Diskusija:** razgovarajte o tome kako ove razlike mogu uticati na mišljenje čitaoca. Šta bi mogao biti cilj svakog članka?

  ***Primer**:*
  Pretpostavimo da regionalne novine opisuju ekonomsku politiku pozitivno, dok je drugi mediji kritikuju. Reči koje koriste da je opišu – poput „uspešno“ naspram „problematično“ – mogu otkriti pristrasnosti.

Identifikovanje pouzdanih izvora

Neki izvori ne pružaju *tačne* informacije. Neki mogu preuveličavati ili predstavljati informacije kako bi promovisali određenu agendu. Zato je ključno znati kako proceniti pouzdanost izvora.

- **Tražite autoritativne izvore**: pouzdani izvori često dolaze iz etabliranih medijskih kuća, stručnjaka ili vladinih organizacija. U regionu, izvori poput renomiranih novina ili pominjanih regionalnih organizacija za proveru činjenica, kao što su *Faktograf* (Hrvatska) ili *Raskrikavanje* (Srbija), mogu pomoći u verifikaciji informacija.
- **Proverite „crvene zastavice“**: senzacionalizam, nedostatak jasnih informacija o autoru ili preterano emocionalni jezik mogu biti znaci nepouzdanog sadržaja.

Aktivnost: vežba analize izvora

- **Izaberite jedan članak** iz pouzdanog izvora i jedan sa nepoznatog vebsajta ili društvenih mreža.
- **Procenite:** potražite sledeće u svakom članku – jasne podatke o autoru, citirane pouzdane izvore, neutralan jezik i jasne datume objavljivanja.
- **Diskutujte**: kako ovi faktori utiču na vaše poverenje u svaki članak?

Prepoznavanje klikbejta i manipulativnog jezika

Klikbejt koristi preuveličane ili obmanjujuće naslove kako bi privukao pažnju, često dajući prednost šokantnom tonu i sadržaju umesto tačnosti..

Primeri klikbejta:

- Nećete verovati šta je ovaj političar rekao!“
- „Ovaj jednostavan trik će vam promeniti život!“



Kako prepoznati klikbejt

- **Preuveličan jezik:** potražite fraze poput „šokantno“, „neverovatno“ ili „nikad nećete pogoditi“.
- **Emocionalni „okidači“:** Ako naslov pokušava da izazove šok ili bes, verovatno je u pitanju klikbejt.
- **Nejasni ili neprecizni naslovi**: dobri medijski naslovi jasno navode o čemu se radi u članku.



Aktivnost: identifikujte klikbejt

- **Pogledajte listu naslova** i odlučite koji od njih su verovatno *klikbejt*.
- **Diskusija**: kako bi klikbejt naslov mogao uticati na nečiju percepciju teme?

Praktični alati za kritičku analizu

Evo nekih pitanja koja treba postaviti kada naiđete na bilo koju medijsku poruku:

- **Ko je kreirao ovu poruku?** Razumevanje autora može otkriti motive i pristrasnosti?
- **Koja je svrha?** Da li je cilj da informiše, ubedi, zabavi ili plasira/proda neki proizvod?
- **Koje tehnike se koriste?** Razmotrite jezik, vizuelne elemente i ton. Da li postoje određene reči ili slike koje pokušavaju da utiču na vas?
- **Ko ima koristi?** Razmislite ko bi mogao imati koristi od toga da verujete ili delite ovu poruku.
- **Koja perspektiva nedostaje?** Mediji često izostavljaju određene perspektive. Zapitajte se koje tačke gledišta nisu uključene i kako to menja poruku.

Primena: analiza primera iz stvarnog sveta

Izaberite objavu na društvenim mrežama ili članak o aktuelnoj temi. Analizirajte ga postavljajući ova pitanja:

- **Ko je kreirao sadržaj** i kakva bi mogla biti njihova namera?
- **Koji jezik i vizuelni elementi** se koriste za oblikovanje poruke?
- **Koje perspektive** su uključene ili izostavljene?

> ***Primer**:*
> *Pogledajte objavu influensera koji promoviše neki proizvod. Da li influenser jasno navodi sponzorstvo? Koji jezik ili slike čine proizvod privlačnim?*

Kontrolna lista za kritičko čitanje medija

Koristite ovu kontrolnu listu svaki put kada čitate ili gledate medije:

- Proverite **izvor i autora**: da li je ovo pouzdan izvor??
- Identifikujte **svrhu**: da li je cilj da informisanje, zabava, ubeživanje ili prodaja?
- Obratite pažnju na **emocionalne „okidače“**: da li pokušava da izazove bes ili iznenađenje?
- Potražite **nedostajuće perspektive**: da li postoji strana priče koja nije ispričana?
- **Verifikujte** informacije: koristite vebsajt za proveru činjenica ili pretražite dodatne članke o toj temi.

Zaključak

Kritičko čitanje je veština koja vam omogućava da se krećete kroz medijski prostor promišljeno i nezavisno. Razumevanjem namere i perspektive iza poruka, bićete bolje opremljeni da donesete informisane odluke i izbegnete manipulacije.

DODATNI RESURSI

- How to Read Political News the Right Way

  Ovaj članak iz časopisa Glamour pruža praktične savete stručnjaka o kritičkoj upotrebi političkih vesti, naglašavajući važnost upoređivanja više izvora i prepoznavanja emocionalnih trigera u medijima.

- Reading Media Texts

  Detaljniji pogled na medijske tekstove i ključne koncepte koji su u osnovi medijske pismenosti.

- ”Strategies for Critically Analyzing Media Messages" by Fiveable

  Naučite da preispitujete pretpostavke, procenjujete dokaze i razmatrate alternativne perspektive kada ispitujete medijske poruke.

- BBC Media Literacy Strategy

  Kratak tekst o tome kako kritički analizirati i procenjivati medijski sadržaj, pogodan za čitaoce svih uzrasta.

Lekcija 14

Analiziranje medijskih članaka

Danas su ljudi okruženi mnoštvom vesti, koje su povezane sa različitim temama koje ih zanimaju. Međutim, veoma je važno, posebno kada su u pitanju osetljive teme, biti u stanju da se te vesti pročitaju i pravilno razumeju. U tu svrhu, neophodno je da ljudi poseduju veštine za prepoznavanje tačnosti i relevantnosti izvora i teksta, kao i za kritičko čitanje i analizu sadržaja članka. Ove veštine su neophodne jer je obrada informacija osnova za dalje postupke ljudi, posebno kada su u pitanju teme o kojima čitaju.

Kada govorimo o kritičkom čitanju, ono se može definisati kao „aktivan način čitanja. To je dublji i složeniji angažman sa tekstom. Kritičko čitanje je proces analiziranja, tumačenja i, ponekad, evaluacije. Kada čitamo kritički, koristimo svoje veštine kritičkog mišljenja kako bismo doveli u pitanje i tekst i naše vlastito čitanje istog.” (Duncan)

U tu svrhu, važno je razmotriti kako je strukturisan novinski članak; koji je izvor koji deli taj novinski članak; šta je od podeljenih informacija relevantno i potvrđeno, a šta je nečije mišljenje.

Stoga, ovaj odeljak pruža kratke informacije o strukturi novinskog članka, elementima članka, relevantnosti izvora i dokaza, kao i razlikovanju između mišljenja i činjenica.

Struktura i elementi novinskog članka

Postoje različite strukture koja se mogu koristiti za koncipiranje i pisanje relevantnog i sveobuhvatnog novinskog članka.

Međutim, danas je najčešća i najpoznatija struktura novinskih članaka takozvana „obrnuta piramida”, koja predstavlja kompoziciju vesti tako da se najpre iznose najvažnije, a zatim manje važne informacije (vidi University of Hull 2024; Telg & Lundy 2015.)

Ova struktura se uglavnom koristi kako bi se prvo privukla pažnja i fokus čitaoca, a zatim kontinuirano pružale dodatne informacije koje će razjasniti ceo tekst vesti.

Obrnuta piramida struktura vesti se objašnjava na sledeći način:

- Počinje glavnim paragrafom koji je poznat kao lead ili lid. Ovaj pasus je kratak i sadrži najvažnije informacije o vesti i glavni smisao priče;
- Sledeća je sekundarna informacija. Ova informacija uključuje dalji opis lid paragrafa sa dodatnim informacijama i drugim relevantnim podacima;
- Naredni deo piramide sadrži pozadinu priče. Ovde su obuhvaćene sve stvari i događaji koji vode do glavne tačke/događaja vesti;
- Kao poslednji deo su dodatne informacije. To su sve informacije koje dodatno pojašnjavaju glavnu priču i koje ranije nisu bile objašnjene.



Svi gorepomenuti delovi obrnute piramide takođe sadrže nekoliko elemenata na koje moraju odgovoriti.

Naime, ova struktura za pisanje vesti mora odgovoriti na ***„5+1" princip***.

To su zapravo različita pitanja kroz koja novinski članak mora pružiti odgovore koji će dati sveobuhvatne informacije u vezi sa temom/događajem.

Tačnije, novinski članak mora odgovoriti na pet+1 osnovnih pitanja:
Ko? Šta? Kada? Gde? Zašto?, kao i: Kako?

Neki od autora koji rade na ovim pitanjima smatraju da u lid delu piramide treba ponuditi najvažnije informacije u vezi sa člankom, a zatim ih dalje dopunjavati dodavanjem sekundarnih informacija.

Sve u svemu, novinski članak, kako bi bio relevantan, mora pratiti specifičnu strukturu prezentovanja informacija, ističući najvažnije informacije na početku i dodajući sve relevantne izvore koji bi trebalo da slede. Ove činjenice koje slede su veoma važne i doprinose kritičkom čitanju čitalaca, nudeći im činjenice koje će im služiti za dalje razmatranje podataka prezentovanih u novinskom članku.



Evaluacija izvora i dokaza

Lažne vesti postaju sve češće u današnje vreme i postoji potreba za kritičkim čitanjem kako bi se izbeglo širenje takvih informacija ili delovanje u skladu sa njima. Stoga, sposobnost prepoznavanja relevantnih izvora dokaza je ključna.
.

Jedan od načina kako otkriti i evaluirati pravi izvor i dokaz je ***SIFT mehanizam***, koji je kreirao Majk Kofild.

SIFT *je skraćenica za:*

Stop - *stani, zaustavi se*

Investigate the Source - *ispitaj izvor*

Find better coverage - *pronađi bolji izvor*

Trace claims, quotes and media to the original context
- *Isprati tvrdnje, citate i medije do izvornog, početnog konteksta.*

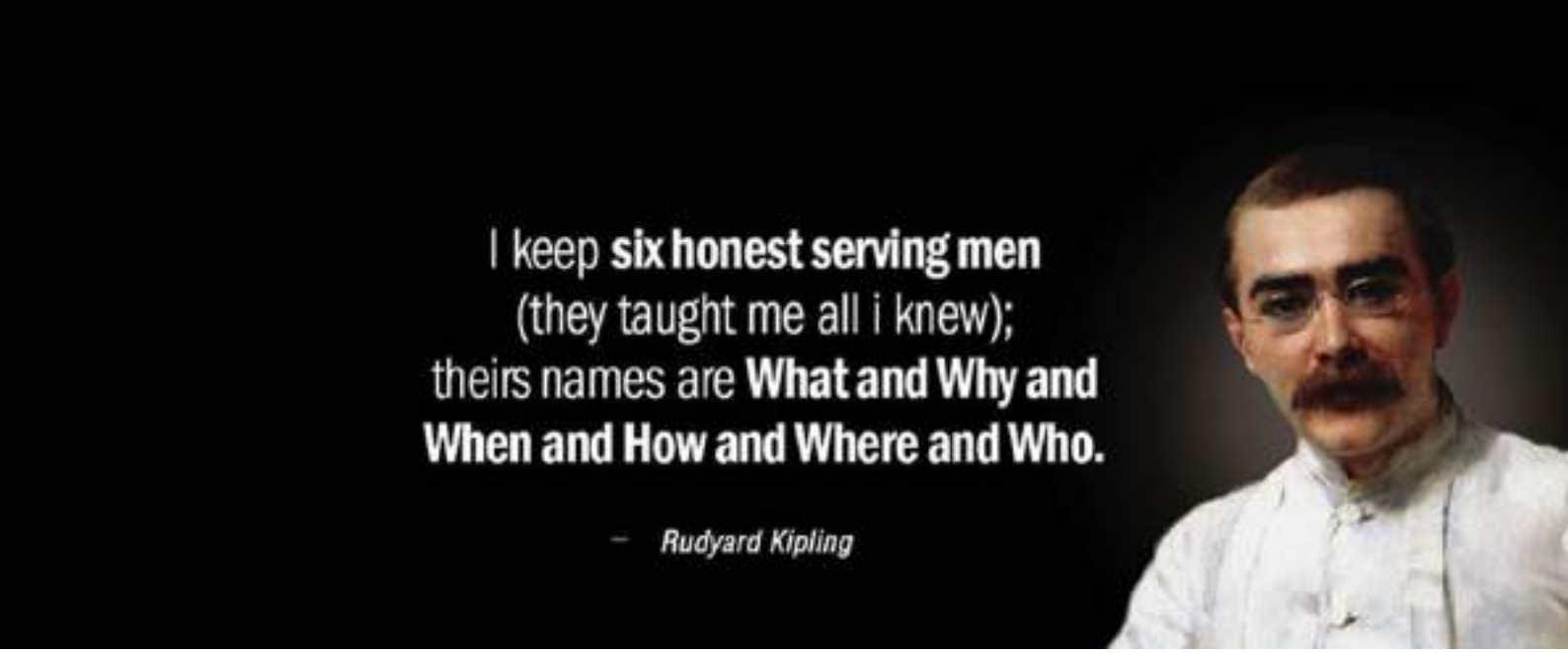
Prateći SIFT, cilj je omogućiti čitaocu da preispita izvor iz kog dobija informacije; da razmotri koliko je izvor relevantan i da li čitalac može verovati tom izvoru ili ne; da bude u stanju da traži druge izvore koji pokrivaju istu vest i da analizira u kojoj su meri predstavljene informacije u skladu sa stvarnim okruženjem i tačnošću originalnih podataka.

Razlikovanje između vesti i mišljenja

Iz gorepomenute strukture novinskog članka i interpretacije dokaza vidljivo je da kada govorimo o razlici između vesti i mišljenja, zapravo pravimo razliku između činjenica i mišljenja.

Vesti su bazirane na činjenicama koje mogu biti proverene i potvrđene kao tačne, što nije slučaj sa mišljenjima. Mišljenja su definisana kao lični stavovi, pogledi i sudovi autora koji piše određeni tekst u vezi sa temom koja je obrađena unutar teksta. Za razliku od mišljenja/stava, vesti se smatraju činjeničnim jer njihovi dokazi imaju proverene podatke koji „odgovaraju na pitanja ko, šta, gde, kada, zašto i kako" (*Izen 2021*).

Razlikovanje između vesti (činjenica) i mišljenja je ključno za izgradnju kritičkog čitanja i pomaže čitaocima da bolje razumeju stvarni kontekst tema o kojima čitaju. Pored toga, ova razlika pomaže čitaocu da preispita izložena mišljenja i ne uzima ih kao apsolutnu istinu.



DODATNI RESURSI

- Jennifer Duncan, (bez datuma), "Reading critically"
  Priručnik – Centar za pisanje, Univerzitet u Torontu
- *University of Hull (2024),* "Public communication: Newspaper Article"
- Ricky Telg & Lisa Lundy, (2015), "News writing for print"
  IFAS Extension University of Florida.
- The George Mason University Writing Center (2024) "News Writing Fundamentals"
  George Mason University.
- *Rutgers University Libraries (2024) "*Evaluating News Resources*"*
- Spencer Izen (2021) "News Vs. Opinion Vs. Analysis", The Griffins` Nest
- New York News Publishers Association (bez datuma) "Understanding News Media: Fact vs. Opinion"

Lekcija 15

Globalni pogled na informisanje

Izveštavanje o vestima značajno varira širom sveta, usled uticaja različitih političkih, kulturnih i ekonomskih okolnosti. Razumevanje ovih razlika ključno je za sticanje šire perspektive o globalnim događajima. U ovom završnom razmatranju, istražićemo uticaj političkih i kulturnih okruženja na novinarstvo, dakle kako se vesti različito plasiraju u različitim zemljama, kao i ulogu međunarodnih novinskih agencija. Cilj je opremiti čitaoce alatkama za kritičko procenjivanje vesti iz globalne perspektive.

Uporedna analiza vesti u različitim zemljama

Novinske organizacije u različitim zemljama rade u drugačijim kontekstima, što utiče na način na koji se izveštava o događajima. Ovi okviri uključuju regulatorna okruženja, nivo slobode medija i novinarske standarde.

- Sjedinjene Države: SAD imaju visoko konkurentno medijsko okruženje sa jakom tradicijom istraživačkog novinarstva i slobode medija. Međutim, porast jednostranih medija poput Fox News i MSNBC doprineo je polarizaciji medijskog okruženja.

- Ujedinjeno Kraljevstvo: Britanski mediji poznati su po mešavini javnih i komercijalnih izdanja. BBC, koji direktno finansiraju građani, prepoznatljiv je po neutralnom i detaljnom izveštavanju. Nasuprot tome, tabloidi poput **The Sun** poznati su po senzacionalističkim pričama.

- Kina: U Kini, medijski prostor je pod jakom kontrolom države. Državni mediji poput Xinhua News Agency i *China Daily* prenose informacije koje su u skladu sa vladinom politikom, a nezavisno novinarstvo je strogo ograničeno.

- Rusija: U ruskom medijskom prostoru takođe dominiraju državni mediji poput RT (Russia Today) i Sputnik. Ovi mediji često reflektuju vladinu perspektivu, a opozicioni mediji suočavaju se sa cenzurom.

- Indija: Indijski mediji su raznovrsni, sa hiljadama novinskih izdanja koja služe populaciji od preko 1,4 milijarde ljudi. Iako postoji sloboda medija, politički i korporativni interesi imaju značajan uticaj, što dovodi do zabrinutosti zbog pristrasnog izveštavanja u medijima poput Times of India i **NDTV**.

Upoređivanje ovih medijskih okruženja naglašava razlike u izveštavanju o vestima širom sveta. Dok neke zemlje promovišu slobodu medija, druge se bore sa cenzurom i političkom kontrolom, što može uticati na promenu narativa o globalnim događajima ili različitim pogledima na njih.

Uticaj političkih i kulturnih konteksta na izveštavanje o vestima

Politički i kulturni konteksti oblikuju ne samo ono što se izveštava, već i način na koji se to čini. Novinari širom sveta moraju da se snalaze sa različitim nivoima državnog uplitanja, očekivanja javnosti i kulturnih normi.

Državna kontrola i cenzura

U zemljama sa autoritarnim režimima, poput Severne Koreje ili Saudijske Arabije, vesti su pod jakom kontrolom države. Novinari se suočavaju sa strogim ograničenjima, a kritički stavovi su potisnuti. Nasuprot tome, demokratije poput onih u Zapadnoj Evropi često imaju jake zaštite za slobodu medija, iako politički i korporativni uticaji i dalje mogu da utiču na i promene način izveštavanja.

Na primer, organizacije poput ***Reporteri bez granica*** prate slobodu medija širom sveta, dajući godišnje rang liste Indeksa slobode medija, uključujući tu kako zemlje u kojima je novinarstvo najviše ograničeno, tako i one u kojima je ono najrazvijenije ili u kojima napreduje.

Kulturne norme i vrednosti

Kulturni faktori igraju značajnu ulogu u oblikovanju fokusa i tona izveštavanja o vestima. Na primer, zapadni mediji često naglašavaju individualne slobode i ljudska prava, dok vesti u mnogim azijskim zemljama mogu da daju prioritet kolektivnom blagostanju i nacionalnoj stabilnosti. U Japanu, mediji poput NHK World poznati su po umerenom i suzdržanom izveštavanju, što odražava šire kulturne vrednosti harmonije i društvene odgovornosti.

Slično, u mnogim afričkim zemljama, lokalne novinske agencije naglašavaju izveštavanje zasnovano na zajednici i fokusiraju se na razvojne teme poput obrazovanja, zdravlja i infrastrukture, odražavajući neposredne i urgentne probleme svojih društava.

Međunarodne novinske agencije i njihov uticaj

Međunarodne novinske agencije igraju ključnu ulogu u oblikovanju globalnog toka informacija. Ove agencije često određuju agendu za ono što se izveštava u manjim zemljama i lokalnim medijima.



Reuters

Jedna od najvećih međunarodnih novinskih agencija, Reuters ima sedište u UK i reputaciju objektivnog i neutralnog izveštavanja. Njen globalni doseg znači da se mnoge manje novinske organizacije oslanjaju na Reuters u izveđtavanju o međunarodnim događajima.

Associated Press (AP)

AP je američka novinska agencija koja obezbeđuje vesti medijima širom sveta. Radi na kooperativnom modelu, omogućavajući da se njen sadržaj distribuira u hiljadama medija. Njen uticaj na globalne vesti je značajan, jer često služi kao primarni izvor međunarodnih vesti za manje organizacije.



L'Agence France-Presse (AFP)

AFP je francuska novinska agencija sa jakim prisustvom u Evropi i Africi. Poznata po višejezičnom izveštavanju, AFP pokriva globalne događaje iz izrazito evropske perspektive, često se fokusirajući na pitanja ljudskih prava, sukoba i klimatskih promena.



Al Jazeera

Sa sedištem u Kataru, Al Džazira je postala važan izvor u međunarodnim okvirima, posebno na Bliskom istoku. Njeno izveštavanje često dovodi u pitanje zapadne narative, pružajući drugačiju perspektivu prema globalnim sukobima, posebno u arapskom svetu.



Ove agencije imaju dubok uticaj na globalne medijske narative. Manji mediji, i/ili oni sa manjim resursima, često preuzimaju sadržaj ovih agencija, što znači da način na koji organizacije poput Reutersa ili AP kontektualizuju i predstavljaju vesti može da oblikuje javno mnjenje širom sveta.

Zaključak

Izveštavanje o vestima širom sveta pod uticajem je različitih faktora, i uključuje politički, kulturni i ekonomski kontekst. Uporedna analiza otkriva značajne razlike u načinu na koji se vesti oblikuju, dok međunarodne novinske agencije imaju snažan uticaj na globalne medije. Razumevanjem ovih dinamika, mi, čitaoci, možemo bolje da cenimo raznovrsnost perspektiva u vestima i da se kritički angažujemo u odnosu na globalno izveštavanje.

DODATNI RESURSI

- World Press Freedom Index

  *Ovaj indeks, koji godišnje objavljuju **Reporteri bez granica**, upoređuje nivo slobode medija koju uživaju novinari u 180 zemalja i teritorija, pružajući sveobuhvatan pregled globalne slobode medija.*

- The Evolution and Impact of News Agencies on Global Journalism

  Ovaj članak razmatra ulogu međunarodnih novinskih agencija u oblikovanju globalnog novinarstva, naglašavajući njihov uticaj na diseminaciju i sadržaj vesti.

- Exploring the Evolution and Role of News Agencies

  Ovaj blog istražuje istoriju, funkcije i značaj novinskih agencija u modernoj masovnoj komunikaciji

MEDIActive
YOUTH
BALKANS

MEDIAktivni mladi: Informisanje na Balkanu

Co-funded by
the European Union