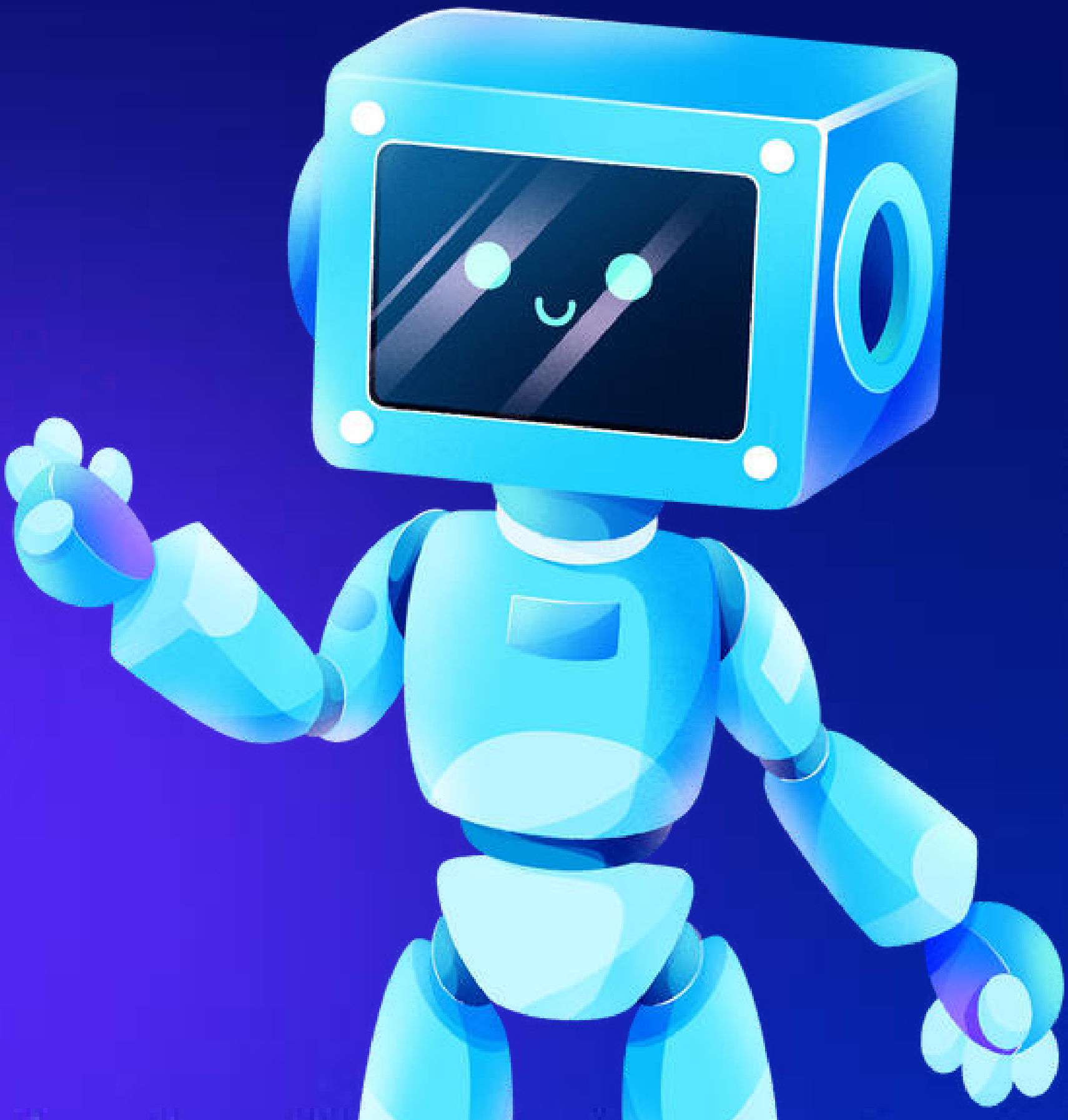
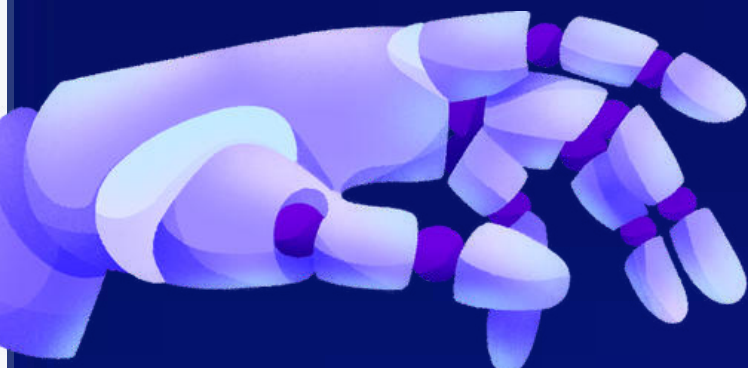
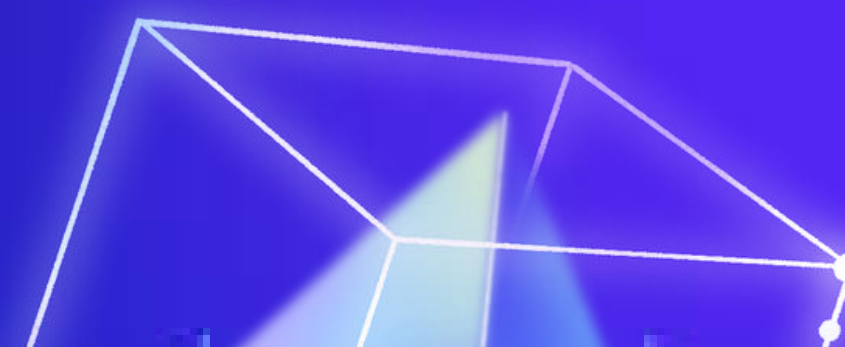




VODIČ S PRIMJERIMA
IZ PRAKSE

MEDIJSKA PISMENOST I FAKE NEWS



MEDIJI & VIJESTI



Mediji

Mediji su sredstva pomoću kojih primamo obavijesti nekom događaju, o ljudima, mediji prenose vijesti ali i druge sadržaje pomoću kojih bi svaki čovjek trebao dobiti bolju sliku o svijetu u kojem živi. Mediji su novine, televizija, radio, portali na webu, ali i društvene mreže- TikTok, X, Instagram, Facebook...

Vijesti

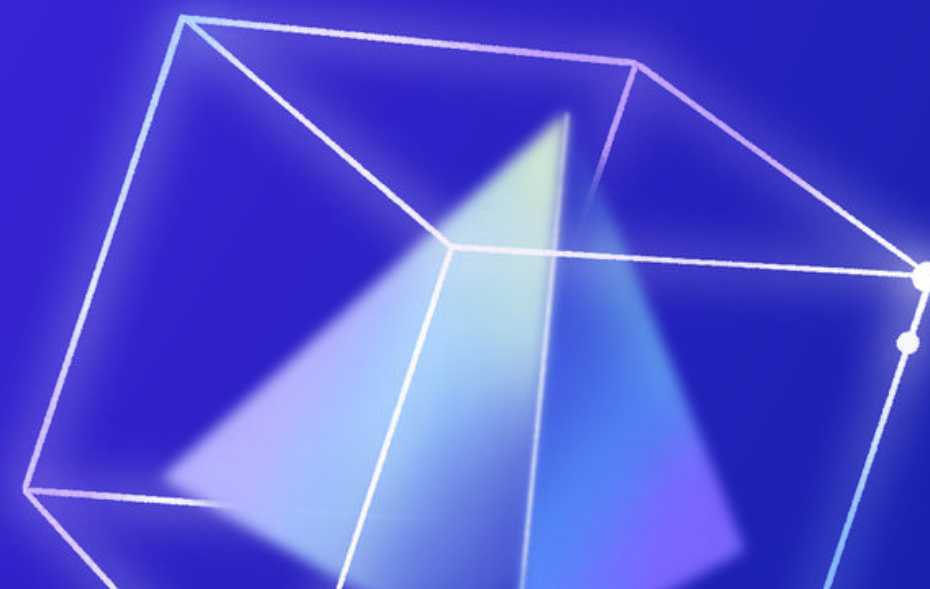
Sve ono što kroz medije- na televiziji, u novinama, na internetu, radiju ili drugim sredstvima doznajemo o nekom događaju, o ljudima, o pojavama. Vijest je nam netko može priopćiti i uživo, ako nas nastavnik obavijesti da sutra nema škole- i to je vijest!

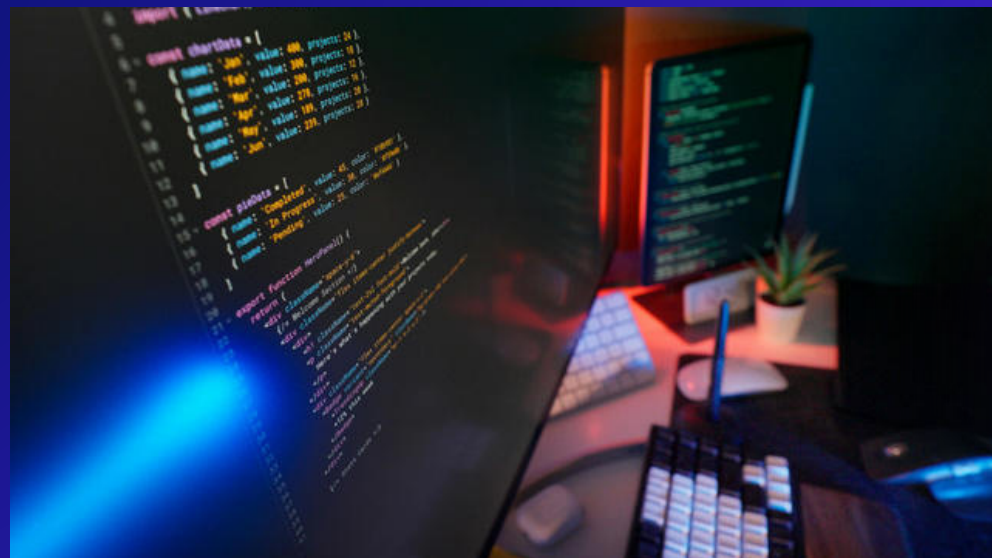


POSTOJE I LAŽNE VIJESTI!

Lažne vijesti danas nazivamo fake news. To je sve ono što čujemo, pročitamo ili vidimo u medijima a nije istinito ni točno, lažno je i zavarava nas. Ukratko, fake news je laž. Fake news ili lažnu vijest, ovisno o tome kako je nastala i kako je do nas došla, još možemo zvati dezinformacijom, prevarom, zabludom, obmanom, podvalom, izmišljotinom, opačinom, manipulacijom... Sve to danas može biti fake news!

Za one koji žele znati više: Premda pojam lažnih vijesti ili fake newsa možemo zamijeniti čitavim nizom sinonima, znanstvenici razlikuju termin lažnih vijesti (objave i članci temeljeni na lažnim informacijama, upakirani da izgledaju kao prava vijest s ciljem da zavaraju čitatelje radi financijske ili ideološke dobiti) od pojma dezinformacija (lažne, netočne ili zavaravajuće informacije dizajnirane, predstavljene i distribuirane s ciljem namjernog izazivanja štete i/ ili ostvarenja osobne dobiti), misinformacije (informacije koje su neistinite, ali nisu stvorene s namjerom nanošenja štete) i malinformacije ili zlonamjerne informacije (informacije koje se temelje na stvarnosti, ali koriste se za nanošenje štete nekoj osobi, organizaciji ili zemlji).

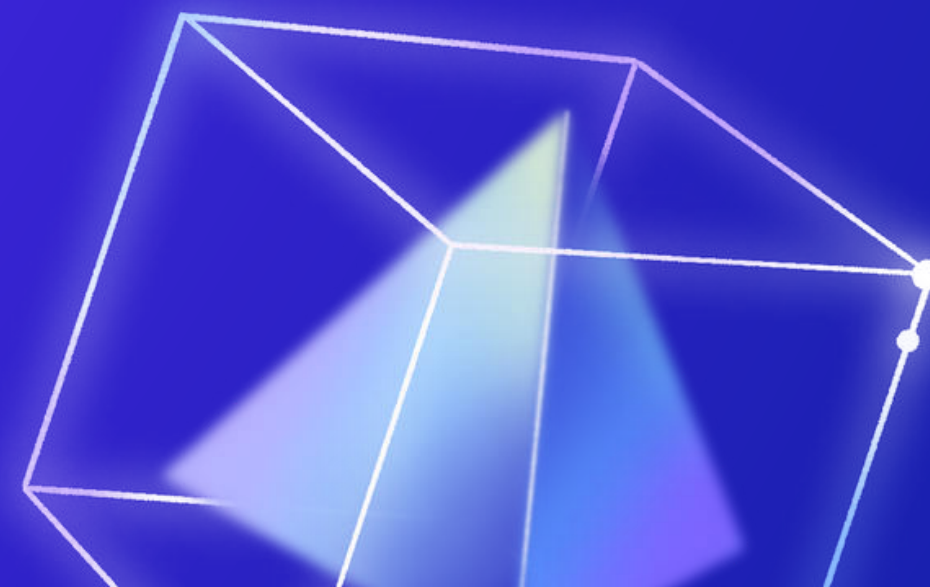




LAŽNE VIJESTI SE DANAS ŠIRE BRŽE

Pojavom interneta i društvenih mreža fake news se širi brže nego ikada, jer algoritmi platformi potiču viralnost sadržaja koji izaziva snažne emocije, a isti se u tren oka može proširiti među milijunima korisnika. Istodobno, moguće je vrlo precizno ciljanje samo određene publike, pa se lažne ili manipulativne informacije mogu plasirati samo odabranim skupinama radi političkih, ekonomskih ili društvenih ciljeva.

Za one koji žele znati više: Opasnost ciljanog širenja lažnih ili manipulativnih činjenica posebno je došla do izražaja u aferama povezanim s Facebookovim algoritmima, poput slučaja Cambridge Analytica, gdje su prikupljeni podaci o korisnicima korišteni za vrlo preciznu političku manipulaciju i širenje dezinformacija na američkim izborima 2016. te u kampanji za izlazak Velike Britanije iz EU-a (Brexit). Ti su slučajevi pokazali kako digitalne platforme znatno olakšavaju ostvarivanje raznih ciljeva – od utjecanja na izbore do stvaranja polarizacije u društvu – upravo zbog brzine širenja sadržaja i finog podešavanja publike kojoj se on prikazuje.



VAŽNO JE IMATI NA UMU...

01

- Nekad su vijesti u medijima proizvodili samo novinari, postojali su samo televizija, radio i novine, ali danas svatko od vas može na online mrežama proizvesti i podijeliti vijest! Danas je vijesti i sadržaja koje primamo više nego ikad! Zato je i lažnih vijesti više nego ikad.

02

- Ako se bojimo nepoznatog, ako imamo malo informacija i malo znanja o svijetu koji nas okružuje, o pojavama, ljudima, narodima, onda ti naši strahovi privlače lažne vijesti, lakše u njih vjerujemo, gotovo da ih želimo čuti kako bismo potvrdili svoje strahove. Lažne vijesti se najradije hrane strahovima, a mi nekad odbijamo povjeravati da je to što čujemo- laž!

TEST ZA FAKE NEWS



ZAŠTO ME TA VIJEST PRIVUKLA?

Trebamo zapitati radi li se o temi koja me posebno pogađa, koja izaziva moj strah, moju srdžbu, ljutnju, mržnju, bijes, pa ne želim razmisliti o tome je li istinita i točna? Govori o nečem čega se bojiš?



KOJI JE IZVOR TE VIJESTI?

Da li je jasno od kuda je vijest stigla? Pronađite originalni izvor! Ako ga nema, budite skeptični! Kako je netko tko širi vijest na društvenoj mreži bez izvora došao do te vijesti? Je li možda i njega netko doveo u zabludu?



KAKO MI ZVUČI TA VIJESTI?

U neku vijest moramo posumnjati ako vidimo mnogo gramatičkih i pravopisnih grešaka, ako uočavamo specifične rečenične konstrukcije i posebne izraze. Vijest može imati i čudan prizvuk...



NEDOSTAJE LI TU NEŠTO?

Ako nemate odgovore na sva pitanja koja vam se odmah motaju po glavi, posumnjajte u tu vijest! Zapitajmo se uvijek: Je li to što smo upravo čuli, vidjeli ili pročitali doista moguće? Jesmo li nekad čuli nešto slično?

ZAŠTO JE VAŽNO PREPOZNATI FAKE NEWS?

Pojam fake newsa danas je izuzetno važan za medijsku pismenost jer omogućuje prepoznavanje namjerno iskrivljenih ili posve lažnih informacija koje oblikuju mišljenje javnosti. Ako razumijemo kako nastaju i kako se šire lažne vijesti, možemo kritički procijeniti njihove izvore i donositi dobre odluke o svijetu koji nas okružuje.

Fake news, namjerno izrađene ili manipulirane informacije koje se predstavljaju kao istinite vijesti s ciljem da obmanu publiku, oblikuju mišljenje ili izazovu određenu emocionalnu ili društvenu reakciju, mogu sadržavati potpuno izmišljene tvrdnje, iskrivljene činjenice ili kontekstualno pogrešno predstavljene informacije.

Širenje lažnih vijesti i dezinformacija prisutno je kroz cijelu ljudsku povijest. Od antičkih vremena do današnjih društvenih mreža, manipulacija informacijama korištena je kao moćno oružje za postizanje političkih, društvenih i ekonomskih ciljeva.

Dakle, iako pojam „fake news” pripada suvremenom dobu, njegovi mehanizmi — širenje lažnih, iskrivljenih ili manipulativnih informacija radi utjecaja na javnost uz korištenje naših najdubljih emocija — postoje od davnina, samo što su se nekad nazivali glasine, klevete, propaganda ili retoričke varke.



Dio ilustracije iz 1894. godine, objavljene u američkom satiričkom magazinu Puck (N.Y. : Published by Keppler & Schwarzmann, 1894 March 7./ Library Of Congress)

NA ČEMU SE TEMELJI FAKE NEWS?

Fake news koristi naše strahove, bijes, ljutnju ili nadu kako bi se potaknula brza, nekritička reakcija publike. Važan element su u fake newsu su i pretjerivanja, odnosno senzacionalističko opisivanje i dramatizacija događaja koja nas često i šokira. Sve to sadržaj čini privlačnijim.

Lažne vijesti posebno uspijevaju zato što se duboko ukorjenjuju u naše najosjetljivije strahove — one evolucijski naslijeđene, ali i one koje proizlaze iz suvremenih društvenih nesigurnosti. Dezinformacije pojačavaju osjećaj prijetnje tako što nude jednostavne, često krivnjom obojene priče koje djeluju uvjerljivo upravo zato što bude ili dodatno osnažuju naše već postojeće tjeskobe, naš strah od nepoznatog, od gubitka sigurnosti, društvene promjene ili „nevidljivih neprijatelja“. Posebno smo osjetljivi na sve ono što nam nudi brzo objašnjenje za pitanja koja nas muče, zbog kojih smo zabrinuti, a u svemu nerijetko i (posve pogrešno) označavaju “krivca”.

Fake news tako ne samo da iskorištava naše strahove, nego ih i aktivno produbljuje, stvarajući emocionalnu ovisnost o informacijama koje potvrđuju najveće sumnje i najcrnije scenarije. Tako se krug širenja dezinformacija stalno obnavlja.



ZAŠTO SE ŠIRI FAKE NEWS? KOJA MU JE SVRHA?

Kroz stoljeća je širenje lažnih vijesti imalo gotovo identičnu svrhu: lažne vijesti su služile kao oruđe za manipulaciju javnim mnijenjem, pojedincima ili cijelim zajednicama i narodima. Metode su se razvijale od usmenih predaja u antici do detaljno programirane nacističke propagande, ali je svrha ista. Gotovo uvijek je to bilo upravo stvaranje straha i predrasuda prema marginaliziranim skupinama, nerijetko izbjeglicama, doseljenicima, migrantima, etničkim ili vjerskim manjinama. Taj strah je često vlastima pomagao da skrenu pažnju naroda sa stvarnih problema, učvrste jedinstvo u zajednici i ojačaju svoju poziciju (homogeniziraju narod oko straha, a pri tom svaku kritiku vlasti proglase nepoželjnom).

ANTIKA

Glasine i iskrivljene priče o "drugima" – strancima, plemenima ili vjerskim skupinama – brzo su se širile među stanovništvom u antičkim vremenima. Vlasti su takve dezinformacije najčešće koristile kako bi u narodu stvorile privid straha i ugroženosti pa da narod bude spreman na žrtve i da lakše prihvati izvanredne mjere kojima vlast želi pribjeći, najčešće radi vlastitog bogaćenja. To su bili porezi, novačenja stanovništva ali i ratovi.

19. ST.

Američke novine su objavljivale izmišljene priče koje su irske migrante prikazivale kao prijetnju američkom društvu i načinu života. Tvrdilo se da su irski useljenici prijetnja „protestantskom, anglosaksonskom“ karakteru SAD-a. Novine su izmišljale podatke o kriminalu Iraca i širile teorije zavjera „katoličkom osvajanju Amerike“ kak bi povećale prodaju, ali i pomogle političkim pokroviteljima da mobiliziraju glasače kroz strah i predrasude.

20. ST.

Nacistički režim provodio je najsistematичnije i najmonstruoznije širenje dezinformacija. Židove se prikazivalo kao prijetnju, a antisemitske kampanje lažnim vijestima i pričama vodile su ka najvećem zločinu u povijesti čovječanstva- Holokaustu. Stvarajući sliku Židova kao „unutarnje opasnosti“, šireći mit da su Židovi „upravljali bankama koje su uništile Njemačku“ i da su krivci za ekonomsku propast, režim je poticao osjećaj da je samo nacistička stranka sposobna „spasiti Njemačku“.

FAKE NEWS U ANTIČKIM VREMENIMA

Jedan od najranijih i detaljno dokumentiranih primjera fake newsa dolazi iz antičkog Rima, oko 2000 godina prije naše ere. Oktavijan, kasnije poznat kao car August, vodio je kampanju dezinformacijama protiv svog rivala Marka Antonija. Koristeći se glasinama i manipulacijom javnim mnijenjem, uspješno je prikazao Antonija kao izdajnika rimskih vrijednosti zbog njegove veze s Kleopatrom, što je na kraju rezultiralo Antonijevim porazom. Oktavijan je tvrdio da je Antonije pod utjecajem istočnjačke kraljice izgubio razum i muškost, da je zanemario rimske dužnosti, poprimio „orijentalni luksuz i dekadenciju“, što je za Rimljane bilo posebno odbojno. Ovo je bilo izrazito učinkovito jer je Rim imao duboko ukorijenjene predrasude prema istoku i smatrao je da pravi rimski vođa mora biti racionalan, čvrst, ratnički i uzdržljiv.



Lawrence Alma-Tadema / Marc Antoine et Cléopâtre (1883), Wikimedia Commons

U grčkoj i rimskoj politici dezinformacije su bile uobičajeno sredstvo borbe za moć. Govornici poput Demostena i Cicerona često su optuživali svoje političke protivnike za izdaju, korupciju ili moralnu izopačenost, pri čemu su granice između retoričkog preuveličavanja i namjerne laži bile vrlo tanke. Budući da je retorika bila temelj javnog života, uvjerljivo izrečena tvrdnja mogla je postati “istina” bez ikakve provjere. Carevi su nerijetko manipulirali informacijama o vlastitim uspjesima, a nepovoljne događaje izbjegavali su spominjati u službenim analima.

FAKE NEWS U SAD-U U 19. I 21. STOLJEĆU

U američkoj povijesti dvije moćne njujorške novine igrale su važnu ulogu u širenju fake newsa. U oba slučaja je s njima bila povezana i američka vlada, u oba slučaja je njihovo izvještavanje narušilo povjerenje građana u novinare i medije. Jedna je novina bila izrazito senzacionalistička, prototip žutog novinarstva, druga ozbiljna, ugledna i cijenjena. U oba slučaja je njihovo neodgovorno izvještavanje ubrzalo ulazak SAD-a u rat

- Španjolsko-američki rat iz 1898. godine može se nazvati prvim "medijskim ratom" u povijesti, u kojem je širenje fake newsa kroz jedan medij odigralo ključnu ulogu u poticanju ratnog sukoba. William Randolph Hearst, vlasnik New York Journala, kroz svoje je novine sustavno širio dezinformacije koje su gurnule Ameriku u rat. Ključni trenutak koji je Hearst iskoristio za raspirivanje ratnog raspoloženja bila je eksplozija američkog bojnog broda USS Maine u havanskoj luci 15. veljače 1898. godine. Iako službena istraga nije mogla utvrditi krivca za eksploziju koja je odnijela 266 života, Hearstove novine su bez dokaza odmah optužile Španjolsku.
- Dio američkih medija je na sličan način- a u sprezi s tada aktualnom Bushevom administracijom- poticao na rat protiv Iraka 2002. Glavni povod za rat bilo je lažno izvješće o postojanju oružja za masovno uništenje u navodnom posjedu iračkog diktatora Sadama Huseina. To je nepostojeće oružje američka vlada proglasila stvarnim i prijetnjom sigurnosti SAD. Drugi razlog za rat bila je navodna suradnja Huseina i Al-Kaide, ali ni za to nikad nisu nađeni dokazi. Nakon invazije, urednici New York Timesa ispričali su se svojim čitateljima zbog izvještavanja o nepostojećem programu naoružanja. Priznali su kako bi "voljeli da" su "bili agresivniji u preispitivanju tvrdnji" o navodnom nuklearnom oružju.



• The yellow press / L.M. Glackens, Library of Congress

KRVNE KLEVETE U EUROPI

Kroz stoljeća su u cijeloj Europi bilježeni slučajevi krvne klevete, to jest lažne optužbe protiv Židova za obredno umorstvo, kakve se u kršćanskom svijetu pojavljuju još od 12. stoljeća. Te klevete uvijek služe za širenje mržnje te poticanje na progon Židova i njihovo protjerivanje.

Optužba za otmicu, mučenje i ritualno ubojstvo kršćanskog djeteta bila je najčešća, ali se Židove optuživalo i da koriste krv kršćanske djece za svoje "tajne obrede". Ovakve monstruozne izmišljotine služile su kao opravdanje za progone cijelih židovskih zajednica u Europi.

Židove se protjerivalo ponajprije zbog ekonomskih motiva, pljačkana im je imovina ili su brisani dugovi koje su prema njima imali kršćani, izbacivani su iz gradova kao konkurencija u trgovačkim poslovima lokalnim stanovnicima. Bilo je i teoloških motiva, Crkva je u Židovima vidjela prijetnju svojim interesima i širenju kršćanske vjere.

1142.

U Norwichu je 1144. pronađen mrtav dvanaestogodišnji dječak William. Njegova je smrt ostala neobjašnjena i nije postojalo nikakvo dokazivo povezivanje Židova s tim događajem. Ipak, oko četiri godine kasnije, u Norwich je došao redovnik Thomas od Monmoutha. Ubrzo je počeo tvrditi da su tamošnji Židovi mučili i ubili Williama. Nedugo potom optužbe za ritualna ubojstva djece proširile su se cijelom zemljom.

1475.

Nakon nestanka dvogodišnjeg dječaka Simona uoči Uskrsa 1475., lokalne vlasti u Trentu, na tlu današnje Italije, lažno su optužile židovsku zajednicu za njegovo ritualno ubojstvo. Židovi su uhapšeni, mučeni, mnogi prisiljeni na "priznanja", a dio članova zajednice pogubljen. Židovska zajednica u Trentu je potpuno uništena, a Židovima je zabranjen povratak u grad. Lokalni je biskup podržao optužbe i pokrenuo propagandnu kampanju. Priča o "svecu Simonu" širila se kroz Europu i bila uključena čak i u liturgiju i umjetnost. Stoljećima se Tridentski slučaj koristio u antisemitističkoj propagandi. Kult Simona ukinut je tek nakon Drugog svjetskog rata (1965.).

ZAGREBAČKI SLUČAJ DJEVOJČICE ZDENKE 1940.

Djevojčica Zdenka se u proljeće 1940. uputila sa zagrebačke Trešnjevke prema jezeru Jarun oko kojeg su tada živjeli Romi. Vratila se prekasno kući i, valjda strahujući da će je kazniti zbog skitnje, rekla roditeljima da su je "bili oteći i zlostavljali strašni Cigani". Policija je uhitila nevine Rome, svjetina ih je htjela linčovati dok su ih vodili u zatvor, u ćeliji su im polomili kosti, a onda se ispostavilo da je mala Zdenka sve izmislila. Lažna prijava o otmici djevojčice Zdenke na tadašnjem Jarunu, u Zagrebu je 1940. potaknula nasilje prema Romima. Priča o „strašnoj otmici Cigana“ objavljena je u novinama uz naslove poput „Traži se oslobodilac koji je spasio dijete iz ciganskih ruku“. Ispostavilo se da je sve bila laž. Ili fake news.



POSEBNOSTI FAKE NEWSA NA TIKTOKU

TikTok je već godinama izrazito popularan među mlađim generacijama. Njegov algoritam potiče širenje sadržaja koji izaziva snažne emocije, a ne onog koji je nužno točan. Videa na Tiktoku su vrlo kratka, miješa se zabava s informacijama, pa korisnici i ne stižu provjeravati činjenice već sve izrazito brzo pregledavaju. Zato se fake news na Tiktoku vrlo brzo može širiti.

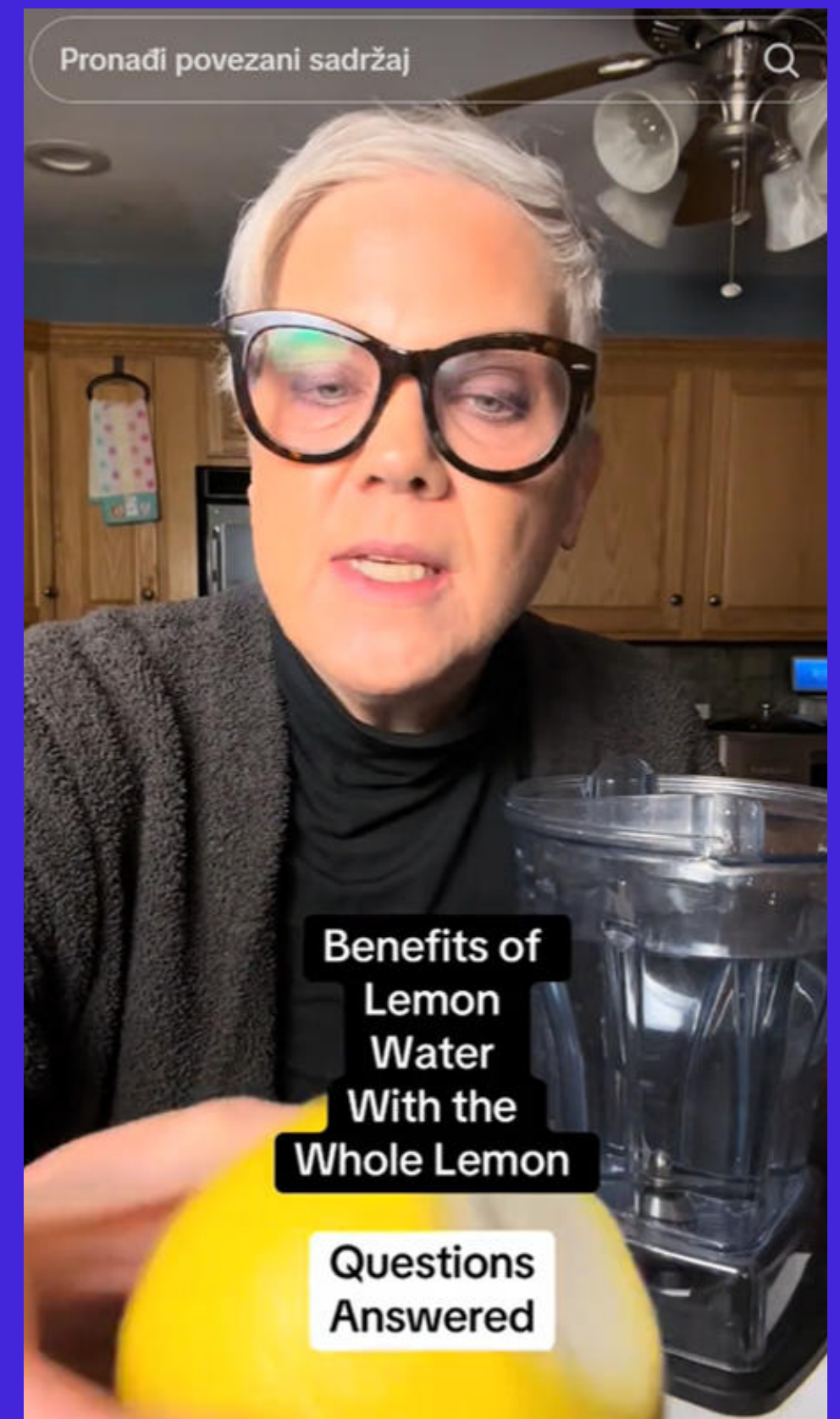
Primjeri Tiktok dezinformacija:

Često viralni postaju videi u kojima se tvrdi da limun s toplom vodom „uništava“ sve viruse ili da biljni čajevi liječe ozbiljne bolesti. Unatoč netočnosti, dobivaju milijune pregleda.

Stare ili potpuno nevezane snimke različitih prizora iz ratnih sukoba često se predstavljaju kao nove, aktualne i iz određene zemlje, što stvara pogrešnu sliku o događajima.

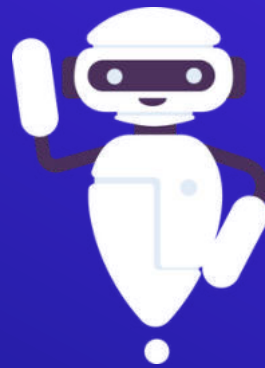
Na Tiktoku se često kreiraju sadržaji koji koriste lažne „povijesne činjenice“ – to mogu biti i humoristični videi koji izmišljaju povijesne događaje, ali i neki dijele kao istinite jer ne prepoznaju da je sadržaj satira!

VAŽNO: Razmišljajte kritički, provjerite informacije prije bilo kakvog dijeljenja, čak i kada video izgleda uvjerljivo ili zabavno.



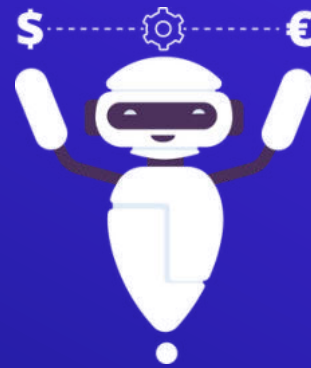
Izvor: Tiktok

TEST ZA SADRŽAJ NA TIKTOKU



JE LI VIDEO AKTUALAN?

Dobro provjerite feed kreatora videa kako bi se uvjerali je li video nov i aktualan.



TKO JE TVORAC SADRŽAJA?

Budite znatiželjni, ako treba i sumnjičavi! Ako se neki sadržaj pojavi u sekciji 'For You', provjerite profil tvorca tog sadržaja!



DJELUJE LI SVE PROFESIONALNO?

Ako radi takve sadržaje često i ako vam se oni čine profesionalnima, vjerojatno nemate razloga za sumnju.

Ako je autor sadržaja ozbiljan i poznat medij, također imate malo razloga za strah.

GENERATED BY A.I.

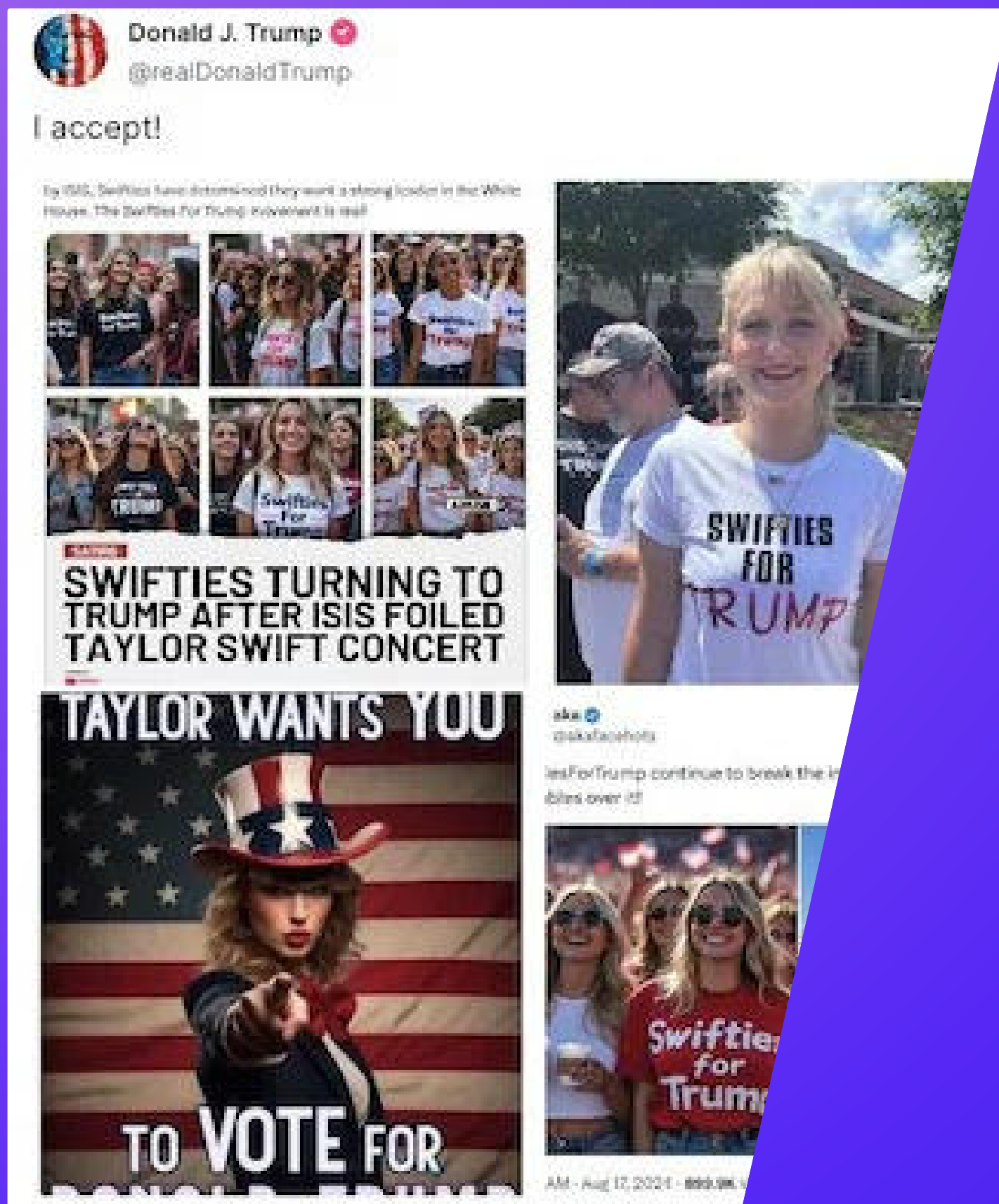
Generirala umjetna inteligencija



UMJETNA INTELIGENCIJA!

- U travnju 2023. viralna je postala fotografija pape Franje u bijeloj zimskoj jakni. Stvorena je umjetnom inteligencijom na alatu Midjourney.
- I do tad su se raznim digitalnim alatima poput Photoshopa mogle kreirati slične fotomontaže, pa i montaže lažnih videa. Ali za to su trebala stručna znanja i mnogo više ozbiljnog rada a ti alati nisu bili ni lako dostupni.
- Danas nam alati koji su svima dostupni omogućuju da lažne fotografije i lažna videa kreiramo u nekoliko sekundi na aplikacijama naših smartphonea!





LAŽNA PODRŠKA

- U kolovozu 2024. pojavile su se AI-generirane slike koje su sugerirale da je pjevačica Taylor Swift podržala Donalda Trumpa na predsjedničkim izborima, odnosno da postoje „Swifties for Trump“, kroz promotivne poster-varijante.
- Slike su se brzo proširile društvenim mrežama, stvarajući konfuziju i zabrinutost da AI generirani medijski sadržaji mogu biti iskorišteni u političke svrhe.
- Ovaj primjer ilustrira koliko su sada realistične AI-slike i kako one mogu biti zloupotrijebljene za propagandu ili dezinformacije.

Generirala umjetna inteligencija



Generirala umjetna inteligencija

LAŽNI ZAGRLJAJ

U travnju 2023. pojavila se AI-generirana „fotografija” koja prikazuje prinčeve Williama i Harryja kako se grle na krunidbi kralja Charlesa.

- Iako je njezin kreator odmah javno objavio da ju je stvorio pomoću AI generatora slika Midjourney, slika je prikupila velik broj lajkova i dijeljenja, što pokazuje da ljudi često ne razlikuju stvarne fotografije od izuzetno uvjerljivih AI-generiranih slika.

Fotografija je dobar primjer kako se fake news širi čak i kad bi trebao biti očito lažan. Na fotografiji je primjetno da koža i kosa dvojice posvađane prinčevske braće djeluju izrazito neprirodno, a sumnje je trebala buditi i činjenica da vijest o njihovoj pomirbi nigdje nije objavljena.





Generirala umjetna inteligencija

LAŽNA KATY PERRY

- Slika AI-generirane Katy Perry na crvenom tepihu događaja Met Gala 2024. brzo je postala viralna, unatoč tome što pjevačica nije prisustvovala događaju.
- Slika je bila toliko uvjerljiva da su mnogi vjerovali da je stvarna — dok je detalj poput tepiha iz starije godine razotkrio da je riječ o dubokom lažnjaku /deep fake/.
- Primjer pokazuje kako moda i fotografije slavnih postaju meta AI-manipulacija zbog velike pažnje koju izazivaju i potom učestalog dijeljenja na društvenim mrežama.



ŠTO JE DEEP FAKE TEHNOLOGIJA?

Manipulacije umjetnom inteligencijom i deepfake tehnologijom stvaraju iznimno uvjerljive lažne sadržaje, potičući širenje fake newsa kroz algoritamsko pojačavanje, ciljanu personalizaciju i automatsku produkciju dezinformacija, čime se briše granica između stvarnosti i konstrukcije te pojačava društvena ranjivost

Deepfake tehnologija je sofisticirana manipulacija fotografija, videa i zvuka pomoću umjetne inteligencije. Deepfakeovi omogućuju stvaranje iznimno uvjerljivih snimki ljudi koji govore ili rade nešto što nikada nisu učinili, njome se gotovo posve brišu granice između stvarnog i lažnog te se otvara golem, ali i potencijalno opasan prostor za političke, društvene i osobne manipulacije bez presedana.

Internetski alati danas omogućuju automatiziranu proizvodnju sadržaja, uključujući botove i generative AI modele, koji mogu masovno, poput strojeva na automatskoj traci, stvarati i distribuirati dezinformacije.

Deepfake tehnologija omogućuje stvaranje videa u kojem se nečije lice, tijelo i glas mogu prikazati uvjerljivo kao da stvarno čine ili izgovaraju nešto što se u stvarnosti nikad nije zbilo.

Danas postoje aplikacije dostupne na svakom smartphoneu koje omogućavaju brzo i lako stvaranje takvih lažnih snimki. Neke od njih služe samo za zabavu, no mnogo je i onih koji deepfake tehnologiju koriste da bi nekog lažno optužili da je nešto izgovorio ili učinio, da je sudjelovao u nekoj radnji. Takve lažne manipulacije pomoću deepfake tehnologije mogu nanijeti golemu štetu pojedincima, ali i društvu u cjelini.



JASNI SIGNALI PO KOJIMA PREPOZNAJETE AI:



AI sadržaj često ima istaknute oznake koje pokazuju da se radi o sadržaju koji generira umjetna inteligencija. To može biti vidljivi natpis ili sitniji tekst uz sadržaj, na primjer "AI-generated" ili "Created with AI". Koriste se i jasni vodeni žigovi (watermarks) preko slike ili videa. To je najlakši znak koji pokazuje da gledate AI generiran sadržaj.



Dobro je za sumnjive sadržaje provjeriti i profil osobe koja ih objavljuje. Često takvi profili objavljuju desetine, pa čak i stotine sličnih AI generiranih videa u kratkom vremenu.



Scene AI videa nerijetko djeluju kao da su snimane profesionalnim kamerama a pozadina je često zamućena. Kod pokreta se mogu primijetiti kratki trenuci u kojima se čini da ruke ili noge nestaju, nerijetko uočavamo višak udova ili prstiju kod pokreta likova na videu. No, AI alati napreduju golemom brzinom i takve očite greške sve su rjeđe.



AI izmišlja ili halucinira. Nema jasnih objašnjenja za potrebu AI-ja da usred nekog teksta koji je generiran jezičnim modelom (na primjer Chatgpt), ubaci cijele rečenice, opise ili podatke koji ne postoje i koje nije mogao dobiti ni iz kakvih izvora. Jezični modeli ubacuju izmišljotine i u tekstove koje samo prevode ili samo prepisuju odnosno transkribiraju s nekog pdf-a ili slike.



AI ima problema sa generiranjem teksta na fotografiji. Ako pokušate pomoću AI-ja generirati fotografiju s nekim dodacima, na primjer s logotipom ili natpisom na majici nekog lika, na pakiranju proizvoda ili s kakvim drugim tekstom, on će često pogriješiti, slova će biti posve nečitka ili će tekst biti besmislen.



Likovi u AI videu nerijetko djeluju neprirodno, odveć savršeno, "ispeglano", koža im je bez bora, madeža, ožiljaka, bez bilo kakvih mana. Stručnjaci kažu da je "AI opsjednut stvaranjem ljudi čija koža uopće nema prirodnu teksturu i izgleda savršeno".



Kad god ugledate video ili fotografiju čiji vam se sadržaj učini nevjerojatnim, nestvarnim, do tad neviđenim, morate se zapitati: Je li to doista moguće? Zašto to nikad prije nismo vidjeli?



RAZMISLITE I
RASPRAVITE:
JE LI I OVA
FOTOGRAFIJA
KREIRANA POMOĆU
UMJETNE
INTELIGENCIJE?

`/prompt` migrants with red blankets, ship in the
Mediterranean sea, looking at the camera,
dramatic scene, HD



/prompt migrants with red blankets, ship in the Mediterranean sea, looking at the camera, dramatic scene, HD



SADLY, THIS PHOTO WAS NOT CREATED BY ARTIFICIAL INTELLIGENCE
THAT'S WHY EACH DAY, OUR VOLUNTEERS CREATE REAL SOLUTIONS

SOPA Images/Getty Images

croix-rouge française



VJERUJTE VJERODOSTOJNIM MEDIJIMA I INSTITUCIJAMA!

Ova je fotografija stvarna! Pomoću umjetne inteligencije danas se kreiraju bezbrojni realistični i šokantni prizori. No, u svijetu se i dalje događa mnogo onoga što je stvarno, što nas šokira, i što snimaju ili fotografiraju stvarni ljudi! Nemojmo to nikad zaboraviti! Nemojmo odmah okrenuti glavu i odbaciti slike koje naizgled djeluju nestvarno, kao da ih je kreirala umjetna inteligencija. Ako vidite da ih dijele i potpisuju ozbiljne institucije i relevantni mediji, zaustavite se, pogledajte, razmislite!



POUKE

- Provjerite sve činjenice!
- Vjerujte relevantnim i ozbiljnim medijima!
- Koristite i pretraživače poput Googlea da provjerite neku informaciju. Ako sumnjate u viđeno, slobodno se poslužite i jezičnim modelima AI-a poput Chatgpt-ja!
- Imajte na umu: Svako provjera je uvijek bolji izbor od prihvatanja baš svega ponuđenog bez ikakvih sumnji!



KAZNA ZA ŠIRENJE LAŽNIH VIJESTI

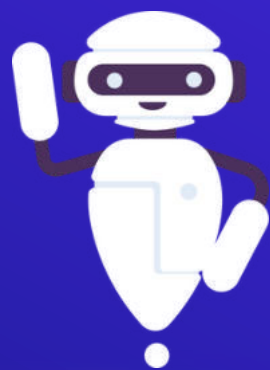
Jeste li znali da je širenje lažnih vijesti kažnjivo?

“Tko izmišlja ili širi lažne vijesti kojima se remeti mir i spokojstvo građana, kaznit će se za prekršaj novčanom kaznom u iznosu od 700,00 do 4000,00 eura ili kaznom zatvora do 30 dana.”

Zakon o prekršajima protiv javnog reda i mira



NIKAD NE ZABORAVITE!



PRAVILO 1

Nemojte nepoznatim ljudima putem interneta ili mobitela davati podatke o sebi, obitelji i prijateljima, ne šaljite svoje fotografije, slike obitelji ili prijatelja jer se one mogu na razne načine zloupotrijebiti.



PRAVILO 2

Nemojte nikad drugima slati bil sadržaje kojih biste se sramili ako ih vide vaši prijatelji, nikad ne šaljite fotografije i videa koje ne biste željeli pokazati drugima. Sve što pošaljete zlonamjerna osoba može iskoristiti da vas ucjenjuje, ali takvi sadržaji mogu i nekim drugim spletom okolnosti do onih koji to ne bi trebali vidjeti.



PRAVILO 3

Ako vam netko šalje bilo kakve uznemirujuće, prijeteće ili prostačke poruke, ako vas netko uznemirava ili ucjenjuje na bilo koji način, pa i sadržajima koje ste greškom poslali, prijavite to roditeljima ili nastavniku u kojeg imate povjerenja. Takve ucjene su kazneno djelo i oni koji to čine moraju odgovarati!

BUDITE ODGOVORNI!

Nemojte prosljeđivati sve što vidite i sve što vas čudi ako niste sigurno da je taj sadržaj istinit i vjerodostojan!

NE TRAŽI LIKE ZA LAŽ!

Nemojte skupljati lajkove ili klikove vijestima i informacijama koje šire nevjerodostojni ljudi/izvori!

NE VRIJEĐAJ!

Ne širite laži i bilo kakve druge uvredljive sadržaje o drugima!

RIJEČ JE O ŽIVOTIMA...

Šteta koja se može izazvati nekad je zanemariva, a nekad takvi grozni postupci ugrožavaju tuđe živote!





ZADATAK: PROČITAJTE OVAJ TEKST:

INFO-BALON: NIJE DOBRO INFORMIRATI SE SAMO NA JEDNOM MJESTU

Zamislite da postoji kafić u vašem gradu u kojem je kava besplatna. Svi odlaze tamo na kavu i svi ostali kafići u gradu propadnu. Više nema izbora osim odlaska na jedno mjesto na kavu. No na stolovima u tom kafiću su mikrofoni, a na zidovima kamere koje snimaju baš sve što pričate i radite. U kafiću je i puno prodavača koji sve to slušaju, znaju sve o vama pa vam prodaju točno ono što želite: to se događa u online svijetu.

(...) Iako naizgled imamo izbor što ćemo čitati, gledati ili slušati, činjenica jest da svakim našim klikom ili otvaranjem nekog sadržaja 'učimo' model što želimo i u budućnosti konzumirati pa ga oblikujemo da nam nudi samo onaj sadržaj koji nam odgovara. Time postajemo zatvoreni prema drugim vrstama sadržaja i živimo u info-balonu. Time pristajemo na metaforičko ispijanje kave samo u onom jednom jedinom kafiću.

--- dr. Gerd Gigerenzer, dekan Sveučilišta u Postdamu i bivši ravnatelj Instituta Max Planck u Njemačkoj, o opasnosti života u info-balonu





PITANJA ZA RASPRAVU UZ TEKST “INFO-BALON: NIJE DOBRO INFORMIRATI SE SAMO NA JEDNOM MJESTU”

1. Jeste li kada imali osjećaj da vam na društvenim mrežama vidite samo određene ili vrlo ograničene informacije?
2. Jeste li kada pomislili da vas preko pametnog telefona netko prisluškuje, prati vaše želje, skoro čita vaše misli?
3. Je li vas kada naljutilo što vam se odjednom pojavljuju objave o istoj temi nakon što ste samo nakratko pogledali neki sadržaj koji govori o istome?
4. Znate li što su kolačići ili cookies?

Kolačići (engl. cookies) su datoteke koje internetske stranice šalju na računalo korisnika da bi znale kako korisnik upotrebljava stranicu. Kolačići „pamte” vaše, bilježe što čitate, gledate, pretražujete, na što klikate. „Pamte” i lozinke kako vam olakšali korištenje internetskih stranica i aplikacija, da ih ne morate uvijek iznova upisivati. Posebno su važni oglašivačima. Oni prate vaše kolačiće, po njima vide što vas zanima, pa vam pošalju oglase ili ponude za proizvode ili usluge koje gledate. Neki kolačići su nužni da bi stranice normalno djelovale, ali mnogi nisu. Neke stranice vaše osobne podatke dijele sa stotinama, pa i tisućama partnera, a mnogi njima trguju i prodaju ih! Njih zanimaju i vaše navike, kako provodite slobodno vrijeme, koliko vam je godina, kakvi su vam interesi. e. No, takvi se podaci mogu i zlorabiti! Premda vam se čini da su sadržaji na YouTubeu, Instagramu, Googleu, TikToku ili aplikacijama za igrice besplatan, vi ih zapravo plaćate svojim podacima. Svi ti podaci koji se o vama mogu skupiti na internetu, zovu se vašim digitalnim otiskom.





ZADATAK 2 - PROČITAJTE OVAJ TEKST:

PREPOZNAVANJE I I UPOZORAVANJE NA LAŽNE VIJESTI JE NOVINARSKI POSAO

Novinari su se u drugoj polovici 20. stoljeća na Zapadu smatrali "psima čuvari demokracije", a izraz watchdog journalism koristio se kadgod bi novinari razotkrivali laži političara, korupciju i zločine, kad su davali glas marginaliziranima, slabima, potlačenima. Postali su korektiv vlasti, nudili su informacije koje ljudi doista trebaju, nadzirali su moćne institucije i pojedince, istraživali njihova skrivena djelovanja, raskrinkavali sve ono što je štetilo zajednici, svako kršenje ljudskih prava. Ukratko, upravo su novinari postali ti koji su imali svijest o snazi i moći svake laži, bili su je u stanju prepoznati, na nju upozoriti te je raskrinkati.

Danas su aktualne rasprave da novinari gube tu ulogu četvrte vlasti i da svatko može sam na društvenim mrežama kreirati nove političke agende. No, što će se dogoditi ako će novinari prestati biti oni koji prepoznaju lažne vijesti, ako ustuknu pred netočnim, lažnim, pseudo-znanstvenim, fabriciranim vijestima, spinovima i konfabulacijam? Onda oni prestaju biti novinari i postaju- svjesno ili nesvjesno- promotori različitih političkih i ekonomskih moćnika. A to nije interes nijednog demokratskog društva ni pojedinaca.

--- Izvor: George Claassen: *The building blocks of journalism: An architectural perspective* (Journal of Interdisciplinary Ethical Research, 2025.)





PITANJA ZA RASPRAVU UZ TEKST “PREPOZNAVANJE I UPOZORAVANJE NA LAŽNE VIJESTI JE ISTO NOVINARSKI POSAO”

1. Jeste li kada zbog novinarskog priloga zaključili da je neka informacija koju ste ranije čuli ili pročitali zapravo pogrešna?
2. Jeste li kada u sadržajima koje kreiraju novinari otkrili informacije koje su vas potakle na djelovanje, jeste li poželjili uključiti se u neku humanitarnu akciju?
3. Jesu li sadržaji koje kreiraju novinari utjecali na vaše stavove? Ljute li vas priče o korupciji u politici ili o nepravdama prema marginaliziranim skupinama o kojima novinari izvještavaju?

Društvenim mrežama u Hrvatskoj se 28. studenoga 2025. proširila vijest da je migrant ili izbjeglica nožem na zagrebačkim ulicama izbor časnu sestru uz povike Allahu Akbar. Novinari i urednici vjerodostojnih medija nisu senzacionalistički prenijeli te tvrdnje već su provjerili sve izvore, ustanovili da vijest neobično intenzivno šire autori skloni objavljivanju neprovjerenih činjenica ili potpunih laži, razgovarali su s policijom, s obitelji časne sestre i pregledali dostupne snimke. Ubrzo su utvrdili da se napad nikada nije dogodio te su potom jasno objasnili kako se dezinformacija proširila. Time su novinari razotkrili duboku laž i podsjetili javnost na važnost kritičkog čitanja medijskih sadržaja. Njihov pristup pokazao je da profesionalna novinarska provjera činjenica nema alternative te da štiti društvo od panike.





ZADATAK 3 - PROČITAJTE OVAJ TEKST:

OPREZ!!! NEKAD NAŠ MOZAK BRANI NAŠA UVJERENJA I OD ISTINE

U jednoj studiji iz 2016., istraživači na Institutu za mozak i kreativnost na Sveučilištu Južne Kalifornije pratili su moždanu aktivnost ljudi dok su im postavljana pitanja koja se odnose na njihova najdublja uvjerenja. Zatim su im istraživači dali jasne i nedvojbene dokaze da je neko od tih njihovih najčvršćih vjerovanja u određene podatke posve pogrešno. Oni koji su još ostali čvrsto u svom uvjerenju, pokazali su mnogo moždane aktivnosti u području povezanom s identitetom, što ima smisla: moralna, politička, svjetonazorska ili bilo kakva druga uvjerenja o svijetu koji nas okružuje— nisu samo informacije. Ona su dio osobnog i grupnog identiteta. Kad je taj identitet ugrožen, kad nam netko želi promijeniti ili oduzeti, mozak reagira slično kao na fizičku prijetnju.

No, znanstvenici su također vidjeli signale u amigdali, u području mozga koje nam pomaže da uočimo opasnost, prijetnju i tjeskobu. "Mislimo da ljudi imaju mentalni mehanizam kojim samo jačaju svoja prethodna uvjerenja kad god ta uvjerenja budu napadnuta", kaže Jonas Kaplan, Ph.D., glavni autor studije. "Dakle, ako ljudima koji su čvrsto protiv cijepljenja dajete informacije o sigurnosti cjepiva, njihov stav protiv vakcinacije na početku postaje samo još snažniji. Taj stav im ostaje kao novoučvršćena obrana protiv istine."

Zašto je tome tako? Jedno od objašnjenja govori o našoj evoluciji, o potrebi da se štiti grupna kohezija. Ljudi se osjećaju sigurno i sretno kada znaju da s nekom grupom dijele svoja uvjerenja.

Ljudi su evoluirali kao izrazito socijalna bića. Opstanak ovisi o grupi. U prošlosti, neslaganje s grupnim uvjerenjima moglo je značiti i društvenu izolaciju, a onda i smanjenu vjerojatnost preživljavanja. Izvan grupe, plemena, obitelji, čovjek je bio ranjiv. Zato je psihološki mehanizam koji stabilizira uvjerenja grupe i otežava njihovo lako napuštanje mogao biti adaptivan.

Imajte na umu tu činjenicu: u neke stvari vjerujemo i podržavamo ih samo zato jer to čine i drugi oko nas, jer nam to daje osjećaj (lažne) sigurnosti u grupi istomišljenika. Ponekad takva uvjerenja, čak i ako štete nama ili našim bližnjima, ne želimo napustiti ni uz kakve argumente, jer nam mozak (pogrešno) šalje signale da ćemo biti ugroženi ako napustimo grupu koja dijeli ista takva uvjerenja. Isti ti signali nerijetko pomažu da nas laži i lažne vijesti zarobe, da otmu naš mozak.

Izvor: Scientific Reports (Nature), Neural correlates of maintaining one's political beliefs in the face of counterevidence, Jonas T. Kaplan, Sarah I. Gimbrel & Sam Harris





PITANJA ZA RASPRAVU UZ TEKST “PREPOZNAVANJE I I UPOZORAVANJE NA LAŽNE VIJESTI JE ISTO NOVINARSKI POSAO”

1. Jeste li kada zbog novinarskog priloga zaključili da je neka informacija koju ste ranije čuli ili pročitali zapravo pogrešna?
2. Jeste li kada u sadržajima koje kreiraju novinari otkrili informacije koje su vas potakle na djelovanje, jeste li poželjli uključiti se u neku humanitarnu akciju?
3. Jesu li sadržaji koje kreiraju novinari utjecali na vaše stavove? Ljute li vas priče o korupciji u politici ili o nepravdama prema marginaliziranim skupinama o kojima novinari izvještavaju?

Društvenim mrežama u Hrvatskoj se 28. studenoga 2025. proširila vijest da je migrant ili izbjeglica nožem na zagrebačkim ulicama izbor časnu sestru uz povike Allahu Akbar. Novinari i urednici vjerodostojnih medija nisu senzacionalistički prenijeli te tvrdnje već su provjerili sve izvore, ustanovili da vijest neobično intenzivno šire autori skloni objavljivanju neprovjerenih činjenica ili potpunih laži, razgovarali su s policijom, s obitelji časne sestre i pregledali dostupne snimke. Ubrzo su utvrdili da se napad nikada nije dogodio te su potom jasno objasnili kako se dezinformacija proširila. Time su novinari razotkrili duboku laž i podsjetili javnost na važnost kritičkog čitanja medijskih sadržaja. Njihov pristup pokazao je da profesionalna novinarska provjera činjenica nema alternative te da štiti društvo od panike.





ZADATAK 4: PROČITAJTE OVAJ TEKST:

JEZIČNI AI MODELI ZNAJU UVJERLJIVO ‘LAGATI’ I VJEŠTO ZAPAKIRATI SVOJU IZMIŠLJOTINU!

“Nitko nije savršen, pa ni veliki jezični model. Na prvu nam se može učiniti da zna puno više od nas. To nam se može učiniti jer odgovori modela zvuče kao ljudski. Zbog toga smo mu skloniji vjerovati. Osim toga, mi se ‘dopisujemo’ s njim, što pojačava dojam da je s druge strane osoba. Veliki jezični modeli izražavaju se poput pametnih ljudi pa ih ponekad doživljavamo kao mudrace. Možda je dobro sjetiti se pravih mudraca: veliki grčki filozof Sokrat rekao je ‘Znam da ništa ne znam’. S druge strane, naš ‘mudrac’ na struju ne zna da ništa ne zna i često nije svjestan rupa u svom znanju. Ako ga pitamo nešto što ne zna, ili još nije naučio, model to neće priznati nego će samo nešto izmisliti. Naravno, neće nam dati do znanja da je to napravio i vrlo će vješto zapakirati svoju izmišljotinu, kao kad netko jako dobro i uvjerljivo laže. To nazivamo halucinacijom jezičnog modela”.

— Laura Majer, inženjerka računarstva, asistentica na Fakultetu elektrotehnike i računarstva Sveučilišta u Zagrebu





PITANJA ZA RASPRAVU UZ TEKST “JEZIČNI AI MODELI ZNAJU UVJERLJIVO ‘LAGATI’ I VJEŠTO ZAPAKIRATI SVOJU IZMIŠLJOTINU!”

- Koristite li AI jezične modele, na primjer chatgpt, za školske eseje, pisanje lektire ili slično?
- Jeste li kada uočili da se u generiranom tekstu pojavljuju podaci, opisi ili kakvi drugi navodi koji su posve izmišljeni i netočni?
- Što mislite zašto se to događa? Čini li vam se da su te izmišljotine pokušaj AI-ja da nam se tekst koji generira što više sviđa, da nas oduševi?

Znanstveninci upozoravaju da jezični modeli naprosto nisu trenirani da kažu “ne znam”, već prije svega da popune praznine, da vrlo uvjerljivo “pogađaju” rečenice u jeziku, a da pri tom nas ostave u uvjerenju kako savršeno barataju materijom. Dakle, njihov je primarni cilj da do kraja ispune i zaokruže priču koja odgovara kontekstu, ma kako ona bila pogrešna i nevjerojatno. To je značajka jezičnih modela, a ne njihova greška. Zato oni haluciniraju ili izmišljaju, zato će čak i u tekstu kojeg trebaju samo prepisati ubaciti cijele nizove nepostojećih rečenica ako u nekom trenutku naiđu na odlomak koji je slabije čitljiv.



Dodatni sadržaj:

PRIMJERI FAKE NEWS OBJAVA I
NEKI OD NOVINARSKIH
POSTUPAKA U NJIHOVU
RAZOTKRIVANJU

ZNATE LI DA POSTOJE I LAŽI O LAŽIRANJU?

‘FAKE NEWS O FAKE NEWSU O IZBJEGLICAMA’

U ljeto 2018. godine, video-snimka s plaže na Kreti postala je viralna. Tvrdilo se da video prikazuje ekipu koja namješta i snima lažno utapanje lažnih sirijskih izbjeglica, odnosno da je netko angažirao glumce koji se pretvaraju da su izbjeglice i da se utapaju. Sugeriralo se da su brojne ranije vijesti o stradanju izbjeglica na obalama Mediterana lažne, širila se teza da postoji plan po kojem se Europa ciljano treba preplaviti ljudima druge vjere i tako pokoriti te se objašnjavalo da je cilj snimke uvjeriti javnost na Zapadu da prihvate te ‘lažne’ izbjeglice i pomogne im.

Video je na svom Twitter profilu podijelio i jedan zagrebački odvjetnik, poznat po ekstremističkim i ksenofobičnim stavovima, prenijeli su ga i slovenski portali povezani s konzervativnom i strankom koja je bila neprijateljski nastrojena prema izbjeglicama.



Vaclav Fiser

31 Jul at 8:50 am

Na Krétě jsem v městě Ierapetra natočil zajímavé video, závěr si jistě každý udělá sám. Jo, nad mořem lítá dron, kdyby ho někdo nezaregistroval.

[https://www.facebook.com/marek.chrastina.1967/videos/...](https://www.facebook.com/marek.chrastina.1967/videos/)



Marek Chrastina

www.facebook.com



14

PROČITAJTE PRIJEVOD TEKSTA SA SLOVENSKOG PORTALA O TOJ SNIMCI:

“

Pogledajte ovu podvalu na snimci "utapanja" migranata!

Na društvenim mrežama pojavljuje se sve više raskrinkanih videa koje mediji koriste za propagandnu podršku migracijama. Migrantske obitelji koje se utapaju u moru tako su još jedan "fake news" za potrebe lijeve multikulturalizacije društva. Umiruća djeca u ruševinama, patnja migranata na putu prema Europi – to se do sada više puta pokazalo kao kulisa kojom se želi utjecati na emocije medijskih gledatelja kako bi lakše prihvatili ulazak stotina tisuća ljudi iz strane, osobito muslimanske kulture. S vremenom se pokazalo da se zapravo radi o kreiranju lažnih vijesti. Ovog puta u Grčkoj su pametnim telefonom snimili kako izgleda utapanje žena s velom u burkama. Jednostavno su do mora odšetale na plažu, gdje su glumile holivudske žrtve utopljenika, koje bi onda pripisali nestrpljivim desničarima, odnosno svima koji se iz sasvim razumnih razloga protive prihvatu ilegalnih migranata. Srećom, nalazimo se u dobu pametnih telefona, kada se proizvodnja lažnih vijesti lako razotkriva, kao u slučaju iz Grčke. Oni koji su svjedočili ovakvoj manipulaciji ismijavali su snimatelje govoreći kako će se objava sigurno naći u mainstream medijima”.

NOVA24TV.SI, 5. 8. 2018.

”



PITANJA ZA RASPRAVU:

Čini li vam se ovaj tekst uvjerljiv i istinit. Budi li vam neke sumnje u istinitost? Zašto?

Primjećujete li da se u tekstu posebno inzistira na rasplamsavanju emocija protiv neke skupine ljudi, da se širi priča ugroženosti neke zajednice?

Budi li vam ikakve sumnje teza da je snimanje utapanja izbjeglica inscenirano da bi se širila priča o njihovom stradanju? Nije li u medijima već mnogo puta bilo nedvojbeno istinitih vijesti o stradavanju izbjeglica koji se žele domoći boljeg života? Zašto bi onda to netko još dodatno snimao?

Zamislite da ste novinar. Kako biste krenuli u istragu o istinitosti ove snimke?

1. KORAK U ISTRAZI

Novinari su najprije pokušali naći točnu lokaciju snimke. U gotovo svim objavama se navodilo da je video snimljen na Kreti:

Analizirali su snimku i zaključili sljedeće:

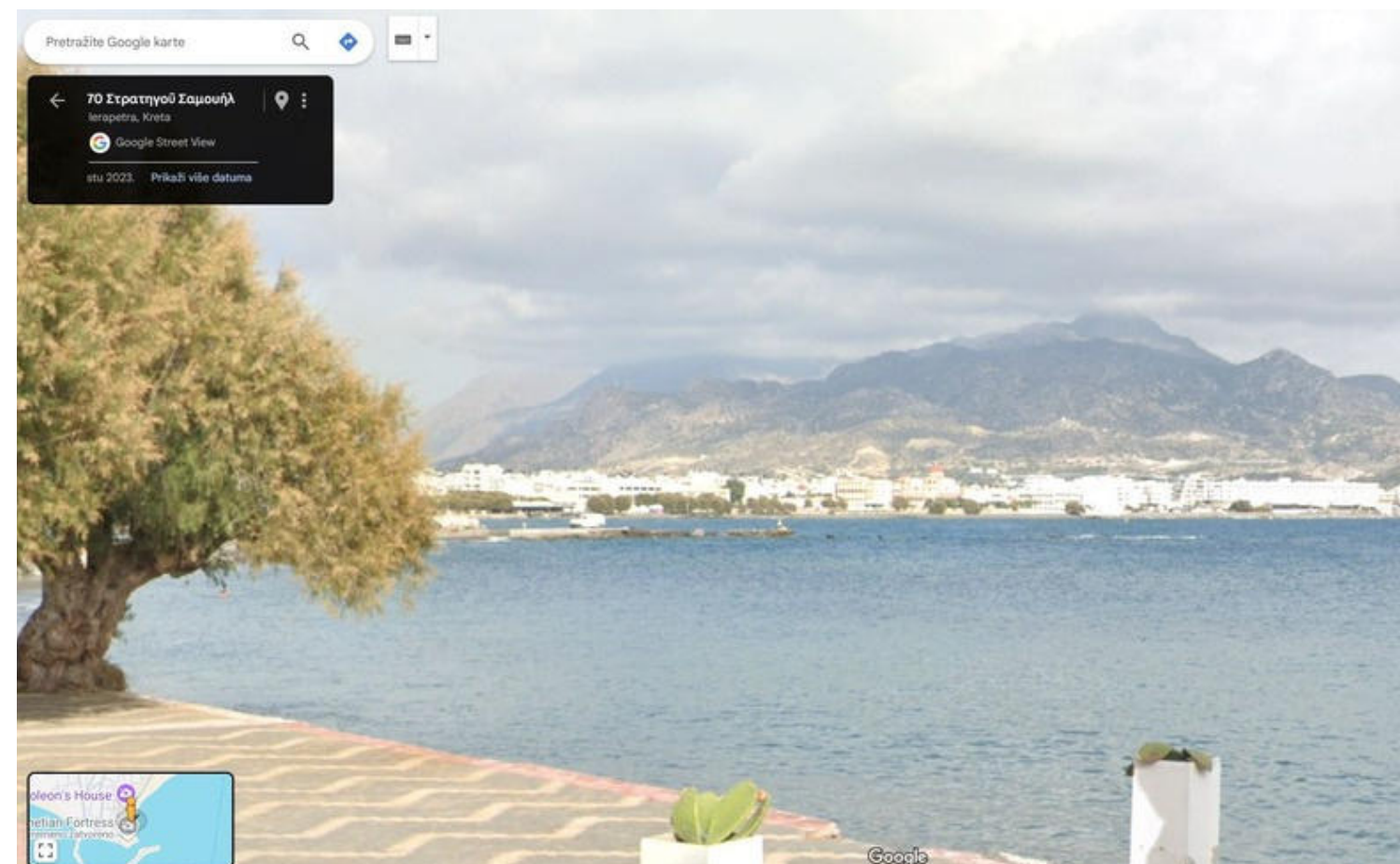
1. Očito se radi o nekoj plaži na kojoj se nalaze stabla vrlo blizu moru
2. Očito se radi o uvali u obliku srpa
3. U uvali su vidljive apartmanske zgrade
4. Obronci neke planine vide se u pozadini



EVO KAKO SU OTKRILI TOČNU LOKACIJU!

Pregledom obale Krete
pomoću Google Mapsa
(satellite view), novinari su
prepoznali plažu vrlo nalik na
ovu sa snimke!

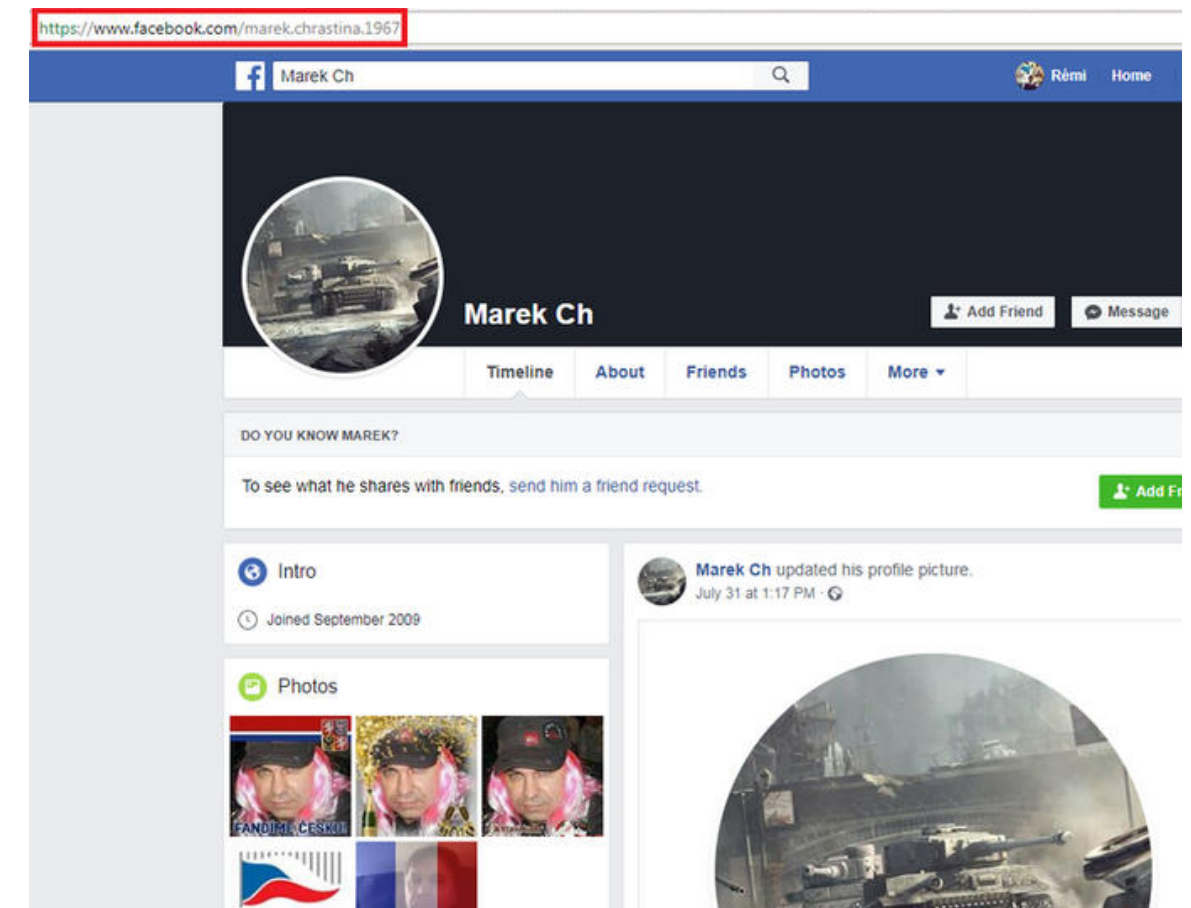
Pregledom Google Street
Viewa brzo se ustanovilo da
plaža Ierapetra posve odgovora
izgledom onoj sa snimke, a
obrisi planine se u potpunosti
poklapaju!



2. KORAK U ISTRAZI

Novinari su potom pokušali otkriti tko je autor snimke, to jest tko ju je postavljao na društvene mreže:

1. Pomoću besplatnog alata InVID tool* pronađene su snimke na više čeških stranica. Na Facebook stranici autor se naziva "Marek Chrastina".
2. Na Facebooku se ne pronalazi profil "Marek Chrastina", ali pretraga tog imena na ruskoj društvenoj mreži V Kontakte, koja je u Češkoj popularna, vodi do Facebook profila čiji je ID "marek.christina.1967". Kopiranjem tog URL-a u web browser otkrivamo da se on tamo nalazi pod pseudonimom "Marek Ch".
3. Koristeći alat "Who posted what?" (na istoimenoj web stranici) pronađen je komentar potpisan sa "Marek Ch" u kojem on potvrđuje da je autor videa s Krete.
4. Između 19. i 28. srpnja "Marek Ch" se geolocirao sedam puta na Facebooku u Almyra Hotelu, 8.5 km od plaže Ierapetra na kojoj je snimljen video.
- 4.25. kolovoza Chrastina u dopisivanju s novinarima potvrđuje da je upravo on autor videa koji je postao viralan i da ga je snimio 23. srpnja na Kreti



3. KORAK I RJEŠENJE

Novinari pokušavaju doznati tko se doista nalazi na snimci:

1. Šalju screenshotovi videa i lica aktera videa na adrese nekoliko filmskih redatelja, snimatelja i stringera na Kreti, svih čiji su kontakti nađeni na internetu. U manje od sat i pol jedan od njih šalje novinarima kontakte dvojice aktera sa snimke i email adresu novinarke i umjetničke redateljice Eleni Vlassi.
2. Novinari je kontaktiraju, ona im kaže da nije ni znala da internetom kruži video koji je optužuje za manipulaciju. Još manje da je video postao viralan diljem Europe.
3. Otkriva im i pravu istinu o videu: "Ovi kadrovi dio su snimanja povijesnog dokumentarca 'Zemlja bolne Djevice Marije' i odnose se na povijesni događaj maloazijske katastrofe 1922. godine kada su turske vlasti protjerale tisuće Grka iz Male Azije. Snimali smo scenu koja se odvija u Turskoj, kada su Grci bježali iz zapaljenog Izmira, pred vatrom su ulazili u more, mnogi su se utopili". Snimanje dokumentarca započelo je u rujnu 2017. i završilo 24. srpnja 2018. Ova je scena bila jedna od posljednjih snimljenih.



Link na video medijske kuće France 24 o snimci:
<https://www.youtube.com/watch?v=Es7Bfdn2t24>

PRIMJER 'FAKE NEWSA O UKRAJINSKIM IZBJEGLICAMA'

Početkom 2022. širile su se tvrdnje da ukrajinske izbjeglice u Češkoj dobivaju značajnu socijalnu pomoć dok lokalno stanovništvo ostaje bez podrške. Fact-checkeri su pokazali da su iznosi pomoći bili znatno manji od navedenih, te da nisu utjecali na socijalnu pomoć češkim građanima.

Lažna objava na Twitteru tvrdila je da poljske bolnice izbacuju djecu oboljelu od raka kako bi napravile mjesta za ukrajinske izbjeglice. Poljsko Ministarstvo zdravstva i stručna društva demantirali su ove navode, a račun s kojeg je potekla dezinformacija pokazao se lažnim.

U ožujku 2022. na TikToku se proširila priča o navodnom ubojstvu 16-godišnjeg ruskog mladića u Njemačkoj. Tvrdilo se da su ga ubile ukrajinske izbjeglice u Euskirchenu. Lokalna policija i bolnice potvrdili su da se takav incident nije dogodio, a osoba koja je objavila video kasnije se ispričala.

Na Karlovu sveučilištu u Pragu 21. prosinca 2023. je 24-godišnji student ubio 14 osoba, Karlovo sveučilišta u Pragu otkazalo je ostatak tekućeg zimskog semestra. Nela Liskova, Čehinja koja se predstavlja kao "ruska konzulica Donjecke Republike", odnosno okupiranog ukrajinskog teritorija, na društvenim mrežama objavljuje da je napadač Ukrajinac.



PRIMJER 'FAKE NEWS O ROHINDŽA IZBJEGLICAMA'

Više od milijun Rohindža izbjeglo iz Mjanmara i nalazi se u izbjegličkim kampovima, a tisuće su i u kampovima u Indoneziji. Taj narod, koji se zbog terora kojeg protiv njih vode vlasti u Mjanmaru smatra najprogonjenijim na svijetu, u Indoneziji je sada izložen jednoj od najvećih kampanji lažnim vijestima i dezinformacijama.

U Indoneziji društvenim mrežama kolaju

- lažne objave o zgradama koje su zapalili pripadnici tog naroda,
- neistinite priče o navodnim kriminalnim aktivnostima izbjeglica,
- manipuliranje video zapisima za koje se tvrdi da prikazuju prepune brodove izbjeglica, a ispostavilo se da su to snimke lokalnih bangladeških trajekata.

U prosincu 2023. stotine studenata upale su u sklonište za izbjeglice u gradu Banda Aceh, prisiljavajući 137 Rohinja, uključujući žene i djecu, da napuste objekt.



Prijevod lažne objave: "Grozno! Rohindža izbjeglice spalile su skladište u Acehu jer im nisu dali novce"

FAKE NEWS O DOČEKU IZBJEGLICA U KANADI

Nigel Farage, britanski parlamentarac, euroskeptik i ksenofob podijelio je ovu fotografiju na društvenim mrežama početkom srpnja 2018. Fotografija je podijeljena milijun puta, a učinio je to i glumac James Woods, te je korištena za jačanje antimigrantskog raspoloženja,

“Ovi ljudi su bolesni”, napisao je uz fotografiju Farage, tvrdeći da je takva poruka (“Moje noge su raširene za izbjeglice”) uvreda “za žrtve seksualnog zlostavljanja u Kölnu i silovanja u Malmou”, misleći pri tom na zločine za koje su optuženi migranti.



NATPIS JE MONTAŽA. EVO ŠTO DOISTA PIŠE...

Farage je obaviješten da je natpis lažan, ali umjesto jasne isprike, on je nastavio s negativnim iskazima prema izbjeglicama i onima koji im žele pomoći, pa je objavio: “Pokazalo se da je fotografija lažna vijest, ali brigada za doček izbjeglica mora bolje razmisliti o tome što se događa”.

Javila se i stvarna autorica fotografije. Bila je to fotografkinja Lasia Kretzel, ona je snimila skup dobrodošlice za izbjeglice iz Sirije u kanadskom Saskattonu 2015. godine. Na stvarnoj fotografiji ljudi nose natpise koje je kreirao Amnesty International i na njima piše: “Moja vrata su otvorena za izbjeglice”.



AUTOR: ALEN GALOVIĆ, UREDNIK I NOVINAR

ZAGREB, 2025.

METODIČKI KONCEPT: ŽANETA GEROVAC, PROFESORICA KROATISTIKE I JUŽNOSLAVENSKIH
FILOLOGIJA U SREDNJOJ TEHNIČKOJ ŠKOLI RUĐERA BOŠKOVIĆA, ZAGREB

ILUSTRACIJE I GRAFIČKI ELEMENTI KORIŠTENI UZ SADRŽAJ BEZ ATRIBUCIJE PREUZETI S
CANVA PRO PLATFORME

