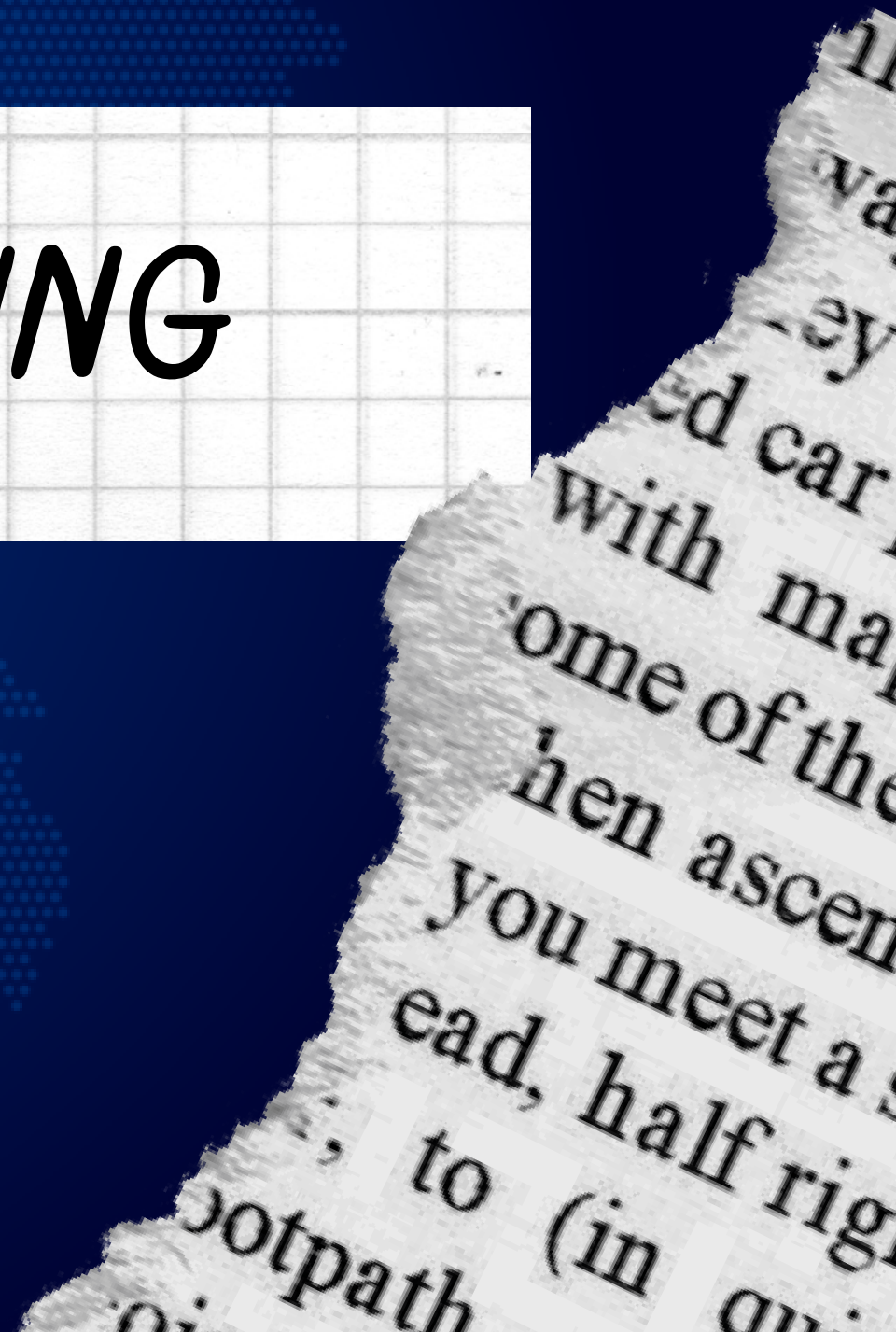
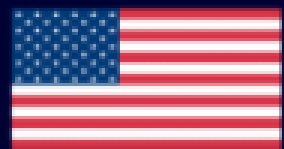


# *FAKE NEWS & FACT-CHECKING*

*LAZAR SMILIC*

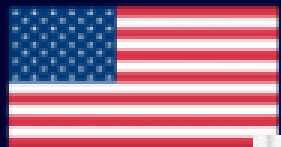




# SADRŽAJ



- 10 vrsta obmanjujućih vesti
- Mediji i različitosti
- Fact-Checking



## ŠTA PODRAZUMEVAMO POD POJOMOM OBMANJUJUĆE?

Obmanjujuće oglašavanje jeste svako oglašavanje koje na bilo koji način, uključujući način prikazivanja, obmanjuje ili je verovatno da će obmanuti primaoca oglasne poruke, koje zbog takve obmanjujuće prirode može da utiče na njihovo ekonomsko ponašanje ili koje zbog toga škodi ili je verovatno da će naškoditi konkurentu oglašivača.



# 10 VRSTA OBMANJUJUCIH VESTI



Propaganda



Pristrasnost



Klikbejt (mamac naslov)



Teorije zavere



Sponsorisan sadržaj



Pseudonauka



Satira i prevara



Pogrešne informacije



Greške



Lažne vesti



neutralan uticaj



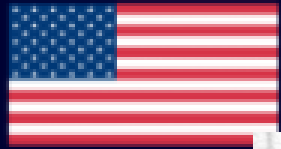
nizak



srednji

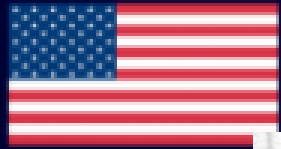


visok



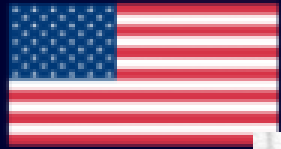
# PROPAGANDA

- primenjuju je vlade, korporacije i neprofitne organizacije da utiču na stavove, vrednosti i saznanja;
- usmerena je na emocije;
- može da bude korisna, ali i štetna.



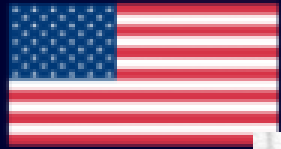
## *KLICKBEJT (NASLOV MAMAC)*

- prijemčivi, senzacionalistički naslovi kojima je namera da privuku pažnju;
- često su obmanjujući i sadržaj ne odlikava naslov;
- donosi prihode od reklama.



## SPONZORISAN SADRŽAJ

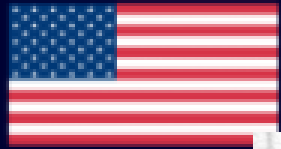
- reklame maskirane da liče na vest;
- dovodi do potencijalnog sukoba interesa kod uglednih medijskih organizacija
- može da se dogodi da potrošači ne prepoznaju sadržaj kao reklamu ako nije jasno naznačeno.



# GREŠKE

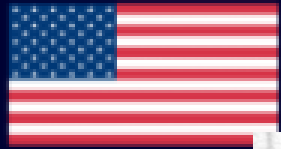
- ugledne medijske kuće ponekad prave greške;
- greške mogu da naruše ugled brenda, uvrede ili dovedu do sudskih procesa;
- ugledne medijske kuće objavljuju i izvinjenja.





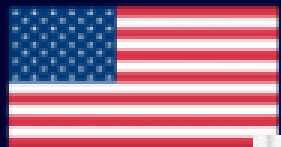
# PRISTRASNOST

- ideološko interpretiranje nekih činjenica koje se predstavlja kao nepristrasno mišljenje;
- daje prednost činjenicama koje potvrđuju tu interpretaciju, dok ostale zanemaruje;
- koristi emocionalno nabijen i strastven jezik.



# TEORIJE ZAVERE

- pokušavaju da pojednostavljeno predstave složenu stvarnost kao odgovor na strah i nesigurnost;
- teško ih je opovrgnuti, a dokazi protiv zavere se često koriste upravo kao dokaz da
- zavera postoji;
- odbacuju stručna mišljenja.



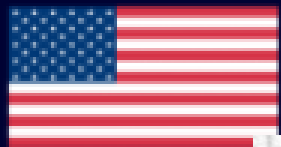
# PSEUDONAUKA

- podržava razne „zelene“ proizvode, čudesne lekove, protivi se vakcinaciji i negira klimatske promene;
- iskrivljuje naučne studije koristeći preterane ili lažne tvrdnje;
- često protivreči stručnjacima.



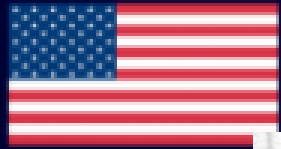
## POGREŠNE INFORMACIJE

- mešavina činjenica, lažnog i delimično lažnog sadržaja;
- namera može da im bude da informišu, a da
- ni sam autor nije svestan da je sadržaj netačan;
- uključuju pogrešno navođenje izvora, lažirane i obmanjujuće sadržaje.



## LAŽNE VESTI (FAKE NEWS)

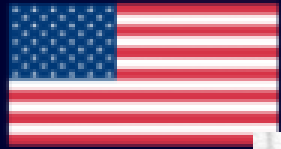
- potpuno izmišljeni sadržaji stvoreni sa
- ciljem da dezinformišu;
- koriste se u prikrivenim marketinškim kampanjama, komentarima, pri falsifikovanju uglednih brendova, a koriste ih i botovi;
- motivisane su zaradom od reklama, političkim uticajem ili oba.



# MEDIJI I RAZLICITOST

Kako mediji kreiraju sliku o drugom?



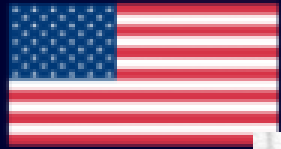


# MEDIJI I RAZLICITOST

Kako mediji kreiraju sliku o drugom?

Kakvi se stereotipi i predrasude šire putem medija?





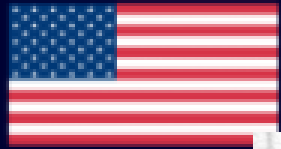
# MEDIJI I RAZLICITOST

Kako mediji kreiraju sliku o drugom?

Kakvi se stereotipi i predrasude šire putem medija?

Ukoliko je tekst objavljen onlajn, kakve komentare čitalaca možemo očekivati ispod njega?





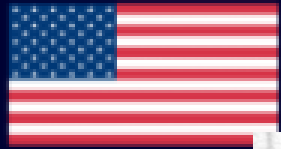
# MEDIJI I RAZLICITOST

Kako mediji kreiraju sliku o drugom?

Kakvi se stereotipi i predrasude šire putem medija?

Ukoliko je tekst objavljen onlajn, kakve komentare čitalaca možemo očekivati ispod njega?

Koji su primereni, a koji uvredljivi nazivi za pripadnike osetljivih grupa?



# MEDIJI I RAZLICITOST

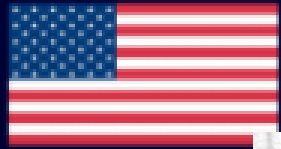
Kako mediji kreiraju sliku o drugom?

Kakvi se stereotipi i predrasude šire putem medija?

Ukoliko je tekst objavljen onlajn, kakve komentare čitalaca možemo očekivati ispod njega?

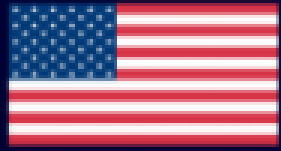
Koji su primereni, a koji uvredljivi nazivi za pripadnike osetljivih grupa?

Kako bih se osećao/osećala kada bih pripadao/la grupi koja je medijski predstavljena u negativnoj konotaciji?

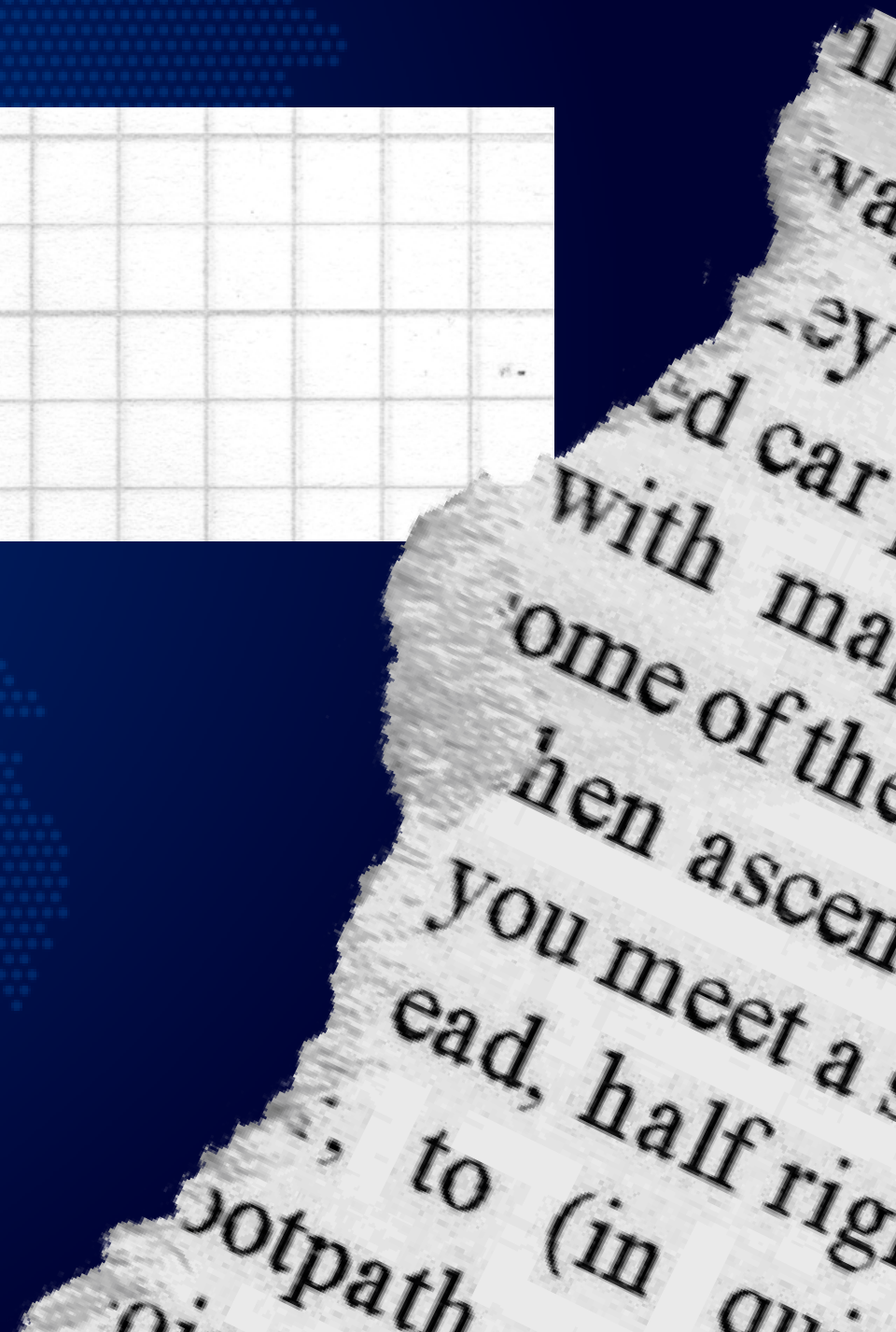


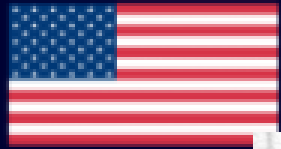
# *MEDIJI I RAZLICITOST*

- Mediji u velikoj meri utiču na kreiranje slike o identitetima osoba/ljudi koji se nalaze u našoj okolini.
- U tom procesu ljudi se često oslanjaju na već postojeće stereotipe, a ponekad i sami kreiraju nove.
- Novinari i mediji koji se bore protiv predrasuda i ulažu velike napore kako bi dekonstruisali iluzije o određenim grupama
- Prema Savetu ministara Evropske Unije, govor mržnje je izraz koji se koristi za diskurs koji je izrazito negativan i baziran na pretnji socijalnom miru.
- Samim tim, govor mržnje obuhvata sve forme izraza kojima se šire, podstiču, promovišu ili opravdavaju rasna mržnja, ksenofobija, antisemitizam i druge forme mržnje bazirane na netoleranciji.



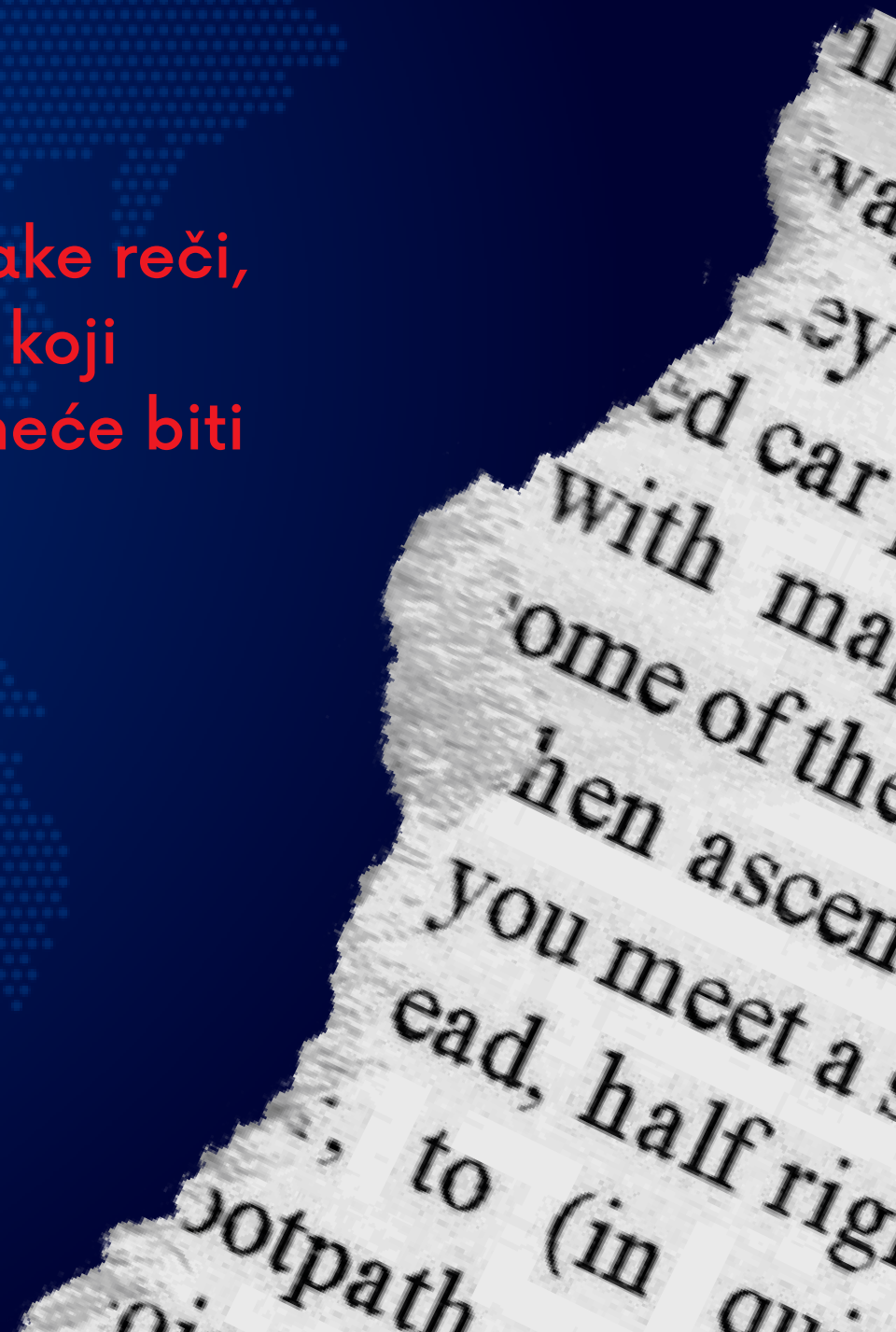
# FACT-CHECKING

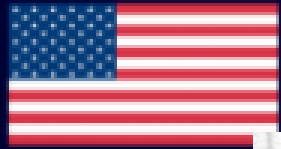




# ŠTA PODRAZUMEVAMO POD POJOMOM FEKTČEKING?

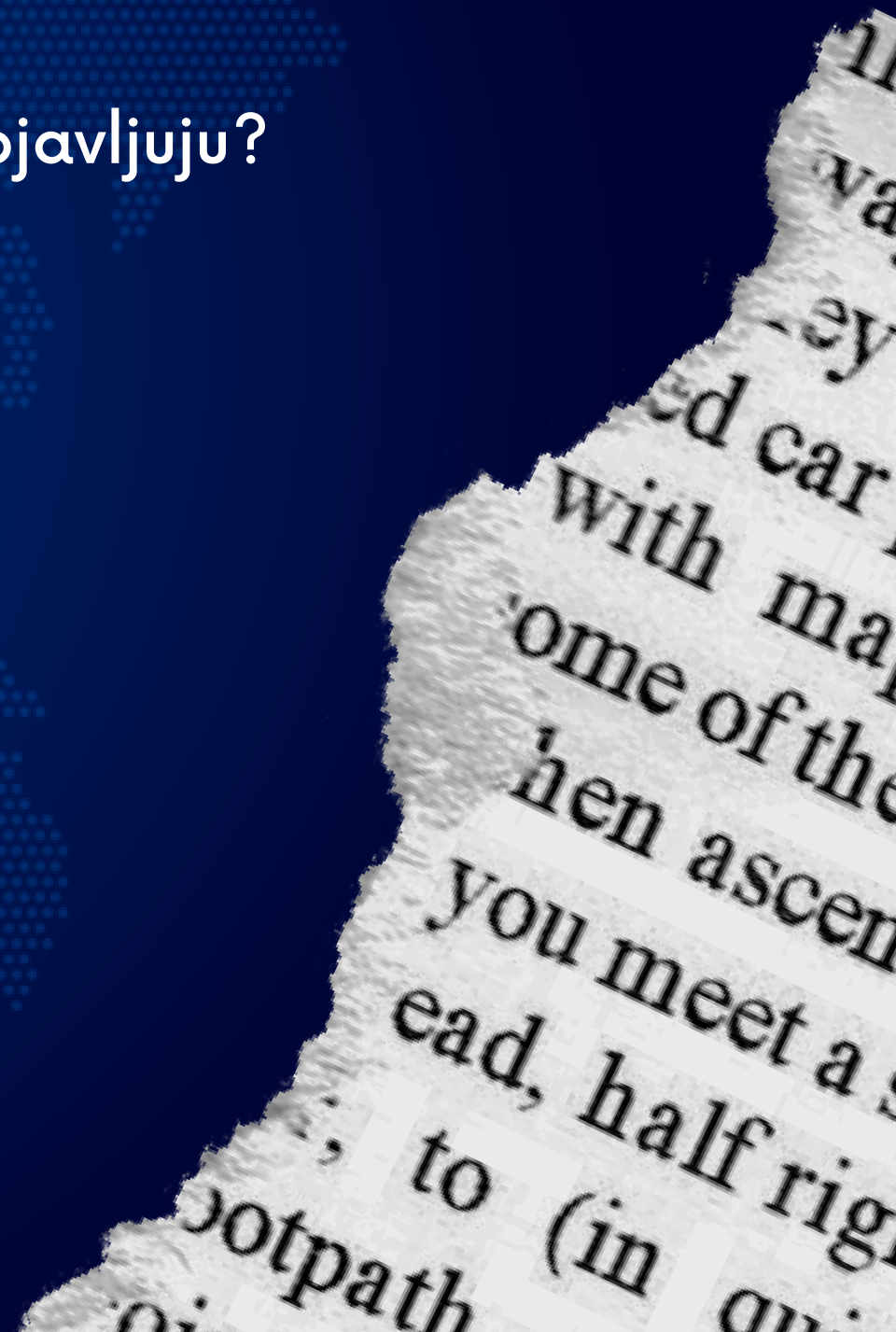
Fektčeking je, ukratko, provera ispravnosti značenja svake reči, rečenice, slike, snimka ili bilo koje druge vrste sadržaja koji objavljujemo i dok sve ne bude potpuno tačno – priča neće biti objavljena.

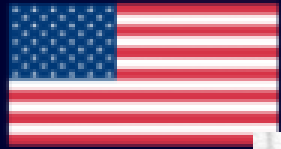




# FACT-CHECKING

Da li znate koji je najkorisniji alat za proveru inofrmacija i sadržaja koji se objavljuju?

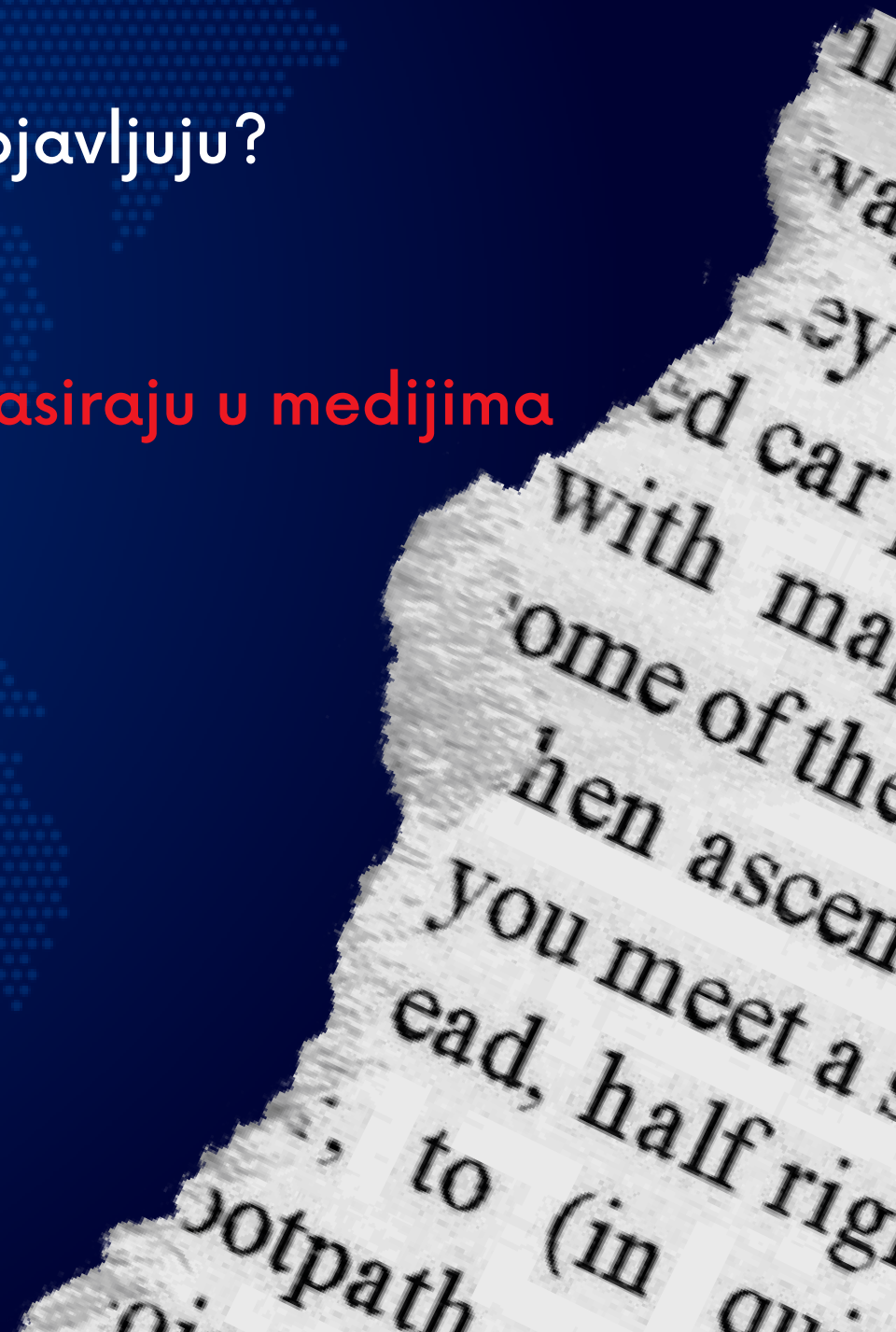


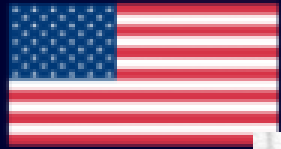


# FACT-CHECKING

Da li znate koji je najkorisniji alat za proveru inofrmacija i sadržaja koji se objavljuju?

Najkorisniji alat za proveru informacija i sadržaja koji se plasiraju u medijima je internet.





# FACT-CHECKING

Da li znate neke aplikacije i sajtove koji nam mogu pomoći u proveravanju informacija na internetu?



WolframAlpha



Bing Images



Flight Radar



InVid



Marine Traffic



Foto Forencis



Yandex images



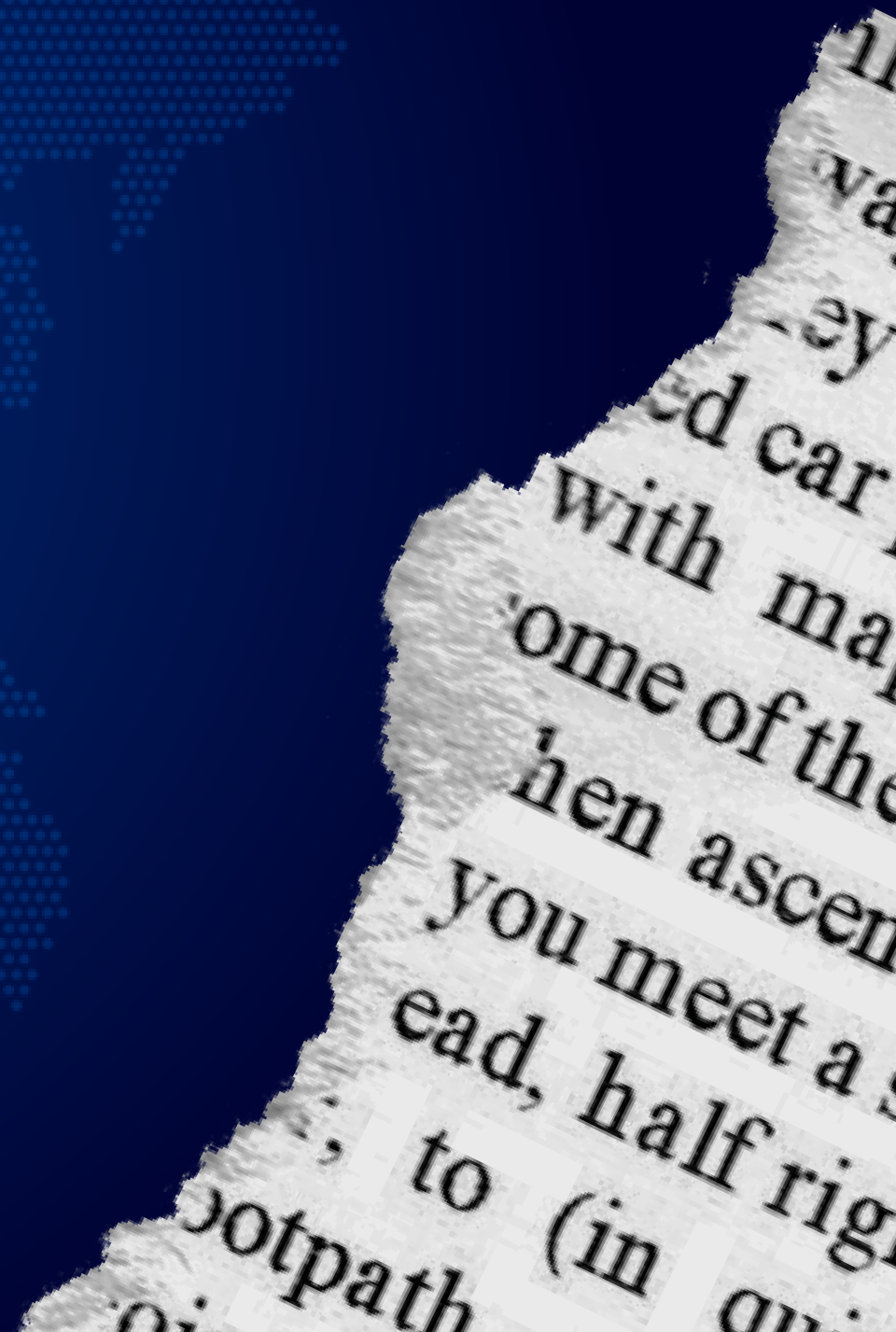
MapChecking



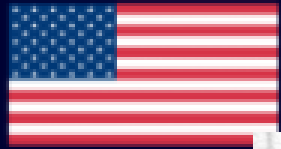
TinEye



Metadata2go





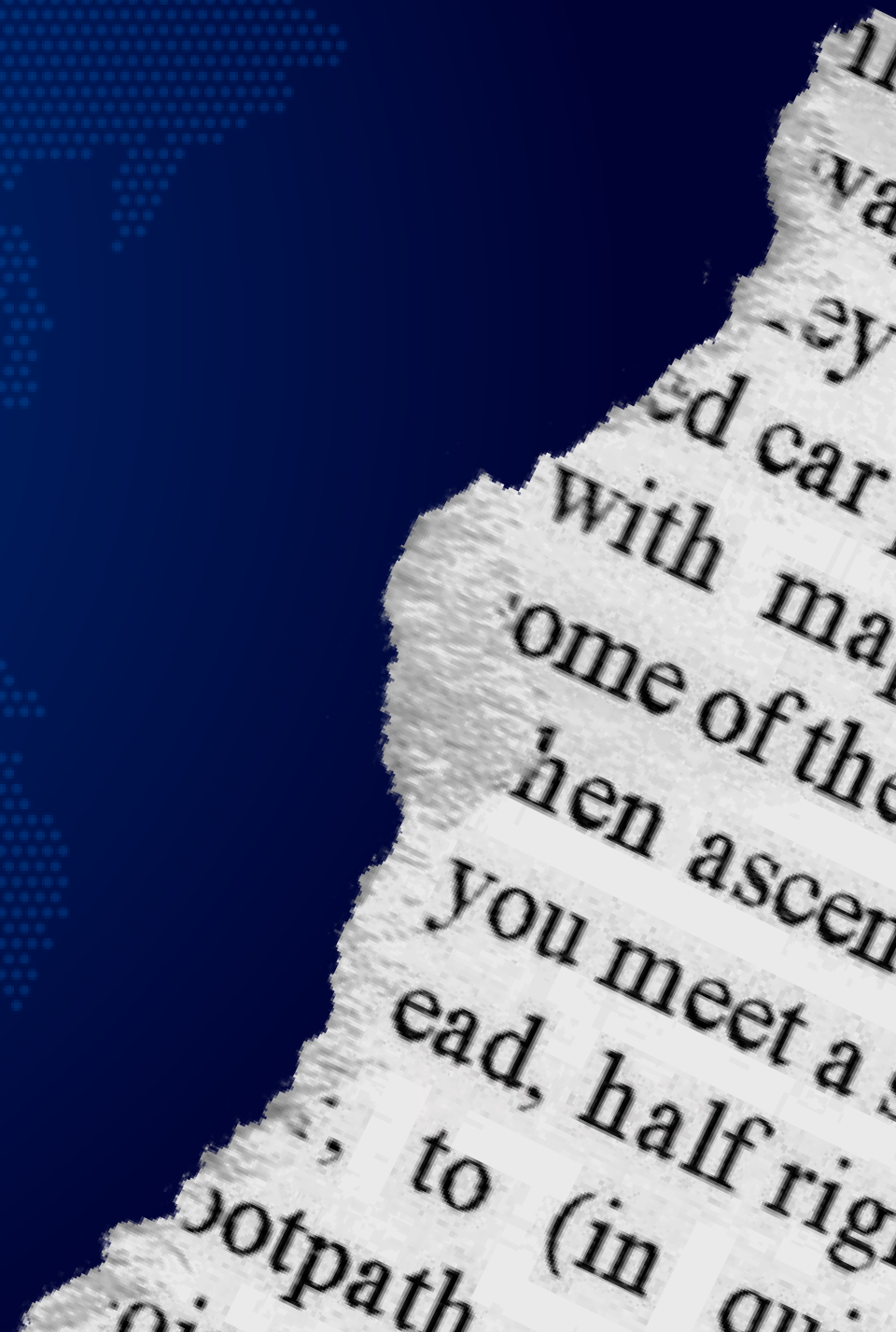


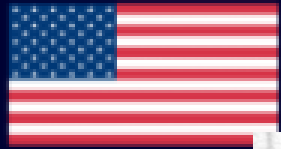
# FACT-CHECKING

**WolframAlpha**

<https://www.wolframalpha.com/>

- Ukoliko vam je neophodan odgovor na neko pitanje iz domena nauke, vaš najbolji saveznik biće internet pretraživač WolframAlpha.
- WolframAlpha je funkcioniše na principu na pitanje-odgovor





# FACT-CHECKING

- Pred vama se nalazi fotografija za tekst koji ste napisali, ali ne možete da uđete u trag njenom poreklu niti ste sigurni da nije u pitanju fotomontaža?
- Pomoć vam mogu pružiti platforme za obrnutu pretragu fotografija: Google Images, Yandex Images, Bing Images i TinEye.

Yandex Images

<https://yandex.com>

Yandex, na primer, se mnogo dobro snalazi sa licima na fotografiji.

TinEye

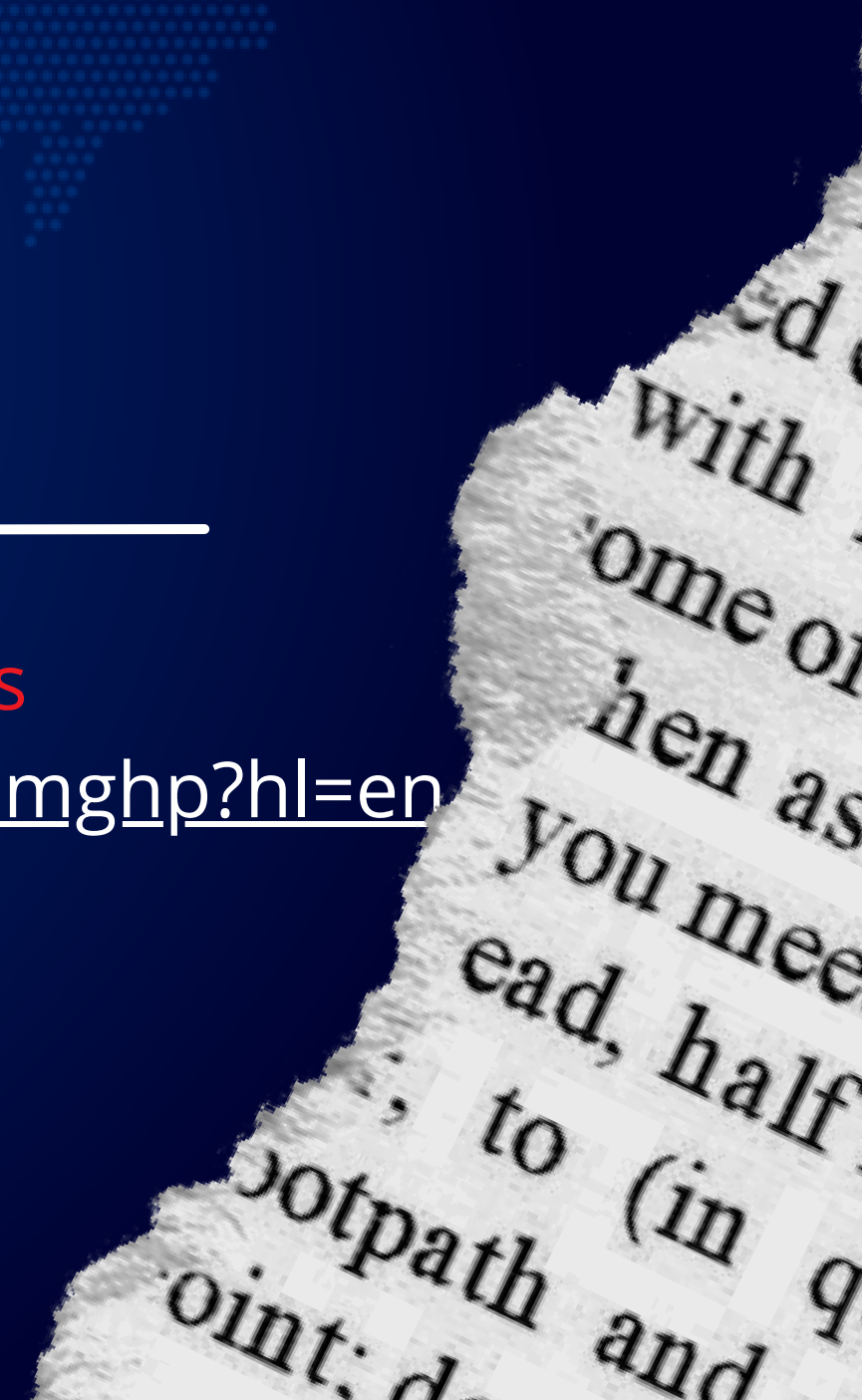
<https://tineye.com>

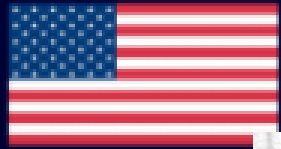
TinEye vam može biti od koristi ako tragate za najstarijom verzijom neke slike koja je javno dostupna na internetu.

Google Images

<https://www.google.com/imghp?hl=en>

Google Images, na primer, dobro prepoznaje oblike i šablone.



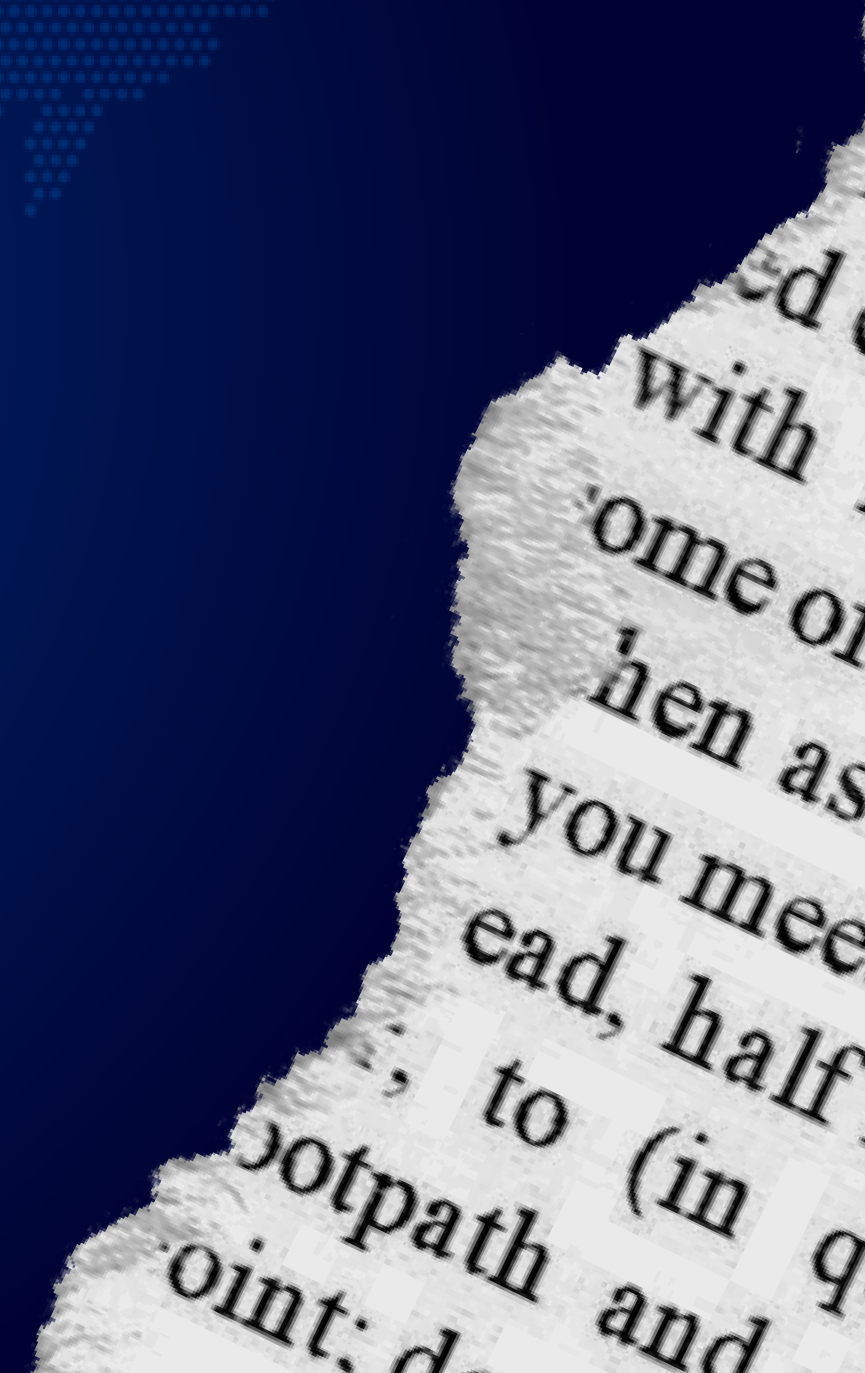


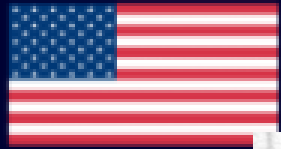
# FACT-CHECKING

InVid

<https://www.invid-project.eu>

- Ukoliko neki video želite da podelite sa svojim pratiocima, čitaocima ili gledaocima, a niste sigurni u verodostojnost tog videa, od koristi vam može biti InVid.
- InVid će vam pružiti i precizne informacije o tome kada je neki video objavljen na Jutjubu ili na nekoj drugoj platformi za deljenje video sadržaja.



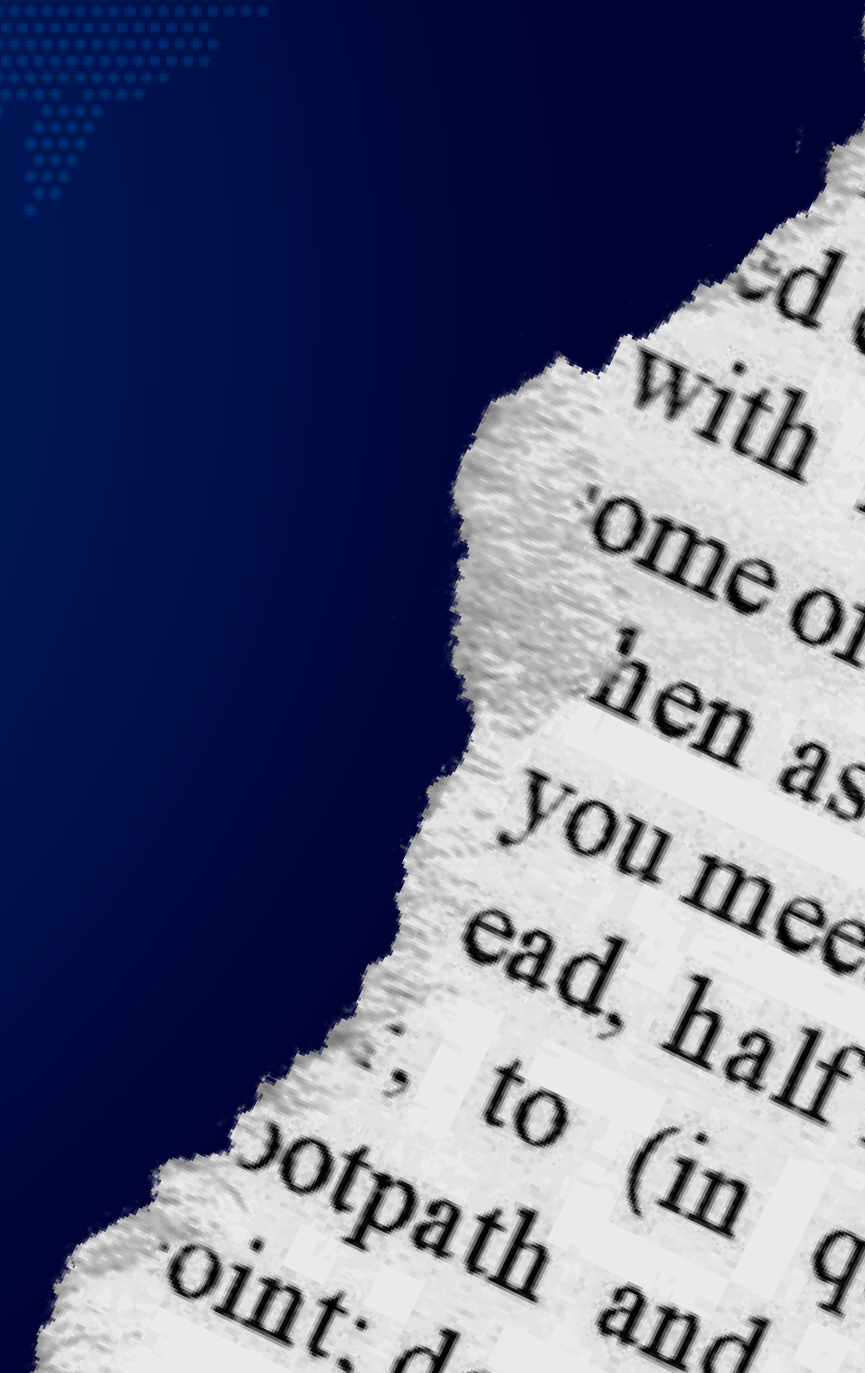


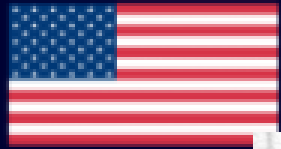
# FACT-CHECKING

Foto Forensics

<http://fotoforensics.com/>

- Sumnjate da je fotografija koju analizirate fotošopirana? Pomoću ovog izuzetno moćnog alata, možete da potvrdite svoje sumnje.
- Koristeći nekoliko različitih metoda, ova aplikacija (koja se još uvek nalazi u svojoj beta fazi) pronalazi nedoslednosti u nivoima kompresije podataka u fotografijama.
- Najjasniji dokaz toga da je neka fotografija promenjena jeste pronalazak originalne verzije slike.



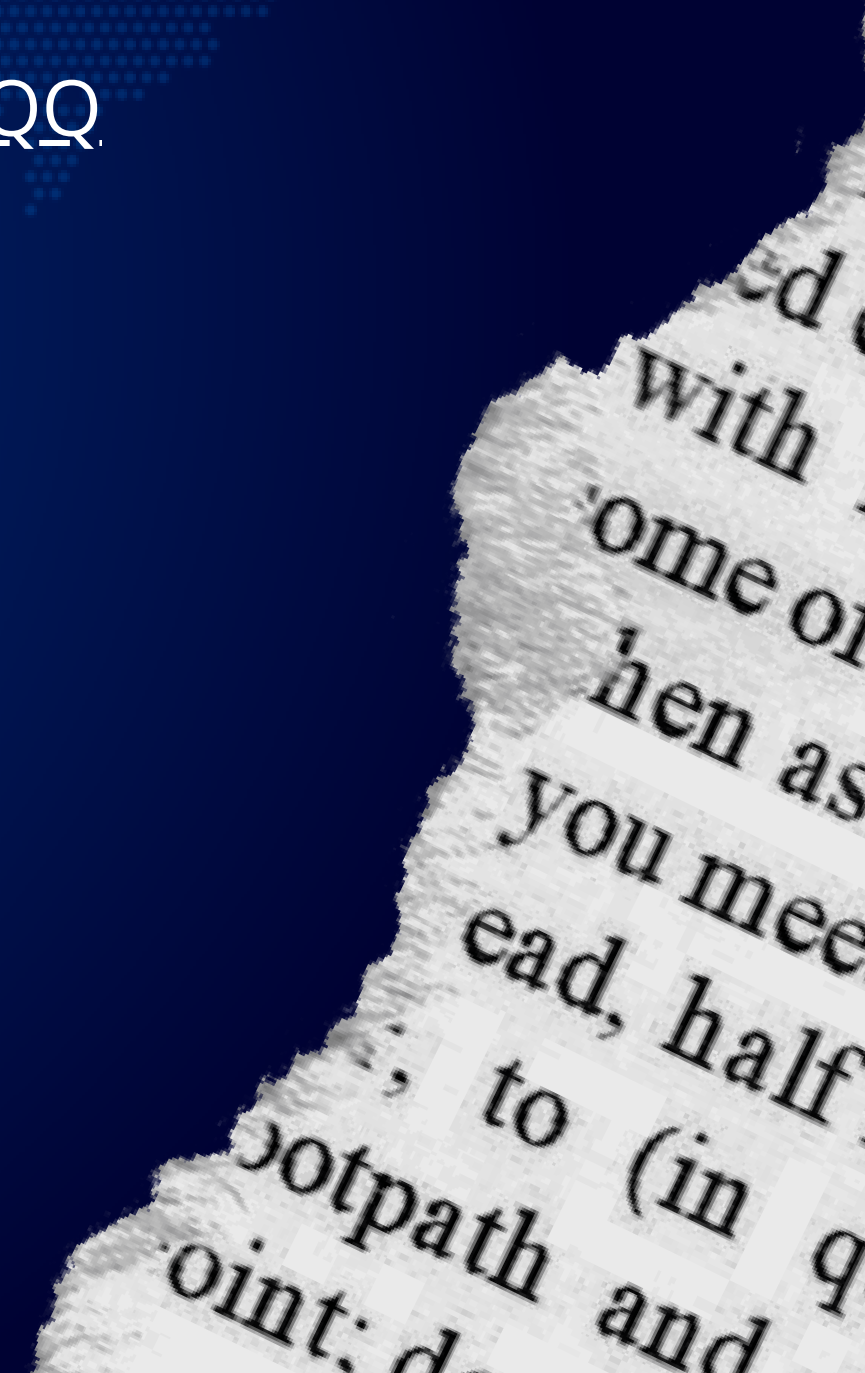


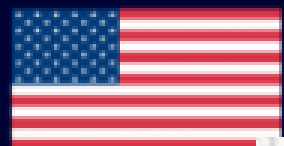
# FACT-CHECKING

MapChecking

<https://www.mapchecking.com/#bAAAAQMgNUkKJw1VBAABwQQ>

- Naišli ste na tvrdnju da se na skupu na Trgu republike u Novom Sadu povodom otkrivanja spomenika Kralju Pretru I Karadževiću okupilo „više stotina hiljada Novosađana“.
- Čudno vam je informacija da na taj novosadski trg može da stane cela populacija Novog Sad?
- Uz pomoć servisa MapChecking možete da proverite koji je najveći broj ljudi koji može da se nađe na nekoj površini i zašto je nemoguće da se na Trgu republike okupi „više stotina hiljada Novosađana“.





# SAJTOVI I INSTITUCIJE ZA PROVERU INFORMACIJA U SRBIJI



Poverenik za  
informacije od  
javnog značaja  
<https://www.poverenik.rs/sr/>



KRIK - Mreža za  
istraživanje kriminala  
i korupcije  
<https://www.krik.rs>



Istinomer  
<https://www.istinomer.rs>



Agencija Za Borbu  
Protiv Korupcije  
<https://www.acas.rs>



CENTAR ZA  
ISTRAŽIVAČKO  
NOVINARSTVO  
SRBIJE  
<https://www.cins.rs>



Fake News trgač  
<https://fakenews.rs>



Rakrinkavanje  
<https://www.raskrinkavanje.rs>



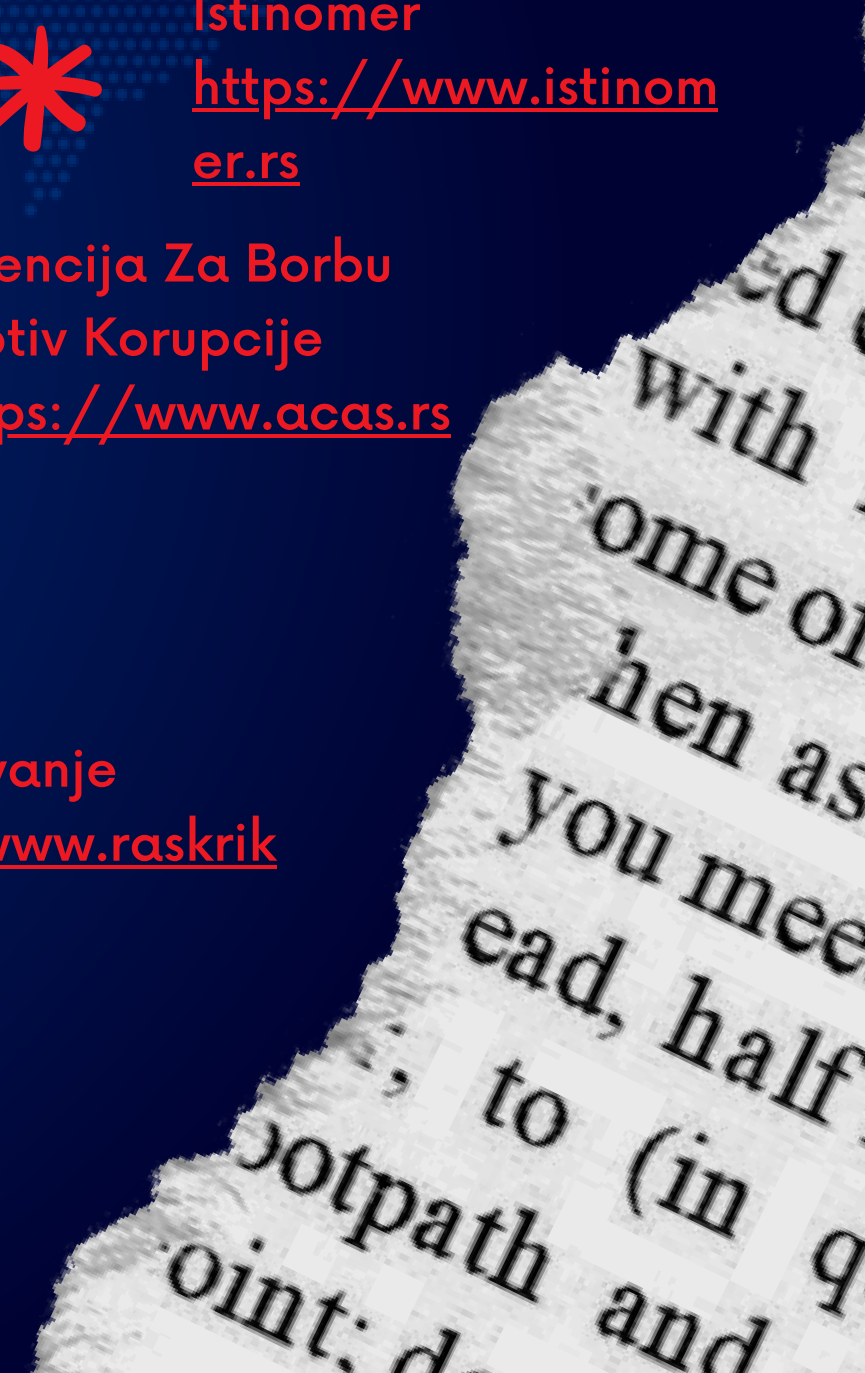
Poverenik za zaštitu  
ravnopravnosti  
<http://ravnopravnost.gov.rs>

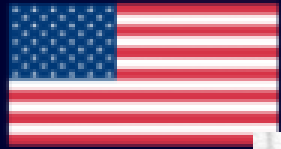


BIRN  
<https://birnsrbija.rs>



eKatastar  
nepokretnosti  
<https://katastar.rgz.gov.rs/eKatastarPublic/PublicAccess.aspx>

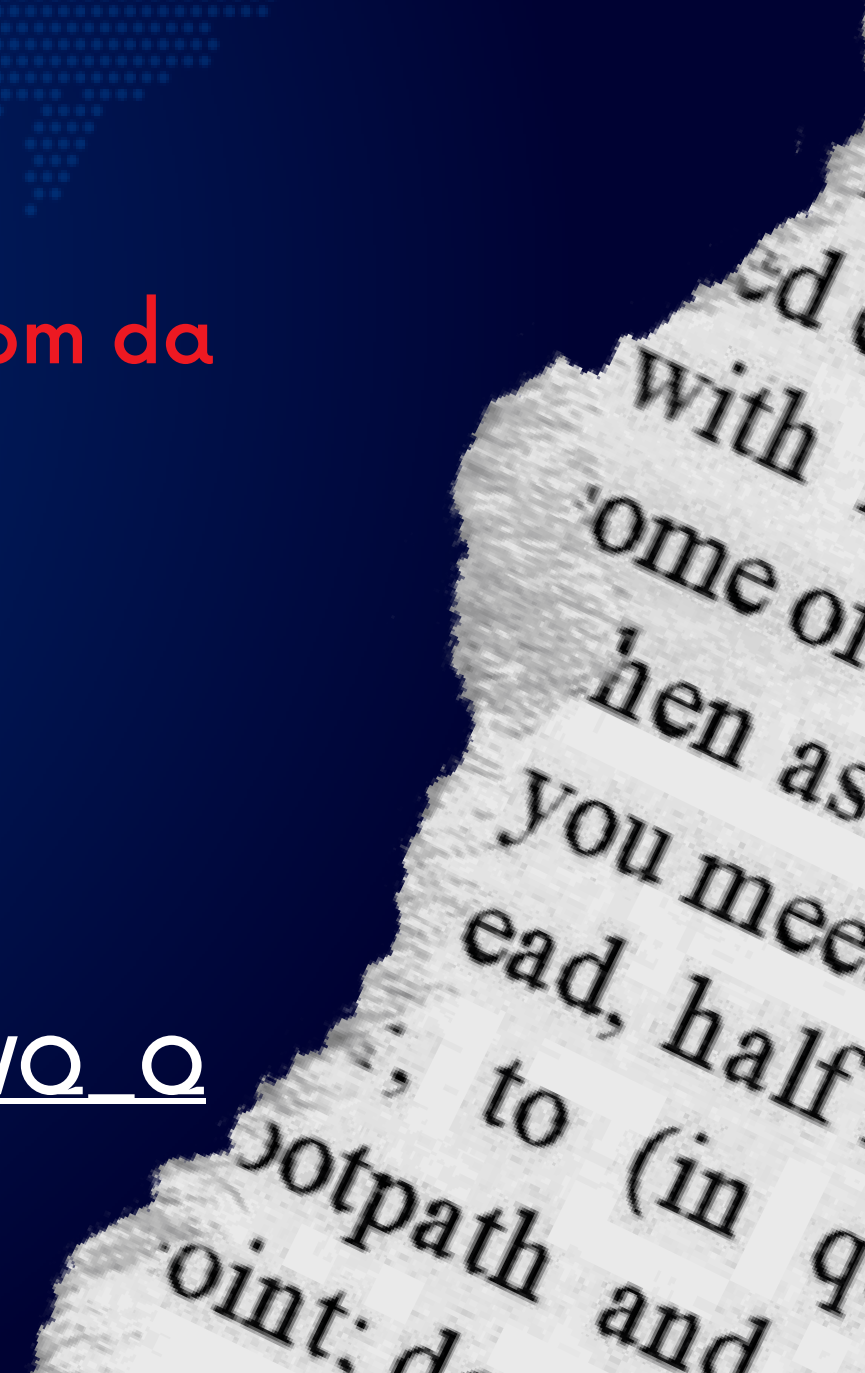


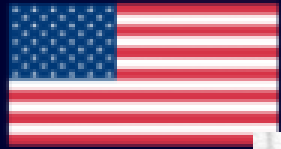


# THE MOVEMENT

Ovaj video kreirao je Comedy Central channel sa namerom da "iznutra" prikaže proces stvaranja manipulacije.

Link: [https://www.youtube.com/watch?v=LkNxvUrWQ\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=LkNxvUrWQ_Q)

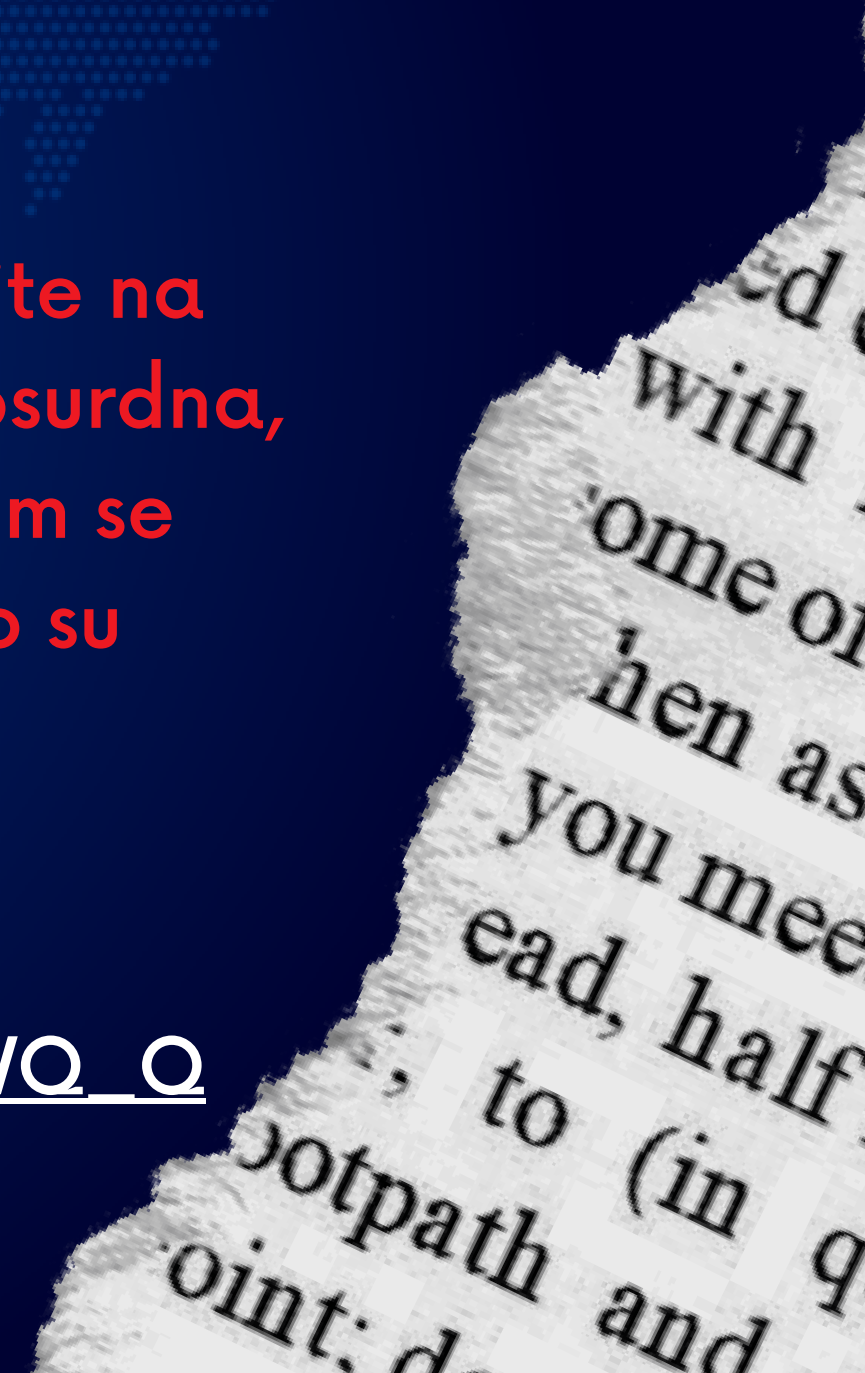




## THE MOVEMENT

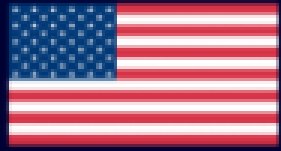
Pogledajte ovaj desetominutni video i odgovorite na sledeća pitanja: zašto je jedna ideja, potpuno apsurdna, postala nekritički prihvaćena u medijima?; kojim se ubeđivačkim strategijama služio autor?; kako su prikriveni neubedljivi elementi priče?

Link: [https://www.youtube.com/watch?v=LkNxvUrWQ\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=LkNxvUrWQ_Q)



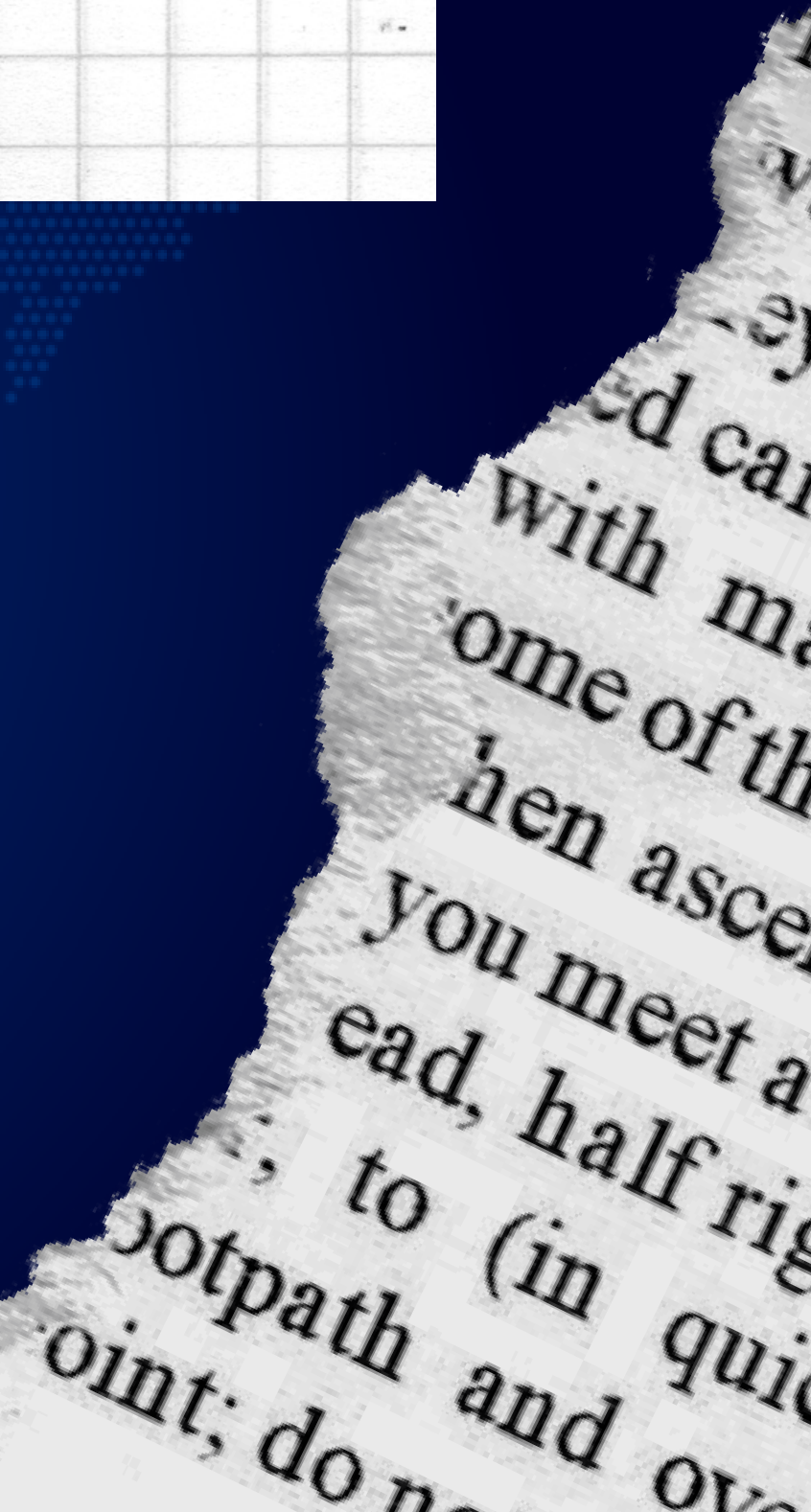


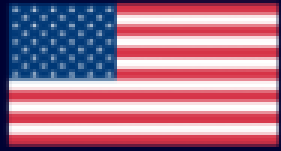




# KORIŠĆENI IZVORI I LITERATURA

- Savremene novinarske veštine, NNS
- Mladi.org
- Media Diversity Institute Western Balkans





*HVALA VAM NA PAŽNJI!*

