

BORBA PROTIV FAKE NEWSA: Portal medijskapismenost.hr zabilježio 390.000 posjetitelja

MEDIJSKA PISMENOST (/PRETRAGA/MEDIJSKA PISMENOST) LAŽNE VIJESTI (/PRETRAGA/LAŽNE VIJESTI)

18.10.2020. 11:11

Izvor:Hina



([https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?
u=https%3A%2F%2Fwww.hina.hr%2Fvijest%2F10497095](https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?u=https%3A%2F%2Fwww.hina.hr%2Fvijest%2F10497095))



(<https://twitter.com/home?status=https%3A%2F%2Fwww.hina.hr%2Fvijest%2F10497095>)



ZAGREB, 18. listopada 2020. (Hina) - Portal medijskapismenost.hr, vodeći hrvatski projekt za medijsko opismenjavanje, prepoznavanje i borbu protiv fake newsa, do sredine listopada imao je rekordnih 390.000 posjetitelja što je rast veći od 100 posto u odnosu na lani.

"Rekordna posjećenost zabilježena je u travnju s 85.000 posjeta. To je bilo vrijeme Dana medijske pismenosti, koji su se ove godine održavali na daljinu, i objave novih obrazovnih materijala za rad s djecom i mladima", ističe glavna urednica portala Ana Dokler, ujedno i koordinatorica projekta Dani medijske pismenosti.

Portal medijskapismenost.hr, projekt Agencije za elektroničke medije (AEM) i UNICEF-a pokrenut prije četiri godine, upravo je izbijanjem koronakrize dobio iznimnu društvenu važnost. Tome je naročito pridonijela kampanja za osnaživanje kritičkog promišljanja građana, odgovornog i sigurnog korištenja interneta te, zaključno, provjeravanja informacija i prepoznavanja fake newsa, ističu u AEM-u.

"U prilog tome govori i podatak da na Facebooku našu stranicu sada prati više od 20.000 ljudi, što je porast za 6000 u svega nekoliko mjeseci", kazala je Dokler. Dodaje i kako o interesu za medijskom pismenosti, ali i za potrebom za sustavnim pristupom njenom razvoju, ilustrira i podatak da su obrazovni materijali za medijsko obrazovanje s tog portala u protekle dvije i pol godine preuzeti više od 250.000 puta.

Upravo "alati" za borbu protiv dezinformacija u posljednje dvije godine postali su jedan od najvažnijih sadržaja tog portala. Primjerice, srednjoškolcima je već 2018. bilo dostupno preuzimanje materijala "Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti" razvijenog u suradnji s domaćim stručnjacima, a godinu kasnije su prevedeni i prilagođeni švedski materijali "Fake or Fact: Uvođenje kritičkog vrednovanja izvora u učionice". Ove godine sve je to još "pojačano" s nekoliko video lekcija o dezinformacijama i provjeravanju informacija na internetu.

"Time omogućujemo da ova znanja i vještine budu dostupni što većem broju djece i mladih, dok je naša digitalna kampanja kojom smo pozivali građane da provjeravaju informacije prije nego što u njih povjeruju i podjele ih na društvenim mrežama, primarno bila usmjerena na odrasle", naglasila je Dokler. Upravo za odrasle je i infografika o medijskoj pismenosti u doba koronavirusa sa savjetima za snalaženje u medijskom prostoru u kriznim vremenima. "Sve više uviđamo i nužnost da se projekti vezani uz borbu protiv dezinformacija usmjere i prema općoj populaciji te posebice prema starijim građanima", zaključuje Dokler.

Lider u području medijske pismenosti

"Agencija za elektroničke medije zasigurno je lider u području medijske pismenosti među regulatornim tijelima u regiji. Projekti poput portala medijskapismenost.hr državama iz našeg okruženja poslužili su i kao inspiracija za pokretanje sličnih projekata. Neki su naši projekti u potpunosti preuzeti", ističe Robert Tomljenović, zamjenik ravnatelja AEM-a. Konkretno, Crnogorci su u cijelosti preuzeli projekt "Birajmo što gledamo", uključujući i televizijske spotove koje su producirali AEM i UNICEF, a kolege iz Srbije u protekle su dvije godine preuzele desetak edukacijskih materijala, ističe Tomljenović.

U AEM-u ističu kako u njihovom projektu medijskog opismenjavanja i borbe protiv lažnih vijesti imaju veliku potporu institucija s kojima su surađivali od pokretanja portala, ali i iznimnu dobru suradnju s Ministarstvom kulture i medija.

No, s druge strane, izjavu resorne ministrice Nine Obuljen Koržinek kako je "kontinuirano ulaganje u medijsku pismenost jako važno za hrvatsko društvo" komunikološki i medijski stručnjaci ipak smatraju deklaratornom, odnosno izjavom koju ne prati praksa.

"Nažalost, praksa ne prati želje našega ministarstva niti želje svih nas da se medijskoj pismenosti u edukativnom programu posveti pozornost", ističe komunikologinja Nada Zgrabljic Rotar. Pritom dodaje da je UNESCO pokrenuo koncept medijske pismenosti još 80-ih godina te da Europska komisija preporuča implementaciju medijske pismenosti u sve razine obrazovnog sustava sve do treće dobi.

"Mnoge zemlje su to prihvatile, postoje posebne edukacije za nastavnike i izrađuje se primjerena literatura za različite dobi učenika. Postoje zavodi i instituti koji se bave medijskom pismenosti. To je jako važna tema, važno područje gdje treba puno istraživati, puno raditi. Ništa od toga kod nas", ističe Zgrabljic Rotar. Portal medijskapismenost.hr, ocjenjuje kao izvrsni projekt iza kojega stoje stručni ljudi i mnogo uloženog znanja i truda.

"Napravljen je po najboljim europskim standardima i kad je riječ o pitanju medijske pismenosti u Hrvatskoj, taj je portal svjetiljka u tami", naglašava. Ističe i kako medijska pismenost osposobljava građane za bolje razumijevanje odnosa medija i društva, daje im alate za kritičko propitivanje medijskih sadržaja i čini da građani od običnih konzumenata postaju aktivni i kompetentni sudionici javne komunikacije.

"Lažne vijesti ugrožavaju javnu komunikaciju i mogu biti izvor mnogih sukoba, zbog toga bi se medijskim opismenjavanjem trebalo omogućiti građanima, mladima i djeci upoznavanje s tim problemom koji sada ima daleko složeniju prirodu", zaključuje Zgrabljic Rotar.

Povećanje razine medijske pismenosti i kritičkoga mišljenja među građanima najvažniji je i jedini dugoročno zbilja efikasan način u cilju preveniranja produkcije i širenja dezinformacija, smatra Tomislav Levak, doktorand komunikologije s osječke Akademije za umjetnost i kulturu, medijski analitičar, ali i istaknuti suradnik portala medijskapismenost.hr

Hrvatska među najlošijima u EU

"Stanje medijske pismenosti razlikuje se od države do države, a Hrvatska je, prema rezultatima više istraživanja, po tom pitanju i dalje među najlošijima u Europskoj uniji. Više organizacija i platformi konstantno provode edukativne projekte i programe medijskoga opismenjavanja građana, osobito djece i mladih. No, medijska pismenost trebala bi čim prije postati neizostavnim dijelom svih razina obveznih obrazovnih programa u Hrvatskoj", naglašava Levak.

Upitan za najbolji "alat" za prepoznavanje i uočavanje dezinformacija u javnom prostoru, Levak je smatra da je to možda i dalje globalno najpoznatija infografika "How to Spot Fake News" koju je 2017. godine osmislilo i objavilo Međunarodno udruženje knjižničnih udruga i institucija (IFLA).

Ta infografika sadrži osam korisnih savjeta, odnosno jednostavnih koraka za otkrivanje istinitosti i vjerodostojnosti nekoga objavljenoga sadržaja koji u slobodnom prijevodu glase: 1. Provjeri izvor, 2. Pročitaj cijelu priču (ne samo naslov), 3. Provjeri autora, 4. Pronađi dodatne

poveznice i izvore, 5. Provjeri datum objave informacije, 6. Provjeri je li objavljena vijest/informacija samo zafrkancija, 7. Osvijesti svoje stavove jer oni mogu utjecati na prosudbu, 8. Pitaj stručnjake.

No, Levak ističe i da je hrvatsko Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu još 2018. nadopunilo ove korake i sastavilo ukupno deset savjeta kako prepoznati lažne vijesti. U odnosu na IFLA-inu infografiku, nekoliko je novih stavki i uputa korisnicima. Prije svega, provjerite domenu i izgled internetske stranice koja je objavila vijest te provjerite impressum - informacije o vlasnicima, uredništvu i novinarima.

"Provjerite upitne citate i fotografije te, najvažnije – razmislite prije nego podijelite vijest dalje. Naime, ukoliko je neka informacija kod određene osobe izazvala jake emocije bilo koje vrste, u pravilu treba posumnjati u njezinu istinitost i dodatno ju provjeriti", ističe Levak.

No, zaključno - točnost činjenica u nekoj informaciji ili medijskom sadržaju možete provjeriti i kod profesionalnih provjeravatelja vijesti - fact-checkera, ističe Robert Tomljenović iz Agencije za elektroničke medije. Naglašava i kako nemaju izravnu suradnju s jedinim hrvatskim fact-checking portalom Faktografom, ali ga portal medijskapismenost.hr preporučuje kao mjesto za provjeru točnosti informacija.

"lako nam je cilj građane osnažiti da i sami na neki način budu fact-checkeri, odnosno da sami budu u stanju prepoznati točnost informacija, često je jednostavnije i brže pogledati jesu li profesionalni provjeravatelji informacija neku vijest i izjavu u medijima ili objavu na društvenim mrežama već razotkrili kao lažnu ili nepotpunu", zaključuje Tomljenović.

Piše: Miroslav Edvin Habek

Tekst je objavljen u sklopu projekta poticanja novinarske izvrsnosti Agencije za elektroničke medije

(Hina) xmeh yam

VEZANE VIJESTI



Hrvatska dobila Muzej lažnih vijesti (/vijest/10493966)

SKV: Svijet uz kavu (/vijest/10494763)



Izraelska manekenka Bar Refaeli počela s društveno korisnim radom (/vijest/10472689)



Finnair nudi obroke iz zrakoplova u trgovinama (/vijest/10495368)