

MLADI IZMEĐU ISTINE I LAŽI



sadržaj

Mladi između istine i laži

3 Mladi u informacionom vrtlogu

Nikola Krstić

3 Kako proveriti činjenice u tri koraka?

4 Mete na čelima

Bojana Zlatković

6 Kako sam postala medijski pismena

Teodora Radojčić

7 Trening za mlade fekt-čekere

7 Pet znakova da vest može biti lažna

7 Kako kritički pristupiti viralnom sadržaju

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://chvin.org.rs/media-ethics-lab/>. The page is titled "Media Ethics Lab" and "Evaluacija medijskog sadržaja". It contains a form for evaluating media content. The form has three main sections: 1. "Medijski sadržaj (link, slika, video)" with a text input field containing a URL and a button to upload images or videos. 2. "Vrsta medija" with a dropdown menu currently showing "Odaberi". 3. "Opišite zašto sadržaj može biti obmanjujući, neetičan ili diskriminatoran" with a large text area. At the bottom right of the form is a "Dalje" button. The footer of the page includes the Media Ethics Lab logo, links to "Uslovi korišćenja" and "Politika privatnosti", and the copyright notice "© 2024-2025. Media Ethics Lab".

Digitalni alat za procenu medijskih sadržaja mladima pruža priliku da na interaktivan način otkriju kako funkcionišu mediji i koliko su informacije koje svakodnevno čitamo zaista pouzdane. Kroz pitanja i kriterijume zasnovane na novinarskoj etici, učenici i studenti uče da razlikuju činjenice od manipulacija i da prepoznaju skrivene poruke u tekstovima i objavama na mrežama. Ono što ovaj alat čini posebno zanimljivim jeste što rezultati njihovih analiza nisu samo vežba – već se objavljuju na javnoj platformi **Media Ethics Lab**, gde njihovo mišljenje postaje deo šireg dijaloga o istini i odgovornosti u medijima.

Uvodna reč

Mladi u informacionom vrtlogu

VERUJEMO DA EDUKACIJA, OTVOREN DIJALOG I ZAJEDNIČKO DELOVANJE PREDSTAVLJAJU KLJUČNE KORAKE KA STVARANJU ODGOVORNIJEG I SVESNIJEG DRUŠTVA. JER BORBA PROTIV LAŽI U MEDIJIMA NIJE SAMO ZADATAK NOVINARA I INSTITUCIJA – TO JE ODGOVORNOST SVIH NAS

Piše: Nikola Krstić

Savremeno društvo suočeno je sa izazovima informacione ere – preplavljeni smo vestima i sadržajima koji svakodnevno oblikuju naše mišljenje, stavove i odluke. Nikada ranije pristup informacijama nije bio tako jednostavan, ali nikada nije bilo teže razlikovati istinu od manipulacije i laži. U svetu u kojem svako može postati izvor vesti, a svaka objava može dopreti do hiljada ljudi u nekoliko sekundi, odgovornost prema informacijama postaje pitanje lične i društvene etike.

Mladi su u samom centru tog vrtloga – kao najaktivniji korisnici društvenih mreža, digitalnih platformi i medijskih sadržaja, ali i kao generacija koja ima snagu da menja način na koji se informacije stvaraju, dele i razumeju. Njihova sposobnost da kritički posmatraju svet oko sebe, da prepoznaju manipulaciju i da traže istinu, postaje presudna za oblikovanje budućeg društva zasnovanog na poverenju, znanju i otvorenosti.

Projekat „Laboratorija za medijsku etiku: Mladi fekt-čakeri iz Niša” i bilten „Mladi između laži

i istine u medijima” nastali su iz potrebe da se o tim pitanjima govori glasno i iskreno. Cilj nam je da doprinesemo razvijanju medijske pismenosti, kritičkog mišljenja i svesti o značaju istinitih i proverenih informacija. Kroz tekstove, analize, istraživanja i lična iskustva mladih, želimo da podstaknemo promišljanje o tome kako mediji utiču na naše živote i kako mi, kao pojedinci, možemo biti odgovorni i svesni učesnici u medijskom prostoru. Tokom naših radionica i druženja u Nišu, mladi su imali prilike da se upoznaju sa novom alatkom koja služi za proveru činjenica.

Verujemo da edukacija, otvoren dijalog i zajedničko delovanje predstavljaju ključne korake ka stvaranju odgovornijeg i svesnijeg društva. Jer borba protiv laži u medijima nije samo zadatak novinara i institucija – to je odgovornost svih nas. Zato, neka ovaj bilten bude prostor razmene ideja, iskustava i inspiracije, ali i podsećanje da istina nije uvek laka za pronaći – ali je uvek vredna truda.

Kako proveriti činjenice u tri koraka?

1. Proveri izvor.

Ko stoji iza informacije? Da li je to poznat i pouzdan medij, stručnjak ili anonimni profil bez traga na internetu? Ako izvor nije jasan – zastani.

2. Proveri kontekst.

Ako je vest istinita, objaviće je i drugi relevantni mediji. Ako je vidiš samo na jednoj stranici ili na društvenim mrežama – velika je šansa da nije tačna.

3. Razmisli o motivu.

Koristi sajtove za proveru informacija, proveri datume, slike i kontekst. Lažne vesti često koriste stare fotografije ili izvlače rečenice iz konteksta.

Studenti i dezinformacije

Mete na čelima

KAKO SU LAŽNE VESTI UTICALE NA SLIKU O STUDENTIMA TOKOM BLOKADA I PROTESTA

Piše: **Bojana Zlatković**

Poslednju godinu obeležili su studentski protesti i blokade fakulteta. Poslednjih godinu dana će ući u istoriju kao period najvećih studentskih protesta u Srbiji, a sve je počelo 1. novembra 2024. godine kada se nadstrešnica na železničkoj stanici u Novom Sadu urušila i usmrtila 16 ljudi. Poslednja godina će takođe biti zapamćena po ogromnom broju lažnih vesti plasiranih u tabloidima, a kroz tekstove, studenti su bili targetirani na najrazličitije načine. Klevete, laži, obmane, lepljenje etiketa, samo su neki od alata kojima su se tabloidni mediji koristili u svrhu propagande.

Manipulativne tehnike izveštavanja imaju direktan uticaj na publiku, koja emotivno reaguje na njih i stvara određenu sliku o određenoj temi. Problem nastaje kada se ove tehnike primene na izveštavanje o ljudima, pa na taj način ti ljudi postaju žrtve lažnih vesti koje mogu ugroziti njihov ugled, kredibilitet ali i bezbednost.

Tako su i učesnici blokada žrtve tabloidnih medija u Srbiji, koji neumorno crtaju mete na čelima studenata.

Targetiranje, napadi i posledice

Prema statistici Fake News tragača u periodu od 22. novembra do 17. decembra 2024. godine detektovana je 181 vest u kojima su studenti targetirani. Od ovog istraživanja prošlo je skoro godinu dana, a kroz tu godinu građani su bili svedoci svakodnevnog targetiranja na portalima, nacionalnim frekvencijama i društvenim mrežama. Analizirano je više dnevnih listova, ali su se kao najučinkovitije tabloidn mašine izdvojili Alo, Novosti, Srpski telegraf, ali i drugi prorežimski mediji. Ipak, najviše dezinformacija izneo je Informer. Prema ovoj analizi među najčešćim narativima koji su uočeni tokom analize su ti da su protesti nasilni, zatim da iza protesta stoje stranci, da su studenti plaćeni, kao i da su licemerni u svojim namerama.

Studenti su "plaćeni" ili "licemerni"

Tablodi su kroz svoje objave, programe i tekstove studente okarakterisali kao plaćenike koji bi sve uradili zarad novca. Oni su kroz ovaj narativ studente povezivali sa opozicijom i pokušavali da predstave sliku koja govori

da studenti "rade za nekoga". Takođe, oni su studente okarakterisali kao licemerne, uz narativ da "brinu za žrtve uz muziku" ili "kuvaju".

Ovo su samo neki od primera koji govore o upotrebi dezinformacija kao oružju u borbi protiv neistomišljenika. Tokom prethodne godine, lične napade doživeli su mnogi studenti, ali i ostali koji su javno podržali proteste. Studenti su u medijima bili napadani na osnovu seksualne orijentacije, religije, političkih opredeljenja.

Nikola Doderović, dopisnik australijskog SBS radija i student doktorskih studija na programu mediji i društvo na Filozofskom fakultetu u Nišu, kaže za naš bilten da je "poenta dehumanizacija, jer čovek nije čovek, ako nije na njihovoj strani. Ismevali su ljude na osnovu izgleda, što su bili povređeni, prozivali su ljude na nacionalnom i religijskom osnovu, delili su njihove lične podatke. Nakon ovoga uvek sledeju pretnje smrću, bilo to uživo ili onlajn.",

"Često vidimo jedno te iste naslove, pa čak i tekstove, u sistemu kopiraj-nalepi, bez raznovrsnosti, što olakšava ljudima da prepoznaju obrazac manipulacije. Onda pokušavaju da pretenduju objektivnost, jer uvek traže žrtveno jagnje. Setimo se kada je dečko neuspešno uradio kolut napred ispred novinara Informera i kada su emitovali to u nedogled. Kao da gledam zabavni program na MTV, a ne ozbiljnu političku emisiju", navodi Nikola.

Samo vesti ili nešto više?

Tokom šest meseci istraživanja portala Fake News Tragač, Informer, Alo i Novosti objavili su 5.773 manipulacije, od kojih su najveći izvori manipulativnih tvrdnji sami mediji, političari, javne ličnosti ili neka institucija. U ovim sadržajima, korišćen je senzacionalistički prisutp izveštavanju, a sadržaj je posedovao

govor mržnje, primetnu emotivnu nabijenost i subjektivnost.

Tabloidi su pomagali u tome da Srbija ne bude u potpunosti bezbedno mesto za sve svoje građane. Policijska brutalnost bila je neprimećena, pa čak i opravdavana. Povrede studenata su se negirale ili umanjivale. Imena i prezimena određenih studenata postali su svakodnevnica na stranicama portala i malim ekranima, do te mere da su pretvoreni u "državne neprijatelje".

Kritičko razmišljanje i medijska pismenost su najefektivnije metode zaštite građana od lažnih vesti. Ukoliko čitalac, gledalac ili slušalac ume da jasno i ispravno dešifruje sadržaj, na njih manipulacije i propagande neće uticati, a samim tim stvara štit koji mu pomaže da savesno konzumira.

Studenti su u prethodnoj godini bili žrtve nasilja, represije, pritisaka i tabloida. Kako bi zaštitili i njih i nas, važno je znati kako da se odupremo senzacionalizmu i dezinformacijama. Jedan od alata koje građani mogu koristiti jeste fekt-čeking alat Media Ethics Lab-a, preko kojeg svako može proveriti onlajn vesti za koje sumnja da su lažne, a zatim ih prijaviti na sajtu Saveta za štampu.

Lični stav

Kako sam postala medijski pismena

PITAM SE DA LI BI PREVIŠE EGOCENTRIČNO BILO REĆI ONO ŠTO SADA MISLIM – PORED SVOJIH MATIČNIH FAKULTETA, OBRAZOVANJA I INTERESOVANJA, SVAKI ČOVEK TREBA DA ZAVRŠI I NOVINARSTVO. NE PODNOSIM ČINJENICU DA NEKO TAMO, IZVAN MOG OKRUŽENJA, PADA NA OBIČNE, LAKE PRINCIPE MANIPULACIJE U MEDIJIMA

Piše: Teodora Radojičić

Za moj prvi kontakt sa medijskom pismenošću su zaslužni moji roditelji – TV kanal koji je još kad sam bila dete važio za niske profesionalne standarde je bio striktno zabranjen u mojoj kući. Zamislite malo dete koje pokušava da objasni svojim vršnjacima zašto ne zna o kojoj emisiji pričaju: „Znate, moj tata je taj kanal stavio na poslednje mesto u rasporedu kanala, da im ne bismo slučajno podigli rejting jer nisu dovoljno profesionalni.“

Ipak, tek nakon moje prve obuke medijske pismenosti u srednjoj školi, krećem da sazrevam kao ličnost, ali i da razvijam razne opsesije u vezi ove teme – krećem da sumnjam u tačnost svake informacije koja dođe do mene. Zbog toga i upisujem fakultet na kom ću se baviti izučavanjem medijskih fenomena. Međutim, fakultet mi stvara dodatne opsesije, jer saznajem sve načine na koje se može dogoditi manipulacija putem medija. Sada, nakon fakulteta, se pitam da li sam uopšte želela da (medijski) odrastem.

Verujem da ni moja okolina nije najsrećnija zbog mog medijskog sazrevanja. Zamislite da razgovarate sa drugaricom, tračarite i diskutujete o trenutnim dešavanjima, pomenete joj neku informaciju i ona vam kaže: „Da li si sigurna da je to tačno? Gde si to videla? Na Tik-Toku? Ne možeš da veruješ svemu što se kaže na Tik-Toku. Hajde da proverimo te informacije. Rekli su i na televiziji? Da li si ti svesna koliko motiva televizija ima da objavi netačnu informaciju? Ta televizija je povezana sa vlašću. Televizija je najjače sredstvo propagande zato što kombinuje zvuk i sliku, a lako može da napravi privid profesionalnosti izgledom voditelja i komplikovanim izrazima sagovornika...” ...i dosadila sam sama sebi.

Ali to je sada deo moje ličnosti. Pitam se da li bi previše egocentrično bilo reći ono što sada mislim – pored svojih matičnih fakulteta, obrazovanja i interesovanja, svaki čovek treba da završi i novinarstvo. Ne podnosim činjenicu da neko tamo, izvan mog okruženja, pada na obične, lake principe manipulacije u medijima. Da ne zna da se iza dugih pauzi i dubokih uzdaha u govoru kriju prazne reči i zastrašivanje. Da ne zna da postoji mogućnost da su komentari koje vidi na društvenim mrežama organizovani da njemu oblikuju mišljenje.

Neće se svako sam angažovati da istražuje o ovome, a svako treba da zna. Zato sada, kao velika medijska štreberka, mislim da bi predmet medijske pismenosti trebao da bude obavezan, i važniji i od matematike i od hemije i od fizike, jer samo tako možemo živeti u slobodnom društvu. A možda mi samo ne idu prirodne nauke ...

Trening za mlade fekt-čekerere

U okviru projekta "Laboratorija za medijsku etiku: Mladi fekt- čekereri iz Niša" koji Savet za štampu realizuje u saradnji sa Odborom za ljudska prava, u Nišu su tokom oktobra meseca realizovane dve dvodnevne radionice.

Mladi učesnici i učesnice imali su priliku da kroz predavanja, praktične vežbe i mentorski rad nauče kako da prepoznaju i razotkriju lažne vesti. Uz podršku iskusnih novinara i fekt-čeking stručnjaka, učili su kako da koriste profesionalne alatke za proveru činjenica, kako da razlikuju pouzdane od nekredibilnih izvora, kao i kako da razreše etičke dileme koje savremeno novinarstvo donosi. Kroz otvorene diskusije i zajednički rad, razvijali su kritičko mišljenje i odgovoran pristup medijima. Svi učesnici su na kraju treninga dobili sertifikate.

Na dvodnevnoj obuci održanoj 17. i 18. oktobra treneri su bili Gordana Novaković, generalna sekretarka Saveta za štampu, Dragan Đorđević, predsednik Odbora za ljudska prava Niš, Lazar Čovs, istraživački novinar i Milena Popović, glavna i odgovorna urednica Istinomera. Moderatorica obuke bila je Marija Ilić, stručna saradnica Odbora za ljudska prava Niš.

Na dvodnevnoj obuci održanoj 24. i 25. oktobra treneri su bili dr Ivana Stojanović Prelević, profesorka na Filozofskom fakultetu u Nišu, Dragan Đorđević, predsednik Odbora za ljudska prava Niš, Tamara Radovanović, novinarka Južnih vesti i Marija Ilić, stručna saradnica Odbora za ljudska prava Niš

Obuka je jedna od aktivnosti u okviru projekta "Laboratorija za medijsku etiku: Mladi fekt-čekereri iz Niša" koji se realizuje uz podršku Balkan Trust for Democracy.

Pet znakova da vest može biti lažna

1. **Bombastičan naslov** – Ako zvuči neverovatno („Šokantno! Nećete verovati šta se desilo...“) – verovatno i jeste.
2. **Nepoznat sajt ili domen** – Pazite na adrese koje liče na poznate portale, ali imaju dodatak (.co, .xyz, .info...).
3. **Nema autora ni izvora** – Ako ne znate ko je napisao tekst i odakle potiču informacije, to je crvena zastavica.
4. **Loš jezik i pravopis** – U ozbiljnim redakcijama tekstovi prolaze lekturu. Greške mogu ukazivati na neprofesionalan sadržaj.
5. **Emotivna manipulacija** – Ako tekst pokušava da vas razbesni, uplaši ili „natera“ da odmah delite – verovatno ima skriveni cilj.

Kako kritički pristupiti viralnom sadržaju

Viralno ne znači verodostojno. Samo zato što je nešto „u trendu“ ne znači da je tačno. Kada naiđeš na video, objavu ili vest koja se masovno deli:

- **Zastani na trenutak.** Prvo pitanje: *Ko to objavljuje i zašto?*
- **Proveri kontekst.** Da li se video odnosi na aktuelan događaj, ili je izvučen iz sasvim druge situacije?
- **Razmisli o motivu.** Da li sadržaj nudi znanje ili emocije – strah, bes, osećaj nepravde?
- **Ne budi deo lanca.** Ako nisi siguran/na da je istinito – nemoj deliti dalje.