



Gimnazija Vič, Tržaška cesta 72, Ljubljana

*RAZISKOVALNA NALOGA*

*SOCIOLOGIJA*

# FAKE NEWS V INFORMACIJSKEM NEREDU

Mentor: dr. Matjaž POLJANŠEK

Avtor: Urban LEČNIK SPAIĆ

Ljubljana 2018



## ZAHVALA

Za pomoč pri pripravi raziskovalne naloge se zahvaljujem: mentorju in profesorju Matjažu Poljanšku za usmerjanje in kritične komentarje, Jakobu Zmrzlikarju za pomoč pri pripravi lažnih strani, Niku Žnidaršiču, Maši Fatur in Tanji Šket za lektorske popravke in mnenja ter ravnateljici Gimnazije Vič, Alenki Krapež za podporo in sodelovanje pri intervjuju.

## KAZALO VSEBINE

ZAHVALA.....	1
KAZALO SLIK .....	3
POVZETEK .....	4
UVOD.....	5
HIPOTEZE .....	5
METODOLOGIJA.....	6
TEORETIČNI DEL.....	7
OPREDELITEV POJMA .....	7
MODEL INFORMACIJSKEGA NEREDA.....	11
SOCIALNA ZGODOVINA MEDIJEV .....	21
DIGITALIZACIJA IN LAŽNE NOVICE .....	26
KAKO SPREJEMAJO NOVICE NAŠI MOŽGANI? .....	32
DEMOKRACIJA IN MEDIJI .....	35
KAKO SE PROBLEM LAŽNIH NOVIC REŠUJE V EVROPI? .....	37
BOJ Z LAŽNIMI NOVICAMI .....	40
EMPIRIČNI DEL.....	45
EKSPERIMENT .....	45
KORAKI EKSPERIMENTA .....	46
UGOTOVITVE .....	53
KAKO SMO LAHKO V NAŠEM EKSPERIMENTU UGOTOVILI, DA GRE ZA LAŽNE NOVICE .....	54
ZAKLJUČEK.....	57
VIRI IN LITERATURA .....	60
KAZALO PRILOG .....	63

## KAZALO SLIK

<i>Slika 1 - Potovanje informacij.....</i>	12
<i>Slika 2 - Informacijski nered .....</i>	13
<i>Slika 3 - 7 tipov zavajajočih in dezinformacij.....</i>	14
<i>Slika 4 - Matrika zavajajočih informacij .....</i>	15
<i>Slika 5 - Tri faze informacijskega nereda.....</i>	16
<i>Slika 6 - Trije elementi informacijskega nereda .....</i>	17
<i>Slika 7 - Screenshot strani na kateri naj bi papež podprl Trumpa .....</i>	23
<i>Slika 8 - Deklica Nayirah na pričanju v kongresu.....</i>	24
<i>Slika 9 - Slika ki je krožila v času volitev .....</i>	25
<i>Slika 10 - Simbolični prikaz filtrirnih mehurčkov.....</i>	30
<i>Slika 11 - Satirična prisposoba .....</i>	36
<i>Slika 12 - Spopadati se z lažnimi novicami v EU .....</i>	38
<i>Slika 13 - Kako prepoznati lažne novice ?.....</i>	41
<i>Slika 14 - Trije tipi informacijskega nereda v povezavi z eksperimentom .....</i>	46
<i>Slika 15 - Tri faze informacijskega nereda v povezavi s eksperimentom.....</i>	47
<i>Slika 16 - Trije elementi informacijskega nereda v povezavi z eksperimentom .....</i>	49
<i>Slika 17 - Screenshot naše spletne strani, Gimnazije Vič.....</i>	51
<i>Slika 18 - Screenshot spletne strani ponarejen Mladine .....</i>	52
<i>Slika 19 - Kako prepoznati lažne novice v povezavi z eksperimentom.....</i>	55



## POVZETEK

NASLOV NALOGE: »Fake news« v informacijskem neredu

RAZISKOVALEC: Urban Lečnik Spaić, 4 letnik

ŠOLA: Gimnazija Vič

MENTOR: dr. Matjaž Poljanšek – Gimnazija Vič

KLJUČNE BESEDE: fake news, lažne novice, manipulacija, demokracija, svoboda govora

V raziskovalni nalogi z naslovom »*Fake news*« v *informacijskem neredu* smo se lotili raziskovanja nastanka, razširjanja, namenov in učinkov lažnih novic. Raziskovalna naloga predstavi široko sliko soočanja različnih akterjev z lažnimi novicami in kakšne vplive imajo lažne novice na naše življenje. Pri tem smo še posebno izpostavili pomen digitalizacije, na širjenje in ustvarjanje lažnih novic. V ta namen smo tudi sami pripravili lažno zgodbo, jo objavili na ponarejeni spletni strani revije Mladina in Gimnazije Vič in jo delili med ljudi. Na lažno novico se je odzvalo veliko ljudi veliko ljudi (predvsem dijakov in zaposlenih na Gimnaziji Vič), kasneje pa so o njej poročali tudi v Mladini.

S pridobivanjem teoretičnih znanj in empiričnim raziskovanjem smo ugotovili, da bo v prihodnje potrebno veliko aktivnega dela na področju medijskega ozaveščanja in izobraževanju mladih, da bodo ti znali kritično presojati novice in o njih razmišljati, hkrati pa bomo morali podpirati kvalitetne medije, da bodo lahko s svojim poročanjem skrbeli za transparentno in demokratično družbo.

## UVOD

Pojem »fake news« se je uveljavil kot sintagma, s katero označujemo širjenje lažnih novic, prirejanje informacij in manipuliranje z javnim mnenjem. Sam sem se s pojmom prvič soočil ob volilni kompaniji ameriškega predsednika Donalda Trumpa leta 2016, zato bomo skozi raziskovalno nalogo večkrat podali primer v povezavi z njim in njegovo volilno kampanjo.

V današnjem svetu se ljudje srečujemo z množico informacij, ki nam sledijo na vsakem koraku – ob branju časopisa, gledanju televizije, poslušanju radia, uporabi socialnih omrežij ali obcestnih reklamnih panojih. Ob poplavi vseh vsebin pa naletimo na vedno večji delež takšnih, ki so prirejene, lažne in neverodostojne. Objavljene so z namenom, da bi manipulirale z mnenji, predstavami, prepričanji, hotenji in celo občutki ljudi. Kljub nedavni aktualizaciji je ta proces prisoten že dolgo. V zgodovini je moč zaznati množičen odpor do laži oz. neodobranje takšnega početja, ki se je fizično kaznovalo (npr. dajanje riža v usta lažnivcem, utapljanje trgovcev, ki so goljufali ipd.), medtem ko se dandanes zdi, da je v nekaterih primerih laž celo normalizirana (npr. pod krinko prodaje in marketinga se mnoga podjetja zavestno odločajo prikrivati dejstva o produktih, da bi povečala prodajo).

V raziskovalni nalogi se bomo dotaknili in podrobneje raziskali šest glavnih problemov. Te so:

- **opredelitev pojma**, kar je problematično zaradi neenotnega pojmovanja in definicije,
- proces **digitalizacije**, ki je pospešil distribucijo novic,
- **svoboda govora** v demokratični družbi,
- **algoritmi družbenih omrežij**, ki v ospredje postavljajo novice, vsečne publikli,
- **filtrirni mehurčki**, zaradi katerih opažamo krčenje pestrosti družbe in
- **značilnosti kognitivnih procesov**, ki vplivajo na naše sprejemanje novic.

## HIPOTEZE

Preden smo začeli z raziskovanjem zastavljenega problema, smo si postavili štiri hipoteze. Prvi dve hipotezi se nanašata predvsem na teoretični del o problematiki, tretja in četrta hipoteza pa sta bili postavljeni v okviru eksperimentalnega dela, kjer smo lažno novico ustvarili sami za namene raziskovanja.

1. Lažne novice se ustvarjajo zaradi političnih in ekonomskih (oz. komercialnih) interesov in imajo tako velik vpliv na vsakodnevno življenje posameznika.
2. S postopkom pravne regulacije lažnih novic se dotaknemo več občutljivih tem, predvsem vprašanja svobode govora.



3. Ko bomo našo lažno novico javno objavili, ji bodo ljudje verjeli in jo delili prek družbenih omrežij z ostalimi prijatelji in znanci, saj se ta dotika teme, ki jih bo globlje nagovorila (nacionalna in religiozna identiteta, človekove vrednote in prepričanja).
4. Vodstvo šole bo novico hitro zaznalo kot lažno in ukrepalo v smeri preprečitve njenega nadaljnjega širjenja.

## **METODOLOGIJA**

Pri raziskovalni nalogi smo uporabljali dve raziskovalni metodi:

- eksperiment in
- intervju.

## TEORETIČNI DEL

### OPREDELITEV POJMA

Zadnje čase je pojem »fake news« moč slišati na skoraj vsakem koraku in čeprav je največkrat uporabljen v povezavi s politiko in političnimi akterji, je v ozadju besedne zveze mnogo več. Besedna zveza »fake news« se je začela pospešeno uporabljati v letu 2016 ob volilni kampaniji v Združenih državah Amerike. Tako kot sama dejavnost ustvarjanja »fake news« je tudi besedna zveza znana že dlje časa.

V ozadju te besedne zveze pa je zelo pomembno vprašanje, kako jo bomo opredelili in kakšna je njena uporabna (analitična) vrednost. Prvi problem, ki se ga dotaknemo, je neenotna definicija.

Kot je Caroline Jack trdila v uvodu svojega poročila na temo »fake news« (Lexicon of Lies, for Data & Society), je možnosti za uporabo besede mnogo: "Novinarji, komentatorji, politiki in akademiki imajo na razpolago različne besede - propaganda, zavajajoče informacije, napačne informacije in podobno - za opis točnosti in relevantnosti medijske vsebine. Ti termini imajo za seboj veliko različnih pomenov. Vsak prihaja iz različne družbene skupine in zgodovinske uporabe in v različnih kontekstih prevzame različne odtenke pomena. Te razlike se zdijo majhne, vendar so pomembne. Besede, ki jih izberemo za opisovanje medijske manipulacije, lahko privedejo do domnev o tem, kako se informacije širijo, kdo jih razširi in kdo jih prejme. Te domneve kasneje oblikujejo različne vrste ukrepov in rešitev, ki se zdijo željene, primerne in mogoče. (Jack, 2017)

K pojmovni zmedi veliko prispeva politika. Ameriški predsednik Donald Trump, ki redno uporablja pojem »fake news«, je s stalnim omenjanjem te fraze sprožil dialog, ki je pripeljal do kritiziranja lažnih novic in omogočil, da smo se začeli o problemu pogovarjati in ga reševati. Od njegove izvolitve se je na njegovem Twitter računu besedna zveza »fake news« pojavila več kot 180-krat, vse od obtožbe o spolnih napadih do preiskave vpletanja Rusije v ameriške volitve. Zanj so sicer lažne novice vse novice, ki so kritične in nasprotujoče njegovemu mnenju. Poleg tega pojma, ki ga je žal s prekomerno uporabo že izpraznil, je predstavil za lažne tudi tiste medije, ki so sicer v akademskih vodah znani kot kvalitetni (npr. CNN, New York Times, NBC News, ABC, CBS itd.). Z diskretizacijo novinarjev, ki s svojim kritičnim poročanjem opozarjajo na probleme in težave današnje družbe, posega v področje svobode govora in demokratičnega dialoga.

Ko začnemo podrobneje opazovati, opisovati in analizirati pojave je pomembno, da jih pojmovno opredelimo. Žal se je pri »fake news« zgodilo, da sta pojav in njegova uporaba prehitela umestitev v definicijo.



## SLOVARJI

Kakšna je slovarska opredelitev pojma?

Če iščemo v angleškem slovarju Cambridge dictionary, bomo pri iskanju pomena našli spodnjo razlago:

### fake news noun [u]

UK /ˌfeɪk ˈnjuːz/ /ˌfeɪk ˈnuːz/

*false stories that appear to be news, spread on the internet or using other media, usually created to influence political views or as a joke:*

*There is concern about the power of fake news to affect election*

#### **Slovenski prevod angleškega slovarja:**

bi razlagal to tako: *Lažna zgodba, ki se prikaže kot novica, razširjena na internetu ali s pomočjo drugega medija, po navadi ustvarjena, da bi vplivala na politično prepričanje ali pa le kot šala.*

*Obstaja zaskrbljenost glede vpliva lažnih novic na izid volitev.*

Zaradi lažjega raziskovanja in obravnavanja pojma smo pomen besedne zveze »lažne novice« iskali v SSKJ, a nismo našli željenega odgovora. To pomeni, da je pri nas besedna zveza slovarsko še neveljavljena in neopredeljena.

## ZGODOVINA POJMA

Kot ugotavljajo na spletni strani Merriam Webster, je termin »fake news« prišel v splošno rabo proti koncu 19. stoletja. Pospešeno se je začelo besedno zvezo uporabljati v času zadnje volilne kompanije v ZDA, k čemur je pripomogla tudi povečana uporaba družbenih omrežij. Po poročanju snovalcev slovarja Collins naj bi se uporaba termina »fake news« od leta 2016 povečala za 365%.

Iz spodnjega angleškega zapisa je razvidnih nekaj začetnih zapisov iz 19. stoletja, ki vsebujejo omenjeni termin.

Secretary Brunnell declares fake news about his people is being telegraphed over the country.

—*Cincinnati Commercial Tribune* (Cincinnati, OH), 7 Jun. 1890

The public taste is not really vitiated and it does not in its desire for 'news' absolutely crave for distortions of facts and enlargements of incidents; and it certainly has no genuine appetite for 'fake news' and 'special fiend' decoctions such as were served up by a local syndicate a year or two ago.

—*The Buffalo Commercial* (Buffalo, NY), 2 May 1891

Tudi sam pridevnik [fake \(umeten, ponarejen, imitran\)](#) je v uporabi krajše obdobje. Uporabljati se je začel proti koncu 18. stoletja.

Pred 18. stol. je verjetno bilo veliko izrazov, s katerimi so ljudje opisovali problem »fake news«. Za poimenovanje tega pojava pred 18. stoletjem so uporabljali različne pojme. Eden najpogostejših, ki so se uporabljali med 16. in 18. stoletjem je [false news \(napačne novice\)](#).

Uporabo te kolokacije pa vidimo že v 16. stoletju.

Other thinges are in this Courte at a good price, or to say it better, very good cheap: that is to wit, cruel lies, false news, vn honest women, fayned friendship, continuall enimities, doubled malice, vaine words, and false hopes, of whiche eight things we haue suche abundance in this Courte, that they may set out bouthes, and proclayme faires.  
—Antonio de Guevara, *The Familiar Epistles of Sir Anthony of*  
The French press knows little, and under laws which punish "false news," and render a journal liable to suppression if it displeases the executive power, is naturally afraid to say what little it knows.  
—*The Detroit Free Press*, 20 Sept. 1866

(Merriam Webster, 2017)

### NAŠA DEFINICIJA

Na podlagi prebranih gradiv, različnih definicij, slovarjev in uporabe besed smo pripravili predlog slovenske definicije, ki ga uporabljamo v nadaljevanju raziskovalne naloge.

## lažna novica sam. [e]

*je vsaka novica, ki je ustvarjena in distribuirana s prirejeno oziroma pol-prirejeno resnico. Njen namen je, da interpretira zavede oziroma zmanipulira.*

*Pri njegovi zmagi na volitvah so ključno vlogo odigrale lažne novice.*

## MODEL INFORMACIJSKEGA NEREDA

Ko govorimo o splošnem problemu napačnih, nejasnih, netočnih in nekorektnih informacij, uporabimo besedno zvezo **informacijski nered**. S tem pojmom lahko enotno obravnavamo različne tipe informacijskih anomalij in jih nato primerjamo s terminom »fake news« oz. lažne novice.

S pomočjo modela se dotaknemo ključnih vzrokov in posledic informacijskih sprememb v 21. stoletju, poleg tega pa je v njem tudi podrobneje predstavljena pot informacije od izvora do prejemnika. Projekt je imenovan First draft, nastal pa je v sodelovanju s Svetom Evrope leta 2017.

(Derakhshan in Wardle, 2017)

### PREDSTAVITEV MODELA

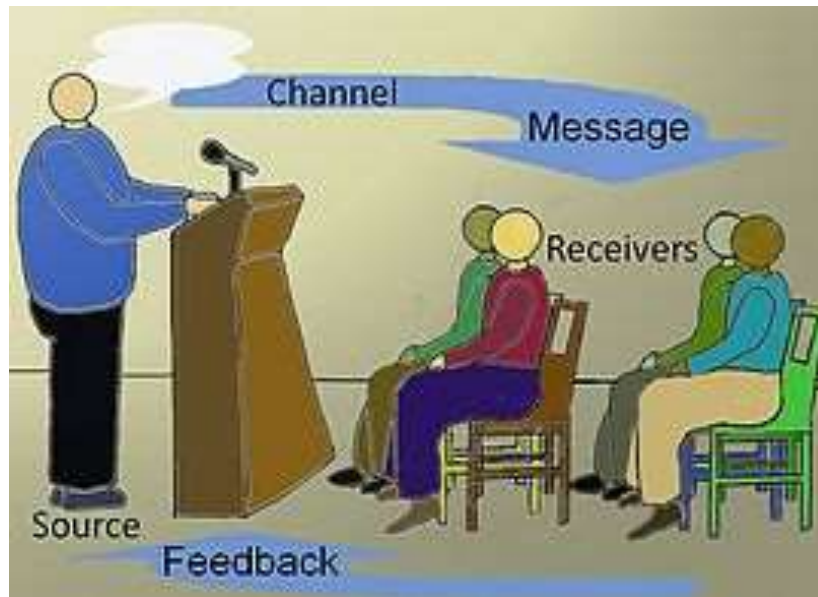
Po analizi informacijskega nereda, ki jo je pripravila projektna skupina First draft, bomo temo razdelili na tri področja, vsako pa vsebuje tri komponente:

Trije tipi informacijskega nereda	Tri faze informacijskega nereda:	Trije elementi informacijskega nereda:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zavajajoče informacije,</li> <li>• dezinformacije in</li> <li>• maliciozne informacije.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kreacija,</li> <li>• produkcija in</li> <li>• distribucija.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• agent,</li> <li>• sporočilo in</li> <li>• interpret.</li> </ul>

### KAKO POTUJEJO INFORMACIJE?

Za lažje razumevanje Informacijskega nereda in lažnih novic moramo razumeti potek potovanja informacij.

Cilj vsakega sporočanja je, da agent (npr. učitelj, politik, prodajalec itd.) preda sporočilo interpretu. Želja vsakega agenta je, da informacije, ki jih preda, pridejo do prejemnika v taki obliki, kot jo je želel sporočiti. Pri tem mora poznati interprete, njihovo zanimanje, znanje, izobrazbo ipd. Te lastnosti so odvisne od njihovega položaja oziroma družbene vloge (npr. učenec, volivec, bralec, kupec itd.).



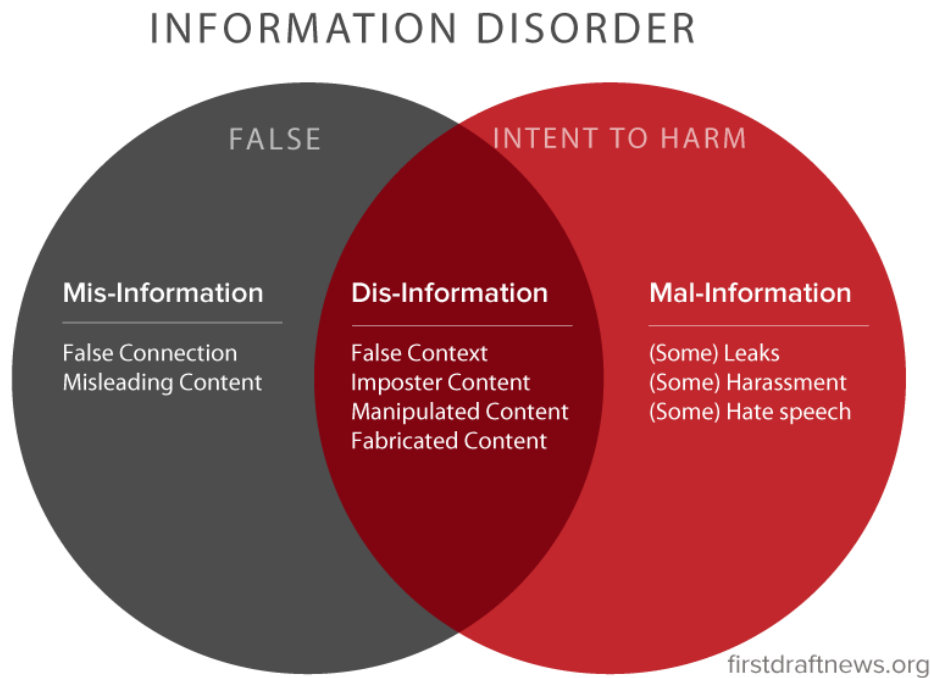
Slika 1 - Potovanje informacij (<https://www.linkedin.com/pulse/8-effective-program-communication-types-antommarchi-pmp-lion-10k->)

Informacije prenašajo preko sporočila, ki pa se razlikuje po času, obsegu ali uporabnosti. Ta so lahko predana v obliki slike, videa, zvoka, zapisov, kretenj itd.

Razumevanje slikovnega gradiva je različnejše od razumevanja besedila. Naši možgani slike procesirajo in razumejo veliko hitreje kot besedilo. Posledica tega je naše kritično sklepanje in razmišljanje, saj ob tako hitrem prejemanju informacij ob gledanju slik sploh ni sposobno delovati (deluje pa ob branju.)

Sporočilo potuje preko različnih **kanalov** do prejemnikov. Agenti se za njihovo uporabo odločajo na podlagi ekonomskega vidika (plačevanje oglasov, reklamnih panojev itd.), dosegljivosti kanala (predstavljanje v tradicionalnih medijih je odvisno od zainteresiranosti novinarja, da bi naredil prispevek o neki organizaciji, dogodku), zainteresiranosti publike (algoritmi družbenih omrežij postavljajo objave, ki so bile bolj všečne, v ospredje) in vrste interpreta (starejša populacija zmanjšano uporablja družbena omrežja, je pa bolj prisotna pri prejemanju novic prek tradicionalnih medijev).

## Trije tipi Informacijskega nereda



Slika 2 - Informacijski nered (<https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation.pdf?x78124>)

Večino našega diskurza o pojmu lažnih novic zajamejo trije pojmi: zavajajoče informacije, dezinformacije in maliciozne informacije. Najpomembneje je ločevati med napačnimi in škodoželnimi informacijami. Medtem ko spadajo zavajajoče informacije pod napačne in maliciozne informacije pod škodoželjne, spadajo dezinformacije v obe skupini.

**1. Zavajajoče informacije (Mis-information):** Informacije, ki so napačne, a nimajo namena, da bi komurkoli ali čemurkoli škodovala. Mednje sodita:

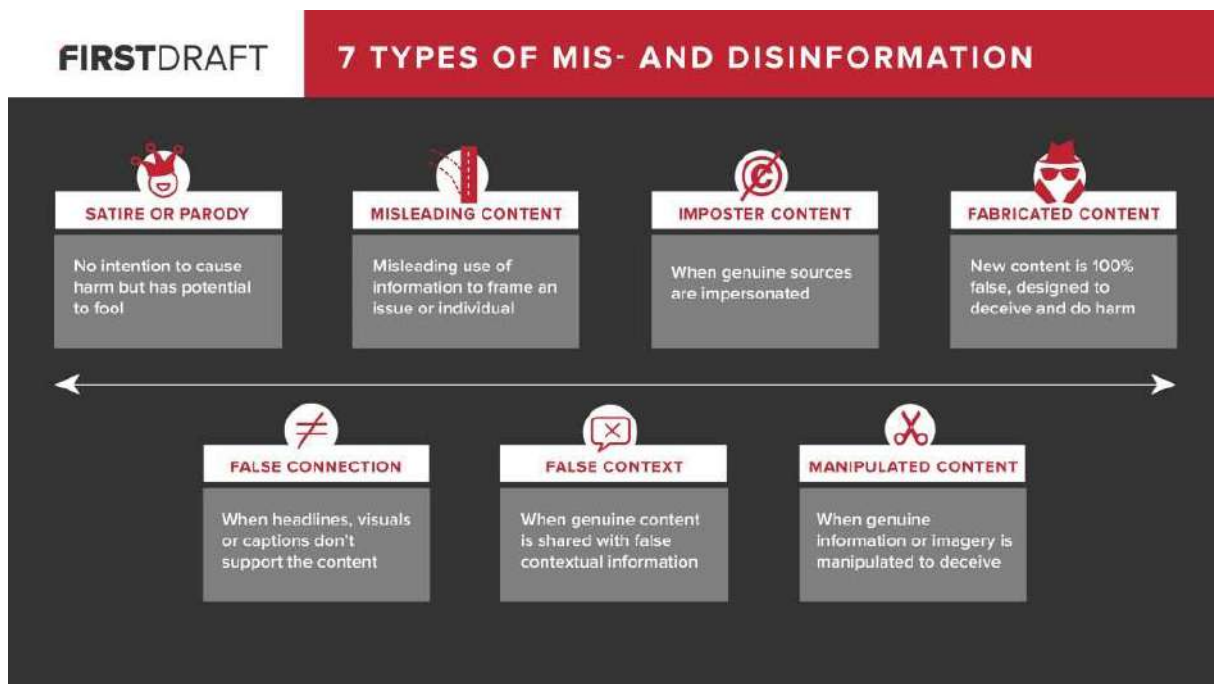
- napačno povezovanje in
- zavajajoča vsebina.

**2. Dezinformacije (Dis-information):** Informacije, ki so napačne in narejene z namenom, da bi škodile osebi, skupini, organizaciji ali državi. Mednje uvrščamo:

- napačen kontekst,
- sleparsko vsebino,
- zmanipulirano vsebino in
- ponarejeno vsebino.

**3. Maliciozne informacije (Mal-information):** Informacije, ki so resnične, a se uporabljajo, da bi škodile ali provocirale ljudi, organizacije, državo ali pa izdajale vsebino. To je:

- uhajanje informacij,
- nadlegovanje in
- sovražni govor.



Slika 3 - 7 tipov zavajajočih in dezinformacij (<https://shorensteinceneter.org/wp-content/uploads/2017/10/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation.pdf?x78124>)

Ko obravnavamo Model Informacijskega nereda, lahko govorimo o 7-ih tipih zavajajočih informacij in dezinformacij, ki smo jih predstavili v začetku modela. Med teh sedem tipov informacij spadajo različne vrste potovanja informacij od agenta do interpreta.

Mednje sodijo:

- **satira/parodija** - tvorec lažne novice nima namena oškodovati osebe, ki jo omenja ali nagovarja, ampak ima potencial, da osebo osmeši ali zavede;
- **zavajajoča vsebina** - tvorec lažne novice želi podtakniti neko stvar oziroma informacijo z zavajanjem;
- **sleparska/prevarantska vsebina** - z oponašanjem se tvorec pretvarja, da je pristen vir;
- **ponarejena vsebina** - celotna vsebina novice je ponarejena z namenom zavajanja in škodovanja;
- **napačna povezava** - pristna vsebina je predstavljena deljena in v napačnem kontekstu;
- **napačni kontekst** - pristna vsebina je predstavljena z napačnimi slikami, naslovi, povezavami in
- **manipulirana vsebina** - vsebina se spreminja zaradi goljufije.

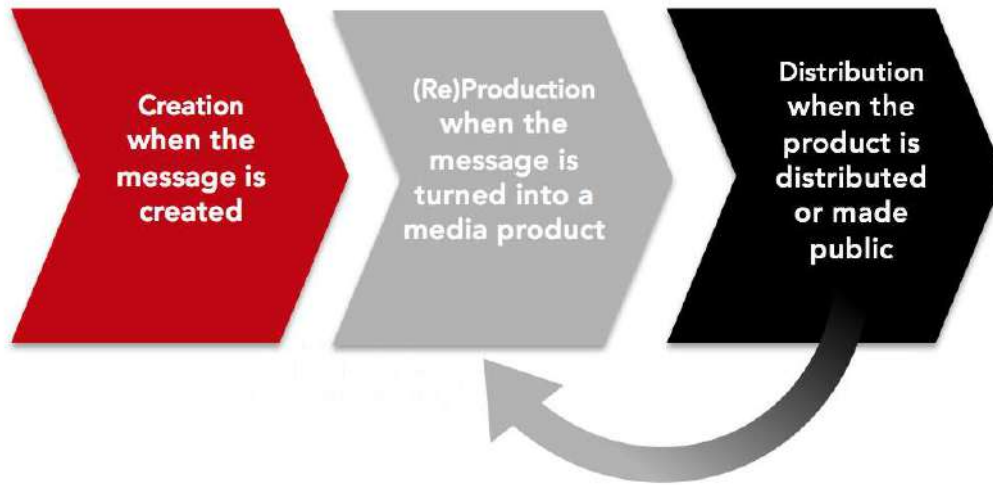
FIRSTDRAFT		MISINFORMATION MATRIX						
	SATIRE OR PARODY	FALSE CONNECTION	MISLEADING CONTENT	FALSE CONTEXT	IMPOSTER CONTENT	MANIPULATED CONTENT	FABRICATED CONTENT	
POOR JOURNALISM		✓	✓	✓				
TO PARODY	✓					✓	✓	
TO PROVOKE OR TO 'PUNK'						✓	✓	
PASSION				✓				
PARTISANSHIP			✓	✓				
PROFIT		✓				✓	✓	
POLITICAL INFLUENCE			✓	✓		✓	✓	
PROPAGANDA			✓	✓	✓	✓	✓	

Slika 4 - Matrika zavajajočih informacij (<https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation.pdf?x78124>)

Če izhajamo iz zgoraj opisanih 7-ih vrst informacij, iz tega sledi v okviru modela že narejena matrica, ki prikazuje vzroke za omenjene lažne novice.

- Ko govorimo o satiri/parodiji je vzrok v **želji po zabavi**.
- Do napačne povezave pride zaradi **slabega novinarstva** (novinarji ne preverjajo virov, objavljajo nepreverjene novice...) in **dobička** (več ljudi klikne in vidi novico zaradi naslova, slike ki jih pritegne, to pa pripelje sredstva za avtorja).
- Zavajajoča vsebina se lahko širi zaradi **slabega novinarstva** (zaradi subjektivnosti novinarja), največkrat pa je povezana s politiko in odločanjem o **pripadnosti** (veri, državi), **političnim vplivom** (zavajanje volivcev) in **propagandi**, s katero prepričujejo volilno telo.
- Največ različnih vzrokov najdemo pri napačnem kontekstu. Ta nastaja zaradi **slabega novinarstva**, **strasti** (naše emocije nam zameglijo kvalitetno presojo), **privrženosti**, **političnega vpliva** in **propagande**.
- Sleparske vsebine se največkrat pojavijo zaradi **želje po zabavi**, **provokacij**, pridobivanju **profita** in **propagande** (z imitiranjem nekoga drugega mu želimo zbiti kredibilnost).
- **Provokacije**, **politični vplivi** in **propaganda** so lahko razlogi za nastanek manipulirane vsebine.
- Med zadnjimi je ponarejena vsebina nastala zaradi **parodije**, **provokacije**, pridobivanja **profita**, **političnega vpliva** in **propagande**.



**Tri faze Informacijskega nereda: kreacija, produkcija in distribucija**

Slika 5 - Tri faze informacijskega nereda (<https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation.pdf?x78124>)

Pri obravnavi Informacijskega nereda, ki smo ga razčlenili na začetku poglavja, govorimo o njegovih treh fazah, in sicer kreaciji, produkciji, distribuciji. Te tri faze opišejo potek informacij od samega nastanka do končnega cilja prejemnika. Sledijo si v naslednjem vrstnem redu; **kreacija** - ko je sporočilo ustvarjeno, **produkcija** - ko sporočilo postane medijski produkt in **distribucija** - ko produkt postane javen. Poteku faz in njihovim lastnostim se bomo posvetili v empiričnem delu, ko bomo celoten eksperiment obravnavali skozi te tri faze.

**Trije elementi Informacijskega nereda: agent, sporočilo, interpret**



Slika 6 - Trije elementi informacijskega nereda (<https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation.pdf?x78124>)

**Trije elementi informacijskega nereda:**

- agent,
- sporočilo in
- interpret.

**1. Agent**

Pomemben faktor pri informacijskem neredu so osebe, ki ustvarjajo, proizvajajo in distribuirajo sporočila - **agenti**. Ti imajo različne motivacije, njihove značilnosti pa se razlikujejo od faze do faze.

Pet vprašanj o agentih:

## 1) Kdo je lahko agent?

Agente delimo na uradne, kot so obveščevalne službe, politične stranke in mediji, ali pa neuradne, kot so skupine državljanov, katere neka novica globlje nagovori in zaradi česar postanejo agenti oni sami.

## 2) Kako so organizirani?

Agenti lahko delajo posamično ali v skupinah (npr. agencije za donose z javnostmi, lobistične skupine).

## 3) Kaj jih motivira?

Obstajajo štirje potencialni motivacijski dejavniki:

- **finančni:** pridobivanje informacij za oglaševanje,
- **politični:** diskreditiranje političnega kandidata na volitvah in drugi poskusi na vplivanje javnega mnenja,
- **družbeni:** povezovanje z določenim skupinami in
- **psihološki:** iskanje prestiža ali potrditve.

## 4) Katero ciljno skupino nameravajo doseči?

Različni dejavniki ciljajo različno občinstvo. To so lahko:

- interne mailing liste organizacij,
- družbene skupine na podlagi socialnoekonomskega stanja ali
- celotne družbe.

## 5) Ali agenti uporabljajo avtomatizirano tehnologijo?

Sposobnost avtomatizacije ustvarjanja in razširjanja sporočil na spletu bistveno olajša komuniciranje in zmanjša stroške produciranja novic.

## 6) Ali je njihov namen zavajanje?

Agenti lahko namerno zavedejo ciljno publiko ali pa to ni njihov namen.

## 7) Ali nameravajo škodovati?

Agenti lahko namerno povzročijo škodo, lahko pa to ni njihov cilj.

(Derakhshan in Wardle, 2017)

## 2. Sporočilo

Obstajajo štiri značilnosti, zaradi katerih je **sporočilo** bolj privlačno in zato bolj verjetno, da bo sprejeto, prebrano in posredovano.

1. S svojo vsebino in obliko mora izzvati čustveni odziv.
2. Imeti mora močno vizualno vsebino (slike, videi), ki bralca, gledalca takoj pritegnejo k branju, poslušanju.
3. S svojo močno zgodbo prejemnika bolj pritegnejo k mišljenju in omiljevanju prebranega.
4. Z večkratnim ponavljanjem sporočila si ga bodo naši možgani zapomnili in imeli v prijetnem spominu.

### Značilnosti sporočil

Sporočila so lahko podana na več različnih načinov:

- v živo (pogovori, predstavitve, nagovori ipd.),
- kot besedilo (časopisni članki ali brošure) ali
- kot avdio / vizualno gradivo (slike, videoposnetki, memi ipd.).

Medtem ko se veliko razprav o informacijskem neredu nanaša na tekstovne članke, se danes pogosteje prikazujejo v vizualnih formatih. To je pomembno, saj so tehnologije za samodejno analizo besedila znatno drugačne od tistih za analizo vizualnih formatov.

Pet vprašanj o sporočilih:

1. Koliko časa traja sporočilo?

Nekatera sporočila so zasnovana tako, da ostanejo pomembna in vplivna na dolgi rok (skozi celotno vojno ali trajno), druga pa so zasnovana kratkoročno (med volitvami) ali samo za kratek trenutek, kot v primeru posameznega sporočila.

2. Koliko je sporočilo točno?

Točnost sporočila se lahko preveri na različnih spletnih straneh, ki so nastale kot boj proti zavajajočim ter dezinformacijam.

3. Kdaj postane sporočilo nezakonito?

Sporočilo v Sloveniji postane nezakonito kadar je to razžalitev, obrekovanje in žaljiva obdolžitve.

4. Ali je sporočilo prevarantsko in se predstavlja kot uradni vir?

Sporočilo lahko uporabi uradno blagovno znamko (npr. logotipe), ali pa ukrade ime ter sliko posameznika (npr. znani novinar), da se prikaže kot verodostojna oseba.

## 5. Kakšen je cilj cilja sporočila?

Ustvarjalec novice ima v mislih predvideno ciljno skupino (ciljno publiko, na katero želi vplivati). Te se razlikujejo v ciljih in so lahko:

- posameznik (kandidat ali politični ali poslovni vodja),
- organizacija (zasebno podjetje ali vladna agencija),
- socialna skupina (rase, narodnost, elita itd.) ali
- cela družba.

(Derakhshan in Wardle, 2017)

## 3. Interpret<sup>1</sup>

Teorija sprejemanja, ki jo je razvil Stuart Hall, govori o tem, da sporočila zakodira producent, prejemniki sporočil pa jo od-kodirajo na enega od treh načinov:

1. **Hegemonično:** sprejemanje sporočila, kot si ga je zastavil agent.
2. **Pogajalno:** sprejemanje mnogih vidikov sporočila, vendar ne vseh.
3. **Nasprotno:** sporočilo je bilo sprejeto drugače, kot je bilo nastavljeno.

Po raziskavah, ki so bile opravljene pred množično rabo družbenih omrežij, ki jih danes štejejo za samoumevna, so ljudje pri vrednotenju verodostojnosti vira ali sporočila uporabili več različnih načinov:

1. **Ugled sporočevalca:** Če so sporočevalca poznali že od prej, so mu bolj verjeli in mu hitreje prisluhnili.
2. **Overovitev:** Po branju so bralci preverjali vsebino z drugimi in videli, ali se tudi njim zdi verodostojno.
3. **Doslednost:** Novici so lažje verjeli, če so sporočilo zasledili na več različnih mestih.
4. **Neobičajnost vira:** Običajno postavljena spletna stran jim je zadoščala kot verodostojen vir.
5. **Samopotrditvev:** Bralci ob branju vidijo, da se v sporočilu potrdi njihov prepričanje.
6. **Prepričljiv namen:** Bralci zaupajo viru in sprejmejo njegovo celoto.

---

<sup>1</sup> kdor dela, povzroča, da se dojame, spozna pomen, vsebina česa; razlagalec, tolmač

## SOCIALNA ZGODOVINA MEDIJEV

Mediji so vsa komunikacijska sredstva, ki distribuirajo novice in informacije. Poznamo tradicionalne (tisk, radio, televizija) in sodobne medije (spletni portali, poročanje na družbenih omrežjih in na splošno internet). Vsem medijem, ki so namenjeni širšemu krogu ljudi, pravimo množični mediji.

Novinarstvo je produkcija in distribucija poročil o dogodkih, dejstvih, idejah ljudi ... S svojim delom vplivajo na delovanje družbe in imajo močno vlogo v moderni demokraciji.

### Spreminjanje medijev skozi zgodovino

Danes živimo v informacijski dobi, kjer so mediji del našega vsakdanjega življenja, posledično pa imamo vedno več informacij - včasih celo preveč.

Da so se mediji razvili in da je naša družba začela dojemati informacije drugače, je pomembnih mnogo zgodovinskih dejavnikov. Nekaj najpomembnejših je naštetih spodaj.

okoli 5000 pr. n .š	izum pisave
okoli 2000 pr. n .š	izum abecede
1455	Gutenberg natisne Sveto pismo
1544	v Parizu objavljen prvi <i>Index prepovedanih knjig</i>
1609	prvi letaki z novicami v Nemčiji
1751-1756	prva izdaja francoske enciklopedije
1780	prvi britanski nedeljski časopis
1788	John Walter ustanovi časopis The Times
1829	prvi pisalni stroj
1837	električni brzojav
1843	Morse odda prvo brzojavno sporočilo s svojo abecedo
1850	prvi podmorski kabel med Anglijo in Francijo
1868	ustanovitev prve oglaševalske agencije N. W. Ayer an Son, Philadelphia
1928	Baird predstavi televizijo
1930	prvi televizijski prenos
1936	začetek televizije BBC
1952	prvi IBM- ovi računalniki
1956	prvi telefonski kabel preko Atlantika
1958	dohodek televizijskega oglaševanja prvič preseže dohodek časopisnega oglaševanja
1965	prepoved oglaševanja tobačnih izdelkov na britanski TV
1969	BBC in ITV začneta z redno barvno televizijo
1972	ARPA razvije elektronsko pošto
1975	prva računalniška trgovina (Los Angeles)
1976	prvi prenosni računalnik
1977	prenosni (celični) telefon
1979	začetek komercializacije interneta
1991	Sir Timothy John Berners-Lee predstavi World Wide Web (www) – svetovni splet

1995	Amazon.com začne s spletno prodajo
1997	predstavljeni so prvi blogi
1998	Evropska konvencija o človekovih pravicah
2002	TV spremeni oddajanje v digitalni verziji

(Briggs in Burke, 2005)

### **Lažne novice včeraj in danes**

Začetki lažnih novic segajo že v čase antike. Pripravili smo kratek pregled nekaj najbolj znanih in zanimivih primerov lažnih novic iz zgodovine. (Povzeto po Wikipediji)

#### **Obdobje antike**

V prvem stoletju pred našim štetjem je rimski cesar in politik Gaj Avgust Oktavijan vodil kampanjo dezinformacij proti svojemu političnemu tekmecu Marku Antoniju, katerega je prikazal kot pijanca, ženskarja in lutko egiptovske kraljice Kleopatre VII. Objavil je dokument, v katerem je trdil, da je Mark Antonij po svoji smrti želel biti pokopan kot egipčanski faraoni, kar je Oktavijan smatral za izdajstvo rimskega imperija. Čeprav se ni vedelo, ali je dokument ponarejen ali ne, je ta povzročil ogorčenje rimskega prebivalstva.

#### **Obdobje srednjega veka**

Leta 1457 so se v italijanskem mestu Trentu pojavile lažne novice, da je judovska skupnost umorila dvoletnega fantka Simonina, kar je privedlo do tega, da so bili vsi judje v mestu aretirani in mučeni. Zgodbe take vrste so bile znane kot krvave kletve. Trdili so, da so Judje ubijali krščanske otroke in uporabili njihovo kri za religiozne oziroma ritualne obrede.

#### **Zgodnje moderno obdobje**

Po izumu tiskarskega stroja so se tiskani mediji razširili, a zaradi njihovega hitrega razvoja še nakaj časa ni bilo novinarske etike pisanja. Zgodovinarji so začeli navajati vire od 17. stoletja naprej, povpraševanje po preverljivih novicah pa se je povečalo s sojenjem astronoma Galilea Galilea leta 1610.

V času sužnjelastniške dobe v ZDA so podporniki sužnjelastništva širili lažne novice o afriških Američanih, za katere so belci menili, da so manjvredni. S širjenjem lažnih novic se je povečevalo tudi nasilje in nestrpnost.

Zaskrbljenost in govorice so zaradi suženjskih uporov bile v Virginiji nekaj običajnega od začetka kolonialnega obdobja. Lažna novica o enem redkih uporov se je pojavila leta 1730. Takratni guverner William Gooch je trdil, da je prišlo do upora sužnjev, vendar je bil ta učinkovito odpravljen - čeprav se to ni nikoli zgodilo.

#### **19. stoletje**

Eden od primerov lažnih novic je bil Velikanski izum (Great Moon Hoax). Leta 1835 je časopis New York Sun objavljala zgodbe, ki so opisovale resnično življenje in civilizacijo na Luni. Izmišljeni članki so hitro pritegnili pozornost bralcev, zato je močno naraslo št. naročnikov. Kmalu so mediji objavili, da so bile zgodbe neresnične, njihov namen pa naj bi bila zgolj zabava in ne zavajanje.

Lažne novice močno narastejo v primeru konflikta velesil in vojne. Kot primer lahko izpostavimo bitko med Veliko Britanijo in Francijo leta 1814 pod vodstvom Napoleona Bonaparta. Lažne novice je prenašal angleški polkovnik, ki je rekel, da je Napoleon umrl in da se je Francija predala v vojni. Novica je hitro prispela v London in cena vladnih obveznic je hitro zrasla, v tem času pa so odkrili, da je nekdo za 1,1 milijona funtov obveznice prodal. Kasneje se je izkazalo, da je bil du Bourg prevarant z imenom Charles Random de Berenger in obveznice so padle nazaj na prejšnjo raven.

(Drevenšek, Kovič, 2018)

## 20. stoletje

Najbolje znan primer manipulacije mnenja je zagotovo nemška propaganda v času 2. sv. vojne. Nacistična taktika podpihovanja sovraštva s pripisovanjem krivde marginaliziranim skupinam in elitam, pomešana s tradicionalnim nemškim nacionalizmom, je omogočila sistematično kampanjo narodnega preoblikovanja. Vse to so počeli skozi zlorabo izobraževalnega sistema, gledališča, filma, radija, literature in ostalih medijev. (Wikipedia)

### Najodmevnejši primeri lažnih novic



Slika 7 Screenshot strani na kateri naj bi papež podprl Trumpa (<https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation.pdf?x78124>)

#### PAPEŽ JE PODPRL TRUMPA

Julija 2016 je spletno mesto WTOE 5 News poročalo, da je papež Frančišek kršil tradicijo in govoril o predsedniških kandidatih. Po navedbah tega vira naj bi papež podprl Donalda Trumpa za predsednika Združenih držav Amerike.

Zgodbo je bila najprej objavljena na portalu WTOE 5 News, nato pa ga je kopiral popularni izdajatelj lažnih novic Ending the Fed. Do 8. novembra 2016 je zgodba zbrala 960.000 všečkov, komentarjev oziroma deljenj na Facebooku, kot je poročal BuzzFeed.

WTO5 News je od takrat zaprla svojo spletno stran. Ko pa je stran delovala, je odkrito priznala, da je imela izmišljeno vsebino in je na svoji domači strani celo imela izjavo o odgovornosti: "večina člankov na wt0e5news.com je satira ali čista fantazija."

Na tiskovni konferenci 2. oktobra je papež Frančišek zavrnil govorice in izjavil, da nikoli ne govori o kampanjah. Papež Frančišek je večkrat poudaril da so lažne novice bolezen in da so nevarnost današnjega časa. (Ritchie, 2016)



### PRIČANJE NAYIRE

Nayirino pričanje je bilo lažno pričanje pred kongresno skupino Združenih držav Amerike o človekovih pravicah 10. oktobra 1990, ki ga je izvedla 15-letna deklica.

V svojem čustvenem pričevanju je Nayirah izjavila, da je po iraški invaziji v Kuvajtu doživela, da so iraški vojaki vstopili v porodnišnico, kjer so vzeli inkubatorje, dojenčke pa pustili umreti.

Iz Nayirinega pričanja, je nastala dobro razširjena zgodba. Podjetje Hill & Knowlto je pripravilo kampanjo za vlado Kuvajta, ki je želela ameriško vojaško intervencijo za osvoboditev Kuvajta, izpod iraške okupacije. Hill & Knowlto je pripravilo in poslalo pismo družbi Medialink, ta ga je posredovala okoli 700 televizijam v ZDA. Tisto noč so bili deli govora objavljeni na ABC Nightlin in NBC Nightly News in s tem dosegli med 35 in 53 milijoni Američanov. Sedem senatorjev je v svojih govorih navajalo pričevanje Nayire in pozvalo k uporabi sile. Predsednik George Bush je v naslednjih tednih ponovil zgodbo vsaj desetkrat. Njen govor je pripomogel k pridobitvi podpore Američanov za vstop v Zalivsko vojno. (PR Watch, 2005)



Slika 8 - Deklica Nayirah na pričanju v kongresu (<https://www.mintpressnews.com/fake-news-isnt-new-dissecting-two-decades-of-war-propaganda/224022/>)

### PIZZAGATE

V času kampanje za ameriškega predsednika je bila aktualna lažna zgodba o Hillary Clinton ki naj bi v piceriji v Washingtonu zlorabljala otroke – znana kot afera Pizzagate. Jeseni leta 2016 so vdrli v e-pošto vodje kampanje Hillary Clinton. Sporočila so objavili na spletni strani WikiLeaks. Zagovorniki teorije Pizzagate so napačno trdili, da so e-poštna sporočila vsebovala kodirana sporočila, ki se nanašajo na trgovino z ljudmi in povezujejo več ameriških restavracij in visokih uradnikov Demokratske stranke z domnevnim otroškim seksom.

Pred volitvami so se teorije zarote širile po spletni klepetalnici 4chan in Twitterju ter Facebooku. Te trditve so se nato pojavile na ponarejenih spletnih straneh zasnovanih tako, da izgledajo kot resnične novice, ki so objavljale novice za pridobitev prihodkov iz oglaševanja.

Kmalu zatem so na WikiLeaks objavili e-pošto iz kampanje Hillary Clinton, ko sta se lastnik picerije Comet Ping Pong in vodja kampanje dogovarjala o promocijskem dogodku v njihovi restavraciji. Uporabniki 4chancso mislili, da je bila ta restavracija središče pedofilske organizacije in nekega dne je oborožen moški prikorakal v restavracijo in začel streljati (v napadu k sreči ni bilo poškodovancev). (Lewis in Marwick, 2017)



Slika 9 - Slika ki je krožila v času volitev (<https://medium.com/@michaelmhughes/good-riddance-conspiracy-nuts-why-you-wont-hear-me-talk-about-pizzagate-and-other-conspiracies-a837bb6b9b77>)

## DIGITALIZACIJA IN LAŽNE NOVICE

### *Kaj je digitalizacija?*

Digitalizacija je sprememba, povezana z uporabo digitalne tehnologije (elektronika, ki deluje na digitalnih signalih) v vseh vidikih človeške družbe. Uporaba digitalnih orodij omogoča nove vrste inovacij in povečevanje ustvarjalnosti.

Ta proces je prinesel še več priložnosti za preoblikovanje in spreminjanje obstoječih poslovnih modelov, vzorcev potrošnje, socialno-ekonomskih sprememb, pravnih in političnih ukrepov, organizacijskih vzorcev, premikanja kulturnih ovir itd. S tem je omogočil veliko novih pojavov, kot npr. internet, uporaba družbenih omrežij, velike množice podatkov (big data), strojno učenje, bockchain, kriptokvote itd.

### *Družbena omrežja in njihova zgodovina*

Družbena omrežja so računalniško posredovane tehnologije, ki olajšajo produkcijo in distribucijo informacij, idej, poklicnih interesov in drugih oblik izražanja preko virtualnih skupnosti in mrež. Pri načinu uporabe in delovanja omrežij poznamo veliko razlik, a vendar imajo ta omrežja nekaj skupnih lastnosti:

- družbena omrežja delujejo preko interneta,
- vsebina, ki jo ustvarijo uporabniki (besedila ali komentarji, digitalne fotografije ali videoposnetki ...), so gonilna sila teh omrežij,
- uporabniki ustvarjajo profile, specifične za storitve, ki jih ponuja družbeno omrežje in
- družbena omrežja omogočajo razvoj spletnih socialnih mrež s povezovanjem profila uporabnika z ostalimi uporabniki ali skupinami.

Uporabniki običajno dostopajo do storitev družbenih omrežij preko računalnikov, tablic ali preko mobilnih telefonov (kar je dandanes najpogosteje). S povečano uporabo le-teh prihaja do sprememb v komunikaciji med podjetji, organizacijami, skupnostmi in posamezniki. Za razliko od tradicionalnih medijev ta omogočajo neposredno in tudi dvosmerno komunikacijo med agenti in interpreti.

Nekatere izmed najbolj priljubljenih in uporabljenih družbenih omrežij, ki skupaj združujejo preko sto milijonov uporabnikov po celem svetu, so: Facebook, Google+, MySpace, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Tumblr, Twitter, Viber, WhatsApp, Wikia, Snapchat in YouTube.

## Časovnica nastanka družbenih omrežij

### ZAČETKI

1979	Prve objave novic na internetnih skupinah
Konec 70-tih	Prva stran z možnostjo prijave (login) za interakcijo – BBS (Bulletin board system)
1980	Compuserve, prvič predstavljen klepetalnik
1984	PCC (Prodigy Communications Corporations), pionirji na področju spletnih portalov

### SREDNJEVEŠKA DOBA SOCIALNIH OMREŽIJ

1988	Predstavljen Internet Relay Chat – Deljenje datotek in povezav
1996	Igrice za več igralcev, začetek emotikonov
1997	Six Degrees, eno izmed prvih socialnih omrežij
1997	Neposredno poročanje, začetek blogov in forumov

### ZLATA DOBA SOCIALNIH OMREŽIJ

2001	Wikipedija, spletna enciklopedija
2002	Friendster, spoznavanje ljudi in večanje socialne mreže
2003	My Space, privatno kleptanje, javno komentiranje objav na uporabniških profilih
2004	Facebook, danes najbolj uporabljeno socialno omrežje
2004	Flickr, deljenje fotografij
2005	Youtube, prva platforma za deljenje videov
2005	Reddit, zabavno in družbeno omrežje
2006	witter, mikro – blog platforma oblike: vprašanje - odgovor
2009	WhatsApp, aplikacija za klepetanje preko spleta

- 2012                                      Snapchat, platforma za komuniciranje preko slik
- 2012                                      Tinder, aplikacija za iskanje partnerjev

(PEPPERIT MARKETING, 2017)

### **Populizem in digitalizacija**

Oxford Internet Institute (OII) je objavil študijo o širjenju populizma prek socialnih medijev. Njegovi raziskovalci so analizirali širjenje zavajajočih, varljivih ali netočnih informacij pod krinko, da so prave novice o politiki, gospodarstvu ali kulturi prek Twitterja in Facebooka. Ugotovili so, da so uporabniki obeh socialnih omrežij, ki so jih raziskovalci označili kot »Trumpovi podporniki« in »trdi konservativci«, objavili in širili največ takšnih novic. Ta raziskava je pokazala, da se niti politiki iz tradicionalnih strank niti predstavniki medijskih velikanov še niso začeli resno ukvarjati z vprašanjem, kako ohraniti demokratičnost.

### **Kako delujejo družbena omrežja?**

Facebook in Google sta na podlagi naših klikov in vsečkov izvedela že skoraj več o nas, kot o tem vemo mi sami.

V nasprotju s tradicionalnimi mediji, ki so povečali svojo prodajo s tem, da jim bralci zaupajo, Facebook in Twitter služita s prodajo oglasov. Več ljudi vidi oglas, več Facebook zasluži, ne glede na verodostojnost informacij, ki se tam delijo. Največ uporabnikov je starih med 25 in 35 let. V povprečju uporabnik na Facebooku preživi 24 minut na dan.

Priljubljena kratica v angleškem jeziku se glasi: »Blefiraj, dokler ti ne uspe.« (prevod: Fake it until you make it). Ta pripelje do nastanka vzporednega sveta, v katerem si poskuša vsak prikazati življenje v popolni sliki in se pretvarjati, tako da izpade popolno.

Twitter preplavljajo valovi sovražnih sporočil, ki so nastrojena proti vsem, ki so po njihovo drugačni – od beguncev do muslimanov in temnopoltih. Pogosto je, da ljudje na spletu izražajo negativna mnenja in se iz dneva v dan skrivajo za anonimnimi imeni, ne da bi sprejeli odgovornost za svoja dejanja, v realnem svetu pa se le redko izpostavijo. Zaradi teh lastnosti je nastajanje in produciranje lažnih novic še lažje in enostavnejše.

Facebook in Twitter sta z razvojem funkcije objav in modeliranja vsebin v zadnjih petih letih prerasla v medijskega giganta brez zaposlenih novinarjev, kjer uporabniki dobijo vse informacije. Medtem ko tradicionalni mediji prikazujejo več plati zgodbe in raznolike vsebine, algoritmi in filtri na Facebooku uporabnikom prikazujejo le novice, ki so podobne tistim, ki so bile uporabnikom predhodno všeč. Bolj ko uporabnik všečka neko lažno novico, več podobnih objav bo videl, ne glede na njihovo verodostojnost.

Namesto platforme, kjer bi se izmenjevale ideje, se prek opisanega problema vzpostavljajo posamezne skupine ljudi s podobnim mišljenjem, ki ne prejmejo novice iz drugega zornega

kota. Resnica se v takem okolju težko prebije na plano, saj nam je vsečnost objav pomembnejša od verodostojnosti.

Družbena omrežja nimajo standardne uredniške politike, ki bi izločala neverodostojno in žaljivo vsebino, temveč odstranjuje zgolj motečo vsebino. Ta vsebina je po večini primerov mučenje živali, kri ali pornografska vsebina. Tako se preko tisoč zaposlenih na Facebooku vsakodnevno sooča z več tisočimi pritožbami uporabnikov, ki zahtevajo umik vsebine zaradi nadlegovanja, groženj ali sovražnega govora. Zaradi poseganja v objave uporabnikov in ne kvalitetno moderiranje sta postala Facebook in Twitter tarča kritik, saj naj bi v primeru preteklih ameriških volitev dopuščala podpihovanje sovraštva in nasilja, ko je bil vir objav predsednik Združenih držav Amerike Donald Trump, v primeru objav njegovih nasprotnikov pa sta objave vestno brisala.

Mnogi uporabniki, ki se zavzemajo za uresničevanje raznih javnih pravic, se obračajo na Facebook, zato je njihov pritisk sprožil, da je predsednik uprave Facebooka Mark Zuckerberg sprejel odgovornost in začel naznanjati spremembe v pozitivni smeri.

Do konca leta bo za varnost na Facebooku skrbelo 20 000 ljudi. Po besedah ustanovitelja Marka Zuckerberga naj bi začeli vlagati tudi v umetno inteligenco, ki bi sčasoma pregledovala vsebine, a kritiki opozarjajo, da algoritmi le brišejo vsebine, ki niso v skladu z zakoni, niso pa sposobni razumnega odločanja. (Velikonja, 2017)

Ideja o trgu kot viru resnice ni nova; nekdanji predsednik ZDA, Thomas Jefferson, je v začetku 19. stoletja dejal: ".../ da moramo tolerirati *napake v mišljenju* ... dokler obstaja razum ki se lahko s temi napakami sooči," seveda ob predpostavki, da trg deluje kolikor toliko solidno in da sam izloči neresnico in poudarja resnico. Žal pa temu v dobi kapitalizma ni tako, saj ima kapital preveliko moč in lahko kupi skoraj vse. A žal s samo-regulacijo to ni uspelo, saj Facebook služi milijarde dolarjev z oglaševanjem, tako da je pritisk ekonomskega kapitala prevelik. (Velikonja 2017)

Facebook in Twitter sta postala medijski družbi, ki oblikujeta javno mnenje o pomembnih političnih vprašanjih in ne le platforme za povezovanje z družinskimi prijatelji, ki živijo daleč po svetu. S pričetkom marketinga in prodaje preko družbenih omrežij so se pravila igre spremenila. Kapital je prehitel prva načela družbenih omrežij: druženje brez pravil in ovir. Glede na to, da Facebook poganja denar, je jasno, da se morajo za svoj obstoj prilagajati podjetjem in multinacionalkam.

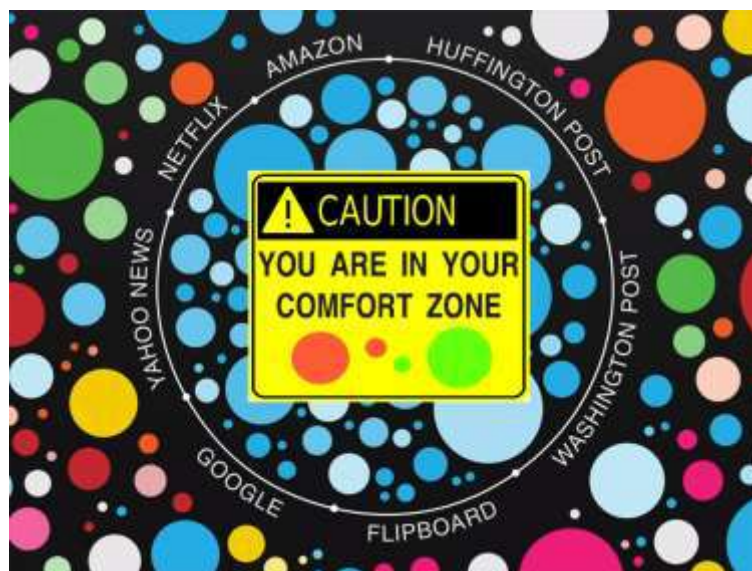
Uporabniki plačujejo uporabo Facebooka z vsečki in kliki. Ameriški avtor več knjig o informacijski tehnologiji, Nicholoas Carr, ugotavlja, da več več povezav kot si ogledamo in več povezav kot kliknemo, boljše priložnosti dobi Google za zbiranje informacije o nas. Google je omogočil cenejše in hitrejšje brskanje med podatki, zato pa uporabniki pred računalniškimi zasloni preživimo vedno več časa in tako pustimo digitalne sledi, za katere so oglaševalci pripravljene plačati. (Carr, 2018)

Zardi optimizacije oglaševanja tako podjetja preko teh podatkov prilagajo reklame posameznikov - temu se reče targetiranje. Če na primer iščemo letalsko karto za potovanje v Ameriko, se bo po tem iskanju na kasnejšem brskanju po spletu pojavil cel kup oglasnih sporočil, ki nam ponujajo ugodne nastanitve in Transporte v Ameriki.

Facebook in Google te podatke prodajata vsem – korporacijam in tudi političnim skupinam. Vsaka skupina dobi tako targetirano objavo. Facebook je danes zaradi prodaje podatkov in oglaševalskih storitev peta najbolj dobičkonosna znamka na svetovnem trgu. (Drevenšek in Kovič, 2018),

Če želi biti Facebook verodostojen in zanesljiv vir informacij, bo moral za vsebino novic plačati. S tem bo v ospredju novic želja po kvalitetnih vsebinah in ne financiranje s pomočjo reklam.

### Filtririni mehurčki



Slika 10 - Simbolični prikaz filtrirnih mehurčkov (<http://ucm.teleshuttle.com/2012/10/filtering-for-serendipity-extremism.html>)

Filtrirni mehurčki so stanje intelektualne izolacije, ki je lahko rezultat prilagojenih iskanj, kadar algoritem spletnega mesta selektivno ugane, katere informacije si želi uporabnik pridobiti; le-te dobi s pomočjo na primer lokacij, preteklega vedenja klikanja in zgodovine iskanja. Posledično se uporabniki ločijo od informacij, ki se ne strinjajo z njihovimi stališči in jih učinkovito izolirajo v svojih kulturnih ali ideoloških mehurčki. Najpomembnejši primeri so Google prilagojeni rezultati iskanja in osebni profili Facebooka. Učinek mehurčkov ima lahko negativne posledice za debato ob pomembnih temah. Ljudje zagovarjajo le podobne argumente in ne dobijo realne predstave.

Filtrirni mehurčki odigrajo pomembno vlogo pri razumevanju širjenja lažnih novic. Interpreti s prejetjem novic ene plati zgodbe ne vidijo komentarjev in poročanja nasprotnih mnenj, kar bi jih spravilo v pozitivni dvom – da bi informacije dejansko preverili.

### **Kako lahko je kupiti vsečke in sledilce?**

Kar današnja družba ceni in kar pospeši širjenje novic, je količina vsečkov in sledilcev na družbenih omrežjih, pridobitev takšnega ugleda pa je iz dneva v dan lažja.

Ameriško podjetje za kibernetično varnost Trend Micro je iskalo cene za določene storitve na spletu. Ugotovili so, da angleško podjetje Quick Follow Now za 25 dolarjev pridobi uporabniku 2 500 sledilcev za Twitter, ki bodo vsečkali, kar objavi, podjetje SMOService pa za 621 dolarjev naredi dvominutni video in ga objavi na prvi strani YouTube z uporabnikovega kanala. Spletna stran Headline plus lahko za 10 dolarjev omogoča pisanje in pošiljanje medijskih sporočil.

Lažne novice, ki so sprožile proteste v zvezni državi Minesota, naj bi stale 200 000 dolarjev. Več kot 1000 ljudi se je na spletu začelo pogovarjati in deliti laži, nato pa so kupili 40 000 vsečkov za vsako novico. S pomočjo Facebook algoritmov so tako novice hitro prišle v domove nacionalistov in nasilje je bilo pred vrati. Podjetje Trend Micro je pripravilo poročilo, v katerem so ugotovili, da bi bilo za vplivanje na politično kampanjo dovolj 400 000 dolarjev in 12 mesecev dela. (Drevenšek in Kovič, 2018)

### **Vpliv družbenih omrežij in širjenje informacij**

Pospešena digitalizacija in razvoj družbenih omrežij sta močno pospešila produkcijo, distribucijo in diskurz o lažnih novicah. K temu je pripomogla povečana dostopnost do interneta in mobilnih telefonov, zelo enostavna uporaba in poznavanje mlajše generacije z novimi tehnologijami ter nizki stroški uporabe interneta, postavljanja spletnih strani in obiskovanja teh strani. Računalniški algoritmi, ki vedo, kaj si želimo, pomagajo pri naši izoliranosti in nam zamegljijo realne predstave o dogajanju v svetu. Ne moremo pa mimo dejstva, da je z internetom omogočeno skrivanje identitete; veliko ljudi dobi pogum in s pomočjo anonimnosti hitreje izrazi svoje mnenje, hkrati pa dela stvari, za katere ne prevzame odgovornosti (deljenje nasilnih vsebin, deljenje pornografije ...).

### **Preveč informacij**

Dr. Marko Milosavljević, profesor na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani, je opisal današnje stanje pri uporabi interneta in družbenih omrežij: »Čeprav vsi govorijo o tem, da živimo v času Velikega brata oziroma Big Brotherja, se vseeno zdi, da v dvoboju dveh velikih napovedovalcev prihodnosti, Georga Orwella in Aldousa Huxleyja, vendarle ne zmaga Orwell, temveč Huxley. Navsezadnje se je, kot je opozoril Neil Postman, Orwell bal tistih, ki bi nam odtegnili informacije, Huxley pa se je v svojem prvencu Krasni novi svet bal tistih, ki bi nam dali tako veliko informacij in vsebin in zabave, da bi nas zreducirali na pasivnost in egoizem.

Orwell se je bal, da nam bo resnica prikrita, Huxley se je bal, da bo resnica utopljena v morju nepomembnosti in irelevantnih informacij. In do tega je prišlo z množično informacijo, kjer danes ni problem poiskati informacij, ampak med množico podatkov te informacije prečistiti in dobiti pravo sliko.«

(Milosavljević, 2017)



## KAKO SPREJEMAJO NOVICE NAŠI MOŽGANI?

### Kognitivne znanosti

Lažne novice lahko izkrivijo prepričanja ljudi tudi po tem, ko so razkrite za lažne. Nedavna raziskava, objavljena v časniku *Intelligence*, je pokazala, da imajo nekateri velike težave z zavračanjem novic, ki so kasneje proglašene za lažne. Na tiste ljudi, ki so na testu kognitivnih sposobnosti dosegli nižje rezultate, so lažne novice vplivale kot resnične še dolgo po tem, ko so jih ovrgli. Študija je šteta med pomembna odkritja, saj ugotavlja, kaj je pri posamezniku oz. posameznici glavni dejavnik za ranljivost v primeru lažnih novic.

Kognitivnost je mentalno delovanje ali proces pridobivanja znanja in razumevanja misli, z izkušnjami in čutili. Vključuje procese, kot so znanje, pozornost, spomin in delovni spomin, presojanje in vrednotenje, sklepanje, reševanje problemov in odločanje, razumevanje in izdelava jezika. Človeška kognitivnost je zavedno in nezavedno, konkretno ali abstraktno, pa tudi intuitivno (kot je znanje jezika) in konceptualno (kot model jezika).

Najpomembnejša misel v povezavi z lažnimi novicami, ki nam lahko služi kot vodilo pri reševanju problema, je: »Tudi ko jo negiraš, to misel okrepiš, saj ideja ostane v tvojih možganih.« Vsakič ko o tem razmišljamo, se sinapse še bolj okrepijo in novice so del našega spomina.

Geroge Lakoff, ameriški kognitivni lingvist in filozof prikazuje, kateri so bili ključni elementi Trumpovega uspešne retorike:

- na začetku poudari bizarne stvari,
- napade sporočevalce, medije in
- govori čudne in neverjetne stvari (sploh o npr. muslimanih, ženskah in postavitvi zidu).

Prav tako so pomembno vlogo k prepoznavnosti in brezplačni promociji odigrali mediji. Ob poročanju so prevečkrat poudarjali, prikazovali in ponavljali stvari, ki jih je povedal. Kot bomo videli v nadaljevanju, je to početje le v prid širjenju lažnih novic. Predstavljajte si, da bi vam sedajle rekli: »*Ne si zamišljati roza slona!*«

Pomembnost kognitivnega mišljenja so dokazali tudi na univerzi Ghent v Belgiji. Raziskovalca Jonas De Keersmaecker in Arne Roets sta pripravila osebne teste, katere je rešilo 400 testirancev, nato pa so jih naključno razdelili v dve skupini: skupino A in skupino B. Skupina A je prebrala biografske značilnosti mlade ženske po imenu Nathalie, ki je delala kot medicinska sestra v bolnišnici. Poleg njenega osebnostnega profila je pisalo tudi, da je bila aretirana zaradi 2-letne kraje zdravil iz bolnišnice, katera je nato prodajala, da si je lahko privoščila obleke dražjih znamk. Testiranci skupine A so nato morali predstavljeno žensko oceniti na lestvici zanesljivosti in iskrenosti, po tem pa so rešili še test kognitivnih sposobnosti. Kasneje so prejeli obvestilo, da je bil zapis o kriminalnem dejanju Nathalie lažna novica; testiranci so nato ocenili Nathalie na podlagi ostalih resničnih podatkov še enkrat. Skupina B pa je imela podobno nalogo, ki pa se je razlikovala v pomembnem faktorju: Nathalie so morali oceniti na podlagi enake biografske zgodbe, le, da tokrat lažna novica ni bila zapisana. Ocenili so jo torej le enkrat.

Rezultati so pokazali, da so testiranci skupine A ocenili Nathalie veliko bolj negativno kot tisti iz skupine B. To je bilo seveda pričakovano, saj jim je bilo sprva rečeno, da je kriminalka in tatica. Kar je bilo zanimivo, je bilo vprašanje o tem, ali bo kognitivno mišljenje posameznika (predvsem v skupini A) dovolilo prilagoditev in ponovno oceno Nathalie po tem, ko so izvedeli, da je bila njena kriminalna preteklost lažna novica. Testiranci so na to odgovorili pritrdilno: testiranci z višjimi kognitivnimi sposobnostmi so svoje druge ocene (torej po tem, ko so izvedeli, kaj je bila resnica in kaj ne) prilagodili, medtem ko so imeli tisti z nižjimi kognitivnimi sposobnostmi večje težave s ponovno oceno oz. so se težko znebili prvega vtisa, ki so ga dobili iz lažnih podatkov. Do enakih rezultatov oz. potrditve te hipoteze so raziskovalci prišli tudi po tem, ko so preverili statistične podatke o dovezetnosti (voljnosti, da so spremenili svoje mnenje po tem, ko je bilo le-to napačno) in avtoritarnosti (nestrpnosti do drugih) glede na osebni test. Kot povzetek, četudi je bila oseba dovezetna in strpna, a je imela nizke kognitivne sposobnosti, je imela težave s prilagajanjem na lažno novico, ko je drugič ocenjevala profil Nathalie.

Ena od možnih razlag temelji na teoriji, da človekova kognitivna sposobnost odraža, kako dobro lahko ureja njihov delovni spomin za obdelavo informacij. V tej teoriji, ki sta jo najprej predstavila kognitivna psihologa Lynn Hasher in Rose Zacks, so nekateri ljudje bolj nagnjeni k "mentalnemu neredu" kot drugi. Nekateri ljudje težje zavržejo podatke iz svojega delovnega spomina, ki niso več pomembni za trenutno nalogo - ali, kot v primeru Nathalie, informacije, ki so bile diskreditirane. Raziskave o kognitivnem staranju kažejo, da se v odrasli dobi ta sposobnost znatno zmanjša s starostjo, kar kaže na to, da so starejši odrasli še posebej občutljivi na lažne novice. Še eden izmed razlogov, zakaj imajo kognitivne sposobnosti pomembno vlogo pri obravnavanju lažnih novic, je izobraženost ljudi. Visoko izobraženi ljudje so na njih bolj odporni, saj z izobraževanjem razvijejo meta-kognitivne sposobnosti - strategije za spremljanje in regulacijo lastnega razmišljanja, ki se lahko uporabijo za boj proti lažnim novicam.

Medtem pa druge raziskave razkrivajo mehanizme, na katerih vplivajo zavajajoče informacije. Ponavljanje napačne trditve povečuje verjetnost in ji daje občutek, kar je Stephen Colbert imenoval »truthiness«. Znano kot *iluzija resničnega učinka*, so ta pojav v laboratoriju raziskovali Lynn Hasher in njegovi sodelavci.

V treh dneh so poslušali trditve, ki jim lahko verjamemo. Vsako so morali oceniti ali se jim je zdela verjetna ali ne. Polovico od njih je bilo dejansko resničnih, kot npr.: »Avstralija je površini velika približno toliko kot ZDA«, medtem ko je bila druga polovica neresničnih: »Zachary Taylor je bil prvi predsednik ZDA, ki je umrl v času predsednikovanja (prvi je bil v resnici William Henry Harrison).« Nekateri izjave so bile ponovljene skozi eksperiment, nekatere pa nikoli. Nekateri izjave so bile ponovljene čez nekaj dni, druge pa so bile predstavljene le enkrat. Rezultati so pokazali, da se je povprečna ocena verodostojnosti povečala iz dneva v dan za ponavljajoče se izjave. Pri ne ponavljajočih se izjavah pa je ocena ostala konstantna, kar kaže na to, da so testiranci ponavljajoče se izjave avtomatsko vzeli za točne. (Hambrick in Marquardt, 2018)

Kognitivne sposobnosti in ranljivost ljudi so izkoristili že nacisti v obdobju 2. sv. vojne. Hitler je v svojem delu *Moj boj* (Mein Kampf) zapisal: *Umetnost propagande je v tem, da ujame*

čustveno reakcijo velikih množic in odkrije psihološke ustrezne oblike, načine, ki bodo budili radovednost in pot do srca najširše populacije.« Zavedal se je pomena vztrajnosti, ki pa je ključna za uspehe. Nacistična taktika podpihovanja sovraštva s pripisovanjem krivic marginaliziranim skupinam in elitam, pomešana s tradicionalnim nemškimi nacionalizmom, je postala vabljiva za različne skupine. Vse to je počel preko izrabe izobraževalnega sistema, gledališča, filma, literature, medijev in radia. Dodajal je še: »Široke ljudske množice se dajo lažje spriditi v globljih plasteh svoje čustvene narave, kakor pa zavestno ali hote. Zato v primitivni preproščini svojega duha lažje nasedejo debelim lažem kakor majhnim, saj se sami večkrat poslužujejo malih laži, a bilo bi jih sram lagati in slepariti na veliko. Njim samim nikoli ne bi prišlo na misel, da bi lahko drugi nesramno pačili resnico. Od debele, nesramne laži vedo nekaj ostane, celo takrat, ko ji pridejo na sled.«

Joseph Goebbels, vodja propagande in tesni sodelavec Hitlerja je izjavil: »Laž izrečena enkrat ostane laž. Laž izrečena tisočkrat postane resnica.«

(Ajlec, 2017)

Novejše raziskave so pokazale, da nas tudi poznavanje resnice ne zavaruje pred njeno iluzijo. Ena od teh raziskav je nastala leta 2015, objavljena pa je bila v Journal of Experimental Psychology: General.

Lisa Fazio in njeni sodelavci so testirancem rekli, naj ocenijo izjave glede na njihov zanimanje. Po metodi Lynna Hasherja je bilo nekaj izjav med njimi neresničnih. Testiranci so nato ocenjevali resničnost izjav na lestvici od 1 do 6. Nekaj izjav je bilo ponovljenih iz prvega niza. Na koncu eksperimenta so morali testiranci odgovarjati na vprašanja, ki so vključevala podatke iz prejšnjih izjav.

Rezultati so pokazali, da ponavljanje trditve povečuje sprejemanje izjave kot resnične, četudi so bila ponavljajoča se dejstva znana kot napačna; če je testiranec pravilno odgovoril na vprašanje: »Kaj je največji ocean na Zemlji?« z odgovorom: »Tihi ocean,« je ob večkratnem poslušanju trditve: »Atlantski ocean je največji ocean na Zemlji,« na testu odgovoril napačno. Ko je bila postavljena trditev znana zaradi ponavljanja, so testiranci zanemarili njihovo lastno znanje in odgovarjali na podlagi stavkov, ki so jih večkrat poslušali.

Te študije pripomorejo k znanstvenemu razumevanju problema lažnih novic, ki je podlaga za dokazni pristop k reševanju problema. Priporočilo, ki izhaja iz raziskav, je lastni »fact checker« (pregledovalec dejstev). Če ste prepričani, da je neka trditev resnična, se vprašajte, zakaj. Ali je to zato, ker imate verodostojne dokaze, da je trditev resnična ali pa samo zato, ker ste vedno znova naleteli na zahtevek? Prav tako se vprašajte, ali poznate kakršnekoli dokaze, ki to zahtevajo.

(Hambrick in Marquardt, 2018)

## DEMOKRACIJA IN MEDIJI

### *Svoboda govora kot temelj demokracije*

V Ameriki svoboda govora pomeni, da država in njeni organi ne morejo prepovedati ali omejiti govora, razen v izjemnih primerih. Govor pri njih pomeni ne le pisano in govorjeno besedo, temveč tudi simbolična dejanja, kot so oblačila s sporočili ali zažigi zastav. Vzrok za široko svobodo govora je domneva, da v transparentnem dialogu, kjer različne ideje tekmujejo med seboj, zmaga najboljša. Ker naj bi na trgu idej zmagala resnica, resnejše prepovedi niso potrebne. (Velikonja, 2017)

Na pasti, ko država postane »varuhinja resnice« v [Guardianu](#) opozarja Kenan Malik. Pred družbenimi omrežji Facebook so bile glavni prostor pogovora kavarne. V 17. stoletju je zaradi njih kraljevske kroge v Veliki Britaniji zagrabil panika, ker so ugotovili, da so postale forumi za ljudi, ki se niso strinjali s politiko. Karel II. je leta 1672 objavil razglas o »omejevanju širjenja lažnih novic«, ki so hranile splošno nevoščljivost in nezadovoljstvo z vsem, kar je bilo po mnenju njegovega veličanstva dobro. (Kocbek, 2018)

Danes, 350 let kasneje, zakonodajalci po svetu iščejo možnosti, da bi na enak način omejili širjenje lažnih novic.

Leta 1675 je Karel II. objavil nov »razglas za odpravo kavarn«. Njihovo prepoved je zahteval zaradi »izmišljanja številnih lažnih, škodoželjnih in škandaloznih poročil in njihovega širjenja v tujino«. Današnji poskusi za nadzor današnjih lažnih novic z ekvivalenti ukinitve kavarn so enako napačni in nevarni. Lastniki kavarn v 17. stoletju so bili prisiljeni sprejeti ukaz, da lahko samo »lojalni ljudje« dobijo dovoljenje za delovanje kavarne in da so dolžni obvestiti kralja o vsem, kar »vedo ali slišijo, da se škodljivega govori o vladi«. Ko govorimo o lažnih novicah in njihovem omejevanju oziroma preprečevanju, je treba biti previden. (Kocbek, 2018)

Največ lažnih novic v ZDA se nanaša na politične teme, ki sicer nasilja ne spodbujajo, medtem ko so v drugih delih sveta lažne novice večinoma namenjene občutljivejšim področjem, kot so veroizpoved, etične in rasne razlike in spodbujanje nasilja. To pripelje do zameglitve, da ne vemo več, kaj so dejstva oziroma resnice in kaj so laži, ljudje pa potrebujemo dejstva, da lahko oblikujemo mnenja in sodelujemo v političnem dialogu in procesih. Čim je to oteženo, se težko vključujemo v polnem smislu v politično življenje. Možnost odločanja na podlagi zanesljivih informacij je danes eden izmed temeljev svobodne družbe.

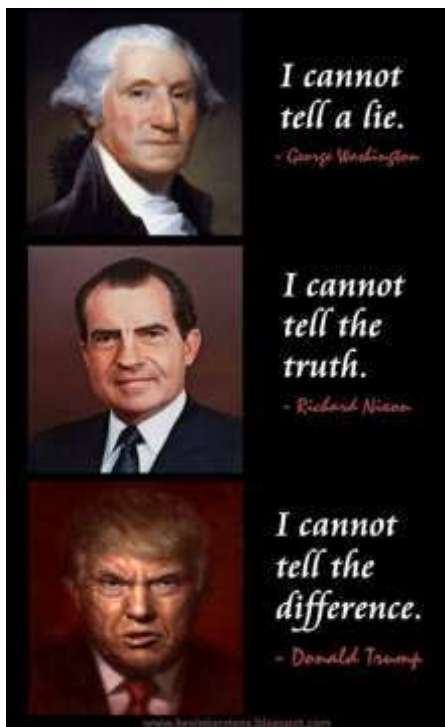
Čim več različnih virov imamo, več lahko dvomimo in preverjamo dejstva. Ko govorimo o agnostičnem dvomu (da bistvo stvari ni dostopno človeškemu spoznanju) je ta dobrodošel za diskurz in demokratične procese, ko pa je v dvomu čutiti cinizem in to ni več konstruktivni dvom, nam v demokratičnih procesih ta ne pomaga.

## Populizem

Akademik Jan-Werner Müller v svoji knjižici *Kaj je populizem* ugotavlja, da se populistki razkrijejo s tem, ko svojim političnim nasprotnikom ali nekaterim skupinam državljanov odrekajo legitimnost. Populisti vedno izključujejo druge, trdijo, da so edini legitimni predstavniki ljudstva, izključujejo vse, ki ne ustrezajo njihovi simbolični podobi za »prave ljudi«. Zato morajo drugi politiki poskrbeti za demokracijo, pravi Müller, v *Guardianu* piše Paul Chadwick. (Trampuš, 2018)

Populistične stranke v manjši meri spoštujejo in ne spoštujejo institucij, ki so ključne za demokracijo, kot npr. sodišča in šole. Nedemokratični so tudi, ker si ne želijo pluralne populacije. Želijo si enega naroda v svoji državi.

Pri svojem delu uporabljajo moderne metode: internet, družabna omrežja, širjenje lažnih novic, ustvarjanje virtualnih svetov ipd. S pomočjo digitalizacije ustvarjajo alternativni svet, ki ga prikažejo kot boljšega, popolnega in predvsem pomembno dosegljivega ob njihovi izvolitvi. S pomočjo družbenih omrežij le-ta omogočajo populistom stakati navidezne osebne vezi med njimi in posameznikom na drugi strani ekrana. S tem aktivirajo volivce, ki so nujno potrebni za njihov obstoj.



Slika 11 - Satirična prisposoba (<http://www.futrumppence.com/>)

V trenutnem okolju je bolje, da je pravno reguliranje lažnih novic omejeno, saj bi s preostro zakonodajo (pre)hitro pozabili, kaj je svoboda govora. Najbolj prepričljiva rešitev je v izobraževanju tako mladih kot starih. Izobraževanje bi se moralo ukvarjati s smislom in vlogo kvalitetnega novinarstva in s pomenom medsebojnega dialoga, kjer so za demokracijo ključna vsa mnenja. Več o pomenu socializacijskih procesov, ki vključujejo medijsko pismenost, spregovorimo v nadaljevanju.

## KAKO SE PROBLEM LAŽNIH NOVIC REŠUJE V EVROPI?

### Kako postopa EU

Evropska Unija se zaveda problema dezinformacij in zavajajočih informacij. V ta namen je Evropska komisija v januarju 2018 imenovala 39 - člansko komisijo strokovnjakov, predstavnikov medijev, tehnoloških gigantov in civilne družbe, v kateri je tudi Slovenec Žiga Turk. Visoka Skupina Strokovnjakov (High Level Expert Group) ima vlogo predvsem pri pripravi strateškega načrta za spopadanjem z lažnimi novicami v EU. Poleg tega naj bi skupina analizirala kako uporabniki, bralci, poslušalci v EU zaznavamo lažne novice, koliko se zavedajo dezinformacij in zavajajočih informacij in koliko zaupajo medijem.

Evropska Komisija je v svoji izjavi poudarila, da je cilj pri reševanju problema določiti akterjeve dolžnosti in hkrati spoštovati svobodo izražanja, medijski pluralizem in pravice državljanov do raznolikih in zanesljivih informacij.

Obširnejši politični odziv mora odsevati določene vloge različnih akterjev (družabnih omrežij, medijev novic in uporabnikov) in definirati njihove dolžnosti v luči številnih vodilnih načel. Ta vključujejo svobodo izražanja, medijski pluralizem in pravico državljanov do raznolikih in zanesljivih informacij. Najpomembnejši cilj Evropske Unije pa je, da bi našla prave rešitve, združljive s temeljnimi načeli, ki so uporabne za celotno Evropsko unijo.

V torek, 28. 2. 2018, je bilo na Evropski komisiji v Bruslju zasedanje na temo lažnih novic, ki ga je gostila evropska komisarka za digitalno gospodarstvo in družbo, Mariya Gabriel. Na zasedanju je bila tudi slovenska novinarka dr. Sonja Merlak, s katero smo se pogovarjali.

*V Bruslju napovedujejo predvsem sprejem kratkoročnih in dolgoročnih ukrepov preprečevanja lažnih novic, za katere vedo, da lahko vplivajo tudi na politiko.*

*A to ne pomeni, da so ukrepi za zdaj že znani.*

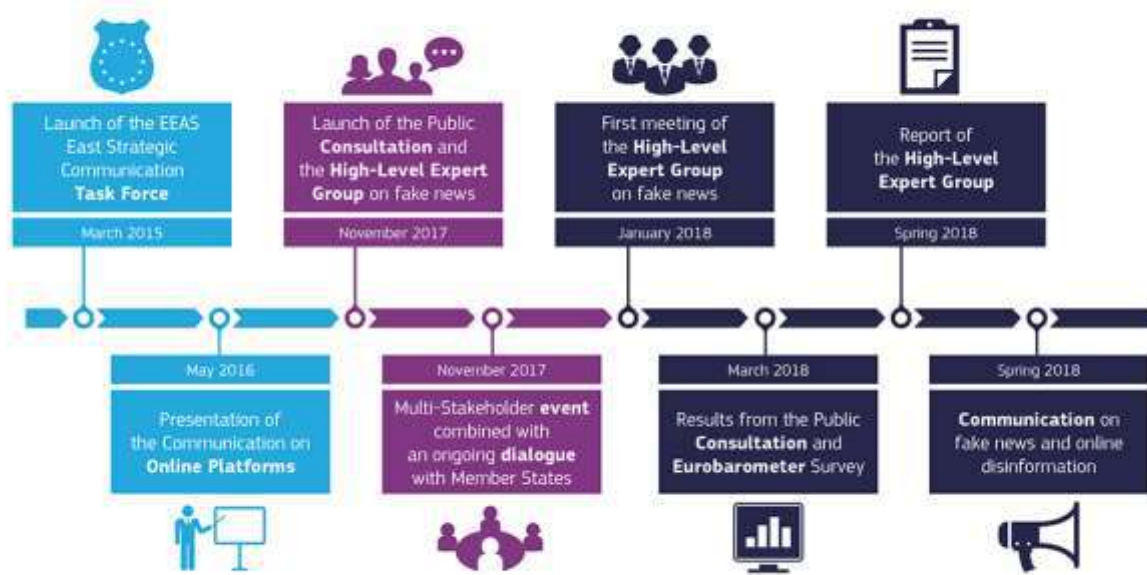
*Kot je včeraj povedala komisarka Mariya Gabriel, se zapleta že pri definiciji lažnih novic. Tudi občinstvo je v razpravi opozarjalo, da ne gre zgolj za lažne novice ampak za številne lažne vsebine.*

*V komisiji sicer pojasnjujejo, da je pač treba nekje začeti, zato so se najprej lotili lažnih novic. Razmišljajo o različnih ukrepih, denimo o samoregulaciji in regulaciji, o krepitvi izobraževanja na področju medijske pismenosti, o podpori kakovostnim medijem, vendar še ne vedo, kako naj bi jih podprli. Iščejo različna orodja, ki bi denimo v brskalnikih bolj verodostojne vsebine ponujal višje med zadetki.*

*Za zdaj je predvsem znano, da so izvedli obsežno raziskavo med zainteresirano javnostjo, v kateri je sodelovalo okoli 3000 ljudi in približno 200 pravnih oseb, med njimi tudi Zavod Časoris. Včeraj 28. 2. 2018 je bil kolokvij, med katerim so izvedli interaktivno anketo in zbirali razmišljanja od sodelujoči. Izpeljali so tudi Eurobarometer med državljani.*

*Da se je doslej trikrat sestala ekspertna komisija, ki svetuje EK, in da se bo še enkrat sestala marca. V marcu tudi napovedujejo objavo poročila z izsledki vseh teh raziskav in srečanj. Tako da konkretnih odgovorov še ni, trenutno razmišljajo, kaj bi naredili, s tem da veliko pozornosti namenjajo temu, da ne bi s svojimi ukrepi zamejili svobode govora in spodbudili cenzure. (Merlak, 2018)*

## Tackling Fake News in the EU



The Commission's Representations in the EU Member States and external delegations in third countries will participate in the debate and gather information on national rules and initiatives addressing the spread of fake news in their countries.

[#TackleFakeNews](https://twitter.com/TackleFakeNews) [bit.ly/tacklefakenews](https://bit.ly/tacklefakenews)

Slika 12 - Spopadati se z lažnimi novicami v EU ([https://twitter.com/eu\\_commission/status/930044794843402241](https://twitter.com/eu_commission/status/930044794843402241))

Evropska komisija bo v okviru reševanja problema lažnih novic:

- začela javno konzultacijo, da bi zbrala poglede širokega razpona interesnih skupin na temo lažnih novic; javni diskurz je bil odprt do 23. februarja 2018,
- dopolnila konzultacijski proces z Eurobarometrovo (statistični urad Evropske Unije) javnomnenjsko raziskavo, ki bo izšla na začetku leta 2018, z namenom izmeriti in analizirati dožemanje in zaskrbljenost prebivalcev EU glede lažnih novic,
- imenovala Visoko skupino strokovnjakov (High Level Expert Group), ki bo svetovala tudi glede političnih iniciativ z namenom boriti se proti lažnim novicam in širjenju dezinformacij na spletu,
- organizirala konferenco na temo lažnih novic za vse interesne skupine, da bi določila meje problema, ovrednotila učinkovitost rešitev, ki so že uveljavile s strani ponudnikov in da bi našla enotni konsenz glede ključnih načel za nadaljnje ukrepanje.

## Evropske države

Ena izmed raziskav Univerze v Oxfordu je pregledala 28 milijonov spletnih deljenj v političnih debatah in volitvah v ZDA, Združenem kraljestvu, Franciji in Nemčiji. Pokazala je, da je v Franciji razmerje pravih informacij proti lažnim in napačnim 7:1. V Združenem kraljestvu in Nemčiji je bilo to razmerje 4:1, kar pomeni da je bila kar vsaka 4. novica prirejena oziroma zavajajoča.

V ta namen so države sprejele različne ukrepe za reševanje problema lažnih novic. Nemčija in Francija sta na strani nadzora in se približujeta omejevanju svobode govora, Skandinavske države, Nizozemska, Velika Britanija so do tega zelo zadržane, Baltske države pa vidijo težavo v agresiji Rusije.

Nemška zakonodaja je primer ekstremnega prizadevanja vlad in regulatorjev za zajezitev lažnih novic in svobode govora na spletu, zato pa se zagovorniki svobode govora bojijo pretirane cenzure.

S 1. januarjem 2018 je v Nemčiji začel veljati zakon Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG), ki od družbenih omrežij zahteva mehanizem za pritožbe in odziv na njih. Družbena omrežja, kot sta Facebook in Twitter, bodo morala tako v roku 24. ur izbrisati lažne novice, saj jim v nasprotnem primeru grozi 50 milijonov eur vredna kazen. Za strožjo zakonodajo so se v Nemčiji odločili zaradi lažnih, rasističnih, ksenofobnih, proti muslimanskih zgodb, ki so krožile po Nemčiji v času begunske krize (leta 2016 in 2017). Facebook bo v ta namen do konca leta zaposlil 20 000 ljudi, ki se bodo ukvarjali z prijavi spletnih incidentov. Teh je bilo po poročanju nemške televizije Deutsche Welle v letu 2016 preko 250 000. (Drevenšek in Kovič, 2018)

### FRANCIJA

V začetku januarja je francoski predsednik Emmanuel Macron prisegel, da bo predstavil zakon o prepovedi lažnih novic na internetu med francoskimi volilnimi kampanjami. Pierre Haski, ki predseduje Novinarjem brez meja, je za francoski literarni reviji Le Nouveau povedal, da bo Macronov načrt končal s ciljanjem na sponzorirano vsebino in ne na lažne novice. »Biti moraš zelo previden, ko sestavljaš take vrsto legalno besedilo, saj se lahko hitro zgodi, da odpreš Pandorino skrinjico,« je opozoril.

## Slovenija in zakonodaja

V Sloveniji trenutno nimamo zakonodaje, ki bi se dotikala regulacije lažnih novic. Imamo pa nekaj zakonov, ki se tičejo delovanja na spletu in informacijske varnosti.

Koordinacijo razreševanja incidentov pri nas opravlja SI-CERT (Slovenian Computer Emergency Response Team), nacionalni odzivni center za obravnavo incidentov s področja varnosti elektronskih omrežij in informacij. Poleg tega opravlja tehnično svetovanje ob vdorih, računalniških okužbah in drugih zlorabah ter izdaja opozorila za upravitelje omrežij in širšo javnost o trenutnih grožnjah na elektronskih omrežjih.



Zakoni, ki trenutno urejajo tudi področje informacijsko varnosti, so:

- *Kazenski zakonik RS* (KZ-1-UPB2, Ur.l. RS št. 50/2012, 29.6.2012)
- *Zakon o elektronskih komunikacijah* (ZEKom-1, Ur.l. RS št. 109/2012, 31.12.2012)
- *Zakon o elektronskem poslovanju na trgu* (ZEPT-UPB2, Ur.l. RS št. 96/2009, 27.11.2009)
- *Zakon o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu* (ZEPEP-UPB1, Ur.l. RS št. 98/2004, 9.9.2004)

## BOJ Z LAŽNIMI NOVICAMI

Ameriški rek pravi: »Če tvoja mama pravi, da te ima rada, to preveri.«

Če bomo želeli rešiti probleme lažnih novic, bomo morali stopiti skupaj in delovati na več različnih področjih naenkrat. Le tako bomo lahko zaznali lažne novice, opozarjali na njihovo nastajanje in ozaveščali ljudi o njihovi problematiki.

V trenutnem okolju je bolje, da je pravno reguliranje lažnih novic omejeno, saj bi s preostro zakonodajo (pre)hitro pozabili, kaj je svoboda govora. Najbolj prepričljiva rešitev je v izobraževanju tako mladih kot starih. Izobraževanje bi se moralo ukvarjati s smislom in vlogo kvalitetnega novinarstva in pomenu medsebojnega dialoga, saj so za demokracijo ključna vsa mnenja.

### Kako prepoznati lažne novice?

IFLA, Mednarodno združenje knjižnic je izdalo infografiko, s katero si lahko pomagamo, kadar smo v dvomih, ali je novica točna ali ne.

#### 1. Preveri vir

Razišči spletni portal, preveri njegovo poslanstvo ter poišči kontaktne podatke.

#### 2. Preberi celotno novico

Naslovi so lahko zavajajoči. O čem novica sploh govori?

#### 3. Preveri avtorja

Preveri, kdo je avtor novice. Mu lahko zaupaš? Je to resnična oseba?

#### 4. Dodatni viri

Klikni na povezave v novici in preveri, ali potrjujejo informacije v novici.

#### 5. Preveri datum

Ponatisnjene novice niso nujno aktualne.

#### 6. Je to šala?

Če je novica preveč nenavadna, gre morda za šalo. Prouči portal in preveri avtorja.

## 7. Ozavesti predsodke

Razmisli, ali tvoja prepričanja vplivajo na presojo.

## 8. Vprašaj strokovnjake

Vprašaj knjižničarja ali novico preveri na portalih za preverjanje informacij.



Slika 13 - Kako prepoznati lažne novice ?  
(<https://casoris.si/wp-content/uploads/2017/12/How-To-Spot-Fake-News-Slovenian.iaa>)

## Izobraževanje, družina in socializacija

V modernih družbah so množični mediji vedno bolj pomemben dejavnik socializacije.

Današnji mladostniki so prva generacija, ki je bila tako močno zaznamovana z vsemi spremembami v medijskem prostoru, od risank na televiziji do uporabe mobilnih teflonov v vseh okvirih našega vsakdana.

Mladi so dandanes še posebej ranljivi, saj straši nimajo več nadzora nad vsebinami, do katerih njihovi otroci lahko dostopajo, ne glede a to, ali so le-te primerne zanje ali ne. Skozi medije mladi sprejmejo različne vrednote, ki jih ponotranjijo in ki vplivajo na njihova stališča. A te vrednote so lahko tudi negativne, npr. neprestano gledanje nasilja v filmih poveča neobčutljivost zanj in posameznik ga sprejema kot samoumevno.

Temu pojavu pravimo medijska konstrukcija realnosti. Življenje, kot ga vidimo na televiziji in internetu se nam zdi popolno in skušamo se ga oklepati, ga posnemati. Še posebej nevarni so lepotni ideali, ki mlade vodijo do sprememb v njihovem doživljanju telesa, to pa vodi do resnejših težav, kot npr. prehranjevalnih motenj.

Mediji so največkrat uporabljeni za zabavo in sprostitev, oblikovanje samega sebe, obvladovanja stresnih in občutljivih situacij (eskapizem – pobeg iz realnosti v kulturo) in ustvarjanja novih družbenih povezav oziroma skupnosti.

Pomembno je, da se vseh teh stvari zavedamo, saj lahko le tako pripravimo učinkovito medijsko vzgojo. Ta se mora pričeti že v družini s primarno socializacijo in nadaljevati v vrtcih ter šolah s sekundarno socializacijo. Medijsko ozaveščanje je proces, ki traja in se ne bi smel nikoli zaključiti. Če želimo posameznike, ki bodo medijsko ozaveščeni, bodo ti potrebovali podporo na vseh korakih.

### **Pilotni projekt v Sloveniji**

Odličen primer medijske vzgoje je Zavod Čaroris. V namen ozaveščanja in prepoznavanj lažnih novic je Zavod v sodelovanju z Društvom novinarjev Slovenije začel izvajati delavnice medijske pismenosti. Projekt je začela dr. Sonja Merljak Zdovc, ustanoviteljica in odgovorna urednica spletnega časopisa za otroke Časoris. Zaenkrat izvajajo delavnice v sedmih razredih štirinajstih slovenskih šol, a si želijo, da bi jih vključili v šolski kurikulum.

Delavnica je odličen primer ozaveščanja in usposabljan mladih na tem področju. Dolgoročno bi tak tip delavnic in izobraževanj spreminjal navade uporabnikov medijev in nas tako pripeljal do večje samoregulacije medijev.

(Bandur, 2017)

### **UPORABA TEHNOLOGIJE**

#### **Slovenska iznajdba IJS**

Slovenski znanstveniki na Inštitutu Jožefa Stefana so v letu 2017 razvili sistem za spremljanje globalnih medijev. Sistem z imenom Event Registry v realnem času spremlja preko 30 000 medijskih virov iz celotnega sveta. Prednosti sistema so predvsem iskanje, pregledovanje in analiza svetovne družbene dinamike. Trenutno je na voljo brezplačno, pri svojem delu pa ga uporabljajo globalne organizacije kot npr. BBC, IBM, Pinterstet, Reuters, univerzi Harvard in Stanford itd. (Drevenšek in Kovič, 2018)

#### **Portali za preverjanje informacij**

Za pomoč posameznikom oziroma novinarjem pri iskanju točnih novic v kopici informaciji si lahko pomagajo s spodnjimi portali. Ti so namenjeni predvsem iskanju in preverjanju podatkov:

<https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/>

[https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/?utm\\_term=.217d0b550c0b](https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/?utm_term=.217d0b550c0b)

<https://www.snopes.com/category/facts/>

<http://www.politifact.com/>

#### **Algoritmi**

Google je na primer izumil »vzvraten« program, ki omogoča iskanje izvora in avtorjev slik, ki že krožijo po internetu, še vedno pa nimamo javno delujočega programa za iskanje izvora video posnetkov in programa, ki bi lahko avtomatično pravočasno prebral besedilo na t. i. memsih in neprimerne vsebine odstranil. Potrebovali bi bolj sofisticirane in dostopnejše pripomočke in programe, s katerimi bi identificirali problematične vizualne vsebine. V naslednjih letih bo to gotovo omogočil še razvoj tehnologije umetne inteligence. Pomembno je, da se inženirji, ki razvijajo nove produkte, pripomočke in platforme, izobražujejo tudi o nepričakovanih in namernih posledicah algoritmov, ki jih napišejo.

## Štirje pomembni akterji

V okviru reševanja problema lažnih novic se je potrebno tega lotiti s pomočjo različnih pristopov in še pomembneje - z različnimi akterji. Najpomembnejša dejavnika pri problemu sta regulacija in samoregulacija.

Pri sami regulaciji je potrebno paziti na:

- medijski pluralizem,
- človekove pravice in
- svobodo govora.

Spodaj so predstavljeni glavni štirje akterji, ki morajo za boljše razmere na tem področju stopiti skupaj in se pogovarjati o rešitvah in posledicah. Vsaka od teh skupin pa lahko dela na svojem področju.

### 1. Uporabniki:

- kritični bralci in poslušalci novic
- izobraževanje javnosti o problemu lažnih novic
- zavreči vsebino ki ni primerna in točna
- pomembno je da ne širijo nekorektnih novic

### 2. Ponudniki storitev:

- Ustanoviti mednarodni svetovalni svet, katerega cilj bo omejevanje informacijskih motenj.
- Zagotoviti raziskovalcem podatke o pobudah za izboljšanje družbenega dialoga.
- Sodelovati z ostalimi ponudniki in skupaj reševati probleme
- Ustrezno zmerna ne-angleška vsebina.
- Biti pozorni na avdio / vizualne oblike zavajajočih in dezinformacij.
- Zagotovite metapodatke zaupnim partnerjem v namen izboljševanja problema.
- Izdelajte orodja za preverjanje dejstev in fotografij..
- Izdelati sistem ugotavljanja avtentnosti.
- Delo na rešitvah, posebej namenjenih zmanjševanju vpliva mehurčkov v filtru:
  - a. Uporabnikom omogočite prilagoditev algoritmov za raziskovanje in iskanje.
  - b. Raznolikost izpostavljenosti različnim osebam in pogledom.
  - c. Uporabnikom omogočite, da zasebno porabijo informacije.
  - d. Spremenite terminologijo, ki jo uporabljajo socialna omrežja.

### 3. Državne institucije

- Regulacija oglasov in reklam
- Ustanovitev komisij za raziskavo, urejanje in omejevanje širjenja informacijskih motenj
- Podpora organizacijam javnih medijev in lokalnih novičarskih oddaj
- Razviti napredno usposabljanje na področju kibernetske varnosti.
- Sprejemanje minimalnih standardov novic o javnih storitvah na različnih platformah.

### 4. Mediji



- sodelovanje z državnimi aparati pri regulaciji
- izobraževanje uporabnikov in kritično novinarstvo
- zagotavljanje visokih etičnih načel poročanja
- razkrinkanje lažnih nepravilnih virov poročanja
- poročati o zgodbah kjer je prišlo do motnje informacij
- fokus na izboljšanju naslovnih novic
- pomembno je da ne širijo novic ki so zavajajoče ali napačne.

## EMPIRIČNI DEL

### EKSPERIMENT

Ekspertiment je postopek, ki se izvaja za potrditev ali zavrnitev hipoteze. Eksperimenti omogočajo vpogled v vzroke in učinke. To se kaže s spremembo rezultata glede na različno manipuliranje z določenim faktorjem. Eksperimenti se lahko razlikujejo glede na cilj in obseg, vendar se vedno zanašajo na ponovljiv postopek in logično analizo rezultatov.

Vsako raziskovanje nas sooči z etičnimi dimenzijami raziskovalnih postopkov. V našem primeru se postavlja vprašanje raziskovalne upravičenosti lansiranja lažne novice, ki je vznemirila določeno število ljudi, nekaterim zaposlenim na Gimnaziji Vič, ki so zaznali pojav lažne novice v zvezi s šolo, pa tudi nekaj dela ob angažiranju v postopkih poizvedovanja izvora novice, njenega zanikanja in omejevanja širjenja. Poleg tega bi bila lahko novica uporabljena pri poskusih diskreditacije šole, ki želi v javnem sistemu laičnega izobraževanja upoštevati partikularne, religiozno pogojene prehranjevalne navade dijakov.

Pri pripravi empiričnega dela raziskovalne naloge smo se torej odločili za izvedbo eksperimenta, ki je bil na podlagi opredeljenega problema in postavljenih hipotez narejen v obliki formiranja in razširitve lažne novice. Splet se je seveda takoj ponujal kot najprimernejši kanal posredovanja lažne novice.

S pomočjo dijaka Gimnazije Vič, Jakoba Zmrzlikarja, ki se ukvarja s programiranjem, smo ustvarili dve lažni spletni strani na novih in do tedaj še neobstoječih URL naslovih. Razlika med pravo oz. uradno spletno stranjo ter našo je bila črka v domeni oz. URL naslovu, domnevali pa smo, da bodo bralci dveh ponarejenih strani vsebini vseeno verjeli in ne bodo prehitro opazili razlike, saj je bil medij prenosa informacije ustaljen.

S tem eksperimentom smo odprli področje nevarnosti ponarejanja spletnih strani. Večino spletnih strani se da ponarediti in jih posredovati kot originale, seveda pa je potrebo vedeti, da do lažne strani ljudje ne bodo ljudje prišli sami in da jih je zato potrebno spodbuditi in usmeriti. Najlažje je to storiti z neposrednim posredovanjem povezave, ki vse bralce preveže na stran z enim klikom.

## KORAKI EKSPERIMENTA

KAJ: Eksperiment z deljenjem lažne novice z naslovom Nič več svinjine na Gimnaziji Vič

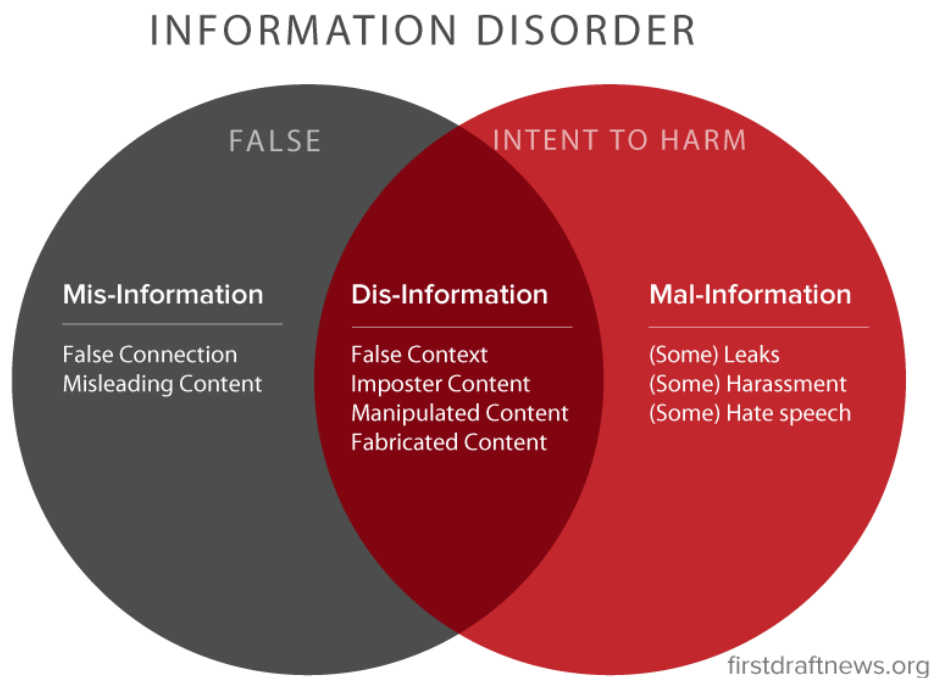
KDO: mladi raziskovalec Urban Lečnik Spaić z ekipo

KJE: internet

KDAJ: 2. 2. 2018 – 3. 2. 2018

## Trije tipi Informacijskega nereda

Naš eksperiment bomo predstavili s pomočjo prej predstavljenega modela informacijskega nereda. V kolikor bi želeli to novico lansirati in jo v medijskem prostoru ohranjati dlje časa (torej ne zgolj v eksperimentalne namene) ter se poslužil še dodatnih kanalov njenega širjenja, bi jo lahko uvrstili v tip **dezinformacije** z možnim namenom škodovanja.

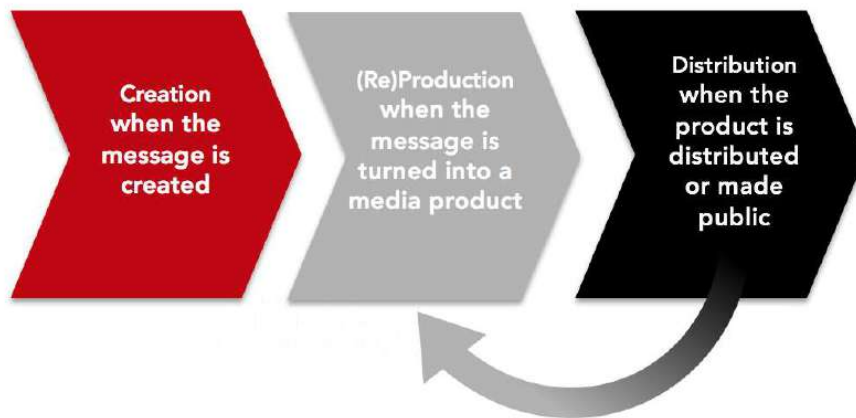


Slika 14 - Trije tipi informacijskega nereda v povezavi z eksperimentom (<https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation.pdf?x78124>)

### Tri faze Informacijskega nereda: kreacija, produkcija in distribucija

Pri ustvarjanju lažnih novic smo se držali treh korakov, ki so bili predstavljeni v modelu informacijskega nereda, in sicer:

- kreiranje novice,
- (re)produciranje novice in
- distribucija.



Slika 15 - Tri faze informacijskega nereda v povezavi s eksperimentom (<https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation.pdf?x78124>)

#### 1. Kreiranje novice

Novice, ki najbolj vzbudijo zanimanje ljudi in vzpodbudijo posameznika, da se jim posveti, se največkrat dotikajo religije in nacionalne identitete. Ti dve hipersenzibilni področji v Sloveniji ljudi najbolj intenzivno nagovorita, saj njihova identiteta in prepričanja vzbudijo predsodke, s katerimi so odraščali ali se z njimi srečevali tekom življenja.

V našem eksperimentu smo se odločili, da se dotaknemo obeh tem, tako religije kot tudi nacionalne identitete. V času begunske krize v letih 2015 in 2016 smo lahko zaznali veliko strahu pred islamizacijo Evrope, nadvladi muslimanov in tujci oz. priseljenci. Ker sta to še danes temi našega vsakdana, ljudje veliko hitreje investirajo del sebe v to zgodbo (deljenje objav, komentiranje na forumih, pogovarjanje s prijatelji in znanci ...). Skupna točka obeh tem je kultura, v primeru našega eksperimenta pa smo se še bolj podrobno posvetili kulturi prehranjevanja.

Že pred časom je Mladina pisala o prilagoditvi prehrane muslimanom v eni izmed slovenskih osnovnih šol, zato smo se odločili, da pripravimo novico, ki bi bila dovolj aktualen in bi ljudi pripeljala do intenzivne emocionalne reakcije. Ustvarili smo članek, ki je govoril o tem, da smo na Gimnaziji Vič poskusno ukinili svinjino v vseh obrokih ter mesne obroke ob petkih. Do



spremembe naj bi prišlo zaradi upoštevanja religiozne pluralnosti in spoštovanja dijakov muslimanske in krščanske veroizpovedi.

Članek smo objavili na ponarejeni strani tednika Mladina, kjer smo uporabili formo kot jo na spletu uporablja časopis Mladina. Spletni strani je izdelal dijak Jakob Zmrzlikar. Da je bila stvar še bolj verjetna, smo ustvarili še dodatno (ponarejano) stran Gimnazije Vič, na kateri je bilo moč prebrati izjavo, ki je potrjevala napisano na ponarejeni strani Mladine.

## 2. (Re)Produciranje novice

Ko smo pripravili vsebino novice, smo potrebovali platformo, na kateri bomo le-to lahko delili s širšo publiko. Ciljna publika eksperimenta je bila splošna in smo jo zato delili med dijake in profesorje. Ker je nabiranje sledilcev, bralcev in poslušalcev dolgotrajno, a hkrati ključno za to, da bodo novici verjeli, smo se odločili ponarediti že obstoječo stran (če bi pripravili spletno stran, ki je nihče ne pozna, bi novica izgubila kredibilnost, vanjo bi zaupalo manj ljudi).

Za eksperiment smo uporabili stran časnika Mladina ([www.mladina.si](http://www.mladina.si)), (glej priloga št. 2) katero smo naložili na svojo domeno [www.mladina.eu](http://www.mladina.eu) (glej priloga št. 1). Kdor je domeno hitro prebral in nanjo ni bil pozoren, je končnico spregledal, stran pa je zaradi tega, ker je bila kopija, izgledala identično. Bralce je privabljala tudi zaradi provokativnega naslova in fotografije.

Ker pa smo hoteli z našim eksperimentom preveriti dodatni učinek vsiljenih virov, smo pripravili dodatno lažno stran, in sicer stran Gimnazije Vič. Tudi to stran smo naložili na splet pod domeno: [www.gimvič.si](http://www.gimvič.si) (glej priloga št. 4) namesto [www.gimvic.org](http://www.gimvic.org) (glej priloga št. 3). Ta stran je bila narejena kot primarna oz. kot vir informacij, kamor se lahko zatečejo bralci, ki želijo preveriti in potrditi novico, prebrano na mladinski spletni strani. V ta namen smo že na mladinski lažni strani pripravili povezavo, ki je vodila do spletne lažne strani Gimnazije Vič; s tem smo vedeli, da bo obiskana tudi vičanska spletna stran, ki pa bi bila sicer nedostopna, saj ni bila naložena na dejansko stran Gimnazije Vič. Ko so bralci odprli lažno stran Mladine ali gimnazije, so imeli občutek, da berejo novico na resnični spletni strani, saj so bili druge povezave aktivne in so bralca takoj povezali na stran s pravilno, uradno domeno.

V prilogi prilagamo sliko originalnih strani, ki služijo kot primerjava med dejansko in lažno spletno stranjo.

Obe strani sta bili funkcionalni, saj sta bili naloženi na privatni server<sup>2</sup>, za eksperiment pa smo morali kupiti svoje domene, pri katerih je registracija zelo enostavna. Vse, kar smo morali narediti je, da smo za 10 € smo kupili eno domeno in se registrirali na strani domenca.si.

## 3. Distribucija

Stran je bila objavljena v petek 2. februarja ob 16:30 uri. Ker je bilo zelo malo verjetno, da bi nekdo pomotoma kliknil na stran s povezavo [www.mladina.eu](http://www.mladina.eu), smo morali stran deliti in širiti po spletu na različne načine.

---

<sup>2</sup> server - strežnik

Odločili smo se, da bomo novico med uporabniki delili le preko družbenega omrežja Facebook. Sam sem novico delil s štirimi prijatelji prek omenjenega družbenega medija, in sicer preko privatnega sporočila, ti pa so novico delili naprej. Novo ustvarjena Facebook in Twitter profil nista bila primerna za distribucijo, saj družbena omrežja brez sledilcev ob pogledu njihovega profila avtomatsko izgubijo kredibilnost.

Po sedmih urah eksperimenta smo ob 22.30 izvedeli, da je za lažno spletno stran izvedelo tudi vodstvo šole, ki o tem ni bilo predhodno obveščeno. Vodstvo šole je hitro opazilo napačno domeno in lastnika domene poiskalo na spletni strani WHOIS, ki jim je omogočila, da s v roku 20. minut prišli do našega imena.

### *Trije elementi Informacijskega nereda: posrednik, sporočilo, interpret*



Slika 16 - Trije elementi informacijskega nereda v povezavi z eksperimentom (<https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation.pdf?x78124>)

V našem primeru je bila lažna novica sprožena v eksperimentalnem procesu, kjer je bil naš cilj zgolj pridobivanje podatkov za namen raziskovalne naloge.

### **Agent**

Pri analizi elementov Informacijskega nereda bomo uporabili hipotetične teze, ki se nanašajo na agenta. Agenti bi bili v takem primeru lahko vsi, ki bi želeli šolo diskreditirati ali se ji maščevati (konkurenčne institucije in posamezniki – sedanji in bivši dijaki). Novica je bila pripravljena in deljena brez pomoči avtomatskih računalniških robotov, ki pošiljajo in pripravljajo sporočila.

### **Sporočilo**

Sporočilo, ki smo ga delili, je bilo aktualno 24. ur. Ker je bila informacija napačna in zavajajoča, jo lahko umestimo v dezinformacije. Pretvarjanje v imenu druge osebe na spletu je v primeru škodovanja kaznivo in omejeno, ker pa je v našem primeru šlo za eksperiment, sankcij ni bilo



(Kazenski zakonik RS (KZ-1-UPB2, Ur.l. RS št. 50/2012, 29.6.2012)). Ciljna skupina eksperimenta je bila splošna populacija.

### *Interpret*

Interpreti so sporočilo brali pogojevalno - to pomeni, da so sprejeli nekaj vidikov sporočila, vendar pa mu niso v celoti verjeli. Zaznali smo vse tipe reakcij: ignoriranje (posamezniki, ki jim je bilo vseeno, so članek prebrali in se niso ukvarjali z njegovimi posledicami) in deljenje (najbolj navdušeni in najbolj ogorčeni so članek delili na Facebooku in ga opremili s komentarjem (v podporo oz. nasprotovanje)).

## SLIKE PONAREJENIH SPLETNIH STRANI



Slika 17 - Screenshot naše spletne strani, Gimnazije Vič

PETER KRANJEC

29. 1. 2018 | MLADINA 50 | DRUŽBA

## Nič več svinjine na Gimnaziji Vič



© WikiCommons

Gimnazija Vič bo iz svojega jedilnika letošnjo spomlad odstranila svinjino.

S tem želi vodstvo šole olajšati situacijo vsem muslimanskim otrokom, ki jo že obiskujejo in podati otrokom priseljencev večji občutek sprejetosti. »Menimo, da se morajo vrata tem dijakom odpreti širše kot so bila do zdaj,« odločitev komentira eden od profesorjev gimnazije in dodaja: »Večina otrok, ki pripadajo islamski veri, zdaj običajno izbere vegetarijansko ali sadno- zelenjavno malico ter se s tem izogne težavam z mesom.« Predlagatelji sprememb poudarjajo, da takšen način »prisilnega« vegetarijanstva za dijake ni vzdržen, zato so podali Svetu šole predlog sprememb.

Drug pomemben del predloga pa se nanaša na ukinitvev mesnih obrokov ob petkih, s čimer bi zadovoljili religiozno pogojena prehranjevalna načela kristjanov.

Dijaki menijo, da naj bi bila ta odločitev dobra tudi za ostale dijake Gimnazije Vič, saj naj bi bili ravno mesni izdelki iz svinjine najslabši za zdravje dijakov, poleg tega pa z ukrepom šola odgovarja tudi na aktualno vprašanje rastoče porabe mesa in posledične obremenitve okolja. Dijaki k podobnim ukrepom spodbujajo še ostale slovenske gimnazije in osnovne šole.

Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport glede tega problema pojasnjuje, da ustava v 41. členu določa, da je izpovedovanje vere in drugih opredelitev v zasebnem in javnem življenju svobodno (svoboda vesti) in da je svoboda učencev in dijakov omejena s pravico drugih. Šola je, dodajajo, nevtralen, odprt prostor, kjer je poudarek tudi na multikulturalnosti. Javna šola ne sme ovirati osnovnega osebnega izražanja vere. Biti mora prostor privajanja na različnost, drugačnost in izjeme. Laičnost javne šole je zagotovilo njene nevtralnosti, ki zagotavlja enakopravno udeležbo vsem subjektom, ne glede na nazorske in druge razlike. X

Povzeto po: [http://www.gimvič.si/dogodki/brez\\_svinjine/](http://www.gimvič.si/dogodki/brez_svinjine/)

**Deli!**

*Slika 18 - Screenshot spletne strani ponarejen Mladine*

## UGOTOVITVE

V ponedeljek, 5. 2. 2018, smo v šoli (profesorjem in dijakom) razložili, da smo tekom vikenda izvedli eksperiment, ki se je dotikal teme lažnih novic. Glede na odzive smo zaznali, da je eksperiment postal odmeven tekom vikenda tudi po tem, ko smo strani umaknili s spleta.

Naš eksperiment je postal še bolj odmeven po intervjuju, ki sva ga z mentorjem imela v Mladini. (glej priloga št. 5, 6) Časopis nas je kontaktiral po tem, ko smo ga obvestili, da smo za namene raziskovanja ponaredili njegovo spletno stran. Uredništvo je bilo nad eksperimentom navdušeno in nas povabilo k nadaljnjemu sodelovanju.

Dobili smo veliko pozitivnih komentarjev in pohval, saj so ljudje opazili, da je bil eksperiment dober pokazatelj problema lažnih novic.

V 24. urah je ponarejeno stran Mladine ([www.mladina.eu](http://www.mladina.eu)) obiskalo 97 različnih uporabnikov. Tekom eksperimenta smo namreč lahko sledili vsemu, kar se na strani dogaja in prišli do zanimivih ugotovitev:

- povprečen čas seje je trajal 4:35 minute,
- uporabniki so do nje dostopali preko mobilnih telefonov (70%) in računalnika (30%),
- 85% vseh uporabnikov je na spletno stran prišlo preko Facebooka (preko zasebnih sporočil ali javnih deljenj).

V tem času pa je ponarejeno stran Gimnazije Vič ([gimvič.si](http://gimvič.si)) obiskalo 44 različnih uporabnikov. Ugotovili smo, da:

- je bil povprečen čas seje 3:05 minute,
- so uporabniki do nje dostopali preko mobilnih telefonov (70%) in računalnika (30%),
- ker je bila ta stran v prvotnem članku Mladine omenjena kot vir, so ljudje po pričakovanih dostopali do nje največkrat preko povezave (75%) ali preko Facebooka (15%).

Le 45% obiskovalcev strani [mladina.eu](http://mladina.eu) se je odločilo obiskati stran, ki je bila navedena kot vir informacij: [www.gimvič.si](http://www.gimvič.si). To pomeni, da je nekaj več kot polovica ljudi verjela prvi prebrani informaciji in niso potrebovali dodatnega overjanja, ali pa da so takoj prepoznali ponarejenost in se v zadevo niso želeli podrobneje vtikati.

Po posvetu z ravnateljico, ki nas je pozvala v soboto, dan za tem, ko smo objavili lažni spletni strani. Po pogovoru je bila stran umaknjena iz spleta po enem dnevu, saj nismo želeli povzročiti dodatnih težav šoli. Zaradi tega tudi nismo izkoristili vseh virov, ki bi nam pomagali pri deljenju spletnih strani (objava na Facebook straneh medijskih hiš, pošiljanje člankov na uredništva medijskih hiš, objavljanja članka v uradni skupini viških dijakov ipd.).

Če bi eksperiment trajal dlje časa, in če bi izrabili več sredstev za deljenje in informiranje, bi novica lahko dosegla več posameznikov.

Zaznali smo komentarje, ki so novico podpirali, kot tudi tiste, ki so ji nasprotovali. Podporniki so ob spletnih deljenjih poudarjali, da je šola s storila korak naprej v boljši integraciji priseljencev, da bodo imeli dijaki manj težav pri izbiri najprimernejšega jedilnika in da je to lahko vzor tudi za ostale slovenske šole. Tisti, ki pa so nasprotovali, pa so opozarjali, da je potrebno v šoli pustiti vse jedi, da se ne smemo prilagajati priseljenem in da se šola ne sme vtikati v vero.

Zanimivo je, da se ni nihče obregnil na to, da ob petkih ne bo mesa. To je najverjetneje zaradi tega, ker smo zavajajočim naslovom in poudarjeno vsebino o svinjini ljudi preusmerili le v ukinitvev svinjine.

Prišli smo do sledečih ugotovitev:

- Splet in družbena omrežja so dobra in enostavna platforma za širjenje kakršnih koli novic.
- Družbeno omrežje Facebook je dober posrednik informacij.
- Hipersenzibilna področja imajo pomembno vlogo pri širjenju lažnih novic, saj ljudje ob njih hitro in čustveno reagirajo.
- V roku 24. ur (dokaj kratkem času) je videlo stran 100 ljudi.
- Oseba, ki jo poskušajo diskreditirati, mora ravnati hitro in premišljeno.

### **KAKO SMO LAHKO V NAŠEM EKSPERIMENTU UGOTOVILI, DA GRE ZA LAŽNE NOVICE**

S pomočjo infografike, ki jo je pripravila projektna skupina Mednarodnega združenja knjižnic, smo analizirali naš eksperiment, da vidimo, katere taktike nam hitro in kvalitetno omogočajo preverjanje novic in kako iskati laž oziroma resnico na konkretnem primeru.



Slika 19 - Kako prepoznati lažne novice v povezavi z eksperimentom (<https://casoris.si/wp-content/uploads/2017/12/How-To-Spot-Fake-News-Slovenian.jpg>)

### 1. Preveri vir

Ker nismo ustvarjali nove platforme, ki na prvi pogled ne bi bila verodostojna in smo ustvarili ponarejeni strani, ki se jim je dalo verjeti, je bilo to še bolj zavajajoče. Pomemba faktorja, kako je uporabnik strani lahko odkril napako, sta bila napačna domena .eu namesto .si in to, da na pravih spletnih straneh teh člankov ni bilo.

### 2. Preberi celotno novico

Novico smo napisali v slogu pisanja Mladine in prispevkov na spletni strani Gimnazije Vič, tako da je bilo prepoznati lažno novico na podlagi tega zelo težko.

### 3. Preveri avtorja

Avtor na strani Mladine je izmišljen in ne obstaja. Na spletni strani Gimnazije Vič pa sporočevalec ni bil naveden, saj ga ni navedenega tudi ob ostalih prispevkih.

### 4. Dodatni viri

V Mladininem članku smo zavajajoče pripravili dodatni vir, ki so bralca še bolj zavajali. S tem smo nekaj ljudi prepričali, da je o tem spregovorila tudi Gimnazija Vič in ne le Mladina. Ljudje, ki so podatke o tem iskali še drugje, so ugotovili, da na šoli ni bilo diskurza na to temo.

### 5. Preveri datum



Datum objave in datum deljenja sta bila usklajena s tem, kar je bilo napisano v prispevku.

#### **6. Je to šala?**

Glede na to, da na nekaterih šolah (npr. Zavod sv. Stanislava – Škofijska klasična gimnazija) v času posta na svojem jedilniku nimajo mesa ob petkih in da se na nekaterih šolah pogovarjajo o meniju brez svinjine, bi bila takšna novica čisto mogoča, a so nekateri ugotovili, da gre za lažno novico, saj na šoli ni bilo diskurza na to temo.

#### **7. Ozavesti predsodke**

Pri ustvarjanju zgodbe smo ciljali na predsodke ljudi in njihovo aktivno udeležbo na eksperimentu zaradi tematike. Nekateri so na novico reagirali bolj emocionalno in zato niso preverjali dejstev, spet drugi pa so reagirali hitreje in želeli preveriti več virov.

#### **8. Vprašaj strokovnjake**

Kdor bi se o novici pozanimal pri vodstvu šole, vodji prehrane ali svetu šole, bi takoj dobil informacijo, da novica ni resnična.

## ZAKLJUČEK

V raziskovalni nalogi smo skozi teoretični in empirični del prišli do naslednjih sklepnih ugotovitev :

- Pri **opredelitvi pojma** zaradi neenotnega pojmovanja in definicije v isti koš mečemo vse novice, hkrati pa imamo težave pri njihovem obravnavanju, saj ne vemo točno, kaj je/so »fake news«.
- S procesom **digitalizacije** se je produkcija in distribucija lažnih novic pospešila in tako so postala svetoven problem.
- S »fake news« je načet eden izmed temeljev **demokracije – svoboda govora**; zaradi neenotnega pojma politiki kot lažne novice označujejo tudi kritične novice proti njim in s tem povzročajo cenzuro kritičnega mišljenja.
- Z **algoritmi družbenih omrežij** so v ospredje dogajanja postavljene novice, ki so vsečne publiki in niso nujno tudi kvalitetne in resnične. Ker je v ospredju kapital, je pomembno, da so objave čim večkrat všečkane in klikane.
- Z uporabo družbenih omrežij so se začeli oblikovati **filtrirni mehurčki**. Ljudje so aktivni in udeleženi v virtualnih skupinah s podobnimi lastnostmi, tako, da vidijo novice, ki so vsečne njihovi skupini in ne dobijo dodatnih – nasprotnih mnenj, kar jih ne vodi v pozitivni dvom.
- Zaradi **značilnosti kognitivnih procesov** smo ljudje ranljivi za sprejemanje lažnih novic, saj predstavljajo oviro med zaznavo resničnega in lažnega.

Skozi raziskovalno nalogo smo potrdili vse štiri hipoteze:

1. Lažne novice se ustvarjajo zaradi političnih in ekonomskih (oz. komercialnih) interesov in imajo tako velik vpliv na vsakodnevno življenje posameznika.

Obstaja več primerov, ki potrjujejo prvo hipotezo. Veliko vlogo so odigrale v primeru volitev za ameriškega predsednika Donalda Trumpa, izstop Velike Britanije iz Evropske unije in pričanje deklice Nayire, ki je povečala podporo vlade ZDA za napad na Irak. Vse poteze so bile politične narave, a so za seboj potegnile veliko ekonomskih posledic (ugodnosti za Trumpove podpornike, finančno okoriščenje za podpornike Brexita in profit vojne industrije ob vojni v Iraku).

2. S postopkom pravne regulacije lažnih novic se dotaknemo več občutljivih tem, predvsem vprašanja svobode govora.

V Nemčiji so uvedli strog zakon (NetzDG), ki regulira družbena omrežja in njihovo vlogo pri moderiranju spletnih vsebin. Problem pri regulaciji je pri postavljanju meje med lažnim in kritičnim. Prav tako je problematično to v Ameriki, kjer pod krinko boja proti lažnim novicam ameriški predsednik sebi nenaklonjene medije (in tiste, ki ga kritizirajo in opozarjajo na napake) označuje z lažnimi novicami. S tem diskreditira medije in zmanjšuje njihovo kredibilnost.

3. Ko bomo našo lažno novico javno objavil, ji bodo ljudje verjeli in jo delili prek družbenih omrežij z ostalimi prijatelji in znanci, saj se ta dotika teme, ki jih bo globlje nagovorila (nacionalna in religiozna identiteta, človekove vrednote in prepričanja).

Povezavo do strani smo delili le med 3 ljudi, a je v enem dnevu prvotno deljeno spletno stran obiskalo kar 97 različnih uporabnikov. To pomeni da so jo ljudje delili preko družbenih omrežij kot sta Facebook, Twitter ali pa preko e-pošte. S komentarji, ki smo jih zaznali, smo lahko delno ugotovili (ne)naklonjenost ljudi k spremembi. Komentarji so bilo obojni, a je bilo prisotnih več takšnih komentarjev, ki niso podpirali ukinitve svinjine. Zanimivo je, da ni nihče komentiral novice, da ob petkih ne bo mesa. To je najverjetneje zaradi tega, ker smo zavajajočim naslovom in poudarjeno vsebino o svinjini ljudi preusmerili le v ukinitve svinjine.

4. Vodstvo šole bo novico hitro zaznalo kot lažno in ukrepalo v smeri preprečitve njenega nadaljnega širjenja.

Po opravljenem eksperimentu smo opravili intervju z ravnateljico Gimnazije Vič, Alenko Krapež, ki je razložila, kako se je šola odzvala ob eksperimentu. S svojimi odgovori je potrdila zadnjo hipotezo. (glej priloga št. 7)

**URBAN:** Kakšne so bile Vaše prve reakcije/misli?

**RAVNATELJICA:** Ko sem prebrala »novico«, sem glede na vsebino sklepala, da je to potegavščina nekoga od dijakov. Zato sem ti tudi poslala sms. Takrat še nisem vedela, da je to tvoja raziskovalna naloga.

**URBAN:** Kako se je šola odzvala ko je izvedela, da nekdo širi lažno novico o njej?

**RAVNATELJICA:** Obvestili smo SI-CERT, ugotovili, kje gostuje spletna stran, kdo je zakupil domeno 😊, obveščali preko Facebooka, da je »novica« lažna. Na spletno stran pa informacije o tem po premisleku nismo dali. Poskrbeli smo za to, da sta se strani umaknili. Preverila sem tudi pri mentorju, če gre za dogovorjen eksperiment.

**URBAN:** Kakšni so bili ukrepi šole po tem, ko ste izvedeli da gre za eksperiment?

**RAVNATELJICA:** Obvestili smo zaposlene, da je šlo za lažno novico lansirano v okviru eksperimenta.

Pri raziskovanju lažnih novic je še veliko prostora za raziskovanje. Vodilo vseh raziskovanj naj bi bilo iskanje vzrokov in posledic lažnih novic, kar vodi do lažjih predlogov za reševanje problema. Nekaj teh možnosti je raziskovanje vpliva platform, na katerih se novice producirajo, pomen izgleda sporočila, uspešnost kanalov sporočanja, do kakšnih reakcij pride in kako različne osebe in organizacije reagirajo ob lažnih novicah.

V prihodnje si želimo in priporočamo, da bi:

- dokončno opredelili pojem - kaj le-ta obsega in kdaj ga uporabljati,
- se borili proti vplivu Facebook algoritmov in opozarjali na omenjeno težavo,
- se borili proti nadzoru kapitala nad mediji,
- delno (ob premisleku) regulirali uporabo interneta,
- mediji opozarjali na dezinformacije ter vestno poročali o dogodkih,
- na tem področju podučili mlade in jih začeli medijsko izobraževati,
- učili in opozarjali starše o velikem pomenu medijske pismenosti za njihove otroke in da bi spodbujali starševski nadzor nad otroci pri uporabi interneta in
- ljudje plačevali za kvalitetne informacije, saj bomo le tako omogočali novinarjem, da poročajo brez pritiskov.

## VIRI IN LITERATURA

1. ATKINS, Larry (2017): States Should Require Schools To Teach Media Literacy To Combat Fake News, Dostopno na: [https://www.huffingtonpost.com/entry/states-should-require-schools-to-teach-media-literacy\\_us\\_59676573e4b07b5e1d96ed86](https://www.huffingtonpost.com/entry/states-should-require-schools-to-teach-media-literacy_us_59676573e4b07b5e1d96ed86) (15. 12. 2017)
2. BANDUR, Simona (2017): Čas, ko je vsak dan prvi april, Dostopno na: [www.delo.si/prosti-cas/zanimivosti/cas-ko-je-vsak-dan-prvi-april.html](http://www.delo.si/prosti-cas/zanimivosti/cas-ko-je-vsak-dan-prvi-april.html) (10. 1. 2018)
3. BBC (2017): Fake news: What is it? And how to spot it, Dostopno na: <http://www.bbc.co.uk/newsround/38906931> (22. 11. 2017)
4. BRIGGS, Asa, in BURKE, Peter. (2005). Socialna zgodovina medijev: Založba Sophia. ISBN 961-6294-67-9
5. CARSON, James in TICOMB, James. (2018). Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.telegraph.co.uk/technology/0/fake-news-exactly-has-really-had-influence/>. (15. 2. 2018)
6. CHARTIER, Roger. (2008). Pisanje in brisanje, Ljubljana: Studia humanitatis. ISBN 978-961-6262-94-1
7. CILLICCA, Chris (2017): Donald Trump just claimed he invented 'fake news', Dostopno na: <https://edition.cnn.com/2017/10/08/politics/trump-huckabee-fake/index.html> (11. 1. 2018)
8. COLAIACOVO, Kathy (2017): An Interesting Timeline of the Evolution of Social Media, Dostopno na: <https://www.pepperitmarketing.com/facebook/evolution-social-media> (6. 2. 2018)
9. Časoris (2017), Dostopno na: <https://casoris.si/wp-content/uploads/2017/12/How-To-Spot-Fake-News-Slovenian.jpg> (10. 2. 2018)
10. DERVENŠEK, Simona in KOVIČ Kaja. (2018). Kako lahko lažne novice zamajejo, Svet kapitala, 9 februar, let. 18, št. 71, str. 24-26. ISSN 2386-0073
11. ECO, Umberto. (2009). Po rakovi poti, Ljubljana: Mladinska knjiga. ISBN 978-961-01-0871-9
12. EU parlament (2017): 'Fake news' and the EU's response, Dostopno na: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2017/599384/EPRS\\_ATA%282017%29599384\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2017/599384/EPRS_ATA%282017%29599384_EN.pdf) (22. 2. 2018)
13. Fake news [online]. 2017. [Citirano 20. feb. 2017; 18:00]. Dostopno na spletnem naslovu: [https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news). (22. 2. 2018)
14. First draft (2017), Dostopno na: <https://firstdraftnews.org/about/> (15. 12. 2017)
15. IFLA : How to spot Fake News, Dostopno na: <https://www.ifla.org/publications/node/11174> (10. 1. 2018)
16. Internet manipulation [online]. (2017). [Citirano 20. feb. 2017; 18:30]. Dostopno na spletnem naslovu: [https://en.wikipedia.org/wiki/Internet\\_manipulation](https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_manipulation). (6. 2. 2018)
17. KEANE, John. (1992). Mediji in demokracija: Znanstveno in publicistično središče d.o.o.
18. KOCBEK, Darja (2017): Kako razkrinkati lažne novice. Dostopno na: [www.mladina.si/181966/kako-razkrinkati-lazne-novice/](http://www.mladina.si/181966/kako-razkrinkati-lazne-novice/) (10. 2. 2018)

19. KOS, Suzana. (2018). Se moč in vpliv televizije manjšata, Delo, 17 februar, let. 18, št. 39, str. 9. ISSN
20. KOŠIR, Izak (2017): Fake news o fake news. Dostopno na: <http://www.mladina.si/180416/fake-news-o-fake-news/> (15. 12. 2017)
21. KOŠIR, Manca. (2003). Surovi časi medijev, Ljubljana : Fakulteta za družbene vede. ISBN 961-235-125-2
22. Laž, dezinformacija, propaganda, manipulacija (2017):Dostopno na: <http://mladina.si/180356/laz-dezinformacija-propaganda-manipulacija/> (11. 11. 2017)
23. Le BLOND, Josie (2017): In Germany, a Battle Against Fake News Stumbles into Legal Controversy, Dostopno na: <https://www.stopfake.org/en/in-germany-a-battle-against-fake-news-stumbles-into-legal-controversy/> (11. 2. 2018)
24. MARQUARDT, Madeline in HAMBRICK, David Z. (2018): Cognitive Ability and Vulnerability to Fake News, Dostopno na: <https://www.scientificamerican.com/article/cognitive-ability-and-vulnerability-to-fake-news/> (25. 2. 2018)
25. MARWICK, Alice in LEWIS, Rebecca (2017):"Media manipulation and disinformation, Dostopno na: [http://www.chinhghia.com/DataAndSociety\\_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf](http://www.chinhghia.com/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf) (26. 1. 2018)
26. Merriam Webster (2017), Dostopno na: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news> (15. 1. 2018)
27. PETROVIČ, Peter. (2017): Vera in šolska prehrana. Dostopno na: [http://www.mladina.si/183286/vera-in-solska-prehrana/?utm\\_content=buffer88b49&utm\\_medium=social&utm\\_source=facebook.com&utm\\_campaign=buffer](http://www.mladina.si/183286/vera-in-solska-prehrana/?utm_content=buffer88b49&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer) (datum) (15. 12. 2017)
28. Posebna izdaja tednika Mladina: Laž, propaganda, fake news. (2017). Mladina, Ljubljana. ISSN 0350 - 9346
29. PR WATCH: How PR Sold the War in the Persian Gulf, Dostopno na: <https://www.prwatch.org/books/tsigfy10.html> (22. 2. 2018)
30. RAŠKOVIĆ, dr. Matevž. (2018). Blefiranje (še) ni uspeh: največji problem niso lažne novice, ampak lažni ljudje, Svet kapitala, 14 februar, let. 18, št. 72, str. 12. ISSN 2386-0073
31. RITCHE, Hannah (2016): Read all about it: The biggest fake news stories of 2016, Dostopno na: <https://www.cnn.com/2016/12/30/read-all-about-it-the-biggest-fake-news-stories-of-2016.html> (22. 2. 2018)
32. SCHIFFRIN, Anya (2017): How Europe fights fake news, Dostopno na: <https://www.cjr.org/watchdog/europe-fights-fake-news-facebook-twitter-google.php> (10. 2. 2018)
33. SI CERT, Dostopno na: <https://www.cert.si/> (3. 2. 2018)
34. Social media [online]. (2017). [Citirano 25. feb. 2017; 17:00]. Dostopno na spletnem naslovu: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_media](https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media)>. (22. 2. 2018)
35. STARMANS J, Barbara: 10 Examples of Fake News from History, Dostopno na: [www.thesocialhistorian.com/fake-news/](http://www.thesocialhistorian.com/fake-news/)(3. 12. 2017)

36. SUBRAMANIAN, Samanth (2017): The Macedonian Teens Who Mastered Fake News, Dostopno na : <https://www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news/>(11. 11. 2017)
37. TRAMPUŠ, Jure. (2018). Kako umira demokracija? Mladina, 16 februar, let. 18, št. 7, str. 26-27. ISSN
38. TYNAN, Dan (2017): How Facebook powers money machines for obscure political 'news' sites, Dostopno na: <https://www.theguardian.com/technology/2016/aug/24/facebook-clickbait-political-news-sites-us-election-trump>(6. 12. 2017)
39. VELIKONJA, dr. Uršk. (2018). Lažne novice po Ameriško, Delo, 19 januar, let. 18, št. 39, str. 9. ISSN
40. WENDLIND, Mike (2018): The (almost) complete history of 'fake news', Dostopno na: [www.bbc.com/news/blogs-trending-42724320](http://www.bbc.com/news/blogs-trending-42724320) (6. 12. 2017)
41. WIKIPEDIA: Pizzagate conspiracy theory, Dostopno na: [https://en.wikipedia.org/wiki/Pizzagate\\_conspiracy\\_theory#Debunking](https://en.wikipedia.org/wiki/Pizzagate_conspiracy_theory#Debunking) (15. 2. 2018)
42. ZALOKAR, Lucija. (2018). Kaj imate najraje? Vprašajte facebook, Delo, 17 februar, let. 18, št. 39, str. 9. ISSN

## KAZALO PRILOG

- 1) Ponarejena spletna stran Mladina – mladina.eu
- 2) Originalna spletna stran Mladine – mladina.si
- 3) Ponarejena spletna stran Gimnazije Vič – gimvič.si
- 4) Originalna stran Gimnazije Vič – gimvic.org
- 5) Članek o našem eksperimentu v spletni Mladini
- 6) Članek o našem eksperimentu v tiskani Mladini
- 7) Intervju z ravnateljico



## Priloga 1 - Ponarejena spletna stran Mladina – mladina.eu

PETER KRANJEC

29. 1. 2018 | MLADINA 50 | DRUŽBA

### Nič več svinjine na Gimnaziji Vič

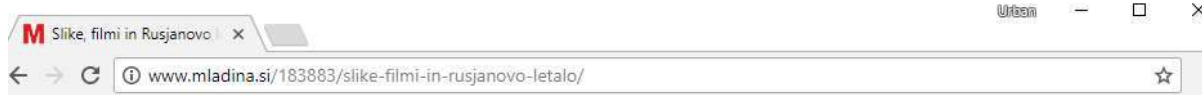


© WikiCommons

Gimnazija Vič bo iz svojega jedilnika letošnjo spomlad odstranila svinjino.

S tem želi vodstvo šole olajšati situacijo vsem muslimanskim otrokom, ki jo že obiskujejo in podati otrokom priseljencev večji občutek sprejetosti. »Menimo, da se morajo vrata tem dijakom odpreti širše kot so bila do zdaj,« odločitev komentira eden od profesorjev gimnazije in dodaja: »Večina otrok, ki pripadajo islamski veri, zdaj običajno izbere vegetarijansko ali sadno- zelenjavno malico ter se s tem izogne težavam z mesom.« Predlagatelji sprememb poudarjajo, da takšen način »prisilnega« vegetarijanstva za dijake ni vzdržen, zato so podali Svetu šole predlog sprememb.

## Priloga 2 - Originalna spletna stran Mladine – mladina.si



VANJA PIRC

Follow @vanjapirc

26. 1. 2018 | MLADINA 4 | POLITIKA



### Slike, filmi in Rusjanovo letalo

Bo Slovenija dočkala vrnitev kulturne dediščine?



Fotografija s snemanja filma Na svoji zemlji, za kamero 28-letni France Štiglic  
© Erminio del Fabro, arhiv Slovenske kinoteke

V hrvaških in srbskih medijih smo zadnje dni zasledili ogorčenje, ker naj bi Slovenija znamenito jugoslovansko filmsko uspešnico Bitka na Neretvi (1969) želela razglasiti za svojo. To naj bi bilo nezaslišano – za hrvaške medije zato, ker naj bi bil film, ki je bil nominiran za tujejezičnega oskarja, hrvaški, »njihovi« so namreč scenarist, snemalec, avtor glasbe in že dolgo tudi režiser Veljko Bulajić, za srbske pa zato, ker naj bi Slovenija poleg kulturnega filma želela še številne druge umetnine, in to povsem neupravičeno. Pa vse to drži? Vse seveda ne. Nekaj malega pa že.

**Kupite dostop do Mladina.si, ki stane enako kot izvod tiskane izdaje Mladine. Za 3,50 EUR**

## Priloga 3 - Ponarejena spletna stran Gimnazije Vič – gimvič.si

The screenshot shows a web browser window with the URL [www.gimvic.org/dogodki/predstavitev\\_ig\\_2018/](http://www.gimvic.org/dogodki/predstavitev_ig_2018/). The website has a green header with the logo and a search bar. A navigation menu includes 'Predstavitev', 'Delovanje šole', 'Dogodki', 'Dejavnosti', and 'Vpis'. Below the menu is a banner image of students. The main content area features an article titled 'Predstavitev Gimnazije Vič na OŠ Ig' with a text block and a sidebar titled 'Zadnji dogodki' containing a list of recent events.

**Predstavitev Gimnazije Vič na OŠ Ig**

V četrtek, 18.1.2018, je potekala predstavitev srednjih šol na OŠ Ig. Našo gimnazijo so predstavili dijaki Manca Črnič, 1.f, Matija Debeljak, 1.a in Zala Prošenički, 2.a, pod mentorskim vodstvom Maje Gerden, prof. Tudi tokrat je bilo zanimanje za našo gimnazijo zelo veliko. Obiskovalcem smo predstavili življenje in delo na naši gimnaziji, številne projekte in dejavnosti, mednarodne izmenjave, dosežke na različnih tekmovanjih doma in v tujini. Obiskovalci so si z zanimanjem ogledali primere raziskovalnih in projektnih nalog naših dijakov, pesniške zbirke dijakov, knjižico basni v angleškem jeziku, Fables, model pangolina, ogrožene in redke živalske vrste, narejen s 3D printerjem. Na vse člane naše ekipe pa so obiskovalci naslovili tudi številna vprašanja o potoku, ocenjevanju, urniku, malici, kosilu, športnih dejavnostih, statusih...

Vse obiskovalce smo povabili na bližajoči se informativni dan, devetošolce pa na dan odprtih vrat.

**Zadnji dogodki**

- Viški muzikal - Musicals@Vič
- Uspeh naših dijakov na atletskem dvoranskem pokalu
- Rasizem fašizem in nova desnica
- POVEZANI – V ISKANJU REŠITEV - izmenjava s šolo iz Nizozemske
- POVEJMO.SI - o spolu, spolni identiteti in seksizmu
- Predstavitev Gimnazije Vič na OŠ Ig
- Predstavitev Gimnazije Vič na tržnici poklicev na Osnovni šoli Nove Jareše
- Državno računalniško tekmovanje Bober
- Dan poezije na Gimnaziji Vič
- Anatol Štern na Gimnaziji Vič

Vič ima čar

Predstavitev · Delovanje šole · Dogodki · Dejavnosti · Vpis

## Priloga 4 - Originalna stran Gimnazije Vič – gimvic.org

Nič več svinjine na Gimn... x

Urban

www.gimvic.si/dogodki/brez\_svinjine/

SI · EN

GimnazijaVič

Poišči vsebine...

Predstavitev Delovanje šole **Dogodki** Dejavnosti Vpis

### Nič več svinjine na Gimnaziji Vič

Decembra 2017 je Dijaška skupnost Gimnazije Vič podala predlog Svetu šole o spremembi prehrane na Gimnaziji Vič. Izpostaviti velja predvsem tisti del predloga, ki zadeva ukinitvev svinjine v vseh obrokih. S tem bi upoštevali načela religiozne pluralnosti in spoštovanja dijakov muslimanske veroizpovedi, še pojasnjujejo predlagatelji spremembe. Drug pomemben del predloga pa se nanaša na ukinitvev mesnih obrokov ob petkih, s čimer bi zadovoljili religiozno pogojena prehranjevalna načela kristjanov.

Svet Gimnazije Vič je sprejel sklep, s katerim bo poskusno od 1. marca 2018 do 30. aprila 2018 na Gimnaziji Vič prehrana odgovarjala različnim veram, ki so prisotne na šoli. S poskusnim obdobjem želimo preveriti kako se bo sprememba obnesla. V kolikor bo sprememba pokazala pozitivne učinke, pa bodo te spremembe na naši šoli postale stalnica.

#### Zadnji dogodki

- Viški muzikal - Musicals@Vič
- Uspeh naših dijakov na atletskem dvoranskem pokalu
- Rasizem fašizem in nova desnica
- POVEZANI – V ISKANJU REŠITEV - izmenjava s šolo iz Nizozemske
- POVEJMO.SI - o spolu, spolni identiteti in seksizmu
- Predstavitev Gimnazije Vič na OŠ Ig
- Predstavitev Gimnazije Vič na tržnici poklicev na Osnovni šoli Nove Jarše
- Državno računalniško tekmovanje Bober
- Dan poezije na Gimnaziji Vič
- Anatol Štern na Gimnaziji Vič

**Vič ima čar**

Predstavitev · Delovanje šole · Dogodki · Dejavnosti · Vpis

Priloga 5 - Članek o našem eksperimentu v spletni Mladini



12. 11. 2017 | 10:03:43

Nič več svinjine na Gimnaziji Vič

Fake news kot raziskovalna naloga na gimnaziji. O eksperimentu, ki je vključeval tudi lažno stran spletne Mladine, sta spregovorila dijak Urban Lečnik Spaič in profesor Matjaž Poljanšek.



Nič več svinjine na Gimnaziji Vič

Lažna spletna stran Mladine

Če ste prebrali teden na spletni zasedbi članek z naslovom Nič več svinjine na Gimnaziji Vič, kjer je pisalo, da želi vodstvo šole dijakom in dijakinjam muslimanske vere skrajni razmer, ste mu, če niste bili pozorni, po vsaj verjetnosti verjeli, saj naj bi bil objavljen na spletni strani Mladine. A spletna stran, na kateri je bil objavljen, ni bila www.mladina.si, temveč www.mladina.eu.

Glede lažne spletne strani nas je spoznali bralci, spletno stran pa je izgnila. Kasneje smo izvedeli, da ni šlo za fake news z namenom širjenja neupornosti, temveč za raziskovalno nalogo dijaka, ki je svoj projekt poimenoval »Fake news v informacijskem neredu«. Naloga je bil nastajena pod mentorstvom profesorja Matjaža Poljanška, za vazo pa jim je služil nedavno medijski eksperiment umetnika Miše Artnaka, ki si je z lažno novico o prodaji svojega umetniškega dela za bojno vrsto privlečil nekaj slovenskih medijev, za vir pa je uporabljal lažno spletno stran, ki je bila zrna stila družina The Quartian.

Profesor Poljanšek in dijak Urban Lečnik Spaič sta se tako odločila, da se dirknetu dveh tem – religije in nacionalne identitete, saj smo, kot sta pojasnila, v času t.i. begunske krize izražali veliko strahu pred islamizacijo Evrope. Želo je bila za raziskovalno nalogo izbrana tema budno prehranjevanja. In ker smo v Mladini pred časom pisali o prigraditvi prehrane muslimanov, sta se odločila, da pripravita članek, ki bi bil aktualen in bi ljudi pripeljal do nerelativirane emocionalne reakcije. Zapis je govori o tem, da so na Gimnaziji Vič poskušali ukiniti svinjino v vseh strokih, mase pa so jih pekli v rabi.



Autorka projekta o lažni novici o dijak Urban Lečnik Spaič in profesor Matjaž Poljanšek

Zakaj sta se odločila prav za raziskovanje tega njekusa oz. lažnih novic, kje sta pevik zasledila in strah?

Urban Lečnik Spaič (ULS): Za raziskovanje »fak njekusa« sem se odločil, ker je to trenutno zelo aktualen medijski fenomen, kjer je vsak po svoje strukovnjak, a še vedno nimamo definicije in različnih pojmov. Še večji problem tako imenovanih lažnih novic pa je, da smo jih začeli normalizirati. V kopici informacij, ki nas obkrožajo vsak dan, so ti postali še še ena ovira do iskanja »čistih« informacij. Prvič sem zasledil izraz ob Trumpovi kampanji v letu 2014.

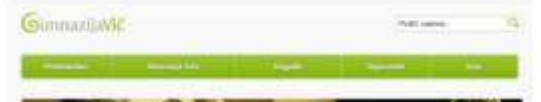
prof. Matjaž Poljanšek (MP): Ko je Urban prišel do mene s temo raziskovalne naloge, sem mentorstvo z veseljem sprejel. Čepav je medije laži in manipulacije stare kot mediji sami, dobivajo z novimi tehnologijami in platformi tudi nove značilnosti, ki stročno upljujejo na določena procesa vseh naših strok. Sam sem se s pojmom medijsko informacije lažne novice srečal že kot najstnik, ko sem šel na radijsko igro Orkana Wellesa »Tojna sramota«. Določil sem poslušalce: predvsem tisti, ki so k poslušalstvu radijskega programa pripadali Novecentarji na Zemljo priložili nekoliko kasneje, je Wellesovemu poročanju verjel, ljudje so bili usajili. V krošnji lažnih novic pa je bolj zanimivo medijsko dopajanje, ki je sledilo naslednji dan, ko so časopisi objavljali naslove Fake Radio War in poročali o strelščih, ali celo milijardnih ljudi, ki jih se zajela panika, ljudje naj bi množično bežali na podeželje. Detali samozare žd. Dejstvo je, da je oddaja spremljala še dva odzoda takratnih radijskih poslušalcev in se to vedno od samega začela, na katerem je bila pojasnjeno, da gre za radijsko igro. V boju za medijski tržni delež so časopisi usajili v odprt boj proti radiju kot avtoritativnemu mediju in ga poskušali diskreditirati. Kot vedno pri »fak njekusa« je šlo za upornost interneta. Zanimivo se mi zdi, da je še danes, umrežnost let po Wellesovi upornosti, pravej razložen miš o utrditvah in različnih igrah, ki so ga kot lažna novica stvaritvi žanpiri.

»Dijaki se zavedajo problema lažnih in zavajajočih informacij, postali so bolj kritični, preverjajo podatke in se s pomočjo interneta bolje znajdejo s kopico informacij, a se ne zavedajo razsežnosti problema.«

Kako dijaki, srednješolci vidijo fake news – so ga zavedajo, so do njega kritični, ali lažne novice zlabka prodirajo tudi v vsakdan t.i. »internetne generacije«?

ULS: Dijaki se zavedajo problema lažnih in zavajajočih informacij, postali so bolj kritični, preverjajo podatke in se s pomočjo interneta bolje znajdejo s kopico informacij, a se ne zavedajo razsežnosti problema. Vsaik, ko deljo zavajajoča, lažna, pritrjena, žaljivo novico povečujejo njen doseg in število ljudi, ki se jih ta novica dotakne. Največ lažnih novic griske do mladih preko mreže prijateljev na Facebooku. Ker sami odločajo, koga bodo sprejeli in dodali, se ustvarjajo tako imenovani mehurci, ki vas le zapirajo v kroge ljudi s podobnimi interesi in nam ustvarjajo zamagljeno predstavo o svetu.

MP: Mladi se do določene mere zavedajo pratenosti lažnih novic, težko pa ti rekel, da so ravno medijsko pismeni. Zgolj ubravljanje uporabe Facebooka in Instagrama ni rešitev, je prej del problema. Tudi zato smo na naši šoli organizirali nekaj ur pouka namenjenega medijskemu opismenjevanju. h kateremu smo povabili dobrega poznavalca medijev: Domna Šavita. Ulinek enostranskih ali v celoti lažnih novic ni je bil jasen ob debatah, ko smo pri urah sociologije razpravljali o predvolilni kampanji ameriških volitev. Pridobivanje informacij iz omrežja podobno mlačeh, je bilo več let očmo.



Ali med dijaki, srednješolci zaznavate veliko laži pa poneti neupornost do migrance, beguncev, muslimanov, rajev?

ULS: Ne, je pa študijsko etnično dirkanje, saj se mladi ne vključujejo obliko dopajanja, kjer ti lahko spoznavali kulturo nek ljudi, čuti se občutni in sprejemni, o vsemu ot raje strahu s prijatelji podobne kulturi. Na naši šoli prigradimo veliko dejavnosti, s katerimi želimo priklicati različne strah, se spoznavati kulturo.

MP: Tudi sem ne začelom povesta, mnogih je izvirna stališča v instruktivnem programu, ki za zabavni ravni zavrača ksenofobijo, islamofobijo itd. mološko težje zaznati. Nevarnost vemo, da so tudi nekateri vseživje socialne dimenzije vedno povečali manj le se do različnih družbenih marginah kot se je izmerilo z drugimi sociološkimi pristopi.

»Zanimivo reakcije pa smo prejeli od profesorja, ki si je trudil preprečiti širjenje novice, saj ni vedel, da gre za eksperiment in smo mu s tem pokvarili vikend.«

Še kakš zaradi neobvladane vodstva šole glede vsega projekta kakšno odzove? Je van oči, da so projekt nastal od, ali jim ziste povedali vsejed, ker se se bol, da ga ne bi razumeli? Kako je bila raziskovalna naloga sprejeta med drugimi dijaki/študenti, profesorji/osebami?

ULS: Zaradi objave eksperimenta vodstva šole nismo obvestili, da bi tako debili realizirati podoben. Ker o eksperimentu vodstvo šole ni vedelo, smo tudi dan prejeli kar nekaj kljub in spornih. Na spletno željo smo eksperiment tudi predčasno zaključili, a še bi ga prutili dlje, verjetno, da bi novica dosegla še veliko več ljudi. Raziskovalna naloga je bila med profesorji in dijaki zelo dobro sprejeta. Zaradi primernega časa in vsebine eksperimenta, se jim je ta zdel še veliko bolj atraktiven in zanimiv. Razumevali je bil eksperiment zelo vied, saj je prednjačil varnost na spletni, zaradi njene funkcije pa je morala postati na upid šole. Zanimivo reakcije pa smo prejeli od profesorja, ki si je trudil preprečiti širjenje novice, saj ni vedel, da gre za eksperiment in smo mu s tem pokvarili vikend.

MP: Odločitev, da vodstva šole in kolegov ne obvestimo o eksperimentu, ni bila lahka. Na koncu smo se tako odločila zato, da eksperiment izvedemo brez umajev in zaradi slišnih delovanja take novice. Velika kolegov je eksperiment podprla, tudi razumevali, ki je zelo zaključena raziskovalnem dela dijakov.

Kateri je glavni vir novice dijakov in dijakinj – kakšno novic in »novic« najdemo na Facebooku in koliko v klasičnih, tradicionalnih medijih? Pomajmo razliko, jim je samozavesta, ali se je ta lošica zabrlala?

ULS: Veliko novic miših vidijo in preberejo na Facebooku preko različnih telefonov (kar je pokazal tudi eksperiment), kjer je 70 autorov obiskovalcev prišlo na stran preko telefona). Njihov miš o vnetju in mediji so postala družbena omrežja, kjer pa tudi spremljajo tradicionalne medije (na spletnih Facebook straneh, a delujejo njihovih članov, tudi s procesom digitalizacije tradicionalnih medijev se je lošica zabrlala).

ULS: Zaradi objave eksperimenta vodstva šole nismo obvestili, da bi tako debili realizirati podoben. Ker o eksperimentu vodstvo šole ni vedelo, smo tudi dan prejeli kar nekaj kljub in spornih. Na spletno željo smo eksperiment tudi predčasno zaključili, a še bi ga prutili dlje, verjetno, da bi novica dosegla še veliko več ljudi. Raziskovalna naloga je bila med profesorji in dijaki zelo dobro sprejeta. Zaradi primernega časa in vsebine eksperimenta, se jim je ta zdel še veliko bolj atraktiven in zanimiv. Razumevali je bil eksperiment zelo vied, saj je prednjačil varnost na spletni, zaradi njene funkcije pa je morala postati na upid šole. Zanimivo reakcije pa smo prejeli od profesorja, ki si je trudil preprečiti širjenje novice, saj ni vedel, da gre za eksperiment in smo mu s tem pokvarili vikend.

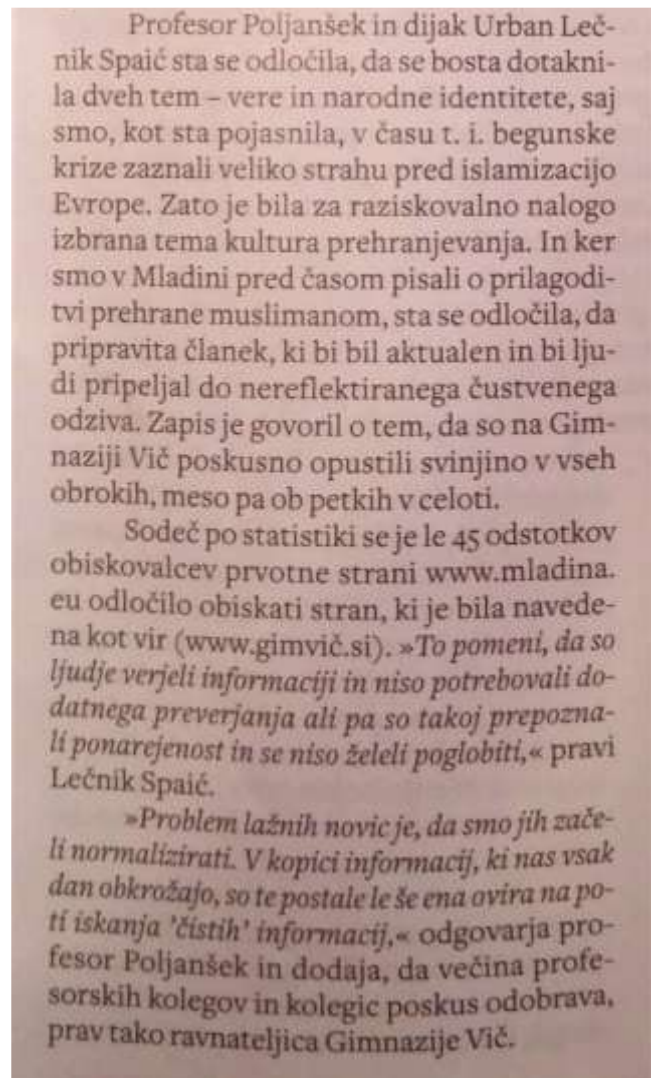
MP: Odločitev, da vodstva šole in kolegov ne obvestimo o eksperimentu, ni bila lahka. Na koncu smo se tako odločila zato, da eksperiment izvedemo brez umajev in zaradi slišnih delovanja take novice. Velika kolegov je eksperiment podprla, tudi razumevali, ki je zelo zaključena raziskovalnem dela dijakov.

Kateri je glavni vir novice dijakov in dijakinj – kakšno novic in »novic« najdemo na Facebooku in koliko v klasičnih, tradicionalnih medijih? Pomajmo razliko, jim je samozavesta, ali se je ta lošica zabrlala?

ULS: Veliko novic miših vidijo in preberejo na Facebooku preko različnih telefonov (kar je pokazal tudi eksperiment), kjer je 70 autorov obiskovalcev prišlo na stran preko telefona). Njihov miš o vnetju in mediji so postala družbena omrežja, kjer pa tudi spremljajo tradicionalne medije (na spletnih Facebook straneh, a delujejo njihovih članov, tudi s procesom digitalizacije tradicionalnih medijev se je lošica zabrlala).

Deli

**Priloga 6 - Članek o našem eksperimentu v tiskani Mladini**



## Priloga 7 - Intervju z ravnateljico:

Intervju z ravnateljico Gimnazije Vič Alenko Krapež je bil opravljen 28. 2. 2018 preko elektronske pošte.

**URBAN:** Kdaj ste izvedeli za lažno novico?

**RAVNATELJICA:** Za lažno novico sem zvedela v petek, 2. 2. ob 22:21.

**URBAN:** Kakšne so bile Vaše prve reakcije/misli?

**RAVNATELJICA:** Ko sem prebrala »novico«, sem glede na vsebino sklepala, da je to potegavščina nekoga od dijakov. Zato sem ti tudi poslala sms. Takrat še nisem vedela, da je to tvoja raziskovalna naloga.

**URBAN:** Kako se je šola odzvala ko je izvedela, da nekdo širi lažno novico o njej?

**RAVNATELJICA:** Obvestili smo SI-CERT, ugotovili, kje gostuje spletna stran, kdo je zakupil domeno ☺, obveščali preko Facebooka, da je »novica« lažna. Na spletno stran pa informacije o tem po premisleku nismo dali. Poskrbeli smo za to, da sta se strani umaknili. Preverila sem tudi pri mentorju, če gre za dogovorjen eksperiment.

**URBAN:** Kakšni so bili ukrepi šole po tem, ko ste izvedeli da gre za eksperiment?

**RAVNATELJICA:** Obvestili smo zaposlene, da je šlo za lažno novico lansirano v okviru eksperimenta.

**URBAN:** Kakšen se Vam je zdel eksperiment, bi še kaj dodali?

**RAVNATELJICA:** Eksperiment je bil zanimiv in domiseln. Vsebina skrbno izbrana. Lažne spletne strani so bile odlični ponaredek (upam, da bodo avtorji sodelovali pri šolski spletni strani). Reakcija šole je bila hitra in učinkovita. Kolega, ki me je prvi obvestil je ravnal odgovorno. Sicer sem dobila enako informacijo dan kasneje iz drugega vira, a po zaslugi prvega se »novica« ni razširila tako množično, kot bi se sicer.

V resnici je kar grozljivo, ko ljudje, kljub temu, da so spletni naslovi očitno napačni, nasedajo lažnim novicam.

Menim, da bi bilo vseeno bolje, ko bi za eksperiment vedela pred lansiranjem. Sicer pa je moja ocena: eksperiment je bil uspešen: ljudje RES nasedajo nepreverjenim novicam in so informacijsko nepismeni (ne poznaj URL naslovov itn.), šola kot celota pa je reagirala odgovorno in sem tudi zato zadovoljna.