

***Djeca i mediji
u kriznim
situacijama***



IMPRESSUM

Naslov:

Djeca i mediji u kriznim situacijama

Nakladnik:

Udruga Zelene i plave Sesvete

Naklada:

1000 komada

Autori:

doc. dr. sc. Lana Ciboci Perša

Ivan Pakozdi, dipl. nov.

Dizajn, grafička priprema:

Laconiq d.o.o.

Ulica grada Vukovara 23

10 000 Zagreb

Tisak:

Gradus d.o.o.

Primorska 15

10360 Sesvete

Fotografije:

Shutterstock

Zagreb, 2023.

ISBN 978-953-50881-0-3 (tisak)

ISBN 978-953-50881-1-0 (elektroničko izdanje)

Tiskano uz potporu Europske unije iz Europskog socijalnog fonda u sklopu projekta „FORUM_S - komunikacijom za razvoj Sesveta, UP.04.2.1.11.0142” koji se provodi u partnerstvu s Udrugom Zelene i Plave Sesvete, Srednjom školom Jelkovec i Veleučilištem Edward Bernays. Sadržaj ovog priručnika isključiva je odgovornost Udruge Zelene i plave Sesvete i ne odražava stav Europske unije. Za više informacija o EU fondovima www.esif.hr i www.strukturnifondovi.hr



Europska unija
Zajedno do fondova EU



EUROPSKI STRUKTURNI
I INVESTICIJSKI FONDovi



UČINKOVITI
LJUDSKI
POTENCIJAL



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE
Ured za udugu



Nacionalna
zaklada za
razvoj
civilnoga
društva

Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda

Sadržaj brošure isključiva je odgovornost Udruge Zelene i plave Sesvete



***Djeca i mediji
u kriznim
situacijama***

SADRŽAJ

- 3. UVODNIK
- 6. DEZINFORMACIJE - OD LAŽNIH INFORMACIJA DO STVARNIH POSLJEDICA
 - Od slučajnog do zlonamjernog širenja (ne)točnih informacija
 - Jeste li znali?
 - Što su dezinformacije?
 - Kako prepoznati dezinformacije u medijima?
 - Radni listić - vježbe
 - Preporuka korisnih materijala
- 22. ELEKTRONIČKO NASILJE
 - Elektroničko nasilje kao oblik krizne situacije
 - Oblici elektroničkog nasilja u mojoj okolini
 - Kampanja o elektroničkom nasilju
 - Seksting i osvetnička pornografija
 - Znakovi izloženosti elektroničkom nasilju
 - Što učiniti u slučaju elektroničkog nasilja?
 - Vježbom do savršenstva
 - Preporuke korisnih internetskih stranica
- 36. OVISNOST O MEDIJIMA I MENTALNO ZDRAVLJE
 - Ovisnost o medijima
 - Jeste li ovisni o medijima?
 - Kako prepoznati simptome ovisnosti o medijima?
 - Vježbom do razvijanja svijesti o posljedicama ovisnosti o medijima
 - Kad narastem želim biti ... influencer
 - „Savršeni“ životi na društvenim mrežama
 - Kako mediji utječu na poremećaje u prehrani?
 - Vježbom do razvijanja svijesti o posljedicama nametanja nerealnih prikaza ljepote u medijima
- 48. MEDIJI U KRIZNIM SITUACIJAMA
 - Vrste kriza o kojima mediji izvještavaju
 - Odgovornost medija za vrijeme kriznog izvještavanja
 - Ključni aspekti odgovornosti medija za vrijeme kriznog izvještavanja
 - Kritičnost čitatelja pri konzumaciji negativnih vijesti
 - Radni listić - vježbe
 - Preporuka korisnih materijala
- 60. PLAN ŠKOLSKE PLOČE
- 63. LITERATURA KORIŠTENA PRI PISANJU PRIRUČNIKA

PROPAGANDA



UVODNIK

Dragi učenici, profesori i roditelji pred vama se nalazi priručnik koji je nastao s ciljem da pomogne u podizanju razine medijske pismenosti svakoga tko će prolistati njegove stranice.

Stvaranje sigurnog digitalnog okruženja u kojem djeca kritički pristupaju medijskim sadržajima zahtijeva suradnju škole, obitelji i medijskih tvrtki. Zato vas pozivamo da zajednički i s povjerenjem jednih u druge prolistate ovaj priručnik kako bismo kroz edukaciju i podršku stvorili okruženje u kojem će naša djeca moći neopterećeno istraživati medijske sadržaje i sudjelovati u izgradnji sigurnog digitalnog svijeta.

U ovom priručniku za srednjoškolce istražujemo kompleksnost veze između obične razbibrige i zabave te opasnosti i odgovornosti ispravnog korištenja medija, ističući kako mediji bilo koje vrste mogu biti izvor provjerenih informacija, podrške, ali i netočnih informacija, izazova za sigurnost i mentalno zdravlje mladih.

Kroz ovaj priručnik prikazujemo načine kako djeca mogu koristiti medije na siguran način te kao alat za samopomoć i podršku. Promicanje pozitivnih sadržaja, poput edukativnih videa ili platformi za umrežavanje s istomišljenicima, može pridonijeti jačanju mentalne otpornosti i osjećaja zajedništva. Iako možda neočekivano, naglašavamo i važnost povremenih prekida digitalne povezanosti i izdvajanja vremena za aktivnosti koje potiču dobrobit i relaksaciju djece.

Mediji pružaju aktualne vijesti, međutim, pretjerana izloženost vijestima može biti opterećujuća i stvoriti anksioznost kod djece. U takvim je trenucima ključno naučiti kako kritički analizirati medijske sadržaje te pronaći ravnotežu između informiranja i zaštite vlastitog mentalnog zdravlja.

Društvene mreže, s druge strane, pružaju platformu za izražavanje, povezivanje s vršnjacima te pronalaženje podrške u zajednici. No, isto tako, mogu biti izvor dezinformacija i širenja elektroničkog nasilja i straha. Iako su djeci društvene mreže nešto „s čime se rađaju“, važno je od rane dobi poticati digitalnu pismenost među djecom kako bi razvili sposobnost prepoznavanja potencijalnih opasnosti koje donose virtualni svijet i digitalni sadržaji.

Konačno, kroz ovaj priručnik naglašavamo kako je nužno kontinuirano razvijati otvoren dijalog o medijima i medijskim sadržajima. Poticanje zdravog razgovora o emocionalnim reakcijama na medijske sadržaje i o jačanju vlastite otpornosti predstavlja ključnu ulogu obrazovanja mladih o pravilnom korištenju medija u bilo kojim situacijama.

Ukratko, ovaj priručnik nudi vam alate, primjere i savjete kako razviti vještine kritičkog razmišljanja i sigurnog korištenja medijskih sadržaja.

Uživajte u čitanju, sudjelujte zajedno s vašim profesorima i roditeljima u rješavanju zanimljivih zadataka koje ćete pronaći u ovom priručniku i aktivno sudjelujte u stvaranju zdravijeg medijskog okruženja u kojem odrastate!

Lana Ciboci Perša i Ivan Pakozdi

DEZINFORMACIJE - OD LAŽNIH INFORMACIJA DO STVARNIH POSLJEDICA







Od slučajnog do zlonamjernog širenja (ne)točnih informacija

Iako se u posljednjih desetak godina intenzivno govori o dezinformacijama u medijima, važno je naglasiti da se one nisu pojavile tek nedavno, već postoje koliko i ljudska komunikacija. Dezinformacije su se pojavljivale i u antičkim vremenima, ali i u tradicionalnim medijima kao što su tisak, radio i televizija. Međutim, pojava interneta i društvenih mreža omogućila je bržu komunikaciju i lakši prijenos informacija, a što je osobito olakšalo i širenje netočnih informacija u medijskom prostoru.

NO, ZNATE LI UOPĆE ŠTO SU DEZINFORMACIJE?

Najjednostavnije ih možemo definirati kao „lažne, zavaravajuće i izmišljene informacije koje govore o događajima koji se nikad nisu dogodili ili kojima se prenose izjave koje nikad nisu bile izrečene. Netko ih je **namjerno** proizveo i plasirao u medije s ciljem stjecanja ekonomske koristi ili namjernog zavaravanja javnosti.” (Europska komisija, 2022)

Dezinformacije treba razlikovati od pogrešnih (tzv. misinformacija) i zlonamjernih (tzv. malinformacija) informacija. **Misinformacije** ili **pogrešne informacije** su lažne informacije koje se objavljuju bez namjere da se nekoga obmane. **Malinformacije** ili **zlonamjerne informacije** su točne informacije koje se koriste ili prikazuju na štetan ili zlonamjerman način.

Dezinformacije, misinformacije i malinformacije se zajedničkim imenom nazivaju **informacijskim poremećajem** (Ireton, Posetti, 2018).

Jeste li znali?

- ... da hrvatski državljani, kada su u pitanju mediji i medijski sadržaji, najviše vjeruju radiju i televiziji (Eurobarometar, 2022)?
- ... da je društvena mreža TikTok glavni izvor informacija svakoj petoj mladoj osobi u dobi od 18 do 24 godine (Reuters Institute, 2023)?
- ... da se dezinformacije najbrže šire kada su u pitanju političke vijesti i događaji te u izvanrednim okolnostima kao što su bolesti i potresi (Nenadić, Vučković, 2021)?
- ... da svaki drugi hrvatski građanin svakodnevno na internetskim portalima i društvenim mrežama nailazi na vijesti za koje vjeruje da krivo predstavljaju stvarnost ili su čak pogrešne (JOURLAB, FPZG i HRZZ, 2021 prema Kanižaj, 2022)?
- ... da dezinformacije na društvenim mrežama najviše dijele osobe starije od 65 godina (Guess, Nagler, Tucker, 2019)?
- ... da je termin „fake news” (lažne vijesti) proglašen za riječ godine 2017. godine prema Collins Dictionary?
- ... da su hrvatski državljani na samome vrhu kada je u pitanju stupanj povjerenja prema informacijama do kojih dolaze na društvenim mrežama, aplikacijama za dopisivanje i platformama za dijeljenje videomaterijala, što pokazuje da su na samom dnu kada je riječ o posjedovanju kompetencija kritičkog promišljanja o medijskim sadržajima (Eurobarometar, 2018)?



JESTE LI ZNALI?



Što su dezinformacije?

Koliko ste upoznati s dezinformacijama? Kako nastaju? Kako se šire među ljudima? Proverite svoje znanje kroz sljedeći kviz.

1. Dezinformacije su točne informacije koje nastaju nenamjernom greškom.

TOČNO

NETOČNO

2. Dezinformacije su nastale pojavom interneta.

TOČNO

NETOČNO

3. Dezinformacije su kreirane tako da emocionalno utječu na osobu otežavajući joj kritičko razmišljanje.

TOČNO

NETOČNO

4. Tzv. cheapfakes dezinformacije često se koriste kao oblik elektroničkog nasilja među mladima.

TOČNO

NETOČNO

5. Ključni je cilj dezinformacija manipulacija medijske publike s ciljem stjecanja ekonomske koristi ili zavaravanja javnosti.

TOČNO

NETOČNO

6. Dezinformacije često manipuliraju slikama, kombinirajući ih s drugim slikama, zvukovima i tekstovima kako bi im pridali nova značenja.

TOČNO

NETOČNO

7. Dezinformacije rijetko isključuju kontekst određenih informacija.

TOČNO

NETOČNO

8. Pod pojmom deepfake dezinformacije podrazumijevaju se slike, videozapisi ili audiozapisi ljudi ili događaja koji se zapravo nisu dogodili i koje je često nemoguće razlikovati od stvarnih.

TOČNO

NETOČNO

9. Propaganda je često jedan od oblika dezinformacija.

TOČNO

NETOČNO

10. Do puno većeg broja ljudi dođu dezinformacije, nego demantiji tih istih dezinformacija.

TOČNO

NETOČNO

Točni odgovori: 1 N, 2 N, 3 T, 4 T, 5 T, 6 T, 7 N, 8 T, 9 T, 10 T

Oblici dezinformacija

LAŽNA VEZA - kada naslov, vizuali i druga oprema nisu u skladu sa samim sadržajem

LAŽNI KONTEKST - kada se izvorni sadržaj koristi i dijeli u drugom kontekstu

IZMIJENJENI SADRŽAJ - kada je izvorna informacija ili slika izmijenjena da zavarava (npr. fotomontaža, deepfakes)

IZMIŠLJEN SADRŽAJ - novi sadržaj koji je potpuno lažan, dizajniran da zavarava i prouzroči štetu

SATIRA ili PARODIJA - umjetničko i društveno-kritičko izražavanje koje može postati misinformacija kada je publika pogrešno protumači (nema namjeru uzrokovati štetu, ali može zavarati)

Izvor: Iva Nenadić, Milica Vučković (2021). Dezinformacije. Edukativna brošura i vježbe za razumijevanje problema dezinformacija. Zagreb: Agencija za elektroničke medije. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Dezinformacije.pdf>

Dezinformacije u medijima - odabrani primjeri

Istražite na internetu neke od najpoznatijih primjera dezinformacija koje su se pojavile u medijima. Pritom koristite dolje navedene ključne riječi. Na prazne crte upišite ključne informacije do kojih ste došli. Razmijenite informacije s prijateljima u razredu.

PRIMJER 1: NESTANAK DJEČAKA SIMONINA

Ključne riječi: Simonino, Trento, 1475. godina, Johannes IV Hinderbach, Bernardino Da Feltre

PRIMJER 2: ŽIVOT NA MJESECU

Ključne riječi: The New York Sun, 1835. godina, John Herschel

PRIMJER 3: *RAT SVJETOVA*

Ključne riječi: 1938. godina, radiodrama, Orson Welles, marsovci, Sjedinjene Američke Države

PRIMJER 4: *JIMMYJEV SVIJET*

Ključne riječi: 1980. godina, Washington Post, Janet Cook, Pulitzerova nagrada

PRIMJER 5: *AMERIČKI PREDSJEDNIČKI IZBORI*

Ključne riječi: Donald Trump, Vales, Makedonija, Hilary Clinton, Facebook, 2016. godina, pizzagate, papa Franjo

Za one koji žele više: istražite i druge primjere dezinformacija kroz povijest. Možete istražiti propagandu tijekom ratova, političke manipulacije ili dezinformacije koje su imale značajan utjecaj na društvo. Napravite plakat i u dogovoru s razrednikom organizirajte razrednu izložbu na temu dezinformacija.



Kako prepoznati dezinformacije u medijima?

POŠTIVANJE TEMELJNIH NOVINARSKIH PRAVILA

Iako svaka novinarska vijest mora odgovoriti na pet ključnih pitanja (tko, što, gdje, kada, kako) + zašto, postoje i druga pravila novinarske struke koja svakom medijskom korisniku mogu pomoći u borbi protiv dezinformacija te s ciljem razlikovanja pouzdanih od nepouzdanih izvora informacija. U nastavku navodimo neke od njih:

- Svaki novinarski tekst i fotografija moraju biti potpisani, ili imenom novinara/fotografa ili redakcijskim potpisom. Nepotpisani tekstovi svakako trebaju probuditi sumnju u vjerodostojnost informacija do kojih ste došli čitajući, gledajući ili slušajući takav novinarski prilog.
- Svakako je važno proučiti i vrijeme objave samoga događaja jer i to može ukazati na nepouzdano i netočnu informaciju.
- Jedno od ključnih novinarskih načela podrazumijeva i korištenje najmanje dva ili tri izvora koja zastupaju različite strane pri čemu se osobito potiče da novinari istraže i prikažu sve strane priče/događaja o kojem se izvještava. Sam broj izvora u novinarskom prilogu ne mora značiti i nepristranost u izvještavanju jer ponekad novinari koriste veći broj izvora, međutim svi oni znaju zastupati jedno te istu stranu čime mediji krše jedno od temeljnih novinarskih pravila, a to je objektivnost i nepristranost u izvještavanju.
- Sumnju u medijski sadržaj treba izazvati i svaka vijest koja se temelji na neimenovanom i anonimnom izvoru.
- Brojne gramatičke greške, riječi pisane velikim slovima, senzacionalističke fotografije i naslovi koji ne odgovaraju samom tekstu mogu biti pokazatelj dezinformacija u medijima.

Izvor: Melissa Zimdars (Merrimack College, Massachusetts), www.factcheck.org; www.huffingtonpost.com

IZVJEŠTAVANJE DRUGIH O TOM DOGAĐAJU

Ako drugi mediji nisu izvijestili o događaju ili prenijeli određenu vijest, postoji razlog za sumnju u vjerodostojnost tog sadržaja. Pritom je važno analizirati i izvore iz drugih medija da se ne bi dogodilo da o nekom događaju i izvještava veći broj medija, ali da je svima njima glavni izvor drugi medij koji je prenio samu dezinformaciju.

PROUČITE IMPRESUM I DOMENU STRANICE

Proučite impresum i uvjete korištenja jer u njima može biti naglašeno o kakvoj se stranici radi. Primjerice, mnogi satirični portali često objavljuju sadržaje vezane uz aktualne političke događaje koje mnogi čitatelji, osobito oni koji se prvi puta susretnu s tim portalima, ne prepoznaju kao satirične tekstove te zbog toga povjere u sadržaj istih.

Važno je i da kada se prvi puta susretnete s nekim medijem da proučite informacije o vlasnicima, uredništvu i novinarima - ako je riječ o pravom mediju, te ćete informacije moći pronaći i na drugim mjestima. Ponekad lažne stranice izgledaju kao i prave, ali domena je drugačija stoga je osobito važno pripaziti i na domenu stranice. Primjerice, domene koje sadrže riječi "wordpress" i "blogger" pokazuju da je riječ o osobnom blogu i stavu pojedinca, a ne o medijskoj organizaciji.

KLIKBEJT NASLOVI

Jedna je od glavnih karakteristika suvremenog novinarstva na internetskim portalima često korištenje mamilica ili tzv. klikbejt naslova, odnosno onih naslova koji uopće ne odgovaraju sadržaju novinarskog priloga. Cilj je takvih medijskih sadržaja isključivo manipulacija korisnicima i prikupljanje što većeg broja klikova s ciljem postizanja veće zarade. Klikbejt naslove moguće je jednostavno prepoznati jer se koriste frazama poput X razloga zašto, X stvari koje, evo zašto, evo kako, nećete vjerovati, zašto biste trebali, posljednji X koji ćete ikada trebati... Stoga je izrazito važno da ne čitate samo naslov medijskih priloga jer unutar samoga teksta često se može otkriti da naslov uopće ne odgovara sadržaju teksta.

Izvor: Melissa Zimdars (Merrimack College, Massachusetts), www.factcheck.org; www.huffingtonpost.com

PRIPAZITE NA FOTOGRAFIJE I SNIMKE

Dezinformacije često možemo pronaći u vizualnim i audiovizualnim sadržajima. Zahvaljujući razvoju tehnologije, a osobito umjetne inteligencije, danas je gotovo pa nemoguće prepoznati da je određeni sadržaj vizualno promijenjen. Ono što svaki medijski korisnik može je barem provjeriti je li ta fotografija ili video već ranije negdje objavljeni. To svaki korisnik može napraviti uz primjerice Google tražilicu (tzv. opcija Reverse Image) ili različite aplikacije i programe kao što je recimo Tin Eye. Ako uz pomoć navedenih alata istu fotografiju pronađete uz različite teme, postoji velika vjerojatnost da nije riječ o pouzdanoj informaciji.

Skenirajte QR kod u nastavku i pogledajte što se može dogoditi kada medijski korisnici podijele neki sadržaj na društvenim mrežama prije nego provjere pouzdanost i istinitost informacija navedenih u samoj objavi.

Izvor: Melissa Zimdars (Merrimack College, Massachusetts), www.factcheck.org; www.huffingtonpost.com





Medijska pismenost - od pristupa do kritičkog vrednovanja medijskih sadržaja

Najkorisniji i najvažniji alat u borbi protiv dezinformacija svakako su naše vlastite medijske kompetencije - od pristupa preko analize i kritičkog vrednovanja do stvaranja vlastitih medijskih sadržaja. Sve je to ključno da bismo bili medijski pismeni i znali na adekvatan način pristupiti i koristiti medije u svakodnevnome životu.



Upravo je kritičko vrednovanje medijskih sadržaja temelj za prepoznavanje dezinformacija u medijima. Što to točno znači? Da svaku informaciju koju pronađete na društvenim mrežama i svaki novinarski prilog u medijima „pruručite“ kroz sljedeća pitanja koja će vas usmjeravati i pomoći vam da utvrdite koliko je određena informacija u medijima zaista pouzdana:

- Tko je kreirao poruku i s kojom svrhom?
- Tko je ciljana publika?
- Tko je platio za tu poruku?
- Tko bi mogao imati koristi od te poruke?
- Koga bi poruka na bilo koji način mogla oštetiti?
- Zašto bi ta poruka mogla biti važna pojedincu?
- Koje se vrijednosti, ideje, informacije i stajališta njome prenose?
- Koje su informacije izostavljene iz poruke, a koje bi mogle biti važne?
- Koje su tehnike korištene, s kojim razlogom?
- Kako različiti ljudi mogu na drugačiji način interpretirati poruku?
- Kada je poruka nastala?
- Na koji je način poslana publici?
- Radi li se o činjenicama ili mišljenju?
- Koliko je poruka pouzdana i na temelju čega pojedinac to misli?
- Tko su izvori informacija, ideja i tvrdnji?

Izvor: National Association for Media Literacy Education prema Scheibe, Rogow, 2012.

Vježbom do savršenstva

OD IZVORA DO IZVORA

Odaberite vijest iz aktualnih događanja i identificirajte tri različita medija koji izvještavaju o istom događaju. Proučite njihove naslove, izvore informacija, teme i vizualne/audiovizualne sadržaje te usporedite kako su različiti izvori prenijeli informacije. Razmislite o tome kako bi razlike koje ste uočili mogle utjecati na percepciju čitatelja.

NOVINAR NA JEDAN DAN

Odaberite relevantnu aktualnu temu ili događaj te napišite vijest koja će biti informativna, točna i neutralna. Naglasite važnost korištenja provjerenih izvora, pridržavanja novinarskih standarda i izbjegavanja senzacionalizma. Nakon toga na istu temu kreirate vijest koja će sadržavati određene dezinformacije. Potrudite se da takve dezinformacije ne budu lako uočljive. Nakon toga unutar manjih grupa u razredu razmijenite vijesti i pokušajte odgonetnuti koja je vijest istinita, a u kojim je slučajevima riječ o dezinformacijama. Kako ste otkrili da je riječ o dezinformaciji? Podijelite svoje iskustvo s kolegama u razredu.

ZARADA PRIJE ODGOVORNOSTI?

Zamislite da kao novinar morate odabrati između objavljivanja senzacionalističkog članka koji privlači pažnju i objavljivanja uravnoteženog članka s manje atraktivnim naslovom. Razmislite o etičkim izazovima novinarstva, naglašavajući važnost odgovornog novinarskog pristupa i utjecaja senzacionalizma na javnost. Argumentirajte svoje mišljenje.

Preporuka korisnih materijala

Ako želite saznati više o dezinformacijama u medijima, više informacija potražite u sljedećim materijalima:

1. Ciboci, Lana; Kanižaj, Igor; Labaš, Danijel (2018). Kako prepoznati dezinformacije u medijima. Zagreb: Agencija za elektroničke medije. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/lazne-vijesti.pdf>.
2. Lechpammer, Stela (2022). Edukativni materijali za učenike osnovnih i srednjih škola o medijima i novinarstvu. Zagreb: Agencija za elektroničke medije. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf>
3. Levak, Tomislav (2020). Dezinformacije i lažne vijesti kao političko oružje (videolekcija). Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/video->

lekcija-dezinformacije-i-lazne-vijesti-kao-politicko-oruzje/

4. Nenadić, Iva; Vučković, Milica (2021). Dezinformacije. Edukativna brošura i vježbe za razumijevanje problema dezinformacija. Zagreb: Agencija za elektroničke medije. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Dezinformacije.pdf>

Zabavne i edukativne igre o dezinformacijama:

- Go Viral! - igra o dezinformacijama o covid-19 pandemiji. Dostupno na: <https://www.goviralgame.com/hr/>
- Troll Factory - igra o govoru mržnje i širenju dezinformacija. Dostupno na: <https://trollfactory.yle.fi/>
- Bad News - igra o stvaranju i širenju dezinformacija. Dostupno na: <https://www.getbadnews.com/en#intro>
- Online Verification Challenge - igra o prepoznavanju dezinformacija u medijima. Dostupno na: https://ftp.firstdraftnews.org/articulate/2020/en/OVC/story_html5.html



ELEKTRONIČKO NASILJE







Elektroničko nasilje kao oblik krizne situacije

Elektroničko nasilje sve je češći oblik nasilja, osobito među djecom i mladima. Pritom se pod tim oblikom nasilja podrazumijevaju svi oblici ponižavanja, vrijeđanja ili prijetnji uz pomoć novih tehnologija i medija. Takav se oblik nasilja može događati kroz sms poruke, pozive, aplikacije za dopisivanje ili društvene mreže. Može biti u obliku tekstualnih, audiovizualnih, vizualnih i auditivnih poruka.

Dok se kod djece u nižim razredima osnovne škole elektroničko nasilje najčešće događa unutar zatvorenih aplikacija za dopisivanje, učenici u srednjim školama takve oblike nasilja sele javno na društvene mreže.

Budući da elektroničko nasilje može biti prisutno 24 sata, svih 7 dana u tjednu, da su publika i svjedoci mnogobrojni i brzo se povećavaju te da osoba može biti izložena nasilju i uznemiravanju kod kuće i na drugim mjestima (ne postoji tzv. sigurno utočište), elektroničko nasilje iz godine u godinu privlači sve veću pozornost stručnjaka diljem svijeta koji ističu važnost preventivnih aktivnosti s ciljem suzbijanja takvog oblika nasilja.

Treba istaknuti i da kod elektroničkog nasilja postoji snaga pisane riječi jer žrtva može svaki put iznova pročitati što je nasilnik o njoj napisao, a sami počinitelji nasilja često teže razumiju štetu koju njihove riječi mogu nanijeti zbog izostanka fizičkog kontakta sa žrtvom nasilja (Kernaghan, Elwood, 2013; Accordino, Accordino, 2011; Kowalski i sur., 2008).

Oblici elektroničkog nasilja

Postoje brojni oblici elektroničkog nasilja pri čemu su u nastavku objašnjeni neki od njih. Povežite vrste elektroničkog nasilja (na engleskom jeziku) s njihovim objašnjenjima (Ciboci i sur., 2020).

1	Phishing	A	otvaranje lažnih profila putem kojih napadač navodi drugu osobu na ljubavnu vezu putem interneta
2	Happy slapping	B	namjerno slanje agresivnih, uvredljivih i neprimjerenih poruka s ciljem poticanja online svađe i nasilja
3	Grooming	C	prevara koja korisnika navodi na otkrivanje korisničkog imena i lozinke i upisivanje u krivotvorenu internetsku stranicu
4	Catfishing	D	slanje neprimjerenih seksualnih poruka i fotografija putem mobitela ili interneta
5	Sexting	E	namjerno učestalo širenje sarkastičnih komentara upućenih slučajno odabranoj osobi s ciljem izazivanja sukoba
6	Trolling	F	grupa napada pojedinca, nasilje snima mobitelom ili kamerom i kasnije snimku objavljuje na internetu
7	Spam	G	neželjena elektronička pošta, najčešće u obliku reklama i lažnih oglasa
8	Flaming	H	mamljenje djece radi seksualnih potreba

Točni odgovori: 1c, 2f, 3h, 4a, 5d, 6e, 7g, 8b

Oblici elektroničkog nasilja u mojoj okolini

Nakon što ste na prethodnoj stranici povezali nazive različitih vrsta elektroničkog nasilja s njihovim objašnjenjima, sada je trenutak da razmislite o svakom od njih te ih rangirajte to na dva načina. U prvom stupcu ih rangirajte od 1 do 8 pri čemu je jedan onaj oblik elektroničkog nasilja koji se najčešće događa u tvojoj okolini, a broj 8 najrjeđe. Nakon toga ih u drugom stupcu ocjenama od 1 do 8 kategorizirajte tako da brojem 1 označite onaj oblik nasilja kojeg smatrate najtežim i koji bi vas osobno najviše pogodio, a brojem 8 onim koji bi vas najmanje pogodio.

	Učestalost pojavljivanja elektroničkog nasilja	Vlastiti doživljaj elektroničkog nasilja
Phishing		
Happy slapping		
Grooming		
Catfishing		
Sexting		
Trolling		
Spam		
Flaming		

Usporedite prvi i drugi stupac - jesu li najčešći oblici elektroničkog nasilja s kojima ste se susreli u svom životu i oni koji vas najviše zabrinjavaju? Ako želite, s prijateljem/prijateljicom u klupi usporedite rezultate i razgovarajte o sličnostima, ali i razlikama pri ispunjavanju tablice.

Jeste li znali?

...da je gotovo polovica djece u dobi od 13 do 17 godina doživjela barem jedan oblik elektroničkog nasilja (Pew Research Center, 2022)?

...da su djeca žrtve elektroničkog nasilja istovremeno često i žrtve fizičkog nasilja (EU Kids Online, 2020)?

... da se djeca u razrednoj nastavi najčešće zlostavljaju unutar zatvorenih aplikacija za dopisivanje, a starija djeca u osnovnoj i srednjoj školi javno na društvenim mrežama (EU Kids Online, 2020)?

... da djeca koja su žrtve elektroničkog nasilja često pokazuju nizak stupanj samopoštovanja, znakove depresije, negativne emocije poput ljutne i frustracije, te često izbjegavaju korištenje mobitela i drugih uređaja s internetskim pristupom, ali i druženje s prijateljima (Hinduja, Patchin, 2010; Hinduja, Patchin, 2019)?

... da je gotovo 40% srednjoškolaca primilo seksualne sadržaje od njima poznatih i nepoznatih osoba (deShame, 2022)?

... da je osvetnička pornografija, odnosno zlorporaba snimki spolno eksplicitnog sadržaja, u Hrvatskoj kazneno djelo (Kazneni zakon, NN 84/21)?



JESTE LI ZNALI?



Kampanja o elektroničkom nasilju

Iako se o elektroničkom nasilju i njegovim posljedicama sve više govori u javnosti, i dalje to nije dovoljno. Potrebno je osvijestiti djecu i mlade da takav oblik nasilja nije normalan i da u slučaju da postanu žrtve nasilja trebaju potražiti pomoć odraslih osoba od povjerenja. Istovremeno, potrebno je podići razinu svijesti odraslih osoba i upoznati ih s oblicima elektroničkog nasilja s kojima se mladi gotovo svakodnevno suočavaju, a da toga njihovi roditelji, članovi obitelji i učitelji nisu niti svjesni.

Zamislite da morate napraviti kampanju čiji je glavni cilj osvijestiti djecu i/ili odrasle o toj važnoj temi. Razmislite kako bi ta kampanja trebala izgledati da bi bila što učinkovitija. U osmišljavanju kampanje odgovorite na sljedeća pitanja:

- Kome biste kampanju posvetili - djeci ili odraslima? Specificirajte skupinu kojoj bi kampanja bila namijenjena i objasnite zašto baš njoj. Ako je riječ o djeci, svakako navedite i dob djece.
- Na koji biste način podigli svijest o toj važnoj temi? Kako biste oblikovali kampanju?
- Kojem biste se obliku elektroničkog nasilja osobito posvetili?
- Putem kojih biste medija prenosili kampanju?

Svake se godine u veljači obilježava Dan sigurnijeg interneta. Tim povodom možete osmisliti kampanju unutar svoje škole i na taj način ukazati na važnost preventivnih aktivnosti u tom području.

SLUČAJ 1

Vrsta nasilja:

Opis nasilja:

SLUČAJ 2

Vrsta nasilja:

Opis nasilja:

SLUČAJ 3

Vrsta nasilja:

Opis nasilja:



Seksting i osvetnička pornografija

Svaki deseti srednjoškolac šalje vlastite seksualne sadržaje drugima pri čemu je 22% njih to učinilo zbog ucjene ili prijete, a čak 56% na nagovor druge osobe (deShame, 2022). Pritom je većina hrvatskih srednjoškolaca, njih čak 93%, svjedočilo seksualnom uznemiravanju na internetu, a 41% ga je barem jednom i doživjelo pri čemu se s takvim oblikom elektroničkog nasilja češće susreću djevojke od mladića (deShame, 2022). Iako bi u takvim slučajevima mladi svakako trebali potražiti pomoć i savjet odrasle osobe od povjerenja, to rijetko čine, i više od polovice žrtava takvog oblika nasilja u potpunosti ignorira doživljeno seksualno uznemiravanje (deShame, 2022) iako se zlonamjerno širenje seksualno eksplicitnih sadržaja smatra kaznenim djelom (Kazneni zakon, NN NN 84/21).

ČLANAK 144.A ZLOUPORABA SNIMKE SPOLNO EKSPLICITNOG SADRŽAJA

- Tko zloruporabi odnos povjerenja i bez pristanka snimane osobe učini dostupnim trećoj osobi snimku spolno eksplicitnog sadržaja koja je snimljena uz pristanak te osobe za osobnu uporabu i na taj način povrijedi privatnost te osobe, kaznit će se kaznom zatvora do jedne godine.
- Kaznom iz stavka 1. ovoga članka kaznit će se tko uporabom računalnog sustava ili na drugi način izradi novu ili preinači postojeću snimku spolno eksplicitnog sadržaja i tu snimku uporabi kao pravu te time povrijedi privatnost osobe na toj snimci.
- Tko kazneno djelo iz stavka 1. i 2. ovoga članka počinu putem računalnog sustava ili mreže ili na drugi način zbog čega je snimka postala dostupna većem broju osoba, kaznit će se kaznom zatvora do tri godine.

Pravilnik o kriterijima za izricanje pedagoških mjera (NN 94/15, 03/17)

Svaka škola može, u slučaju potrebe, izreći učenicima pedagoške mjere. Vrsta mjere ovisit će o težini nasilničkih i drugih neprimjerenih oblika ponašanja. Pritom se neprihvatljivi oblici ponašanja dijele na lakša, teža, teška i osobito teška. Između ostaloga, pod takvim se oblicima nasilja podrazumijevaju:

Lakši oblici neprihvatljiva ponašanja - uznemiravanje učenika ili radnika škole, odnosno druge aktivnosti koje izazivaju nelagodu u drugih osoba, nakon što je učenik na to upozoren.

Teži oblici neprihvatljiva ponašanja - povreda dostojanstva druge osobe omalovažavanjem, vrijeđanjem ili širenjem neistina i glasina o drugome učeniku ili radniku škole; prikrivanje nasilnih oblika ponašanja; udaranje, sudjelovanje u tučnjavi i druga ponašanja koja mogu ugroziti sigurnost samog učenika ili druge osobe, ali bez težih posljedica.

Teški oblici neprihvatljiva ponašanja - izazivanje i poticanje nasilnog ponašanja (npr.

prenošenje netočnih informacija koje su povod za nasilno ponašanje, skandiranje prije ili tijekom nasilnog ponašanja, snimanje događaja koji uključuje nasilno ponašanje i slična ponašanja); nasilno ponašanje koje nije rezultiralo težim posljedicama; poticanje grupnoga govora mržnje; prisila drugog učenika na neprihvatljivo ponašanje ili iznuda drugog učenika (npr. iznuđivanje novca).

Osobito teški oblici neprihvatljiva ponašanja - objavljivanje materijala elektroničkim ili drugim putem, a koji za posljedicu imaju povredu ugleda, časti i dostojanstva druge osobe.

Pedagoške mjere za srednje škole podrazumijevaju opomenu, ukor, opomenu pred isključenje i isključenje iz srednje škole.

Znakovi izloženosti elektroničkom nasilju

- Emocionalna uznemirenost za vrijeme ili poslije korištenja interneta
- Narušeno samopoštovanje
- Izbjegavanje prijatelja i uobičajenih aktivnosti
- Izbjegavanje škole i grupnih okupljanja
- Lošije ocjene i ispadi bijesa kod kuće
- Nagle promjene raspoloženja i ponašanja
- Osjećaj frustriranosti i ljutnje
- Gubitak sna i apetita
- Depresivnost
- Suicidalnost



Što učiniti u slučaju elektroničkog nasilja?

Znate li što učiniti u slučaju elektroničkog nasilje? Provjerite svoje znanje kroz sljedeći kviz.

1. Izbrišite uvredljive, ponižavajuće i prijeteće poruke.

TOČNO

NETOČNO

2. Na uvredljive i ponižavajuće poruke treba uzvratiti istom mjerom.

TOČNO

NETOČNO

3. Blokirajte broj s kojeg vam stižu neželjeni pozivi i poruke.

TOČNO

NETOČNO

4. Uvijek je žrtva kriva za elektroničko nasilje i trebala bi razmisliti o svom ponašanju u virtualnom svijetu.

TOČNO

NETOČNO

5. U slučaju zloporabe i širenja spolno eksplicitnih materijala potrebno je obavijestiti policiju.

TOČNO

NETOČNO

6. Dopisivanje na društvenim mrežama s nepoznatim osobama i nalaženje uživo s njima bez pratnje smatra se sigurnim oblikom ponašanja

TOČNO

NETOČNO

Točni odgovori: 1N, 2N, 3T, 4N, 5T, 6N

Kome se obratiti za pomoć?

- Odrasloj osobi od povjerenja - roditeljima i učiteljima
- *Red Button* - aplikacija Ministarstva unutarnjih poslova. Anonimno policiji porukom na <https://redbutton.gov.hr/online-prijava/7>
- *UHO (Utočište Hrabrih Online)* - porukom stručnjacima (komunikolozima i psiholozima) na <https://uho.dkmk.hr/#posaljiPoruku>
- *Hrabri telefon* - pozivom stručnjacima (psiholozima) na broj 116 111, porukom na WhatsApp Chat ili mailom na savjet@hrabritelefon.hr
- *Centar za sigurniji internet* - pozivom stručnjacima na broj 0800 606 606



Vježbom do savršenstva

ELEKTRONIČKO NASILJE U MOJOJ ŠKOLI

Istražite i analizirajte najčešće oblike elektroničkog nasilja u vašoj školi. Kako se učenici u školi osjećaju u digitalnom okruženju, koje su najčešće vrste elektroničkog nasilja i kako se škola može uključiti u prevenciju? Koje bi preventivne aktivnosti najbolje osvijestile vaše vršnjake o posljedicama elektroničkog nasilja u školi? Predložite aktivnosti kojima bi mogli poboljšati digitalnu sigurnost u svojoj školi i smanjiti slučajeve elektroničkog nasilja.

APLIKACIJA ZA POMOĆ ŽRTVAMA ELEKTRONIČKOG NASILJA

Razmislite i razvijte koncept aplikacije koja bi pomogla u borbi protiv elektroničkog nasilja pri čemu mogućnosti aplikacije mogu biti brojne - od anonimnog prijavljivanja takvog oblika nasilja, pružanja edukativnih materijala i psihološke pomoći žrtvama nasilja do edukativnih igara koje potiču pozitivno online ponašanje i podižu svijest o posljedicama elektroničkog nasilja.

EDUCIRANJE RODITELJA O ELEKTRONIČKOM NASILJU

Budući da roditelji često nisu upoznati s aktivnostima djece na internetu pa tako ni s oblicima elektroničkog nasilja, važno je i njih educirati na tu temu. Razmislite što biste voljeli da su vaši roditelji napravili ili vam rekli o digitalnom svijetu, a osobito u slučaju elektroničkog nasilja. U paru simulirajte razgovor s roditeljima o izazovima elektroničkog nasilja. Izradite scenarij u kojem objašnjavate roditeljima kako prepoznati znakove elektroničkog nasilja, kako podržati svoje dijete te kako zajedno raditi na stvaranju sigurnijeg digitalnog okruženja.

OPASNOSTI SEKSTANJA

Izradite edukativni plakat koji će informirati vaše vršnjake o opasnostima sekstinga. Plakat može sadržavati savjete o sigurnom dijeljenju vizualnih i audiovizualnih sadržaja, posljedicama njihova neprimjerenog dijeljenja, te pružiti resurse za pomoć žrtvama takvog oblika elektroničkog nasilja.

DIGITALNA KAMPANJA: POŠTUJ TUĐU PRIVATNOST U VIRTUALNOM SVIJETU

Osmislite digitalnu kampanju koja promiče poštivanje osobnih granica u virtualnim svijetu. Naglasak u kampanji može biti na vizualnim materijalima, infografikama ili kratkim audiovizualnim materijalima koji naglašavaju važnost pristanka pri dijeljenju vizualnih i audiovizualnih sadržaja i istražuju negativne posljedice kršenja prava na privatnost.

Preporuke korisnih internetskih stranica

- Centar za sigurniji internet - <https://csi.hr/>
- Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (Djeca medija) - <https://djecamedija.org/>
- Portal Medijskapismenost.hr - <https://www.medijskapismenost.hr/>
- Budi internet genijalac - <https://ucitelji.hr/budi-internet-genijalac/>



OVISNOST O MEDIJIMA I MENTALNO ZDRAVLJE





Ovisnost o medijima

Svakoga dana uz medije provodimo jako puno sati - neovisno o tome koristimo li ih u obrazovne ili zabavne svrhe. Kako djeca odrastaju tako raste i količina vremena koju provode uz medije. Najnovije istraživanje koje su proveli Ured pravobranitelja za djecu i Unicef (2023) pokazuje da oko polovine mladih provodi dnevno od tri do pet sati na internetu pri čemu najviše vremena provode na društvenim mrežama i aplikacijama za dopisivanje. Istovremeno gotovo svi mladi najmanje nekoliko puta dnevno pristupaju društvenim mrežama, a više od polovine ih pristupa i više od deset puta dnevno.

Isto je istraživanje pokazalo da je ovisnost o internetu jedan od najvažnijih problema mladih u Hrvatskoj pri čemu dodatno, u velikoj mjeri, ističu i problem vršnjačkog nasilja i poremećaje mentalnog zdravlja.

Jeste li ovisni o medijima?

Ovaj „samotest“ za učenike izradilo je 2022. godine Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu s ciljem razvijanja svijesti o pretjeranom korištenju medija, osobito interneta i društvenih mreža. Upitnik je nastao na temelju prilagođene Chenove ljestvice za testiranje ovisnosti o internetu.

Uz svaku tvrdnju zaokružite broj koji najviše odgovara vašem stupnju slaganja s određenom izjavom pri čemu 1 znači da se uopće ne slažete s tvrdnjom, 2 da se uglavnom ne slažete, 3 da se uglavnom slažete, a 4 da se u potpunosti slažete

- | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|
| 1. | Osjećam se nelagodno kada neko vrijeme nisam na internetu. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 2. | Pomisao da želim koristiti internet je prva misao koju imam ujutro kad se probudim. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 3. | Osjećam se nemirno i nervozno kada ne mogu pristupiti internetu. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 4. | Korištenje interneta imalo je negativne posljedice na moj uspjeh u školi. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5. | Moj bi život bio bez radosti kada bih prestao/la koristiti internet. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 6. | Ne mogu kontrolirati želju da koristim internet. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 7. | Osjećam se kao da nešto propuštam ako ne idem na internet neko određeno razdoblje. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 8. | Moja interakcija s obitelji se smanjila zbog mog korištenja interneta. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 9. | Smanjio/la sam bavljenje rekreativnim aktivnostima zbog uporabe interneta. | 1 | 2 | 3 | 4 |

- | | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 10. Stekao/la sam naviku spavati što manje kako bih imao/la više vremena za aktivnosti na internetu. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 11. Moram provoditi sve više i više vremena na internetu kako bih stekao/la istu razinu zadovoljstva kao prije. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 12. Propuštam uobičajene obroke zbog korištenja interneta. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 13. Osjećam se umorno tijekom dana jer provodim noći koristeći internet. | 1 | 2 | 3 | 4 |

Ako na ovom testu ostvarite više od 32 boda to može ukazivati na pretjerano korištenje interneta. To znači da biste trebali ograničiti vrijeme koje svakoga dana provodite uz internet i pronaći neke druge aktivnosti kojima ćete se baviti u slobodno vrijeme, a koje ne podrazumijeva korištenje medija i novih tehnologija. Primjerice, jedna od njih može biti češće druženje s prijateljima uživo.

Ako osjetite da pretjerano korištenje interneta i novih tehnologija već negativno utječe na vaš život, svakako o tome razgovarajte s odraslom osobom od povjerenja - od roditelja do psihologa ili pedagoga u školi - koji će vam dati korisne savjete i pomoći vam.

Kako prepoznati simptome ovisnosti o medijima?

Među simptomima koji mogu ukazati na pretjerano korištenje medija (neovisno o kojoj je vrsti medija riječ) mogu se izdvojiti sljedeći:

1. nekontrolirana želja za korištenjem medija,
2. gubitak kontrole i provođenje sve češće i dulje vremena uz medije,
3. apstinencijski simptomi poput osjećaja nemira, napetosti i tjeskobe kada se mediji ne koriste,
4. zanemarivanje školskih i kućnih obaveza,
5. nemogućnost prestanka korištenja medija,
6. korištenje medija kao dominantne aktivnosti u životu,
7. laganje da bi se prikrije aktivnosti vezane uz korištenje medije te laganje o količini vremena provedenoj uz medije,
8. narušavanje društvenih odnosa, kako unutar obitelji tako i s prijateljima,
9. zamjena dana i noći,
10. promjena raspoloženja i ponašanja,
11. zapostavljanje higijene i pravilnih prehrambenih navika,
12. nastavak korištenja unatoč svim navedenim negativnim posljedicama.

Izvor: Young, 2009 prema Bilić, Ljubin Golub, 2011; Klinika za psihijatriju Sveti Ivan Zagreb (Pbsvi.hr, n.p.)



Vježbom do razvijanja svijesti o posljedicama ovisnosti o medijima

1. Dnevnik korištenja medija

Tjedan dana vodite dnevnik korištenja medija. Nakon toga analizirajte koliko vremena provodite pred ekranima, uz koju vrstu medija i sadržaja provodite najviše vremena te kako to utječe na vaše raspoloženje. Jeste li bili svjesni koliko vremena svakoga dana provodite uz medije? Razvijte strategije za smanjenje vremena provedenog na društvenim mrežama i drugim medijskim platformama. Tri mjeseca nakon primjene navedenih strategija ponovno vodite dnevnik korištenja medija tijekom tjedan dana i analizirajte je li primjena navedenih strategija dovela do smanjene izloženosti medijskim sadržajima. Ako i dalje pretjerano koristite medije, razmislite o drugim strategijama - razgovarajte sa svojim prijateljima na koji način oni ograničavaju vrijeme uz medije. Za savjete pitajte i roditelje, učitelje i stručne suradnike u školi.

2. Medijska detoksikacija

Napravite izazov sa svojim vršnjacima koji će podrazumijevati tjedan dana bez korištenja društvenih mreža i drugih digitalnih medija. Zajedno osmislite nagradu za osobu koja će najuspješnije provesti tjedan dana bez medija. Nakon što izazov završi, razmislite kao ste se osjećali tijekom ovih tjedan dana bez medija, što vam je nedostajalo, na koji ste način provodili vrijeme bez medija te koje biste od navedenih aktivnosti voljeli zadržati i dalje.

3. Znete li što je FOMO?

Istražite značenje skraćenice FOMO, razloge zbog kojih se javlja i kako utječe na ponašanje tinejdžera. Nakon toga u postavkama svog pametnog telefona provjerite koliko ste puta danas otključali ekran mobitela. Je li vas iznenadio broj? Kako biste se osjećali kada cijeli dan ne biste mogli pogledati niti jednu notifikaciju koju ste čuli da vam je došla na mobitel?

Kad narastem želim biti ... influencer

Među najpoželjnijim zanimanjima djeca u 21. stoljeću smatraju influencere. Činjenica da i sami provode jako puno vremena uz društvene mreže promatrajući aktivnosti influencera, ali i njihove zarade, dovodi do toga da mnogi to vide kao posao budućnosti. Međutim, je li to zaista tako? Koliko su influenceri autentični? Hoće li njihove aktivnosti zanimati pratitelje i za deset ili dvadeset godina? Jesu li današnji influenceri svjesni svoje odgovornosti i utjecaja koji imaju na najmlađe? Razmislite o sljedećem:

- Koje vrijednosti i stil života promiču poznati influenceri koje pratite? Kako to utječe na vaše vlastite vrijednosti?
- Koje su pozitivne, a koje negativne strane influencerstva? Na temelju čega to mislite - na temelju vlastitoga iskustva ili iskustva drugih osoba?
- Koje su prednosti i izazovi biti javna osoba na društvenim mrežama?
- Kako bi opisali ravnotežu između stvarnog života i onoga što influenceri prikazuju online?



- Što mislite kako se influenceri nose s pritiskom da uvijek moraju biti online kako bi održali svoj status influencera?
- Može li brzi uspjeh influencera na društvenim mrežama utjecati na njihovo mentalno zdravlje?
- Jeste li primijetili negativan utjecaj influencera na vaše vršnjake ili prijatelje?
- Čime se bave najpraćeniji influenceri na svijetu? Jesu li to aktivnosti zbog kojih bi te osobe zaista trebale biti uzori mlađim generacijama? Jesu li to aktivnosti koje će se cijeniti u društvu za deset ili dvadeset godina?
- Jesu li danas uspješni svi influenceri koje ste počeli pratiti u prvim godinama korištenja interneta i društvenih mreža?
- Kako biste opisali odnos influencera prema različitim brendovima? Kako odnos s oglašivačima može utjecati na njihovu autentičnost?

„Savršeni“ životi na društvenim mrežama

Jeste li primijetili kako životi vaših vršnjaka i prijatelja koje imate na društvenim mrežama izgledaju - savršeno? Svi stalno izlaze, odlaze na koncerte, okruženi su velikim brojem prijatelja i članova obitelji, puno putuju, stalno su nasmijani na fotografijama i izgledaju kao da se jako dobro zabavljaju, a istovremeno na fotografijama izgledaju drugačije nego uživo. Je li to realna slika ljudi i njihovih života?

Odgovor je kratak i jasan - NE! Mnogi ljudi se na društvenim mrežama vole prikazati u drugačijem svijetlu, onome kako bi htjeli da ih drugi vide, makar je stvarna situacija u potpunosti drugačija. To ide toliko daleko da neki vaši vršnjaci na jednom putovanju uslikaju na stotine fotografija koje potom objavljuju tijekom cijele godine pa izgleda kao da svakoga mjeseca putuju u neku stranu državu ili drugi dio Hrvatske. Istovremeno, neki od njih na istom izlasku uslikuju brojne fotografije koje potom objavljuju nekoliko dana pa drugi stječu dojam da oni stalno izlaze i zabavljaju se.

Takvo okruženje može utjecati na naše mentalno zdravlje i dovesti do uspoređivanja vlastitih života sa životima drugih ljudi zbog čega se mogu pojaviti osjećaji zavisti, ljubomore i tuge zato što mi ne vodimo slične živote poput njih.

... da je svaka druga djevojka nesigurna u vezi svog izgleda pa redovno uređuju fotografije prije nego ih podijele na društvenim mrežama?

... da su 2/3 djevojaka između 10 i 17 godina prije objave na mrežama izmijenile ili sakrile barem jednu stvar koja im se na njihovom izgledu, odnosno tijelu ne sviđa?

... da bi se djevojke osjećale mnogo samopouzdanije da fotografije na internetu točnije prikazuju stvarni izgled, a 66 posto bi zbog toga manje brinule jesu li dovoljno lijepe?

... da svaka druga djevojka smatra da toksični savjeti o ljepoti na društvenim mrežama smanjuju njihovo samopouzdanje?



JESTE LI ZNALI?



Kako mediji utječu na poremećaje u prehrani?

Upravo nametanjem nerealnih životnih ciljeva i oblika ponašanja te naglašavanjem važnosti izgleda mediji itekako utječu na poremećaje u prehrani. To se prije svega odražava kroz (Strasburger, Wilson, Jordan, 2013):

- naglašavanje važnosti izgleda i povezivanjem izgleda s uspjehom u životu, kako privatnim tako i poslovnim,
- suženu definiciju fizičke ljepote gdje se lijepim smatra isključivo mršavo tijelo bez ijednog madeža, bore na licu ili strije na tijelu,
- povezivanje mršavosti s uspjehom i ljepotom,
- izražavanje gađenja prema debljini i punašnjim osobama,
- naglašavanje dijeta i kako postići nametnuti medijski idel ljepote koji primarno podrazumijeva nerealno mršavo tijelo,

Dok kod djevojaka svi navedeni čimbenici često mogu dovesti do pojave bulimije i anoreksije, kod dječaka se to često odražava na pojavu bigoreksije.

Anoreksija - poremećaj prekomjernog ograničavanja količine hrane koja se unosi u organizam

Bulimija - „poremećaj proždrljivog jedenja nakon čega dolazi do pročišćavanja (samopotaknutim povraćanjem ili uzimanjem sredstava za čišćenje, diuretika ili oboje), strogog pridržavanja dijete ili prekomjernog vježbanja da bi se djelovalo suprotno učincima prejedanja“ (Porter, 2019)

Bigoreksija - poremećaj, poznat i kao obrnuta anoreksija, kod kojeg osoba postaje opsesivno usredotočena na osjećaj da je presitna i da nije dovoljno mišićava zbog čega pribjegava različitim načinama povećanja mišćne mase - od intenzivnog vježbanja do zlouporabe steroida i drugih lijekova za izgradnju mišića (BEA, n.p.)



Vježbom do razvijanja svijesti o posljedicama nametanja nerealnih prikaza ljepote u medijima

1. Tko nameće trendove?

Kroz povijest su se mijenjali poželjni oblici ženskoga i muškoga izgleda. Zajedno u razredu napravite mini istraživanje i proučite tko je od antičkih vremena do modernoga doba nametao trendove i koliko se percepcija poželjnoga muškoga i ženskoga izgleda promijenila kroz stoljeća? Osobito analizirajte promjene koje su se dogodile pojavom masovnih medija, primarno tijekom 20. stoljeća. Što iz navedenoga možete zaključiti? Podijelite se u manje grupe unutar razreda i neka svaka grupa analizira jedno povijesno razdoblje i izradi plakat. Na kraju napravite malu razrednu ili školsku izložbu.

2. Što mi poručuju fotografije influencera na društvenim mrežama?

Odaberi prvih pet fotografija s društvenih mreža koje su objavili influenceri. Što te fotografije prikazuju? Koliko su one odraz stvarnog života? Razmisli kako te fotografije mogu utjecati na percepciju stvarnosti i na samopouzdanje tvojih vršnjaka. Objavljuju li češće nerealne sadržaje osobe muškoga ili ženskoga spola? Kako takav prikaz može utjecati na mentalno zdravlje tinejdžera?

3. Školska kampanja - širi pozitivu

Razvijte kreativnu kampanju koja promiče pozitivan utjecaj društvenih medija i progovara o nametanju lažnih i nestvarnih stanarda ljepote i životnih uspjeha. Razmislite o hashtagu, sloganu i vizualima koji će poticati zdrav odnos prema samima sebi i stvarnosti. Potaknite i druge učenike u školi da se uključe u osmišljavanje kampanje te 10. listopada, kada se obilježava Svjetski dan mentalnoga zdravlja, organizirajte izložbu i druge aktivnosti unutar škole posvećene toj važnoj temi koja utječe na mentalno zdravlje tinejdžera.

MEDIJI U KRIZNIM SITUACIJAMA







Vrste kriza o kojima mediji izvještavaju

O krizama se može govoriti kao o sve važnijim socijalnim, političkim, ekonomskim i ekološkim silama koje su sposobne promijeniti stvarnost brže negoli bilo koji drugi fenomen. One u znatnoj mjeri privlače pažnju medija s obzirom da mogu prouzročiti velike štete, uključujući prijetnju po ljudski život, imovinu ili okoliš.

Unatoč svojim različitostima, krize obično imaju neka zajednička obilježja kao što su nesigurnost koja uzrokuje pojavu straha, neizvjesnost, prijetnja i neznanje kako se s njome suočiti i kako ju zaustaviti. Iako ih karakteriziraju vrlo slična obilježja krize su atipični događaji koji se ponekad mogu predvidjeti, ali su ipak neočekivani kad se zaista i dogode te uzrokuju veliku štetu organizacijama i društvu u cjelini (Jugo, 2017).

Mediji izvještavaju o različitim vrstama kriza, a neke od najčešćih su:

1. **Prirodne katastrofe:** Poplave, potresi, požari ili drugi prirodni događaji koji imaju veliki utjecaj na život i imovinu ljudi.
2. **Zdravstvene krize:** Epidemije, pandemije, širenje bolesti ili zdravstvene situacije poput virusa, bakterijskih infekcija ili drugih zdravstvenih prijetnji.
3. **Sigurnosne krize:** Teroristički napadi, oružani sukobi, širenje nasilja ili druge situacije koje ugrožavaju sigurnost ljudi.
4. **Ekonomske krize:** Financijski slomovi, recesije, bankroti ili gospodarske situacije koje imaju značajan utjecaj na gospodarstvo.
5. **Društvene krize:** Prosvjedi, politički nemiri, rasne ili etničke tenzije, socijalni nemiri ili situacije koje dovode do društvenih sukoba.
6. **Tehnološke krize:** Cyber napadi, propusti u sigurnosti podataka, havarije tehnoloških sustava ili druge situacije povezane s tehnologijom koje mogu imati široke posljedice.

ISTRAŽIVANJA POKAZUJU DA ČAK I ONI MANJE ZAINTERESIRANI ZA SVAKODNEVNO PRAĆENJE VIJESTI, U VREMENIMA KRIZE ČEŠĆE PRATE MEDIJE I TEŽE SE ODUPIRU PRAĆENJU UZNEMIRUJUĆIH VIJESTI, A POSEBICE KADA SE ONE DOGAĐAJU U NAŠOJ BLIZINI. STOGA, S OBZIROM DA MEDIJI U VREMENIMA KRIZE IMAJU VEĆU PUBLIKU KOJA TRAŽI VIŠE INFORMACIJA, NJIHOVA MOĆ RASTE, A TIME I ODGOVORNOST ZA POSLJEDICE NAČINA IZVJEŠTAVANJA.

Prije nego pređemo na novu cjelinu Testiraj svoje znanje o medijskom izvještavanju za vrijeme kriznih situacija:

	DA	NE
U kriznim situacijama medijska objava neprovjerenih informacija može uzrokovati dodatni kaos		
Kriza informacija često prati krizne situacije		
Mediji su odgovorni za pružanje uravnoteženog prikaza situacije tijekom kriznih događaja		
Mediji u krizama istovremeno informiraju javnost i umiruju paniku.		
Transparentnost medija o izvorima informacija nije ključna tijekom kriznih situacija		
Emocionalna osjetljivost javnosti tijekom kriznih situacija ne utječe na način kako ljudi percipiraju i reagiraju na medijsko izvještavanje.		
Javnost tijekom kriznih vremena traži od medija ne samo informacije, već i smjernice za djelovanje		
Brzina prijenosa informacija nadmašuje potrebu za točnošću tijekom krize		
Mediji nemaju odgovornost utjecati na percepciju javnosti tijekom krize		
Mediji tijekom krize trebaju prioritarno izvještavati o pojedinačnim dramatičnim pričama kako bi potaknuli emocionalni odgovor publike		

Odgovori: 1. Točno; 2. Točno; 3. Točno; 4. Točno; 5. Netočno; 6. Netočno; 7. Točno; 8. Netočno; 9. Netočno; 10. Netočno

Odgovornost medija za vrijeme kriznog izvještavanja

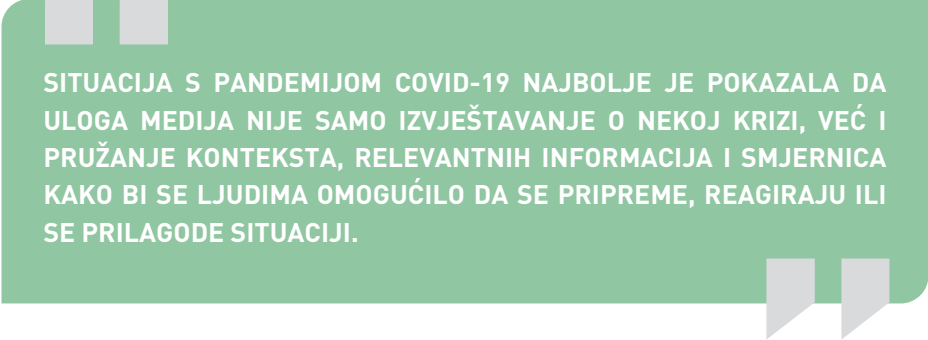
Novinarstvo se često opisuje kao sedmu silu ili četvrtu vlast (nakon zakonodavne, izvršne i sudske) zato što ima veliku moć oblikovanja mišljenja javnosti. Međutim, uz moć dolazi odgovornost koja se može urediti jedino postavljanjem jasnih etičkih i profesionalnih smjernica djelovanja novinarskog zanimanja kako bi se ono obavljalo smisleno i kvalitetno te imalo pozitivan učinak na javnost.

Tijekom kriznih situacija, ljudi žele biti dobro informirani. Traže vijesti i informacije iz različitih izvora kako bi bolje razumjeli situaciju i kako bi se osjećali sigurnijima.

„Neistina koja se objavi u novinama s nakladom od stotinu tisuća primjeraka može promijeniti nečiji život. S tog aspekta gledajući etiku, novinari se mogu doimati kao gospodari života i smrti. Njihovo je oruđe i oružje riječ. U biti, etika je uvijek nedovršena priča u novinarstvu (...) Svaka prilika, kontekst, stanje slobode govora u društvu i odnos prema medijima usložnjava i pitanje etike. Što su složeniji odnosi u društvu, i etička su pitanja dubioznija” Gordana Vilović (2004: 1)

Novinari se zbog prirode posla, koja nalaže sve bržu distribuciju vijesti, posebice u vremenu društvenih mreža na kojima sve želimo „sada i odmah”, često nalaze pod velikim pritiskom da budu prvi u prijenosu izvanrednih vijesti. U tom procesu, koji

diktira značajno ubrzanje dinamike proizvodnje vijesti, nerijetko dolazi do prenošenja poluinformacija ili čak dezinformacija iz kojih građani nisu u stanju razabrati istinu. U takvim situacijama, kada u medijskom prostoru iz dana u dan počinje prevladavati velika količina negativnih vijesti vezanih uz krizu ljudi se često okreću od racionalizacije i traženja istinite informacije te se počinju pouzdati na emocije i afekte zbog čega dolazi do pojave koja se naziva "kolektivno vrenje", a označava zajedničku emociju koja je preuzela racionalno objašnjenje stvari.



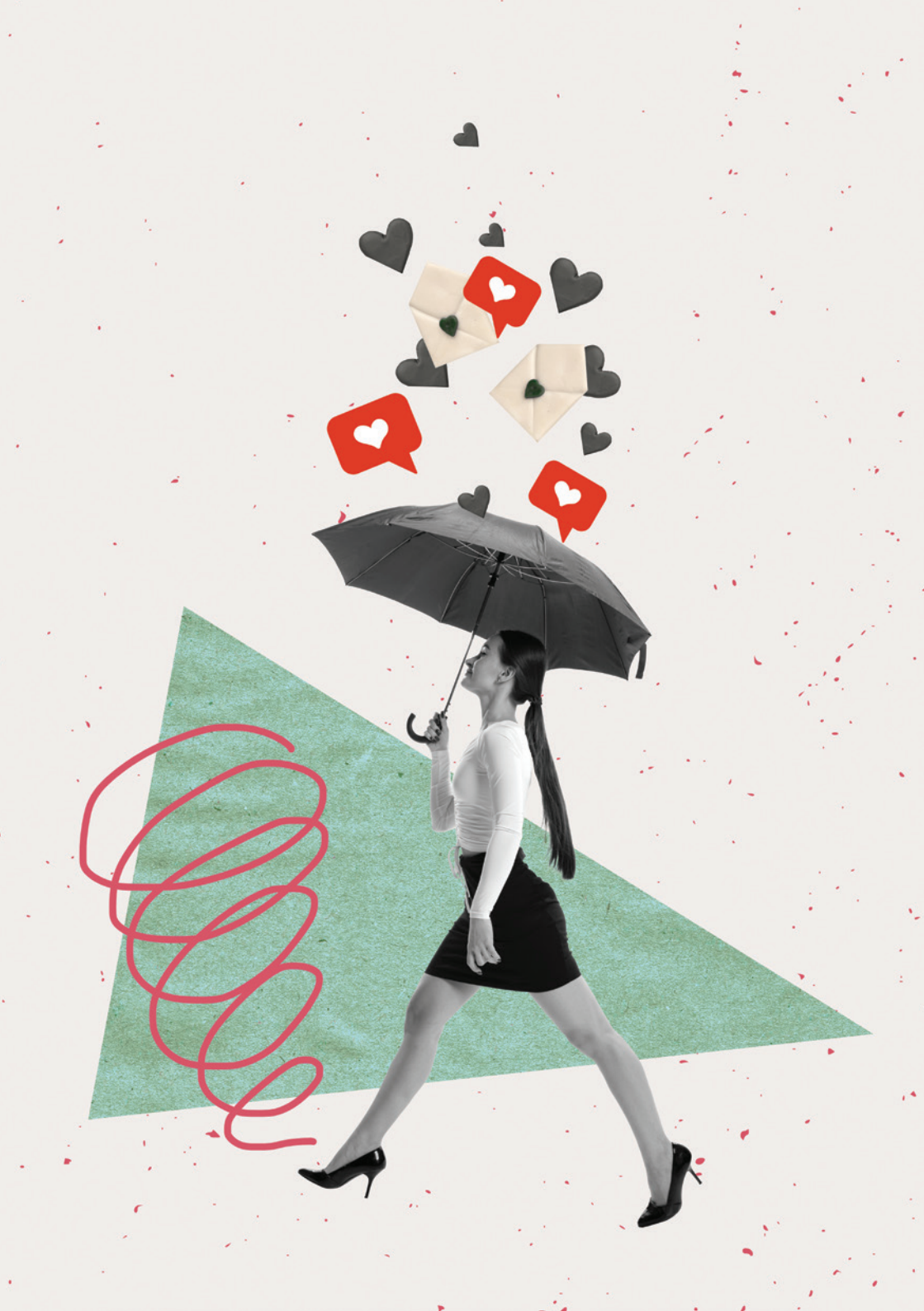
SITUACIJA S PANDEMIJOM COVID-19 NAJBOLJE JE POKAZALA DA ULOGA MEDIJA NIJE SAMO IZVJEŠTAVANJE O NEKOJ KRIZI, VEĆ I PRUŽANJE KONTEKSTA, RELEVANTNIH INFORMACIJA I SMJERNICA KAKO BI SE LJUDIMA OMOGUĆILO DA SE PRIPREME, REAGIRAJU ILI SE PRILAGODE SITUACIJI.

Zapamtite ako se odlučite baviti novinarstvom:

Novinarstvo je odgovoran posao jer objavom teksta objavljujete javnu informaciju koja može oblikovati nečije mišljenje, stavove i ponašanje. Izvori informacija mogu biti različiti: državna tijela, institucije, pojedinci s imenom i prezimenom, agencije za odnose s javnošću, službeni dokumenti, ali isto tako mogu biti neimenovani, anonimni, tajni ili „bliski izvoru“. Upravo prema takvim izvorima treba imati dozu sumnje jer izvor koji se odbija identificirati može imati lošu namjeru.

Upravo zato poznati hrvatski novinar i publicist Maroje Mihovilović (2007)„, autor udžbenika i priručnika novinarstva „Profesionalni novinar - kako u vijesti otkriti temu“ navodi da svaki novinar treba imati na umu dvije važne stvari:

1. **Novinar je odgovoran čitatelju** - ako ima pravilan odnos prema čitatelju, on će ujedno dobro obavljati posao, pa tako ispunjavati i svoje obaveze prema poslodavcu, kojem treba biti lojalan.
2. **U sve sumnjati, sve provjeravati** - ne treba sumnjati u ono što je očito ili ono u što se neposredno uvjeri, ali mora biti skeptičan prema onome što čuje od drugih ljudi, te u mnogim situacijama to treba dodatno provjeriti.



Vježbom do savršenstva

Analiza izvora vijesti (pojedinačna vježba)

Svaki učenik treba prikupiti nekoliko različitih izvora vijesti o istoj kriznoj situaciji (npr. članke iz novina, internetske članke, društvene medije, TV vijesti) te ih zatim usporediti. Cilj je prepoznati razlike u pristupu, naglascima, točnosti informacija i provjeriti vrstu i pouzdanost izvora (jesu li izvori identificirani, je li izvor „blizak nekome“, jesu li izvori iz državnih tijela itd.).

Simulacija medijskog izvještavanja (vježba za grupu)

Podijelite se u grupe po troje koje predstavljaju različite medijske platforme (televizija, novine, društveni mediji itd.). Zatim, svaka grupa neka započne simulirati izvještavanje o izmišljenoj kriznoj situaciji. Nakon toga, raspravite međusobno o razlikama u pristupu, tonu izvještavanja i utjecaju na percepciju publike.

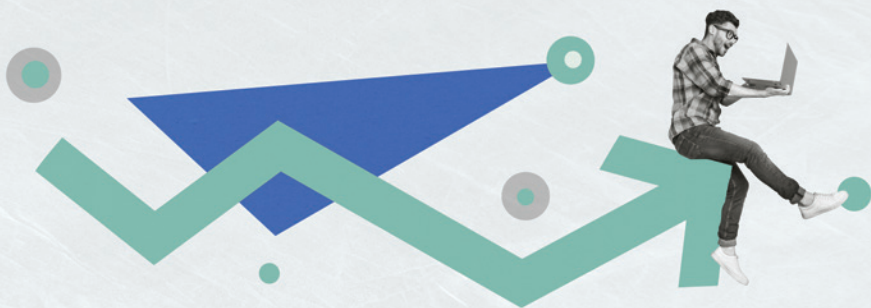




Ključni aspekti odgovornosti medija za vrijeme kriznog izvještavanja

1. **Točnost informacija:** Mediji su odgovorni za pružanje točnih, provjerenih i relevantnih informacija tijekom kriznih situacija. Greške u izvještavanju mogu uzrokovati paniku ili pogrešno vođenje javnosti.
2. **Transparentnost:** Javno objašnjavanje izvora informacija i načina prikupljanja vijesti pomaže u izgradnji povjerenja. Transparentnost o tome što se zna i što se ne zna ključna je za stvaranje pouzdane slike situacije.
3. **Uravnoteženo izvještavanje:** Mediji trebaju pružiti uravnotežen prikaz situacije, izbjegavajući senzacionalizam ili pretjerivanje koje može potaknuti paniku. To uključuje i naglašavanje pozitivnih aspekata i primjera solidarnosti u kriznim situacijama.
4. **Brza i redovita ažuriranja:** Redovita ažuriranja informacija su važna kako bi se javnost držala informiranom, ali istovremeno trebaju biti pažljivo provjerena kako bi se izbjeglo širenje neprovjerenih ili netočnih informacija.
5. **Empatija i osjetljivost:** Mediji bi trebali biti osjetljivi prema žrtvama i obiteljima te izbjegavati senzacionalizam ili nepotrebno eksponiranje pojedinaca tijekom kriznih situacija.
6. **Edukacija i savjetovanje:** Pružanje jasnih smjernica, savjeta i edukacija o sigurnosnim mjerama i postupcima pomaže javnosti da se bolje nosi s krizom.

ODGOVORNOST MEDIJA NIJE SAMO U INFORMIRANJU, VEĆ I U PODRŽAVANJU JAVNOSTI KROZ KRIZNE SITUACIJE. NJIHOVA ULOGA NIJE SAMO PRENOŠENJE INFORMACIJA, VEĆ I OSIGURAVANJE DA TE INFORMACIJE BUDU KORISNE, TOČNE I RELEVANTNE ZA JAVNOST KOJA SE SUOČAVA S KRIZOM.





Kritičnost čitatelja pri konzumaciji negativnih vijesti

Svi imamo potrebu u određenoj mjeri konzumirati medije, biti informirani i upoznati s onim što se događa u našem okruženju. Volimo znati što se događa oko nas i stalno pretražujemo svoju okolinu tražeći neka odstupanja ili neuobičajene pojave i događaje jer oni predstavljaju potencijalnu opasnost (Ohman i Mineka, 2001).

Za vrijeme krize dolazi do velikog interesa i enormne potražnje za informacijama. Pri tome, kanali kojima dolazimo do informaciju nisu više samo mediji, već su tu i društvene mreže, ali i komunikacijske platforme poput WhatsApp-a ili Vibera kojima često znaju kružiti smišljeno plasirane dezinformacije vezane uz neku krizu. One dolaze od privatnih osoba koje nemaju novinarsku odgovornost, ali su u prilici prema javnosti širiti informacije.

Kritičnost čitatelja kod konzumiranja negativnih vijesti može varirati ovisno o različitim čimbenicima:

1. **Emocionalna reakcija:** Mnogi ljudi imaju snažne emocionalne reakcije na negativne vijesti, poput tuge, bijesa ili straha. Kritičnost može biti suzbijena ako su emocije previše snažne.
2. **Kognitivna analiza:** Neki čitatelji će biti kritičniji, analizirajući vijesti iz različitih izvora, tražeći potvrdu ili opovrgavanje informacija te pokušavajući razumjeti kontekst i širu sliku.
3. **Povjerenje u medije:** Razina povjerenja u izvor vijesti može utjecati na kritičnost. Ako osoba ima visoko povjerenje u određeni izvor, možda će manje kritički razmišljati o negativnim vijestima koje dolaze iz tog izvora.
4. **Psihološki faktori:** Osobne karakteristike, poput optimizma ili pesimizma, također mogu utjecati na način na koji osoba pristupa i obrađuje negativne vijesti.
5. **Kontekstualni faktori:** Okolina u kojoj se vijesti konzumiraju također igra ulogu. Na primjer, u vrijeme krize ili stresa, ljudi mogu biti manje kritični i skloniji prihvatanju negativnih vijesti.

VAŽNO JE PROMICATI MEDIJSKU PISMENOST I KRITIČKO RAZMIŠLJANJE KAKO BI SE LJUDI POTAKNULI DA RAZMATRAJU VIJESTI IZ VIŠE PERSPEKTIVA, PREPOZNAJU POTENCIJALNE PRISTRANOSTI ILI NEDOSTATKE INFORMACIJA TE DONOSE INFORMIRANE ZAKLJUČKE.



WhatsApp je u studenom 2023. pokrenuo jednomjesečnu sigurnosnu kampanju pod nazivom „Provjeri činjenice” kako bi povećao svijest korisnika o sigurnosnim značajkama platforme i promovirao najbolju digitalnu praksu, s ciljem suzbijanja širenja dezinformacija.

- WhatsApp je stvorio oznaku za sve prosljeđene poruke i ograničio je broj prosljeđivanja poruka kako bi potaknuo korisnike da razmisle prije dijeljenja.
- Obraćanje pozornosti na WhatsApp poruke s “naljepnicama za prosljeđivanje” pomaže u usporavanju širenja glasina, virusnih poruka i lažnih vijesti.
- Ako WhatsApp poruka ima ikonu dvostruke strelice i označena je kao “prosljeđena više puta”, može se proslijediti samo na jedan chat istovremeno.
- Ako WhatsApp poruka ima “prosljeđenu oznaku” može je se proslijediti do pet chatova i samo jednoj grupi odjednom.
- WhatsApp korisnicima omogućuje jednostavan način blokiranja računa i prijave WhatsAppu ako naiđu na problematične poruke, uključujući one koje šire dezinformacije.
- Ako primite poruku od nepoznatog pošiljatelja, WhatsApp korisnicima pruža opciju da ih blokiraju, uz dodatne detalje kao što su zajedničke grupe, zajedno sa sigurnosnim alatima ako trebate nešto poduzeti.
- WhatsApp korisnici mogu pratiti informacije koje zvuče sumnjivo ili netočno, što je ključno za sprječavanje širenja dezinformacija.

JESTE LI ZNALI?



Izvor: <https://blog.whatsapp.com/check-the-facts>

PLAN ŠKOLSKE PLOČE

DEZINFORMACIJE - OD LAŽNIH INFORMACIJA DO STVARNIH POSLJEDICA

Dezinformacije, misinformacije, malinformacije

Oblici dezinformacija

- Lažna veza
- Lažni kontekst
- Izmijenjeni sadržaj
- Izmišljeni sadržaj
- Satira ili parodija

Prepoznavanje dezinformacija u medijima

- Poštivanje temeljnih novinarskih pravila
- Impresum i domena stranice
- Izvještavanje drugih o tom događaju
- Klikbejt nastovi
- Fotografije i snimke

Važnost medijske pismenosti

Ishodi učenja

1. Objasniti karakteristike dezinformacija.

2. Razlikovati oblike dezinformacija.
3. Razlikovati dezinformacije, misinformacije i malinformacije.
4. Prepoznati glavne kategorije mamilica/klikolovki u medijima.
5. Objasniti načine prepoznavanja dezinformacija u medijima.

Nastavne metode i oblici rada

Metoda usmenog izlaganja, metoda razgovora, metoda demonstracije, frontalni i individualni rad

Nastavna sredstva i pomagala

Priručnik, računalo, projektor, internet, radni listići

Popis literature i izvora za nastavnika

1. Beck, B., Kanižaj, I. i Lechpammer, S. (2021). Clickbait/mamilica: deset načina manipulacije kontekstom. U: J. Jurišić i Z. Hrnjić Kuduzović (ur.). *Medijska agenda 2020. - 2030.* (str. 89-102 Hans Seidel Stiftung.
2. Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2018). *Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti.* Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3ogelxz>
3. Nenadić, I., Vučković, M. (2021). *Dezinformacije - edukativna brošura i vježbe za razumijevanje dezinformacija.* Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3Mlyeez>

ELEKTRONIČKO NASILJE

Karakteristike elektroničkog nasilja

- Snaga pisane riječi
- 24 sata dnevno sedam dana u tjednu
- Izostanak shvaćanja nanese štete kod počinitelja nasilja
- Mnogobrojna publika i svjedoci
- Anonimnost

Oblici elektroničkog nasilja

- Happy slapping
- Phishing
- Sexting
- Catfishing
- Grooming
- Trolling
- Flaming

Kaznena odgovornost

Red Button, UHO, Hrabri telefon, Centar za sigurniji internet

Ishodi učenja

1. Razlikovati oblike elektroničkog nasilja.
2. Opisati glavne karakteristike nasilja na internetu i društvenim mrežama.
3. Objasniti što učiniti u slučaju međuvršnjačkog elektroničkog nasilja i gdje potražiti pomoć.
4. Predvidjeti posljedice slanja i razmjenjivanja poruka seksualnog sadržaja.
5. Predvidjeti opasnosti online dopisivanja i nalaženja s nepoznatim osobama.

Nastavne metode i oblici rada

Metoda usmenog izlaganja, metoda razgovora, metoda demonstracije, frontalni i individualni rad

Nastavna sredstva i pomagala

Priručnik, računalo, projektor, internet, radni listići

Popis literature i izvora za nastavnika

1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). *Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3o2YCBF>
2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). *Ljudsko dostojanstvo, vrijeđanje, sramoćenje i govor mržnje. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/41wDjGA>
3. Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). *Digitalni mediji i mentalno zdravlje. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3MnjSvh>
4. Centar za nestalu i zlostavljano djecu (2020). *Smjernice za postupanje u slučaju elektroničkog nasilja. Osijek: Centar za nestalu i zlostavljano djecu*. Dostupno na <https://bit.ly/3O7rAuL>
5. Vejmelka, L., Krulić Kuzman, K., Gorjanac, V. (2018). *Upoznajmo i prepoznamo e-nasilje. Program prevencije elektroničko nasilja. Priručnik za voditelje programa. Osijek: Centar za nestalu i zlostavljano djecu*. Dostupno na <https://bit.ly/44W7xWj>
6. Mandić, S., Radić Bursać, R. (2020). *Sexting & Sextortion. Nastavni materijal za srednje škole*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/41zSlv9>

OVISNOST O MEDIJIMA I MENTALNO ZDRAVLJE

Znakovi ovisnosti o medijima

- nekontrolirana želja za korištenjem medija
- gubitak kontrole
- apstinencijski simptomi
- nemogućnost prestanka korištenja medija
- laganje o korištenju medija
- narušavanje društvenih odnosa
- zamjena dana i noći
- promjena raspoloženja i ponašanja
- zapostavljanje higijene i pravilnih prehrambenih navika

FOMO (Fear of Missing Out)

Influenceri i manipulacija medijskim sadržajima

Poremećaji u prehrani

- Anoreksija
- Bulimija
- Bigoreksija

Ishodi učenja

1. Prepoznati simptome ovisnosti o medijima.
2. Prepoznati neprihvatljive oblike ponašanja koji se temelje na medijski nametnutim idealima ljepote.
3. Objasniti utjecaj medijskih nametnutih ideala ljepote na samopouzdanje i sliku o sebi.

Nastavne metode i oblici rada

Metoda usmenog izlaganja, metoda razgovora, metoda demonstracije, frontalni i individualni rad

Nastavna sredstva i pomagala

Priručnik, računalno, projektor, internet, radni listići

Popis literature i izvora za nastavnika

1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. *Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike*, <https://tinyurl.com/vp628w9w>
2. Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (2022). *Jeste li ovisni o internetu? „Samotest“ za učenike*, <https://rb.gy/f37v5j>
3. Lamešić, L., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radiš Bursać, S. (2023). *Biti svoj - biti u ravnoteži u virtualnom i medijskom okruženju*. Zagreb: Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Dostupno na [https:// bit.ly/3pEfoaZ](https://bit.ly/3pEfoaZ)

4. Dove (2022). *The Confidence Kit. Dove Self-esteem project*. Dostupno na: <https://bit.ly/3Mks3IR>
5. National Eating Disorders Association (n.p.). *Body Activism - Activity Guide*. Dostupno na <https://bit.ly/3LTXpok>

MEDIJI U KRIZNIM SITUACIJAMA

Vrste kriza o kojima mediji izvještavaju:

- Prirodne katastrofe, zdravstvene, sigurnosne, ekonomske, društvene, tehnološke krize

Odgovornost medija za vrijeme kriznog izvještavanja:

- Sedma sila / četvrta vlast
- Oblikovanje mišljenja javnosti
- Ubrzana dinamika proizvodnje vijesti (problemi: prenošenje poluinformacija i de-zinformacija)
- "Kolektivno vrenje"
- Aspekti odgovornosti medija: točnost informacija, transparentnost, uravnoteženo izvještavanje, redovita ažuriranja, empatija i osjetljivost, edukacija i savjetovanje.
- ODGOVORNOST MEDIJA = INFORMIRANJE + PODRŠKA JAVNOSTI + OSIGURAVANJE KORISNE, TOČNE I RELEVANTNE INFORMACIJE

Izvori informacija:

- Pouzdani: državna tijela, institucije, pojedinci s imenom i prezimenom, agencije za odnose s javnošću, službeni dokumenti
- Nepouzdani: neimenovani, anonimni, tajni ili „bliski izvoru“

Čimbenici utjecaja na kritičnost čitatelja kod korištenja negativnih vijesti:

- Emocionalna reakcija, kognitivna analiza, povjerenje u medije, psihološki faktori, kontekstualni faktori

Ishodi učenja

1. Identificirati vrste kriza o kojima mediji izvještavaju.
2. Opisati karakteristike medijskog izvještavanja za vrijeme kriznih situacija.
3. Analizirati vrstu i pouzdanost izvora vijesti.
4. Opisati ključne aspekte odgovornosti medija za vrijeme kriznog izvještavanja.
5. Identificirati čimbenike koji utječu na kritičnost čitatelja kod korištenja negativnih vijesti.

Nastavne metode i oblici rada

Metoda usmenog izlaganja, metoda razgovora, frontalni individualni rad, problemski za-daci, rad na tekstu, individualizirani nastavni listići, video projekcije

Nastavna sredstva i pomagala

Računalo, projektor, internet, radni listići

LITERATURA KORIŠTENA PRI PISANJU PRIRUČNIKA

- Accordino, D. B.; Accordino, M. P. (2011). An Exploratory Study of Face-To-Face and Cyberbullying in Sixth Grade Students. *American Secondary Education*, 40 (1), 14-30.
- BEA (n.p.). Priručnik za roditelje djece i mladih oboljelih od poremećaja hranjenja. Dostupno na: <https://www.centarbea.hr/sites/default/files/A%20PRIRU%C4%8CNIK%20ZA%20RODITELJE.pdf>
- Bilić, V.; Ljubić Golub, T. (2011). Patološko igranje videoigara: uloga spola, samopoštovanja i edukacijske sredine. *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja*, 47 (2), 1-13.
- blog.Whatsapp (2023). Check the Facts. Dostupno na: <https://blog.whatsapp.com/check-the-facts>
- deShame (2022). Online seksualno uznemiravanje i mentalno zdravlje srednjoškolaca u Hrvatskoj rezultati istraživanja DeShame1 Hrvatska. Dostupno na: <https://cnzd.org/wp-content/>

uploads/2022/10/Lucija-Vejmelka-i-Roberta-Matkovic_deSHAME1-Hrvatska.pdf

- Dove (2022). Self-esteem project. The Confidence Kit - Building body confidence in you and the young people in your life. Dostupno na: <https://assets.unileversolutions.com/v1/81511615.pdf?disposition=inline>
- Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (2022). Samotest za učenike o ovisnosti o internetu. Dostupno na: <https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2022/03/Prevenција-ovisnosti-za-ucenike-Grad-Zagreb.pdf>
- Eurobarometer (2018). Fake news and disinformation online. Dostupno na: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2183>
- Eurobarometer (2022). Media & News Survey. Dostupno na: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2832>
- Europska komisija (2022). Smjernice za učitelje, nastavnike i druge odgojno-obrazovne djelatnike o suzbijanju dezinformacija i promicanju digitalne pismenosti putem obrazovanja i osposobljavanja. Ured za publikacije Europske unije. Dostupno na: <https://op.europa.eu/hr/publication-detail/-/publication/a224c235-4843-11ed-92ed-01aa75ed71a1>
- Factcheck.org (n.p.). Dostupno na: www.factcheck.org
- Guess, A.; Nagler, J.; Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5 (1), doi: 10.1126/sciadv.aau4586.
- Hinduja, S., Patchin, J. W. (2019). Connecting Adolescent Suicide to the Severity of Bullying and Cyberbullying. *Journal of School Violence*, 18(3), 333-346.
- Hinduja, S.; Patchin, J. W. (2010). Bullying, cyberbullying, and suicide. *Archives of Suicide Research*, 14 (3), 206-221.
- Huffingtonpost.com (n.p.). Dostupno na: www.huffingtonpost.com
- Ireton, C.; Posetti, J. (2018). Journalism, Fake News & Disinformation. Handbook for Journalism Education and Training. UNESCO. Dostupno na: https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0.pdf
- Jugo, D. (2017). Menadžment kriznog komuniciranja, Školska knjiga, Zagreb
- Kazneni zakon, NN 84/21
- Kernaghan, D.; Elwood, J. (2013). All the [cyber] world's a stage: Framing cyberbullying as a performance. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 7 (1), <https://doi.org/10.5817/CP2013-1-5>
- Makvić Salaj, I.; Kuterovac Jagodić, G.; Gabelica Šupljika, M.; Pirnat Dragičević, H. (2023). Kako ostvarujemo dječja prava u Hrvatskoj: mišljenja i stavovi djece i mladih u 2023. godini. Zagreb: Pravobranitelj za djecu. Dostupno na: <https://dijete.hr/hr/publikacije/>
- Mihovilović, M. (2007). Profesionalni novinar - Kako u vijesti otkriti temu, Profil, Zagreb
- Nenadić, I., Vučković, M. (2021). Edukativna brošura i vježbe za razumijevanje problema dezinformacija. Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Dezinformacije.pdf>
- Ohman, A., Mineka, S. (2001). Fears, Phobias and Preparedness: Toward an Evolved Module of Fear and Fear Learning. *Psychological Review*, 108, 483-522.
- Pbsvi.hr (n.p.). Dnevna bolnica za ovisnost o internetu i videoigrama. Dostupno na: <https://www.pbsvi.hr/dnevne-bolnice/dnevna-bolnica-za-ovisnost-o-internetu-i-videoigrama/>
- Pew Research Center (2022). Teens and Cyberbullying 2022. Dostupno na: <https://www.pewresearch.org/internet/2022/12/15/teens-and-cyberbullying-2022/>
- Porter, R. S. (2019). MSD Medicinski priručnik za pacijente. Dostupno na: <https://www.msd-prirucnici.placebo.hr/msd-za-pacijente/poremecaji-dusevnog-zdravlja/poremecaji-jedenja-bulimija-nervozna>
- Pravilnik o kriterijima za izricanje pedagoških mjera (NN 94/15, 03/17)
- Reuters Institute (2023). Digital News Report. Dostupno na: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/interactive>
- Scheibe, C., Rogow, F. (2012). The Teacher's Guide to Media Literacy: Critical Thinking in a Multimedia World. Corwin Press.
- Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S., Hasebrink, U. (2020). EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries. *EU Kids Online*. Doi: 10.21953/lse.47fdeqj01of0
- Strasburger, V. C.; Wilson, B.; Jordan, A. B. (2013). Children, Adolescents, and the Media (treće izdanje). Sage.
- Vilović, G. (2004). Etički prijedori u Globusu i Nacionalu 1999.-2000., Fakultet političkih znanosti, Zagreb
- Zimdars, M. (2016). False, Misleading, Clickbait-y, and/or Satirical "News" Sources. Dostupno na: https://docs.google.com/document/d/10eA5-mCZLSS4MQY5QG65ewC3VAL6pLkT53V_81Zyi/tM/preview



ze|ene
i|lave
Sesvete

info@zeleneiplavesesvete.com
www.zeleneiplavesesvete.com
Tel. 098 227 509



Bernays
VELEUČILIŠTE | UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES