

Projektna ideja: Framing kao primjer dezinformisanja

Kompetencije: Lična odgovornost, analitičke vještine, sposobnost prosuđivanja

Uzrast: 12-16 godina

Trajanje projekta: 90 minuta

Potreban materijal: Digitalni uređaji sa pristupom internetu i funkcijom za fotografisanje/video-snimanje (tableti, pametni telefoni), po potrebi pristupni kodovi za ChatGPT

Link ka nastavnom modulu: www.teachtoday.de/en/Project_idea_Framing

Uvod

U vremenu kada se svakodnevno suočavamo sa mnoštvom informacija, sposobnost da razlikujemo „stvarne“ vijesti od dezinformacija postaje sve važnija. Vještačka inteligencija (AI) i društvene mreže značajno su promijenile način na koji se informacije šire i konzumiraju. Algoritmi zasnovani na AI mogu ubrzati stvaranje netačnih informacija, dok društvene mreže predstavljaju idealno tlo za njihovo brzo širenje. Ovakav razvoj predstavlja ozbiljnu prijetnju javnom mnjenju i demokratiji, jer dezinformacije mogu uticati na izbore, produbiti društvene podjele i širiti nepovjerenje. Framing je čest oblik namjerne manipulacije sadržajem.

To što često povjerujemo dezinformacijama u osnovi je dio ljudske prirode. Budući da više ne možemo dovoljno brzo da obradimo ogromnu količinu informacija, a njihova složenost stalno raste, tražimo sadržaj koji nam djeluje poznato, jer smo mu skloniji vjerovati.

Djeca i tinejdžeri imaju stalan pristup informacijama putem pametnih telefona i društvenih mreža kao što su YouTube, TikTok i Instagram. Ne samo da informacije mogu primati bilo kada i bilo gdje, već ih i procjenjuju, povezuju sa sopstvenim životom ili ih odmah dijele kako bi komunicirali sa drugima. Takođe su skloniji da vjeruju informacijama koje im djeluju poznato, koje odgovaraju njihovoj predstavi o odraslom dobu ili su bliske stavovima koji preovlađuju u njihovoj porodici ili vršnjačkoj grupi. Činjenica da se gotovo svaki sadržaj može brzo širiti putem lajkova, dijeljenja i komentara ne samo da je očigledna, već je i sastavni dio načina na koji funkcionišu algoritmi društvenih mreža.

Kako bismo mlade pripremili za ove izazove, od ključnog je značaja razvijati njihovu svijest o dezinformacijama i pružiti im znanja potrebna za kritičko preispitivanje informacija.

Cilj

Kako bi se razumjeli mehanizmi dezinformisanja, ova projektna ideja na konkretnom primjeru pokazuje kako se framing koristi za usmjeravanje percepcije informacija ciljanim predstavljanjem određenih njihovih aspekata. Na taj način svaka informacija može biti smještena u poznate okvire, a čak se i naučno utemeljene činjenice mogu, vještom manipulacijom, koristiti za sopstvene, često sumnjive ciljeve.

Na primjeru teksta (vijesti) i slike, mladi razumiju kako se framing koristi i kako mogu prepoznati i analizirati takve tehnike tako što i sami postavljaju različite okvire i predstavljaju sadržaj iz različitih perspektiva. Kroz timski rad i osvrt na sopstvena iskustva osposobljavaju se da donose informisane i kritički promišljene odluke i aktivno učestvuju u društvu.

Djeca i tinejdžeri

Stručne i metodološke kompetencije

- razumiju šta su dezinformacije i zašto je toliko važno baviti se njima.
- upoznaju se sa metodom framinga i načinima na koje se informacije mogu svjesno mijenjati.
- koriste metodu „konferencije pisanja“ kako bi mijenjali sopstvene tekstove i slike.

Djeca i tinejdžeri

Kompetencije za aktivno djelovanje

- analiziraju primjere i prepoznaju kako informacije u tekstu i slici mogu odražavati različite tačke gledišta.
- rade u timovima kako bi kreirali sopstvene radove i predstavili ih na različite načine.
- predstavljaju svoje rezultate razredu.

Djeca i tinejdžeri

Socijalno-komunikacijske kompetencije

- razmjenjuju svoja znanja o temi dezinformacija i navode da li su i gdje, prema njihovom mišljenju, naišli na lažne vijesti.
- u timu razgovaraju o odgovarajućim primjerima framinga.
- formulišu svoja razmišljanja o framingu i procjenjuju rad tima.

Djeca i tinejdžeri

Lične kompetencije

- koriste svoju kreativnost u realizaciji grupnog rada.
- kritički sagledavaju rezultate i izazove i promišljaju o sopstvenom odnosu prema medijima.

Tok projekta

Kako bi se tema framinga istražila na različite načine, projektna ideja nudi dvije mogućnosti za izradu sopstvenog rada. Mladi mogu da biraju između teksta i slike. Za obje opcije ponuđeni su primjer i uputstvo.

Napomena: Prilikom realizacije ove nastavne ideje vodite računa da primjere odaberete tako da sami ne kreirate niti širite dezinformacije.

Opis faze Oblik rada	
Faza 1 Plenarni rad	
Nastavnik ili voditelj radionice uvodi temu „dezinformacije“ i kroz kratak razgovor pita mlade da li znaju šta ovaj pojam znači. Po potrebi, može ih pozvati da podizanjem ruke navedu primjere.	Prateći tekst: Šta je framing?

Zatim se pojam framinga objašnjava kao način svjesnog usmjeravanja načina na koji se vijest doživljava. Nastavnik ili voditelj radionice navodi primjere framinga u medijima, oglašavanju i politici. (Vidjeti prateći tekst: Šta je framing?)

Faza 2 | Grupni rad / rad u paru

Učesnici rade u timovima i biraju jedan od primjera framinga za dalju obradu. Mogu da biraju između teksta i slike.

Zajedno analiziraju primjere i razgovaraju o tome koja su sredstva korišćena da bi se u svakom slučaju promijenili sadržaj i način na koji se on doživljava.

Na osnovu primjera, timovi kreiraju sopstveni rad i mijenjaju ga kako bi proizveli različite perspektive i reakcije.

U tu svrhu izrađuju scenario u kojem najprije osmišljavaju motiv ili priču. U sljedećem koraku zajedno razmatraju kako mogu izmijeniti način predstavljanja te informacije i u skladu s tim realizuju ideju.

Primjeri

A. Tekst o Lini Mertens

Tekst je napravljen uz pomoć ChatGPT-a, a kao polazište je poslužila Greta Thunberg. U tri varijante Lina Mertens (izmišljena osoba) opisana je iz različitih perspektiva, pa čitaoci o njoj stižu različite predstave. Timovi analiziraju tekstove i kreiraju sopstvene verzije. Za to mogu koristiti naš alat za AI eksperimente: <https://chat.ki-entdecken.de>.

B. Slika „Ljudi koji trče na plaži“

Slika „Ljudi koji trče na plaži“ kreirana je pomoću vještačke inteligencije za generisanje slika, uz različite pozadine, boje i filtere, odnosno različite opise slike. Pojedinačni elementi slike su dostupni kako bi timovi, pored analize, mogli i sami da eksperimentišu sa materijalom.

Primjeri: str. 5-7

Napomena: Na zahtjev se učenicima može besplatno omogućiti anonimizovani pristup ChatGPT-u.

Faza 3 | Plenarni rad

Za evaluaciju rezultata potrebno je predvidjeti dovoljno vremena.

Timovi naizmjenično predstavljaju svoje rezultate bez komentara. Ostatak razreda razvrstava rezultate prema sadržaju i imenuje različite „okvire“ koji su korišćeni. Nakon toga, odgovarajuće grupe komentarišu te procjene.

Na kraju pitajte mlade kako, na osnovu svojih iskustava, razmišljaju o temi framinga i kroz zajedničku diskusiju procijenite temu dezinformacija.

Dodatne informacije

Teachtoday Academy: Sadržaji za učenje u okviru Akademije nude dodatne zanimljive polazne tačke, na primjer na temu digitalne demokratije. (Teachtoday Academy)

Klicksafe: Ova inicijativa Evropske unije za unapređenje kompetencija za korišćenje interneta pripremila je obiman materijal o dezinformacijama i formiranju mišljenja u radu sa mladima. (Disinformation, deepfakes & fake news - what do I need to know? - klicksafe.de/en)

Stručni pojmovi

Framing: Tehnika predstavljanja informacija unutar određenog značenjskog okvira kako bi se uticalo na percepciju i tumačenje primaoca. Na primjer, ista poruka može se drugačije doživjeti u zavisnosti od izbora riječi („klimatske promjene“ naspram „klimatske krize“).

Algoritam: Skup pravila ili proračuna koje računari koriste za rješavanje problema ili izvršavanje zadataka, kao što je distribucija sadržaja na društvenim mrežama. Na primjer, algoritmi određuju koje će objave biti prikazane korisnicima na društvenim mrežama.

Kreator sadržaja: Pojedinaac ili organizacija koja kreira i objavljuje digitalne sadržaje kako bi informisala, zabavila ili podstakla publiku na interakciju. Sadržaj može biti u obliku tekstova, video-snimaka, slika, podkasta i drugih medijskih formata. Tu spadaju, na primjer, autori video-sadržaja, blogeri, podkasteri i influencersi na platformama kao što su YouTube, Instagram i TikTok, kao i autori blogova. Oni redovno kreiraju sadržaje koji su često namijenjeni određenoj ciljnoj grupi. Kreatori sadržaja mogu biti i pojedinci i kompanije.

Prateći tekst: Šta je framing?

Framing označava „uokviravanje“ informacije u određenom značenjskom kontekstu, što može uticati na percepciju i odluke primaoca. Ovaj fenomen nam pomaže da se nosimo sa svakodnevnom poplavom informacija jer nam omogućava da određene informacije istaknemo, a druge zanemarimo.

Kreatori sadržaja i mediji svakodnevno koriste framing tako što izborom i naglašavanjem određenih aspekata stvarnosti podstiču određena tumačenja i procjene. Primjeri framinga kreću se od izbora riječi do predstavljanja javnih ličnosti u različitom svjetlu. Greta Thunberg se, na primjer, s jedne strane opisuje kao herojska i nesebična borkinja za zaštitu životne sredine koja je pokrenula Fridays for Future, dok se, s druge strane, predstavlja kao tinejdžerka koja izaziva sažaljenje, kojom roditelji upravljaju poput marionete i koju koriste u političke svrhe.

Još jedan primjer pokazuje negativnu konotaciju izbora riječi kada se u medijima govori o izbjeglicama. Često se koriste metafore koje sugerišu masu ljudi: „tok izbjeglica“, „talas izbjeglica“ i slično. Nasuprot tome, u političkom diskursu o klimatskim promjenama koriste se izrazi „klimatske promjene“, „zaštita klime“ ili „globalno zagrijavanje“, što može umanjiti doživljaj ozbiljnosti prijetnje.

U medijima kao što su novine, televizija, internet i društvene mreže, framing utiče na to kako se vijesti predstavljaju, koji se aspekti nekog događaja naglašavaju i kako bi publika trebalo da tumači ono što se događa. Mediji mogu podsticati određena tumačenja izborom tema, načinom izvještavanja i jezičkim nijansama.

Framing se koristi u oglašavanju kako bi se proizvodi ili usluge predstavili u što pozitivnijem svjetlu i kako bi se uticalo na odluke o kupovini.

Političari i političke organizacije koriste framing kako bi ojačali svoje poruke, oslabili protivnike i oblikovali javno mnjenje:

Framing se strateški koristi kako bi se određenim idejama ili zakonima dao pozitivan prizvuk. Iako je framing neizbježan - jer svaku informaciju predstavljamo unutar nekog okvira - od medijskih profesionalaca se očekuje da nude različite okvire i da budu transparentni u vezi sa njima, kako bi se jačala medijska pismenost javnosti. Framing postaje problematičan kada se namjerno koristi za manipulaciju i/ili političku propagandu.

Primjer 1: Framing u tekstu

Lina Mertens - Glas jedne generacije u borbi za planetu

Lina Mertens, hrabra mlada djevojka, inspirisala je svijet svojom strastvenom posvećenošću zaštiti životne sredine. Svojim odlučnim angažmanom i sposobnošću da privuče pažnju svjetske javnosti pokrenula je čitavu generaciju i motivisala je na djelovanje. Lina nam pokazuje koliko snažan može biti glas mladih i poziva sve nas da preuzmemo odgovornost za našu planetu. Njeni nesebični postupci i herojski naponi predstavljaju sjajan primjer kako svako od nas može napraviti razliku. Lina Mertens ne fascinira samo svojom odlučnošću već i sposobnošću da ujedini ljude svih uzrasta širom svijeta oko hitnog pitanja zaštite životne sredine.

Lina Mertens - Kontroverzni glas mladih

Lina Mertens, mlada aktivistkinja za zaštitu životne sredine, dijeli javno mnjenje. Dok je mnogi slave kao heroinu i uzor mladima, drugi je vide kao figuru koja polarizuje i u javnosti iznosi stavove koji, po njihovom mišljenju, počivaju na nedovoljnom iskustvu. Lina je uspjela da privuče pažnju medija i pokrene raspravu o ulozi mladih u politici. Njene metode, školski štrajkovi i demonstracije, nijesu izazvale samo podršku već i kritike i kontroverze. U svijetu koji traži rješenja za klimatske promjene, Lina se nalazi u središtu oluje divljenja i kritika - kao živ primjer toga kako glasovi mladih mogu oblikovati javnu raspravu.

Lina Mertens - Lice manipulisanog pokreta

Lina Mertens je u očima mnogih simbol omladinskog ekološkog aktivizma, ali u pozadini postoje sumnje u autentičnost njenog pokreta. Kritičari tvrde da je Lina manje pokretačka snaga, a više figura kojom upravljaju medijski i politički interesi radi promovisanja određenih agenda. Ova perspektiva prikazuje mladu osobu koja je protiv svoje volje gurnuta u centar pažnje i koju je preuzela mašinerija što iskorišćava njenu naivnost kako bi uticala na globalnu politiku zaštite životne sredine. Njeni govori, iako snažni i emotivni, prema mišljenju nekih predstavljaju pažljivo režirane poruke usmjerene na izazivanje političkih promjena koje služe interesima određenih grupa. Ovakav pogled dovodi u pitanje slobodu i nezavisnost Lininog aktivizma i kritički osvjetljava složenost odnosa između medija, politike i mladih aktivista.

Primjer 2: Framing u slikama

U sva tri slučaja, slike kreirane pomoću vještačke inteligencije prikazuju istu grupu mladih ljudi koji trče na plaži. Različite pozadine kod posmatrača stvaraju različite percepcije i raspoloženja. Slike u velikom formatu možete preuzeti ovdje: https://www.teachtoday.de/en/Project-idea_framing

Primjer 2: Framing u slikama



Slika 1: Odmor na plaži



Slika 2: Ljudi koji trče ispred vulkana u erupciji



Slika 3: Atmosfera zabave na Majorci

Radni list 4: Framing

Prije nego što započnete sopstveni projekat: pročitajte i pogledajte primjere.

1

Izaberite format: tekst ili slika.

2

Prije svega, razmislite o temi na kojoj želite da radite, a zatim razmotrite:

- a. iz kojeg ugla možete predstaviti priču (tekst)
- b. kako možete drugačije oblikovati sliku da biste promijenili informaciju koju prenosi (slika)

3

Razgovarajte o idejama u timu i dogovorite se koji ćete proizvod izraditi.

4

Napravite scenario, storyboard ili skicu.

5

Zatim zajedno realizujte ideju:

- a. Za priču možete koristiti ChatGPT.
- b. Za sliku možete koristiti Copilot (DALL-E), DreamStudio (Stable Diffusion), Midjourney ili Fobizz.

Bilješke

Impresum

Teachtoday OER materijal za nastavnike licenciran je pod Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International licencom.

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Naziv djela: Projektna ideja: Framing kao primjer dezinformisanja

Nosilac prava na djelo: Teachtoday, inicijativa Deutsche Telekom

Autor: Helliwood media & education

URL djela: <https://www.teachtoday.de/toolbox>

Format: Više formata

Licenca: CC BY-SA

Verzija: 1.0 | maj 2024.