

# KO JE LAŽ POSTALA NOVA RESNICA



**FILOZOFIJA ali SOCIOLOGIJA**

**Raziskovalna naloga**

**Avtorici: Panikvar Neža**

**Strgar Martina**

**Mentorica: Jerenec Jana**

**Somentorica: Lenarčič Sonja**

OŠ Kidričevo, 2025





## SPLETNE PREVARE

Spletne prevare  
so človekove okvare.  
Le malo je v njih resnice,  
a lahko storijo veliko krivice.

Vsak dan smo obkroženi  
z novimi hiti,  
katerim težko sledimo  
in se jim lahko prepustimo.

Previdnost pri tem je ključna,  
saj hitro zavedejo,  
da vanje ljudje zabredejo.

Zato ne verjemi vsemu, kar vidiš,  
raje zaupaj lastni presoji,  
da si svojih misli ne uničiš.

(Neža Panikvar, 9. a)

## Zahvala

Želiva se zahvaliti vsem, ki so nama pomagali pri pripravi te raziskovalne naloge.

Najprej se zahvaljujema svojim mentoricama gospe Jani Jerenec in Sonji Lenarčič za njuno potrpežljivost in podporo. Njuni dragoceni nasveti in usmeritve so bili ključnega pomena za uspeh te naloge. Njuna strokovnost naju je navdihovala.

Zahvaljujema se tudi svojim staršem, ki so naju podpirali na vsakem koraku. Njihova ljubezen in razumevanje sta nama dali moč in motivacijo, da sva vztrajali.

Iskrena hvala tudi gospodu Tomažu Klajdariču za prevod povzetka v angleščino in vsem anketirancem, ki ste sodelovali in nama pomagali s svojimi odgovori, ter intervjuvancem, ki so delili svoje misli in izkušnje. Vaši prispevki so obogatili raziskovalni proces in ga naredili relevantnejšega.

Vsak izmed vas je pomembno prispeval k tej nalogi, zato hvala, ker ste nama omogočili, da sva se učili in rastle.



## KAZALO VSEBINE

<b>POVZETEK</b> .....	6
<b>ABSTRACT</b> .....	7
<b>1 UVOD</b> .....	8
1.1    Opredelitev področja in opis problema.....	8
1.2    Cilji naloge in namen.....	8
1.3    Raziskovalne hipoteze.....	9
1.4    Raziskovalne metode.....	9
<b>2 TEORETIČNI DEL</b> .....	10
2.1    Uvod v problematiko lažnih novic in dezinformacij.....	10
2.1.1    Definicija lažnih novic in dezinformacij.....	10
2.1.2    Razlikovanje med dezinformacijami in malomarnim poročanjem.....	10
2.1.3    Pomen raziskovanja tega fenomena v sodobni družbi.....	11
2.2    Vloga družbenih medijev pri širjenju lažnih novic.....	11
2.2.1    Pregled glavnih družbenih medijev.....	11
2.2.2    Mehanizmi širjenja vsebin na družbenih medijih.....	12
2.2.3    Algoritmi in njihova vloga pri promoviranju vsebin.....	12
2.3    Povezava med družbenimi mediji in oblikovanjem mnenj.....	13
2.3.1    Kako družbeni mediji vplivajo na oblikovanje mnenj in prepričanj.....	13
2.3.2    Filtrirni mehurčki in njihova vloga pri ohranjanju dezinformacij.....	13
2.3.3    Echo chambers (odmevne komore) in socialni vpliv.....	13
2.4    Vpliv lažnih novic na vedenje uporabnikov.....	14
2.4.1    Posledice sprejemanja dezinformacij za osebne odločitve in vedenje.....	14
2.4.2    Primeri vpliva lažnih novic na politično odločanje, zdravje in družbene odnose.....	14
2.4.3    Mladostniki in njihov večji občutljivost na lažne novice.....	14
2.5    Kritična razmišljanja in medijska pismenost kot odgovor na širjenje dezinformacij.....	15
2.5.1    Pomembnost medijske pismenosti pri prepoznavanju lažnih novic.....	15
2.5.2    Študije in pristopi za izboljšanje kritičnega razmišljanja v družbi.....	15
2.5.3    Programi in iniciative za ozaveščanje uporabnikov.....	16
2.6    Strategije za boj proti lažnim novicam.....	16
2.6.1    Regulacija vsebin na spletu: pristopi in izzivi.....	16



2.6.2	Uporaba tehnologije za zaznavanje in preprečevanje dezinformacij.....	16
2.6.3	Vloga novinarjev in medijskih organizacij pri spodbujanju verodostojnosti informacij.	17
<b>3</b>	<b>RAZISKOVALNI DEL</b> .....	<b>18</b>
3.1	Anketiranje.....	18
3.2	Intervju.....	24
3.3	Analiza konkretnih primerov .....	28
3.3.1	Ugotovitve .....	31
3.3.2	Obveščanje o dezinformacijah, varnosti na spletu in vplivu umetne inteligence .....	32
3.4	Delavnice .....	33
3.5	Brošura in plakat.....	36
3.5.1	Brošura.....	36
3.5.2	Plakat .....	36
<b>4</b>	<b>RAZPRAVA</b> .....	<b>37</b>
<b>5</b>	<b>ZAKLJUČEK</b> .....	<b>39</b>
<b>6</b>	<b>LITERATURA IN VIRI</b> .....	<b>40</b>



## KAZALO SLIK

<b>Slika 1:</b> Družbena omrežja močno vplivajo na naše odnose.....	17
<b>Slika 2:</b> Vsi povezani .....	38

## KAZALO GRAFOV

<b>Graf 1:</b> Kako pogosto uporabljaš družbene medije (npr. Facebook, Instagram, platformo X)? .....	18
<b>Graf 2:</b> Si seznanjen/-a s pojmi, kot so lažne novice, dezinformacije in spletna manipulacija? .....	19
<b>Graf 3:</b> Kako pogosto naletiš na novice na družbenih medijih, za katere se kasneje izkaže, da niso resnične? .....	19
<b>Graf 4:</b> Ali preverjaš verodostojnost informacij, preden jih deliš na družbenih medijih? .....	20
<b>Graf 5:</b> Ali si že kdaj delil/-a objavo ali novico na družbenih medijih, ne da bi preveril/-a njen vir? .	20
<b>Graf 6:</b> Kako ocenjuješ svojo sposobnost prepoznavanja lažnih novic na spletu? .....	21
<b>Graf 7:</b> Se ti zdi, da družbeni mediji spodbujajo širjenje senzacionalističnih in neresničnih vsebin? .	21
<b>Graf 8:</b> Ali meniš, da so mladostniki bolj dovzetni za lažne informacije na družbenih omrežjih kot odrasli?.....	22
<b>Graf 9:</b> Ali meniš, da mladostniki zaradi pomanjkanja medijske pismenosti lažje verjamejo lažnim novicam?.....	22
<b>Graf 10:</b> Kako pomembno se ti zdi ozaveščanje o preverjanju virov informacij na družbenih omrežjih? .....	23
<b>Graf 11:</b> Kako pomembno se ti zdi ozaveščanje o lažnih novicah v šolah?.....	23
<b>Graf 12:</b> Kaj bi po tvojem mnenju najbolj učinkovito zmanjšalo širjenje lažnih informacij? .....	24



## POVZETEK

V raziskovalni nalogi z naslovom *Ko je laž postala nova resnica v povezavi s spletom* se obravnava vse večji vpliv spletnega okolja na širjenje dezinformacij, lažnih novic in manipulacij ter kako ta pojav vpliva na dožemanje resnice in zaupanja v današnji družbi. Namen naloge je raziskati, kako splet, zlasti družbeni mediji, prispeva k hitremu širjenju lažnih informacij ter kakšne posledice to prinaša za uporabnike interneta in širšo družbo.

V teoretičnem delu naloge so predstavljeni osnovni pojmi, kot so dezinformacije, lažne novice in spletna manipulacija ter analize mehanizmov, preko katerih te informacije pridobivajo širok doseg. Poudarek je na vlogi algoritmov, ki spodbujajo širjenje vsebin, ter psiholoških dejavnikov, ki vplivajo na to, da posamezniki verjamejo v laži, če so podane v prepričljivem kontekstu.

Empirični del naloge vključuje analizo konkretnih primerov širjenja dezinformacij na družbenih omrežjih, kot so Facebook, Twitter in Instagram. Poleg tega so bile izvedene ankete med mladostniki in odraslimi, da bi raziskali, kako ljudje ocenjujejo zanesljivost informacij, ki jih srečujejo na spletu. Rezultati so pokazali, da so mnogi uporabniki težko ločili resnične od lažnih informacij, zaradi česar so postali bolj dovzetni za manipulacijo.

Zaključek naloge opozarja na nujnost izobraževanja kritičnega razmišljanja uporabnikov interneta, zlasti mladih, o kritičnem razmišljanju in sposobnosti prepoznavanja zavajajočih informacij. V nalogi so navedeni tudi predlogi za izboljšanje medijske pismenosti in boljše regulacije vsebin na spletu, da bi preprečili nadaljnje širjenje laži, ki lahko ogrozijo demokratične procese in socialno kohezijo v družbi.

**Ključne besede:** dezinformacije, lažne novice, spletna manipulacija, družbeni mediji, algoritmi, medijska pismenost, kritično razmišljanje, psihološki vplivi, zaupanje v medije, regulacija vsebin, širjenje laži, internet, socialna omrežja, vpliv interneta na družbo, medijska etika



## ABSTRACT

The research paper titled *When Lies Became the New Truth in Relation to the Internet* examines the growing influence of the online environment on the dissemination of disinformation, fake news, and manipulation, as well as how this phenomenon affects the perception of truth and trust in contemporary society. The aim of the paper is to investigate how the internet, particularly social media, contributes to the rapid spread of false information and the consequences this brings for internet users and society at large.

The theoretical section introduces key concepts such as disinformation, fake news, and online manipulation, along with analyses of the mechanisms through which such information gains extensive reach. Emphasis is placed on the role of algorithms that amplify content dissemination and the psychological factors that lead individuals to believe falsehoods when presented in a convincing context.

The empirical part of the paper includes an analysis of specific cases of disinformation spreading on social media platforms such as Facebook, Twitter, and Instagram. Additionally, surveys were conducted among adolescents and adults to explore how people assess the reliability of online information. The results indicate that many users struggle to distinguish true information from false, rendering them more susceptible to manipulation.

The conclusion highlights the urgent need to educate internet users, particularly young people, on critical thinking and the ability to recognize misleading information. The paper also offers suggestions for improving media literacy and enhancing content regulation online to prevent the further spread of falsehoods that can undermine democratic processes and social cohesion.

**Keywords:** disinformation, fake news, online manipulation, social media, algorithms, media literacy, critical thinking, psychological impacts, trust in media, content regulation, spread of falsehoods, internet, social networks, internet's impact on society, media ethics



# 1 UVOD

## 1.1 Opredelitev področja in opis problema

S hitrim razvojem interneta in družbenih medijev so se spremenili načini pridobivanja informacij, vendar so se pojavili tudi novi izzivi, ki vplivajo na način, kako razumemo resnico in zaupamo medijem. Ena izmed glavnih težav v današnji informacijski družbi je širjenje dezinformacij, lažnih novic in manipulacij, ki lahko hitro postanejo "nova resnica". Splet je postal glavni prostor za širjenje takšnih vsebin, ki lahko negativno vplivajo na javno mnenje, družbene odnose in celo demokratične procese. Ta raziskovalna naloga se osredotoča na preučevanje tega fenomena, predvsem na to, kako se na spletu širijo laži in zakaj se mnogi posamezniki odločijo verjeti v te informacije, četudi niso podprte z dejstvi.






V nalogi bova obravnavali vlogo družbenih medijev pri širjenju lažnih novic ter vpliv spletnih algoritmov, ki določajo, katere vsebine pridobijo večjo pozornost in doseg. Prav tako bova raziskali psihološke mehanizme, ki omogočajo, da se ljudje izpostavljajo informacijam, ki potrjujejo njihove predhodne predstave in prepričanja, ne glede na to, ali so te informacije resnične ali ne.

Problematika, ki jo obravnavava, je še posebej pomembna v luči današnje digitalne dobe, kjer je prepoznavanje zavajajočih vsebin vse težje, zlasti za mlajše generacije, ki so na spletu prisotne vsakodnevno. Zaradi tega je ključnega pomena ozaveščanje in izobraževanje uporabnikov o pomenu preverjanja virov informacij in kritičnega pristopa do vsebin, ki jih srečujemo na spletu.

Cilj te raziskave je prispevati k razumevanju tega fenomena ter predlagati možne rešitve za zmanjšanje vpliva dezinformacij na družbo.

## 1.2 Cilji naloge in namen

Cilji raziskovalne naloge so bili naslednji:






-  raziskati širjenje dezinformacij na spletu;
-  preučiti vpliv lažnih novic na uporabnike spleta;
-  oceniti vlogo spletnih algoritmov pri širjenju dezinformacij;
-  spodbuditi kritično razmišljanje in medijsko pismenost;
-  predlagati ukrepe za zmanjšanje širjenja lažnih novic.



Namen raziskovalne naloge je razjasniti vpliv lažnih novic na oblikovanje mnenj in vedenja uporabnikov spleta, povečati ozaveščenost o vlogi algoritmov v spletnem okolju in njihovem vplivu na vsebine, ki jih uporabniki srečujejo, spodbuditi mlade in širšo javnost k večji kritičnosti pri sprejemanju informacij ter razvoju medijske pismenosti, predstaviti možne rešitve in ukrepe za omejevanje širjenja lažnih novic ter izboljšanje odgovornosti družbenih medijev. Zato sva si zastavili naslednje raziskovalno vprašanje: "**Kako družbeni mediji prispevajo k širjenju lažnih novic in kakšen vpliv imajo te dezinformacije na mnenja in vedenje uporabnikov, predvsem mladih?**"

### 1.3 Raziskovalne hipoteze

Predpostavljava, da:

-  **Hipoteza 1:** Družbeni mediji prispevajo k hitrejšemu širjenju lažnih novic, ker uporabnikom omogočajo enostavno deljenje vsebin brez preverjanja verodostojnosti virov.
-  **Hipoteza 2:** Mladostniki so bolj dovzetni za vpliv lažnih novic na družbenih medijih zaradi pomanjkanja kritičnega razmišljanja in medijske pismenosti.
-  **Hipoteza 3:** Algoritmi družbenih medijev, ki promovirajo vsebine na podlagi popularnosti, povečajo verjetnost širjenja dezinformacij, saj so lažne novice pogosto bolj senzacionalistične in privlačne za uporabnike.
-  **Hipoteza 4:** Ozaveščanje mladih o pomenu preverjanja virov informacij zmanjša njihov sprejem lažnih novic na družbenih medijih.
-  **Hipoteza 5:** Pomanjkanje regulacije in odgovornosti platform za družbene medije omogoča širjenje dezinformacij, kar vpliva na oblikovanje napačnih prepričanj v družbi.

### 1.4 Raziskovalne metode

**Teoretični del** raziskovalne naloge temelji na pregledu obstoječe literature in raziskav o širjenju dezinformacij na spletu, vlogi družbenih medijev, vplivu algoritmov ter vplivu lažnih novic na mnenja in vedenje uporabnikov. V tem delu bodo analizirani različni koncepti, teorije in raziskovalni pristopi, ki se nanašajo na tematiko naloge.

**Empirični del** raziskave vključuje izvedbo anketiranja, intervjuja in analize konkretnih primerov širjenja dezinformacij na družbenih medijih, delavnico za učence od 7. do 9. razreda ter brošuro/plakat.



## 2 TEORETIČNI DEL

### 2.1 Uvod v problematiko lažnih novic in dezinformacij

Problem lažnih informacij in dezinformacij je v današnji družbi vse bolj pereč, saj so postale vsakdanji pojav, zlasti v digitalnem svetu. Lažne informacije so napačne ali zavajajoče vsebine, ki so širjene z namenom manipulacije, zaslužka ali ustvarjanja kaosa, medtem ko dezinformacije vključujejo namerno širjenje napačnih informacij, ki zavajajo javnost. S pojavom družbenih medijev so se možnosti za širjenje takšnih informacij še povečale, saj so postale hitro dostopne in dosegljive širokemu občinstvu. To ima resne posledice, saj lahko vpliva na posameznikove, kot tudi politične odločitve. Zaradi tega postaja je bilo vedno bolj pomembno prepoznavanje, razumevanje in obvladovanje širjenja lažnih informacij ter iskanje rešitev za zmanjšanje njihovega vpliva na družbo (Tandoc, 2018).

#### 2.1.1 Definicija lažnih novic in dezinformacij

Lažne novice so informacije, ki so napačne, zavajajoče ali izmišljene, s ciljem manipulacije, pridobivanja pozornosti ali zaslužka. Te novice se pogosto predstavljajo kot resnične, da bi prevarale bralce in vplivale na njihovo mnenje ali obnašanje. Dezinformacije pa so specifična vrsta lažnih novic, ki vključujejo namerno širjenje napačnih ali zavajajočih informacij z namenom zavajanja javnosti. Medtem ko lažne novice lahko nastanejo iz napačnih informacij ali napačnih interpretacij, dezinformacije vključujejo preiščeno ustvarjanje in širjenje neresničnih vsebin z določenim ciljem. Lažne informacije in dezinformacije so velik izziv, ker vplivajo na to, kako zaupamo medijem in informacijam. Prav tako lahko spremenijo, kako ljudje razmišljajo in se odločajo o pomembnih stvareh, kot so politika, družbeni odnosi in celo gospodarstvo (Lewandowski, 2017).

#### 2.1.2 Razlikovanje med dezinformacijami in malomarnim poročanjem

Dezinformacije so, ko nekdo namerno širi napačne informacije, da bi prevaral ljudi, na primer za politične koristi ali ustvarjanje težav. Malomarnost pa je, ko novinarji naredijo napako in napišejo napačne stvari, ker niso dovolj pazili ali preverili, ali so resnične. Glavna razlika je v tem, da pri dezinformacijah nekdo to počne namenoma, medtem ko pri malomarnosti gre za napako (Lazer, 2018).



### 2.1.3 Pomen raziskovanje tega fenomena v sodobni družbi

Raziskovanje lažnih novic in napačnih informacij je zelo pomembno, ker te informacije lahko vplivajo na to, kako ljudje razmišljajo, kakšne odločitve sprejemajo in kako se dogajajo politične spremembe. Ko so internet in družbena omrežja postali bolj priljubljeni, so se lažne informacije širile hitreje, kar lahko povzroči zmedo ali strah med ljudmi. Če razumemo, kako to deluje, se lahko naučimo bolje preverjati, ali so informacije resnične, in tako zaščitimo demokracijo ter poskrbimo, da so ljudje dobro obveščeni. To raziskovanje pomaga tudi novinarjem, da so bolj odgovorni, in omogoča, da se lažem prepreči širjenje (Lazer, 2018).

## 2.2 Vloga družbenih medijev pri širjenju lažnih novic

### 2.2.1 Pregled glavnih družbenih medijev

Družbeni mediji, kot so Facebook, Twitter, Instagram, YouTube in drugi, igrajo ključno vlogo pri širjenju lažnih novic.

- **Facebook** je eden izmed največjih socialnih omrežij, kjer se informacije hitro širijo med uporabniki. Zaradi svoje strukture, ki omogoča enostavno deljenje vsebin in vplivom algoritmov, ki uporabnikom prikazujejo vsebine, ki so v skladu z njihovimi preteklimi interakcijami, se lahko hitro širijo tudi napačne informacije (Allcott, 2017).
- **Twitter** omogoča hitro širjenje novic z uporabo hashtagov, kar pomeni, da lahko lažne novice postanejo viralne v zelo kratkem času. Zaradi omejitve števila znakov v tvitih se pogosto pojavijo poenostavljene ali napačne informacije, ki jih uporabniki hitro širijo (Allcott, 2017).
- **Instagram** temelji na vizualnih vsebinah, kot so slike in videoposnetki, kar pomeni, da je veliko lažnih novic pogosto predstavljenih v obliki manipuliranih slik, videov ali grafičnih prikazov, ki pritegnejo pozornost uporabnikov (Allcott, 2017).
- **YouTube** je platforma, kjer se lahko dolgotrajne oblike videov hitro širijo. Mnogi videoposnetki, ki vsebujejo napačne informacije ali teorije zarote, pridobijo visoko gledanost, ker pritegnejo ljudi, ki iščejo kontroverzne vsebine (Allcott, 2017).

Vse te platforme omogočajo hitro širjenje informacij med velikim številom uporabnikov, zaradi česar postanejo pomembni akterji pri širjenju tako resničnih kot lažnih novic.



### 2.2.2 Mehanizmi širjenja vsebin na družbenih medijih

Na družbenih medijih vsebine hitro rastejo in se širijo zaradi različnih algoritmov in načinov, kako ljudje med seboj komunicirajo. Ko uporabljamo platforme, kot so Facebook, Instagram ali YouTube, algoritmi odločijo, kaj bomo videli glede na to, kaj smo že gledali ali všečkali. To pomeni, da se nam pogosto prikažejo stvari, ki so podobne tistim, ki jih imamo radi ali v kar verjamemo, kar pa lahko pripelje do širjenja napačnih novic, ki so ustvarjene tako, da pritegnejo našo pozornost (Penycook, 2018).

Ena izmed stvari, ki jo na družbenih omrežjih radi počnemo, je, da delimo objave, slike ali videe s prijatelji in sledilci. Ko nekdo deli nekaj, to doseže veliko ljudi, kar lahko hitro pripelje do širjenja napačnih informacij (Friggeri, 2014).

Na primer, na platformah, kot sta Twitter in Instagram, pogosto uporabljamo »hashtage«, ki pomagajo, da določene teme postanejo priljubljene. Lažne novice, ki vključujejo priljubljene »hashtage«, se lahko hitro širijo, ker jih več ljudi opazi in deli (Vosoughi, 2018).

Znane osebe z veliko sledilci, ki jih imenujemo vplivneži ali influencerji, lahko zelo vplivajo na širjenje informacij. Ko oni delijo ali komentirajo nekaj, to lahko vidi milijon ljudi v zelo kratkem času, kar poveča verjetnost, da se bodo lažne novice hitro širile (Vosoughi, 2018).

Število ljudi, ki »lajka«, komentira ali deli objave, vpliva na to, katere vsebine postanejo bolj vidne. Vsebine, ki so zelo dramatične, kontroverzne ali senzacionalistične, pogosto pritegnejo več pozornosti in interakcij, kar poveča verjetnost, da se bodo širile, ne glede na to, ali so prave ali napačne (Vosoughi, 2018).

Vse te stvari pomagajo, da se informacije hitro širijo, ampak če nismo previdni, lahko to pripelje tudi do širjenja napačnih novic.

### 2.2.3 Algoritmi in njihova vloga pri promoviranju vsebin

Algoritmi na družbenih medijih so kot nekakšni "pomočniki", ki odločajo, katere objave bomo videli. Ti algoritmi gledajo, kaj smo že všečkali, katere stvari smo komentirali, katere prijatelje imamo in kaj se dogaja v našem omrežju. Na podlagi tega se odločijo, katere objave so najbolj zanimive za nas. Zaradi tega se lahko zgodi, da se lažne novice ali napačne informacije hitro širijo, saj te pogosto dobijo več komentarjev, delitev ali všečkov, kar pomeni, da jih algoritmi vidijo kot zanimive in jih pokažejo še več ljudem. Včasih pa algoritmi spodbujajo objave, ki vzbujajo močne čustvene reakcije ali imajo zelo skrajne poglede, ker te stvari pritegnejo več



ljudi. To pa pomeni, da lahko to poveča možnost, da se širijo napačne informacije (Vosoughi, 2018).

## **2.3 Povezava med družbenimi mediji in oblikovanjem mnenj**

### **2.3.1 Kako družbeni mediji vplivajo na oblikovanje mnenj in prepričanj**

Družbeni mediji so zelo močni, ker hitro delimo stvari z drugimi in se povezujemo z različnimi ljudmi. Ko »smo na njih«, vidimo veliko različnih mnenj, novic in idej, ki vplivajo na to, kako gledamo na svet. Algoritmi, ki odločajo, kaj bomo videli, nam pogosto pokažejo stvari, s katerimi smo že prej kliknili ali všečkali. To pomeni, da pogosto vidimo samo stvari, ki potrjujejo naše mnenje in ne vidimo drugih mnenj. Tako postanemo "ujetniki" v svojih lastnih prepričanjih. Na družbenih medijih se tudi hitro širijo napačne informacije ali zgodbe, ki niso resnične. To lahko povzroči, da se ljudje še bolj razdelimo in postanemo bolj trdno vezani na svoje mnenje (Vosoughi, 2018).

### **2.3.2 Filtrirni mehurčki in njihova vloga pri ohranjanju dezinformacij**

Filtrirni mehurčki so rezultat algoritmov, ki uporabnikom prikazujejo vsebine, ki so v skladu z njihovimi prejšnjimi iskanji in prepričanji. To omejuje izpostavljenost novim ali nasprotnim informacijam. Pri širjenju dezinformacij to pomeni, da se napačne informacije pogosto širijo med uporabniki, ki jih že verjamejo, brez preverjanja ali soočanja z nasprotnimi stališči. Filtrirni mehurčki tako krepijo učinek dezinformacij, ker zmanjšujejo možnost, da bi uporabniki naleteli na točne in preverjene informacije (Lazer, 2018).

### **2.3.3 Echo chambers (odmevne komore) in socialni vpliv**

Echo komore so kot prostori, kjer ljudje samo slišijo stvari, ki jim potrjujejo njihova prepričanja, vse drugo pa spregledajo ali ignorirajo. Na družbenih medijih se te komore ustvarijo, ker algoritmi pokažejo stvari, ki se ujemajo z našimi prejšnjimi všečki ali stvarmi, na katere smo že reagirali. V teh prostorih ljudje pogosto spreminjajo svoja mnenja, ker vidijo, kaj drugi mislijo ali kaj pišejo njihovi prijatelji. Tako se prepričanja še bolj okrepijo, ker se ne soočajo z nasprotnimi mnenji, kar povzroči, da se ljudje začnejo še bolj razlikovati v tem, kar mislijo. To zmanjša možnost, da bi se pogovarjali z drugimi in izmenjevali nove ideje (Lazer, 2018).



## 2.4 Vpliv lažnih novic na vedenje uporabnikov

### 2.4.1 Posledice sprejemanja dezinformacij za osebne odločitve in vedenje

Sprejemanje napačnih informacij lahko ima resne posledice za osebne odločitve in vedenje posameznikov. Ko ljudje zaupljivo sprejemajo napačne ali zavajajoče informacije, se lahko odločajo na podlagi napačnih prepričanj, kar vodi do tveganih odločitev. Na primer, dezinformacije o zdravju lahko vodijo v izbiro neučinkovitih ali celo škodljivih zdravil ali terapij (Lewandowski, 2017).

### 2.4.2 Primeri vpliva lažnih novic na politično odločanje, zdravje in družbene odnose

Lažne novice so zelo škodljive, ker lahko spremenijo mnenje ljudi, še posebej pri pomembnih temah oziroma odločitvah.

Tako na primer, če ljudje slišijo napačne stvari o političnih kandidatih, lahko glasujejo za nekoga, ki sploh ni dober, ker so verjeli lažem. To lahko vpliva na vse, kar se dogaja v državi (Vosoughi, 2018).

Lažne novice o zdravju so prav tako nevarne. Če nekdo verjame, da cepiva niso dobra, se lahko odloči, da se ne bo cepil, kar lahko privede do bolezni, ki bi jih lahko preprečili. Če ljudje verjamejo napačnim informacijam o zdravljenju, lahko še huje zbolijo, ker ne uporabljajo ustreznega zdravljenja oz. zdravil (Tan, 2020).

Lažne informacije lahko povzročijo veliko težav tudi v prijateljstvih in družinah. Ljudje se lahko začnejo prepirati, ker so prebrali nekaj na spletu, kar sploh ni res. To vodi v sovraštvo in jezo, ker so verjeli lažem (Lazer, 2018). Tako lažne novice negativno vplivajo na stabilnost in dobrobit posameznikov in družbe.

### 2.4.3 Mladostniki in njihov večji občutljivost na lažne novice

Mladostniki so pogosto dovzetnejši za lažne novice, ker se še razvijajo in so v fazi, ko iščejo svoje mnenje in vrednote. To jih lahko naredi bolj odprte za vplive, ki prihajajo iz različnih virov, še posebej z interneta (Vosoughi, 2018).

Ključni razlogi za večjo občutljivost mladostnikov na lažne novice vključujejo:

- 🌐 pomanjkanje izkušenj in kritičnega razmišljanja, saj še nimajo ne znanja ne izkušenj, s katerimi bi prepoznali lažne novice ali zavajajoče informacije - zaradi tega so bolj nagnjeni k sprejemanju nepreverjenih informacij, na katere naletijo na družbenih medijih ali spletnih straneh (Lewandowski, 2017);



- večjo aktivnost na spletu, saj so mladostniki aktivni uporabniki družbenih medijev, kjer se informacije hitro širijo, pogosto brez preverjanja dejstev (Friggeri, 2014);
- iskanje identitete in pripadnosti, saj so mladostniki še v fazi iskanja lastne identitete, kar jih lahko naredi dovzetnejše za vplive skupin in mnenj, ki jih srečujejo na spletu (Friggeri, 2014);
- pomanjkanje medijske pismenosti, saj mladostniki še nimajo dovolj razvite medijske pismenosti, da bi prepoznali manipulacije v medijskih vsebinah (Friggeri, 2014).

Zaradi teh dejavnikov je izredno pomembno, da se mladostniki poučijo o tem, kako prepoznavati lažne novice, kako kritično pristopati k informacijam in kako uporabljati spletna orodja za preverjanje dejstev. Izobraževalni programi, ki krepijo medijsko pismenost in spodbujajo odgovorno rabo spleta, lahko pomagajo zmanjšati vpliv lažnih novic na mlade ljudi (Vosoughi, 2018).

## **2.5 Kritična razmišljanja in medijska pismenost kot odgovor na širjenje dezinformacij**

### **2.5.1 Pomembnost medijske pismenosti pri prepoznavanju lažnih novic**

Medijska pismenost je ključnega pomena za prepoznavanje lažnih novic, saj posameznikom omogoča kritično vrednotenje informacij, ki jih prejmejo preko različnih medijev. Uči jih preverjanja virov, analize zanesljivosti in prepoznavanja manipulativnih tehnik, ki se uporabljajo za širjenje dezinformacij. Zlasti pri mladih, ki so pogosto izpostavljeni vsebinam na družbenih omrežjih, medijska pismenost pomaga zmanjšati vpliv filtrirnih mehurčkov in odmevnih komor. Poleg tega krepi sposobnost ločevanja med dejstvi in mnenji, kar prispeva k bolj informiranim osebnim in družbenim odločitvam (Mihailidis, 2017).

### **2.5.2 Študije in pristopi za izboljšanje kritičnega razmišljanja v družbi**

Raziskave so pokazale, da lahko ljudje bolje razmišljajo in prepoznavajo napačne informacije, če se učimo o tem že v šoli. Učitelji lahko učencem pokažejo, kako preverjati, če so informacije resnične, in jih učijo, kako razmišljati o stvareh, namesto da verjamejo vsemu, kar preberejo. Pomembno je tudi, da odrasli sodelujejo v posebnih delavnicah, kjer se naučijo, kako prepoznati lažne novice. Ko se ljudje pogovarjajo in poslušajo različna mnenja, lažje razumejo, zakaj so nekateri pogledi različni. Pomembno je tudi uporabljati posebna orodja na internetu, ki pomagajo preveriti, ali so stvari, ki jih beremo, resnične. Vse to pomaga, da postanemo pametnejši in se lažje izognemo napačnim informacijam (McGrew, 2018).



### 2.5.3 Programi in iniciative za ozaveščanje uporabnikov

Obstajajo različni programi in projekti, ki pomagajo ljudem razumeti, kako prepoznati lažne novice. Na spletnih straneh, kot sta FactCheck.org in Snopes, preverjajo, ali so novice resnične ali lažne, in nam pokažejo, kako prepoznati napačne informacije. Nekatere organizacije, kot je First Draft News, učijo novinarje in ljudi, kako naj iščejo in prepoznajo lažne novice. V šolah po svetu učijo otroke, kako preveriti, ali so informacije, ki jih berejo, prave. Tudi družbena omrežja, kot sta Facebook in Twitter, opozarjajo ljudi, da preverijo vire, preden verjamejo vsemu, kar vidijo, in omejujejo širjenje napačnih informacij. Poleg tega se organizirajo delavnice in dogodki, kjer se ljudem razloži, kako se izogniti širjenju lažnih novic (Wardle, 2017).

## 2.6 Strategije za boj proti lažnim novicam

### 2.6.1 Regulacija vsebin na spletu: pristopi in izzivi

Regulacija vsebin na internetu pomeni, da države, podjetja in spletne strani poskušajo preprečiti širjenje škodljivih ali napačnih informacij. Nekatere države, kot sta Nemčija in Francija, imajo zakone, ki prepovedujejo sovražni govor in lažne novice. Spletna podjetja, kot sta Meta (Facebook) in Google, uporabljajo posebne računalniške programe, ki iščejo dvomljive informacije in sodelujejo s tistimi, ki preverjajo dejstva, da bi zagotovili, da so informacije resnične (Wardle, 2017).

Vendar pa to prinaša tudi težave, saj preveč strogih pravil lahko pomeni, da ljudje ne morejo svobodno izražati svojih mnenj. Drugi izziv je, da internet ni omejen le na eno državo, zato ni enostavno izvajati zakonov iz ene države v drugih. Poleg tega je vedno težje prepoznati nove vrste lažnih novic, kot so videoposnetki, ki so videti resnično, vendar so dejansko ponarejeni. Zato je zelo pomembno, da države, podjetja in ljudje sodelujejo, da bi našli najboljši način za zaščito ljudi pred lažnimi novicami, vendar hkrati omogočili svobodo izražanja (Wardle, 2017).

### 2.6.2 Uporaba tehnologije za zaznavanje in preprečevanje dezinformacij

Tehnologija, ki pomaga pri iskanju in preprečevanju lažnih novic, uporablja posebna orodja za preverjanje dejstev in umetno inteligenco (AI). Fact-checking strani, kot sta Snopes in PolitiFact, preverijo, ali so informacije v novicah ali na družbenih medijih resnične, kar nam pomaga ugotoviti, kaj je zavajajoče. Umetna inteligenca pa lahko pomaga najti lažne novice tako, da analizira, kako so napisane, kdo jih je napisal in kako se širijo. AI lahko tudi pomaga prepoznati robote, ki »špricajo« lažne informacije, in najde informacije, ki hitro postanejo



viralne, pa niso resnične. Te tehnologije so zelo pomembne za zmanjšanje lažnih novic, vendar imajo tudi težave, kot so etična vprašanja, in včasih niso popolnoma natančne (Wardle, 2017).

### 2.6.3 Vloga novinarjev in medijskih organizacij pri spodbujanju verodostojnosti informacij

Novinarji in medijske organizacije so zelo pomembni, ker pomagajo preveriti, ali so informacije, ki jih preberemo, resnične. Njihova naloga je, da vedno preverijo dejstva, uporabljajo zanesljive vire in jasno poročajo o tem, kaj se dogaja. Pomembno je, da novinarji poročajo nepristransko, torej da ne vzamejo nobene strani, ampak vedno ostanejo pošteni (Wardle, 2017).

Medijske organizacije lahko pomagajo tako, da imajo pravila za preverjanje informacij in usposablajo novinarje, da prepoznajo lažne novice. Pomembno je, da tudi učijo ljudi, kako prepoznati, katere informacije so resnične in katere so lahko napačne (Wardle, 2017).

Če mediji uporabljajo posebna orodja za preverjanje informacij in jasno ločijo novinarske prispevke od mnenjskih člankov, potem postanejo bolj pregledni in pošteni. Čeprav so včasih pod pritiskom družbenih omrežij ali politikov, je njihova naloga, da se borijo za resnico in preprečijo širjenje napačnih informacij (Wardle, 2017).



Slika 1: Družbena omrežja močno vplivajo na naše odnose. (Wong, 2023)



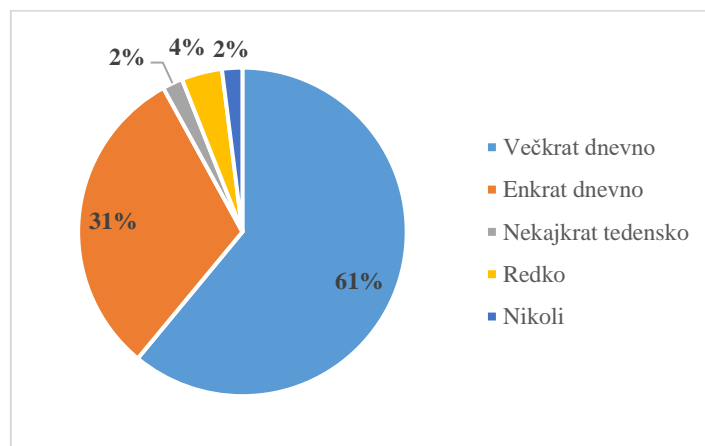
### 3 RAZISKOVALNI DEL

Empirični del raziskave je vključeval naslednje metode: **anketiranje, intervju, analizo primerov širjenja lažnih novic na družbenih medijih, delavnico** za učence od 7. do 9. razreda, pripravo **brošur in plakatov**.

#### 3.1 Anketiranje

V sklopu raziskovalne naloge sva izvedli anketiranje, na katerega je odgovorilo 92 učencev od 7. do 9. razreda. Namen ankete je bil pridobiti vpogled v razumevanje lažnih informacij, njihove izkušnje s prepoznavanjem tovrstnih vsebin in vpliv, ki ga imajo dezinformacije na njihovo vsakodnevno rabo družbenih medijev. S pridobljenimi podatki sva želeli prepoznati ključne vzorce v njihovem dojemanju ter ugotoviti, v kolikšni meri so mladi kritični do informacij, ki jih srečujejo na spletu.

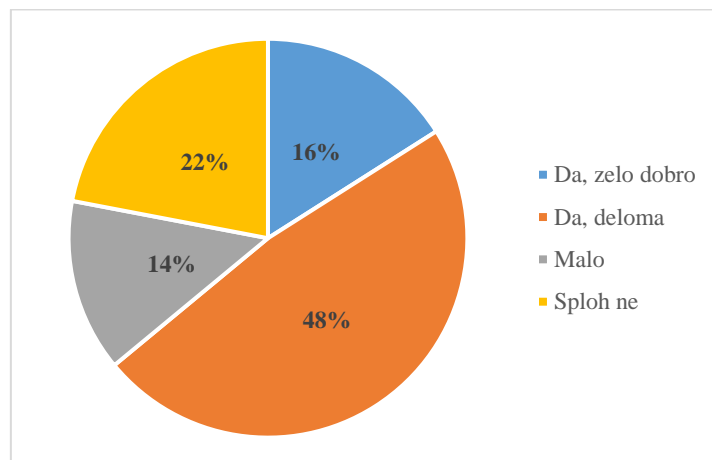
**Graf 1: Kako pogosto uporabljaš družbene medije (npr. Facebook, Instagram, platformo X?)**



Iz grafa lahko sklepamo, da kar večina učencev dnevno uporablja družbene medije in da jih ostala večina redko ali nikoli ne uporablja. Dnevna uporaba kaže na veliko vlogo družbenih medijev v življenju učencev. Ta skupina je bolj verjetno izpostavljena lažnim novicam, kar pomeni, da imajo lahko več izkušenj z zaznavanjem takšnih vsebin.

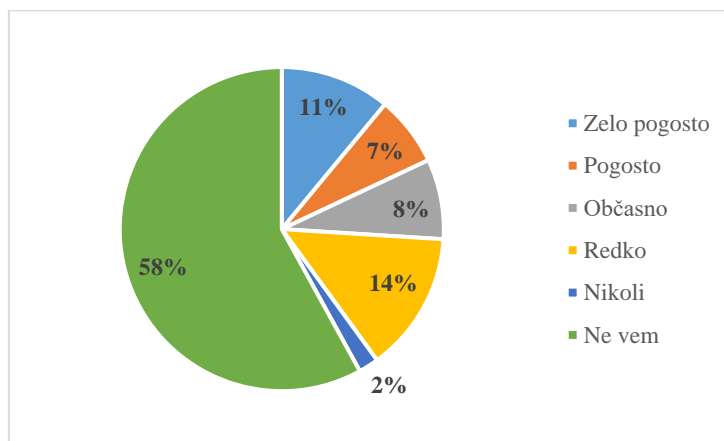


### Graf 2: Si seznanjen/-a s pojmi, kot so lažne novice, dezinformacije in spletna manipulacija?



Graf nam prikazuje, da je skoraj polovica deloma seznanjena z zgoraj navedenimi pojmi, nekaj manj jih sploh ne pozna. Stopnja poznavanja teh konceptov je raznolika. Presenetljivo je, da nekateri učenci teh pojmov ne poznajo, kar kaže na pomanjkanje medijske pismenosti kljub njihovi starosti in izpostavljenosti spletnim vsebinam.

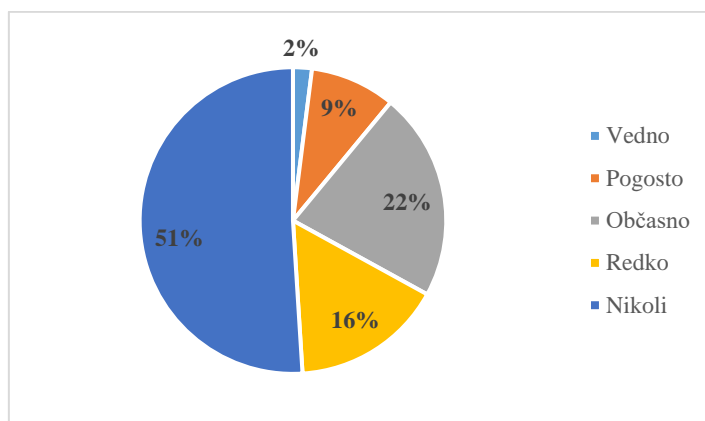
### Graf 3: Kako pogosto naletiš na novice na družbenih medijih, za katere se kasneje izkaže, da niso resnične?



14 % učencev je odgovorilo z redko, 11 % z zelo pogosto, 8 % občasno, 7 % pogosto in 2 % nikoli ter kar 58 % z ne vem, iz česar lahko sklepamo, da učenci ne preverjajo podatkov, jih to ne zanima ali pa jim preprosto verjamejo, dokler se za pravilno ne izkaže nasprotno.



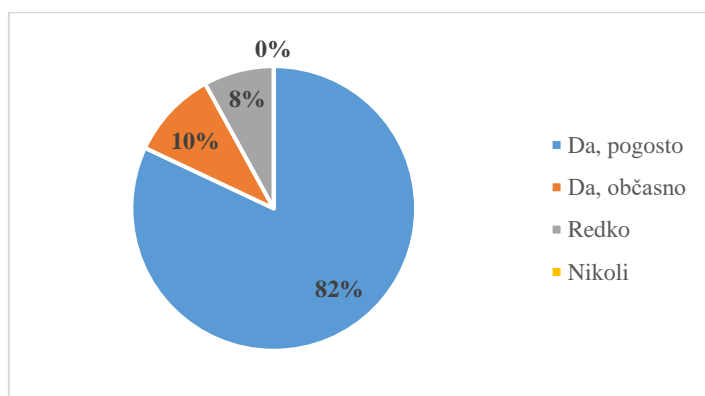
#### Graf 4: Ali preverjaš verodostojnost informacij, preden jih deliš na družbenih medijih?



Rezultati ankete razkrivajo resno težavo pri uporabi družbenih medijev med učenci, saj kar 51 % učencev nikoli ne preverja verodostojnosti informacij, preden jih deli. To je izredno zaskrbljujoče, saj lahko takšno vedenje prispeva k nadaljnjemu širjenju lažnih novic in dezinformacij. Število učencev, ki preverja informacije pogosto (9 %) ali vedno (2 %), je zelo majhno, kar poudarja nujnost izobraževalnih ukrepov.

Rezultati kažejo tudi, da 22 % učencev preverja verodostojnost le občasno, 16 % pa redko, kar pomeni, da večina učencev nima vzpostavljene redne prakse kritičnega preverjanja informacij. To opozarja na potrebo po večjem ozaveščanju o pomembnosti preverjanja virov in učenju tehnik za prepoznavanje zanesljivih informacij. Šole, starši in družbene platforme imajo v tem procesu ključno vlogo, saj je informiranje mladih o tej temi bistvenega pomena za bolj odgovorno uporabo medijev in preprečevanje širjenja neresničnih vsebin.

#### Graf 5: Ali si že kdaj delil/-a objavo ali novico na družbenih medijih, ne da bi preveril/-a njen vir?

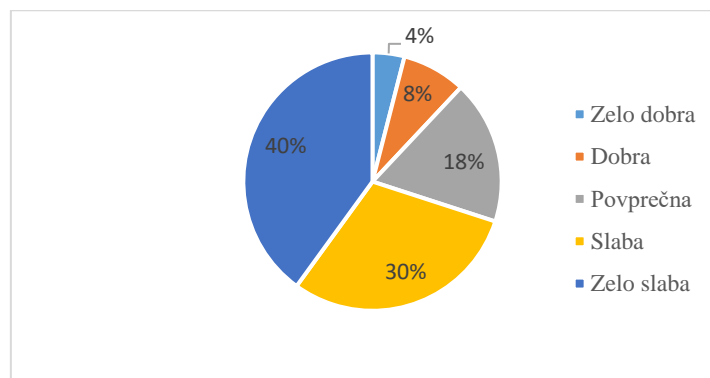


82 % učencev je na vprašanje odgovorilo s pogosto, 10 % z občasno, 8 % redko in 0 % z nikoli. Če učenci priznavajo deljenje nepreverjenih vsebin, to kaže na pomanjkanje znanja o pomenu



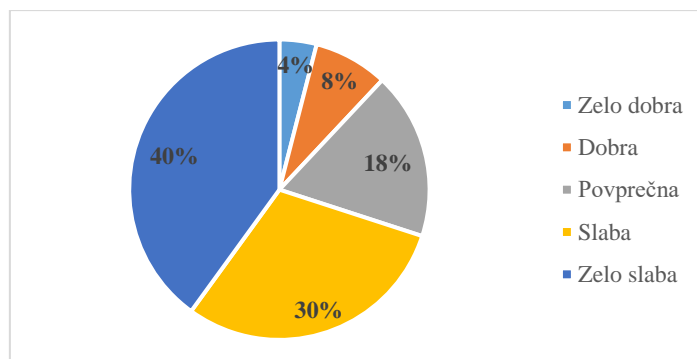
zanesljivosti informacij in verodostojnosti virov, kar spet predstavlja ogromno oviro pri varni delitvi podatkov. Prav tako lahko pride do kraje avtoritete in zlorab.

### Graf 6: Kako ocenjuješ svojo sposobnost prepoznavanja lažnih novic na spletu?



Kar 40 % je na vprašanje odgovorilo z zelo slaba, 30 % s slabo, 18 % s povprečno, 8 % z dobro in 4 % z zelo dobro, kar ponovno opozarja na težavo o mladostniški zavednosti o prevarah spleta in medijev. Ravno zato je pomembno, da se o tem otroke v takšni starosti o tem obvešča, kar posledično pripomore k manj prevaram.

### Graf 7: Se ti zdi, da družbeni mediji spodbujajo širjenje senzacionalističnih in neresničnih vsebin?



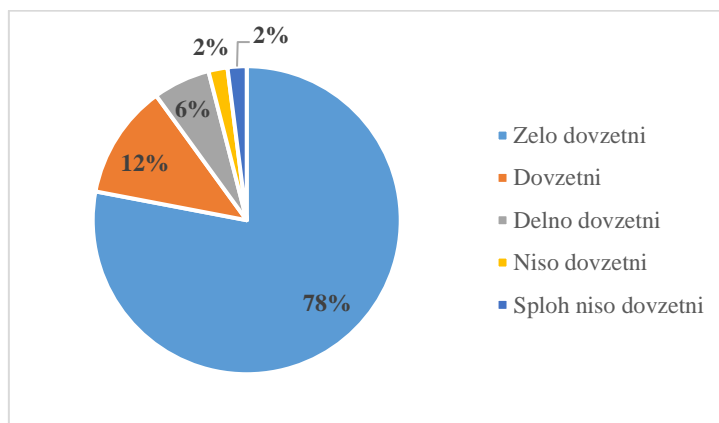
Rezultati ankete kažejo, da velika večina učencev meni, da družbeni mediji pomembno prispevajo k širjenju senzacionalističnih in neresničnih vsebin. To nakazuje na slabšo kvaliteto informacij, ki krožijo po teh platformah, ter na potrebo po večji kritičnosti uporabnikov pri sprejemanju in deljenju vsebin.

Dejstvo, da le 12 % učencev ocenjuje vpliv družbenih medijev kot dober ali zelo dober, poudarja problem pomanjkanja zaupanja v podatke, ki jih zagotavljajo te platforme. Takšna percepcija učencev potrjuje, da so potrebne boljše regulative in večja odgovornost platform pri preprečevanju širjenja neresničnih informacij. Hkrati pa to dejstvo predstavlja izziv za



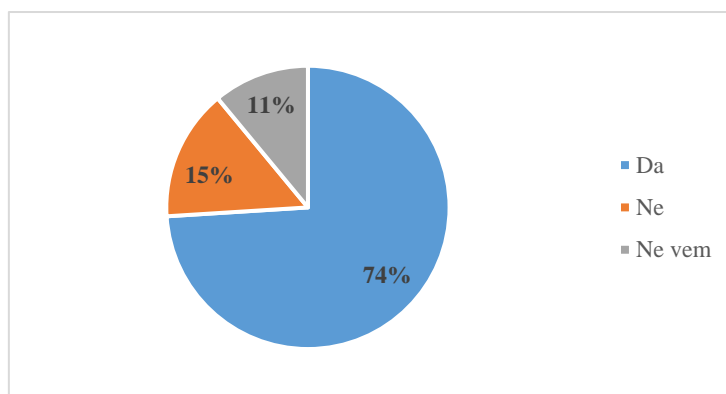
izobraževalne institucije, da mladim zagotovijo ustrezna orodja za kritično presojo vsebin na družbenih medijih in jim pomagajo postati informirani in odgovorni digitalni državljani.

**Graf 8: Ali meniš, da so mladostniki bolj dovzetni za lažne informacije na družbenih omrežjih kot odrasli?**



78 % je na anketno vprašanje odgovorilo z zelo dovzetni, kar dokazuje zavedanje o ranljivosti otrok na spletu. 12 % učencev je odgovorilo z dovzetni, kar nakazuje da se strinjajo z večjo dovzetnostjo otrok kot odraslih. 6 % učencev je odgovorilo z delno dovzetni in 2 % z niso dovzetni ter sploh niso dovzetni. Ti na vprašanje odgovarjajo s poudarkom, da so otroci manj dovzetni za vplive. Učenci lahko izražajo prepričanje, da so mladostniki zaradi pomanjkanja izkušenj bolj ranljivi za manipulacijo.

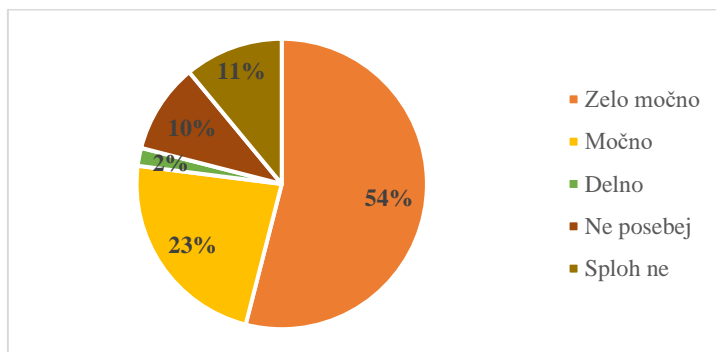
**Graf 9: Ali meniš, da mladostniki zaradi pomanjkanja medijske pismenosti lažje verjamejo lažnim novicam?**



74 % učencev na vprašanje odgovarja z DA, kar poudari njihovo ozaveščenost o problematiki pomanjkanja medijske pismenosti. 15 % učencev meni, da medijska nepismenost ne vpliva na prepoznavanje dezinformacij in 11 % učencev je kot odgovor označilo ne vem.

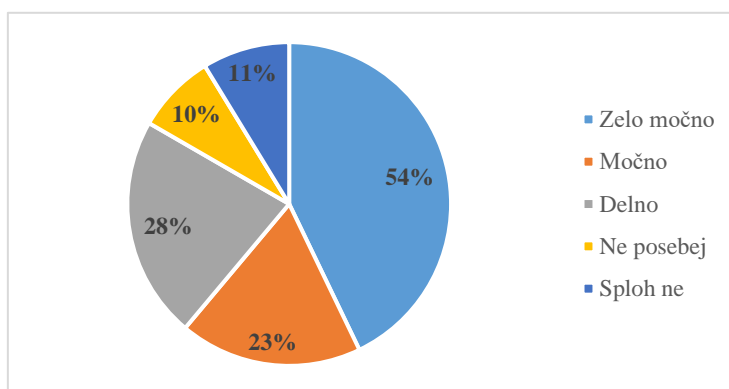


### Graf 10: Kako pomembno se ti zdi ozaveščanje o preverjanju virov informacij na družbenih omrežjih?



54 % učencev je na vprašanje odgovorilo z zelo močno, kar lahko predstavlja njihovo zagnanost pri ozaveščanju ljudi, predvsem otrok o preverjanju medijskih virov. 23 % je odgovorilo z močno, 11 % s sploh ne, 10 % z ne posebej in 2 % delno.

### Graf 11: Kako pomembno se ti zdi ozaveščanje o lažnih novicah v šolah?

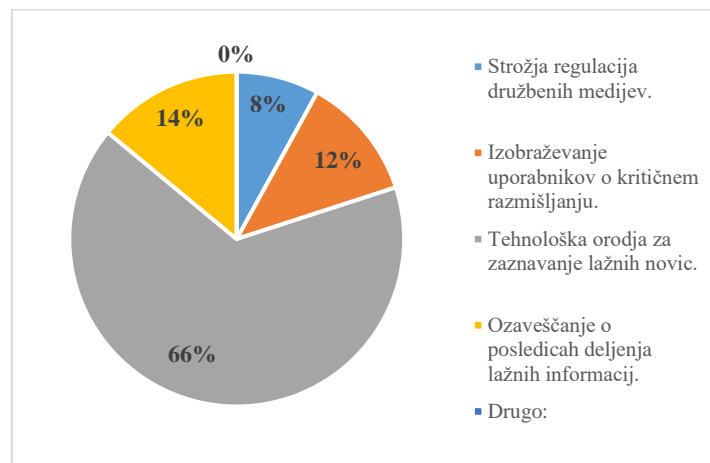


Rezultati ankete kažejo, da večina učencev (54 % zelo močno in 23 % močno) prepoznava pomembnost ozaveščanja o lažnih novicah v šolah, kar poudarja potrebo po vključevanju tovrstnih vsebin v izobraževalne programe. To potrjuje, da je ozaveščanje ključni element za izboljšanje medijske pismenosti, saj učenci razumejo vpliv lažnih informacij na njihovo vsakdanje življenje in družbo.

Vendar pa je zaskrbljujoče, da 28 % učencev meni, da je to pomembno le delno, medtem ko jih 10 % to vidi kot nepomembno, 11 % pa sploh ne. Ti podatki kažejo na potrebo po bolj ciljno usmerjenem pristopu, ki bi nagovoril skeptične učence in jih motiviral k razumevanju pomena kritičnega mišljenja in preverjanja informacij. Šole bi morale dodatno spodbujati razpravo o tej temi, da bi vse učence vključile v prizadevanja za boljšo medijsko pismenost.



## Graf 12: Kaj bi po tvojem mnenju najbolj učinkovito zmanjšalo širjenje lažnih informacij?



Kar 66 % učencev na vprašanje odgovarja s tehnološkimi orodji za zaznavanje lažnih informacij, kar je po njihovem mnenju očitno najučinkovitejši način omejitve dezinformacij. 14 % odgovarja z ozaveščanje o posledicah dezinformacij, 12 % z izobraževanjem uporabnikov o kritičnem razmišljanju in 8 % s strožjo regulacijo družbenih medijev.

### 3.2 Intervju

Izvedli sva intervju z gospo Gabrijelo Milošič, novinarko na RTV Slovenija, ki deluje kot dopisnica Spodnjega Podravja s sedežem na Ptuju. Njeno delo vključuje poročanje o lokalnih dogodkih in tematikah s posebnim poudarkom na kulturnih in družbenih vsebinah. Poleg novinarskega dela je aktivna tudi v lokalni skupnosti, kjer sodeluje v različnih kulturnih in družabnih dogodkih. Njeno delo je bilo deležno pozornosti tudi v kontekstu zagovarjanja novinarske integritete, kot je razvidno iz stališča Društva novinarjev Slovenije.

 Kako menite, da so mediji vplivali na oblikovanje javnega mnenja in kako še bodo?

Mediji so in bodo vplivali na družbeno dogajanje, saj so sestavni del družbenega sistema, pri čemer pa so se skozi čas zlasti tehnološko spreminjali. Tako imenovani klasični in profesionalni mediji (tisk, radio in televizija) in danes še izraziteje družabna/socialna omrežja, ki jih del družbe uvršča v širši pojem medijev, pomembno vplivajo na oblikovanje mnenja posameznikov in družbe, tako pozitivno kot negativno. Vpliv družabnih omrežij se bo s še več uporabe umetne inteligence, ki je v lasti izjemno bogatih posameznikov, le še povečeval, in to v smeri, ki jo bodo le-ti želeli za doseg svojih ciljev. Zato je potrebno ločiti medije v ožjem (novinarstvo) in širšem pomenu (socialna omrežja).



### Kako vplivajo na otroke oz. mladostnike?

Zdi se, da klasični profesionalni mediji, novinarstvo torej, mlade le težka doseže in nagovori. Nasprotno pa je vpliv socialnih omrežij na mlade že zdaj prekomeren, kar je problematično, saj v otroštvu in puberteti mladi še ne razvijejo kritičnega mišljenja. Kot kaže vrsta mednarodnih raziskav, so socialna omrežja za otroke in mlade izjemno škodljiva, saj povečujejo tesnobo, slabo samopodobo, agresijo ... V državah, kjer so mladim omejili dostop do socialnih omrežij, se je stanje izboljšalo. Zato je tudi v Sloveniji nujna zakonska omejitev dostopa do socialnih omrežij za otroke in mladostnike. Pri javnih medijih – v Sloveniji je to največji medijski zavod RTV Slovenija – pa ravno s pomočjo RTV prispevka in zaradi zakonskih določil – ustvarjamo/jo številne kakovostne televizijske, radijske in spletne vsebine za otroke in mlade.

### Kako vplivajo na odrasle?

Podobno kot na otroke in mladostnike. Tudi odrasli namreč pogosto premalo kritično presojo/jo. Eden od odločilnih dejavnikov pri tem je izobrazba. Praviloma izobraženci posegajo po bolj kakovostnih medijih, kar je podobno kot poseganje po dobrih knjigah ... Z njimi pridobiš več znanja, omogočajo kritično vrednotenje, širše obzorje in zato manj možnosti za morebitno manipulacijo.

### V kakšni meri mediji prispevajo k oblikovanju identitete posameznikov in skupin? Ali menite, da so mediji postali glavni vir socializacije v sodobnem svetu?

Prepričana sem, da je primarni vir socializacije družina, sledijo šola in vrstniki. Res pa so danes oblike in vrste družin že zelo različne ter tudi pogosto podvržene medijskemu pritisku. Spremljanje medijskih vsebin pa zelo vpliva na oblikovanje identitete tako posameznikov kot skupin. Pri čemer je do neke izbira še vedno možna izbira. Podobno kot denimo pri hrani. Če se nekdo prehranjuje z »junk foodom« vsak dan, je manj zdrav in drugače funkcionira, kot če je zdravo in raznoliko hrano. Morda se zdi dandanes komu (zlasti mladostnikom) hitra prehrana poceni in dobra, a na dolgi rok je (pre)draga, saj največjo ceno plačamo/jo s slabšim psihofizičnim zdravjem. Podobno je z mediji ... Mediji v ožjem in širšem pomenu predstavljajo velik del hrane za možgane ... Kot se odločimo za način prehranjevanja, tako se odločimo in izbiramo medije ... kakovostne ali nekakovostne ... Ključna je ozaveščenost in nato odločitev posameznika.


### Na kakšen način lažejo in o čem?

Klasični registrirani mediji, kot so tisk, radio, televizija in profesionalne spletne platforme, so zavezani objektivnemu in verodostojnemu poročanju, kar je zakonsko urejeno in sankcionirano.




Naloga novinarjev je, da preverijo informacije, kritično razmišljajo in jih postavijo v širši kontekst, kar zahteva znanje in izkušnje. To je podobno kot kuhanje, kjer potrebujemo kakovostne sestavine, recept in izkušnje za pripravo okusne jedi.

Socialna omrežja pa nimajo novinarjev, ki bi preverjali informacije, kar omogoča širjenje neresnic in osebnih mnenj. Ljudje pogosto enačijo socialna omrežja z mediji, čeprav nimajo metodologije preverjanja dejstev. V današnjem neoliberalističnem sistemu so novinarji včasih pod vplivom kapitala, zaradi česar objavljajo vsebine, ki koristijo lastnikom medijev, ne pa vedno objektivne. Kljub temu morajo novinarji, ko se soočajo z neresničnimi izjavami pomembnih osebnosti, pogosto te izjave objaviti, saj so uradno posredovane preko družbenih omrežij.


 Kako se mediji spopadajo z izzivi, kot so dezinformacije in lažne novice? Kakšno odgovornost imajo novinarji pri zagotavljanju točnosti informacij?

Profesionalno novinarstvo se težko spopada z dezinformacijami in neresnicami, čeprav je zanje zaradi zgoraj naštetih razlogov samo delno odgovorno, pa še to v smislu, da je zavezano poročati o za državljane pomembnih dogodkih in da če sogovorniki ne govorijo resnice, to posredujejo. Če nisi izobražen in etičen novinar ter ne poiščeš podatkov in sogovornikov, ki dokažejo, da nekdo laže, se objava polresnic in dezinformacij lažje dogaja. Ko pa neka informacija - lažna ali polovična - zaokroži, jo je praktično nemogoče ustaviti, popraviti, izbrisati ... Rek, da »če laž ponoviš stokrat, bo za mnoge postala resnica«, danes še kako drži. Odgovornost novinarjev ostaja enaka kot vedno - posredovanje točnih informacij, kar je nujni pogoj za delo.


 Ali menite, da je vloga medijev pri poročanju o krizah (kot so naravne nesreče ali pandemije) pozitivna ali pa pogosto prispeva k povečanju panike med prebivalstvom?

Različno od primera do primera. Denimo med ujmo na Koroškem in Savinjskem avgusta 2023 so se nacionalne - zlasti javne novinarske hiše - izkazale kot povezovalne in pozitivne. To je bilo mogoče zato, ker so lahko novinarji šli na teren in se na lastne oči prepričali oziroma preverili, kaj se je zgodilo. Pri pandemiji covida je šlo za svetovno težavo, o kateri nihče ni vedel ničesar, o covidu ni bilo nobenih preverjenih in prej znanih dejstev, zato so si bila pogosto mnenja tako svetovnih kot slovenskih strokovnjakov nasprotujoča, kar je povzročalo zmedo in nezadovoljstvo med ljudmi. Zato je izjemno pomembno, da je novinar izobražen, veliko ve in zna poiskati prave informacije in prave strokovnjake za pojasnila.




 Kako menite, da mediji vplivajo na naše vsakdanje odločitve, na primer pri nakupovanju, glasovanju ali celo pri oblikovanju naših mnenj o pomembnih družbenih vprašanjih?

Odkvisno, lahko zelo vplivajo na naše vsakodnevne odločitve, lahko pa malo. Če kot posamezniki nenehno spremljamo socialna omrežja, kjer se oglašom sploh ni več mogoče izogniti ali spremljamo oglase po televiziji in nato gremo v trgovino, bomo kupili preveč in tudi tisto, česar ne potrebujemo. Če pa pogledamo v hladilnik in naredimo seznam, kaj potrebujemo, bomo kupili samo tisto, kar res potrebujemo. Pri pomembnih družbenih vprašanjih in volitvah pa je potrebno prebrati, videti, vedeti čim več kakovostnih novinarskih informacij, da lahko sprejmemo odločitev, ki je za nas in za družbo najboljša. Pomembno je torej vedeti, kdaj in pri katerih stvareh upoštevati medije in nato izbrati najboljše. Praviloma so to tisti, ki služijo vsej javnosti oziroma družbi, ne pa posameznikom ali posameznim interesnim skupinam ...

 V zadnjih letih smo pričča vse večji polarizaciji mnenj v medijih. Kako to vpliva na družbeno povezanost in razumevanje nasprotnih stališč?

Slabo, pri čemer se v družbi pogosto ne zavedamo, da gre samo za različne poglede na isto stvar. Ne zavedamo se, da se na vrh Triglava lahko pride po več različnih poteh. Vsak izbere sebi primerno in konec koncev vse poti vodijo k istemu cilju. A že Marija Terezija je rekla: »Divide et impera« oziroma kot lepo pravi slovenski pregovor pravi: »Kjer se prepirata dva, tretji dobiček ima«, razdvojenemu/polariziranemu ljudstvu oziroma družbi pa je veliko lažje vladati.

 Kako oz. s čim mislite, da bi se ne-resnice medijev lahko preprečile oz. zmanjšale?

Gotovo bi jih delno lahko preprečili z ustrezno zakonodajo, ki bi jasno določila meje dopustne objave, do obvestil, ali gre za lobistično in plačano sporočilo, pa tudi kdaj je sporočilo/objavo poustvarila umetna inteligenca. Kot družba pa bi se morali najprej izobraziti in ločiti dejstva od mnenj, kar bi se morali učiti že v šoli (delno osnovni, predvsem pa srednji), ki bi morala spodbujati kritično mišljenje, soočanje različnih mnenj, argumentirano razpravo na za otroke primerni ravni in obvladovanje čustev) in se zavezati k odgovorni objavi tistega, kar je resnično ali koristno.

 Kako se vi spopadate s takšnimi težavami?

Kot univerzitetna diplomirana novinarka, na RTV Slovenija zaposlena že več kot 20 let, sem zavezana poročanju in komentiranju resničnega dogajanja, pri čemer nad mojim delom bdijo še številni uredniki, s katerimi pred objavo preverjamo kakšne morebitne pomanjkljivosti – od



vsebinskih do oblikovnih. Na RTV tako le redko prihaja do lažnih novic ali dezinformacij, saj smo tam zaposleni večinoma profesionalni in izobraženi novinarji, ki pa seveda tudi delamo napake. V tem primeru smo prizadetemu in javnosti dolžni opravičilo, kar nam nalaga zakonodaja. Prav ta zakonska regulacija pomembno loči profesionalno novinarstvo od socialnih omrežij. Me pa osebno žalosti, da se danes lahko že skoraj vsakdo izdaja za novinarja (zlasti lokalne in zasebne novinarske hiše najemajo/zaposlujejo mnoge premalo izobražene ljudi, ki delajo kot novinarji) oziroma influencerje, ki objavljajo mnenja ali plačljive informacije, ki koristijo lastnikom, nato pa javnost misli, da smo vsi novinarji enako slabi, plačanci, neetični in neizobražena trobila.

 V čem vidite rešitev?

Realno je ne vidim, ker se zdi, da je svet – tudi medijski - trenutno v veliki zmedi in na preizkušnji. Večina t. i. zahodnega razvitega sveta se zdi usmerjena v vedno bolj plehko in materialistično življenje ter k hipnim užitek. Nekoč izobražen srednji sloj, ki je bil gonilo razvoja (in se mu je z razlogom reklo zlata sredina), izginja, enako kot dobrota, prijaznost in resnica. Te vrednote v 21. stoletju očitno niso veliko vredne ... Vseeno pa iskreno upam in si želim ter si tudi s svojim delom prizadevam, da bi kot družba na vseh področjih sčasoma postali sposobni ločiti zrna od plev ... tudi na področju posredovanja informacij oziroma medijev ter se zavedali, da je samo tisto, kar hkrati koristi tako posamezniku kot družbi, res nekaj vredno.

### 3.3 Analiza konkretnih primerov

Od septembra 2024 do januarja 2025 sva analizirali konkretne primere širjenja lažnih novic na družbenih medijih s poudarkom na vsebini, virih in odzivih uporabnikov.

Priloženi so nekateri primeri lažnih novic, ki sva jih našli med raziskovanjem. Izbrali sva predvsem tiste, ki so naju pritegnile in so lahko zanimive za mlade. Ti primeri so bili izbrani zaradi njihovega vpliva in načinov širjenja na družbenih medijih, saj so pogosto pritegnili pozornost mladih zaradi senzacionalističnih vsebin in hitro rastoče priljubljenosti.

#### 1. primer: **Lažna informacija o spremembah šolskega sistema**

Na družbenih medijih se je hitro razširila lažna novica o uvedbi obveznih sobotnih poukov, podprta s prirejenimi, a verodostojnimi dokumenti. Novica je iz neznanega vira na Facebooku pritegnila pozornost jeznih staršev in učencev, ki so jo širili brez preverjanja. Analiza komentarjev je pokazala, da je večina sprejela novico kot resnično, medtem ko so redki pozivali k preverjanju virov. Po nekaj dneh so uradne institucije novico zaničale, a je že povzročila zmedo in nezadovoljstvo.



## 2. primer: **Zdravstvena panika glede cepljenja**

Twitter in Instagram sta preplavila sporočila, da novo cepivo proti sezonski gripi povzroča resne stranske učinke, možganske poškodbe, neplodnost in celo smrt. Informacija je temeljila na manipuliranem videu, ki je bil iztrgan iz konteksta in lažno prikazan kot "dokaz". Objavo je delilo več profilov, ki so bili povezani z anticepilskimi skupinami. Analiza je pokazala, da je bilo veliko delitev podkrepljenih s komentarji, ki so krepili paniko in strah. Le manjši del uporabnikov je preverjal uradne vire, ki so novico ovrgli. Učinek novice je bil viden v upadu zaupanja v cepivo in vnetih razpravah na platformah.

## 3. primer: **Lažne novice o umetni inteligenci in nadzoru**

Po spletu so krožile lažne novice, da podjetja z umetno inteligenco (AI) skrivaj izvajajo nadzor nad uporabniki, spremljajo njihove dejavnosti brez vednosti in manipulirajo z njihovim vedenjem. Te trditve so prihajale iz neznanih blogov in forumov brez dokazov ali znanstvene podpore. Novice so povzročile paniko med uporabniki, ki so izrazili zaskrbljenost glede zasebnosti in pozivali k regulaciji AI, nekateri pa so širili teorije o "prevzemu sveta" s strani AI. Preverjanje dejstev je razkrilo, da gre za pretirane in neutemeljene trditve, čeprav so bile skrbi glede zasebnosti legitimne.

## 4. primer: **Lažne novice o priseljencih in uživanju psov**

Oktobra 2024 so na družbenih omrežjih krožile lažne novice, da priseljenci v nekaterih zveznih državah ZDA skrivaj "jedo pse" v okviru domnevnih nezakonitih kulinarčnih praks. Te trditve so izvirale iz ust Donalda Trumpa, tabloidov, Facebook skupin in forumov, ki širijo nestrpnost, ter vključevale manipulirane fotografije in videe. Novice so sprožile zgroženost in jezo, mnogi uporabniki so pozivali k strožjemu nadzoru priseljevanja in zaščiti živali. Preverjanje dejstev je pokazalo, da so bile trditve popolnoma neutemeljene in temeljijo na kulturnih stereotipih ter manipulacijah, namenjenih širjenju predsodkov in napetosti.

## 5. primer: **Lažne novice o Lionelu Messiju in prestopu v Al-Nassr**

Decembra 2024 so krožile lažne novice o rekordni pogodbi Lionela Messija s saudskoarabskim klubom Al-Nassr, ki naj bi pomenila njegov prestop iz Inter Miami. Trditve, podprte z manipuliranimi posnetki in napačnimi izjavami, so izhajale iz nezanesljivih virov. Preverjanje dejstev je pokazalo, da so bile novice popolnoma neresnične, temeljile so na dezinformacijah.

## 6. primer: **Lažne novice o pevki Beyoncé in njeni "skriti nosečnosti"**

Novembra 2024 so se na družbenih omrežjih pojavile lažne novice, da je Beyoncé noseča s četrtim otrokom, a to skriva iz "kreativnih in poslovnih razlogov". Te špekulacije so temeljile na viralnih objavah in montažah fotografij, kjer je bila v ohlapnih oblačilih, brez kakršnih koli uradnih virov. Novice so sprožile množične reakcije, od špekulacij o javni objavi do pozivov k spoštovanju njene



<p>zasebnosti. Preverjanje dejstev je razkrilo, da trditve niso bile resnične, vendar so se novice hitro razširile zaradi zanimanja za življenje slavnih oseb.</p>
<p><b>7. primer: Lažne novice o Taylor Swift in njeni "skrivni poroki"</b></p>
<p>Novembra 2024 so krožile lažne novice, da sta Taylor Swift in Joe Alwyn imela skrivno poroko v Evropi, kar naj bi razkril "zunanji vir". Te špekulacije, podprte z montiranimi slikami in tabloidnimi trditvami, niso imele nobenih dokazov ali uradnih izjav. Novica je sprožila različne odzive oboževalcev, od navdušenja nad Swiftino zasebnostjo do skepticizma. Preverjanje dejstev je potrdilo, da poroka ni potekala in da so bile trditve zgolj neutemeljene govorice, ki so se hitro razširile zaradi zanimanja za življenje slavnih.</p>
<p><b>8. primer: Lažne novice o Willu Smithu in "prepovedi igranja v filmih"</b></p>
<p>Decembra 2024 so krožile lažne novice, da je Will Smith "prejel prepoved igranja v filmih" zaradi incidenta z udarcem Chrisa Rocka na Oskarjih 2022. Novice, ki so temeljile na nepotrjenih "notranjih virih", so trdile, da gre za sankcije zaradi pritiska Hollywooda. Povzročile so mešane odzive – od skrbi za Smithovo kariero do podpore njegovim dosežkom. Preverjanje dejstev je pokazalo, da nobena prepoved ni obstajala, Smith pa je še naprej deloval v filmski industriji in bil vključen v nove projekte.</p>
<p><b>9. primer: Lažne novice o Edu Sheeranu in "umiku z glasbene scene"</b></p>
<p>Decembra 2024 so se razširile lažne novice, da se Ed Sheeran umika z glasbene scene zaradi "osebnih težav" in želje po mirnem življenju z družino. Novice so temeljile na izmišljenih citatih in tabloidnih trditvah brez uradnih virov. Povzročile so zaskrbljenost in razprave med oboževalci, ki so izražali podporo ali razočaranje. Preverjanje dejstev je potrdilo, da Sheeran ni napovedal upokojitve in je bil še vedno aktiven, saj je izdal nov album in nadaljeval z nastopi.</p>
<p><b>10. primer: Lažne novice o Taylor Swift in "slovarju sovraštva"</b></p>
<p>Decembra 2024 so se pojavile lažne novice, da Taylor Swift sodeluje pri ustvarjanju "slovarja sovraštva" z domnevnimi neresnicami o političnih nasprotnikih. Trditve so temeljile na lažnih člankih, izmišljenih intervjujih in neutemeljenih povezavah, ki so poskušale prikazati njen politični angažma kot del "tajnega projekta". Oboževalci so bili razdeljeni med šokom in zavračanjem teorij zarote. Preverjanje dejstev je potrdilo, da gre za popolnoma izmišljene informacije brez kakršnih koli verodostojnih virov.</p>
<p><b>11. primer: Lažne novice o Harryju Stylesu in "prehodu v politiko"</b></p>
<p>Januarja 2025 so se pojavile lažne novice, da naj bi Harry Styles napovedal kandidaturo za britanski parlament in postal politični aktivist. Trditve so vključevale "dokumente" in govorice o sodelovanju s političnimi strankami, vendar brez dokazov. Oboževalci so bili razdeljeni med navdušenjem in skepticizmom ter iskali dodatne informacije. Preverjanje dejstev je potrdilo, da so bile te trditve</p>








popolnoma izmišljene, saj Styles ni napovedal političnega angažmaja. Novice so izkoriščale njegovo priljubljenost za širjenje senzacij.
<b>12. primer: Lažne novice o LeBronu Jamesu in "upokojitvi"</b>
Novembra 2024 so se pojavile lažne novice, da naj bi LeBron James zaradi "zdravstvenih težav" in poškodb kolen napovedal upokojitev. Novice so vsebovale izmišljene citate in manipulirane slike, vendar brez uradnih virov. Oboževalci so bili šokirani in zaskrbljeni, a preverjanje dejstev je pokazalo, da so bile te trditve popolnoma neresnične. LeBron ni napovedal upokojitve, saj njegove poškodbe niso ogrozile njegove kariere. Gre za primer dezinformacij, ki so izkoriščale obstoječe skrbi oboževalcev.
<b>13. primer: Lažne novice o Jennifer Lopez in "dokončanju kariere"</b>
Decembra 2024 so se pojavile lažne novice, da naj bi Jennifer Lopez napovedala konec svoje kariere zaradi osebnih razlogov. Novice so vsebovale izmišljene citate in niso imele verodostojnih virov. Oboževalci so bili zaskrbljeni, vendar je preverjanje dejstev hitro pokazalo, da gre za izmišljotino. Jennifer Lopez je še vedno aktivna v karieri in nadaljuje projekte, kot so dokumentarec "Halftime" ter nastopi v filmih in glasbi.
<b>14. primer: Lažne novice o Tomu Cruiseu in "skritem verskem odstopu"</b>
Novembra 2024 so se pojavile lažne novice, da je Tom Cruise zapustil scientološko cerkev zaradi zdravstvenih težav in duhovnih kriz ter prešel k drugemu verskemu prepričanju. Novice so temeljile na govoricah brez uradnih potrditev. Oboževalci so bili zmedeni, vendar je preverjanje dejstev hitro pokazalo, da so trditve neresnične. Cruise ni zapustil scientologije in ni bilo uradnih izjav, ki bi potrjevale te novice.
<b>15. primer: Lažne novice o Willu Smithu in "skupni filmski projekt" z Donaldom Trumpom</b>
Decembra 2024 so se pojavile lažne novice, da naj bi Will Smith in Donald Trump sodelovala pri "political thrillerju" o Trumpovi predsedniški dobi. Novice so temeljile na nepreverjenih virih in manipuliranih slikah brez uradnih potrditev. Oboževalci so bili presenečeni, vendar je preverjanje dejstev hitro pokazalo, da gre za izmišljotino. Will Smith ni sodeloval s Trumpom pri nobenem filmskem projektu.

### 3.3.1 Ugotovitve

Vse dezinformacije so temeljile na nepreverjenih virih, govorici in manipuliranih slikah. Nobena od novic ni imela uradnih potrditev ali verodostojnih virov, ki bi podprli njihove trditve.



-  Novice so se hitro širile na družbenih omrežjih in spletnih forumih, kjer so pogosto sprožale razprave med oboževalci in javnostjo. Špekulacije so pogosto povzročile zmedo in negotovost, saj so mnogi ljudje brez preverjanja verjeli v te novice.
-  Dezinformacije so se pogosto osredotočale na priljubljene znane osebnosti, kot so Beyoncé, Taylor Swift, Harry Styles, LeBron James in drugi, kar je omogočilo širjenje zgodb zaradi njihovega vpliva na javnost.
-  Vse zgodbe so bile zasnovane tako, da bi vzbudile občutek šoka, presenečenja ali zaskrbljenosti (npr. upokojitve, politične spremembe, skriti projekti). To je imelo namen ustvariti velik odziv med oboževalci in širšo javnostjo, kljub temu da niso temeljile na dejstvih.
-  Dezinformacije so izpostavile potrebo po večji odgovornosti novinarjev in uporabnikov družbenih omrežij pri preverjanju dejstev, saj lahko takšne novice povzročijo negativne posledice za javne osebnosti, ki se znajdejo v središču nepreverjenih zgodb.
-  Oboževalci slavnih osebnosti so pogosto čustveno vpleteni v te novice, saj so mnogi izražali zaskrbljenost in žalost, ne da bi imeli dostop do verodostojnih informacij. To pa vpliva na njihovo dožemanje teh osebnosti in njihovo javno podobo.

Končni sklep je, da so dezinformacije pogosto posledica manipulacije z javno percepcijo, širjenja govoric brez potrjenih virov in pomanjkanja kritičnega razmišljanja širše javnosti.

### 3.3.2 Obveščanje o dezinformacijah, varnosti na spletu in vplivu umetne inteligence

V dobi informacijskega razcveta in tehnološkega napredka se soočamo z izzivi širjenja lažnih novic in dezinformacij. Nacionalni inštitut za javno zdravje (NIJZ) opozarja, da se lažne novice širijo hitreje kot virus, sovražni govor pa lahko povzroči resne posledice. Pomembno je, da internet ostane varen in zanesljiv prostor, kjer prevladujejo znanstveno utemeljene informacije.

Pred evropskimi volitvami se je znova pokazal razdiralen potencial lažnih novic, ki lahko zamajajo stabilnost družbe. Meta, lastnica Facebooka in Instagrama, je v ZDA ukinila preverjanje dejstev, kar pomeni večje tveganje za širjenje dezinformacij. Po drugi strani SIRCERT opozarja na spletne prevare, kjer lažne CAPTCHA strani z izsiljevanjem vnosov tipk okužijo računalnike. Pomembno je, da uporabniki ne vnašajo zahtevanih kombinacij tipk ter prijavijo sumljive spletne strani (European Year of Digital Citizenship Education, b. d.; SIRCERT, 2025).

Hkrati umetna inteligenca postaja nepogrešljiv del življenja mladostnikov. Raziskava Fakultete za družbene vede in Pedagoške fakultete UL je pokazala, da jo pri šolskem delu uporablja več



kot 96 % srednješolcev. Kljub koristim prinaša številne izzive, kot so spletno nasilje, manipulacija in zasvojljivost. Safe.si zato ozavešča o tveganjih umetne inteligence, še posebej v okviru Dneva varne rabe interneta, ki smo ga letos praznovali 11. februarja (Safe.si, b. d.).

Ministrstvo za vzgojo in izobraževanje je ta dan podprlo s promocijo na družbenih omrežjih, informiranjem vzgojno-izobraževalnih zavodov ter izvedbo podkasta in seminarjev za starše. Sodeluje tudi pri pobudi Sveta Evrope za leto izobraževanja za digitalno državljanstvo, ki poudarja varno in odgovorno spletno prisotnost.

Vseslovenski družbeno odgovoren program **NEODVISEN.SI**, ki že 12 let ozavešča o pasteh zasvojenosti, je novembra 2024 lansiral **NEODVISEN.TV** – televizijo, namenjeno preventivnemu izobraževanju in družbeni odgovornosti. V prihodnjem letu bodo pripravili posebno rubriko za šole, kjer bodo dostopne izobraževalne oddaje za otroke in mladostnike.

Soočanje z lažnimi novicami, varnostjo na spletu in vplivom umetne inteligence zahteva kritično presojo informacij ter ozaveščanje vseh generacij.

### 3.4 Delavnice

Delavnice za učence od 7. do 9. razreda sva izvedli zato, da bi jih ozavestili o pomenu kritičnega razmišljanja in medijske pismenosti v času, ko internet in družbeni mediji postajajo glavni viri informacij. Namen delavnic je bil učence naučiti prepoznavati dezinformacije, lažne novice in manipulacije, ki se pogosto širijo na spletu, ter jih spodbuditi k preverjanju virov informacij in premišljenemu presojanju vsebin. Poleg tega sva želeli opozoriti na vlogo spletnih algoritmov pri širjenju lažnih novic in na psihološke mehanizme, zaradi katerih ljudje pogosto verjamejo napačnim informacijam. Cilj delavnic je bil mladim zagotoviti praktična orodja za boljšo navigacijo v sodobni informacijski družbi in jim pomagati razviti sposobnosti za odgovorno in zavestno uporabo digitalnih medijev.

Naslov delavnice:	<b>Kritično razmišljanje v digitalni dobi: Kako prepoznati lažne novice?</b>
Razredi:	od 7.– 9. razred osnovne šole
Trajanje:	2 šolski uri
Čas:	januar 2025
Cilji delavnice:	- razumeti, kaj so lažne novice in kako vplivajo na naše dožemanje sveta; - prepoznati načine širjenja dezinformacij in manipulacij na družbenih omrežjih;



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- naučiti se preverjati informacije in prepoznati zanesljive vire;</li> <li>- spodbuditi kritično razmišljanje in odgovorno uporabo digitalnih medijev.</li> </ul>
Materiali in pripomočki:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- projektor ali interaktivna tabla</li> <li>- pripravljen kviz (Kahoot)</li> <li>- tiskani primeri novic za analizo</li> <li>- papir, flomastri za ustvarjanje plakatov</li> </ul>
Potek delavnice:	<p><b>UVOD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vprašanje za razmislek:</b></li> </ul> <p>- <i>Kje najpogosteje pridobivate informacije (novice, zabavo, vsebine)?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kratek pogovor:</b></li> </ul> <p>Predstavitev razlike med resničnimi novicami, dezinformacijami in lažnimi novicami. Primer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Resnične novice (temeljijo na preverjenih dejstvih).</li> <li>- Dezinformacije (namerno napačne informacije za zavajanje).</li> <li>- Lažne novice (senzacionalistične zgodbe brez podlage).</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Primer iz prakse:</b></li> </ul> <p>Prikaz dveh slik z naslovi novic – ena resnična, druga lažna. Učenci ugibajo, katera je lažna.</p> <p><b>OSREDNJI DEL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Lov na lažne novice</b></li> </ul> <p>5 primerov objav (posnetke zaslona iz družbenih omrežij ali novic, lahko izmišljenih). Nekatere so resnične, druge lažne.</p> <p>Skupinsko delo:</p> <p>Učenci v manjših skupinah (3–5 učencev).</p> <p>Vsaka skupina dobi primer novice in mora odgovoriti na naslednja vprašanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kateri so znaki, da je novica lahko lažna?</li> <li>- Ali je vir novic zanesljiv?</li> <li>- Kako bi lahko preverili resničnost novice?</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Diskusija:</b></li> </ul> <p>Po 15 minutah vsaka skupina predstavi svoje ugotovitve. Skupaj razpravljamo, kako preverjati informacije (npr. z uporabo orodij, kot so fact-checking platforme ali iskanje vira novice).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kviz: Resnica ali laž?</b></li> </ul> <p>Kratek kviz z vprašanji o lažnih novicah (Kahoot).</p> <p>Primer vprašanj:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kako lahko preveriš, ali je članek resničen?</li> <li>- Kateri znaki kažejo, da je objava manipulacija?</li> </ul> <p>Učenci tekmujejo med seboj, to pa utrdi njihove pridobljene veščine.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Zaključna delavnica: Ustvari svojo kampanjo proti lažnim novicam</b></li> </ul> <p>Vsaka skupina ustvari slogan ali mini plakat na temo "Kako se borimo proti lažnim novicam".</p> <p>Na plakatu naj vključijo korake za preverjanje informacij in spodbudo h kritičnemu razmišljanju.</p> <p>Plakate predstavijo pred razredom.</p> <p><b>ZAKLJUČEK</b></p> <p>Povzetek: Poudari pomen kritičnega razmišljanja in preverjanja informacij.</p> <p>Povabilo učencem, da v naslednjem tednu preverijo vsaj eno novico in o tem razpravljajo z družino ali s prijatelji.</p>
Opombe:	<p>Delavnica je dosegla cilje, saj so učenci pridobili osnovna znanja o prepoznavanju lažnih novic in pomenu kritičnega preverjanja informacij. Učenci so aktivno sodelovali, zlasti pri analizah primerov in oblikovanju ustvarjalnih sloganov, kot je "Ne verjemi vsemu, kar vidiš!" Opaziti je bilo, da nekateri še vedno težko razlikujejo med mnenji in dejstvi, kar kaže na potrebo po dodatnem usmerjanju. Tema se je izkazala za zelo relevantno, zato bi bilo smiselno podobne delavnice vključiti v šolski program za krepitev medijske pismenosti.</p>



### 3.5 Brošura in plakat

Priprava plakata in brošure je bila ključna, ker sta vizualna in informativna pripomočka, ki učinkovito povzemata glavne teme delavnice. Plakat je pritegnil pozornost z jasnimi slogani in vizualnimi elementi, medtem ko je brošura omogočila podrobnejšo predstavitev korakov za prepoznavanje lažnih novic ter praktičnih nasvetov za preverjanje informacij. Oba pripomočka učencem olajšata razumevanje in zapomnitev vsebine ter ju spodbujata k nadaljnji uporabi naučenega v vsakdanjem življenju.

#### 3.5.1 Brošura



#### 3.5.2 Plakat





## 4 RAZPRAVA

V digitalni dobi se lažne novice širijo hitro, zlasti prek družbenih medijev, kjer čustveno privlačne vsebine povečajo njihov doseg. Mladi so še posebej dovzetni za dezinformacije, saj pogosto nimajo dovolj znanja za kritično presojo informacij. Zato je nujno spodbujati medijsko pismenost in ozaveščanje o preverjanju virov ter razumevanju algoritmov. S tem lahko zmanjšamo vpliv lažnih novic in okrepimo zaupanje v informacije, kar je ključnega pomena za bolj ozaveščeno in odporno družbo. Kritično razmišljanje ostaja temelj reševanja te problematike.

Tako sva si zastavili pet hipotez, ki jih bova v nadaljevanju potrdili oz. ovrgli.

- √ **Hipoteza 1:** Družbeni mediji prispevajo k hitrejšemu širjenju lažnih novic, ker uporabnikom omogočajo enostavno deljenje vsebin brez preverjanja verodostojnosti virov.

Hipoteza je bila potrjena, saj so učenci v intervjujih in anketah priznali, da pogosto naletijo na lažne novice na družbenih medijih, ki jih enostavno delijo brez preverjanja virov. Delavnica je pokazala, da hitrost deljenja vsebin prispeva k širjenju dezinformacij, kar potrjuje, da družbeni mediji olajšajo širjenje lažnih novic.

- √ **Hipoteza 2:** Mladostniki so bolj dovzetni za vpliv lažnih novic na družbenih medijih zaradi pomanjkanja kritičnega razmišljanja in medijske pismenosti.

Hipoteza je bila potrjena, saj so učenci v intervjujih, delavnici in anketah priznali, da so dovzetni za vpliv lažnih novic na družbenih medijih zaradi pomanjkanja kritičnega mišljenja in medijske pismenosti. Zavedeli so se, da nimajo dovolj znanja za prepoznavanje dezinformacij, kar povečuje njihovo ranljivost.

- √ **Hipoteza 3:** Algoritmi družbenih medijev, ki promovirajo vsebine na podlagi popularnosti, povečajo verjetnost širjenja dezinformacij, saj so lažne novice pogosto bolj senzacionalistične in privlačne za uporabnike.

Hipoteza je bila potrjena, saj so učenci med delavnico prepoznali, da algoritmi družbenih medijev promovirajo priljubljene, pogosto senzacionalistične vsebine, vključno z lažnimi novicami. Takšne vsebine se širijo hitreje, saj algoritmi prednostno prikazujejo popularnost, ne da bi upoštevali verodostojnost virov, kar povečuje njihov doseg.



½ **Hipoteza 4:** Ozaveščanje mladih o pomenu preverjanja virov informacij zmanjša njihov sprejem lažnih novic na družbenih medijih.

Hipoteza je bila delno potrjena, saj so učenci med delavnico izrazili večje zavedanje o pomenu preverjanja virov informacij. Vendar pa so še vedno priznavali, da ni vedno enostavno preveriti verodostojnost virov, kar vpliva na njihov sprejem lažnih novic. Kljub večjemu ozaveščanju ostaja potreba po dodatnem izobraževanju in usmerjanju za učinkovitejše preprečevanje sprejemanja dezinformacij.

√ **Hipoteza 5:** Pomanjkanje regulacije in odgovornosti platform za družbene medije omogoča širjenje dezinformacij, kar vpliva na oblikovanje napačnih prepričanj v družbi.

Hipoteza je bila potrjena, saj so rezultati intervjujev, delavnice in anket pokazali, da učenci menijo, da pomanjkanje regulacije in odgovornosti platform za družbene medije prispeva k širjenju dezinformacij. Učenci so poudarili, da platformske politike pogosto ne preprečujejo širjenja lažnih novic, kar vodi v oblikovanje napačnih prepričanj in vpliva na družbena mnenja.



Slika 2: Vsi povezani. (WsCube Tech, 2024)



## 5 ZAKLJUČEK

V najini raziskavi sva se poglobila v to, kako se lažne novice širijo po družbenih medijih, kako algoritmi vplivajo na to in zakaj je kritično mišljenje ter medijska pismenost pri mladostnikih tako pomembna. Ugotovili sva, da družbeni mediji pomagajo, da se lažne novice širijo hitro, saj omogočajo, da ljudje enostavno delijo stvari, ne da bi preverili, če so resnične. Mladostniki so še posebej dovzetni za lažne novice, ker še nimajo dovolj izkušenj za prepoznavanje napačnih informacij. Poleg tega algoritmi pogosto spodbujajo, da se širijo vsebine, ki so senzacionalistične in lažne. Ker platforme za družbene medije nimajo dovolj pravil za nadzorovanje tega, se lažne novice še naprej širijo, kar lahko povzroči napačna prepričanja v družbi.

V teoretičnem delu sva raziskali, kako se širijo dezinformacije, vlogo algoritmov in psihološke dejavnike, ki vplivajo na to, zakaj ljudje verjamejo lažnim novicam. V empiričnem delu sva ugotovili, da so najine predpostavke o tem, kako vse to deluje, pravilne, še posebej pri mladih uporabnikih družbenih medijev.

Za prihodnje raziskovanje bi bilo dobro raziskati, kako bi lahko ukrepi - kot so boljši nadzor nad družbenimi mediji ali boljša izobrazba o medijski pismenosti v šolah, pomagali zmanjšati verjetnost, da ljudje verjamejo lažnim novicam. Prav tako bi bilo zanimivo videti, kako različne starostne skupine uporabnikov reagirajo na napačne informacije in kateri načini izobraževanja so najboljše. Praktični nasveti vključujejo uvedbo obveznih programov medijske pismenosti v šolah, spodbujanje odgovorne uporabe družbenih medijev in razvoj tehnologij, ki bodo pomagale preverjati, če so informacije resnične.

S temi ukrepi lahko pomagamo zmanjšati širjenje lažnih novic in spodbudimo boljše kritično mišljenje ter odgovorno ravnanje pri uporabnikih in platformah za družbene medije.



## 6 LITERATURA IN VIRI

- Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2019). *Trends in the diffusion of misinformation on social media*. *Research & Politics*, 6(2).
- European Year of Digital Citizenship Education. (b. d.). *European year of digital citizenship education 2025*. Dostopno 27. februar 2025 s <https://europeanyear2025.coe.int/>.
- Friggeri, A., Garimella, V. R. K., & Weber, I. (2014). Rumor cascades. *Proceedings of the 2014 ACM conference on web science*, 101-110.
- Lazer, D. M. J., et al. (2018). *The science of fake news*. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). *Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era*. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369.
- McGrew, S., et al. (2018). *Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning*. *Theory & Research in Social Education*, 46(2), 165-193.
- Mihailidis, P., & Viotty, S. (2017). *Spreadable spectacle in digital culture: Civic expression, fake news, and the role of media literacies in "post-fact" society*. *American Behavioral Scientist*, 61(4), 441-454.
- Safe.si. (b. d.). *Dan varne rabe interneta*. Dostopno 27. februar 2025 s <https://safe.si/aktivnosti/dan-varne-rabe-interneta>.
- SI-CERT. (17. februar 2025). *SI-CERT 2025-02 / Okužbe s kombinacijo tipk v lažnih CAPTCHA preverjanjih*. Dostopno 27. februar 2025 s <https://www.cert.si/>
- Tan, M. K., & Low, H. W. (2020). "Impact of Misinformation on Public Health: The Case of COVID-19." *Health Communication*, 35(4), 451-459.
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). *Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions*. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe. Dostopno 29. novembra 2024 s <file:///C:/Users/Ucitelj/Downloads/INFORMATIONDISORDER.pdf>.
- Wong, B. (19. maj 2023). *Top Social Media Statistics And Trends Of 2024*. [Fotografija s spleta]. Pridobljeno 15. oktobra s <https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/>.
- WsCube Tech. (2024). *20 Advantages and Disadvantages of Social Media in 2024*. [Fotografija s spleta]. Pridobljeno 15. oktobra s <https://www.wscubetech.com/blog/social-media-advantages-disadvantages/>.