OTROCI IN MEDIJI: ISKANJE RESNICE V SVETU NOVIC

priročnik za otroke

Dr. Sonja Merljak Zdovc

5 Nekaj o medijih

9 Novice

11 Družbena omrežja

13 Blogi

17 Lažne novice

21 Kaj moramo vedeti kot uporabniki medijev?

23 Oglasi

25 Prikrito oglaševanje

28 Beri in glej z glavo

Ilustracija: Urška Stropnik Šonc

Nekaj o medijih

Kaj so mediji in zakaj je dobro vedeti, kateri mediji so primerni za otroke?

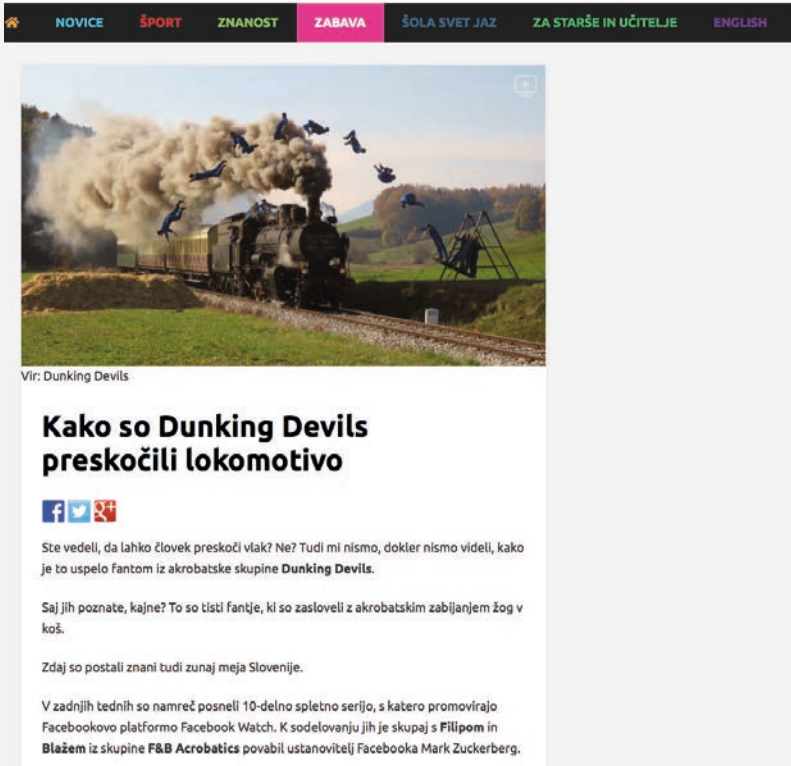
Fantje, ki so na bežigrajski gimnaziji v Ljubljani začeli trenirati akrobatsko košarko in z aktivnostjo in druženji nadaljevali tudi po koncu srednje šole, so si nadeli ime Dunking Devils. Zasloveli so z zabijanjem žog v koš in postali znani tudi zunaj Slovenije.

Leta 2010 so nastopili v oddaji Slovenija ima talent in prišli v finale, na začetku leta 2018 pa posneli serijo, v kateri so izpeljali številne vratolomne podvige: zabijali so koše na avtovlaku, skakali na tovornem vlaku, nazadnje pa preskočili muzejski vlak!

O njihovih dosežkih so poročali številni **mediji**.

Spodnja slika je začetek novice o snemanju serije, v kateri so prikazali njihove podvige. Objavljena je bila na **spletnem portalu**, ki je namenjen otrokom.

Vir: posnetek zaslona spletnega časopisa *Časoris*



NOVICE ŠPORT ZNANOST ZABAVA ŠOLA SVET JAZ ZA STARŠE IN UČITELJE ENGLISH

Vir: Dunking Devils

Kako so Dunking Devils preskočili lokomotivo

Ste vedeli, da lahko človek preskoči vlak? Ne? Tudi mi nismo, dokler nismo videli, kako je to uspelo fantom iz akrobatske skupine **Dunking Devils**.

Saj jih poznate, kajne? To so tisti fantje, ki so zasloveli z akrobatskim zabijanjem žog v koš.

Zdaj so postali znani tudi zunaj meja Slovenije.

V zadnjih tednih so namreč posneli 10-delno spletno serijo, s katero promovirajo Facebookovo platformo Facebook Watch. K sodelovanju jih je skupaj s **Filipom** in **Blažem** iz skupine **F&B Acrobatics** povabil ustanovitelj Facebooka Mark Zuckerberg.

Spletni portal je po času nastanka najmlajši med **množičnimi mediji**, ki jim rečemo tudi kar preprosto **mediji**.

Najstarejša medija sta **časopis** (pri nas poznamo časopise *Delo, Večer, Dnevnik, Finance, Primorske novice, Slovenske novice*) in **revija** (*Ciciban, Pil*).

Radio (pri nas so znani *Radio Slovenija, Radio 1, Radio Aktual*) so izumili pred več kot sto leti.

Televizija (pri nas danes na primer *Televizija Slovenija, POP TV*) je stara malce manj kot sto let.

Spletne portale (kot sta na primer *Časoris, Pod črto*) pa imamo dobrih 20 let.

Časopis in revija sta tiskana medija, radio, televizija in spletni portal pa so elektronski mediji. Vsi so namenjeni posredovanju novic in s tem informiranju bralcev, gledalcev in poslušalcev. V njih so objavljeni novinarski prispevki, ki vsebujejo **informacije**.

Te informacije vključujejo dejstva, ki jih lahko preverimo.

Mediji pa ne prinašajo samo pomembnih informacij, ampak tudi zabavne in poučne vsebine. Če je medij verodostojen, so tudi zabavne vsebine, ki jih objavlja, verodostojne. To pomeni, da ne vsebujejo izmišljenih informacij ali celo laži.

V knjigah si lahko pisatelj pomaga z domišljijo, v medijih, ki ponujajo informacije, pa si novinarji ne smejo ničesar izmisliti. Vse, kar napišejo, mora biti resnično in preverljivo – torej **verodostojno**.

V medijih lahko najdemo tudi **mnenja**.

To so tiste vsebine, ki povedo, kaj nekdo o nečem misli. Mnenja ne pomenijo isto kot informacije. Mnenj ne moremo preveriti. Ne moremo ugotoviti, ali je tisto, kar nekdo meni, tudi res.

To tudi pomeni, da iz njih ne izvemo, kaj se je zgodilo, ampak kaj nekdo misli, da se je zgodilo. Ali pa kaj naj bi določen dogodek ali problem po njegovem mnenju pomenil. Z mnenji nas torej hoče nekdo prepričati v to, kar misli, ali spodbuditi, da tudi sami o tem razmislimo.

Novice, ki lahko vsebujejo informacije ali mnenja, na spletu običajno prebiramo zastonj. A to ne pomeni, da mediji zanje ne potrebujejo denarja.

Da mediji lahko ponujajo zanesljive in dobre vsebine, morajo imeti zaposlene **novinarje**.

Novinar je poklic, tako kot je poklic učitelj ali zdravnik. Tudi učitelji in zdravniki vsak mesec za svoje delo dobijo plačilo. Mediji ne bi mogli plačevati novinarjev, če ne bi nič zaslužili.

Kako torej zaslužijo? Časopise in revije še vedno kupujemo, lahko pa smo nanje naročeni. To pomeni, da jih dobimo domov po pošti. Nekatere televizijske in radijske postaje plačujemo iz proračuna, ki je kot velikanski hranilnik za vso državo.

Mediji med vsebinami ponujajo tudi **oglase**.

To so naročena in plačana sporočila, ki so objavljena v časopisih, lahko pa jih gledamo tudi po televiziji in slišimo po radiu. Če nimamo nameščene programske opreme oziroma *ad blockerja*, ki preprečuje prikazovanje oglasov, nanje naletimo tudi na spletnih portalih.

Bralci, gledalci in poslušalci, ki jim rečemo **občinstvo**, sporočil ne dobivajo le iz novic in oglasov, temveč tudi z **blogov**. Tudi ti si del občinstva, saj uporabljaš računalnik, tablico in pametni telefon in tako raziskuješ virtualni svet.

Z različnimi brskalniki vstopaš na **spletne portale**. Nekateri od teh portalov so mediji, drugi so recimo različni viri informacij, kot so spletne enciklopedije, na primer Wikipedija.

Ker si del občinstva, moraš znati sprejemati sporočila, ki jih tam najdeš. To pomeni, da jih moraš znati kritično ovrednotiti. Uf, zapletena beseda, kajne? Ampak brez skrbi. To samo pomeni, da si moraš ob njihovem prebiranju zastavljati veliko vprašanj.

- **Kaj ti nekdo sporoča?**
- **Zakaj ti to sporoča?**
- **Kakšen je namen njegovega sporočila?**

Če boš razumela namen sporočila, boš tudi vedela, ali se v njem skrivajo resnične informacije ali pa gre za izmišljotine. Nemara v sporočilu nekdo posreduje zgolj svoje mnenje? Ali pa gre za oglas, s katerim te nekdo želi prepričati, da kupiš določen izdelek?

SLOVARČEK

Informirati pomeni dati informacijo, seznanjati, obveščati, pojasnjevati.

Blog je dnevnik, ki ga ne pišemo v zvezek, ampak na spletu, zato ga lahko vsak prebira. Od medija se razlikuje po tem, da ga običajno piše ena oseba. Je bolj oseben in podoben kolumni. Tudi nekatera podjetja uporabljajo bloge, da strankam predajajo informacije o svojih izdelkih ali storitvah.

Ad blocker je poseben programček, ki preprečuje, da bi nas med brskanjem po spletu ali branjem in gledanjem vsebin na spletu motili oglasi.

Spletni portal je skupek spletnih strani. Portal Časoris, ki je obenem tudi medij, vključuje različne strani oziroma razdelke, na primer Novice, Šport, Znanost, Zabava.

ZA RAZMISLEK

1. **Kaj vse je medij?**
2. **Katere medije uporabljaš ti?**
3. **Ali v mediju lahko vsak pove svoje mnenje?**

Novice

Novice v medijih vsebujejo informacije o dogodkih. Predstavljene so na različne načine.

Tem načinom rečemo **novinarski žanri**.

Osnovni novinarski žanr je **vest**.
Novinar, ki piše vest, odgovarja na osnovna novinarska vprašanja:

- **Kaj se je zgodilo?**
- **Kje se je to zgodilo?**
- **Kdaj se je to zgodilo?**
- **Kdo je to naredil?**

Drugi najpogostejši žanr je **poročilo**, ki pove še:

- **zakaj se je nekaj zgodilo** in
- **kako se je to zgodilo.**

Novica o odprtju fotografske razstave o živalih

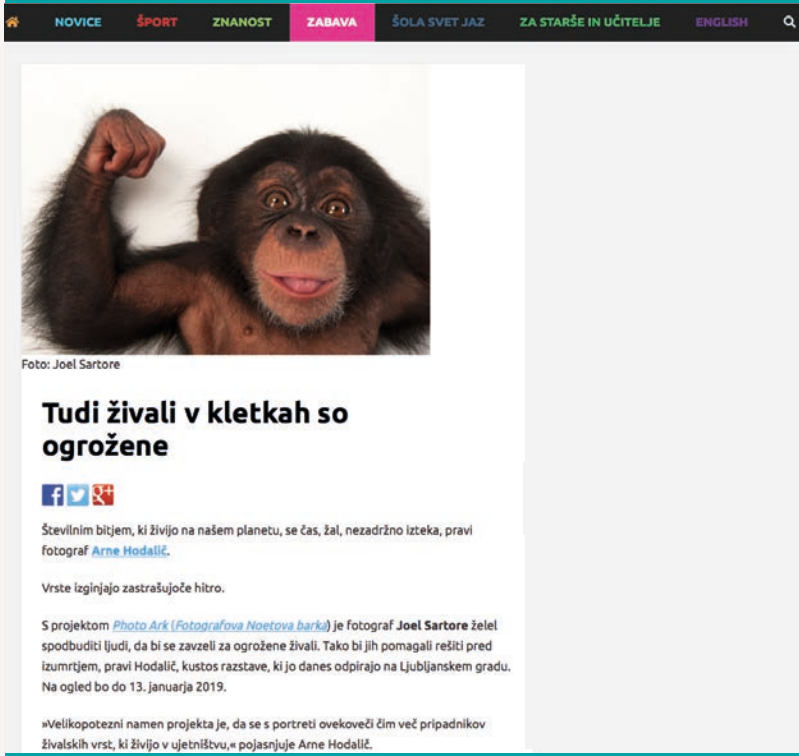

NOVICE ŠPORT ZNANOST ZABAVA ŠOLA SVET JAZ ZA STARŠE IN UČITELJE ENGLISH

Foto: Joel Sartore

Tudi živali v kletkah so ogrožene

Številnim bitjem, ki živijo na našem planetu, se čas, žal, nezadržno izteka, pravi fotograf Arne Hodalič.

Vrste izginjajo zastrašujoče hitro.

S projektom *Photo Ark (Fotografova Noetova barka)* je fotograf **Joel Sartore** želel spodbuditi ljudi, da bi se zavzeli za ogrožene živali. Tako bi jih pomagali rešiti pred izumrtjem, pravi Hodalič, kustos razstave, ki jo danes odpirajo na Ljubljanskem gradu. Na ogled bo do 13. januarja 2019.

»Velikopotezni namen projekta je, da se s portreti ovekoveči čim več pripadnikov živalskih vrst, ki živijo v ujetništvu,« pojasnjuje Arne Hodalič.

Vir: posnetek zaslona spletnega časopisa *Časoris*

Na spletnem portalu Časoris, ki je namenjen otrokom, so denimo objavili novico o odprtju razstave fotografij (Kaj se je zgodilo?) na Ljubljanskem gradu (Kje se je to zgodilo?). Posnel jih je fotograf Joel Sartore (Kdo je to naredil?). S projektom Photo Ark (Fotografova Noetova barka) je fotograf Joel Sartore želel spodbuditi ljudi, da bi se zavzeli za ogrožene živali (Zakaj se je to zgodilo?). S portreti je ovekovečil čim več pripadnikov živalskih vrst, ki živijo v ujetništvu (Kako je to naredil?).

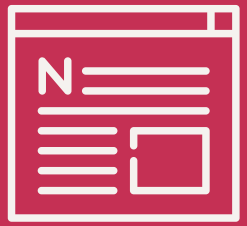
Novice povedo, kaj se dogaja v naši bližini, v našem mestu, državi ali po svetu.

Novice o dogodkih iz drugih držav dobijo prostor v časopisu ali v poročilih, če so pomembnejše od dogodkov pri nas.

Na primer: vplivati morajo na veliko večje število ljudi, kot bi enaki dogodki pri nas, posledice teh dogodkov lahko občutimo tudi mi in podobno.

Žanr je oblika novinarskega prispevka. Poznamo različne žanre, poleg vesti in poročila denimo še intervju, reportažo, portret, potopis.

1. **Kakšne novice se znajdejo v medijih? Od česa je to odvisno?**
2. **Kakšne novice bi objavila v razrednem časopisu?**
3. **Kakšne novice bi objavila v časopisu o tvojem kraju?**



Družbena omrežja

Danes novice najpogosteje izvemo prav na družbenih omrežjih.

To so spletni portali in aplikacije, ki nam omogočajo, da delimo svoje objave, novice, videoposnetke in druge vsebine.

Najbolj priljubljeni so: YouTube, Instagram, Facebook, Snapchat, Twitter, poznamo pa še mnoge druge.

Ljudi, ki vsak dan zjutraj ali celo večkrat na dan obiščejo enega ali več medijev na spletu, je vse manj. Še manj jih vsak dan kupi časopis ali zanj plačuje naročnino. Vse manj je tudi tistih, ki spremljajo poročila, ko so na sporedu.

Tvoji starši morda še vzamejo v roke časopis ali prisluhnejo večernim poročilom. Toda tudi med odraslimi je vse več takih, ki vsebine spremljajo na pametnih napravah, in to s časovnim zamikom. Ali pa si na spletu iz niza prispevkov v poročilih ogledajo le tistega, ki jih zanima.

Teh sprememb se moramo zavedati. Prav tako moramo imeti nenehno v mislih, da družbena omrežja, kot sta Facebook ali Instagram, s svojimi algoritmi določajo, katero novico bomo videli.

Kje pa ti izveš, kaj se dogaja? Morda

- **na YouTubu;**
- **na Snapchatu;**
- **na Instagramu;**
- **na Facebooku;**
- **doma;**
- **v šoli?**

Kaj izveš po tej poti? Novice o tem, kaj se dogaja po svetu, v Sloveniji, v tvojem domačem kraju?

Ali pa dobiš le informacije, kako igrati računalniško igrico, doma pripraviti čokolado ali piškote ali kako narediti igrače iz kartona?

Algoritem je navodilo, ki določa vrsto in zaporedje operacij v računskem postopku.
V primeru spleta in družbenih omrežij določa, katere objave se nam bodo prikazovale med brskanjem po spletu ali družbenih omrežjih.

Blogi

Blog je spletni portal, ki ga ustvarimo, da bi drugi brali naša razmišljanja, včasih pa tudi informacije, ki jih zapišemo. To je nekakšen spletni dnevnik.

Tisti, ki jih pišejo, so **blogerji**. Vsakdo je lahko bloger.

Nekateri blogerji na svojih blogih objavljajo novice o dogodkih, ki so se res zgodili. Drugi objavljajo svoja razmišljanja o teh dogodkih.

Blogerji se tudi šalijo. Nekateri v eni rubriki objavljajo novice o resničnih dogodkih, v drugi pa satirične zapise oziroma šale o teh ali drugih dogodkih.

Bloger Don Marko M je tako denimo objavil šaljiv zapis, da bodo RTV Slovenija trajno izključili iz Eurosonga. Njegov zapis so bralci množično delili na družbenih omrežjih. Mnogi so se zelo jezili, ko so brali, da so Slovenijo kaznovali in da ne bo več smela nastopiti na Eurosongu. Toda če bi kliknili na naslov in prebrali zapis v celoti, bi lahko videli, da je šlo za šalo.

Vir: posnetek zaslona bloga Don Marko M

Don Marko M

sapienti sat – ab origine MMVII

O blogu in avtorju O obnašanju na blogu 1. slovenski audio blog Satira

Kijev – Omar Naber prinesel Sloveniji kazen 300.000 €, RTV SLO pa trajno izključitev iz Eurosonga….

10. maj 2017 by Don Marko M

Potem, ko je Omar Naber v ukrajinskem Kijevu v prvem polfinalu Eurosonga med 18 polfinalisti pripel Sloveniji prepričljivo 18 mesto, znano pa je že, da bo med vsemi 41 nastopajočimi zasedel končno 41 mesto, je sledilo novo presenečenje....

Le 12 ur po nastopu Naberja so iz sedeža EBU (Evropska radiodifuzna zveze), producentke Eurosonga, javnosti sporočili, da je Slovenija kaznovana s 300.000 € kazni zaradi "političnega nastopa glasbenega izvajalca Slovenije, ki ni bil skladen tradiciji vrednot EU", naši nacionalni RTV SLO pa je bil izrečen še dodaten ukrep trajne prepovedi sodelovanja na Eurosongu oz. do spremenjenih okoliščin, a najmanj naslednjih 5 let.

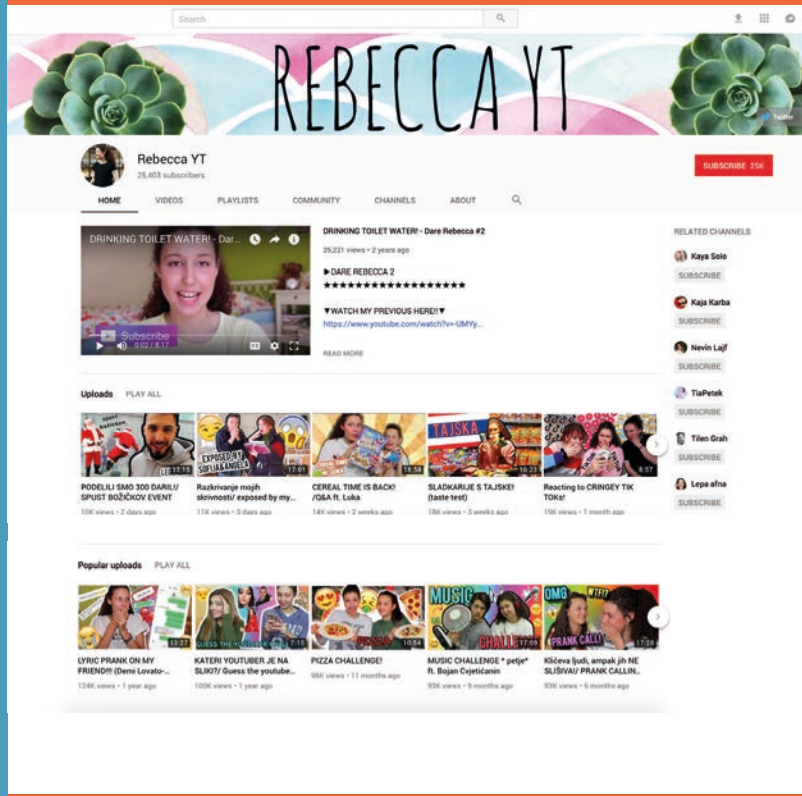
Nekateri blogerji objavljajo svoja razmišljanja v videozapisih. Tem zapisom rečemo vlog, takšnim blogerjem pa **vlogerji**.

Med bolj priljubljenimi slovenskimi vlogerkami sta Nika Erčulj z vlogom v angleščini in Rebeka Tomc.

Vedno pa moraš imeti v mislih, da blogerji ali vlogerji ne morejo biti povsod, kjer se nekaj dogaja. Njihovih zapisov nihče uredniško ne pregleda, zato morda niso verodostojni.

Zapomni si, da moraš tudi pri blogih in vlogih pomisliti, ali je zapisano resnično. Ali gre za dejstva ali za mnenje?

V preteklosti so na naša prepričanja in poglede vplivale denimo revije. Danes nam lepotne in modne blogerke ali vlogerke sporočajo, kaj je in kaj ni »in«. Toda bloge in vloge lahko ustvarja vsakdo, saj je to zaradi razvoja tehnologije bolj preprosto kot kdajkoli prej. Vsak, ki ima nekaj računalniškega znanja, lahko ustvari spletni portal ali svoj kanal na YouTubu.



Vir: posnetek zaslona kanala Rebeke Tomc na portalu YouTube

To tudi pomeni, da se nam vse, kar blogerji ali vlogerji rečejo, zdi resnično. Toda njihove objave so lahko preoblikovane in obdelane, na primer z različnimi filtri, zato se zdi, da je nekaj lahko doseči, čeprav v resnici ni tako.

Blogerji običajno pišejo o stvareh, ki jih zanimajo, to pa so večinoma moda, lepota in kulinarika. O vprašanjih, ki so pomembna za družbo in se lahko tičejo tudi otrok – denimo o tem, kakšne preizkuse znanja bomo imeli v šoli ali zakaj so učitelji stavkali –, pa pišejo le izjemoma. Prav zato je smiselno poleg blogov spremljati še medije, ki objavljajo novice o dogajanju okoli nas.

SLOVARČEK

Satira je zapis, ki na šaljiv, a obenem zbadljiv in morda tudi na oster način opisuje resnični dogodek.

ZA RAZMISLEK

1. **Kako bi preverila, ali je informacija, ki jo vidiš na družbenem omrežju, resnična?**
2. **Bi znala ugotoviti, kje je bila objavljena?**
3. **Bi ji verjel, če bi bila objavljena samo na blogu?**

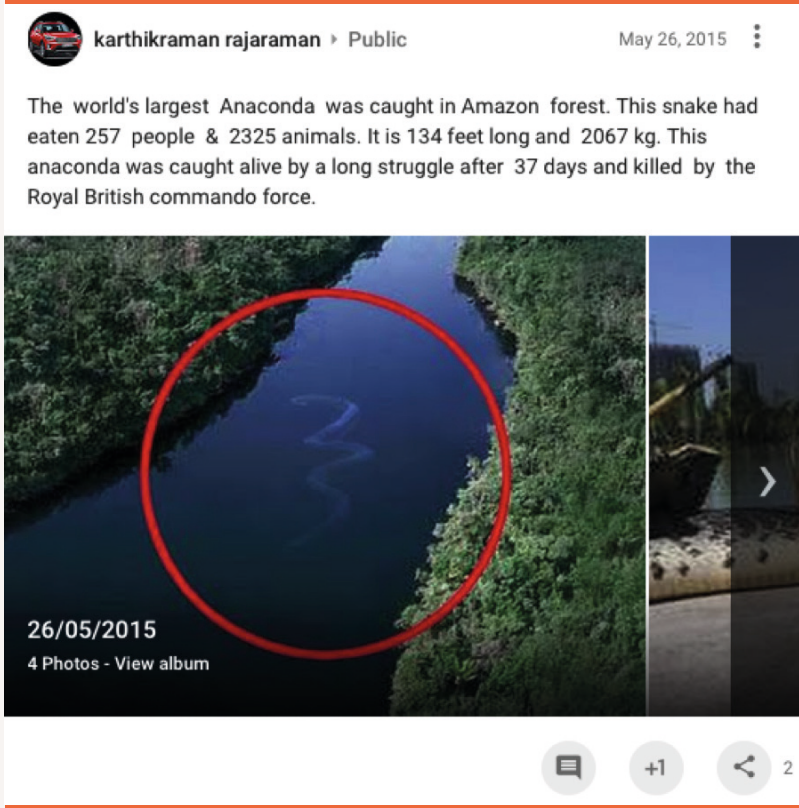
Lažne novice

Nekatere novice lahko vsebujejo lažne, napačne, zavajajoče ali netočne informacije.

Takim novicam pravimo tudi **lažne novice**. Nekateri strokovnjaki pravijo, da ni lažnih novic, da so samo laži, zato za take novice raje uporabljajo druge izraze, na primer dezinformacije.

Po spletu kroži veliko lažnih novic. Ena bolj znanih je, da so v Braziliji ujeli orjaško anakondo.

Anakonda naj bi pojedla 257 ljudi in 2325 živali. Dolga naj bi bila dobrih 40 metrov in tehtala naj bi 2067 kilogramov. Ujeli naj bi jo živo, in sicer po 37 dneh boja. Ubili naj bi jo kraljevi komandosi.



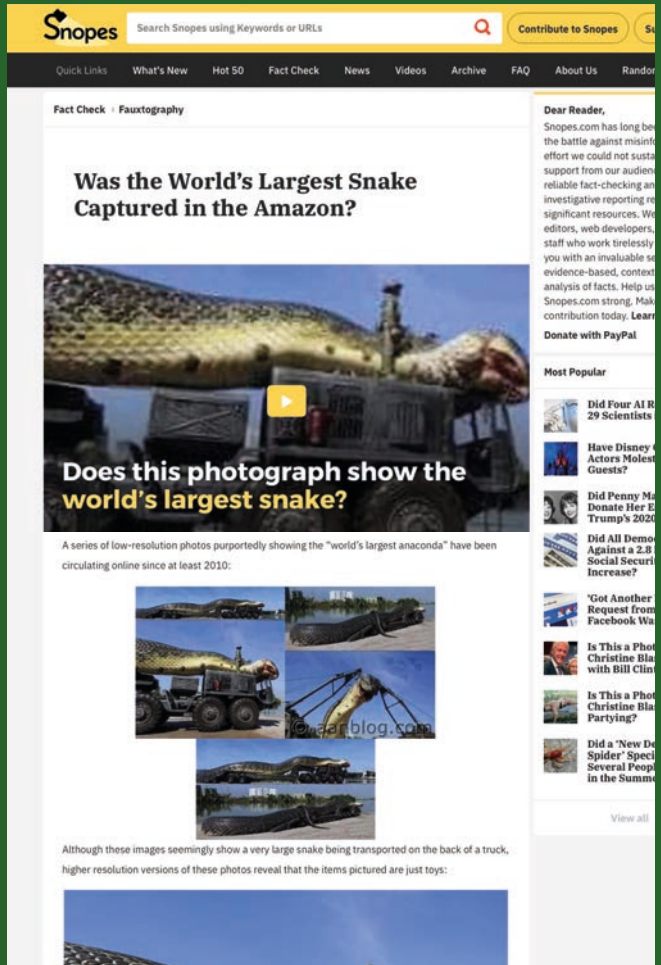
Vir: posnetek zaslona objave na družbenem omrežju Google+

Mnogi mediji ne preverijo, ali so novice, ki krožijo po spletu, resnične, in jih tudi sami objavijo.

Novico o orjaški anakondi so objavili tako tuji kot tudi slovenski mediji.

Gre sicer za drugo novico o orjaški anakondi, ki jo je objavil na primer angleški časopis *Daily Mail* na svojem portalu Mail Online.

Vir: posnetka zaslona portalov Svet24.si in Mail Online



Portal za preverjanje dejstev Snopes pa je pokazal, da je ta novica lažna.

Pri tem so izhajali iz dejstev in iz tega, da so bile fotografije digitalno obdelane, torej spremenjene.

Anakonde, ki nastopajo na fotografijah in v videu oziroma v prispevkih, so namreč veliko daljše od najdaljše uradno izmerjene kače doslej.

Fotografije pa so bile spremenjene tako, da so bile kače na njih videti večje, kot so bile v resnici.

Ne pozabi.

Kadar si v zadregi, lahko obiščeš tudi portal za preverjanje novic, kot je Snopes. Najdeš ga, če v spletni brskalnik vpišeš Snopes.

Vir: posnetek zaslona portala Snopes

In kako lahko še prepoznamo lažne novice?

Vir: Ifla

Dezinformacija je napačna informacija, zlasti namerna.

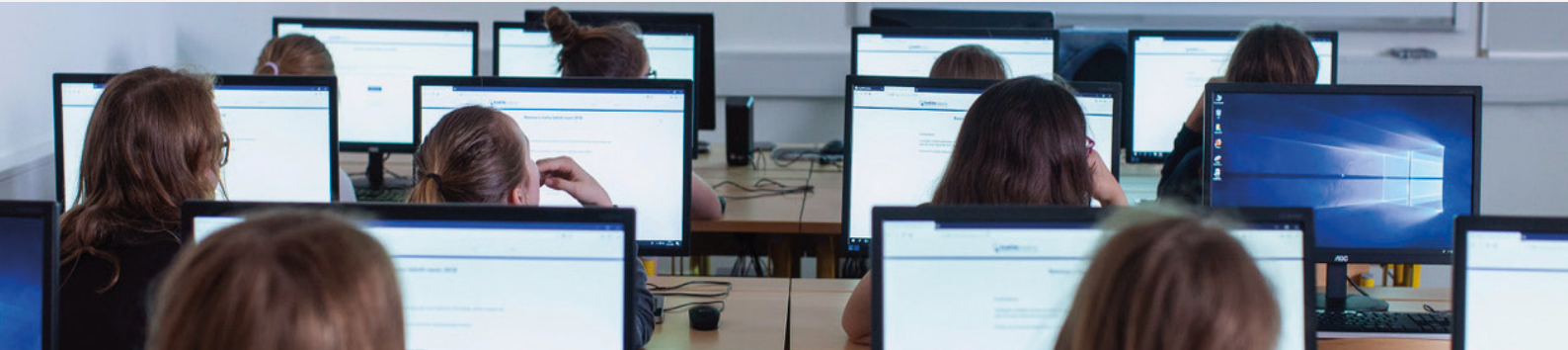
Kaj moramo vedeti kot uporabniki medijev?

Zaupamo lahko samo verodostojnim novicam.

Ko prebereš novico, se je smiselno vprašati, ali je resnična. To lahko preveriš z naslednjimi vprašanji:

- **Kdo je avtor novice?**
- **Komu je namenjena?**
- **S čim je avtor pritegnil pozornost občinstva?**
- **Zakaj je bila novica ustvarjena?**
- **Ali vsebuje pomembne informacije in tako informira?**
- **Je portal verodostojen?**
- **Je spletni naslov portala verodostojen?**
- **Ali te zabava, plaši, žalosti?**
- **Ali te želi prepričati?**

Ne pozabi. Če je nekaj prelepo, da bi lahko bilo resnično, ali če zveni preveč neverjetno, je morda laž. Zato razmisli, preden tako novico deliš ali komentiraš. In vedno jo najprej preberi do konca.



Preizkusi svoje znanje!

Poskusi ugotoviti: ali je novica resnična ali lažna?

Na družbenem omrežju Facebook je zakrožila novica, objavljena na strani slovenskevolice.si, da so se mladi v Rimu podali na ulice.

Ob kliku na povezavo se je odprl spodnji zapis.

»Konec septembra je na naslove več kot 10.000 družin prišla položnica. Posebna policijska enota, ki v Italiji deluje na državni ravni, je pregledala IP-je uporabnikov, ki so s spleta ilegalno prenesli avtorske izdelke, filme in glasbo, in jim poslala kazni v znesku do 300 evrov. Kazen je odvisna od dolžine in priljubljenosti avtorske vsebine. Najvišja globa je doletela tiste, ki so si pretočili novejše nagrajene filme. Oblika vode, z več oskarji nagrajeni film, je gledalce stal 280 evrov. Pesem In My Feelings (Drake) je nelegalne odjemalce stala 78 evrov. Njihovi občutki bržkone niso bili lepi.«

Vir: posnetek zaslona spletne strani slovenskevolice.si. Spletna stran je del eksperimenta, ki so ga pripravili v oddaji Osvežilna fronta na Radioteleviziji Slovenija.

Oglasi

Imajo novice in oglasi kaj skupnega?

Novice nam posredujejo informacije o dogodkih. Tudi oglasi lahko posredujejo informacije o dogodkih.

Razlika med njimi je v tem, da so oglasi naročeni in plačani, zato morajo biti tudi jasno ločeni od novinarskih vsebin.

Vedno sporočajo, kar želi naročnik oglasa, torej podjetje, ki se predstavlja. Ta želi, da občinstvo vidi oglas in da se nanj odzove, denimo tako, da kupi izdelek (na primer kremo za ustnice ali superge) ali storitev (tečaj tujega jezika v jezikovni šoli). Oglasi zato pogosto vsebujejo tudi logotip proizvajalca nekega izdelka.

Novinar pa napiše novico, ker meni, da je dobro za občinstvo, če je seznanjeno z nekim dogodkom. Novinarji v novinarskih prispevkih posredujejo informacije o

dogodku, dogajanju ali osebi, ki je v interesu bralcev. Novinar torej deluje za dobro bralca, gledalca ali poslušalca, in ne za dobro oglaševalca oziroma naročnika oglasa.

Oglasi so lahko namenjeni tudi temu, da nas v nekaj prepričajo.

Tisti, ki jih ustvarjajo, želijo, na primer, da zaradi njih spremenimo svoje vedenje ali mnenje.

Da oglasi v revijah vplivajo na naše predstave, na primer o tem, kdo je lep, je že dolgo znano. Nekatera dekleta zaradi njih marsikdaj želijo biti denimo bolj vitka. Druga želijo imeti bolj skodrane ali bolj ravne lase.

Oglasi vplivajo tudi na fante, ki si želijo postati bolj močni, bolj vitki, bolj visoki.

Strokovnjaki opozarjajo, da imajo zaradi prikrojenih podob v oglasih že majhni otroci preveč idealizirane predstave o lepoti. Ker lepotnih idealov ne morejo doseči, so v veliki stiski.

V Sloveniji morajo biti oglasi takšni, da jih jasno prepoznamo kot oglase.

Pri označevanju se lahko uporablja besedilo, ki sporoča, da gre za oglas, ali simbole, denimo znakec za evro.

Kljub temu oglase včasih težko prepoznamo.

SLOVARČEK

Logotip je podoba ali simbol podjetja.
Prikrojen pomeni vsebinsko spremenjen.
Idealizirane so podobe, ki nekaj prikazujejo boljše in lepše, kot je.

ZA RAZMISLEK

1. **Kaj vse je oglas?**
2. **Kako so oglasi najpogosteje označeni?**
3. **Kje vse najdemo oglase?**

Prikrito oglaševanje

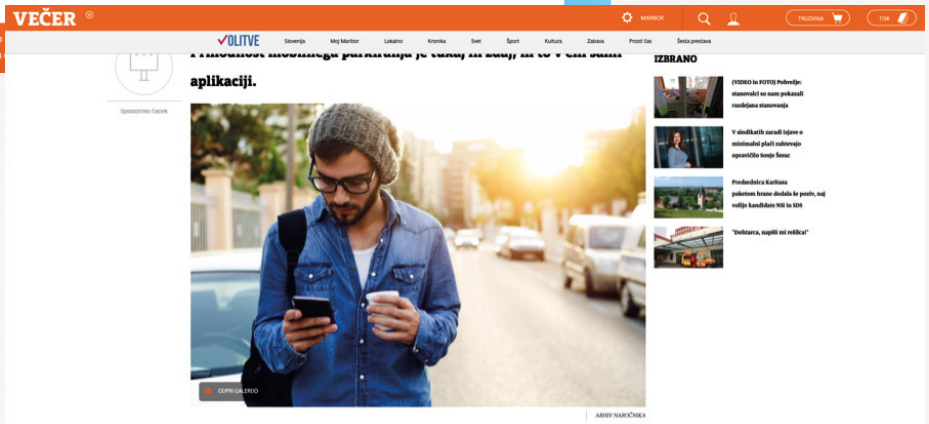
Nekatere informacije imajo obliko novice, vendar so v resnici oglasi.

To pomeni, da imajo, podobno kot novica, naslov in besedilo in so na splošno podobni časopisni, radijski ali televizijski novici.

Tudi blogerji in vlogerji včasih v svojih objavah predstavljajo ali priporočajo določeno blagovno znamko, izdelek ali storitev in za te prispevke dobijo plačilo. Toda taki prispevki predstavijo samo eno plat zgodbe, recimo zakaj je nekaj zelo dobro, in morda zamolčijo tisto, kar za naročnika prikritega oglasa ne bi bilo dobro.

Na spletnem portalu časopisa *Večer* so objavljeni novinarski prispevki, oglasi in plačana obvestila naročnika.

Če kliknemo na tako obvestilo, se nam odpre vsebina, ki spominja na novinarsko sporočilo. Vsebuje naslov, fotografijo in besedilo.



Primer plačanega obvestila naročnika, označenega z napisom »Sponzoriran članek«. Vir: posnetek zaslona spletnega portala časopisa *Večer*

Med brskanjem po svetovnem spletu moramo biti še posebej pazljivi, saj so oglasi pogosto zamaskirani v novice brez jasne oznake, da gre za oglas. Temu potem rečemo prikrito oglaševanje in je po zakonu prepovedano.

Da bi odkril, ali gre za tako vrsto sporočila, se vprašaj:

- **Je avtor povedal le eno plat zgodbe?**
- **Je vključil svoje mnenje?**
- **Ali vsebina predstavlja kakšen izdelek?**

SLOVARČEK

Naročnik je oseba ali podjetje, ki nekaj naroči, denimo oglas.

ZA RAZMISLEK

1. **Zakaj se naročniki odločajo za prikrito oglaševanje?**
2. **Čemu bolj verjamemo: oglasu ali novicam?**
3. **Ali si že kdaj naletela na prikrito oglaševanje?**

Beri in glej z glavo

Vsak dan uporabljaš medije, družbena omrežja, bereš in gledaš novice, sprejemaš informacije in mnenja, ki jih drugi delijo na družbenih omrežjih.

Medijska sporočila so vsepovsod, nanje naletimo tudi, kadar se vozimo z avtobusom ali kadar smo na pošti.

Ker jih je toliko, včasih težko hitro razberemo, ali gre za novico, mnenje, oglas ali lažno novico.

Marsikdo je nehote že delil lažne novice, ker jih je prehitro prebral na pametnem telefonu, ker jih ni prebral do konca ali ker so bile preprosto tako všečne, da se ni mogel upreti, da jih ne bi poslal prijateljem.

Med te novice se mešajo še oglasi. Nekatere lahko prepoznamo, saj so že na videz drugačni od novic. Drugi pa prevzamejo obliko novice v časopisu, zato moramo biti previdni in nanje še posebej pozorni. Pomaga, če vemo, da morajo biti označeni, denimo s simbolom za evro ali z napisom, da gre za vsebine, ki so jih avtorji pripravili za naročnika.

In tu so še blogi, ki so lahko zanimivi in poučni, a moramo vedeti, da jih piše ena oseba, ki ne more vsega videti in vsega preveriti. Poleg tega moramo ves čas imeti v mislih, da blogerji lahko v svojih zapisih mešajo dejstva in mnenja.

Zato je zelo pomembno, da si pozorna in razmišljaš s svojo glavo, kadar bereš vsebine na družbenih omrežjih ali gledaš videoposnetke.

Poskusi!

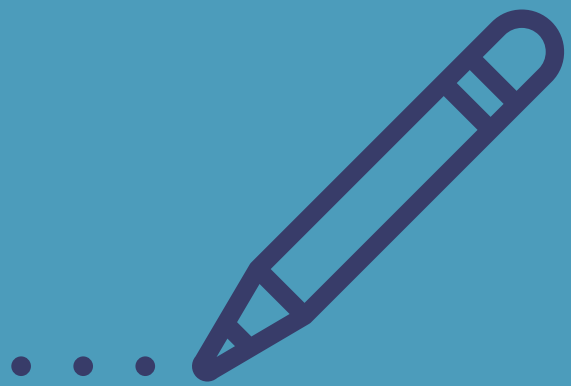
Poglej nekaj oglasov na spletu.

- **Kako bi ti napisala oglas za svojo igračo?**
- **Komu bi ga namenila? Kdo bi bil tvoje občinstvo?**
- **Kako bi pritegnila njegovo pozornost?**
- **Kakšne fotografije in glasbo bi uporabila?**

Hobbs, Renee. (2018): *Create to Learn.* Willey-Blackwell (ZDA).

IFLA: Kako prepoznati lažne novice? https://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/info-society/images/how-to-spot-fake-news-sl.pdf Zadnji dostop: 6. december 2018.

Jennings, Brien J. (2018): *Facts, Fiction, and Options: The Difference between Ads, Blogs, News Reports, and Other Media.* Capstone Press (ZDA).



dr. Sonja Merljak Zdovc
OTROCI IN MEDIJI:
ISKANJE RESNICE V SVETU NOVIC
priročnik za otroke

Uredila in jezikovno pregledala: **Julija Uršič**
Recenzirali: **Barbara Kampjut** in **Tina Mervic**
Ilustracija: **Urška Stropnik Šonc**
Grafične ikone: **Smashicons**
(www.flaticon.com)
Fotografije:
Sonja Merljak Zdovc, Voranc Vogel,
Flickr, Pixabay

Izdajatelja:
Društvo novinarjev Slovenije in
Zavod Časoris
Tisk:
Naklada: 500 izvodov

Ljubljana, 2019

Publikacija je brezplačna.

DRUŠTVO NOVINARJEV SLOVENIJE ()?!:;,./

ČASORIS

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KULTURO

Projekt sofinancira Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije. Ministrstvo ni odgovorno za informacije, ki jih vsebuje to in druga gradiva, ki so del projekta, in za njihovo nadaljnjo uporabo, ker predstavljajo poglede avtoric in avtorjev.

U.S. Embassy Ljubljana

This project was funded in part, through a U.S. Embassy grant. The opinion, findings, and conclusions or recommendations expressed herein are those of the Authors and do not necessarily reflect those of the Department of State.