

## Gradivo

Naslov dejavnosti

Ali sem asertiven?

### PRILOGA 1

**Ključni koncept št. 1: Vsi mediji so skrbno zaviti paketi.****Sporočila so kot skrbno zaviti paketi "ovita" z ogromno**

napor in stroške, čeprav se občinstvu zdijo povsem naravni. Medijska besedila so rezultat skrbnega manipuliranja s konstrukcijskimi elementi, tako na očitni kot na subtilni ravni. Na očitni ravni se lahko uporabljajo konstrukcije, kot so risbe, barve in naslovi. Na subtilni ravni pa se lahko uporabijo konstrukcije, kot so apeli (apeli na posploševanje ali apeli na čustva). Učenci morajo razviti spretnosti gledanja pod površje medijskih sporočil, da bi ugotovili, kako so zgrajena.

**Ključni koncept št. 2: Mediji ustvarjajo različice resničnosti.**

Občinstvo običajno sprejema medijska besedila kot naravne različice dogodkov in idej, čeprav so v resnici le predstavitve dogodkov in idej. Realnost, ki jo vidimo v medijskih besedilih, je konstruirana realnost, ki so jo za nas ustvarili ljudje, ki so ustvarili medijsko besedilo. Učenci morajo razviti spretnosti interpretacije besedil, da bodo lahko razlikovali med resničnostjo in besedilnimi različicami resničnosti.

**Ključni koncept #3: Mediji se interpretirajo s pomočjo individualnih objektivov.**

Občinstvo se z medijskimi besedili sporazumeva na svojevrstne načine. Nekatera občinstva sprejemajo nekatera sporočila povsem na pamet. Druga občinstva lahko isto besedilo zavračajo, se ne strinjajo z njegovim sporočilom ali se jim zdi sporno. Druga občinstva, ki niso prepričana, ali so besedilo sprejela ali zavrnila, se bodo z njim poskušala sprijazniti s pogajanjem. Občinstvo, ki se pogaja z besedilom, lahko postavlja vprašanja, išče mnenja drugih ljudi ali preizkuša različne razlage ali odzive, tako kot ljudje preizkušajo nova oblačila - da bi videli, kako ustrezajo uporabniku. Učenci morajo biti odprti za različne interpretacije besedil in se zavedati, da je odziv na besedilo rezultat tako besedila samega kot tudi vsega, kar občinstvo vnese v besedilo z vidika svojih nakopičenih življenjskih izkušenj.

**Ključni koncept #4: Mediji se ukvarjajo z denarjem.**

1. Proizvodnja sodobnih medijev je draga. Producenti morajo svoje naložbe povrniti s trženjem svojega izdelka občinstvu.

2. Eden glavnih namenov medijev je spodbujanje potrošništva. Čeprav uživamo v številnih medijskih izdelkih, kot so revije, se moramo zavedati, da so nekateri medijski teksti ustvarjeni zato, da bi oglaševalcem zagotovili občinstvo in ne besedila poslušalcem. Pri drugem je potrošništvo lahko sekundarni motiv.

3. Vedno bolj redno štiri ali pet velikih komunikacijskih konglomeratov obvladuje medijske produkcijske zmogljivosti, kot so založniki časopisov/knjig/časopisov ter televizijske/filmske produkcijske in distribucijske družbe. Učenci se morajo zavedati posledic komercialnih načrtov medijev in tega, kako "konvergenca" vpliva na medije in njihove vsebine.



**Ključni koncept #5: Mediji promovirajo agenda.**

Že samo dejstvo, da nekateri ljudje nasprotujejo nekaterim medijskim besedilom, je dokaz, da ta besedila vsebujejo vrednostna sporočila. Večina medijskih besedil je namenjena občinstvu, ki ga lahko prepoznamo po njegovih vrednotah ali ideologiji (sistemu prepričanj). Ugotavljanje ideološkega in vrednostnega programa medijskih besedil je pomembna veščina pri analizi množičnega komuniciranja.

## PRILOGA2: STRUKTURA KRITIČNEGA MIŠLJENJA IN BRANJA

**TAKING A SECOND LOOK (USE KNOWLEDGE FROM  
KEY KONCEPTS)**



**PRACTICING ANALYZING, INTERPRETING AND  
EVALUATING MEDIA TEXT**



- **CROSS-CHECKING**
- **RESOURCE CHECHING,**
- **INVESTIGATION,**
- **ABSTRACTION,**
- **ANALYSIS WITH SYNTHESIS**
- **INFERENCE WITH DEDUCTION**

## PRILOGA 3: TEHNIKE PREPOZNAVANJA MEDIJEV IN NJIHOVIH CILJNIH SKUPIN

<b><i>Vsi pametni ljudje bi se strinjali.</i></b>	<b>priljubljenost</b>	inteligentno in izobraženo občinstvo, ki želi biti obravnavano kot pametni
<b><i>Ne potrebujete strokovnjaka, da bi vam povedal, da je to zdravljenje</i></b>	<b>navadni ljudje</b>	občinstvo, ki morda nima strokovno znanje na tem področju, splošno prebivalstvo
<b><i>Nagrada filmska zvezda/raper ... pravi</i></b>	<b>slavni</b>	<i>občinstvo, ki želi posnemati ali občudujejo znane osebnosti.</i>
<b><i>Lahko si njihov suženj ali pa se nam pridružiš</i></b>	<b>identifikacija</b>	<i>Občinstvo, ki težko sprejemajo avtoriteto. Verjamejo v teorije zarote</i>
<b><i>Naredite nekaj pomembnega, bodite del prave družine,</i></b>	<b>Lažna logika</b>	<i>občinstvo, ki rado tvega, ali občutek, da nekomu pripada ali mu služi.</i>
<b><i>Smo božji vojaki, brez avtoritete in veliko denarja.</i></b>	<b>poziv k čustvovanju</b>	<i>občinstvo, ki želi živeti kot uporniki ali biti bolj privilegirano od drugih</i>
<b><i>Migranti so prenašalci številnih bolezni, prenašajo tudi droge in zaslužijo s preprodajo otrok.</i></b>	<b>poziv k čustvovanju</b>	<i>občinstvo, ki se ukvarja z varnost in skupnost</i>
<b><i>Bodite prvi. Kupite ____ samo za 2 EUR.</i></b>	<b>priljubljenost</b>	<i>Občinstvo, ki dela na svoji podobi in želi imeti stvari čim cenejše.</i>

## Dejavnost

<b>Naslov dejavnosti</b>	<i>Astroturf in manipulacija medijskih sporočil</i>
--------------------------	---

<b>Sorodni moduli</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
		X			X	

<b>Velikost skupine</b>	<b>Posameznik</b>	<b>2-5</b>	<b>6-12</b>	<b>več kot 12</b>
	X	X	X	X

<b>Trajanje</b>	<b>Do 30 min</b>	<b>Do 45 min</b>	<b>46-90 min</b>	<b>več kot 90 min</b>
		X		

<b>Cilji</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- spodbujanje kritičnega razmišljanja o novicah.</li> <li>- spodbujanje preverjanja informacij in preverjanja virov.</li> </ul>

<b>Ciljna skupina</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Študenti</li> <li>- Mladostniki</li> <li>- Vsak državljan</li> </ul>

<b>Opis</b>
<p><b>Korak 1:</b> Vodja začne dejavnost z uvodom v temo napačnih in dezinformacijskih informacij ter medijske pismenosti. Ta uvod mora biti kratek.</p> <p><b>Korak 2:</b> Vodja predvaja predavanje TED "<a href="#">Astroturf in manipulacija medijskih sporočil</a>". Ta videoposnetek prikazuje potrebo po etičnem preiskovanju novic in škodo, ki nastane, če se takšno etično preiskovanje ne izvaja. Razloži, kaj sta "astroturfing" in propaganda ter kako je to lahko videti v praksi. Konča se z nasveti, kako lahko oseba sama prepozna te medijske manipulacije.</p> <p><b>Korak 3:</b> Po predavanju TED Talk so učenci razporejeni v majhne skupine. Vsaki skupini dajte primer astroturfinga iz resničnega sveta in jim dovolite, da razložijo, zakaj in kako je to mogoče. Te resnične primere astroturfinga je treba pripraviti vnaprej. O odgovorih se pogovorite v razredu.</p> <p><i>Na primer: Leta 2008 je v Osaki na Japonskem približno 1000 ljudi plačalo za čakanje v vrsti pred McDonaldsom kot promocijsko akcijo. Ali je to astroturfing? Zakaj je ali ni? Pojasnite svoj odgovor.</i></p> <p>Učencem postavite poglobljena vprašanja o njihovem razmišljanju. Čeprav naj bi obstajali "pravilni" odgovori na vprašanja, se lahko zgodi, da je njihova argumentacija zelo dobra. Nato se o "pravilnih" odgovorih pogovorite v razredu.</p>

<b>Material</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Projektor, povezan z napravo z internetno povezavo</li> </ul>



- Učenci potrebujejo lastne prenosne računalnike/računalnike
- Članki lažnih novic s spletnih strani z lažnimi novicami, ki jih bodo učenci preučili.

## Metode

- Raznoliko in dejavno sodelovanje
- Preverjanje dejstev
- Odsev
- Razprava

## Nasveti za moderatorje

- Vnaprej pripravite primere astroturfinga, ki jih boste razdelili med skupinami. Na spletu je na voljo veliko primerov astroturfinga, ki so zlahka dostopni v številnih brezplačnih člankih. Izvedete lahko tudi primere, ki ste jih našli sami.  
*Na primer:*  
*lažne ocene o izdelkih podjetij ali spletnih mest;*  
*vplivneži, ki ne razkrijejo sponzorjev, ko hvalijo izdelke teh sponzorjev;*  
*Lažni računi v družabnih medijih;*  
*itd.*
- Skupino spomnite na način obnašanja - spoštovanje, strpnost, poslušanje brez prekinitev.

## Viri (APA)

Japonska danes. (2008, 26. december). *McDonald's je priznal, da je 1000 ljudi plačalo, da so se lahko pridružili vrsti za premiero Quarter Pounderja v Osaki.* <https://japantoday.com/category/business/mcdonalds-admits-1000-people-paid-to-join-queue-for-quarter-pounder-debut-in-osaka>

Urad Združenih narodov za droge in kriminal. (2018, september). *Učni vodnik za predavatelje, ki uporabljajo univerzitetne module E4J o integriteti in etiki.*

Deklaracija iz Dohe (The Doha Declaration): Spodbujanje kulture zakonitosti. <https://www.unodc.org/e4j/en/integrity-ethics/teaching-guide/table-of-exercises.html>

## Gradivo

Članke lažnih novic lahko natisnete ali jih dodelite v digitalni obliki.





Coping Strategies Against Information Disorder

Sodelujoči
------------

N/a.
------



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Dejavnost

Naslov dejavnosti	Vaša izbira novic: Kratka razprava
-------------------	------------------------------------

Sorodni moduli	1	2	3	4	5	6
		X				X

Velikost skupine	Posameznik	2-5	6-12	več kot 12
			X	X

Trajanje	Do 30 min	Do 45 min	46-90 min	več kot 90 min
	X			

Cilji
<ul style="list-style-type: none"> <li>- spodbujanje kritičnega razmišljanja o virih novic.</li> <li>- Spodbujanje razmisleka o svojih izbirah v novicah.</li> </ul>

Ciljna skupina
Študenti

Opis
<p><b>1. korak:</b> Predavatelj študente prosi, naj na tablo napišejo svoje trenutne vire novic in navedejo, ali so to tradicionalni mediji ali trendovski družbeni mediji.</p> <p><b>Korak 2:</b> Predavatelj nato vodi skupinsko razpravo o naslednjih vprašanjih:  <i>Zakaj so izbrali prav ta vir oziroma vire?</i>  <i>Zakaj menijo, da je zanesljiv?</i>  <i>Ali so znali prepoznati avtorja zgodbe?</i>  <i>Kolikokrat so ponovno poslali, tvidnili ali objavili zgodbo, ne da bi preverili njeno pristnost ali zanesljivost?</i></p> <p><b>Korak 3:</b> Ocenite, kako pomembno je kritično razmišljanje pri branju novic. Razložite šest vprašanj, ki lahko učencem pomagajo pri kritičnem razmišljanju o virih novic:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vrsta: za kakšno vsebino gre?</li> <li>- Vir: kdo in kaj so navedeni viri in zakaj naj jim verjamem?</li> <li>- Dokazi: kakšni so dokazi in kako so bili preverjeni?</li> <li>- Razlaga: Ali je glavna poanta dela dokazana z dokazi?</li> <li>- Popolnost: Kaj manjka? Kakšna bi lahko bila drugačna razlaga ali razumevanje?</li> <li>- Znanje: Ali se vsak dan učim, kar potrebujem?</li> </ul> <p>Na kratko spregovorite tudi o ideji "kritične ignorance": včasih je bolje, da potencialno nezanesljivega vira ne analiziramo kritično. To nam vzame veliko energije. Včasih je bolje, da ga preprosto ignoriramo.</p> <p><b>4. korak:</b> Na koncu poudarite, da obstaja tanka meja med zdravim skepticizmom in nezaupanjem: ne gre za to, da dvomite o vsem, ampak da ste pozorni.</p>

## Material

- *bela tabla z markerji*

## Metode

- *Raznoliko in aktivno sodelovanje*
- *Socialna narava učenja*

## Nasveti za moderatorje

## Viri (APA)

Urad Združenih narodov za droge in kriminal. (2018, september). *Učni vodnik za predavatelje, ki uporabljajo univerzitetne module E4J o integriteti in etiki.*

Deklaracija iz Dohe (The Doha Declaration): Spodbujanje kulture zakonitosti. <https://www.unodc.org/e4j/en/integrity-ethics/teaching-guide/table-of-exercises.html>

## Gradivo

*Ni.*

## Sodelujoči

*NI RELEVANTNO*





## Dejavnost

<b>Naslov dejavnosti</b>	<i>Pred klikom pomislite na 6</i>
--------------------------	-----------------------------------

<b>Sorodni moduli</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
		X				

<b>Velikost skupine</b>	<b>Posameznik</b>	<b>2-5</b>	<b>6-12</b>	<b>več kot 12</b>
			X	X

<b>Trajanje</b>	<b>Do 30 min</b>	<b>Do 45 min</b>	<b>46-90 min</b>	<b>več kot 90 min</b>
		X		

<b>Cilji</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- spodbuditi preverjanje dejstev in ocenjevanje dokazov, ki podpirajo trditve v</li> <li>- Spodbujanje preverjanja informacij</li> <li>- spodbujanje vrednotenja dokazov v medijskih objavah in branja med vrsticami</li> <li>- spodbujanje k razmisleku o lastnih izkušnjah z informacijsko motnjo</li> </ul>

<b>Ciljna skupina</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Študenti</li> <li>- Mladostniki</li> <li>- Vzgojitelji, trenerji, svetniki, mladinski delavci</li> <li>- Vsak državljan</li> </ul>

<b>Opis</b>
<p>Udeležencem so predstavljene novice v tiskanih medijih ali naslovi v družabnih medijih. Njihova naloga je, da na podlagi šestih osnovnih vprašanj analizirajo vsebino in njeno predstavitev.</p> <p><i>Energizer (10 minut)</i> Moderator zbere udeležence in jim razloži potek dejavnosti. Udeleženci naj delajo sami ali v majhnih skupinah po največ 2-3 osebe.</p> <p><i>Razmislite 6, preden kliknete (20 minut)</i> Vsak udeleženec dobi izvod tiskane novice ali povezavo, na kateri je zgodba objavljena, in delovni list za analizo. Delovni list za analizo vsebuje 6 okenc, ki jih je treba izpolniti:</p> <p>Okence 1. Kdo je napisal novico? Okence 2: Za kaj gre? Okence 3: Kje se je to zgodilo? Okence 4: Kdaj se je zgodilo? Okence 5: Kako se je zgodba razvijala? Okence 6: Zakaj?</p>

Udeleženci morajo odgovoriti na podlagi informacij v novici in obenem preveriti navedbe v drugih publikacijah iz istega časa in iz drugih virov. Upoštevati je treba tudi logične napake v besedilu (če obstajajo).

### *Poročanje (10 minut)*

Moderator prosi udeležence, da predstavijo svoje ugotovitve in zaključke o verodostojnosti in zanesljivosti informacij, predstavljenih v novicah, ki so jih analizirali. Nadalje naj se udeleženci ustavijo pri lastnih izkušnjah z objavljanjem novic, za katere menijo, da niso vredne zaupanja, in zakaj.

### Material

- Flipchart ali zaslon v razredu - za skiciranje pravil dejavnosti
- beležke in pisala/ svinčnike
- E-elektronske naprave z dostopom do interneta

### Metode

- Analiza
- Preverjanje dejstev
- Razmislek
- Razprava

### Nasveti za moderatorje

- Dejavnost začnite s petminutnim uvodom, v katerem razložite način obnašanja v skupini - spoštovanje, strpnost, poslušanje brez prekinitev.

### Viri (APA)

Daly, Tony, Ryan, Hellen (2021). *Facts Matter: National Adult Literacy Agency (NALA)*, Pridobljeno s <https://www.nala.ie/wp-content/uploads/2021/09/Facts-Matter-a-guide-for-tutors.pdf>.

### Gradivo

Da. Glej Dodatek 1

### Sodelujoči

N/a.

## Gradivo

Naslov dejavnosti

Pred klikom pomislite na 6

Sorodni moduli

1

2

3

4

5

6

X

**Dodatek 1:** Delovni list za analizo, preden kliknete, pomislite na 6

1. Kdo je napisal novico?

2: O čem govori?

3: Kje se je to zgodilo?

4: Kdaj se je to zgodilo?

5: Kako se je zgodba razvijala?





Coping Strategies Against Information Disorder

6: Zakaj?



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Dejavnost

<b>Naslov dejavnosti</b>	<i>Razkrivanje teorij zarote</i>
--------------------------	----------------------------------

<b>Sorodni moduli</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
		X				

<b>Velikost skupine</b>	<b>Posameznik</b>	<b>2-5</b>	<b>6-12</b>	<b>več kot 12</b>
			X	X

<b>Trajanje</b>	<b>Do 30 min</b>	<b>Do 45 min</b>	<b>46-90 min</b>	<b>več kot 90 min</b>
			X	

<b>Cilji</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prikaz delovanja informacijske motnje</li> <li>- ozaveščanje o glavnih elementih v besedilu/sporočilu, po katerih se razlikujejo neresnične informacije v javni rabi.</li> <li>- Spodbujanje kritičnega razmišljanja</li> </ul>

<b>Ciljna skupina</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Študenti</li> <li>- Mladostniki</li> <li>- Vzgojitelji, trenerji, svetniki, mladinski delavci</li> <li>- Vsak državljan</li> </ul>

<b>Opis</b>
<p>Dejavnost je namenjena predstavitvi in analizi primerov priljubljenih teorij zarote ter poudarjanju elementov, ki kažejo na neresničnost informacij. Udeleženci naj sami poskusijo ovreči teorijo zarote.</p> <p><i>Uvod (5 minut)</i> Vodja razloži namen dejavnosti in razdeli udeležence v majhne skupine. Pripravi seznam spletnih strani s primeri teorij zarote, med katerimi vsaka skupina izbere eno, ki jo bo obdelala.</p> <p><i>Razkrivanje teorije zarote (40 minut)</i> Skupina preuči izbrano teorijo zarote in v besedilu prepozna naslednje elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- avtor in viri informacij</li> <li>- ton in slog jezika.</li> <li>- argumenti, ki krepijo retoriko (npr. mi proti njim; veliko ljudi misli tako kot mi; dokažite, da se motimo; ni dima brez ognja; čustvena predstavitev in interpretacija itd.).</li> <li>- spremljajte, kako se učinek teorije povečuje (npr. objave v družabnih medijih,</li> </ul>

deljenje...)

- pregleda in analizira pripadajoče slike (če obstajajo) v publikaciji/spletni strani o teoriji.

Nato skupina z izbranim orodjem za preverjanje dejstev preveri teoretično trditev. Na koncu pripravijo (zapišejo) argumente za ovržbo teorije.)

*Poročanje (10 minut)*

Moderator zbere skupine. Vsaka skupina predstavi teorijo zarote, ki jo je analizirala, njen pristop in argumente za ovržbo.

## Material

- Flipchart ali zaslon v razredu - za skiciranje pravil dejavnosti
- beležke in pisala/ svinčnike
- Elektronske naprave z internetno povezavo

## Metode

- Analiza
- Argumentativno pisanje
- Razmislek
- Razprava

## Nasveti za moderatorje

- Dejavnost začnite s petminutnim uvodom, v katerem razložite način obnašanja v skupini - spoštovanje, strpnost, poslušanje brez prekinitev.
- Pripravite seznam spletnih strani s teorijami zarote in seznam spletnih orodij za preverjanje dejstev.

## Viri (APA)

*Evropska komisija (2020), pridobljeno s spletne strani*

[https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation/identifying-conspiracy-theories\\_en#prebunking-and-debunking-conspiracy-theories](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation/identifying-conspiracy-theories_en#prebunking-and-debunking-conspiracy-theories).

## Gradivo

Da. Glej Dodatek 1

## Sodelujoči

N.a.





Coping Strategies Against Information Disorder



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Gradivo

<b>Naslov dejavnosti</b>	Razkrivanje teorij zarote					
--------------------------	---------------------------	--	--	--	--	--

<b>Sorodni moduli</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
		X				

## Dodatek 1: Teorije zarote

#ThinkBeforeSharing

### CONSPIRACY THEORIES

## What are they? Why do they flourish?

**BE WARNED: THE COVID-19 PANDEMIC HAS SEEN A RISE IN HARMFUL AND MISLEADING CONSPIRACY THEORIES. IT MAY BE DIFFICULT TO RECOGNIZE THEM OR KNOW HOW BEST TO DEAL WITH THEM.**

- 1. What are they?**

→ The belief that events are secretly manipulated behind the scenes by powerful forces with negative intent.
- 2. Conspiracy theories have these 6 things in common**

- 1 An alleged, secret plot
  - 2 A group of conspirators
  - 3 'Evidence' that seems to support the conspiracy theory
  - 4 They falsely suggest that nothing happens by accident and that there are no coincidences; nothing is as it appears and everything is connected.
  - 5 They divide the world into good or bad.
  - 6 They scapegoat people and groups.
- 3. Why do they flourish?**

→ They offer an explanation of events or situations which are difficult to understand and bring a false sense of control and agency. This need is heightened in times of uncertainty like the COVID-19 pandemic.
- 4. How do they take root?**

→ Conspiracy theories often start as a suspicion. They ask who is benefiting from the event or situation and thus identify the conspirators. Any 'evidence' is then forced to fit the theory.

Once they have taken root, conspiracy theories can grow quickly. They are hard to refute because any person who tries is seen as being part of the conspiracy.
- 5. Why do people spread them?**

→ There are different reasons: Most believe they are true. Others deliberately want to provoke, manipulate or target people for political or financial reasons. Beware: They can come from many sources e.g. internet, friends, relatives.

With thanks to Michael Butter, co-author of the COMPACT Guide to Conspiracy Theories, and John Cook and Stephan Lewandowsky, authors of The Debunking Handbook and The Conspiracy Theory Handbook.

THE FIRST STEP TO PREVENT CONSPIRACY THEORIES IS TO KNOW THAT THEY EXIST. BE AWARE. STOP THE SPREAD.

European Commission



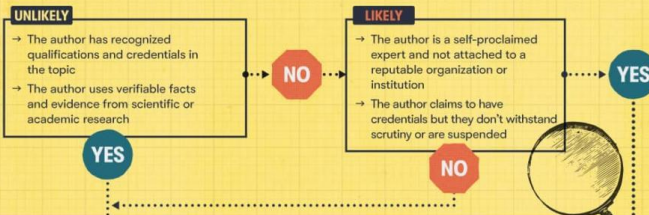
#ThinkBeforeSharing

## CONSPIRACY THEORIES

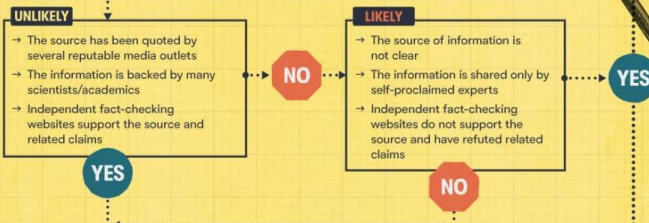
### Is this one? Check before sharing

**BE WARNED: THE COVID-19 PANDEMIC HAS SEEN A RISE IN HARMFUL AND MISLEADING CONSPIRACY THEORIES. IT MAY BE DIFFICULT TO RECOGNIZE THEM OR KNOW HOW BEST TO DEAL WITH THEM.**

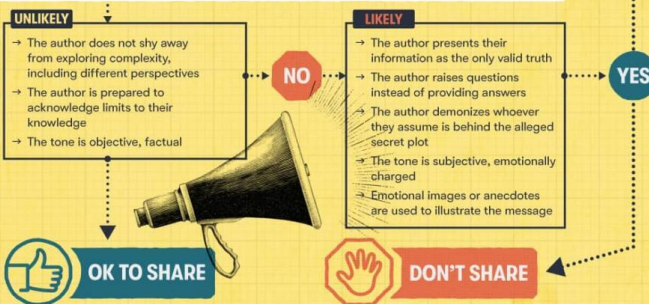
#### Check the author – who is writing this and why?



#### Check the source – Is it reliable and reputable?



#### Check the tone and style – Is it balanced and fair or sensationalist and one-dimensional?



#### What is a real conspiracy?

Real conspiracies large and small DO exist. They are more often centred on single, self-contained events or an individual like an assassination or a coup d'état. They are unearthed by whistle-blowers and the media, using verifiable facts and evidence.



#### Looking for A REAL CONSPIRACY?



In 2006, the U.S. District Court in Washington DC (USA) ruled that major cigarette companies were guilty of conspiracy. For decades, they had hidden evidence of health risks attached to smoking to promote higher sales.

—LA Times, 2006

With thanks to Michael Butter, co-author of the *COMPACT Guide to Conspiracy Theories*, and John Cook and Stephan Lewandowsky, authors of *The Debunking Handbook* and *The Conspiracy Theory Handbook*.



CHECK YOUR SOURCES.  
WHEN IN DOUBT, DON'T SHARE.  
STOP THE SPREAD.



European Commission



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

#ThinkBeforeSharing

## CONSPIRACY THEORIES

### Prebunking and debunking



BE WARNED: THE COVID-19 PANDEMIC HAS SEEN A RISE IN HARMFUL AND MISLEADING CONSPIRACY THEORIES. IT MAY BE DIFFICULT TO RECOGNIZE THEM OR KNOW HOW BEST TO DEAL WITH THEM.

STOPPING THE SPREAD OF CONSPIRACY THEORIES IS CHALLENGING. THERE IS NO ONE-SIZE-FITS-ALL APPROACH. IT DEPENDS ON THE LEVEL OF EXPOSURE. PEOPLE WHO FIRMLY BELIEVE IN CONSPIRACY THEORIES ARE EXTREMELY DIFFICULT TO REACH.

#### Level 1: Low exposure to conspiracy theories



##### PREBUNKING - Empowered people are more resilient:

- Warn people early on that conspiracy theories exist
- Encourage rational thinking, questioning and fact-checking
- Alert people about the arguments behind the most common COVID-19 conspiracy theories and the key traits of conspiratorial thinking - suspicion of official accounts, immunity to contrary evidence, reinterpreting random events as part of a broader pattern.

#### Level 2: High exposure to conspiracy theories



##### DEBUNKING - Facts and logic matter

###### DO's:

- ✓ Focus on the facts you want to communicate, not the myth you want to debunk
- ✓ Choose your target - the author, source or logic behind the conspiracy theory
- ✓ Always state clearly that the information is wrong, before quoting a conspiracy theory
- ✓ Provide a fact-based alternative explanation
- ✓ If possible, use visual aids to back your argument

###### DON'Ts:

- ✗ Don't focus on the conspiracy theory first. Don't reinforce it
- ✗ Don't overwhelm with information

With thanks to Michael Butter, co-author of the COMPACT Guide to Conspiracy Theories, and John Cook and Stephan Lewandowsky, authors of The Debunking Handbook and The Conspiracy Theory Handbook.



KNOW HOW TO TAKE ACTION.  
STOP THE SPREAD.



European  
Commission



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union