

# Lažne vijesti vezane za COVID-19

---

**Brlek, Neven**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:601947>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-17**



Sveučilište u Zagrebu  
Filozofski fakultet  
University of Zagreb  
Faculty of Humanities  
and Social Sciences

*Repository / Repozitorij:*

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb  
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FILOZOFSKI FAKULTET  
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI  
SMJER BIBLIOTEKARSTVO  
Ak. god. 2020./2021.

Neven Brlek

**Lažne vijesti vezane za COVID-19: pregled i analiza**

Diplomski rad

Mentor: prof. dr. sc. Sonja Špiranec

Zagreb, srpanj 2021.

## **Izjava o akademskoj čestitosti**

Izjavljujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

---



## Sadržaj

1. Uvod .....	1
2. Kratki pregled terminologije .....	5
3. Mediji danas .....	10
4. Era post-istine: psihološki, društveni i tehnološki čimbenici .....	17
5. Lažne vijesti i COVID-19: studije slučaja.....	22
5.1. Metodologija .....	22
5.2. Studija slučaja i. „5G mreže šire koronavirus“ .....	23
5.3. Studija slučaja ii. „Ispijanje metanola (ili drugog alkohola) liječi od koronavirusa“.....	26
6. Borba protiv lažnih vijesti – kratki osvrt s naglaskom na COVID-19 .....	31
7. Zaključak .....	34
8. Literatura .....	36
9. Popis slika.....	41

## 1. Uvod

Život u suvremenom, tehnološki razvijenom dobu nepobitno je rezultirao posljedicama na način na koji ljudi konzumiraju, upijaju, interpretiraju i u konačnici diseminiraju informacije. Ovo je doba interneta, masovnih medija, društvenih mreža, stotina komunikacijskih servisa poput WhatsAppa i Messengera, blogova, *podcasta*, video portala poput *YouTubea*, Weba 2.0 koji omogućava interakciju između onih koji stvaraju informacije (npr. novinara) i onih koji ih primaju (npr. komentatora na nekom novinskom portalu) itd., a sve te tehnologije i servisi zajedno formiraju potpuno novi informacijski okoliš koji prije samo nekoliko desetaka godina nije postojao. U isto vrijeme, također, formiraju se i novi obrasci upravljanja informacijama, odnosno načini navigiranja tim okolišem, a takve informacijske promjene opet utječu na društvo i razne društvene okolnosti. U takvom novom, digitalnom informacijskom okolišu neizbježno se postavlja pitanje o tome koliko je on potpuno nova tvorevina, a koliko se radi o jednostavnoj transformaciji nekog starijeg i tradicionalnijeg obrasca po kojem informacijski subjekti (individualne osobe, ustanove, korporacije, društvene skupine...) koriste informacije, i koji je sada samo poprimio novo ruho. O tome da su internet i njemu srodne tehnologije (računala, pametni telefoni, itd.) promijenili društvo nema dvojbe, no ipak, teško je ne zamijetiti da su mnogi problemi koji se javljaju s dolaskom interneta zapravo puno stariji problemi koji su sada jednostavno intenzivniji, glomazniji, brži, veći, pa stoga i opasniji. To vrijedi i za ono što se zadnjih nekoliko godina prepoznaje pod terminom „lažne vijesti“.<sup>1</sup>

Lažne vijesti najjednostavnije možemo definirati kao vijesti koje su faktualno netočne ili koje prezentiraju svoj sadržaj na neistinit i nepotpun način, najčešće zbog financijske dobiti ili zbog želje da se opća populacija ili jedan njen dio zavaraju i krivo informiraju.<sup>2</sup> Taj termin, premda postoji već duže vrijeme,<sup>3</sup> postao je popularan tek kada ga je u siječnju 2017. tadašnji novoizabrani američki predsjednik Donald Trump iskoristio u svojoj medijskoj kampanji, a danas je standardni dio općeg leksikona u gotovo pa svim slojevima društva. Naime, Trump je isprva tu frazu izgovorio gotovo pa nehotice, no kasnije za vrijeme svog predsjedničkog mandata nastavio ju je kontinuirano koristiti kao svakodnevnu poštapalicu u intervjuima,

---

<sup>1</sup> Cooke, Nicole A. *Fake News and Alternative Facts: Information Literacy in a Post-Truth Era*. ALA Editions Special Report, Chicago: American Library Association, 2018., vii.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Rječnik *Miriam Webster* daje povijesni pregled sintagme „fake news“ u engleskom jeziku i zaključuje da se prvi puta počinje koristiti još 1890-ih godina, znači otprilike 120 godina prije nego postaje popularna u današnjem kontekstu. Za detalje vidi: „How Is 'Fake News' Defined, and When Will It Be Added to the Dictionary?“. *Merriam-Webster*. Merriam-Webster. <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news> (28.6.2021.).

konferencijama za medije i danonoćnim objavama na *Twitteru*. Nekoliko godina kasnije, premda Trump više nije predsjednik SAD-a i kao da je gotovo pa nestao iz medijskog prostora, američkog i globalnog, prema algoritmu tražilice *Google* jedan od traženih termina najbliže povezanih s lažnim vijestima upravo je njegovo ime.<sup>4</sup> Bez obzira na to, „lažne vijesti“ kao izraz ustalio se u društvu i nastavio se koristiti u mnoštvu različitih konteksta koji više nemaju veze niti s Trumpom niti s američkom politikom, i on nastavlja biti relevantan dio razgovora o ponašanju informacija u suvremenom društvu. Trump je, dakle, bio svojevrsni pokretač rasprava koje se, čini se, rasplamsale poput požara na puno šire digitalno područje. Iako sam koncept takvih informacija i vijesti nipošto nije nov, to je ime koje šira javnost danas pridodaje lažima, propagandi i ostalim sličnim oblicima netočnih informacija koje se šire suvremenim medijima, bilo da se radi o politici, ekonomiji, društvenim prijedporima, povijesnim raspravama (pogotovo kada su u pitanju relativno recentni povijesni događaji, kao što je primjerice Domovinski rat ako govorimo o hrvatskom kontekstu), ili pak medicinskim informacijama.

O odnosu lažnih vijesti i medicinskih informacija, kao i općenito o medicinskim dezinformacijama i lažnim informacijama, stručnjaci pišu već neko vrijeme.<sup>5</sup> Medicinske lažne vijesti najčešće se javljaju na raznim pseudoznanstvenim i paramedicinskim portalima, blogovima i stranicama, u obliku članaka koji nude dijagnoze bolesti na temelju simptoma koji se javljaju, u obliku tretmana koje treba primijeniti na razne bolesti, u obliku savjeta vezanih za razne preparate, lijekove, kemikalije i namirnice koje navodno imaju ljekovitu funkciju kada su u pitanju razne tjelesne tegobe. Naravno, velika većina takvih portala i vijesti često se ili temelji na običnim glasinama, mitovima te narodnoj medicini, ili se ne temelji ni na čemu. Ako iza nekog javno dostupnog članka i stoje izvori, oni su uglavnom neprovjereni i slabe kvalitete. Isto tako, informacije koje se nude u takvom kontekstu mogu imati i negativnu preventivnu ulogu: upozoravanje ljudi da ne koriste određene lijekove, da se ne brinu oko nekih simptoma, ili, u najekstremnijim slučajevima, da neke bolesti ne postoje ili da su bezopasne, kada u stvarnosti to nije tako.<sup>6</sup> U svakom slučaju, iza takvih članaka primarna motivacija gotovo nikada nije medicinska nego financijska, tj. od glavnog značaja je broj klikova na internetsku stranicu na kojoj se članak nalazi. U medicinskoj struci, naravno, to je puno ozbiljniji problem nego u politici ili bilo gdje drugdje, jer lažne informacije i vijesti direktno ugrožavaju zdravlje

---

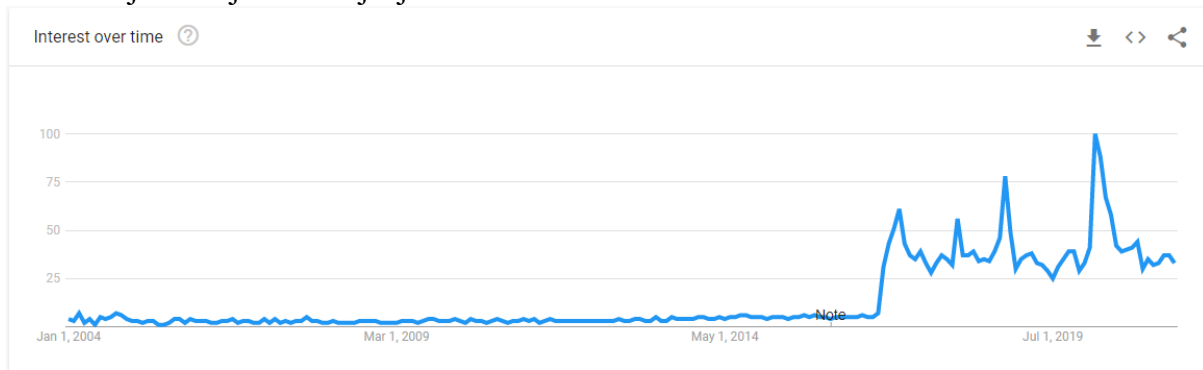
<sup>4</sup> „fake news“. *Google Trends*. Google. <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=fake%20news> (28.6.2021).

<sup>5</sup> Vidi, npr.: Hill, Joseph. A. et al. „Medical Misinformation: Vet the Message!“. *Journal of the American Heart Association* 8, br. 3 (2019); ili Ioannidis, John P. A. et al. „How to survive the medical misinformation mess“. *European Journal of Clinical Investigation* 47, br. 11 (2017): 795-802.

<sup>6</sup> Hill et al.

građana diljem svijeta, pogotovo onih koji nisu obučeni za to da se suočavaju s lažnim vijestima, odnosno građana koji su informacijski nepismeni.

Zato ne iznenađuje činjenica da je od zime/proljeća 2020. godine, kada se novi koronavirus (COVID-19) proširio cijelim svijetom, naglo porastao i broj lažnih vijesti vezanih za nj, a shodno tome revitalizirala se i javna diskusija o položaju koji lažne vijesti drže u našem društvu (vidi Sliku 1). Već 15. veljače 2020., glavni direktor Svjetske zdravstvene organizacije (WHO) Tedros Adhanom izjavio je sada već poznatu rečenicu da se „ne borimo samo s epidemijom, borimo se i s infodemijom“ te da se „lažne vijesti šire brže i lakše nego sam virus“.<sup>7</sup> Njegovo upozorenje, premda je u tom trenu upućeno stručnjacima za sigurnost i za vanjsku politiku, može se smatrati relevantnim i za svjetsku populaciju najšire gledano. Nikada prije u povijesti čovječanstvo se nije našlo u poziciji u kojoj se nalazi sada, u kojoj postoji globalna opasnost poput bolesti COVID-19 u isto vrijeme kada je i digitalna komunikacija na svom vrhuncu, kada su društvene mreže korištenije više nego ikada prije, kada 65% svjetske populacije svakodnevno koristi internet.<sup>8</sup> Opasnost od širenja lažnih vijesti, pogotovo onih vezanih za COVID-19, bile one medicinskog ili nekog drugog tipa (npr. razne teorije zavjere o virusu, njegovoj povezanosti s 5G internetskim mrežama, itd.) neizmjereno je velika. S druge strane, internet i društvene mreže svojevrsan su dvosjekli mač: sada su i mogućnosti za borbu protiv lažnih vijesti veće nego ikada, što sve više shvaćaju medicinske organizacije koje njeguju sve veću prisutnost na internetu upravo u svrhu ispravljanja i borbe protiv krivih informacija koje su se uvriježile u javno mnijenje.<sup>9</sup>



Slika 1: Traženost termina “fake news” (hrv. lažne vijesti) na tražilici Google. Prvi puta se ozbiljno pojavljuje krajem 2016. i početkom 2017., a vrhunac dostiže upravo u ožujku 2020. kada se službeno smatra da je počela pandemija koronavirusa.

Izvor: “fake news”. *Google Trends*. Google. <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=fake%20news> (28.6.2021).

<sup>7</sup> “Munich Security Conference”. *World Health Organization*. World Health Organization. <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference> (28.1.2021).

<sup>8</sup> Radi se o 4,66 milijardi ljudi. Postotak je, ako gledamo samo razvijene zemlje svijeta, još veći i iznosi najmanje 80%, a u nekim državama i više. Za ostale statistike vidi, Lin, Ying. „10 Internet Statistics Every Marketer Should Know in 2021“. *Oberlo.com*. <https://www.oberlo.com/blog/internet-statistics> (21.6.2020.).

<sup>9</sup> Marasović Šušnjara, Ivana, i Maja Vejić. „Media and Health — 'Angel and Devil'“. *In medias res: časopis filozofije medija* 10, br. 18 (2021): 2804-5



Od iznimne važnosti je, dakle, svaki pokušaj da se lažne vijesti suzbiju, ali isto tako su važna i teorijska razmatranja o razlozima zašto i kako se lažne vijesti šire, o tome koje psihološke i društvene mehanike stoje iza njihova širenja, o njihovom utjecaju na društvo i u konačnici o metodama prevencije širenja lažnih vijesti u vidu raznih programa informacijske pismenosti, rada knjižnica i informacijskih institucija, aktivnog angažmana stručnjaka po društvenim mrežama, itd. Svrha ovog rada je stoga dvojna: prvi dio daje teorijski pregled problematike lažnih vijesti i istančava glavne probleme koji se javljaju u tom polju; drugi dio, koji je praktičnije naravi, usredotočuje se na odnos lažnih vijesti i koronavirusa tako što kroz dvije studije slučaja nudi kvalitativnu analizu nekih od najzanimljivijih i za ovaj rad najrelevantnijih lažnih vijesti vezanih za koronavirus. Sve lažne vijesti koje se u praktičnom dijelu analiziraju sagledane su iz perspektive njihovog podrijetla, njihove prisutnosti u *mainstream* medijima, i njihovog utjecaja na društvo. No prije toga valja postaviti pitanje: što su zapravo lažne vijesti, i u kakvom su one odnosu s drugim, odavno poznatim oblicima krivih i netočnih informacija?

## 2. Kratki pregled terminologije

Kao što je navedeno, lažne vijesti još uvijek su iznimno mlad pojam i u informacijskoj struci i u društvu općenito, i kao takav još uvijek nemaju jednu konačnu, stabilnu definiciju. Naprotiv, kada se govori o lažnim vijestima, misli se na pomalo neodređenu grupaciju raznih tipova laži koje se šire internetom, a kada je nekom stručnjaku potrebna precizna definicija i ona se formulira, radnog je i privremenog tipa. Veliki broj heterogenih definicija lažnih vijesti u struci čak i postepeno dovodi do brige da to postaje krajnje sveobuhvatni termin pod koji se može svrstati puno različitih tipova informacija, a koji je zapravo semantički prazan.<sup>10</sup> Isto tako, prevladava i briga da nakon 2016. godine, odnosno nakon Trampa i Brexita, novinari sve više proglašavaju krive informacije „lažnim vijestima“ iako se često radi o širokoj lepezi društveno-jezičnih oblika poput tračeva, običnih glasina, psina (*hoax*) i urbanih legendi, koji su postojali puno prije nego je itko govorio o lažnim vijestima.<sup>11</sup> Neki stručnjaci čak i argumentiraju da je to termin koji do krajnje razine pojednostavljuje čitav niz faktora koji utječu na način na koji primatelji neke informacije percipiraju njezinu točnost. Smatraju se parodije i satire koje netko protumači kao stvarne vijesti lažnim? A djelomično točne informacije? Što sa navođenjem činjenica ali ne i konteksta koji je potreban da bi se one interpretirale na pravi način? Želi li neki novinar obmaniti javnost s nekom lažnom viješću ili jednostavno nije provjerio svoje izvore, ili oboje, ili ni jedno od toga? Ili jednostavno gleda financijski ili društveni profit koji će dobiti ako napiše članak na namjerno pristran način? Sve su to varijable koje mogu igrati ulogu u protoku informacija internetom, koji je po svojoj prirodi iznimno kompleksan informacijski okoliš, a ipak, svi ti slučajevi prema nekim definicijama mogu se ubrojiti u značenje termina lažne vijesti.<sup>12</sup> One su, kako navode Farkas i Schou, prazni ili plutajući jezični označitelj (*floating signifier*) iza kojeg ne stoji jedno, čvrsto označeno; to je jezični izraz kojem se značenje mijenja, odnosno „pluta“ ovisno o kontekstu u kojem se koristi.<sup>13</sup> Čak je i vlada Ujedinjene Kraljevine nakon istrage Komisije za digitalni svijet, kulturu, medije i sport (*Digital, Culture, Media and Sport Committee*) u listopadu 2018. godine odlučila da taj termin više neće koristiti u službenoj državnoj korespondenciji i savjetovala novinarima da ga također ne koriste jer je „slabo definiran i obmanjujući“ te „stapa

---

<sup>10</sup> Lilleker, Darren. „Evidence to the Culture, Media and Sport Committee: 'Fake news' inquiry presented by the Faculty for Media & Communication, Bournemouth University.“ (2017): 1.

<sup>11</sup> Gelfert, Axel. „Fake news: A definition“. *Informal Logic* 38, br. 1 (2018): 94.

<sup>12</sup> Wardle, Claire. „Fake News. It's Complicated“. *First Draft*. <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/> (28.6.2021.).

<sup>13</sup> Farkas, Johan, i Jannick Schou. „Fake news as a floating signifier: Hegemony, antagonism and the politics of falsehood“. *Javnost-The Public* 25, br. 3 (2018): 300.

raznoliki snop krivih informacija, od iskrenih pogrešaka do stranih utjecaja na demokratske procese“.<sup>14</sup>

Tako primjerice, da krenemo od definicija velikih institucija, Američko knjižničarsko udruženje (ALA) izdaje specijalan izvještaj o lažnim vijestima u kojem ih definira kao „vijesti eksplicitno raširene u svrhu zarađivanja novca od klikova ili pregleda, a koje mogu biti korištene i za zavaravanje i dezinformiranje“.<sup>15</sup> S druge strane, IFLA naširoko piše o lažnim vijestima, pa čak i izdaje razna priopćenja i upute za prepoznavanje i odbacivanje lažnih vijesti, no čini to bez da ih eksplicitno definira.<sup>16</sup> Razne enciklopedije i rječnici, poglavito oni s engleskog govornog područja, također su unazad nekoliko godina počeli davati vlastite definicije tog pojma, pa primjerice *Cambridge Dictionary* govori da su to „lažne priče koje prividno izgledaju kao vijesti, koje se šire internetom ili kroz druge medije, i koje su najčešće stvorene da utječu na politička mišljenja ili stvorene iz šale“,<sup>17</sup> dok *Collins Dictionary* naglašava senzacionalističku dimenziju takvih vijesti.<sup>18</sup>

Bez obzira na veće ili manje razlike, većina izvora ipak bi se složila oko nekih temeljnih karakteristika koje se podrazumijevaju kada se govori o lažnim vijestima. Konsenzus postoji primarno oko sljedećih stvari:

(a) informacije koje se prenose neupitno su krive i neistinite, ali ponekad se može raditi i o točnim fragmentima šire informacije koji su izvučeni iz konteksta

(b) lažna vijest najčešće (ali ne uvijek) je stvorena s namjerom da zavara javnost ili jedan njezin specifičan dio, stoga se razni oblici šala, parodija, satira itd. uglavnom ne smatraju lažnim vijestima

(c) lažne vijesti uvijek se predstavljaju kao prave vijesti, što iz definicije isključuje i glasine, mitove i slične oblike

(d) lažna vijest najviše se širi medijima i društvenim mrežama, a drugi oblici prenošenja (npr. usmenim putem) neznačajni su

---

<sup>14</sup> Reals, Tucker. „U.K. Government Is Avoiding the ‘Misleading’ Term ‘Fake News.’“. *CBS News*. CBS Interactive. <https://www.cbsnews.com/news/britain-government-stop-using-donald-trump-favored-term-fake-news-misleading/> (28.6.2021).

<sup>15</sup> Cooke, vii.

<sup>16</sup> „How To Spot Fake News“. IFLA.. <https://www.ifla.org/publications/node/11174> (28.6.2021.).

<sup>17</sup> „Fake News“. *Cambridge Dictionary*. Cambridge University Press. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news> (28.6.2021.).

<sup>18</sup> „Fake News“. *Collins Dictionary*. HarperCollins. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news> (28.6.2021.).

Jedna od mnogih definicija lažnih vijesti koja uzima u obzir navedene stavke jest ona Darrena Lillekera koja kaže da su to „namjerno raširene krive informacije, bilo putem tradicionalnih medija ili društvenih mreža“.<sup>19</sup> Slična je i definicija Axela Gelferta koji piše kako lažne vijesti podrazumijevaju „namjernu prezentaciju (najčešće) krivih i obmanjujućih tvrdnji kao vijesti, s time da su te tvrdnje namjerno krive“.<sup>20</sup> Gelfert, nadalje, naglašava kako je temeljni faktor pri razlučivanju lažnih vijesti od običnih novinarskih grešaka i traljivosti ili od grešaka u komunikacijskom procesu upravo namjera koja stoji iza njih. „Širenje krivih uvjerenja“, govori on, „nije smo *posljedica* lažnih vijesti, već njihova izravna *funkcija*. Redakcije velikih medijskih kuća čine pogreške, a manje redakcije čine više pogrešaka. [...] No, ako se zareda veći broj pogrešaka, redakcija se potruži uvesti promjene u svoje uredništvo ili u proces provjeravanja činjenica. S druge strane, lažne vijesti djeluju na način potpuno neovisan od istine, zato jer im je *cilj* da uvjere publiku u laži... ili zato što uslijed načina na koji se njima upravlja postoji *objektivna vjerojatnost* da će zavarati publiku“.<sup>21</sup> Dakle, iako ponekad lažne vijesti ne nastaju s direktnom namjerom obmane, i dalje iza njih stoji neka druga vrsta krive namjere (npr. financijski profit) zbog koje imperativ točnosti i provjere činjenica pada u vodu. Iskrena pogreška u procesu obavještavanja se, prema Gelfertu, ne smatra lažnom viješću, no ako kod onoga tko prenosi informaciju ne postoji nikakva briga za točnost informacije, to onda jest lažna vijest. Razlika se između „lažnih vijesti“ u pravom smislu riječi i vijesti koje su jednostavno krive manifestira ovisno o tome postoji li kod autora i/ili komunikatora briga za to da vijest bude točna ili da se naknadno ispravi ako se ispostavi da nije točna.

Pri ovakvom pogledu na fenomen lažnih vijesti, a s obzirom na vrtoglavu popularnost koju je pojam poprimio u vrlo kratkom roku uistinu ga možemo prozvati fenomenom, za primijetiti je da je razlika između lažnih vijesti i susjednih tipova krivih informacija još uvijek teorijski dosta mutna, provizorna, te svakako podložna daljnjim raspravama i promjenama. U tom kontekstu, valja napomenuti sada već u struci uvriježenu razliku između dezinformacija (engl. *disinformation*) i pogrešnih tj. krivih informacija (engl. *misinformation*). U oba slučaja se radi o štetnim ili negativnim oblicima informacija, s time da se one razlikuju, opet, po namjeni autora: iza dezinformacije stoji koliko-toliko eksplicitna namjera da se primatelj informacije

---

<sup>19</sup> Lilleker, 2.

<sup>20</sup> Gelfert, 108.

<sup>21</sup> Ibid.

zavara, a iza krive informacije ne stoji.<sup>22</sup> Prema tome, i lažne vijesti se mogu smatrati jednim oblikom dezinformacija, iako u nešto užem kontekstu, jer dezinformacije su ipak općenitiji pojam koji se, za razliku od lažnih vijesti, najčešće ne odnosi samo na *vijesti* u medijskom smislu riječi, odnosno na novinske članke, blogove i sadržaje koji se šire društvenim mrežama.

Veza između dezinformacija i lažnih vijesti po svojoj naravi slična je vezi između dezinformacija i propagande, a ta raščlamba očituje se „na teoretskoj razini, a ne na semantičkoj“, kako argumentiraju Tuđman i Mikelić.<sup>23</sup> Prema njima, kada se sagleda komunikacijski proces od odašiljatelja do primatelja, pogrešne informacije nastaju kao prekid integriteta podataka koji se odašiljaju, dezinformacije nastaju manipulacijom izvora, a za razliku od njih, propaganda je jednostavno informacija koja „ima cilj da manipulira stavove primatelja, tj. da utječe na njihove interese“.<sup>24</sup> Sličnost između takve definicije propagande, koju neki smatraju „sestrom blizankom dezinformacija“,<sup>25</sup> i raznih definicija lažnih vijesti očita je, pogotovo uzevši u obzir to da se oba oblika najčešće koriste u političkim kontekstima. Razlika, opet teoretska a ne semantička, je ta što se propaganda češće povezuje s raznim totalitarnim režimima i propagandne se informacije uvijek na neki način *vraćaju* na taj režim, koji je ujedno i širitelj i objekt propagande, i formiraju javnu sliku o režimu (npr. nacistička propaganda o uzvišenosti arijevske rase, sovjetska propaganda o 'jednakosti', itd.), što s lažnim vijestima nije nužno slučaj.

Još jedna fraza koja se često spominje zajedno s lažnim vijestima jest 'alternativne činjenice'. Taj oksimoron, jer ako je nešto činjenica onda nema alternativu i stoji neovisno od subjektivnih sudova istinitosti, dobio je veliku medijsku pozornost kada ga je u siječnju 2017. u intervjuu za američku televizijsku emisiju *Meet the Press* iskoristila tadašnja Savjetnica Predsjednika SAD-a Kellyanne Conway. Slično kao i s lažnim vijestima, fraza je u tom trenu iskorištena nonšalantno i u neku ruku nezgrapno, s obzirom da je vjerojatno trebala na nekoj razini prenijeti savjetničino neslaganje s političkim suparnicima oko broja ljudi koji je prisustvovao inauguraciji Predsjednika Trumpa nekoliko dana ranije. Conway je u ožujku iste godine branila svoju uporabu sintagme „alternativne činjenice“ argumentirajući da ona jednostavno označava višestrukost perspektiva i da ju je kao takvu i iskoristila dva mjeseca

---

<sup>22</sup> Tuđman, Miroslav, i Nives Mikelić. „Information science: Science about information, misinformation and disinformation“. *Proceedings of Informing Science+ Information Technology Education* 3 (2003): 1514. Također, kako navode autori, engleske riječi *disinformation* i *misinformation* se ponekad u hrvatskom jeziku prevode kao „protu-obavijest“ i „pogrešna obavijest“.

<sup>23</sup> Tuđman i Mikelić, 1515.

<sup>24</sup> Ibid.

<sup>25</sup> Ibid.

ranije. Kaže: „Dva plus dva je četiri, tri plus jedan je isto četiri. Napola je sunčano ili je napola oblačno. Čaša je napola puna ili napola prazna. To su alternativne činjenice“. Problem je, ako se sagleda iz takve perspektive, samo terminološke prirode.<sup>26</sup> Ipak, činjenica da je fraza zaživjela u medijima, što kroz medijski kritički diskurs, što kroz (satiričnu) uporabu u popularnoj kulturi, svejedno ukazuje na nestabilnost informacija i medijsko-informacijsku manipulaciju koja vlada suvremenim dobom—što je samo po sebi izrazito zabrinjavajuće.<sup>27</sup> Drugim riječima, manje je problematično što se Conway u jednom intervjuu izrazila na nespretnan način, a puno je više problematično to što se njena izjava nije odmah odbacila kao takva, nego se shvatila ozbiljno, raširila poput požara i iznjedrila danonoćne rasprave o naravi suvremenih medija, informacija, demokracije i politike općenito. To se moglo dogoditi samo zato što je za to već bio pripremljen društveni i medijski teren kojeg nazivamo erom „post-istine“, a koju pak uvjetuje suvremeni medijski okoliš.

---

<sup>26</sup> Za detalje vidi: Nuzzi, Olivia. „Kerryanne Conway Is the Real First Lady of Trump's America“. *Intelligencer*. <https://nymag.com/intelligencer/2017/03/kerryanne-conway-trumps-first-lady.html> (28.6.2021).

<sup>27</sup> Tome da je status informacija, novinarskih izvještavanja i cenzure danas opet u centru rasprava diljem svijeta zanimljivo svjedoči još jedna statistika. Naime, samo tri dana nakon izjave Kerryanne Conway, distopijski roman o cenzuri Georgea Orwella, *Tisuću devetsto osamdeset četvrta*, ponovo se popeo na sam vrh popisa najtraženijih knjiga na internetskoj knjižari *Amazon*. Penguin Books odmah naručuje tiskanje 75 tisuća novih primjeraka svog izdanja da bi zadovoljio potražnju. Vidi: Goodman, Jessica. „1984 Hits No. 1 on Amazon After Kerryanne Conway's 'Alternative Facts' Quote“. *Entertainment Weekly*. <https://ew.com/books/2017/01/25/1984-no-1-kerryanne-conway-alternative-facts/> (28.6.2021.).

### 3. Mediji danas

U zadnjih nekoliko desetljeća mediji i način na koji ljudi koriste medije značajno su se promijenili, pa tako svjedočimo stvaranju novih medijskih oblika, ali i transformaciji starih. To jest, i mediji koji su postojali prije nastanka interneta sada su determinirani internetom: više gotovo pa ne čitamo tiskane novine, nego preko interneta pristupamo novinskim portalima; preko interneta gledamo filmove i slušamo radio (ili neke njegove suvremenije varijante, poput *podcasta*); preko interneta se vode globalni telekomunikacijski procesi; preko interneta svijetom putuju informacije ne u danima i satima, niti minutama, već u sekundama. Kako piše Dunja Majstorović, „nova je tehnologija uvelike utjecala na način konzumiranja medijskog sadržaja, posebno nakon proliferacije korištenja pametnih telefona“.<sup>28</sup>

Prema istraživanju koje je proveo američki Pew Research Center u ožujku 2017., 85% odraslih Amerikanaca informira se o novostima putem pametnih telefona, za razliku od ranije brojke od 72% iz 2016. godine i još manjih 54% iz 2013. godine. U kategoriji građana starijih od 65 godina, brojka iznosi pomalo iznenađujuće visokih 67%.<sup>29</sup> Slična situacija je i s korištenjem društvenih mreža, gdje trenutno 72% Amerikanaca koristi najmanje jednu društvenu mrežu.<sup>30</sup> To je najčešće *Facebook*, kojeg zajedno s *Instagramom*, *WhatsAppom* i *Messengerom* (tri druge aplikacije u vlasništvu kompanije Facebook) globalno koristi 3,3 milijarde ljudi, znači skoro polovica svjetskog stanovništva.<sup>31</sup> U Hrvatskoj su brojke ipak nešto manje, pa tako 54% Hrvata u dobi od 16 do 74 godine koristi bar jednu društvenu mrežu, dok među mlađom populacijom (od 16 do 24 godine) čak njih 97% koristi društvene mreže, ukazujući na veliku razliku između generacija, jednu od najvećih u Europi.<sup>32</sup> Isto tako, treba naglasiti i da se konzumacija digitalnih medija još i dodatno pojačala na proljeće 2020. za vrijeme prvog vala pandemije i zatvaranja (*lockdowna*) u mnogim zemljama svijeta. Da se opet ograničimo na američke brojke iz kojih se mogu izvući širi zaključci, u periodu od siječnja do ožujka 2020. američki građani gledali su 42% više televizije nego u prethodnim periodima, a

---

<sup>28</sup> Majstorović, Dunja. *Novine nekad i danas*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga, 2020., 226.

<sup>29</sup> Lu, Kristine. „Growth in Mobile News Use Driven by Older Adults“. *Pew Research Center*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/06/12/growth-in-mobile-news-use-driven-by-older-adults/> (28.6.2021.).

<sup>30</sup> „Demographics of Social Media Users and Adoption in the United States“. *Pew Research Center*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/> (28.6.2021.).

<sup>31</sup> „Top 15 Facebook Statistics for 2020 - The Year in Review“. *Zephoria Digital Marketing*, <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/> (28.6.2021.).

<sup>32</sup> Knezović, Gorden. „54% Hrvata koristi društvene mreže, a mladih čak 97%“. *Mreža*, <https://mreza.bug.hr/54-hrvata-koristi-drustvene-mreze-a-mladih-cak-97/> (28.6.2021.).

vijesti su se pratile 42% više nego prije.<sup>33</sup> U istom periodu, promet *Facebooka* povećao se za 27%, *Netflix* je gledalo oko 16% više ljudi, a *YouTube* 15,3% više. Što se tiče novinskih portala, promet na stranicama *CNBC*-ja i *Boston Globea* povećao se za 100%, a na stranicama *New York Timesa* i *Washington Posta* za 60%.<sup>34</sup>

Živimo, znači, u visoko digitaliziranom društvu, a taj stupanj digitaliziranosti samo se pojačao otkako smo ušli u pandemijsko doba, pogotovo na njenom samom početku kada su mnoge države vrlo naglo uvele karantenu i kada su mnogim građanima, jednostavno rečeno, mediji ostali praktički jedina stabilna poveznica s vanjskim svijetom. Jedna od posljedica toga je upravo to da se tiskane novine i časopisi čitaju u rekordno malim količinama, a njihove digitalne varijante na internetu raširenije su nego ikada. Upravo je način na konzumiramo vijesti manifestacija šire tehnološke revolucije koja je obilježila drugu polovicu dvadesetog stoljeća, prvo razvojem suvremenog računalnog hardvera kroz 1970-e i 1980-e godine, a nakon toga i neizbježnim umrežavanjem u globalnu mrežu koju danas zovemo internetom.

Tehnološke revolucije, pogotovo one koje su masovne poput ove, neizbježno ostavljaju dubok trag i na kulturnu razinu nekog društva, kako piše Jurij Lotman.<sup>35</sup> Još 1980-ih, osvrćući se na brz razvoj tehnologije koji obilježava naše doba, on uspoređuje računalni razvoj s ranijim radikalnim izmjenama ljudskog načina života uslijed razvoja tehnologije kao što su neolitička revolucija, izum pisanja, izum tiskarskog stroja i „revolucija u znanosti i tehnologiji kojoj svjedočimo danas. Promjene koje su se dogodile u tim periodima imale su toliko širok utjecaj da je nemoguće navesti bar jedan aspekt ljudske povijesti na koji one nisu imale veliki utjecaj“. Velike tehnološke revolucije, nadalje, „neizbježno dolaze zajedno sa semiotičkim revolucijama, koje čvrsto mijenjaju cijeli sustav društveno-kulturne semioze“.<sup>36</sup> Lotmanova teza o neizbježnosti razdvajanja kulture i tehnološkog napretka iznimno je bitna *a propos* informacijske klime u kojoj se danas nalazimo. Najšire gledano, kao dionici u digitalnom svijetu, na dnevnoj bazi ljudi diljem svijeta upijaju više informacija nego su u pred-digitalnom dobu upijali u čitavima tjednima i mjesecima, ali isto tako se izmijenio i način na koji se

---

<sup>33</sup> Watson, Amy. „Coronavirus Impact: Global in-Home Media Consumption by Country 2020.“. *Statista*. [www.statista.com/statistics/1106498/home-media-consumption-coronavirus-worldwide-by-country/](https://www.statista.com/statistics/1106498/home-media-consumption-coronavirus-worldwide-by-country/) (28.6.2021.).

<sup>34</sup> Koeze, Ella, i Nathaniel Popper. „The Virus Changed the Way We Internet“. *The New York Times*, *The New York Times*. [www.nytimes.com/interactive/2020/04/07/technology/coronavirus-internet-use.html](https://www.nytimes.com/interactive/2020/04/07/technology/coronavirus-internet-use.html) (28.6.2021.).

<sup>35</sup> Lotman, Juri. „Technological Progress as a Culturological Problem“. U *Juri Lotman - Culture, Memory and History: Essays in Cultural Semiotics*, uredio Marek Tamm, 201-223. London: Palgrave Macmillan, 2019., 202.

<sup>36</sup> *Ibid.*, 217.



informacije prezentiraju potrošačima,<sup>37</sup> pa tako na internetu sve više i više svjedočimo odbacivanju tekstualnih informacija i vijesti i prigrljenju multimedijalnih, audiovizualnih oblika. Informacije koje se šire društvenim mrežama rijetko kada su samo tekst, a puno češće se radi cijeloj lepezi slika, video uradaka različitih formata i namjena, zvučnih sadržaja, interaktivnih sadržaja poput upitnika, sustava komentiranja i *lajkanja*, *meme*-ova, GIF-animacija, i tako dalje. Slična je situacija, premda ipak u nešto blažem obliku, i s novinskim portalima. I kod njih se javlja problem toga što „podliježu zakonima tržišta“, kako navodi Daniela Jurčić,<sup>38</sup> što za sobom povlači i sadržajne promjene, pa će stoga korisnika koji pristupi naslovnoj stranici portala neke velike publikacije kao što je *Jutarnji list* ili *24sata* dočekati više slika i primitivnih animacija nego teksta. Naravno, vizualnost nije specifičnost digitalnih medija nego se javlja i kod tiskanih izdanja, no tamo je razina do koje se izvjestitelji oslanjaju na slike ipak limitirana čistim nedostatkom prostora na papiru, pa čitatelj umjesto cijele galerije



Slika 3 Naslovnica prvog broja *Jutarnjeg lista*, 28. veljače 1912.  
 Izvor: <https://bit.ly/3w2Yd03> (28.6.2021.).



Slika 2 Naslovna stranica internetskog portala *Jutarnjeg lista*, 17. lipnja 2021. Za primijetiti je očigledan utjecaj vizualne kulture 21. stoljeća, pogotovo u usporedbi s nekadašnjim izgledom novina (vidi prethodnu sliku).

Izvor: <https://www.jutarnji.hr/> (28.6.2021.).

<sup>37</sup> O tome da se u ovom kontekstu može, pa čak i treba govoriti o „potrošačima“ a ne samo „primateljima“ informacija ne bi trebalo biti previše dvojbe. To pogotovo vrijedi kada su u pitanju zapadne zemlje poput Sjedinjenih Država i Velike Britanije, u kojima razvoj neoliberalizma, kao i razvitak postindustrijskog društva od 1980-ih nadalje vrše veliki utjecaj i na informacijsku industriju. Za raspravu o medijima takvog tipa, vidi: Schiller, Dan. *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. Cambridge, London: The MIT Press, 1999.

<sup>38</sup> Jurčić, Daniela. „Teorijske postavke o medijima–definicije, funkcije i utjecaj“. *Mostariensia-časopis za društvene i humanističke znanosti* 21, br. 1 (2017): 133.

slika dobije jednu ili dvije najrelevantnije slike. Zbog toga je i pomak prema vizualnosti tiskanih vijesti koji je obilježio 20. stoljeće (vidi Slike 2 i 3) ipak puno blaži nego pomak prema digitalnim vizualnim vijestima. Nadasve, papir ne može prenijeti pokretnu sliku i zvuk, niti može sadržavati poveznice na daljnje sadržaje (odnosno, tiskovine nisu hipertekstualne poput interneta).

O kulturnom utjecaju masovnih medija naširoko se piše već desetljećima, bile to postmodernističke rasprave o medijskom zaokretu ka vizualnom, poput Baudrillardove ideje o „simulakrumu“ ili Debordovog „društva spektakla“, ili pak Chomskyjeve kritike masovnih medija kao sredstava političke i društvene propagande, pogotovo kada su u pitanju američke vojne intervencije u svijetu (Vijetnam, Irak, itd.). No bez obzira na takav pristup problemu suvremenih medija, multimedijalnost novinskih sadržaja koju je omogućila suvremena tehnologija ima i ozbiljne posljedice u vidu čiste komunikacijske teorije.

Točnije, kroz multimedijske sadržaje koji se šire internetom do velikog izražaja dolazi tzv. Teorija bogatstva medija (*Media Richness Theory*), koju su prvi uveli Daft i Lengel<sup>39</sup> još 1986. godine, no za koju se čini da se tek danas utjelovljuje u potpunosti. Teorija, naime, polazi od postavke da je svim medijima osnovna zadaća da prenose informacije od izvora do odredišta, odnosno da uspostave komunikaciju između njih, a shodno tome i informiranost onoga tko prima informacije. Sposobnost nekog medija da čini to na uspješan način Daft i Lengel mjere kao „bogatstvo“ medija: bogati mediji biti će vrlo sposobni prenijeti krajnjem korisniku srž značenja neke informacije, dok manje bogati mediji tu zadaću obavljaju lošije, tj. u njima se povećava dvosmislenost informacija koje stižu na odredište. Riječima autora, mediji „se uvelike razlikuju po svojoj sposobnosti da prenose informacije. Kao što fizičke karakteristike nekog vodovoda ograničavaju količinu tekućine koja će kroz njega moći proći, tako i fizičke karakteristike nekog medija ograničavaju vrstu i količinu informacija koju on može prenijeti“.<sup>40</sup> Tri su glavne varijable, nastavljaju, prema kojima se mjeri bogatstvo nekog medija: (a) sposobnost da se u isto vrijeme prenosi više informacijskih signala; (b) sposobnost da se povratna informacija (*feedback*) pruži brzo; te (c) sposobnost da se uspostavi osobni kontakt između strana koje komuniciraju.<sup>41</sup> Na primjer, komunikacija licem u lice je najraznovrsnija, najefikasnija u davanju povratne informacije, i najosobnija, pa zato i najbogatija. Kada dvije

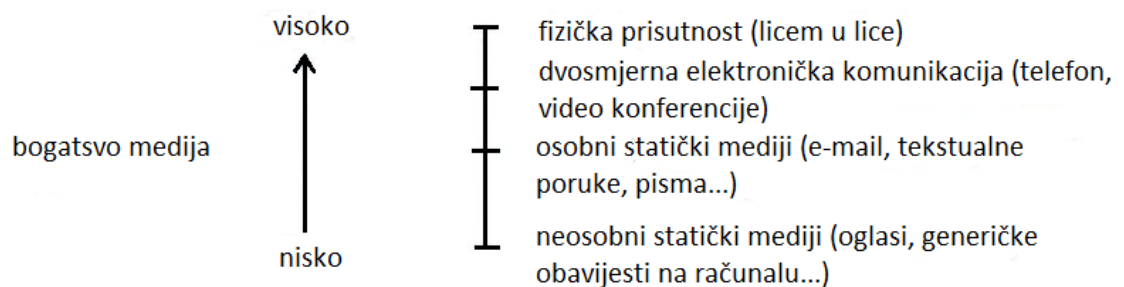
---

<sup>39</sup> Daft, Richard L, i Robert H Lengel. „Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design“. *Management Science* 32, br. 5 (1986): 554-571.

<sup>40</sup> Daft, Richard L, i Robert H Lengel. „The Selection of Communication Media as an Executive Skill“. *Academy of Management Perspectives* 2, br. 3 (1988): 226.

<sup>41</sup> Ibid.

osobe komuniciraju izravno, informacija se prenosi izravnim govorom, ali i mimikom, gestama, intonacijom, dijalektom, raznim nekontroliranim fizičkim faktorima (npr. osoba koja laže gleda u pod, osoba kojoj je neugodno se zarumeni) itd. Komunikacijom kroz neki medij, npr. putem tekstualnih poruka, veliki dio informacija koje bi inače primili razgovorom uživo se gubi, pa je to i manje bogat medij. Jednosmjerna komunikacija još je manje bogata, no opet hijerarhijski posložena na svoj način: video uradci na servisu kao što je *YouTube* opet su puno bogatiji od običnog tekstualnog novinskog članka.



Slika 4 Bogatstvo medija.

Izvor: Daft i Lengel, „The Selection of Communication Media as an Executive Skill“.

Internet, naravno, zbog njegove prirode ne možemo smatrati jednim, konačnim, monolitnim 'medijem'; on pruža cijeli spektar sadržaja koji, ako uzmemo u obzir navedenu teoriju, mogu biti više ili manje efikasni u prenošenju informacija i utjecanju na promjenu mišljenja primatelja u vezi s nekom tematikom. Kada se u novinskom članku pojavi samo tekst, koliko god bio napisan na inventivan i angažirajući način, njegov utjecaj na intelektualno i emocionalno stanje čitatelja je ograničen. S druge strane, ako se u članku pojave i galerija slika, video zapis (ili, još bolje, prijenos uživo), nekakva anketa o mišljenju građana, te na kraju i sekcija s komentarima ispod članka gdje se može razviti diskusija i gdje novine prestaju biti jednosmjerni kanal komunikacije—u tom slučaju radi se o vrlo 'bogatom' medijskom sadržaju. A to je, u konačnici, plodno tlo za širenje lažnih vijesti, koje u takvim medijskim okolnostima privlače više pažnje, izgledaju uvjerljivije i čine veću štetu.

No bilo bi pogrešno reći da su suvremeni mediji i način na koji se danas šire vijesti inherentno lošiji nego u ranijim vremenima. Mogućnosti koje pružaju internet i komunikacijsko 'bogatstvo' koje dominira današnjim medijima svakako u isto vrijeme za sobom povlače i prednosti i mane. Jurčić,<sup>42</sup> na primjer, naglašava kako je internetska era

<sup>42</sup> Jurčić, 133.

doprinijela demokratizaciji i individualizaciji medija, a povećani su i broj mogućih načina komuniciranja te brzina protoka informacija. S druge strane, sve se češće javlja medijska manipulacija zbog karakteristika suvremenih medija kao što su sljedeće:

- „kraće teme su traženije, lakše ih je prenijeti nego dublje i složenije informacije
- površnost je lakša od dubine sadržaja
- bizarno privlači više pozornosti od uobičajenog
- preko medija šalju se poruke o potrošnji kao primarnoj ljudskoj potrebi<sup>43</sup>

Prema tome, proces komuniciranja informacija i vijesti sam po sebi nije loš, kao ni tehnologija koja se koristi u tu svrhu, ali ima potencijal da se iskoristi na loš način. Lažne vijesti, kao oblik štetnih informacija, dopiru do građana samo zato jer iza njih stoji netko tko je raširio takvu vijest iz bilo kojeg od širokog broja mogućih razloga, ali i cijela masa pojedinaca koji su tu vijest proširili dalje bez da su provjerili njenu točnost. Lažna vijest, treba se podsjetiti, ne nastaje samo pukom željom da se narod dezinformira, već i manjkom brige za to da se informira točno. Takav je proces puno ekstremniji i opasniji u suvremenom medijskom okolišu u kojem dominira konzumacija 'bogatih' audiovizualnih i interaktivnih sadržaja, u kojem se temama pristupa površno, i u kojem se iza svake priče traži senzacionalistička naslovnica.<sup>44</sup>

Nameće se pitanje gdje u toj paradigmi stoji novinar kao pojedinac. U idealnom slučaju, to bi trebala biti osoba s određenom dozom profesionalnog i moralnog integriteta, osoba koja će izvještavati činjenice točno, nepristrano i objektivno,<sup>45</sup> osim ako se radi o tipu sadržaja gdje se to ne očekuje, npr. o nekoj kolumni, komentaru, i sl. Glavni je problem to što novinarstvo nužno ne funkcionira tako, a profesionalnost često zamjenjuju neki drugi imperativi, najčešće tržišni, i s vremenom u ozbiljnim medijima, ili bar onima koji se predstavljaju kao takvi, počinje prevladavati misao da kvaliteta sadržaja nije bitna dok god se on stvara u dovoljno velikim količinama i dok god ima korisnika koji su voljni kliknuti na njega. Tako, pišu Labaš i Grmuša, vrijeme „u kojem su ljudi govorili da je nešto točno zato što su to čuli u medijima

---

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> Senzacionalizam, objašnjava Majstorović, javlja se prvi put u SAD-u u zadnjem desetljeću 19. stoljeća u redakcijama medijskih magnata Josepha Pulitzerera i Williama Randolpha Hearsta, no razvija se značajnije tek 1920-ih godina pojavom tabloida i uvođenjem slikovnih sadržaja u novine, a upravo se zbog njega i uvode razni novinarski kodeksi, pravilnici i sl. Vizualnost, dakle, igra veliku ulogu u senzacionalizmu, i lako je pretpostaviti da je on danas još samo uvriježeniji nego prije. Vidi: Majstorović, 19.

<sup>45</sup> Danijel Labaš i Tanja Grmuša doduše ističu kako je stopostotna objektivnost ideal kojem treba stremiti, ali koji nije moguće ikada u potpunosti doseći; trebamo biti „svjesni da je savršenstvo u tom pogledu nemoguće postići“. Vidi: Labaš, Danijel, i Tanja Grmuša. „Istinitost i subjektivnost u informaciji i društveno štetne komunikacijske forme“. *Kroatologija* 2, br. 2 (2011): 91.

odavno je iza nas. Mediji su izgubili vjerodostojnost, ali i povjerenje svoje publike, o čemu svjedoče i istraživanja o povjerenju građana u društvene institucije u kojima su mediji obično na začelju ljestvice. Iako je istina najvažnija karakteristika vijesti za većinu novinara i recipijenta njihovih poruka, praksa pokazuje posve drugačije. Naime, sve više novinarskih radova temelji se na senzacionalizmu, poluprovjerenim informacijama i neistinama što je posljedica površnoga rada, neznanja i neprofesionalizma<sup>.46</sup> Također, Labaš i Grmuša navode i promjene u *Kodeksu časti hrvatskih novinara* koje se očituju ulaskom u 21. stoljeće. Značajno, stari *Kodeks* iz 1993. godine ozbiljno naglašava kaznenu i moralnu odgovornost koju hrvatski novinari snose izvještavajući o događajima, kao i bitnost navođenja izvora informacija kada god je to moguće. Novi *Kodeks*, koji je usvojen 2009. godine na 50. skupštini Hrvatskog novinarskog društva, „nema tako jasno definiranu odredbu o donošenju istinitih informacija“<sup>.47</sup> To ne znači da se širenje lažnih vijesti ikako potiče, ali očito je da se danas ipak ostavlja nešto više prostora za pogrešku i da profesionalne sankcije više nisu prijetnja novinarima koja su ranije bila. Na posljatku, važno je spomenuti i „odmak od prosječnoga“ koji je postao važan u novinarskom izvještavanju zadnjih godina, uslijed kojeg se novinski članci sve više udaljavaju od šturog, minimalističkog navođenja činjenica i sve više približavaju bogatijem stilu punom „literarnih tehnika poput opisivanja, fabulizacije, korištenja stilskih figura [...], stereotipiziranja i drugoga“<sup>.48</sup> Na taj način, izgradnjom cijelih narativa iz fragmenata vijesti, čitatelju se pokušavaju što vjernije dočarati okolnosti koje su dovele do nekog događaja. Problem, kao i s oslanjanjem na vizualnost, je taj što takav stil olakšava zanemarivanje činjenica i uvjeravanje čitatelja u stvari koje nisu istina—dakle uvjeravanje u istinitost lažnih vijesti. Vijesti koje su pisane šaroliko vrve „društveno štetnim komunikacijskim formama“<sup>.49</sup> a koje su temelj na kojoj je izgrađena era post-istine. No pitanje je i dalje zašto bi građani, recipijenti informacija, samo tako prihvatili laži i neistine, iako na raspolaganju imaju pun internet dokaza koji redovno opovrgavaju iste.

---

<sup>46</sup> Ibid., 89.

<sup>47</sup> Ibid., 88.

<sup>48</sup> Ibid., 97.

<sup>49</sup> Ibid., 98.

#### 4. Era post-istine: psihološki, društveni i tehnološki čimbenici

Uzevši u obzir štetne tipove informacija koji se javljaju na internetu kao što su lažne vijesti, dezinformacije, krive informacije, alternativne činjenice, propagandni sadržaji itd., dolazi se do potrebe da se ispita njihov kumulativni društveni utjecaj, ali i razlozi zbog kojih uopće dolazi do njihove proliferacije. Današnju eru, u kojoj se takvi tipovi informacija nekontrolirano šire više nego ikada prije, možemo opisati kao eru post-istine, što je svojevrsan krovni termin koji obuhvaća cijeli niz štetnih informacijskih fenomena.<sup>50</sup> To je era „u kojoj je sve veća vjerojatnost da publika povjeruje u informacije koje se poklapaju s njihovim emocijama i osobnim uvjerenjima, umjesto da oni traže i prihvaćaju informacije koje se smatraju istinitim i objektivnim“.<sup>51</sup> Kao što sam prefiks „post-“ označava, radi se o stanju u kojem smo kao globalno društvo, ili bar određeni njegovi dijelovi, na određen način nadišli istinu kao pojam, ostavili njenu robusnost u prošlosti i otvorili vrata činjeničnoj višestrukosti. Odnos javnosti prema činjenicama radikalno je na taj način promijenjen, a javni konsenzus oko činjenica, nerijetko onih političkog tipa, zamjenjuje opća klima „nepovjerenja prema stručnjacima/ekspertima, čija su mišljenja utemeljena na činjenicama i obrazloženja percipirani kao nepouzdana, dok mjerilo procjene postaju vlastito iskustvo, dojmovi i emocije“.<sup>52</sup> Oslonac post-istine su pojedinac i njegovo mišljenje dovedeno do te krajnosti da on zanemaruje bilo što što bi moglo narušiti to mišljenje. Takvo psihološko i informacijsko uređenje Liesbet van Zoonen prikladno naziva ja-pisetemologijom (*I-pistemology*).<sup>53</sup>

Razlozi za nastanak ere post-istine mnogostruki su, no ipak se daju svesti na nekoliko bitnijih točaka. Najjednostavniji i najznačajniji faktor je svakako to što se informacije ne nalaze u vakuumu, već način na koji se one formiraju, šire i interpretiraju od strane primatelja uvijek nužno ovisi o kontekstu, koji može biti interni i eksterni.<sup>54</sup> S jedne strane, postoji cijeli niz psiholoških i emotivnih motivacija koji utječu na interakciju s informacijama, odnosno na procese traženja informacija, odabiranja informacija, izbjegavanja određenih informacija, kao i samog korištenja informacija, a sve su to dijelovi šireg „kontinuumu informacijskog ponašanja“, kako ga zove Nicole A. Cooke.<sup>55</sup> S druge strane, na protok informacija utječu i

---

<sup>50</sup> Špiranec, Sonja. „Knjižnice u dobu post-istine: etičke i epistemološke dileme“. U *Slobodan pristup informacijama: 18. okrugi stol: zbornik radova*, uredile Davorka Pšenica i Annemari Štimac, 35-47. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2018., 36.

<sup>51</sup> Cooke, 2.

<sup>52</sup> Špiranec, 37.

<sup>53</sup> Van Zoonen, Liesbet. „I-Pistemology: Changing truth claims in popular and political culture“. *European Journal of Communication* 27, br. 1 (2012): 56-67.

<sup>54</sup> Cooke, 5.

<sup>55</sup> Ibid.

poslovni, financijski, politički te tehnološki čimbenici, pa tako dok neka vijest dođe od autora/pošiljatelja do primatelja kojem ona može i ne mora biti namijenjena, vijest ujedno prođe i veliki niz filtara.

To, recimo, ističe i Knud Illeris, koji unutar teorije učenja (*learning theory*) postavlja tri dimenzije upijanja novih informacija: kognitivna, emocionalna (ili psihodinamička), te društvena dimenzija—gdje se prve dvije smatraju „internima“, a potonja „eksternom“.<sup>56</sup> Kognitivna dimenzija podrazumijeva učenje „sadržaja“, koje pak možemo razdijeliti na znanje i vještine, i upijanjem kojih osoba koja uči počinje određenu tematiku shvaćati na novi, dublji način ili time dobiva sposobnost da izvršava neku radnju. (U kontekstu informacijskih znanosti, ako sagledamo tradicionalnu DIKW-piramidu, ovo je dimenzija kroz koju se iz sakupljenih informacija formira znanje, pa s vremenom i mudrost.) Emocionalna dimenzija uključuje „mentalnu energiju, osjećaje i motivacije“, a krajnja joj je zadaća da osigura „mentalni balans“ učenika. Jednostavnije rečeno, kroz emotivnu dimenziju zadovoljavaju se osnovne ljudske emocionalne potrebe i ispunjava se osjećaj zadovoljstva i užitka. Na kraju, društvena dimenzija učenja odnosi se na društvene interakcije poput „participacije, komunikacije i kooperacije“, te naglašava da su ljudi uvijek bića na neki način integrirana u veće zajednice i društvo u cjelini, a proces učenja neizbježno se odigrava kroz neki oblik dijaloga s drugim članovima zajednice, bilo to direktno ili indirektno. Sve tri dimenzije, nastavlja Illeris, uvijek djeluju zajedno i neodvojivo jedna od druge; to je trovalentni sustav u kojem promjena uvjeta u jednom njegovom članu uvijek nosi posljedice i na ostala dva. No treba i napomenuti da je prvim dvama dimenzijama, kognitivnoj i emotivnoj, dana svojevrsna prednost nad društvenom dimenzijom kada je u pitanju proces učenja: mi jesmo dionici u našim zajednicama koje služe kao mehanizam selekcije informacija, ali posljednja barijera, ona psihološka, i dalje je glavni filter kroz koji informacija mora proći da bi ju primili, shvatili, internalizirali i prihvatili.<sup>57</sup>

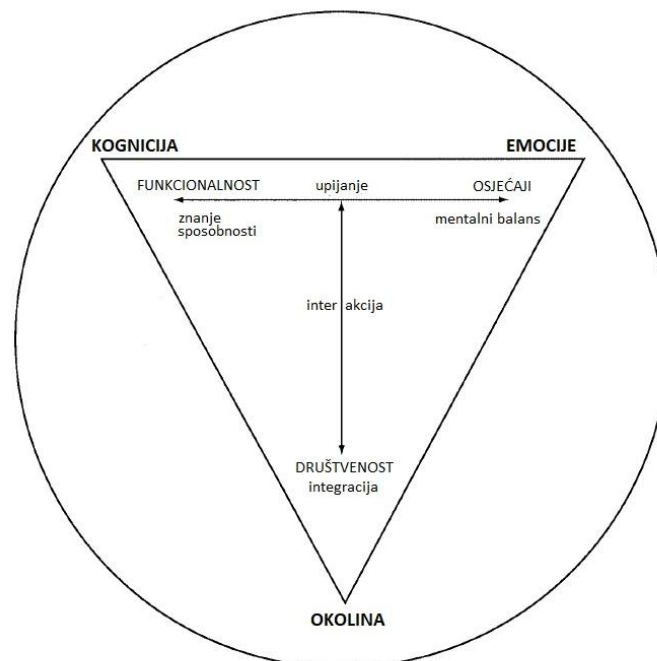
Navedene dimenzije svakako su relevantne i u kontekstu lažnih vijesti i post-istine. U suočavanju s lažnim vijestima, prva prepreka nalazi se na eksternoj razini, tj. u sklopu društvene dimenzije, jer konstantna izloženost lažnim vijestima umjesto točnim vijestima je u prvom redu ono što vodi u zabludu. Na primjer, kada su u pitanju medicinske lažne vijesti, svakako postoji određena odgovornost od strane medicinske struke da javno djeluje, da vodi medijske kampanje, da koristi nove i stare komunikacijske kanale i raširi točne i konkretne

---

<sup>56</sup> Illeris, Knud. „Towards a contemporary and comprehensive theory of learning“. *International Journal of Lifelong Education* 22, br. 4 (2003): 398-399.

<sup>57</sup> Ibid, 399-400.

informacije, i slično. No o uspjehu takvog pothvata odlučuju i drugi društveni faktori, poput političkog sustava u kojem se informira i uči o nečem (pitanje cenzure), financijskih resursa ljudi koji žele proširiti neku informaciju, zakonodavnog sustava koji može ili ne mora kažnjavati širenje opasnih informacija (gdje se nedvojbeno javljaju pitanja slobode govora), kompanija koje stoje iza društvenih mreža koje mogu ili ne moraju aktivno pomagati u suzbijanju lažnih vijesti, kvalitete obrazovnog sustava koji je ili nije pripremio djecu već u ranoj dobi na suočavanje s neistinama i na vlastito istraživanje, itd. Krajnje gledano, tu je i bliža okolina osobe (obitelj, prijatelji, kolege na poslu) u kojoj ona konstantno provodi vrijeme i koja također djeluje kao vlastiti izvor krivih ili točnih informiranja, neovisno od medija i interneta. Dakle, cijeli niz društvenih okolnosti utječe na to hoće li do krajnjeg korisnika doći neka točna informacija ili neće.



Slika 5 Dimenzije učenja: kognitivna, emotivna i društvena dimenzija

Izvor: Illeris, 400.

No ipak, na neki način puno veći problem dolazi na drugoj, internoj razini, na kojoj djeluju afektivna i kognitivna dimenzija. U potrazi za informacijama, često se traži i neki oblik emocionalnog zadovoljstva kojim treba rezultirati proces učenja i tako uspostaviti spomenuti „mentalni balans“, ali je tu i urođen psihološki mehanizam odbacivanja informacija koje se ne slažu s već postojećim uvjerenjima.<sup>58</sup> Drugim riječima, jednom kada osoba uspostavi vlastiti sustav znanja i mišljenja unutar nekog tematskog područja, i kada se nakon toga suoči s

<sup>58</sup> Ibid., 403.



vanjskim informacijskim utjecajima unutar istog područja, aktiviraju se ranija shvaćanja zadanog problema i ako se nova saznanja ne poklapaju s njima, ona će se ili odbaciti ili izmijeniti dovoljno da se uklope u prethodno znanje. Naravno, ne samo da se kroz takav mehanizam ne uči novo znanje, već se dodatno potvrđuje i učvršćuje staro.<sup>59</sup>

Uz to, ne samo da korisnici neće prihvatiti nove informacije, nego će gotovo uvijek tražiti i selektirati informacije kroz ranije postavljeni epistemološki okvir, odnosno aktivno će tražiti potvrdu za ranije uvriježena mišljenja i znanje. U literaturi se tako javljaju termini kao što su motivirano rasuđivanje (*motivated reasoning*) i potvrda pristranosti (*confirmation bias*), koji upućuju na dugotrajni utjecaj štetnih i krivih informacija samim time što formiraju svjetonazor koji će se u svim budućim pokušajima ispravljanja ojačati.<sup>60</sup> U pokušajima smanjenja utjecaja lažnih vijesti, kako navodi Sullivan,<sup>61</sup> velika je greška pretpostaviti da kod osobe postoji informacijski deficit, odnosno „praznina“ koju jednostavno treba „popuniti“ kvalitetnim informacijama, i čime se korigira učinak lažnih vijesti na individualnoj razini, a potencijalno i šire (jer osoba koja zna istinu o nečemu, pretpostavlja se, širiti će tu istinu dalje). Naprotiv, „praznina“ je već odavno popunjena krivim informacijama, dezinformacijama, lažnim vijestima i 'alternativnim činjenicama', i potrebni su veliki naponi da bi se one zamijenile točnim informacijama.

Pri tome ne pomaže niti način na koji funkcionira suvremena tehnologija. Primaran problem na tom području danas su algoritmi (u sklopu društvenih mreža, tražilica, itd.) koji strukturiraju informacije koje dolaze do korisnika na internetu tako što uzimaju u obzir ranije iskazane korisničke interese, zbog čega se formiraju tzv. „informacijski baloni“ (*filter bubble*). Uz prethodne psihološke predispozicije za selektivno izlaganje informacijama, informacijski balon u kojem se nalazimo još dodatno na tehnološkoj razini korisniku onemogućuje da dođe u kontakt s informacijama koje se radikalno razlikuju od njegova mentalnog okvira.<sup>62</sup> Način na koji sve suvremene društvene mreže funkcioniraju, nadasve, je taj da korisnici sami odlučuju iz kojih izvora žele vidjeti objave, npr. korisnik *Facebooka* može odlučiti pratiti objave *Guardiana*, ali ne i *New York Timesa*, pa je i perspektiva koju odlučuju imati na novosti potencijalno ograničena. Problem je upravo to što je uopće potrebno raspravljati o medijskoj 'perspektivi' i što je sadržaj vijesti heterogen i fragmentiran koliko i publikacije koje ga

---

<sup>59</sup> Ibid.

<sup>60</sup> Špiranec, 40.

<sup>61</sup> Sullivan, M. Connor. „Why Librarians Can't Fight Fake News“. *Journal of Librarianship and Information Science* 51, br. 4 (2019): 1146-1156.

<sup>62</sup> Cooke, 8.

objavljaju, te što izbor publikacije u krajnjem slučaju označava izbor tipa i kvalitete vijesti koje će do korisnika doći. Uz to, jedan dio sadržaja na društvenim mrežama dolazi do korisnika i čisto algoritamski, bile to samo reklame ili stvarni sadržaj za koji algoritam smatra da bi se nekom korisniku svidio, a u tom slučaju mu se nudi opcija da označi one dijelove koji mu nisu po volji (npr. *YouTube* za svaki video nudi gumb 'Nisam zainteresiran/a', a za svaki kanal gumb 'Ne pokazuj mi više ovaj kanal'), čime dodatno dolazi do filtracije. Zaključak je taj da „takve visoke razine personalizacije i slavljenje heterogenosti, pogotovo u *online* prostorima, nude savršen nenadziran okoliš u kojem se lažne vijesti mogu rađati i širiti“.<sup>63</sup>

Tu su i dakako drugi problemi s internetskim protokom informacija koji nisu izravno vezani za širenje lažnih vijesti, ali koji postavljaju uvjete u kojima se ono događa. Recimo, valja zamijetiti opterećenost čistom količinom informacija s kojom se internetski korisnici svaki dan susreću (tzv. *information overload*), zbog čega se sadržaji, bile to vijesti ili nešto drugo, konzumiraju vrlo površno, čemu i svjedoči općeprihvaćena kratica u internetskoj komunikaciji TL;DR – *Too Long; Didn't Read* (predug tekst, nisam pročitao/la).<sup>64</sup> S time je naravno povezan i faktor instantnog zadovoljavanja informacijske potrebe korisnika, posebno relevantan na društvenim mrežama, gdje se pokušava što više sadržaja upiti u čim kraćem roku bez da se u bilo koji njegov dio dubinski ulazi i detaljnije istražuje.<sup>65</sup> To, još jednom, potvrđuju statistike iz Pew Research Centra koje kažu da se korisnici koji pristupaju vijestima putem *Facebooka* na stranici neke vijesti zadržavaju u prosjeku 1 minutu i 47 sekundi, u odnosu na korisnike koji pristupaju vijestima direktnim odlaskom na web-mjesta publikacija i koji se zadrže na pojedinom članku 4 minute i 36 sekundi.<sup>66</sup> Sve je bitnije i uzimati u obzir i obavještajnu deintermedijaciju, prema kojoj vijesti do korisnika sve rjeđe dolaze kroz tradicionalne medijske kanale (publikacije, TV kuće...), a sve češće direktno od amaterskih izvjestitelja putem društvenih mreža.<sup>67</sup> Time se otvaraju mogućnosti izbjegavanja cenzure i progovaranja o temama o kojima *mainstream* mediji možda ne mogu ili ne žele izvještavati, no otvara se i puno veći potencijal za širenje lažnih vijesti, jer međukorak provjere izvora u takvim reportažama obično ne postoji, a ne postoji niti strukovna odgovornost kao kod profesionalnih novinara, kakva god ona bila.

---

<sup>63</sup> Ibid., 13.

<sup>64</sup> Ibid., 8.

<sup>65</sup> Zanimljiva je činjenica, na primjer, da *YouTube* nudi opcije gledanja nekog video uratka u brzini 1,25, 1,5, 1,75 i 2 puta bržoj od standardne, što mnogi aktivno koriste.

<sup>66</sup> Anderson, Monica, i Andrea Caumont. „How Social Media Is Reshaping News“. *Pew Research Center*. Pew Research Center, 24.9.2014. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/09/24/how-social-media-is-reshaping-news/> (3.7.2021.).

<sup>67</sup> Cooke, 13.

## 5. Lažne vijesti i COVID-19: studije slučaja

### 5.1. Metodologija

Imajući na umu razvitak ere post-istine i sve veću proliferaciju lažnih vijest posljednjih nekoliko godina, logično je i očekivano da je pojavom pandemije novog koronavirusa došlo i do naglog porasta lažnih vijesti o istom, pogotovo s obzirom da se one najčešće javljaju oko kontroverznih društvenih tema. Kao što su 2016. godine bili kontroverzni Donald Trump i Brexit, 2020. godine kontroverzna tema bio je COVID-19, pa svjedočimo ubrzanom širenju velikog broja lažnih vijesti, od toga najviše u inicijalnom pandemijskom periodu (proljeće 2020.). Takve vijesti mogu biti iznimno raznolike i varirati od jednostavnih krivih tvrdnji vezanih za virus, preko paramedicinskih i pseudoznanstvenih tretmana protiv virusa, pa sve do opsežnih i sustavno razrađenih teorija zavjere o tobožnjoj svrsi virusa. Nguyen i Datalan-Matamoros<sup>68</sup> nabrajaju neke od učestalijih laži koje se šire internetom:

- Virus je tajni pokušaj globalne elite da smanji broj stanovnika na zemlji
- Virus je kinesko biološko oružje koji će kineskoj vladi omogućiti svjetsku dominaciju
- Virus su pustile u javnost velike farmaceutske kompanije zbog financijskog profita od cjepiva
- Konzumiranje češnjaka, vruće vode, izbjegavanje sladoleda i nošenje maski umočениh u slanu vodu sprječava širenje virusa
- Ispijanje bjelila, klorovog dioksida, koloidnog srebra i urina suzbija virus

Ove i neke druge vijesti su se u jednom trenutku toliko proširile da je Svjetska zdravstvena organizacija pokrenula cijelu medijsku kampanju specifično namijenjenu suzbijanju takvih vijesti, tj. onih koji se dotiču medicinske dimenzije. Kao dio kampanje, WHO održava i cijelu web-stranicu posvećenu „razbijanju mitova“ oko koronavirusa, na kojoj u isto vrijeme i daje konkretne savjete o tome što se *može* učiniti da se spriječi širenje virusa.<sup>69</sup>

Stoga, ono što slijedi je kratka analiza nekoliko češćih lažnih vijesti o novom koronavirusu. Svi primjeri izabrani su arbitrarno, izuzev faktora njihove popularnosti u medijima i na društvenim mrežama. Upraznjena istraživačka strategija je kvalitativna analiza i ona je provedena u ljeto 2021. godine, a radi se o dvije zasebne studije slučaja. Glavni cilj analize je pokazati glavne načine na koje se lažne vijesti o koronavirusu šire medijima, ukazati

---

<sup>68</sup> Nguyen, An, i Daniel Catalan-Matamoros. „Digital Mis/Disinformation and Public Engagement with Health and Science Controversies: Fresh Perspectives from Covid-19“. *Media and Communication* 8, br. 2 (2020): 324.

<sup>69</sup> „COVID-19 Mythbusters“. *World Health Organization*. World Health Organization. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters> (4.7.2021.).

na neka njihova izvorišta, ali i na utjecaj koji one mogu imati na društvo. Poseban naglasak je zato stavljen na medicinske specifičnosti tih lažnih vijesti i medicinsko-društveni kontekst u kojem se one rađaju i šire, premda analiza daje i dobar uvid u širenje lažnih vijesti općenito, tj. nezvezano za ovu tematiku. Pri tome, u analizi se uzimaju u obzir primarno dvije stvari: (1) medij kojim se prenosi vijesti, tj. priroda raznih publikacija, blogova, društvenih mreža i slično, kao i način na koji ti mediji uvjetuju masovno dezinformiranje i krivo informiranje; te (2) sadržaj koji se prenosi, tj. argumenti koje ljudi nude i prenose pri širenju vijesti. Podloga analize u nastavku je, znači, najbolje izražena formulom koju je Harold Lasswell iznio još 1960-ih: „Tko kaže što, kome, putem kojeg kanala, s kakvim efektom?“ (*Who says what to whom via what channel with what effect?*).<sup>70</sup>

## 5.2. Studija slučaja i. „5G mreže šire koronavirus“

To da 5G mreže šire koronavirus samo je jedna od brojnih međusobno povezanih formulacija koje istančavaju ideju o povezanosti 5G tehnologije i koronavirusa. Česte su i informacije o tome da zračenje 5G antena oslabljuje ljudski imunološki sustav i olakšava širenje virusa, da je 5G radijacija zapravo specifičan tip otrova koji „priprema teren“ za koronavirus, da se 5G antene koriste za aktivaciju mikročipova koji se ubrizgavaju u ljudska tijela cjepivom protiv COVID-a, i u najekstremnijoj verziji da je sve to plan ili svjetske financijske elite ili neke vlade (nerijetko kineske) da kontrolira čovječanstvo. To su primjeri koji dosežu razine teorije zavjere, no u jednostavnijoj varijanti širile su se i lažne vijesti o tome kako nije slučajno da su 5G antene prvi puta postavljene u istom gradu od kuda se raširio i koronavirus—u Wuhanu u Kini. (To naravno nije istina, jer 5G antene prije Kine postavljene su i u SAD-u i u Južnoj Koreji, kako navodi Reuters.<sup>71</sup>)

Bez obzira na činjenicu da elektromagnetsko zračenje i virus koji se prenosi respiratornim putem nemaju veze jedno s drugim, što ponavljaju stručnjaci<sup>72</sup> a što u neku ruku i nalaže zdrav razum, korelacija 5G-a i koronavirusa proširila se internetom poput požara, pogotovo na društvenim mrežama—i to u dvije varijante. Prva je u obliku čistih deklarativnih objava kao što su „5G je jedan i jedini Koronavirus! Njegovo zračenje će bez problema ubiti svjetsku populaciju. Razmislite! Zašto se Kina riješila svojih 5G antena? To je razlog zašto oni

---

<sup>70</sup> Majstorović, 32.

<sup>71</sup> Li, Kenneth, i Ju-min Park. „Who Was First to Launch 5G? Depends Who You Ask.“ *Reuters*. Thomson Reuters. <https://www.reuters.com/article/us-telecoms-5g/who-was-first-to-launch-5g-depends-who-you-ask-idUSKCN1RH1V1> (4.7.2021.).

<sup>72</sup> Vidi navedenu stranicu Svjetske zdravstvene organizacije.

više nemaju Korone.“ i „Ljudi moraju otvoriti svoje umove i shvatiti istinu da 5G ubija“.<sup>73</sup> Takve izjave nemaju nikakvo pokriće i ovise isključivo o mišljenjima pojedinca (što je, prisjetimo se, glavno uporište post-istine). Druga varijanta objava na društvenim mrežama je ona koja sadrži poveznice na (lažne) vijesti objavljene na raznim publikacijama koje su inače poznate kao kanali za širenje lažnih vijesti, teorija zavjere, propagande, itd. Kod takvih slučajeva, uloga onoga tko širi takve vijesti ipak je nešto manja jer on u konačnici samo prosljeđuje tobožnje 'dokaze' koje nude 'izvori', pa je potrebno uzeti u obzir i čistu naivnost i manjak informacijske pismenosti te osobe koja je često veliki faktor.

No ako i sadržajno sagledamo 'vijesti' na takvim portalima, zanimljivo je primijetiti nekoliko stvari. Na primjer, već u prvoj rečenici članka „Tajna veza između koronavirusa 5G mreža“ za *State of the Nation*, stranicu poznatu po širenju teorija zavjere, autorica (pod pseudonimom?) izjavljuje: „Ja sam još na početku 2019. predvidjela da će postojati neka poveznica između 5G-a i lažnog virusa, abrakadabra!“<sup>74</sup> Sama zamjenica „ja“ i započinjanje članka korištenjem iste sugeriraju da je cijeli članak opet temeljen dobrim dijelom na vlastitom mišljenju, a 'dokaz' koji slijedi odmah nakon uvodne izjave, onaj o 5G antenama u Wuhanu, evidentno je netočan. Ili, tu je tip vijesti poput one objavljene na stranici *InfoWars*, jednako notornoj po tipu sadržaja koji objavljuje kao i *State of the Nation*, čiji se sadržaj sastoji od velikog naslova „Kako će svi biti pozitivni na COVID-19“, podnaslova „Nedavni znanstveni članak objašnjava kako 5G stvara strukture slične koronavirusu u ljudskim stanicama“,



Slika 6 Članak o koronavirusu na stranici *InfoWars*.

Izvor: <https://www.infowars.com/posts/how-everyone-will-test-positive-for-covid-19/> (4.7.2021.).

<sup>73</sup> Ahmed, Wasim et al. „COVID-19 and the 5G Conspiracy Theory: Social Network Analysis of Twitter Data“. *Journal of Medical Internet Research* 22, br. 5 (2020).

<sup>74</sup> Logical, Annie. „Corona Virus Fakery And The Link To 5G Testing“. *State of the Nation*. <http://stateofthenation.co/?p=6986> (4.7.2021.).

velikom upečatljivom ilustracijom i nekoliko video uradaka objavljenih na servisu *Banned*—na kojem se objavljuju video uradci uklonjeni s konvencionalnih video servisa.<sup>75</sup>

Sadržaj 'članka' koji nema teksta nego samo jedan kratki video uradak je naravno sumnjiv, a oslanjanje na video uradak, kao što je navedeno ranije, se s jedne strane može činiti profesionalnim i legitimnim, dok u isto vrijeme i omogućuje lakšu manipulaciju. U isto vrijeme, ne treba zanemariti niti jedini tekst osim naslova i podnaslova: pompoznu poruku „Ovu ekskluzivnu reportažu treba proširiti internetom!“ (vidi Sliku 6), čime se autori očigledno oslanjaju na moć društvenih mreža i nadaju se da će, nakon što povjeruje sadržaju, neka osoba biti i dovoljno lakovjerna da podijeli to na svojim profilima na društvenim mrežama, što će drugi vidjeti i širiti dalje, i tako sve dok u jednom trenu širenje članka ne prestane, i zamjene ga prazne izjave bez pokrića (prva varijanta objave, vidi gore). Na posljeticu, tu je i poveznica na *InfoWarsStore*, web-trgovinu koja prodaje uglavnom *bodybuilderske* proteine, vitamine i razne druge sumnjive kemikalije, ali i knjige s teorijama zavjere, komade odjeće s američkim pro-republikanskim simbolima (jedan ogranak trgovine zove se „Joe Biden je luzer“), opremu za planinarenje i kampiranje, itd. Motivacija autora stranice *InfoWars* je prema svemu sudeći više financijska nego ideološka, i širenje lažnih vijesti koji se na njoj objavljuju ima vrlo jasnu svrhu.

No da odemo i korak dalje od društvenih medija i članaka na internetskim stranicama i blogovima, video zapis u članku citira znanstveni rad koji potvrđuje povezanost 5G-a i koronavirusa. Taj rad, naslovljen „5G Technology and induction of coronavirus in skin cells“ i objavljen u srpnju 2020., tvrdi da 5G tehnologija kod ljudi ne širi koronavirus, već ga sama stvara, što je znanstvena zajednica ubrzo nakon objave odbacila kao potpuno nesuvislo.<sup>76</sup> Uz to, članak je čisto teoretske prirode i ne sadrži nikakve rezultate istraživanja, podatke ili dokaze, a ubrzo nakon objave je povučen od strane uredništva. Nadalje, sam časopis u kojem je rad objavljen, *Journal of Biological Regulators and Homeostatic Agents*, sumnjive je naravi zbog niza indikatora koje nabraja Elisabeth Bik<sup>77</sup>:

- izdaje ga Biolife, „nezavisni akademski izdavač inovativnog, visokokvalitetnog sadržaja“ (iza časopisa ne stoji nikakva transparentna znanstvena zajednica, poput nekog sveučilišta)

---

<sup>75</sup> „How Everyone Will Test Positive For COVID-19“. *InfoWars*. <https://www.infowars.com/posts/how-everyone-will-test-positive-for-covid-19/> (4.7.2021.).

<sup>76</sup> Bik, Elisabeth. „The Journal of Brouhaha“. *Science Integrity Digest*. Harbers-Bik LLC. <https://scienceintegritydigest.com/2020/08/04/the-journal-of-brouhaha/> (6.7.2021.).

<sup>77</sup> Ibid.

- Onemogućen je pristup brojevima časopisa ili radovima; na internetu verzije u PDF formatu, bile u slobodnom pristupu ili iza platnog zida, ne postoje; pristup radovima moguć je samo slanjem maila uredništvu; dostupni su samo sažeci
- uredništvo časopisa je sumnjivo; neki njegovi članovi su mrtvi; tobožnjim urednicima i recenzentima nisu navedena imena već samo inicijal imena i prezime, a nisu navedene niti institucije iz kojih dolaze; prema svemu sudeći, jedina osoba koja vodi časopis je njegov glavni urednik, što je iznimno neuobičajeno

Ako se i ne radi o kakvom 'predatorskom časopisu' (časopis indeksira baza *PubMed*, što bi trebalo biti pokazatelj kvalitete), očigledno je došlo do velikog propusta u procesu stručnog recenziranja, i bez obzira što je rad kasnije povučen, bio je dovoljan da teoretičarima zavjere da povod za širenje lažnih vijesti. Problematika integriteta procesa objave znanosti ovdje je od sekundarnog interesa, no valja istaknuti da se javni odjek jednog takvog članka itekako osjeti šire no što je to poželjno. S obzirom na način na koji se internetom šire krive informacije o koronavirusu, od jednog ili nekoliko izvora prema sve većim masama, WHO-ov termin 'infodemija' i više je nego prikladan. No vandalizam nad 5G antenama i rušenje istih samo je najnoviji val otpora prema bežičnoj tehnologiji koji postoji još od 1990-ih i koji u doba koronavirusa samo poprima novi oblik,<sup>78</sup> a šteta koja tim putem nastaje samo je materijalna i nije niti toliko raširena koliko se na prvi pogled čini.<sup>79</sup> No pandemijske lažne vijesti mogu, iz istih razloga koji su navedeni ovdje, imati i puno po život opasnije posljedice.

### **5.3. Studija slučaja ii. „Ispijanje metanola (ili drugog alkohola) liječi od koronavirusa“**

Jedan od takvih primjera je i slučaj koji je zatresao Iran u ožujku 2020. kada je otprilike pet stotina ljudi<sup>80</sup> umrlo od ispijanja metanola, koji je za ljude iznimno otrovan—u manjim količinama (do deset mililitara) osljepljuje uništenjem optičkog živca, a većim količinama (tridesetak mililitara i više) uzrokuje smrt. Uz masovnu smrt koju je izazvao incident, neslužbene brojke sugeriraju da je kroz ožujak više od 2500 ljudi iz istog razloga potražilo

---

<sup>78</sup> Ahmed, Wasim, et. al. „Four experts investigate how the 5G coronavirus conspiracy theory began“. *The Conversation*. <https://theconversation.com/four-experts-investigate-how-the-5g-coronavirus-conspiracy-theory-began-139137> (6.7.2021.).

<sup>79</sup> Jedno istraživanje koje gleda korelaciju 5G-a i koronavirusa u objavama na *Twitteru* ipak pokazuje da većina objava u kojima se ta dva pojma javljaju zajedno ima svrhu opovrgnuti teorije zavjere i lažne vijesti. Vidi: Ahmed et al. „COVID-19 and the 5G Conspiracy Theory: Social Network Analysis of Twitter Data“.

<sup>80</sup> Zbog nedostatka službenih iranskih statistika, različiti izvori navode različite neslužbene brojke, najčešće negdje između 300 i 500 ljudi.



medicinsku pomoć, od kojih je oko tisuću bilo hospitalizirano, a da je nešto više od 50 ljudi oslijepilo.<sup>81</sup>

Naime, u Iranu su prodavanje i konzumacija alkoholnih pića zakonom strogo zabranjeni iz religijskih razloga za većinu populacije (izuzetak su kršćanska i židovska manjina), i jedina dostupna alkoholna pića su ona s crnog tržišta. Proizvođači i prodavatelji tih pića, doduše, u njih ponekad miješaju i metanol, koji je kao industrijski tip alkohola legalan za prodaju. Zakon inače nalaže da se metanol prije prodaje miješa s bojom da bi se razlikovao od drugih, uglavnom bezopasnih tipova alkohola poput etanola, no proizvođači ilegalnih pića taj problem zaobilaze umješavanjem bjelila (klora) koje ukloni boju, čime dobivena supstanca postane još opasnija.<sup>82</sup> Na to da je bjelilo štetna supstanca ispijanje koje neće izliječiti od koronavirusa upozorava i WHO na svojoj stranici o COVID-mitovima, a u paru s metanolom opasnost od trajne štete u organizmu ili smrti samo je samo još veća.

Na samom početku korona-krize, iranskim profilima na društvenim mrežama proširila se lažna vijest da ispijanje alkohola, pogotovo visokopostotnog, ubija molekule koronavirusa u tijelu te 'dezinficira' usnu šupljinu, grlo i iznutrice. Odakle je vijest prvotno krenula nepoznato je, no brzo šireći val informacija oslanjao se uglavnom na reportažu britanskog tabloida *The Sun*, u kojem je objavljeno 3. veljače da je dvadesetpetogodišnji nastavnik sa sjevera Walesa ozdravio ispijanjem viskija pomiješanog s medom.<sup>83</sup> Nakon što se vijest proširila Iranom, u paru sa saznanjem da se alkohol koristi i u sredstvima za dezinfekciju površina, zbog čega očigledno mora djelovati negativno na virus, mnogi građani pohrlili su na crno tržište. Kupoprodaja ilegalnih alkoholnih pića u Iranu već dugi niz godina predstavlja problem, a ovo nije niti prvi slučaj masovnog trovanja metanolom u državi, gdje je primjerice kroz rujana i listopada 2018. godine umrlo osamdesetak ljudi, a oboljelo deset puta više.<sup>84</sup> Nakon što se proširila navedena vijest, promet na crnom tržištu umnožio se četiri do pet puta u samo nekoliko tjedana, pa je i val smrti izazvanih tim putem naglo skočio.<sup>85</sup>

---

<sup>81</sup> Delirrad, Mohammad, i Ali Banagozar Mohammadi. „New methanol poisoning outbreaks in Iran following COVID-19 pandemic“. *Alcohol and Alcoholism* 55, br. 4 (2020): 347–348.

<sup>82</sup> Trew, Bel. „Coronavirus: Hundreds dead in Iran from drinking methanol amid fake reports it cures disease“. *The Independent*. <https://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/iran-coronavirus-methanol-drink-cure-deaths-fake-a9429956.html> (8.7.2021.).

<sup>83</sup> Ibid.

<sup>84</sup> „Coronavirus: In Iran, the false belief that toxic methanol fights Covid-19 kills hundreds“. *South China Morning Post*. <https://www.scmp.com/news/world/middle-east/article/3077284/coronavirus-iran-false-belief-toxic-methanol-fights-covid-19> (8.7.2021.).

<sup>85</sup> Ibid.



U članku koji je objavio *The Sun* dotični nastavnik, inače prvi zaraženi pacijent na području Ujedinjene Kraljevine, izjavljuje sljedeće: „Bio sam zapanjen kad su mi doktori rekli da bolujem od tog virusa. Mislio sam da ću umrijeti ali sam ga uspio pobijediti. Koristio sam inhalator koji mi je pomogao s kontroliranjem kašlja i pio sam vrući viski s medom dok god ga je bilo. To je staromodan lijek ali izgleda da je upalilo. Nisam htio piti antibiotike koje su mi doktori propisali jer nisam htio koristiti lijekove“.<sup>86</sup> Odmah je vidljivo da vjerojatno nema direktne korelacije između ispijanja viskija i meda i ozdravljenja te osobe koje je nakon nekog vremena nastupilo samo od sebe kao i kod većine zaraženih koronavirusom, iako su viski i med sigurno pomogli sa ublažavanjem simptoma i grlobolje na isti način na koji bi to učinila i druga topla pića. Autor članka za *The Sun*, premda senzacionalistički prenosi vijest, vrlo oprezno stavlja distancu između sebe i izjava nastavnika: sve su njegove riječi direktno citirane korištenjem navodnih znakova, pa čak i u naslovu koji glasi „'LIJEK' OD VISKIJA! Koronavirus u UK – prvi zaraženi Britanac 'pobijedio smrtonosnu gripu sa vrućim viskijem i medom“.<sup>87</sup> Vijest koju prenosi *The Sun*, točno gledano, nije to da je Velšanin izliječio virus viskijem, već da on *tvrdi* da je izliječio virus na taj način. Drugi tabloidi (i to samo tabloidi, jer čini se da niti jedna ozbiljnija britanska ili američka publikacija nije prenijela vijest) prenose dalje vijest sa istom distancom, no poneke publikacije ne čine niti to, čime vijest prestaje biti samo senzacionalizam i pretvara se u prostu laž. *The European Union Times*, portal koji inače vrví teorijama zavjere i dezinformacijama, izjavljuje pompozno u naslovu: „Britanac šokirao doktore tako što je potpuno IZLIJEČIO KORONAVIRUS sa 'viskijem i medom“.<sup>88</sup> U istom članku, dalje, pohvaljuje se odluka pacijenta da odbije antibiotike i druge lijekova, kao što se i ozbiljno iznosi mogućnost da su bijeli Europljani imuni na virus: „Je li novi koronavirus smrtonosniji za Azijate? Sudeći prema studijama, DA! Bijeli Europljani su imuni na 2019-nCoV“.<sup>89</sup> Nakon toga, raspravlja se o biološkim razlikama između raznih etničkih skupina, koristi se terminologija koja izgleda profesionalno (spominju se enzimi, statistike, poveznice sa virusom SARS, itd.) i citiraju se druge glasine o mogućnosti liječenja virusa—radi se, jednostavno rečeno, o pseudoznanosti.

---

<sup>86</sup> Pisa, Nick. „HOT TODDY 'REMEDY' Coronavirus UK – First Brit known to catch virus 'beat deadly flu with glass of hot whisky and honey“ . *The Sun*. <https://www.thesun.co.uk/news/10876645/coronavirus-uk-brit-virus-china-wuhan/> (8.7.2021.).

<sup>87</sup> Ibid.

<sup>88</sup> „British man shocks doctors after he totally CURES CORONAVIRUS with 'hot whisky and honey“ . *The European Union Times*. <https://www.eutimes.net/2020/02/british-man-shocks-doctors-after-he-totally-cures-coronavirus-with-hot-whisky-and-honey/> (8.7.2021.).

<sup>89</sup> Ibid.

Jednom kada je takva senzacionalistička vijest, bilo direktno preko *The Suna* ili preko nekog drugog tabloida, došla do Irana, nastupile su ozbiljne posljedice. Došlo je prvo do krive interpretacije, a nakon toga i do formiranja i širenja krivog uvjerenja o ljekovitosti alkohola. To što je alkohol svojevrsna tabu-tema o kojoj je educiran vrlo mali dio populacije nije pomoglo, a neki doktori kritiziraju i ozbiljan nedostatak opreme u bolnicama za detekciju razine alkohola u krvi (jer, logika nalaže, ako je alkohol ilegalan takva oprema je nepotrebna), kao i nedostatak infrastrukture i protokola za brzu dijagnozu i liječenje predoziranja alkoholom.<sup>90</sup>

Iranski primjer nije jedini, doduše. Lažne vijesti oko utjecaja alkoholnih pića na koronavirus postoje i u drugim dijelovima svijeta. Na primjer, u Indiji visokorangirani državnik javnim pismom u travnju 2020. poziva indijsku vladu na ponovno otvaranje trgovina s alkoholom nakon što su prijašnjeg mjeseca zatvorene iz epidemioloških razloga. Glavni argument je gospodarske prirode, ali uz njega nudi se i 'znanstveni' argument: „S obzirom da se koronavirus uklanja ispiranjem ruku s alkoholom, znači da će i ispijanje alkohola zasigurno ukloniti virus iz grla“, kaže pismo.<sup>91</sup> Kakav god bio odnos trgovina s alkoholom i indijske makroekonomije, izjava o ljekovitosti alkohola lažna je, i štoviše, jasno služi nekoj drugoj svrsi—a s obzirom da ju je izjavila javna osoba s određenim društvenim autoritetom i odgovornošću, ima potencijal da bude vrlo štetna. Jednako zabrinjavajuće je i izvlačenje iz konteksta riječi stručnjaka. Vezano za alkohol, to se dogodilo kada je u istom proljetnom periodu njemački virolog Jürgen Rissland u intervjuu navodno izjavio da ispijanje viskija ubija virus. Tu 'vijest' prenijelo je nekoliko portala, uključujući američki *We Are the Mighty* koji u naslovu izjavljuje „Visokorangirani njemački doktor preporučuje viski protiv koronavirusa“.<sup>92</sup> Članak citira Risslanda koji govori o negativnom utjecaju alkohola na masni, vanjski sloj molekule virusa, te koji se našalio s voditeljem emisije da ispijanje viskija „uopće nije loša metoda“ ubijanja virusa. Uz to, članak govori kako Rissland nakon te izjave nije „povukao svoju tvrdnju niti ju je dodatno razjasnio“.<sup>93</sup> To nije istina. U intervjuu virolog vrlo jasno navodi da premda visoke koncentracije alkohola mogu spriječiti djelovanje virusa, „to definitivno nije lijek“ i naglašava voditelju da ga „se ne bi trebalo shvatiti krivo oko toga“. Količina alkohola

---

<sup>90</sup> Delirrad i Mohammadi, 347.

<sup>91</sup> „‘Drinking alcohol can kill coronavirus’: Rajasthan Congress MLA reasons re-opening of liquor shops“. *The New Indian Express*. <https://www.newindianexpress.com/nation/2020/may/01/drinking-alcohol-can-kill-coronavirus-rajasthan-congress-mlas-reasons-re-opening-of-liquor-shops-2137875.html> (9.7.2021.).

<sup>92</sup> Robinson, Tessa. „A top German doctor recommends whiskey to protect against COVID-19“. *We Are the Mighty*. <https://web.archive.org/web/20200410212629/https://www.wearethemighty.com/MIGHTY-SURVIVAL/whiskey-protect-against-covid-19> (9.7.2021.).

<sup>93</sup> Ibid.

potrebna za suzbijanje virusa tim putem daleko je viša nego što ljudski organizam može podnijeti, i u stvarnosti to nije valjano rješenje.<sup>94</sup> Potonji, možda i najbitniji dio razgovora s Rissmanom određene publikacije jednostavno su zanemarile, slučajno ili s nekim motivom, i širiteljima lažnih vijesti praktički je dano pokriće i 'potvrda' jednog stručnjaka.

Informacije, kao što je ranije argumentirano teoretski, ne šire se u vakuumu već nužno u određenom kontekstu, te loša kombinacija vijesti i šireg konteksta može rezultirati tragičnim posljedicama, kao što je slučaj u Iranu. Zbog toga se postavlja pitanje o tome što je moglo biti učinjeno da se takvo što ne desi, i što se sada može učiniti da se ne bi desilo opet. Postavljaju se pitanja o tome u kojoj mjeri i kako regulirati lažne vijesti, kako pripremiti građane na interakciju s istima, i kako minimizirati štetan utjecaj lažnih vijesti na društvo.

---

<sup>94</sup> Schenk, Maarten. „Fact Check: Top German Doctor Did NOT Seriously Recommend Whiskey to Protect Against COVID-19“. *Lead Stories*. <https://leadstories.com/hoax-alert/2020/04/fact-check-a-top-german-doctor-recommends-whiskey-to-protect-against-covid-19.html> (9.7.2021.).

## 6. Borba protiv lažnih vijesti – kratki osvrt s naglaskom na COVID-19

Prvim i osnovnim sredstvom prevencije i smanjenja utjecaja štetnih informacijskih oblika najčešće se smatra informacijsko opismenjavanje građana, koje je ujedno i „glavna i najlogičnija strategija suzbijanja fenomena post-istine“, a institucije koje se najviše asociraju s provođenjem informacijskog opismenjavanja upravo su knjižnice.<sup>95</sup> U tom procesu, knjižničari su ti koji uglavnom provode programe informacijskog opismenjavanja, koji uzimaju u obzir ranije izloženu teoriju o odnosu korisnika i informacije, i koji tu teoriju i sami dalje razvijaju. S obzirom na emocionalnost i iracionalnost osoba pri korištenju informacija, tradicionalne formulacije informacijske pismenosti—koje su usmjerene na stjecanje vještina pretraživanja informacija—nisu više dostatne. Ono što je potrebno je razvijati kod ljudi *kritičku* informacijsku pismenost, jer ona je ta koja omogućuje pravu „emancipaciju pojedinca i vodi računa o političkom i društvenom miljeu u kojem se informacije i znanje stvaraju“.<sup>96</sup> Razvitkom takvog tipa informacijske (ili medijske, digitalne) pismenosti, kod pojedinca se u određenoj mjeri osvještavaju razni procesi koji igraju ulogu u interakciji s informacijama; tek je onda pojedinac spreman, u teoriji barem, evaluirati informacije ne samo na temelju površnih klasifikatora kao što je medij kojim se informacija prenosi (npr. razlikovanje domena web-stranica), već uzimati u obzir i različite ekonomske, političke, psihološke i društvene faktore koji uvjetuju širenje informacija, kao i evaluirati sam sadržaj koji se prenosi medijem. U isto je vrijeme, kako piše Heidi Julien,<sup>97</sup> doseći taj cilj i među korisnicima interneta i medija podići svijest o kontekstu informacija na dovoljno visku razinu često je vrlo izazovno. Afektivne i iracionalne dimenzije učenja, koliko god se one kod korisnika uzimale u obzir i pokušavale anulirati, često i dalje ostaju dominantne odrednice našeg informacijskog ponašanja—takva je, nastavlja Julien, jednostavno „ljudska priroda“.<sup>98</sup>

Takva informacijsko-društvena paradigma, još jednom, u medicinskom kontekstu od puno je veće važnosti nego drugdje, a shodno tome posljedice do kojih može doći su također puno ozbiljnije, kao što pokazuje iranski slučaj trovanja alkoholom. Zbog toga, za vrijeme pandemije koronavirusa, uz intenzifikaciju prisutnosti lažnih vijesti u medijima i na internetu dolazi i do sve većih napora da se te lažne vijesti suzbiju i da se razviju zdravstvena pismenost i „e-zdravstvena pismenost“.<sup>99</sup> Zdravstvena pismenost se pritom odnosi na sposobnost pojedinca

---

<sup>95</sup> Špiranec, 41.

<sup>96</sup> Ibid., 44.

<sup>97</sup> Julien, Heidi. „Beyond the Hyperbole: Information Literacy Reconsidered“. *Communications in Information Literacy* 10, no. 2 (2016): 127

<sup>98</sup> Ibid., 128.

<sup>99</sup> Marasović Šušnjara i Vejić, 2810.

da samostalno donosi medicinske odluke, a e-zdravstvena pismenost na „sposobnost da traži, razumije i evaluira medicinske podatke sa elektroničkih izvora, i da čini informirane zdravstvene odluke kojima razrješuje svakodnevne zdravstvene probleme“.<sup>100</sup> U kontekstu bolesti COVID-19, to se specifično odnosi na stvari kao što su pranje ruku, fizička distanca, zaštitne mjere i obrasci ponašanja, testiranja i posjeti liječniku, samoizolacija te na koncu pridonose javnoj zdravstvenoj strategiji.

S obzirom na relativnu brzinu i naglost kojom je koronavirus iz nacionalne kineske krize postao globalna kriza, informacijska i e-zdravstvena ne/pismenost građana nije se mogla uvelike promijeniti dovoljno brzo da se građani spremni susretnu s novom poplavom lažnih vijesti; izučavanje takvih oblika pismenosti primarno je preventivno. Ipak, ono što se moglo i što se je učinilo je pokretanje mnogobrojnih medijskih zdravstvenih kampanja koje objašnjavaju virus, njegovu pozadinu i djelovanje, metode sprječavanja širenja virusa, te koje na koncu demantiraju lažne vijesti, glasine i kriva vjerovanja o koronavirusu. WHO-ova stranica s „mitovima“ o koronavirusu jedan je primjer; još jedan je UNESCO-ova kampanja na društvenim mrežama koja koristi *hashtagove* #ThinkBeforeClicking, #ThinkBeforeSharing i #ShakeKnowledge u paru s istinitim informacijama o virusu.

No utjecaja svakako mogu imati i pojedinci. Na primjer, na društvenoj mreži *Reddit* pokrenuta je stranica za raspravu (*subreddit*) o virusu koja se od siječnja 2020. kada je imala ne više od 1000 pratitelja popela na 1,5 milijun pratitelja u ožujku, da bi danas brojila 2,4 milijuna pratitelja. Objave i rasprave, kao i na svim ostalim *subredditima*, nadzire nekoliko moderatora, a ti moderatori u ovom slučaju svi su ili već diplomirani stručnjaci medicine, biologije i srodnih znanosti, ili studenti istih.<sup>101</sup> Tako u intervjuu za *Science News* moderatori opisuju svoju svakodnevnu bitku s krivim informacijama i pokušajima da ih prvo isprave objašnjavanjem zašto je neka tvrdnja kriva, a potom ako je potrebno i uklanjaju/brišu teorije zavjere, propagandne sadržaje, lažne vijesti, itd. Jedan od moderatora, Patrick Doherty (ovo je jedan od vrlo rijetkih *subreddita* na kojem su identiteti moderatora javni), govori: „Jako je teško boriti se protiv krivih informacija, jer osoba može objaviti dvije rečenice izmišljotina i za to joj je potrebno samo pet sekundi. Ali ako ja želim pobiti tu tvrdnju, prvo moram naći jedan izvor, pa dva izvora, pa tri izvora, a onda i znanstveno objašnjenje zašto to nije istina. Ne mogu samo reći da 'to nije istina', jer onda ostavljate čitatelju da odluči kome vjeruje više. [...]“

---

<sup>100</sup> Ibid.

<sup>101</sup> Anushree, Dave. „Meet three moderators fighting disinformation on Reddit’s largest coronavirus forum“. <https://www.sciencenews.org/article/coronavirus-reddit-covid-misinformation-moderators> (11.7.2021.).

Jako je lako podijeliti jedan *meme*, dobiti 25 000 *lajkova*, i uvjeriti ljude da je to istina, a toj osobi trebalo je 10 sekundi da to učini“.<sup>102</sup>

Činjenice, čemu svjedoči Dohertyjeva izjava, nisu jednostavne i lako probavljive; one često zahtijevaju aktivni angažman, traženje objašnjenja, ulaganje vremena u učenje i shvaćanje tih objašnjenja, a sve to tek nakon što osoba premosti psihološko-afektivnu barijeru pri učenju novih stvari. No uz individualnu akciju, razvijaju se i tehnološka rješenja u vidu algoritama za prepoznavanje i filtriranje lažnih vijesti, i oni se implementiraju u internetske tražilice, na društvene mreže, te na ostala slična mjesta na internetu na kojima se podaci sa različitih strana slijevaju u jedno čvorište. S takvim rješenjima, osobne pristranosti ne bi trebale igrati ulogu jer štetna informacija u idealnom slučaju niti ne dođe do publike. Na primjer, mnoge od gore navedenih stranica s lažnim vijestima (*InfoWars*, *State of the Nation*, itd.) tražilica *Google* uopće ne indeksira, i moguće im je pristupiti ili direktnim unošenjem URL-a ili putem neke druge tražilice, na primjer Microsoftovog *Binga*. Tu se dakako postavlja i pitanje cenzure i prava pristupu informacijama—koliko god one štetne bile—što je jedan od temelja informacijske i knjižničarske struke. Dovodi li, kako se pita Sullivan, „izostanak *krivih informacija* na posljetku do krive informiranosti?“<sup>103</sup> Odnosno, treba li ne cenzurirati lažne vijesti i skrivati ih od korisnika, već ih pustiti da kolaju internetom slobodno, ali u isto vrijeme ih označavati kao krive ili korisnike educirati da ih prepoznaju kao krive, tj. informacijski ih opismenjavati.<sup>104</sup> Taj etički i moralni problem postaje samo još intenzivniji kada se radi o medicinskim informacijama i o (e-)zdravstvenoj pismenosti, a što god se s vremenom pokaže najboljim rješenjem, ono što svakako čeka knjižničarstvo je reevaluacija polazišnih točaka te struke, jer informacije na internetu, pokazuje se, potencijalno su puno opasnije od svojih analognih ekvivalenata.<sup>105</sup>

---

<sup>102</sup> Ibid.

<sup>103</sup> Sullivan, 1154.

<sup>104</sup> To je, naravno, informacijski ekvivalent šireg filozofskog pitanja o slobodi: kako pojedincu omogućiti čim veću slobodu i slobodno djelovanje a da se ne ugrožava dobrobit njegovih sugrađana.

<sup>105</sup> Ibid.

## 7. Zaključak

Lažne vijesti kao pojam drže pomalo specifično mjesto u suvremenoj kulturi. S jedne strane, radi se o fenomenu koji je gotovo pa preko noći postao globalna poštapalica (*buzzword*), kako utvrđuju Farkas i Schou, a unošenje te sintagme u neku od internetskih tražilica donosi milijune rezultata u samo nekoliko sekundi.<sup>106</sup> S druge strane, bez obzira na recentnu popularnost tog termina, u suštini se ne radi o ničem pretjeranom novom; otkako postoje mediji, postoje i dezinformacije, krive informacije, propagandni sadržaji i slični oblici štetnih komunikacijskih oblika. Pitanje je, dakle, zašto su one baš sada poprimile toliki značaj u javnom medijskom diskursu. Do toga je prema svemu sudeći dovelo nekoliko parametara koji su se isprepleli na specifičan način u specifičnom kulturno-povijesnom trenutku. Prije svega, tehnološki razvoj interneta u 90-im godinama prošlog stoljeća i na samom početku ovog postavili su logističke preduvjete za višu i intenzivniju razinu širenja podataka i informacija nego je to ranije bio slučaj. Unutar takve tehnološko-informacijske klime dogodila se 2016. godina, jedna od burnijih političkih godina recentne povijesti, kada je Velika Britanija izašla iz Europske unije i kada je Donald Trump izabran za američkog predsjednika, što su dva iznimno kontroverzna događaja koja su iznjedrila enormnu količinu žustrih rasprava na *online* prostorima. Na posljepku, spoj tehnologije i političke krize urodio je svojevrsnom epistemološkom krizom s kojom raste i nepovjerenje prema službenim političkim, znanstvenim i drugim informacijama. Dolazi, drugim riječima, do razvitka ere post-istine, u kojoj pak lažne vijesti drže jednu od centralnih pozicija.

Zbog toga, pojavom novog koronavirusa i shodno tome nove društveno-političke krize, ovaj put još većih razmjera nego 2016. g., ne začuđuje i novi veliki porast relevantnosti lažnih vijesti—kao da je to rasprava koja je izvan stručnih krugova polako zamrla u prethodnih nekoliko godina, samo da bi 2020. ponovo ojačala, na što ukazuje i statistika traženosti termina na *Googleovj* tražilici. U novom, medicinskom kontekstu, doduše, posljedice lažnih vijesti potencijalno su puno ozbiljnije nego su bile u čisto političkom, a ako i nisu ozbiljnije onda su u svakom slučaju očitije. Kao što su studije slučaja pokazale, mali komadić lažne informacije ima potencijal da se rapidno raširi internetom i da se oko njega razviju cijeli lažni narativi, a nakon toga, ključno, i da se laž odrazi na stvarni svijet. To može značiti obično rušenje nekolicine 5G antena i odbijanje cijepljenja jer tako Bill Gates ugrađuje mikročipove u ljudska

---

<sup>106</sup> Farkas i Schou

tijela, kako glasi jedna od popularnijih teorija zavjere, ali može značiti i smrt stotina ljudi u samo mjesec dana.

Ono što su studije slučaja također demonstrirale su osnovna morfologija lažnih vijesti i tradicionalna putanja kojom se šire. One gotovo uvijek krenu od jednog ili vrlo malog broja izvora, najčešće pojedinaca koji i inače šire teorije zavjere na vlastitim blogovima ili na stranicama namijenjenima tomu, a ti izvori obično se pozivaju na pseudoznanost, kao što je slučaj sa člankom o povezanosti 5G-a i tehnologije. Ili, što pokazuje iranski primjer, lažnu vijest može pokrenuti i kriva interpretacija senzacionalistički posložene točne vijesti. Takve izvore citiraju druge publikacije, koje se onda šire društvenim mrežama, koje dalje omogućavaju dijeljenje i ponovno dijeljenje objava, do te razine da lažna vijest u jednom trenu dođe opasno blizu tome da postane općeprihvaćena istina i da se prenosi dalje bez ikakvog citiranja. Krive se informacije internetom na taj način šire poput kakve zarazne bolesti (termin 'infodemija', pokazuje se, vrlo je prikladan), i mali uzorak lažnih vijesti u suvremenom, digitalnom, politički sumnjičavom društvu ima veliku dezinformativnu moć.

Nadalje, bez obzira što su lažne vijesti gotovo uvijek konstruirane nestabilno i što se svakodnevno masovno opovrgavaju, psihološki, društveni i tehnološki čimbenici osiguravaju njihovo daljnje širenje. Stvaran motiv za to širenje, bio on ideološki ili financijski, često ima vrlo mali broj ljudi, no sam način na koji ljudi interagiraju s informacijama razlog je zašto se o lažnim vijestima zadnjih godina uopće masovno raspravlja u informacijskoj i knjižničarskoj struci, i zašto institucije poput WHO-a, IFLA-e i ALA-e imaju potrebu pokretati medijske kampanje za njihovo suzbijanje. Bilo da se radi o ljudskoj psihologiji ili o načinu na koji same internetske tehnologije filtriraju informacije, vijesti koje dolaze do nas pomno su selektirane da budu u skladu s našim vjerovanjima, a ako i nisu, ljudi imaju tendenciju okrenuti ih u svoju korist i integrirati u prijašnje iskustvo i znanje. S obzirom na takav psihološki i algoritamski otpor, u središtu globalne zdravstvene krize kao što je ona uzrokovana bolešću COVID-19, značaj individualnih, grupnih i tehnoloških oblika borbe protiv lažnih vijesti, kao i razvijanja (kritičke) informacijske pismenosti među građanima, samo je još veći nego ikada prije.



## 8. Literatura

### 8.1. Stručna literatura

- Ahmed, Wasim et al. „COVID-19 and the 5G Conspiracy Theory: Social Network Analysis of Twitter Data“. *Journal of Medical Internet Research* 22, br. 5 (2020).
- Cooke, Nicole A. *Fake News and Alternative Facts: Information Literacy in a Post-Truth Era*. ALA Editions Special Report, Chicago: American Library Association, 2018.
- Daft, Richard L, i Robert H Lengel. „Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design“. *Management Science* 32, br. 5 (1986): 554-571.
- Daft, Richard L, i Robert H Lengel. „The Selection of Communication Media as an Executive Skill“. *Academy of Management Perspectives* 2, br. 3 (1988): 225-232.
- Delirrad, Mohammad, i Ali Banagozar Mohammadi. „New methanol poisoning outbreaks in Iran following COVID-19 pandemic“. *Alcohol and Alcoholism* 55, br. 4 (2020): 347–348.
- Farkas, Johan, i Jannick Schou. „Fake news as a floating signifier: Hegemony, antagonism and the politics of falsehood“. *Javnost-The Public* 25, br. 3 (2018): 298-314.
- Gelfert, Axel. „Fake news: A definition“. *Informal Logic* 38, br. 1 (2018): 84-117.
- Hill, Joseph. A. et al. „Medical Misinformation: Vet the Message!“*. Journal of the American Heart Association* 8, br. 3 (2019).
- Ioannidis, John P. A. et al. „How to survive the medical misinformation mess“. *European Journal of Clinical Investigation* 47, br. 11 (2017): 795-802.
- Illeris, Knud. „Towards a contemporary and comprehensive theory of learning“. *International Journal of Lifelong Education* 22, br. 4 (2003): 396-406.
- Julien, Heidi. „Beyond the Hyperbole: Information Literacy Reconsidered“. *Communications in Information Literacy* 10, no. 2 (2016): 124-131.
- Jurčić, Daniela. „Teorijske postavke o medijima–definicije, funkcije i utjecaj“. *Mostariensia-časopis za društvene i humanističke znanosti* 21, br. 1 (2017): 127-136.
- Labaš, Danijel, i Tanja Grmuša. „Istinitost i subjektivnost u informaciji i društveno štetne komunikacijske forme“. *Kroatologija* 2, br. 2 (2011): 87-121.

- Lilleker, Darren. „Evidence to the Culture, Media and Sport Committee: 'Fake news' inquiry presented by the Faculty for Media & Communication, Bournemouth University.“ (2017).
- Lotman, Juri. „Technological Progress as a Culturological Problem“. U *Juri Lotman - Culture, Memory and History: Essays in Cultural Semiotics*, uredio Marek Tamm, 201-223. London: Palgrave Macmillan, 2019.
- Majstorović, Dunja. *Novine nekad i danas*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga, 2020.
- Marasović Šušnjara, Ivana, i Maja Vejić. „Media and Health — 'Angel and Devil'“. *In medias res: časopis filozofije medija* 10, br. 18 (2021): 2803-2811.
- Nguyen, An, i Daniel Catalan-Matamoros. „Digital Mis/Disinformation and Public Engagement with Health and Science Controversies: Fresh Perspectives from Covid-19“. *Media and Communication* 8, br. 2 (2020): 323-328.
- Sullivan, M. Connor. „Why Librarians Can't Fight Fake News“. *Journal of Librarianship and Information Science* 51, br. 4 (2019): 1146-1156.
- Špiranec, Sonja. „Knjižnice u dobu post-istine: etičke i epistemološke dileme“. U *Slobodan pristup informacijama: 18. okrugli stol: zbornik radova*, uredile Davorka Pšenica i Annemari Štimac, 35-47. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2018.
- Tuđman, Miroslav, i Nives Mikelić. „Information science: Science about information, misinformation and disinformation“. *Proceedings of Informing Science+ Information Technology Education* 3 (2003): 1513-1527.
- Van Zoonen, Liesbet. „Epistemology: Changing truth claims in popular and political culture“. *European Journal of Communication* 27, br. 1 (2012): 56-67.

## 8.2. Internetski izvori

- Ahmed, Wasim, et. al. „Four experts investigate how the 5G coronavirus conspiracy theory began“. *The Conversation*. <https://theconversation.com/four-experts-investigate-how-the-5g-coronavirus-conspiracy-theory-began-139137> (6.7.2021.).
- Anushree, Dave. „Meet three moderators fighting disinformation on Reddit's largest coronavirus forum“. <https://www.sciencenews.org/article/coronavirus-reddit-covid-misinformation-moderators> (11.7.2021.).

- Bik, Elisabeth. „The Journal of Brouhaha“. *Science Integrity Digest*. Harbers-Bik LLC. <https://scienceintegritydigest.com/2020/08/04/the-journal-of-brouhaha/> (6.7.2021.).
- „Coronavirus: In Iran, the false belief that toxic methanol fights Covid-19 kills hundreds“. *South China Morning Post*. <https://www.scmp.com/news/world/middle-east/article/3077284/coronavirus-iran-false-belief-toxic-methanol-fights-covid-19> (8.7.2021.).
- „COVID-19 Mythbusters“. *World Health Organization*. World Health Organization. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters> (4.7.2021.).
- “fake news”. *Google Trends*. Google. <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=fake%20news> (28.6.2021.).
- „Fake News“. *Collins Dictionary*. HarperCollins. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news> (28.6.2021.).
- „Fake News“. *Cambridge Dictionary*. Cambridge University Press. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news> (28.6.2021.).
- Goodman, Jessica. „1984 Hits No. 1 on Amazon After Kellyanne Conway's 'Alternative Facts' Quote“. *Entertainment Weekly*. <https://ew.com/books/2017/01/25/1984-no-1-kellyanne-conway-alternative-facts/> (28.6.2021.).
- „How Is 'Fake News' Defined, and When Will It Be Added to the Dictionary?“. *Merriam-Webster*. Merriam-Webster. <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news> (28.6.2021.).
- „How To Spot Fake News“. IFLA.. <https://www.ifla.org/publications/node/11174> (28.6.2021.).
- Li, Kenneth, i Ju-min Park. „Who Was First to Launch 5G? Depends Who You Ask.“ *Reuters*. Thomson Reuters. <https://www.reuters.com/article/us-telecoms-5g/who-was-first-to-launch-5g-depends-who-you-ask-idUSKCN1RH1V1> (4.7.2021.).
- Lin, Ying. „10 Internet Statistics Every Marketer Should Know in 2021“. *Oberlo.com*. <https://www.oberlo.com/blog/internet-statistics> (21.6.2020.).

- “Munich Security Conference”. *World Health Organization*. World Health Organization. <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference> (28.1.2021).
- Nuzzi, Olivia. „Kellyanne Conway Is the Real First Lady of Trump's America“. *Intelligencer*. <https://nymag.com/intelligencer/2017/03/kellyanne-conway-trumps-first-lady.html> (28.6.2021).
- Reals, Tucker. „U.K. Government Is Avoiding the ‘Misleading’ Term ‘Fake News.’“. *CBS News*. CBS Interactive. <https://www.cbsnews.com/news/britain-government-stop-using-donald-trump-favored-term-fake-news-misleading/> (28.6.2021).
- Schenk, Maarten. „Fact Check: Top German Doctor Did NOT Seriously Recommend Whiskey to Protect Against COVID-19“. *Lead Stories*. <https://leadstories.com/hoax-alert/2020/04/fact-check-a-top-german-doctor-recommends-whiskey-to-protect-against-covid-19.html> (9.7.2021.).
- Trew, Bel. „Coronavirus: Hundreds dead in Iran from drinking methanol amid fake reports it cures disease“. *The Independent*. <https://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/iran-coronavirus-methanol-drink-cure-deaths-fake-a9429956.html> (8.7.2021.).
- Wardle, Claire. „Fake News. It's Complicated“. *First Draft*. <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/> (28.6.2021.).

### 8.3. Statistički podaci

- Anderson, Monica, i Andrea Caumont. „How Social Media Is Reshaping News“. Pew Research Center. Pew Research Center, 24.9.2014. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/09/24/how-social-media-is-reshaping-news/> (3.7.2021.).
- „Demographics of Social Media Users and Adoption in the United States“. *Pew Research Center*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/> (28.6.2021.).
- Knezović, Gorden. „54% Hrvata koristi društvene mreže, a mladih čak 97%“. *Mreža*, <https://mreza.bug.hr/54-hrvata-koristi-drustvene-mreze-a-mladih-cak-97/> (28.6.2021.).

Koeze, Ella, i Nathaniel Popper. „The Virus Changed the Way We Internet“. *The New York Times*, The New York Times. [www.nytimes.com/interactive/2020/04/07/technology/coronavirus-internet-use.html](http://www.nytimes.com/interactive/2020/04/07/technology/coronavirus-internet-use.html) (28.6.2021.).

Lu, Kristine. „Growth in Mobile News Use Driven by Older Adults“. *Pew Research Center*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/06/12/growth-in-mobile-news-use-driven-by-older-adults/> (28.6.2021.).

„Top 15 Facebook Statistics for 2020 - The Year in Review“. *Zephoria Digital Marketing*, <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/> (28.6.2021.).

Watson, Amy. „Coronavirus Impact: Global in-Home Media Consumption by Country 2020.“. *Statista*. [www.statista.com/statistics/1106498/home-media-consumption-coronavirus-worldwide-by-country/](http://www.statista.com/statistics/1106498/home-media-consumption-coronavirus-worldwide-by-country/) (28.6.2021.).

#### **8.4. Lažne vijesti (primjeri)**

„British man shocks doctors after he totally CURES CORONAVIRUS with 'hot whisky and honey'“. *The European Union Times*. <https://www.eutimes.net/2020/02/british-man-shocks-doctors-after-he-totally-cures-coronavirus-with-hot-whisky-and-honey/> (8.7.2021.).

„‘Drinking alcohol can kill coronavirus’: Rajasthan Congress MLA reasons re-opening of liquor shops“. *The New Indian Express*. <https://www.newindianexpress.com/nation/2020/may/01/drinking-alcohol-can-kill-coronavirus-rajasthan-congress-mlas-reasons-re-opening-of-liquor-shops-2137875.html> (9.7.2021.).

„How Everyone Will Test Positive For COVID-19“. *InfoWars*. <https://www.infowars.com/posts/how-everyone-will-test-positive-for-covid-19/> (4.7.2021.).

Logical, Annie. „Corona Virus Fakery And The Link To 5G Testing“. *State of the Nation*. <http://stateofthenation.co/?p=6986> (4.7.2021.).

Pisa, Nick. „HOT TODDY 'REMEDY' Coronavirus UK – First Brit known to catch virus ‘beat deadly flu with glass of hot whisky and honey’“. *The Sun*.

<https://www.thesun.co.uk/news/10876645/coronavirus-uk-brit-virus-china-wuhan/>

(8.7.2021.).

Robinson, Tessa. „A top German doctor recommends whiskey to protect against COVID-19“.

*We Are the Mighty.*

<https://web.archive.org/web/20200410212629/https://www.wearethemighty.com/MIG>

[HTY-SURVIVAL/whiskey-protect-against-covid-19](https://web.archive.org/web/20200410212629/https://www.wearethemighty.com/MIG) (9.7.2021.)

## 9. Popis slika

Slika 1: Traženost termina “fake news” (hrv. lažne vijesti) na tražilici <i>Google</i> .....	3
Slika 2 Naslovna stranica internetskog portala <i>Jutarnjeg lista</i> , 17. lipnja 2021.....	12
Slika 3 Naslovnica prvog broja <i>Jutarnjeg lista</i> , 28. veljače 1912. ....	12
Slika 4 Bogatstvo medija (prema Daftu i Lengelu). ....	14
Slika 5 Dimenzije učenja: kognitivna, emotivna i društvena dimenzija.....	19
Slika 6 Članak o koronavirusu na stranici <i>InfoWars</i> . ....	24

## **Lažne vijesti vezane za COVID-19: pregled i analiza**

### **Sažetak:**

Rad se oslanja na pretpostavku da je svjetska zdravstvena kriza uzrokovana novim koronavirusom (COVID-19) rezultirala stvaranjem velike količine lažnih vijesti te iznimno brзом diseminacijom istih, gdje se pod terminom „lažne vijesti“ podrazumijevaju razni oblici faktualno neistinitih informacija koje su se, unatoč neistinitosti, proširile medijima, društvenim mrežama, pa i samim društvom kao takvim. Stoga, prvi dio rada teoretski razmatra i daje pregled relevantne literature o samom fenomenu lažnih vijesti, načinu na koji taj koncept igra ulogu u suvremenom društvu (u kontekstu medija, politike, obrazovanja, medicine...), te ulogu lažnih vijesti u tekućoj pandemiji koronavirusa. Drugi dio rada kritički analizira neke lažne vijesti koje su se kroz 2020. i 2021. godinu najviše širile internetom, posebice medijskim portalima i društvenim mrežama. Pritom je posebna pažnja posvećena načinu na koji se te lažne vijesti prenose medijima, na potencijalnoj motivaciji koju bi pošiljalatelj informacije mogao imati za širenje istih i na šteti koju one mogu prouzročiti u društvu, posebno u zdravstvenom kontekstu. Isto tako, u radu se ukratko razmatra uloga informacijske i medijske pismenosti u prevenciji širenja takvih vijesti.

**Ključne riječi:** lažne vijesti, dezinformacije, COVID-19, društvene mreže, mediji, medijska pismenost, informacijska pismenost

## **COVID-19 Fake News: An Overview and Analysis**

### **Summary:**

The paper takes as its starting point that the global health crisis caused by the new coronavirus (COVID-19) has resulted in the creation of a large amount of fake news and its rapid dissemination. In that, the term “fake news” is understood as denoting various kinds of factually untrue information that has, despite not being truthful, spread across media, social media and the society as a whole. The first part of the paper therefore theoretically considers and provides an overview of the relevant scholarly work on the phenomenon of fake news, of the way the concept of fake news informs the contemporary society (in the context of politics, education, medicine, etc.), and of the role fake news have played in the ongoing coronavirus pandemic. The second part analyses some of the fake news that spread over the internet in 2020 and 2021, especially on news websites and social media. In doing so, special attention is paid to the way the media transmit fake news, the potential motivation that the sender of such information could have for spreading it, and the damage fake news can cause in a society, especially when medical fake news are concerned. Likewise, the paper briefly considers the role of information and media literacy in preventing the spread of such news.

**Key words:** fake news, disinformation, COVID-19, social media, media, media literacy, information literacy