

# Lažne vijesti, dezinformacije i informacijska pismenost

---

**Delač, Valentina**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, 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:131:114265>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2021-05-18**



*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. 2019./2020.

Valentina Delač  
**Lažne vijesti, dezinformacije i informacijska  
pismenost**  
Diplomski rad

Mentorica : Prof. dr. sc. Sonja Špiranec

Zagreb, rujan 2020.

## Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem 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.

(potpis)

---

*Zahvaljujem se svojoj mentorici dr. sc. Sonji Špiranec na povjerenoj temi i stručnom mentorstvu.*

*Zahvaljujem se svojoj obitelji na podršci tijekom studija i što su bili uz mene.*

*Zahvaljujem se svojim kolegama i prijateljima na ugodno provedenom vremenu i druženju.*

*Zahvaljujem se svojoj dragoj prijateljici Ani Delač na moralnoj, intelektualnoj, emocionalnoj podršci i strpljivosti koju mi pružaš posljednjih šest godina.*

*Mojoj prijateljici Ani Delač*

## Sadržaj

1.	Uvod .....	6
2.	Lažne vijesti .....	2
2.1.	Lažne vijesti od predtiskarskog do internetskog doba.....	3
2.2.	Definicije lažnih vijesti .....	6
3.	Dezinformacije .....	10
3.1.	Dezinformacije u državnom i privatnom sektoru .....	11
4.	Informacijska pismenost.....	12
4.1.	Tradicionalni pristupi informacijskom opismenjavanju u suzbijanju postistine.....	12
4.2.	Suvremeni pristupi informacijskog opismenjavanja u suzbijanju postistine.....	13
4.3.	Kritička informacijska pismenost.....	14
4.4.	Informacijska metapismenost .....	15
5.	Političke implikacije lažnih vijesti i dezinformacija .....	16
5.1.	Odnos demokracije i istine.....	17
5.2.	Primjeri eksploatacije postčinjeničnog svijeta .....	18
6.	Istraživanje.....	19
6.1.	Izvori o suzbijanju fenomena lažnih vijesti i dezinformacija-komparativna analiza sadržaja.....	19
6.1.1.	Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu .....	20
6.1.2.	Međunarodna federacija knjižničarskih društva i ustanova .....	21
6.1.3.	Eugene Kiely i Lori Robertson.....	22
6.1.4.	Tom Mackey i Trudi Jacobson .....	23
6.1.5.	Joanna M. Burkhardt.....	25
6.1.6.	Daniel Levitin .....	28
6.2.	Rasprava .....	31

7.	Zaključak.....	32
8.	Literatura.....	33
9.	Sažetak.....	35
10.	Summary.....	36

## 1. Uvod

Živeći u 21. stoljeću u doba razvoja informacijskih i komunikacijskih tehnologija, susrećemo se s mnoštvo informacija koje često nisu prošle kroz proces verifikacije te time korisnici dobivaju lažni uvid u činjenično stanje. Svjesni te ekspanzije dezinformacija i lažnih vijesti, diplomski rad nastojat će objasniti utjecaj istih na mikro i makro razinu društva odnosno na pojedinca i društvo u kojem se nalazi. Uz navedeno, ovaj rad pokušat će dati odgovor na postojeću situaciju u vidu povećanja svjesnosti o važnosti informacijske pismenosti.

Fenomeni lažnih vijesti, dezinformacija, teorija zavjere, glasina i manipulacije informacijama nisu nova pojava, štoviše, postoje otkad postoji i ljudska komunikacija. U moderno doba, nove komunikacijske tehnologije omogućile su nove načine za stvaranje, širenje i upotrebu lažnih vijesti što znatno otežava razlikovanje istinitih informacija od onih lažnih.<sup>1</sup>

Prvi dio rada bavit će se povijesnim pregledom fenomena lažnih vijesti i definiranjem istih. Nadalje, definirat će se i dezinformacije kako bismo detaljno objasnili što sve spada u njihovu domenu. U drugom dijelu prikazat će se odnos između suvremenih i tradicionalnih pristupa u informacijskom opismenjavanju u suzbijanju postistine, koje predstavlja potencijalno rješenje za lažne vijesti i dezinformacije, te će se opisati kritička informacijska pismenost i informacijska metapismenost. Treći dio rada naglasit će političke implikacije navedenih pojava, diskutirajući o odnosu između demokracije i istine u postčinjeničnom svijetu uz navođenje primjera eksploatacije postčinjeničnog svijeta koji su bili najviše medijski eksponirani u 21. stoljeću. Naposljetku, provest će se metaanalitičko istraživanje – prikazat će se mišljenja različitih autora i organizacija o lažnim vijestima i dezinformacijama, analizirati rješenja navedenih koncepata koje autori predlažu te usporediti rješenja kako bi se utvrdili dominantni pristupi i zajednički elementi koji se u relevantnim izvorima navode kao sredstvo suzbijanja post-istine.

---

<sup>1</sup> Kalsnes, B. Fake News. // Oxford Research Encyclopedia of Communication, 2018.

Dostupno na:

<https://oxfordre.com/communication/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809> (8.2.2020.).

## 2. Lažne vijesti

Pojam „lažne vijesti“ proglašen je riječju 2016. godine, a 2017. godine njegova je upotreba porasla za 365%.<sup>2</sup> Sam pojam postao je popularan 2016. zahvaljujući predsjedničkim izborima u SAD-u, kad su različite internetske stranice s izmišljenim sadržajem privukle pozornost javnosti kao npr. da je Papa podupro republikanskog kandidata Donalda Trumpa. Ubrzo nakon toga, predsjednik Trump politizirao je termin i koristio ga za obezvrjeđivanje ustaljenih medija.<sup>3</sup>

Walter Lippmann objavio je 1919. godine članak u američkom časopisu *The Atlantic* u kojem govori o problemima koje predstavlja propaganda za moderno zapadnjačko društvo. Naime, Lippmann smatra da je glavni problem demokracije zaštita vijesti (koje su izvor javnog mnijenja) od „zarazne“ propagande te se nijedno društvo koje se ne zna boriti protiv iste ne može nazivati slobodnim jer je bez pouzdanih informacija demokracija kao takva ugrožena. Usprkos tomu što su lažne vijesti povijesni fenomen, svaka nova komunikacijska tehnologija omogućuje nove načine manipuliranja informacijama te stoga stalno iznova treba smišljati načine kako se protiv toga boriti.<sup>4</sup>

Netočne informacije koje se prezentiraju kao vijesti predstavljaju problem i u mnogim drugim državama pa su neki znanstvenici to nazvali „zagađenje informacija“, „manipulacija medijima“ ili čak „ratovanje informacijama“.<sup>5</sup> Često se kao problem nazire strah da lažne vijesti zagađuju sferu javnosti i negativno utječu na demokraciju pa tako Warwick i Lewis navode da „manipulacija medijima može pridonijeti gubitku povjerenja u medije, učestalijem pojavljivanju lažnih vijesti te daljnjoj radikalizaciji.“<sup>6</sup> Čak i kad je lažna vijest otkrivena kao lažna, ona i dalje može nastaviti utjecati na oblikovanje stavova pojedinca. Nadalje, neki od političara i ostalih državnih moćnika upotrebljavali su termin „lažne vijesti“ kako bi okarakterizirali one medijske kuće koje ne podržavaju pa je tako američki predsjednik Donald Trump nebrojeno puta nazvao medijske kuće poput *CNN-a* i *The New York Timesa* lažnim vijestima. Prozivajući

---

<sup>2</sup> Fake News. // Collins Dictionary, 2017. Dostupno na: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news> (8.2.2020.).

<sup>3</sup> Kalsnes, B. Fake News. // Oxford Research Encyclopedia of Communication, 2018. Dostupno na: <https://oxfordre.com/communication/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809> (8.2.2020.).

<sup>4</sup> isto.

<sup>5</sup> isto.

<sup>6</sup> isto.



određene vijesti kao lažne vijesti, političari namjerno narušavaju povjerenje u novinarstvo i medije, jedne od ključnih institucija u demokratskim državama koje se temelje na slobodi govora i tiska.<sup>7</sup>

Prema istraživanju Eurobarometra iz 2018. godine, koje je provedeno u 28 država članica Europske unije, čak 85 % ispitanika smatra da lažne vijesti predstavljaju veliki problem u njihovim zemljama. To je izrazito bitno za naš kontekst jer je Hrvatska uz Portugal država koja ima najviše povjerenja u medije i informacije.<sup>8</sup>

## 2.1. Lažne vijesti od predtiskarskog do internetskog doba

Termin „lažne vijesti“ pojavio se još 1890-ih<sup>9</sup> i više od jednog stoljeća koristio se kako bi ukazao na neistinu otisnutu kao vijest, ali sam fenomen lažnih vijesti pojavio se ranije.<sup>10</sup> Naime, povjesničar Jacob Soll povezuje porijeklo lažnih vijesti s Gutenbergovim izumom tiskarskog stroja 1439. Soll objašnjava kako su se lažne vijesti proširile istodobno sa širenjem tiskarstva, a kao primjere navodi priče o morskim čudovištima, vješticama te kako su grešnici krivi za prirodne katastrofe. Prave vijesti je u to vrijeme bilo teško verificirati i razlučiti od onih lažnih upravo zato što sam koncept novinarske etike i objektivnosti još uvijek nije bio razvijen.<sup>11</sup>

U predtiskarsko doba (doba do izuma tiskarskog stroja), kad su se informacije dijelile na materijalima poput kamena, papirusa i gline, onaj tko je imao kontrolu nad informacijama posjedovao je najveću moć, stoga ne čudi da su informacije u to doba uglavnom opisivale vladare, moćnike, careve, faraone itd. Burkhardt navodi kako je „kontrola informacija [...] doprinijela stvaranju društvene hijerarhije kakvu danas poznajemo.“<sup>12</sup> Informacije tog doba nastajale su iz dva razloga: prvi se razlog odnosi

---

<sup>7</sup> isto.

<sup>8</sup> Ciboci, L.; Kanižaj, I.; Labaš, D. Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti. // Razvoj medijske pismenosti, 2018., str. 8. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/05/medijska-pismenost-lazne-vijesti.pdf> (8.2.2020.).

<sup>9</sup> The Real Story of `Fake News`. // Merriam-Webster Dictionary, 2018. Dostupno na: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news> (8.2.2020.).

<sup>10</sup> Kalsnes, B. Fake News. // Oxford Research Encyclopedia of Communication, 2018. Dostupno na: <https://oxfordre.com/communication/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809> (8.2.2020.).

<sup>11</sup> isto.

<sup>12</sup> Burkhardt, J. M.: How to combat fake news in the digital age. // Library Technology Reports. 53, 8 (2017), str. 5. Dostupno na: <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/viewFile/6497/8631?fbclid=IwAR2wLmHsnVOx8jEGxoFpW7Nng9yH05O8F16UZqc3zgwjSj5v9G0fZ0Jnj3Y> (9.2.2020.).

na informiranje šire javnosti o tome tko trenutno drži vlast, a drugi razlog je bio da se osigura da vladar ostane zapamćen u povijesti zbog svojih ratnih uspjeha i iznimnih vladarskih sposobnosti. Međutim, informacije koje su sačuvane iz tog vremena ne mogu se ni na koji način provjeriti, pa ne možemo znati radi li se o istini ili o lažnim vijestima. Burkhardt daje primjer jedne od prvih upotreba lažnih vijesti kada je povjesničar Prokopije iz Cezareje oklevetao cara Justinijana i njegovu ženu nakon careve smrti kako bi se politički udaljio od Justinijana kojeg novi car nije podržavao.

S dolaskom posttiskarskog doba (od izuma tiskarskog stroja do prijelaza s 19. na 20. stoljeće), dijeljenje i širenje informacija postalo je puno lakše. To je rezultiralo time da se informacijama moglo manipulirati u svrhu obmane (nepismene) javnosti, ali i kako bi se novine što bolje prodavale, npr. *The Great Moon Hoax* koji govori o otkriću života na mjesecu koju je izdao *The New York Sun* 1835. godine) ili kako bi izazvale strah i ljutnju (npr. takozvana „krvna kleveta“ koja govori o tome kako su Židovi ubili dvogodišnjeg dječaka kršćanina iz 1475.).<sup>13</sup> S time se pojavila nova profesija koja se odnosila na talentirane pojedince koji su znali prenijeti lažne vijesti na uvjerljiv način kako bi išli u korist vladarima koji su htjeli kontrolirati produkciju informacija.<sup>14</sup> U to vrijeme lažne vijesti su poprimile političku funkciju – primjerice, talijanski satiričar Pietro Aretino širio je dezinformacije o talijanskim moćnicima u svojim satiričnim pjesmama i dramama radi iznude novca i pritom utjecao na političku sliku u tadašnjoj Italiji. Zanimljivo je istaknuti kako je Jonathan Swift još 1710. godine govorio o političkim lažima i njihovom štetnom utjecaju na javnost koristeći se vokabularom koji je iznenađujuće sličan suvremenim opisima lažnih vijesti.

Nadalje, u doba masovnih medija (od poč. 20. st. do izuma interneta krajem 20. st.) lažne priče su se objavljivale i kako bi zabavile javnost (npr. slučaj radio drame *The War of the Worlds* koju je autor Orson Welles 1938. čitao uživo preko radija govoreći o invaziji Marsovaca u što su ljudi povjerovali ne znajući da je riječ o znanstvenoj fantastici). Ovaj nam primjer govori kako lažne vijesti ne moraju imati lošu namjeru, ali svejedno mogu imati negativne posljedice.<sup>15</sup> Još jedan povijesni primjer širenja dezinformacija dolazi iz SAD-a. Novine *Chicago Daily Tribune* objavio je 1948. naslovnu vijest „Dewey pobijedio Trumana“ prije nego što su rezultati predsjedničkih izbora bili objavljeni. Burkhardt smatra da je „ovaj incident samo jedan

---

<sup>13</sup> isto.

<sup>14</sup> v. Burkhardt, 2017., str. 6.

<sup>15</sup> isto.

od razloga zašto novinari uglednih novinskih agencija moraju verificirati informacije više puta prije objave.“<sup>16</sup>

Napokon, u doba interneta širenje lažnih vijesti i dezinformacija dostiglo je novu razinu zato što je bilo moguće da one dopru do svakoga tko je posjedovao računalo. Dostupnost informacija na internetu značilo je da su te iste informacije bile trenutačno dostupne gotovo svima. Kao i u prošlosti, razlozi za stvaranje i širenje lažnih vijesti bili su satira i zabava, ali neki su bili i zlonamjerni. Međutim, novi digitalni kontekst pomogao je stvoriti načine širenja lažnih vijesti koji u prošlosti nisu postojali. Budući da internet danas kontroliraju uglavnom oglašivači, a ne vlade i nacionalna tijela za regulaciju, to predstavlja iznimno opasnu situaciju u kojoj su oglašivači spremni plasirati svoje oglase na stranice koje imaju najveću posjećenost, ne uzimajući u obzir reputaciju i vjerodostojnost tih stranica. Ljude u današnje doba najviše privlače senzacionalistički i sugestivni naslovi, stoga su internetske stranice koje koriste takve šokantne tehnike najpopularnije i najposjećenije među internetskim korisnicima. Upravo te stranice motiviraju oglašivače da na njima promoviraju svoje proizvode i usluge zato što nisu zainteresirani za istinitost sadržaja koji takve stranice objavljuju, već samo žele da je što veći broj ljudi izložen njihovim oglasima. Na taj način oglašivači monetiziraju ljudsku težnju za senzacionalističkim sadržajem. Takva situacija dopušta internetskim stranicama da objavljuju kakve god vijesti, bile one lažne ili istinite.<sup>17</sup>

U ranim godinama postojanja interneta, pojavile su se stranice koje su namjerno dezinformirale korisnike te Burkhardt navodi nekoliko primjera istih. Prvi primjer koji autorica spominje jest stranica [www.dhmo.org](http://www.dhmo.org), koja je tvrdila da molekula DHMO koja se nalazi u gotovo svemu uzrokuje velike probleme poput raka, globalnog zatopljenja i kiselih kiša. Iako je sve što je na stranici zapravo istinito, obmana se sastoji u tome što se zapravo govori o molekuli vode (dihidrogen monoksid). Ovaj primjer pokazuje da korisnici interneta trebaju konstantno provjeravati vjerodostojnost informacija koje pronalaze u bespućima interneta. Sljedeća stranica [www.city-mankato.us](http://www.city-mankato.us) je jedna od prvih koja je napravljena radi obmane i širenja lažnih vijesti. Stranica je tvrdila da grad Mankato ima tropsku klimu, da se u rijeci Minnesoti mogu vidjeti migracije kitova te su to sve potvrdili navodima

---

<sup>16</sup> isto.

<sup>17</sup> v. Burkhardt, 2017. str. 8.

da su o njima pisali *New York Times*, *Yahoo* i *Minneapolis Star Tribune*. Dakako, radilo se o lažnoj stranici o kojoj navedene publikacije jesu pisale, no u drugačijem kontekstu (zapravo su ju ismijavale). Još jedan primjer je stranica [www.martinlutherking.org](http://www.martinlutherking.org) koju je kreirala jedna rasistička grupacija kako bi zavarala građane i pokret za ljudska prava prikazala u negativnom svjetlu diskreditirajući rad Martina Luthera Kinga.<sup>18</sup> Ono što je nagnalo ljude da povjeruju u dezinformacije navedene na spomenutoj internetskoj stranici je domena .org, koju su ljudi uglavnom povezivali s neprofitnim organizacijama koje doprinose općem dobru. Također, samo ime stranice i korištenje imena Martina Luthera Kinga uvjerilo je ljude da su te dezinformacije vjerodostojne i istinite.

Tehnološki napredak vidljiv posljednjih desetljeća ima svoje pozitivne, ali i negativne posljedice. Pozitivno je to što se informacije dijele brže te su određeni dijelovi svijeta koji ranije nisu bili toliko umreženi dobili priliku da pristupe dotad nedostupnim informacijama i novostima. Također, internet je omogućio da mišljenja različitih perspektiva budu viđena od što većeg broja korisnika što je dovelo do veće demokratizacije svijeta. S druge strane, internet je još uvijek u maloj mjeri reguliran te je plasiranje vijesti i informacija potaknuto povećanjem profita, što je rezultiralo proliferacijom lažnih vijesti. Iako smo ustvrdili da fenomen lažnih vijesti nije produkt internetskog doba, one se u suvremeno doba šire brže nego ikad i dopiru do najvećeg broja korisnika nego ikad prije.

## 2.2. Definicije lažnih vijesti

Iako sam termin ima svoja uporišta u povijesti, predložene su nove definicije lažnih vijesti kako bi se bolje odrazili izazovi koje predstavljaju nove komunikacijske tehnologije. U posljednje vrijeme termin se upotrebljavao kako bi opisao širok raspon slučajno (eng. misinformation) ili namjerno proširenih dezinformacija te zlonamjernih informacija (eng. malinformation)<sup>19</sup> koje obuhvaćaju laži, teorije zavjere, propagandu, slučajne pogreške i sl., dok Marwick i Lewis daju sličnu definiciju koja

---

<sup>18</sup> v. Burkhardt, 2017., str. 7.

<sup>19</sup> Kalsnes, B. Fake News. // Oxford Research Encyclopedia of Communication, 2018.

Dostupno na:

<https://oxfordre.com/communication/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809> (8.2.2020.).

glasi da su „lažne vijesti pojam koji se odnosi na slučajne ili namjerne dezinformacije koje se pojavljuju online i u medijima.“<sup>20</sup>

Iz prethodnih definicija lažnih vijesti razvidno je da se u njima uvijek javljaju tri elementa: oblik vijesti (lažna informacija prikazana kao vijest), stupanj netočnosti (informacija može biti samo djelomično kriva ili u potpunosti) i namjera (obmanuti čitatelje i korisnike za političke ili ekonomske svrhe). Postojeće definicije uglavnom u prvi plan stavljaju oblik vijesti, npr. „lažne vijesti su lažne priče koje se čine vijestima, šire se internetom ili preko drugih medija s namjerom da utječu na političke stavove ili služe kao šala.“<sup>21</sup> Slično tome, Allcott i Gentzkow definirali su ih kao „članke iz vijesti koji su namjerno i provjerljivo lažni i mogu obmanuti čitatelje“.<sup>22</sup> Nadalje, Tandoc, Lim i Ling identificirali su šest vrsta lažnih vijesti opisanih u istraživačkoj literaturi, a dvije od njih – vijesti satire i vijesti parodije – posebno su povezane s formatom vijesti. Ostale četiri vrste su izmišljanje vijesti, lažiranje fotografija, oglašavanje i propaganda.<sup>23</sup> Vijesti satire opisane su kao izrugivanje informativnih programa koje obično koriste humor ili pretjerivanje kako bi javnosti predstavili vijesti o novostima te, za razliku od tipičnog emitiranja vijesti, vijesti satire promoviraju se prije svega kao zabava, a ne informacije, a njihovi nositelji nazivaju se komičarima, a ne novinarima. Slično kao vijesti satire, vijesti parodije oponašaju vijesti na šaljive načine, ali glavna razlika je u tome što su vijesti parodije potpuno izmišljene.<sup>24</sup>

Međutim, postoji mnogo problema s pojmom lažne vijesti, a jedan od njih je uska povezanost s vijestima kao formatom i kao neovisnom institucijom. Izvješće Neovisne stručne skupine EU o lažnim vijestima i dezinformacijama na mreži sugerira da se u potpunosti odustane od izraza lažne vijesti<sup>25</sup> pa se u izvješću radije predlaže korištenje izraza dezinformacija, koji se može definirati kao „neistinite, netočne ili pogrešne informacije koje su osmišljene, predstavljene i promicane kako

---

<sup>20</sup> isto.

<sup>21</sup> Fake News. // Cambridge Dictionary, 2018. Dostupno na: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news> (10.2.2020.).

<sup>22</sup> isto.

<sup>23</sup> Kalsnes, B. Fake News. // Oxford Research Encyclopedia of Communication, 2018. Dostupno na: <https://oxfordre.com/communication/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809> (10.2.2020.).

<sup>24</sup> isto.

<sup>25</sup> HLEG. Final Report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformaton, 2018. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation> (11.2.2020.).

bi namjerno nanijele javnu štetu ili za profit".<sup>26</sup> Dezinformacije su očito precizniji izraz koji će se koristiti za raspravljanje o lažnim ili pogrešnim informacijama, bez aludiranja na format vijesti ili instituciju vijesti.

Što se tiče ranije spomenute namjere koja stoji iza lažnih vijesti, iste su najčešće motivirane politički ili ekonomski. Reuters institut za proučavanje novinarstva lažne vijesti definira kao "lažne informacije svjesno raspoređene sa određenom strateškom namjerom - bilo političkom ili komercijalnom. Takav se sadržaj obično maskira kao legitimna izvješća vijesti dok se trguje teorijama zavjere ili drugim stvarima nabijenim emocionalnim prizivima koji potvrđuju postojeća uvjerenja."<sup>27</sup> U skladu s tim, Silverman lažne vijesti opisuje kao "potpuno lažne informacije koje su stvorene radi financijske dobiti"<sup>28</sup>, kao što su clickbait članci koji pokušavaju namamiti čitatelje da kliknu i dijele. Ali također se u istraživačkoj literaturi oglašavanje spominje kao vrsta lažnih vijesti. Oglašavanje i odnosi s javnošću odnose se na to kako se reklamni materijali pod krinkom izvornih vijesti objavljuju kao vijesti.<sup>29</sup> Lažne vijesti u ovom se obliku definiraju kao kad osobe koje se bave odnosima s javnošću usvajaju prakse novinara kako bi u vijesti ubacili marketinške ili druge uvjerljive poruke, na primjer kao izvorno oglašavanje. Izvorno oglašavanje izgleda kao članak, ali plaća ga sponzor. Zamagljivanje njezinog podrijetla može javnost dovesti u zabludu da su proizvedene vijesti u potpunosti nepristrane. Jasni naglasak na financijskoj dobiti razlikuje se u odnosu s javnošću ili lažnim vijestima vezanim za oglašavanje u odnosu na druge vrste lažnih vijesti.<sup>30</sup> Ovaj se sadržaj često temelji na činjenicama, iako se često koncentrira na pozitivne aspekte proizvoda ili tvrtke koji se oglašava. I napokon, šesta vrsta lažnih vijesti odnosi se na propagandu, a to je kada vijesti kreiraju političke jedinice kako bi utjecale na percepciju javnosti, a najčešće idu u korist javnoj ličnosti, organizaciji ili vladi. Između propagande i oglašavanja može doći do preklapanja. Slično oglašavanju,

---

<sup>26</sup> isto.

<sup>27</sup> RISJ. How can we combat Fake News?- The role of platforms, media literacy and journalism, 2017. Dostupno na: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/how-can-we-combat-fake-news-role-platforms-media-literacy-and-journalism> (12.2.2020.).

<sup>28</sup> Silverman, C. BuzzFeed News analysis, 2016. Dostupno na: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook> (13.2.2020.).

<sup>29</sup> Kalsnes, B. Fake News. // Oxford Research Encyclopedia of Communication, 2018. Dostupno na: <https://oxfordre.com/communication/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809> (14.2.2020.).

<sup>30</sup> isto.

propaganda se često temelji na činjenicama, ali uključuje pristranost da promovira određeno mjesto ili perspektivu. Cilj je nagovoriti, a ne informirati, a za razliku od oglašavanja, naglasak nije na financijskoj dobiti, već na političkom utjecaju.<sup>31</sup>

Stupanj neistinitosti ili lažnosti može se oprimjeriti na članku koji nema činjeničnu osnovu, ali je objavljen u stilu članaka s vijestima kako bi stvorio legitimitet. Pomno oponaša naslijeđene vijesti, a autor članka često ima namjeru prevariti, bilo iz političkih ili financijskih razloga. Nakon što čitatelj prihvati legitimitet izvora, vrlo je vjerojatno da neće tražiti daljnju provjeru. Slično je i kod vizualnog sadržaja, manipulacija stvarnim slikama ili videozapisima stvara lažnu pripovijest. Lažne vijesti koje se pojavljuju u foto manipulacijama obično sadrže slike iz jednog konteksta koji se koriste u drugom kontekstu.<sup>32</sup>

Da sumiramo prethodno navedene definicije, Bente lažne vijesti definira kao „cjelovite ili djelomično lažne informacije koje se često pojavljuju kao vijesti, a obično se izražavaju kao tekstualni, vizualni ili grafički sadržaj s namjerom da zavedu ili zbune korisnike.“<sup>33</sup>

Tablica 1. Tipologija lažnih vijesti<sup>34</sup>

	<b>Autorova izravna namjera da zava- ra čitatelja/gledatelja</b>	<b>Autorova izravna namjera da zava- ra čitatelja/gledatelja</b>
<b>Stupanj točnosti</b>	<b>Visoko</b>	<b>Nisko</b>
<b>Visok</b>	Izvorno oglašavanje	Vijesti satire
	Propaganda	
	Manipulacija	
<b>Nizak</b>	Izmišljanje	Vijesti parodije

<sup>31</sup> isto.

<sup>32</sup> isto.

<sup>33</sup> isto.

<sup>34</sup> Kalsnes, B. Fake News. // Oxford Research Encyclopedia of Communication, 2018.

Dostupno na:

<https://oxfordre.com/communication/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809> (14.2.2020.).

### 3. Dezinformacije

Ciboci, Kanižaj i Labaš navode definiciju dezinformacija Visoke ekspertne skupine Europske komisije o lažnim vijestima i online informacijama: „pojam koji uključuje sve oblike lažnih, netočnih ili zavaravajućih informacija koje su osmišljene, predstavljene i promovirane kako bi nanijele štetu javnosti ili radi stjecanja profita“.<sup>35</sup> Također, navode ključne elemente dezinformacija: njihov je glavni cilj da plasiraju zavaravajuće, izmišljene i netočne informacije kako bi manipulirali javnošću i njihovim zaključcima o osobama, događajima i pojavama. Nadalje, na namjeran ili slučajan način govore o događajima koji se nikad nisu dogodili te prenose neizrečene izjave. Utječu na makrorazinu društva narušavajući međusobno povjerenje u istom, a njihov je utjecaj na medije značajan zato što umanjuju njihovu vjerodostojnost.<sup>36</sup> Što se tiče mikrorazine društva, dezinformacije negativno utječu na naša shvaćanja, znanja i ponašanja. Valja napomenuti da one nisu novitet, već su postojale i prije proliferacije medija kada su se širile putem tekstualnih medija gdje su informacije bile izvađene iz konteksta ili prikazane na iskrivljen način. Međutim, značajno su počele utjecati na društvo pojavom naprednih tehnologija i društvenih medija kojima je puno lakše manipulirati informacijama, slikom i zvukom kako bi dezinformacije bile što uvjerljivije. Kad se govori o odnosu između lažnih vijesti i dezinformacija, bitno je istaknuti da su dezinformacije širi pojam i jednim svojim dijelom obuhvaćaju pojam lažnih vijesti, koje se više upotrebljavaju u političkom kontekstu.

Kao što je već ranije spomenuto, dezinformacije se mogu širiti „nenamjerno“ što oprimjeruju računalni algoritmi koje koriste legitimni mediji. Ti se algoritmi upotrebljavaju u svrhu personaliziranja prikaza informacija kako bi krajnji korisnik dobio njemu korisne i zanimljive informacije koje će potencijalno proslijediti drugim korisnicima. Taj proces dijeljenja i širenja dezinformacije čini uvjerljivijima jer one dolaze iz izvora bliskim korisniku ili su to informacije u koje velik broj ljudi vjeruje.<sup>37</sup> To predstavlja izrazitu opasnost jer mnogo pružatelja usluga stvara lažne profile kako

---

<sup>35</sup> Ciboci, L.; Kanižaj, I.; Labaš, D. Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti. // Razvoj medijske pismenosti, 2018., str. 8. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/05/medijska-pismenost-lazne-vijesti.pdf> (16.2.2020.).

<sup>36</sup> isto.

<sup>37</sup> CERT. Dezinformacije i propaganda na internetu, 2019. str. 4. Dostupno na: <https://www.cert.hr/dezinformacije-i-propaganda-na-internetu/> (14.2.2020.).



bi prikazali svoje usluge kao obožavane od velikog broja ljudi. Tim lažnim profilima upravljaju tzv. „botovi“ ili „tvornice trolova“, tj. softveri koji šire dezinformacije.<sup>38</sup>

Usto, mediji se danas uglavnom financiraju od reklama i oglasa što utječe na to da oglasi koje objavljuju budu senzacionalistički i često ne u potpunosti istiniti kako bi privukli korisnike tih medija da kliknu na oglas.<sup>39</sup>

### 3.1. Dezinformacije u državnom i privatnom sektoru

Kako su se pojavile društvene mreže i druge platforme za dijeljenje informacija, usporedno tome pojavila se i veća potreba za reguliranjem protoka istih. Međutim, postoji mogućnost zloupotrebe nadzornih tijela, od čega najviše profitiraju države i privatni sektor.

Budući da država ima najveće ovlasti i može kontrolirati navedena nadzorna tijela, državni službenici mogu iskoristiti svoje ovlasti u svrhu propagiranja vlastitih interesa putem cenzuriranja informacija ili plasiranja lažnih informacija kako bi utjecali na javno mnijenje. Vrlo je teško uspostaviti kontrolu nad navedenim problemom jer ne postoje nepristrana tijela za nadzor navedenih procesa.<sup>40</sup>

Što se tiče privatnog sektora, CERT u svom dokumentu *Dezinformacije i propaganda na internetu*, napominje kako se najčešće radi o lažiranju recenzija i ocjena korisnika o određenom proizvodu kako bi ga predstavili boljim i kvalitetnijim nego što zaista jest.<sup>41</sup> Prema istraživanjima TurnToa i Ipsosa iz 2017., čak 90% potrošača vjeruje online recenzijama prilikom kupovine proizvoda, dok „već jedna zvjezdica više u ocjeni restorana znači 5% do 9% više prometa“<sup>42</sup>. Sukladno tome nije iznenađujuće da prodavači i proizvođači žele da njihovi proizvodi budu što pozitivnije ocjenjeni.

Neki od načina obmanjivanja i generiranja lažnih recenzija uključuju primoravanje vlastitih djelatnika da ostavljaju pozitivne komentare na određeni proizvod i unajmljivanje posebnih agencija koje se bave lažiranjem recenzija putem različitih

---

<sup>38</sup> isto.

<sup>39</sup> isto.

<sup>40</sup> v. Ciboci, L.; Kanižaj, I.; Labaš, D. Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti. // Razvoj medijske pismenosti, 2018. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/05/medijska-pismenost-lazne-vijesti.pdf> (16.2.2020.).

<sup>41</sup> CERT. Dezinformacije i propaganda na internetu, 2019. str. 7. Dostupno na: <https://www.cert.hr/dezinformacije-i-propaganda-na-internetu/> (14.2.2020.).

<sup>42</sup> Taylor, G. User-Generated Content Influences 90 % of Shoppers' Purchasing Decisions, 2017. Dostupno na: <https://retailtouchpoints.com/topics/omnichannel-alignment/user-generated-content-influences-90-of-shoppers-purchasing-decisions> (15.2.2020.).

programa za automatsko kreiranje dobrih recenzija.<sup>43</sup> CERT kao primjer spominje prodavače s Amazona, koji falsificiraju recenzije svojih proizvoda na razne načine. Čak su i smislili način kako zaobići Amazonov sustav provjere recenzija koji detektira recenzente koji su osobno platili proizvod – otvaraju Facebook grupe gdje pronalaze potencijalne suradnike koji bi ostavili pozitivne recenzije nakon kupovine proizvoda vlastitim novcem, a prodavači bi im kasnije vratili uplaćena sredstva.<sup>44</sup>

## 4. Informacijska pismenost

Budući da živimo u svijetu prožetom dezinformacijama i lažnim vijestima, koje smo definirali u prethodnim poglavljima, iznimno je važno spomenuti načine borbe protiv istih. Kako Špiranec navodi, informacijska pismenost je „glavna i najlogičnija strategija suzbijanja fenomena postistine.“<sup>45</sup> Nadalje, Špiranec i Banek ističu najnavođeniju definiciju ovog pojma, koja je objavljena u Proglasu Američkog knjižničarskog društva 1989. godine. Prema toj definiciji, informacijski pismene osobe su „one koje su naučile kako učiti... jer znaju kako je znanje organizirano, kako pronaći informacije i kako se koristiti njima na svima razumljiv način... to su osobe pripremljene na učenje tijekom cijeloga života“.<sup>46</sup>

### 4.1. Tradicionalni pristupi informacijskom opismenjavanju u suzbijanju postistine

U prošlosti, praktičari informacijskog opismenjavanja nisu se u tolikoj mjeri bavili kritičkim vrednovanjem izvora, već su veliku važnost pridavali, kako Bluemle prema Špiranec navodi, nekoliko drugih praksi. Jedna od praksi je „pronalaženje i korištenje informacija radi postizanja specifične svrhe“<sup>47</sup> bez vrednovanja izvora. Također, tradicionalno se vrednovao samo izvor, a kriteriji za vrednovanje nisu bili sveobuhvatni, npr. odnosili su se samo na procjenu domene, a ne i na ostale

---

<sup>43</sup> v. CERT. Dezinformacije i propaganda na internetu, 2019. str. 7. Dostupno na: <https://www.cert.hr/dezinformacije-i-propaganda-na-internetu/> (14.2.2020.).

<sup>44</sup> isto.

<sup>45</sup> Špiranec, S. Knjižnice u dobu postistine : etičke i epistemološke dileme. // Slobodan pristup informacijama, 2018. Str. 41.

<sup>46</sup> Banek Zorica, M.; Špiranec, S. Informacijska pismenost: teorijski okvir i polazišta, Zagreb: Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, 2008. Str. 23.

<sup>47</sup> Špiranec, S. Knjižnice u dobu postistine : etičke i epistemološke dileme. // Slobodan pristup informacijama, 2018. str. 42.

čimbenike poput autora, sadržaja, datuma objave itd. Takvi pristupi nisu išli ukorak s digitalnom revolucijom te su zanemarivali činjenicu da korisnici imaju osjećaje i pristranosti koji utječu na njihove informacijske prakse.<sup>48</sup> Kako bi se takve prakse prevladale, Špiranec navodi da „je u konceptualizaciji informacijske pismenosti (ili medijske/digitalne pismenosti) u uvjetima postistine potrebno promijeniti i proširiti težište vrednovanja izvora.“<sup>49</sup> Špiranec zagovara proširivanje vrednovanja izvora na činjenice u izvoru te na „kritičko promišljanje o ustroju digitalnih informacijskih prostora.“<sup>50</sup> Također, smatra da korisnici trebaju vrednovati svoje unutarnje predrasude i faktore koji utječu na rasuđivanje izvora „kako bi korisnici osvijestili vlastitu, osobnu epistemologiju (kako znamo to što znamo).“<sup>51</sup> Na taj način će informacijsko opismenjavanje biti nejednoznačno i uključivati „pitanje zašto se damo tako lako zavarati.“<sup>52</sup>

## 4.2. Suvremeni pristupi informacijskog opismenjavanja u suzbijanju postistine

Špiranec navodi nekoliko suvremenih pristupa informacijskog opismenjavanja kako bi se taj proces prilagodio postčinjeničnom svijetu. Prvi pristup je onaj Bluemlein koja daje tri prijedloga kako pospješiti poučavanje informacijske pismenosti. Prvi se odnosi na stavljanje većeg fokusa na osjećaje kao glavne čimbenike prilikom procjenjivanja vjerodostojnosti informacija; umjesto naglašavanja eksternih čimbenika poput „kvalifikacije autora, svrhe, reputacije izdavača, datuma publikacije“<sup>53</sup>, informacijski stručnjaci bi se trebali više usredotočiti na kognitivni pristup educiranja o pouzdanosti informacija. Špiranec čak napominje da „zbog kognitivnih pristranosti i motiviranog rasuđivanja, nećemo nužno povjerovati objektivnoj informaciji, čak i kad nam je dostupna.“<sup>54</sup> Nadalje, Bluemle se osvrće i na metode interpretiranja informacija. Informacijski stručnjaci moraju biti svjesni da korisnici često ne prihvaćaju informacije zbog same prirode istih, već zbog oprečnih pristupa tumačenju informacija. Napokon, treći Bluemlein prijedlog obuhvaća kategoriju socijalne

---

<sup>48</sup> v. Špiranec, S. Knjižnice u dobu postistine : etičke i epistemološke dileme. // Slobodan pristup informacijama, 2018. str. 42.

<sup>49</sup> isto.

<sup>50</sup> isto.

<sup>51</sup> isto.

<sup>52</sup> isto.

<sup>53</sup> isto, str. 43.

<sup>54</sup> isto.

jednakosti koja je usko povezana s informacijskom opismenjavanjem korisnika. Što su korisnici informacijski pismeniji, to će jednostavnije moći prepoznati i kritički se postaviti prema lažnim vijestima i dezinformacijama.<sup>55</sup>

Druga autorica koju spominje Špiranec je H. Mooney, koja ističe povjerenje kao ključnu dimenziju kod određivanja vjerodostojnosti informacija. Također, smatra da korisnike treba naučiti kako učinkovito pretraživati informacije te se kritički odnositi prema tehnologijama, alatima i sredstvima za pretraživanje zato što su oni uglavnom u vlasništvu privatnih korporacija kojima je prioritet profit, a ne vjerodostojnost informacija.<sup>56</sup>

I kao treći suvremeni pristup informacijskom opismenjavanju kojeg Špiranec navodi je onaj od M. Lenkera. Lenker smatra da se u procesu vrednovanja informacija ne smije stavljati toliki naglasak na izvor i sadržaj, već korisnik treba razviti sposobnost kritičkog promišljanja o svome odnošenju prema informacijama. Prema tome, korisnik konstantno treba preispitivati kojim informacijama vjeruje i zašto, na koji je način strukturirana informacija, čiju perspektivu zastupa, a čiju izostavlja.<sup>57</sup>

### **4.3. Kritička informacijska pismenost**

Prema Cooke, kritička informacijska pismenost produbljuje koncept informacijske pismenosti na način da zagovara da se informacije promatraju u kontekstu zato što strukture moći oblikuju sve informacije. Istraživanjem političkih, društvenih i ekonomskih dimenzija informacija korisnici mogu bolje razumjeti odakle informacije dolaze i na koji se način koriste. Tim pristupom korisnika se potiče da traži informacije koje su relevantne te imaju potencijal da budu dugoročno korisne.<sup>58</sup>

Nadalje, Elmborg preispituje informacijsku pismenost kao takvu i smatra da bi kritička teorija upotpunila informacijsku pismenost, a posebice se zalaže za ideju da bi knjižničari trebali koristiti alate kritičke teorije u informacijskom opismenjavanju korisnika. Budući da informacije ponekad odražavaju dominantan svjetonazor u određenom društvu, knjižničari u procesu informacijskog opismenjavanja korisnika moraju sami biti svjesni te činjenice i korisnicima ukazati da se valja kritički postaviti

---

<sup>55</sup> Špiranec, S. Knjižnice u dobu postistine : etičke i epistemološke dileme. // Slobodan pristup informacijama, 2018. str.43.

<sup>56</sup> isto.

<sup>57</sup> isto.

<sup>58</sup> Cooke, N. Fake News and Alternative Facts. Chicago : ALA Editions, 2018. Str. 18.

prema informacijama. Da bi informacijska pismenost poprimila kritičku dimenziju, ona mora uključivati razumijevanje kako različiti klasifikacijski sustavi funkcioniraju, ali i kako su isti nastali.<sup>59</sup> Dakle, Elmborg želi naglasiti da se klasifikacijski sustavi moraju i trebaju učiti, ali da poučavanje istih ne treba uključivati nepreispitivanje ideologija i svjetonazora koji su u podlozi klasifikacijskim sustavima.

Uloga i obrazovanje knjižničara se prema ovom pristupu ne odnose samo na učenje o riznicama znanja te pravilima klasifikacije i katalogizacije, već i na razvijanje kritičke svijesti i problematiziranja informacija. Takvim preokretom u pogledu na informacijske znanosti knjižničari će prestati sagledavati knjižnicu kao takvu bez problematiziranja i umjesto toga postat će stručnjaci za razvijanje intelektualnih i kritičkih sposobnosti.

#### **4.4. Informacijska metapismenost**

Pojavom društvenih mreža i novih tehnologija, informacijska je pismenost važnija nego ikad. Mackey i Jacobson smatraju da je upravo zato potrebna „redefinicija pojma informacijske pismenosti koja se sada nalazi u kontekstu koji je dinamičan, kratkotrajan i uvijek uključuje suradnju više korisnika.“<sup>60</sup> Kako se takve dinamične informacije s društvenih mreža u današnjem svijetu dijele kao vijesti od izrazite je važnosti stvoriti sveobuhvatni okvir koji će ići ukorak s brzim i naglim promjenama tehnologije.

Nastavno na kritičku informacijsku pismenost, koncept metapismenosti Mackey i Jacobson definiraju kao „sveobuhvatni i samoreferencijalni okvir koji integrira nove tehnologije te ujedinjuje nekoliko vrsta pismenosti. Ova redefinicija informacijske pismenosti proširuje opseg općenito shvaćenih informacijskih kompetencija te posebno naglašava stvaranje i dijeljenje informacija u digitalnom okruženju.“<sup>61</sup>

Drugim riječima, metapismenost zahtijeva od korisnika da sagleda informaciju iz šire perspektive te aktivno sudjeluje u stvaranju i distribuiranju znanja. Korisnik

---

<sup>59</sup> Elmborg, J. Critical information literacy: implications for instructional practice. // The Journal of Academic Librarianship, 32, 2 (2006), str. 193.

<sup>60</sup> Mackey, T. P.; Jacobson, T. E. Reframing Information Literacy as Metaliteracy. // College and Research Libraries. 72, 1 (2011), str. 69. Dostupno na: <https://crl.acrl.org/index.php/crl/article/view/16132> (16.2.2020.).

<sup>61</sup> Cooke, N. Fake News and Alternative Facts. Chicago : ALA Editions, 2018, str. 18.

može razviti sposobnost metapismenosti pomoću kritičkog razmišljanja i naglašavanja konteksta koji oblikuje informacije. Time on postaje „metapismeni“ korisnik koji može uspješno dekonstruirati informaciju i njezin izvor, navigirati se informacijskom mrežom koja je puna alternativnih činjenica, pristranosti, lažnih vijesti i dezinformacija. Iz tog razloga Cooke smatra da je metapismeni korisnik najbolje opremljen za otkrivanje i uklanjanje lažnih vijesti i dezinformacija.<sup>62</sup>

## 5. Političke implikacije lažnih vijesti i dezinformacija

U postčinjeničnom svijetu istina nije stabilni konstrukt, već nedostižna iluzija. Mnogi su teoretičari današnje vrijeme opisali kao doba u kojemu više ne postoji temelj kojim se možemo služiti kako bismo izgradili društvenu realnost. Ovakva dekonstrukcija ima mnoge posljedice na koncept istine i normativnosti. Prema riječima Farkasa i Schoua, važno se pitati „možemo li se i kako bismo se trebali baviti idejama istine i normativnosti unutar okvira koji opovrgava bilo kakav apsolutni temelj ili zaključak.“<sup>63</sup> Autori izriču kako se proizvodnja znanja prihvaća kao istinita samo kada je kongruentna s režimima istine određenog vremenskog perioda. To bi značilo da se znanjem i informacijama može manipulirati ovisno o tome tko ima moć u društvu.

Ako prenesemo takva razmišljanja u politički kontekst, to ima izrazito velike implikacije na našu percepciju političkih lidera, sustava i demokracije, što možemo vidjeti u suvremenim (zapadnim) demokratskim društvima. Takva su društva trenutačno u stanju krize zbog proliferacije lažnih vijesti i dezinformacija, što uvelike utječe na sami temelj donošenja političkih odluka. Svemu je tome pridonijela sveprisutna digitalizacija i pojava novih platformi koje se mogu iskoristiti u svrhu širenja alternativnih činjenica kako bi se utjecalo na promjenu javnog mnijenja. Farkas i Schou napominju kako se „znanstvenici, novinari i donositelji političkih odluka uglavnom slažu da je demokracija pod opsadom te da je prijetnja uzrokovana opasnim koktelom hiperbrzih medija desničarskog populizma i smanjenog povjerenja u osnovne temelje prosvjetiteljstva.“<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> Cooke, N. Fake News and Alternative Facts. Chicago : ALA Editions, 2018.

<sup>63</sup> Farkas, J.; Schou, J. Posttruth, Fake News and Democracy : Mapping the Politics of Falsehood. Routledge: London, 2019. str. 24.

<sup>64</sup> isto, str. 45.

Autori navode da se treba preispitati trenutačno razmišljanje o demokraciji jer se ona automatski izjednačava s pojmovima istine, razuma i racionalnosti. Takvo razmišljanje je politički opasno u kontekstu lažnih vijesti i dezinformacija te bismo trebali redefinirati sami koncept demokracije kako bi se uklapao u sliku suvremenog svijeta.

## 5.1. Odnos demokracije i istine

Kao što je već spomenuto, temeljna pretpostavka o demokraciji je da je ona ekvivalentna istini, ali politički teoretičari naglašavaju kako je ona izrazito kompleksan pojam. Demokracija bi u suštini trebala biti temeljena na istini i razumu, ali demokracije u postčinjeničnom svijetu koje su naoko temeljene na propitkivanju, kompromisu i racionalnosti, nisu održive. Puno se teoretičara slaže da kraj istine označava kraj demokracije. Postmodernistički relativizam doprinio je sveopćoj zbunjenosti koja okružuje koncept istine te je potrebna obnova pojma istine.

Uzrok takvom pomaku u shvaćanju demokracije i istine nalazimo u rušenju tradicionalnih i dobro utvrđenih demokratskih institucija, u koje možemo ubrojati i medije. Mediji su ti koji služe za proizvodnju, promicanje i širenje demokratskih ideja i „istina“ te na taj način utječu na stvaranje općeg mišljenja. Velike platforme poput Googlea, Facebooka, BBC-a i ostalih nameću se kao autoriteti koji koriste spomenutu krizu demokracije i šalju poruku da su jedino oni sposobni otkriti lažne vijesti i zaštititi uspostavljene istine. Međutim, problem je to što, prema Freedmanu i Fentonu, oni „koriste isti kadar, isto vjerovanje u algoritme i iste programe koje su upropastile demokraciju.“<sup>65</sup>

Suvremeni građanin mora osvijestiti kako je istina multidimenzionalna te ona iz perspektive različitih ljudi izgleda različito. U političkom kontekstu, pitanje je može li istina ostati nepristrana od određenih političkih ideologija. Upravo su iz tog razloga mnogi teoretičari smatrali kako znanstvenici, koji su naizgled objektivni i nepristrani, trebaju utjecati na donošenje političkih odluka, no i to se sad dovodi u pitanje. Barišić smatra „da filozofi i najveći znanstvenici nisu imuni na obmane kada su suočeni s

---

<sup>65</sup> Farkas, J.; Schou, J. Posttruth, Fake News and Democracy : Mapping the Politics of Falsehood. Routledge: London, 2019. str. 126.

perspektivama istine.“<sup>66</sup> Koji god učenjak piše o istini i politici, on ne može taj odnos istraživati izvan dominantne ideologije i time pobjeći od dominantne istine.

Istine je u političkom kontekstu danas izrazito defragmentirana i zahtijeva od korisnika puno veći napor da bi utvrdio je li ona vjerodostojna. Barišić smatra da „zbog dramatične digitalne akceleracije protoka informacija i širenja radijusa komunikacije istina nije niti nestala niti procvala.“<sup>67</sup> Veći je problem to što se lažne vijesti i dezinformacije šire puno brže nego istinite vijesti. Barišić također napominje da je otkrivanje istine prestalo biti kolektivna odgovornost te je sada prešlo u individualnu sferu. Istina se otkriva samo „napornim pretraživanjem i preispitivanjem i s otvorenim stavom te nikad bez sudjelovanja ili iznad ideologije.“<sup>68</sup>

Možemo zaključiti da istina nije u potpunosti nestala iz politike te je ona još uvijek temelj demokracije – samo se promijenio način i priroda same istine te očekivano ponašanje korisnika koji sam snosi odgovornost navigiranja kroz istine i laži.

## 5.2. Primjeri eksploatacije postčinjeničnog svijeta

Kako bismo opimjerali na koje se načine može okoristiti relativizacijom istine i širenjem lažnih vijesti, navest ćemo recentne primjera diljem svijeta, uključujući predsjedničke izbore u Sjedinjenim Američkim Državama 2016. godine i izlazak Ujedinjenog Kraljevstva iz Europske unije, poznatiji kao Brexit. To su fenomeni koji su korištenjem lažnih vijesti i dezinformacija uvelike promijenili današnju političku sliku.

Donald Trump znao je iskoristiti krizu tradicionalnih medija fokusirajući se na društvene mreže, što je prouzrokovalo da su tradicionalni mediji dali Trumpu besplatnu televizijsku minutažu u vrijednosti od 5,2 milijarde dolara.<sup>69</sup> Na taj način Donald Trump eksploatirao je činjenicu da se na društvenim mrežama lakše i brže šire lažne vijesti i dezinformacije podrivajući svoju protukandidatkinju Hillary Clinton i u konačnici pobijedio na predsjedničkim izborima.

---

<sup>66</sup>Barišić, P. Truth and Politics in the Age of Digital Media. // *Synthesis philosophica*. 33, 2 (2018), str. 496. Dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=325091](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=325091) (16.2.2020.).

<sup>67</sup> isto, str. 499.

<sup>68</sup> isto.

<sup>69</sup> Klauški, T. Lažne vijesti i kako je Donald Trump iskoristio slabost tradicionalnih medija u kampanji za američkog predsjednika. // *Političke analize*. 8,30 (2017), str. 11. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/184732> (16.2.2020.).



Tijekom debate u Ujedinjenom Kraljevstvu oko toga hoće li država izaći iz Europske unije širilo se mnogo dezinformacija koje su propagirali mnogi britanski političari. Istinite se informacije nisu mogle lako plasirati u javnost jer su javnosti teško razumljive što je bilo plodno tlo za širenje lažnih vijesti i dezinformacija. Tako je grupacija za izlazak iz Unije uspjela obmanuti javnost što dokazuje da brzi protok informacija podupire širenje lažnih vijesti i dezinformacija te uspijeva manipulirati ljudima i njihovim stavovima.

## 6. Istraživanje

### 6.1. Izvori o suzbijanju fenomena lažnih vijesti i dezinformacija-komparativna analiza sadržaja

Mnogi autori pisali su o lažnim vijesti i dezinformacijama te načinima njihova suzbijanja, stoga smatramo da je potrebno istražiti i komparirati mišljenja različitih organizacija i autora o istima. U analizu su uključeni izvori koje su objavile relevantne organizacije iz područja komunikacija i informacija - Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (DKMK) i Međunarodna federacija knjižničarskih društava i ustanova (IFLA) te radovi autora Eugenea Kielyja i Lori Robertson, Thomasa P. Mackeya i Trudi E. Jacobson, Joanne M. Burkhardt te Daniela Levitina. Cilj je ovog dijela rada na odabranom uzorku literature utvrditi zajedničke elemente preporuka o suzbijanju lažnih vijesti i dezinformacija. Sadržajnom analizom i mapiranjem izvora definirat će se facete i identificirati zajednički nazivnici u tekstovima koji nude smjernice za suzbijanje lažnih vijesti i dezinformacija kroz informacijske i komunikacijske aktivnosti.

Istraživački uzorak uključuje sljedeće izvore:

1. Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (DKMK). Dostupno u :Ciboci, L.; Kanižaj, I.; Labaš, D. Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti. // Razvoj medijske pismenosti, 2018.
2. Međunarodna federacija knjižničarskih društava i ustanova (IFLA). How to spot fake news, 2020. Dostupno na:  
<https://www.ifla.org/publications/node/11174?fbclid=IwAR1RD--h4tMgKhLpskwQG7SNUwe4-SYZZ81tvstlqToPr15gFESAQcFw9vM>.

3. Kiely, E. ; Robertson, L. How to Spot Fake News, 2016. Dostupno na: <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/>.
4. Tom Mackey i Trudi Jacobson. 2018 Metaliteracy Goals and Learning Objectives. Dostupno na: <https://metaliteracy.org/learning-objectives/2018-metaliteracy-goals-and-learning-objectives/>.
5. Burkhardt, J. M. How to combat fake news in the digital age. // Library Technology Reports, 2017.
6. Levitin, D. Weaponized lies: How to think critically in the PostTruth Era. Dutton: Boston, 2017.

Uzorak je odabran tako da obuhvati recentne preporuke dviju organizacija iz informacijsko-komunikacijskog područja koje promiču informacijsko ponašanje te radove šest individualnih autora i njihov aspekt o tome kako se boriti protiv lažnih vijesti i dezinformacija.

### **6.1.1. Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu**

Oni koji šire lažne vijesti danas posebno manipuliraju na društvenim mrežama jer su dobro upoznati s načinom kako one funkcioniraju. Kada jednom nekome nanesu štetu, teško ju je ispraviti jer je u njihovo širenje uobičajeno uključeno puno osoba pa je stoga DKMK donijelo određene smjernice kako ih prepoznati.

Smjernice spominju kako korisnici moraju obratiti pozornost na sadržaj vijesti (a ne samo naslov), autora vijesti, domenu na kojoj je vijest objavljena, impressum internetske stranice kako bi se doznalo tko stoji iza nje, datum i vrijeme objave, upitne citate, poveznice i fotografije, vlastitu pristranost te tvrde kako bi se svaka vijest trebala provjeriti u drugim izvorima i domenama prije nego se dijeli dalje.

Prema prikazanome, u ovoj se publikaciji navode sljedeći kriteriji: 1. Naslov 2. Odgovornost/domena 3. Impressum 4. Datum i vrijeme objave 5. Autor 6. Sekundarni izvori 7. Upitni citati i fotografije 8. Provjera vlastitih pristranosti 9. Provjera kod drugih izvora 10. Dijeljenje informacija.

### 6.1.2. Međunarodna federacija knjižničarskih društva i ustanova

Budući da su knjižničari profesionalci koji se bave organiziranjem, distribuiranjem i evaluacijom informacija na dnevnoj bazi, upravo su oni ti koji bi trebali imati ključnu ulogu u suzbijanju fenomena lažnih vijesti i dezinformacija putem informacijskog opismenjavanja korisnika, a posebice mlađe populacije koja je osjetljivija na posljedice lažnih vijesti i dezinformacija. S obzirom na to da se knjižničari time bave dugi niz godina, organiziranje edukacija za razvijanje vještina informacijske pismenosti pripada u njihovu domenu.

Važnost sudjelovanja knjižničara u procesu informacijskog opismenjavanja prepoznala je i IFLA, koja je pokrenula inicijativu *Kako prepoznati lažne vijesti* s ciljem razvijanja kritičkog odnosa prema informacijama. Ponuđeno je osam koraka koji su jednostavno strukturiranim konceptom prilagođeni i najmlađim korisnicima; prvo je potrebno razmisliti o izvoru informacija što podrazumijeva istraživanje stranice i njezine svrhe te utvrđivanja originalnosti (ili kopije) izvora. U drugom koraku IFLA savjetuje da korisnik pročita cijeli članak, a ne samo naslov zbog sveprisutne clickbait kulture. Zatim, treba također provjeriti je li autor članka uopće stvarna osoba i jesu li njegovi radovi vjerodostojni zbog moguće pristranosti autora i njegovih osobnih interesa. Četvrti se korak odnosi na provjeravanje dodatnih izvora i linkova unutar članka klikanjem na iste kako bi se uvidjelo jesu li ti dodatni izvori pravovaljani. Nadalje, valjalo bi provjeriti datum objave vijesti jer vrijeme objave ne podrazumijeva relevantnost same vijesti. Treba ispitati aktualnost informacija i koliko je vremena prošlo nakon opisanog događaja u tekstu. Sljedeći korak uključuje analizu sadržaja vijesti. Naime, ako se sadržaj čini suviše neozbiljan i proturječan, moguće je da je riječ o podvali. Predzadnji korak sastoji se od kritičkog promišljanja o vlastitim stavovima koji potencijalno mogu utjecati na naše rasuđivanje. Naposljetku, ako korisnik ne može sam procijeniti vjerodostojnost informacija, uvijek se može obratiti nadležnom knjižničaru koji će mu pomoći u prosudbi.<sup>70</sup>

U analiziranom se izvoru navode sljedeći kriteriji: 1. Svrha stranice, 2. Autor 3. Naslov 4. Sekundarni izvori 5. Datum objave 6. Sadržaj 7. Provjera vlastitih pristranosti 8. Obraćanje informacijskom stručnjaku.

---

<sup>70</sup> IFLA. How to spot fake news, 2020. Dostupno na: <https://www.ifla.org/publications/node/11174?fbclid=IwAR1RD--h4tMgKhLpskwQG7SNuwe4-SYZZ81tvstlqToPr15gFESAQcFw9vM> (18.2.2020.).

### 6.1.3. Eugene Kiely i Lori Robertson

Nadalje, smjernice Eugenea Kielyja i Lori Robertson smjernice uključuju osam koraka koje bi korisnici trebali poduzeti prilikom provjeravanja istinitosti određenih vijesti. Prvi korak uključuje provjeru izvora same vijesti, dakle radi li se o uglednoj publikaciji ili nekoj koja se predstavlja kao vjerodostojna. Navodi se kako se korisnici mogu poslužiti raznim internetskim stranicama na kojim se mogu naći popisi stranica koji sadrže lažne vijesti. Također, uvijek se treba pročitati cijeli sadržaj, a ne samo naslov, koji je najčešće napisan na provokativan i senzacionalistički način. Čak i legitimne vijesti mogu imati naslove koji ne komuniciraju cijelu priču, stoga korisnici trebaju provjeriti informacije u samome sadržaju kako bi utvrdili korespondira li naslov s viješću. Treći korak je provjera autora jer postoje slučajevi u kojima je ime autora ili njegova kratka biografija lažna. Autori se mogu predstaviti kao višestruko nagrađivani novinari, no u stvarnosti njihova impresivna priznanja nisu istinita. Nadalje, izvori koji podupiru određene izjave u vijestima mogu obmanuti korisnika tako da izvor bude predstavljen kao vjerodostojan i legitiman ili izvor uopće ne podupire izjavu jer se vjeruje da ljudi neće kliknuti na citirani izvor. U petom se koraku potiče korisnika da provjeri i vrijeme objave vijesti jer ponekad lažne vijesti mogu biti iskrivljene istinite vijesti, primjerice stare vijesti predstavljene kao da su recentne i relevantne. Šesti se korak odnosi na provjeru radi li se možda o satiri jer nije uvijek jasno naznačeno da je vijest parodija kako bi vijest generirala što više klikova, a uz to i profit internetskoj stranici. Bitan korak je i provjeravanje vlastitih pristranosti jer ljudi vjeruju informacijama koje potvrđuju njihova uvjerenja i stavove dok ne vjeruju informacijama s kojima se unaprijed ne slažu. Ako korisnik još uvijek nije uvjeren nakon svih koraka radi li se o lažnoj ili istinitoj vijesti, potrebno je konzultirati informacijske stručnjake koji se razumiju u problematiku i mogu donijeti kritičke zaključke o legitimnosti informacija.<sup>71</sup>

Iz navedenog je razvidno kako se u publikaciji navode sljedeći kriteriji: 1. Izvor 2. Naslov 3. Autor 4. Sekundarni izvori 5. Vrijeme objave 6. Satira 7. Provjera vlastitih pristranosti 8. Obraćanje informacijskom stručnjaku.

---

<sup>71</sup> Kiely, E. ; Robertson, L. How to Spot Fake News, 2016. Dostupno na: <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/> (1.3.2020.).

#### 6.1.4. Tom Mackey i Trudi Jacobson

Mackey i Jacobson iznose nekoliko ciljeva informacijske metapismenosti, a nama je ključan prvi jer se odnosi na evaluaciju izvora. U nastavku slijedi deset elemenata evaluacije u tome cilju.

Prvi se element odnosi na razumijevanje vrste formata informacija. Moderne tehnologije omogućile su integraciju različitih formata kojima se prenose informacije što uključuje mnoštvo tekstualnih i audiovizualnih formata. Tako nastaju vijesti koje kombiniranjem raznih formata višestruko usložnjavaju informacije te je stoga potrebna kritička analiza takvog integriranog sadržaja. Mackey i Jacobson ističu da korisnici moraju razumjeti funkciju svake vrste formata kako bi mogli donijeti informiranu odluku o sadržaju.

Drugi element traži evaluiranje povratnih informacija korisnika. Izvori informacija za donošenje odluka pri kupovini u današnjem svijetu najčešće su recenzije drugih korisnika, pri čemu te informacije treba staviti u kontekst i kritički evaluirati njihovu pouzdanost. Pretraživanje takvog informacijskog okruženja zahtijeva od korisnika da bude fokusiran kako bi mogao razlikovati dezinformacije od pouzdanih informacija.

Nadalje, Mackey i Jacobson u trećem elementu evaluacije navode kreiranje konteksta za informacije koje je stvorio korisnik. Ugled nekog časopisa ili izdavača više ne igra toliku ulogu u evaluaciji vjerodostojnosti i pouzdanosti izvora, već se od korisnika zahtijeva da se koristi nekim drugim pokazateljima poput datuma objave, autora, referenci, povijesti objavljivanja i slično. To značajno otežava kontekstualiziranje informacija i povećava opasnost od širenja dezinformacija. Također, Mackey i Jacobson napominju kako novi mediji često ne daju sveobuhvatnu sliku određene informacije, već korisnik može vidjeti samo isječak teksta izvađen iz konteksta, primjerice isječci teksta na Google Books, oznake koje su kreirali korisnici, poveznice na internetske izvore, određeni članci iz baza podataka ili pretraga na Google Znalcu itd.

Zatim, četvrti se element odnosi na stvaranje originalnog sadržaja u višestruko integriranom medijskom formatu. Stvaratelji sadržaja u digitalnom okruženju moraju se kritički odnositi prema medijskim formatima kako bi uspješno artikulirali svoje ideje. Nove su tehnologije omogućile stvaranje i dijeljenje informacija u novim

obicima putem „ fragmentacije ideja, poveznica promjenjivog ili privremenog osjećaja vremena i prostora i nejasnih granica između pravog i virtualnog svijeta te između teksta i slike.“<sup>72</sup> Informacijski pismeni pojedinci moraju biti svjesni tih promjena u digitalnom okruženju kako bi mogli stvarati i dijeliti svoje ideje.

U petom je koraku spomenuto razumijevanje osobne privatnosti, informacijske etike i pitanja vezanih uz intelektualno vlasništvo. Informacijska metapismenost u kontekstu privatnosti, etike i intelektualnog vlasništva podrazumijeva svijest i razumijevanje utjecaja novih tehnologija na naš život. Potrebno je kontinuirano istraživanje pravnih, ekonomskih, političkih i društvenih problema koji su u vezi s dinamičnim informacijskim okruženjem. Primjerice, jedno od glavnih pitanja današnjice je problem otvorenog pristupa. Naime, lakše je pronaći članak ili knjigu koji su dostupni isključivo uz plaćanje nego u otvorenom pristupu. Također, pitanje autorstva predstavlja isto veliki problem jer je informacijsko okruženje postalo toliko dinamično neprestanim dijeljenjem i distribucijom informacija pa je teže pronaći pravog autora određenog izvora.

Posljednji se korak odnosi na dijeljenje informacija u participativnom okruženju. Načini dijeljenja informacija su sve brojniji i informacije dopiru do sve većeg broja ljudi koji su u konstantnoj međusobnoj interakciji za razliku od tiskanih medija u prošlosti koji su dopirali do određene skupine ljudi. U takvom okruženju korisnik mora „biti sposoban organizirati, formatirati i revidirati informacije kako bi protumačio njihovo značenje.“<sup>73</sup> Metapismenost u tom smislu više nije pismenost kao skup određenih vještina, već pristup koji naglašava konstantno surađivanje i interakciju korisnika kao preduvjet razvoja i distribucije informacija.

U ovome se izvoru izdvajaju sljedeći kriteriji: 1. Format 2. Povratne informacije 3. Kontekst 4. Stvaranje sadržaja 5. Privatnost, etika i intelektualno vlasništvo 6. Dijeljenje informacija.

---

<sup>72</sup> Mackey, T. P.; Jacobson. 2018 Metaliteracy Goals and Learning Objectives. Dostupno na: <https://metaliteracy.org/learning-objectives/2018-metaliteracy-goals-and-learning-objectives/> (15.3.2020.).

<sup>73</sup> isto,

### 6.1.5. Joanna M. Burkhardt

Joanna Burkhardt navodi nekoliko praktičnih strategija i alata koje korisnici mogu koristiti kako bi spriječili širenje lažnih vijesti. Njezine smjernice uključuju osvještavanje rangiranja informacija u internetskim pretraživačima, identificiranje botova, čitanje cijele vijesti, a ne samo naslova, provjeravanje informacija, evaluiranje informacija, sagledavanje informacija iz više perspektiva, korištenje alata za verifikaciju informacija i razvijanje skepse prema izvorima.

Prvo se navodi rangiranje informacija u internetskim pretraživačima, što se odnosi na osvještavanje činjenice da većina korisnika informacije pretražuje putem internetskih pretraživača, poput Googlea, Yahooa i Binga te da su rezultati pretraživanja određeni algoritmima tih platformi. Većina ljudi uopće ne gleda drugu stranicu rezultata pretraživanja, stoga je položaj rezultata izrazito bitan. Burkhardt spominje kako su „kriteriji koji određuju položaj informacija kompleksni i često nepoznati široj javnosti.“<sup>74</sup> Korisnici bi se trebali upoznati s navedenim kriterijima i algoritmima kako bi osvijestili moguće pristranosti u istima.

Druga strategija je identificiranje botova. Burkhardt smatra da bi korisnici trebali razviti naviku prepoznavanja i identificiranja botova, tj. lažnih profila na društvenim mrežama koji služe za prikupljanje informacija o interesima i svjetonazorima korisnika. Spominje rezultate istraživanja autora Abokhodair, Yoo i McDonald kako čak 61,5 % ukupnog internetskog prometa čine botovi. Ta informacija predstavlja izrazito opasnu situaciju u kojoj korisnici misle da komuniciraju s pravim osoba kojima vjeruju, a time i više vjeruje (dez)informacijama koje bot dijeli. Situacija se pogoršava što više pratitelja na društvenim mrežama korisnik uspije skupiti jer je vjerojatnije da će prihvatiti zahtjeve nepoznatih osoba, što samo olakšava infiltraciju botova u mrežu korisnika društvenih mreža.

Autorica navodi nekoliko strategija pomoću kojih se prosječan korisnik može zaštititi od botova: (1) profili bez slike, imaju malo objava i prate više profila nego što imaju pratitelja najvjerojatnije su botovi; ako profil odgovara u roku od nekoliko sekundi na objavu, vjerojatno je riječ o automatiziranom botu, (2) ako korisnik uspije identificirati bota, automatski treba njegov račun prijaviti, (3) korištenje različitih heštegova

---

<sup>74</sup> Burkhardt, J. M.: How to combat fake news in the digital age. // Library Technology Reports. 53, 8 (2017), str. 22. Dostupno na: <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/6497/8631> (20.2.2020.).

umjesto samo jednog može spriječiti da hešteg bude poremećen od strane bota, (4) ako račun dobije veliku količinu pratitelja preko noći, to je indikacija da se radi o botovima, (5) oni koji su vješti u tome mogu kreirati svoje botove koji mogu pomoći u suzbijanju fenomena loših botova.<sup>75</sup>

Treća se strategija odnosi na čitanje informacije prije dijeljenja. Od izrazite je važnosti pročitati vijesti u cijelosti, a ne se oslanjati samo na senzacionalističke naslove za dobivanje informacija prije nego se odluči vijest podijeliti dalje. Takvo nepotpuno čitanje vijesti eksponencijalno povećava opasnost od širenja lažnih vijesti i dezinformacija. Naslovi često pokušavaju privući pažnju izazivanjem emocionalne reakcije u ljudima, što „često dovodi do dijeljenja vijesti i našeg bijesa s drugima – kako bismo proširili glas. Takva automatska reakcija često dovodi do toga da djelujemo umjesto da uzmemo vremena da promislimo o vjerodostojnosti same priče.“<sup>76</sup>

Nadalje, spominje se provjeravanje informacija ili fact-check. Korisnici bi prije dijeljenja informacija trebali koristiti široko dostupne sustave i alate za provjeru informacija na internetskim stranicama kako bi vidjeli kakve će im rezultate dati. Neke internetske platforme, poput Facebooka i Twittera, razvijaju vlastite sustave prepoznavanja lažnih vijesti i dezinformacija kako bi identificirali i zaustavili lažne profile koji dijele iste.

U petoj se strategiji govori o evaluiranju informacija. To uključuje osvještavanje otkuda informacije dolaze. Prilikom pretraživanja informacija, valja se uvijek pitati koji je izvor, je li izvor točan i vjerodostojan i koji znakovi ukazuju na vjerodostojnost izvora.

Izvor može biti „osoba koja je napisala članak ili izvještaj, organizacija koja svojim imenom i ugledom stoji iza vijesti, anonimni izvor od kojih razlikujemo dva tipa: prvi je kada se radi o osobi koja ne želi otkriti svoj identitet jer je dala informaciju novinaru [koji je informaciju iskoristio u članku]; drugi je kada se radi o osobi koja skriva svoj identitet kada dijeli vlastite informacije.“<sup>77</sup>

Kako bi se utvrdila vjerodostojnost izvora, treba potražiti biografske podatke autora da bi se ustanovila razina njegova ili njezina znanja i stručnosti o temi o kojoj piše.

---

<sup>75</sup> isto, str. 23.

<sup>76</sup> isto, str. 23.

<sup>77</sup> isto, str. 24.



Nadalje, osim biografije, na vjerodostojnost izvora utječe i reputacija organizacije koja stoji iza autora – izdavači koji godinama izvješćuju o relevantnim vijestima pazeći na točnost i pouzdanost prilikom objave vijesti puno su vjerodostojniji od onih se fokusiraju na senzacionalizam i/ili profit.

Šesta strategija uključuje sagledavanje informacija iz više perspektiva. Budući da većina korisnika dobiva informacije s kojima se već svjetonazorski slaže, bitno je istražiti tražene informacije i iz drugih perspektiva koje se kose s vlastitim svjetonazorima kako bi dobili potpuniju sliku o vjerodostojnosti određene informacije. Svaka je osoba pristrana i od ključne je važnosti „priznati te pristranosti i imati ih na umu, pogotovo kada smo suočeni s informacijom koja ne potvrđuje ono što nam pristranost govori.“<sup>78</sup> Takvim načinom pretraživanja informacija možemo donijeti informiranu i educiranu odluku o tome hoćemo li vjerovati određenoj informaciji.

U pretposljednjoj se strategiji spominju alate za verifikaciju informacija. Burkhardt navodi mnoštvo projekata koji služe za podizanje razine vjerovanja u legitimne medije, uključujući The Trust Project, The National Institute for Computer-Assisted Reporting, Smjernice loših vijesti od The Public Data Laba, The News Literacy Project itd. Korištenje ovih dostupnih alata pomaže procesu identificiranja lažnih vijesti i dezinformacija i sprječavanju širenja istih. Korisnici bi trebali koristiti ovakve alate jer postaju sve lakše dostupniji zahvaljujući brzom razvoju tehnologije, čije prednosti valja iskoristiti u postčinjeničnom svijetu.

Završna, osma strategija upozorava korisnike kako bi trebali biti skeptični prema izvorima. Psihološka istraživanja dokazuju da ljudi prilikom obrađivanja informacija automatski donose sud o tome je li informacija istinita ili lažna. Mozak prilično lako vjeruje da ono što prvo pročita ili vidi je istinito, dok je puno teže odbaciti informaciju kao lažnu.<sup>79</sup> Ono što situaciju pogoršava je pronalaženje određene informacije na više izvora, što ju samim time čini vjerodostojnijom i ljudi lakše u nju povjeruju. Kao što smo već napomenuli, lažne vijesti i dezinformacije puno se brže šire internetskom mrežom, stoga korisnici trebaju biti skeptični prema izvorima

---

<sup>78</sup> isto, str. 26.

<sup>79</sup> v. Burkhardt, J. M.: How to combat fake news in the digital age. // Library Technology Reports. 53, 8 (2017), str. 26. Dostupno na: <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/viewFile/6497/8631?fbclid=IwAR2wLmHsnVOx8jEGxoFpW7NNg9yH05O8F16UZqc3zgwjSj5v9G0fZ0Jnj3Y> (20.2.2020.).

informacija kako bi prevladali vlastite psihološke aktivnosti obrade informacija koje nas čine osjetljivijima na manipulaciju.

Navedena publikacija sadrže sljedeće kriterije: 1. Rangiranje informacija 2. Botovi 3. Naslov 4. Fact-check 5. Autor i datum objave 6. Provjera kod drugih izvora 7. Alati za verifikaciju 8. Skepsa prema izvorima.

### 6.1.6. Daniel Levitin

Autor Daniel Levitin u svojoj publikaciji pobrojao je pet ključnih smjernica za provjeravanje vjerodostojnosti informacija na internetu.

Prva se smjernica odnosi na obraćanje pozornosti na hijerarhiju izvora. Određeni su izvori informacija vjerodostojniji zbog prisutnosti stručnjaka koji recenziraju i evaluiraju informacije u izvoru. Izvori poput New York Timesa, Washington Posta i Wall Street Journala ulažu napore u dobivanje neovisnih verifikacija za svaku vijest koju objavljuju. Levitin problematizira odnos prema tim „vjerodostojnim“ izvorima spominjanjem kako i oni mogu pasti pod moć dominantne ideologije i propagande, ali u prosjeku se njima više može vjerovati nego drugim publikacijama.

U akademskim krugovima recenzirane se publikacije smatraju najvjerodostojnijima pri dijeljenju informacija jer su autori stručnjaci u svome polju, a drugi stručnjaci iz istog polja evaluiraju autorov rad. Takav sustav predstavlja dobar temelj za utvrđivanje pouzdanosti i istinitosti informacija. Nadalje, svaki akademski rad mora imati poveznice s drugom recenziranom i akademski prihvaćenom literaturom. Na taj način se izjave dokazuju putem citiranja uglednih izvora.<sup>80</sup>

Nadalje, korisnik treba paziti na kojoj je domeni pronašao informaciju. Upoznavanje s domenama predstavlja važan korak u identificiranju vjerodostojnosti izvora informacija – „neutralnije vijesti uglavnom dolaze od obrazovnih i neprofitnih stranica (poput .edu, .gov ili .org domena) nego od komercijalnih stranica.“<sup>81</sup> Naravno, čak i obrazovne i neprofitne organizacije mogu biti pristrane zbog želje da povećaju prihod od donacija za svoje ciljeve.

---

<sup>80</sup> v. Levitin, D. *Weaponized lies: How to think critically in the PostTruth Era*. Dutton: Boston, 2017. Str. 130.

<sup>81</sup> isto, str. 125.

Također, korisnici moraju znati koliko je informacija relevantna. Kako internetski svijet postaje sve bogatiji i dinamičniji, tako je teže utvrditi je li određena informacija još uvijek relevantna. Danas je vrlo lako i jeftino napraviti vlastitu internetsku stranicu i bitno je ustanoviti je li stranica još uvijek kontinuirano ažurirana. Internetske stranice nemaju uvijek oznaku vremena objave, pa je potrebno svaku izjavu istražiti koliko je pouzdana u sadašnje vrijeme. Postoji mnoštvo stranica čija je funkcija upravo razotkrivanje urbanih mitova, poput Snopes.com ili RetractionWatch.com.

Zatim, tijekom pretraživanja informacija, pažnju treba skrenuti na mogućnost preuzimanja tuđih informacija. Još jedan način na koji se može zavarati ljude je kopiranje tuđih tekstova i predstavljanje ih kao svoje. Prilikom tog procesa se mogu dodati novi dijelovi koji ne moraju biti istiniti i time proširiti informacija koja je u originalu bila istinita i vjerodostojna, a pretvorena je u dezinformaciju. Levitin smatra kako je „na svakom [korisniku] teret da bude siguran da ono što čita je original, a ne izmijenjena informacija ili nečija mješavina preuzetih informacija.“<sup>82</sup>

Posljednja se smjernica odnosi na provjeru navoda i poveznica. Djelitelji lažnih vijesti i dezinformacija računaju na to da korisnici neće kliknuti na poveznice kojima se naoko informacije u tekstu dokazuju. Lažna vijest može obećavati određene lažne izjave, izraditi „akademski“ članak pun referenci i fusnota koji uopće ne vode na relevantne publikacije i na taj način obmanuti korisnike da povjeruju u dezinformaciju.<sup>83</sup>

Kao što je vidljivo, u ovome se izvoru navode sljedeći kriteriji: 1. Hijerarhija izvora 2. Domena 3. Datum objave 4. Plagijat 5. Sekundarni izvori.

---

<sup>82</sup> isto, str. 134.

<sup>83</sup> v. isto, str. 134.

Tablica: Analiza kriterija navedenih u izvorima.

Kriteriji	DKMK	IFLA	Eugene Kiely i Lori Robertson	Tom Mackey i Trudi Jacobson	Joanna M. Burkhardt	Daniel Levitin
autor	+	+	+	+	+	-
datum	+	+	+	+	-	+
sekundarni izvori	+	+	+	+	-	+
vlastite pristranosti	+	+	+	-	+	-
domena	+	+	+	-	+	+
naslov	+	+	+	-	+	-
satira	-	+	+	-	-	-
verifikacija vijesti putem drugih izvora	+	-	-	-	+	+
informacijski stručnjaci	-	+	+	-	-	-

## 6.2. Rasprava

Iz tablice je razvidno kako su najčešći kriteriji za verifikaciju informacija provjera autora, datuma objavljivanja vijesti, domene te sekundarnih izvora. S druge strane, najrjeđi kriteriji vrednovanja su provjera radi li se o satiričnom ili ozbiljnom tekstu te postavljanje upita informacijskom stručnjaku. Također, iz komparativne analize vidljivo je kako su organizacije navele slične kriterije, dok pojedini autori imaju jedinstvene pristupe vrednovanju informacija. Organizacije su se više fokusirale na kontekst vijesti, uključujući provjeru autora, datuma, sekundarnih izvora, vlastitih pristranosti i domene.

U nastavku ćemo navesti koje su jedinstvene kriterije autori ponudili u svojim radovima. Mackey i Jacobson u svojim smjernicama navode i provjeru formata informacija koja je potrebna radi učestalog kombiniranja raznih formata, primjerice teksta i slike; kritičko evaluiranje pouzdanosti povratnih informacija drugih korisnika, osvještavanje konstantnih promjena u digitalnom okruženju, kontinuirano istraživanje pravnih, ekonomskih, političkih i društvenih problema vezanih uz informacijsko okruženje; preispitivanje raznih načina dijeljenja informacija. Što se Burkhardt tiče, autorica ima praktičan pristup verificiranja informacija te je u svoje smjernice uključila osvještavanje rangiranja informacija u internetskim pretraživačima i ponudila popis konkretnih alata koje korisnik može koristiti radi identificiranja botova i dezinformacija.

Ako promotrimo situaciju o kojoj se govorilo u teorijskome dijelu rada, sve se više naglašava važnost informacijskog opismenjavanja korisnika, što pripada domeni informacijskih stručnjaka. Sve više suvremenih publikacija vidi ulogu informacijskog stručnjaka kao individue koja educira korisnike o snalaženju u digitalnome kontekstu, ali se naglasak stavlja na razvijanje sposobnosti kritičkog razmišljanja kod korisnika. Samo dva od analiziranih šest izvora ne spominju eksplicitno provjeru vlastitih pristranosti, koja se odnosi na kritičko promišljanje o vlastitim unutarnjim procesima. To uključuje osvještavanje procesa internaliziranja informacija, što posljedično utječe na formiranje naših stavova i mišljenja o svijetu. Provedena analiza sadržaja šest recentnih izvora o suzbijanju fenomena lažnih vijesti i dezinformacija pokazala je kako najčešće spominjani kriteriji korespondiraju sa sve većom potrebom za razvijanjem kritičkog promišljanja o informacijama.

## 7. Zaključak

Lažne vijesti i dezinformacije šire se brže nego ikad u postčinjeničnom svijetu putem novih tehnologija, što uvelike utječe ne samo na pojedince, već i cijele političke sustave. Na vidjelo dolazi sve veća važnost informacijskih stručnjaka u procesu edukacije korisnika o provjeri vjerodostojnosti i legitimnosti informacija. Oni kao informacijski stručnjaci posjeduju potreban skup znanja i vještina koji postaju neophodni za snalaženje u današnjem digitalnom okruženju. U postčinjeničnom svijetu dogodio se kritički preokret informacijskog opismenjavanja jer usred digitalne revolucije više nije dovoljno površno sagledavati informacije, već proširiti vrednovanje izvora i kritički promišljati o odnošenju prema informacijama. Na taj način knjižničari preuzimaju svojevrstu ulogu kritičkog edukatora čiji posao nije sveden samo na klasifikaciju i katalogizaciju, već je proširen na razvijanje kritičkog odnosa korisnika prema informacijama. Shodno tome, korisnici će moći samostalno kritički promišljati i donositi odluke o informacijama kojima su izloženi, što je poglavito bitno u političkom kontekstu.

Budući da je u samoj srži demokracije istina, koja je u potpunosti relativizirana, osvještavanje utjecaja političkih lidera na medije i promjenu javnog mišljenja postaje krucijalna vještina svakog pojedinca. Recentni primjeri političkog iskorištavanja nedovoljno educirane javnosti o lažnim vijestima i dezinformacijama pokazuju koliko je lako obmanuti korisnike što predstavlja izravnu prijetnju i opasnost suvremenom društvu.

Provedeno metaanalitičko istraživanje pokazalo je kako sve više organizacija i autora vodi računa o izdavanju smjernica protiv suzbijanja lažnih vijesti i dezinformacija. Iako svaki od njih donosi vlastito gledište ovog fenomena, svi se slažu u jednome – istina više nije objektivna činjenica, već iluzija koju treba razotkriti.

## 8. Literatura

Barišić, P. Truth and Politics in the Age of Digital Media. // Synthesis philosophica. 33, 2 (2018).

Burkhardt, J. M.: How to combat fake news in the digital age. // Library Technology Reports. 53, 8 (2017).

CERT. Dezinformacije i propaganda na internetu, 2019.

Ciboci, L.; Kanižaj, I.; Labaš, D. Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti. // Razvoj medijske pismenosti, 2018.

Cooke, N. Fake News and Alternative Facts. Chicago : ALA Editions, 2018.

Elmborg, J. Critical information literacy: implications for instructional practice. // The Journal of Academic Librarianship, 32, 2 (2006).

Fake News. // Collins Dictionary, 2017.

Farkas, J.; Schou, J. Posttruth, Fake News and Democracy : Mapping the Politics of Falsehood. Routledge: London, 2019.

HLEG. Final Report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation, 2018.

IFLA. How to spot fake news, 2020. Dostupno na: <https://www.ifla.org/publications/node/11174?fbclid=IwAR1RD--h4tMgKhLpskwQG7SNuwe4-SYZZ81tvstlqToPr15gFESAQcFw9vM>.

Kalsnes, B. Fake News. // Oxford Research Encyclopedia of Communication, 2018.

Kiely, E. ; Robertson, L. How to Spot Fake News, 2016. Dostupno na: <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/> .

Klauški, T. Lažne vijesti i kako je Donald Trump iskoristio slabost tradicionalnih medija u kampanji za američkog predsjednika. // Političke analize. 8,30 (2017).

Levitin, D. Weaponized lies: How to think critically in the PostTruth Era. Dutton: Boston, 2017.

Mackey, T. P.; Jacobson, T. 2018 Metaliteracy Goals and Learning Objectives. Dostupno na: <https://metaliteracy.org/learning-objectives/2018-metaliteracy-goals-and-learning-objectives/>.

RISJ. How can we combat Fake News?- The role of platforms, media literacy and journalism, 2017.

Silverman, C. BuzzFeed News analysis, 2016.

Špiranec, S. Knjižnice u dobu postistine : etičke i epistemološke dileme. // Slobodan pristup informacijama, 2018.

Špiranec, S. ; Banek Zorica, M. Informacijska pismenost: teorijski okvir i polazišta, Zagreb: Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, 2008.

Taylor, G. User-Generated Content Influences 90 % of Shoppers` Purchasing Decisions, 2017.

The Real Story of `Fake News`. // Merriam-Webster Dictionary, 2018.



## 9. Sažetak

U radu su se opisali fenomeni lažnih vijesti i dezinformacija u kontekstu postčinjeničnog svijeta te implikacije koje isti imaju na individualnoj, društvenoj i političkoj razini. Predstavljani su različiti koncepti informacijske pismenosti kako bi se prikazala nužnost informacijskog opismenjavanja korisnika u svjetlu sve veće proliferacije lažnih vijesti i dezinformacija. Provedeno je sekundarno istraživanje, točnije komparativna analiza sadržaja izvora o suzbijanju navedenih fenomena s ciljem utvrđivanja zajedničkih elemenata preporuka autora i organizacija relevantnih u ovome području. Na temelju istraživanja utvrđeni su dominantni pristupi suzbijanja lažnih vijesti i dezinformacija te je zaključeno da informacijski stručnjaci imaju ključnu ulogu u oblikovanju korisnika koji su sposobni kritički promišljati i samostalno zaključivati o informacijama kojima su izloženi.

Ključne riječi: lažne vijesti, dezinformacije, informacijska pismenost, kritičko razmišljanje

## 10. Summary

The paper describes the phenomena of fake news and misinformation in the context of the post-factual world as well as the implications of said phenomena at the individual, societal and political level. Various concepts of information literacy are presented in order to demonstrate the necessity of information literacy for users considering the increasing proliferation of fake news and misinformation. A secondary research is conducted, more specifically a comparative analysis of the sources on suppression of these phenomena with the aim of identifying the common elements of the recommendations issued by relevant authors and organizations. Based on the research, dominant approaches to suppression of fake news and misinformation are determined and it is concluded that information specialist play a key role in shaping users who are able to think critically and make independent conclusions about the information they are exposed to.

Keywords: fake news, misinformation, information literacy, critical thinking