

# Lažne vijesti i povjerenje u izvore informacija na internetu

---

**Kušanić, Niko**

**Undergraduate thesis / Završni 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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:928202>

*Rights / Prava:* [Attribution-NonCommercial 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-16**



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  
Ak. god. 2019./2020.

Niko Kušanić

**Lažne vijesti i povjerenje u izvore informacija na  
internetu**

Završni rad

Mentor: doc. dr.sc. Tomislav Ivanjko

Zagreb 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)



## Sadržaj

1. Uvod .....	5
2. Opasnost dezinformacije.....	6
2.1 Uporaba dezinformacije kroz povijest .....	6
2.2 Dezinformacija u vrijeme interneta .....	7
3. Stavovi o lažnim vijestima .....	11
3.1 Prepoznavanje problema lažnih vijesti.....	13
3.2 Na koga i što se sumnja.....	14
3.3 Tradicionalni i online mediji u usporedbi .....	17
3.4 Prepoznavanje lažnih vijesti .....	19
3.5 Stavovi o regulaciji .....	21
3.6 Sveukupni pregled rezultata istraživanja.....	24
4. Detekcija lažnih vijesti.....	25
5. Zaključak.....	27
6. Popis literature.....	30
Popis grafikona .....	35
Sažetak.....	36

## 1. Uvod

U današnjem dobu i vremenu postalo je naizgled jednostavno smatrati se informiranim o trenutnim događanjima. Vijesti možemo pronaći na bezbroj internetskih stranica, od društvenih medija do stranica strogo namijenjenih vijestima, u tekstualnom, audio, ili video obliku. Možemo poslušati podcast, pogledati video, pročitati članke o bezbroj tema, a svaku od tih stvari od nas dijeli tek jedno pretraživanje. I to sve samo na internetu. A postoje i drugi, stariji, tradicionalni mediji poput televizije, radija i tiskanih medija.

Smisljena pretpostavka bila bi dakle, da je nemoguće ostati neinformiranim u ovome svijetu koji vrvi informacijama svima nadohvat ruke. Čini se zapravo kako problem više nije neinformiranost javnosti o bitnim temama, već sama činjenica da mnoštvo ljudi uvjerenih u određene činjenice, vjeruju u laži. Ne znajući postaju žrtve dezinformacije, putem konzumiranja vijesti koje jednostavno nisu prepoznali kao lažnima. Ali kako dođe do takvog nečega? Kako je moguće da su laži diseminirane kroz javnost u tolikoj količini i toliko često i kako stati na kraj tome? Termin „lažne vijesti“ (engl. *fake news*), definiran kao lažne, često senzacionalne informacije diseminirane pod krinkom izvještaja vijesti, dobio je u jednom trenutku toliko pažnje da je dodan u Collins rječnik i imenovan Collinsovom riječi 2017. godine zahvaljujući neviđenom porastu u upotrebi u Collinsovom korpusu od 365% (Hunt, 2017) Kao što ćemo vidjeti u sljedećem poglavlju, dezinformacija je drevan alat, iza kojeg su motivacije za njegovo korištenje kroz sve ove godine ostale iste. Jedino što se promijenilo jest količina i način na koji kao čovječanstvo dijelimo i konzumiramo vijesti i informacije.

## 2. Opasnost dezinformacije

Teško je pretjerati u naglašavanju opasnosti dezinformacije, uzevši u obzir da je njena primjena samo u političke svrhe prisutna od davnina, s jednim od najranijih primjera zabilježenim u vrijeme samog Rimskog Carstva. Iz toga razloga, ali i kako bi se čitatelju približila problematika koju obuhvaća, sljedeće poglavlje izložit će analizu konkretnih primjera, od daleke povijesti do one bliže današnjici, gdje ona preuzima nove oblike u vremenu gdje je razvoj tehnologije pružio nove načine njene diseminacije. Cilj je da se krajem ovog poglavlja pruži dovoljan kontekst po pitanju motivacija iza širenja lažnih vijesti i posljedica koje zbog toga nastaju.

### 2.1 Uporaba dezinformacije kroz povijest

“Uporaba propagande je drevna, ali nikada do sad nije postojala tehnologija koja bi omogućila da se ona diseminira ovolikom lakoćom.“ napisala je The Guardian-ova kolumnistica Nougayrède (2018) prilikom kritike današnje široke prisutnosti lažnih vijesti na internetu. Dok je istina da se ima mnogo za reći o današnjici i raznim novim načinima kojima se danas širi dezinformacija, ipak je važno razumjeti povijesni kontekst prilikom proučavanja i izvještavanja o suvremenim manifestacijama onoga što je nazvano informacijskim poremećajem 21. stoljeća. (Wardle & Derakhshan, 2017)

Dezinformacija i propaganda značajke su ljudske komunikacije još barem od vremena drevnih Rimljana. Kao primjer možemo uzeti kampanju propagande koju je vodio Oktavijan protiv Antonija kako bi narušio njegov ugled. Ovo se odvijalo putem kratkih, oštih slogana ugraviranih u kovanice koji su opisivali Antonija kao pijanicu i ženskaroša, implicirajući kako je postao Kleopatrin pijun, postavši korumpiranim putem svoje afere s njom. Pomoću ove dezinformacijske kampanje, između ostalog, Oktavijan je nedugo zatim postao Augustus, prvi Rimski car. (Kaminska, 2017) Dezinformacija kao takva nije preuzimala mnogo novih oblika u velikom broju nadolazećih stoljeća, sve do izuma Gutenbergove tiskare 1493. godine, kada je dramatično povećana diseminacija informacija, pa tako nažalost i lažnih. Ovaj izum omogućio je uostalom i prvi uvelike poznat slučaj senzacionalizma i obavještajne obmane, takozvane Velike obmane o Mjesecu (engl. *The Great Moon Hoax*), 1835. godine kada je The

New York Sun objavio šest članaka o pronalasku civiliziranog života na Mjesecu, čak i uz ilustracije navodno otkrivenih bića, u što je veliki broj ljudi povjerovalo. Radio drama Rat svjetova (engl. *War of the Worlds*) u SAD-u također je prevarila mnoge slušatelje da povjeruju kako je planeta Zemlja napadnuta od strane vanzemaljske prijetnje. Rezultat oba navedena slučaja poprilično je sličan današnjim reakcijama na satirične vijesti. „Nitko od zaslužnih za emisiju nije očekivao da će Rat svjetova ikoga prevariti, zato što se priča činila previše smiješnom i nevjerojatnom da bi ju itko shvatio ozbiljno.“ (Schwartz, 2015)

Primjetne značajke diseminacije dezinformacije uskoro postaju konflikti, promjene u režimima, čak i katastrofe u velikom broju slučajeva. Dolaskom interneta u kasnim godinama dvadesetog stoljeća, praćenim socijalnim medijima u 21. stoljeću, rizik dezinformiranja i širenja propagande dramatično se povećao. Kako pogreške tako i varljiv sadržaj danas postaju širenim u ogromnim količinama kroz ravnopravnu distribuciju (engl. *peer to peer communication*) (Ireton & Posetti, 2018, p. 56), dok je satirični izvještajni sadržaj uvelike krivo interpretiran i dijeljen kao prave vijesti od strane korisnika društvenih medija. Danas se nalazimo u svijetu s računalnom propagandom, državno-sponzoriranim varljivim mrežama informacija, „vojskama trolova“ te tehnologijom koja omogućuje imitaciju legitimnih mrežnih stranica posvećenih vijestima i neprimjetnim manipuliranjem audio i video sadržaja. U ovakvome okruženju, gdje povjerenje postaje polarizirano oko toga koje „vijesti“ spadaju u poredak uvjerenja pojedinca, mnogi se konzumenti vijesti smatraju ovlaštenima birati što za njih vrijedi kao činjenica. Sveukupno gledano, ovakvo stanje predstavlja do sada neviđenu razinu prijetnje novinarstvu, s implikacijama da ne postoji išta što bi poslužilo pri razlučivanju između lažnih i istinitih vijesti i informacija u širokom pogledu.

## 2.2 Dezinformacija u vrijeme interneta

Godine 2012. satirični *news outlet* The Onion objavio je priču „Kim Jong-Un imenovan The Onion-ovim najseksi živućim čovjekom 2012.“. People's Daily Kineske komunističke partije povjеровao je ovom satiričnom sadržaju i izvjestili su o njemu kao o istinitom (Wong, 2012), kao što je učinio i Korean Times (Abad-Santos, 2012). Dok je ovo samo jedan od poprilično bezazlenih primjera efekata diseminacije dezinformacije internetom, mnogi drugi imali su veće, katastrofalne rezultate. Godine 2013. novinske kuće u Australiji objavile su lažno javno priopćenje koje savršeno predstavlja primjer opasnosti principa „brzina prije preciznosti“ kod izvještavanja. Nekoliko novinskih kuća u Australiji je objavilo kako je ANZ banka izvukla 1.2 milijardi dolara iz financiranja od Whitehaven Coal rudarskog projekta (ABC, 2013). Javno priopćenje koje je naizgled proizašlo od strane ANZ banke je zapravo napisao član kampanje



protiv uporabe ugljena Jonathan Moylan, u izvješću upućujući medije ka izvršnom direktoru, čiji je broj telefona navodno naveo, u zbilji navevši vlastiti broj. Nedugo zatim cijene dionica Whitehaven Coal-a pale su za punih 6%, čime je kompanija izgubila 300 milijuna dolara u vrijednosti (ABC, 2013). Slijedeći primjeri su iz 2016. i 2017. godine, kada termin „lažne vijesti“ uzima maha zahvaljujući ogromnom broju skandala uzrokovanim diseminacijom dezinformacije na internetu. Godine 2016., u danima prije i nakon američkih predsjedničkih izbora „ljudi su dijelili gotovo jednak broj lažnih vijesti kao i pravih vijesti na Twitteru.“ (Collins, 2017) Jedna lažna vijest posebice je kružila u vrijeme američkih izbora, tvrdeći da je tadašnja kandidatkinja Hillary Clinton predvodila zločinački krug zlostavljanja djece. Preuzevši na sebe osobno istragu restorana Comet Ping Pong, navodno uključenog u cijelu kriminalnu operaciju, jedan je pojedinac u konačnici ispalio metak iz jurišne puške u dotičnom restoranu (Siddiqui & Svrluga, 2016). Također u vrijeme kada su se bližili američki predsjednički izbori 2016. godine, izvještaji međunarodnih medija otkrili su profitabilnu skupinu organiziranih dezinformatora kojom su upravljali tinejdžeri iz malog gradića Veles u Makedoniji. Otkriveno je da je preko 100 mrežnih stranica koje su objavljivale lažan i pristran sadržaj u korist Donalda Trumpa, bilo registrirano upravo u Velesu gdje je jedan operator zarađivao 16,000 dolara u zadnja tri mjeseca kampanje (Subramanian, 2017). Sadržaj u pitanju se sastojao od raznih lažnih vijesti, između ostalog o tome kako je Papa davao podršku Donaldu Trumpu u njegovoj kandidaturi i optužnici Hillary Clinton. Administratori tih mrežnih stranica stvarali su značajan profit putem automatiziranih reklamnih programa (Google AdSense) koji su pratili njihov lažan, senzacionalistički sadržaj. U posljednjim tjednima izbora tadašnji predsjednik SAD-a Barack Obama je u više navrata pričao o „digitalnoj zlatnoj groznici“ koja se dogodila u Velesu (Remnick, 2016). Ovo je samo jedan primjer koji ukazuje posebice na utjecaj koji su lažne vijesti imali na nama bliskim prostorima. Spomenuti Papa Franjo strogo je osudio lažne vijesti, postajući prvi Papa koji je izdao dokument koji se bavi tom temom. (Pullella, 2018)

Prateći uzorak zarade na lažnim vijestima, promotrimo sljedeći primjer. Vrlo pristrane mrežne stranice posvećene navodnom objavljivanju vijesti koje su se bavile dezinformacijom za profit pronađene su i u SAD-u u velikim brojevima. Godine 2017. godini BuzzFeed-ova istraga otkrila je da je, korištenje Facebooka kao platforme i objavljivanje varljivog sadržaja namijenjenog izazivanju snažne emocije kod čitatelja, pa tako i interakcije sa s istim, bila poslovni model jedne kompanije u Floridi. Kompanija u pitanju proizvodila je lažan i varljiv sadržaj s ciljem izazivanja reakcije kako kod liberala, tako i kod konzervativaca, putem brojnih mrežnih

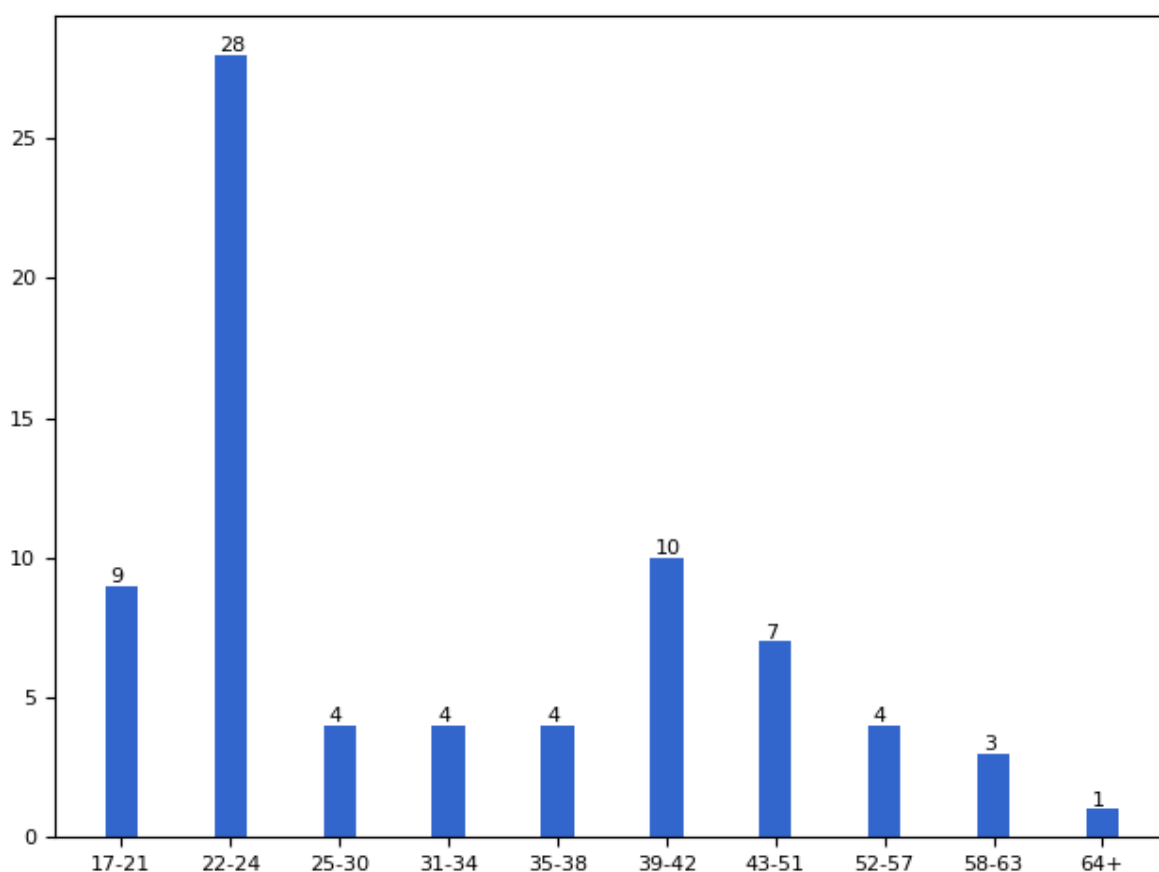
stranica. Njihov cilj bio je povećati metrike prihoda od oglašavanja. (Silverman,, 2017) Uviđajući rastući problem koji su počele predstavljati lažne vijesti, velike tehnološke (engl. *big tech*) kompanije počele su poduzimati korake kako bi suzbile širenje dezinformacija na svojim platformama, no ne prije nego što su iskusili pritisak od strane javnosti. Godine 2016. Facebook najavljuje kako će označavati lažne vijesti kao takvima. Nakon što je Facebook optužen za olakšavanje širenja dezinformacije (Sonnad, 2017), direktor tvrtke Mark Zuckerberg je isprva odbio potvrditi ideju da su lažne vijesti dijeljene na njegovoj stranici utjecale na američke izbore (Herreria, 2017). Ali kompanija je naknadno najavila kako će surađivati sa stručnjacima zaduženim za činjeničnu provjeru (engl. *fact-checkers*), kako bi suzbila lažne vijesti, ali i olakšala prijavu lažnog sadržaja i označavanje osporenih priča (Mosseri, 2016). Također u 2016. godini, ministar obrane Pakistana objavljuje upozorenje prijetnjom nuklearnim oružjem u odgovoru na lažnu vijest. Nakon što je pročitao priču, na mrežnoj stranici koja je objavljivala lažne vijesti, koja je tvrdila da je Izrael prijetio Pakistanu nuklearnim oružjem, ministar obrane Pakistana ne provjerivši istinitost priče objavio je na Twitteru: „Izrael zaboravlja da je Pakistan također nuklearna država.“ (Irish Times,“ 2016) Fikcionalna priča u pitanju je bila prepuna pogrešaka, čak je navodila krivu osobu kao ministra obrane Izraela. Iste godine izabrani predsjednik Amerike Donald Trump počinje koristiti termin „lažne vijesti“ kako bi naslovio svoje kritičare u medijima, počevši s CNN-om (Pengelly, 2017). Korištenje tog termina u svrhu diskreditacije novinara i novinskih organizacija se brzo počeo širiti (Galvin, 2017), pa tako i među drugim svjetskim vođama (SputnikNews, 2017).

Uzevši u obzir ogromnu opasnost koju lažne vijesti predstavljaju pouzdanosti informacija na internetu, neporecivu samo u ovih nekoliko odabranih primjera, ne čudi da termin „lažne vijesti“ postaje široko poznat, često spominjan, raspravljan i kritiziran kao taktika. Uviđajući očigledan problem koji predstavlja ovaj novi oblik dezinformacije, učinkovit, podmukao, teško u potpunosti zaustavljiv i uširoko implementiran, mnoge svjetske sile i javne organizacije odlučuju preuzeti njegovo suzbijanje u svoje ruke. Početkom 2017. godine UN, OSCE, OAS, i ACHPR izdaju zajedničku izjavu u kojoj izražavaju zabrinutost prema širenju dezinformacije i propagande, te napadima na medije u kojima su oni nazivani lažnim vijestima. Priznali su utjecaj problema lažnih vijesti na novinare i novinarstvo. „Zabrinuti smo pojavama ocrnjenja, zastrašivanja i prijetnje medijima od strane javnosti i javnih autoriteta, uključujući nazivanje medija „opozicijom“ i „lažovima“, te tvrdnjama da imaju skrivenu političku pristranost, što povećava rizik od prijetnji i nasilja prema novinarima, potkopava javno povjerenje u novinarstvo kao javnog „psa stražara“, i može zavarati javnost čineći razlikovanje

dezinformacije i produkte medija koje sadrže neovisno dokazive činjenice, teškim.“ (UN/OSCE/OAS/ACHPR, 2017) Također 2017. godine, u Velikoj Britaniji Odbor za kulturu, medije i sport pokrenuo je istragu lažnih vijesti, pitajući „Što su lažne vijesti? Gdje pristrano ali legitimno komentiranje prelazi u propagandu i laži?“ (Parlament VB, 2017) Nadalje, Australija je najavila istragu lažnih vijesti, kao i propagande i javne dezinformacije putem odabranog Odbora za novinarstvo od javnog interesa (Parlament Australije, 2017). Rastuća zabrinutost zbog lažnih vijesti i propagande, neprimjerenog curenja podataka o korisnicima, te neuspjeh suzbijanja online nasilničkog ponašanja i uvrjedljivog sadržaja navelo je australsku nacionalnu novinarsku uniju MEAA da pozove „digitalne divove“ poput Google-a, Facebook-a, Twitter-a i YouTube-a da preuzmu način regulacije sličan onome kod medija i tražeći od njih da ulože postotak prihoda prema novinarstvu od javnog interesa.“ (MEAA, 2018). U Filipinima, senatski Odbor javnih informacija i masovnih medija održao je slušanje na temu proliferacije lažnih, varljivih vijesti i online dezinformacije (Rappler, 2018).

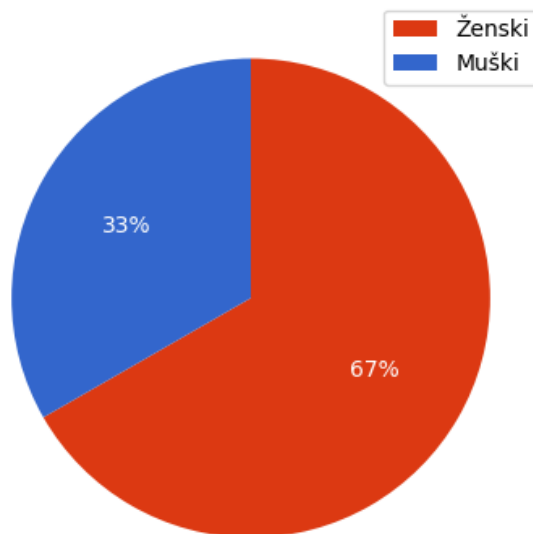
### 3. Stavovi o lažnim vijestima

Kako bi se ispitalo koje je stavove po pitanju lažnih vijesti razvila javnost provedena je anketa koja zalazi u detalje ove tematike, te postavlja ključna pitanja ako je problemu pristupiti s idejom suzbijanja dezinformacije upravo kod mnoštva korisnika interneta kao izvora informacija u našoj zemlji. Od sveukupno 75 pojedinaca koji su se odazvali na ovu anketu, pretežito su to osobe mlađe dobi, iako su se sveukupno odazvale osobe u širokom dobnom rasponu, od 17 do 66 godina.

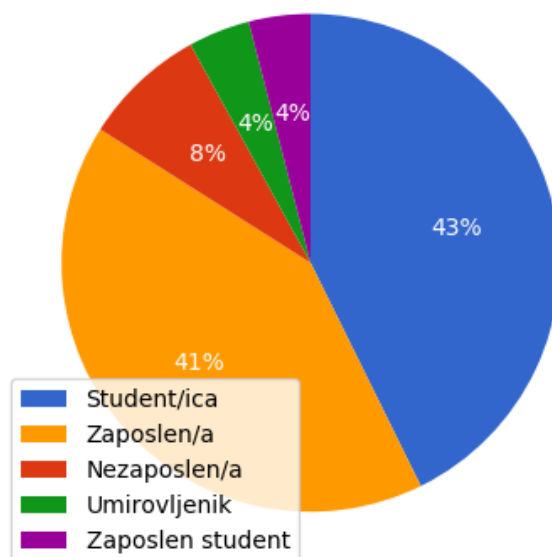


*Grafikon 1: Dobna raspodjela ispitanika*

Jednu trećinu ispitanika čine muške osobe (33.3%), čineći mišljenja ženskih osoba zastupljenijima (66.6%). Gotovo podjednak udio ispitanika izjasnilo se kao zaposlenim osobama (41%) i studentima (43%), dok je u ovoj anketi nezaposlenih dalo mišljenje 8%, a umirovljenika tek 4%.



*Grafikon 2: Spolna raspodjela ispitanika*



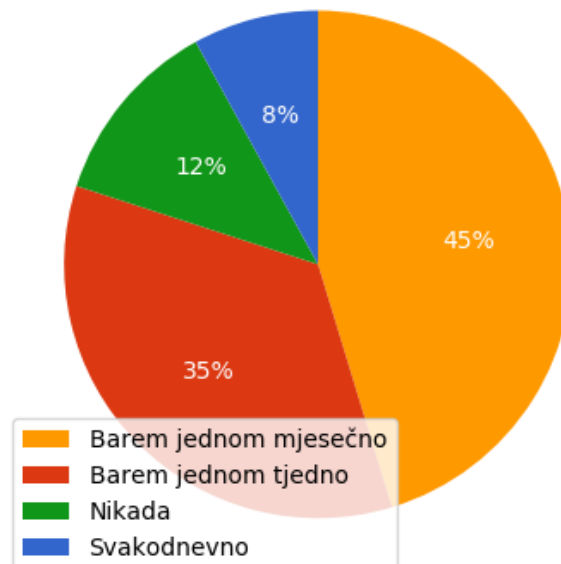
*Grafikon 3: Raspodjela ispitanika po okupaciji*

Postavlja se pitanje: Koliko je javnost upoznata s problemom lažnih vijesti? Prepoznaju li lažne vijesti kao problem uopće, te koliko u usporedbi s ostalim problemima s kojima su suočeni građani Republike Hrvatske? Koje su stavove razvili nakon svih proteklih skandala vezanih u lažne vijesti, te osobnih iskustava? Koliko povjerenja imaju u izvore informacija na internetu te ostalim medijima, pričama na koje teme najviše ili najmanje vjeruju, koliko smatraju sebe i

druge sposobnim prepoznati pojedine oblike lažnih vijesti, i u konačnici, koji sadržaj smatraju da treba regulirati i kojim količinama, u svrhu suzbijanja dezinformacije?

### 3.1 Prepoznavanje problema lažnih vijesti

Počevši s glavnim pitanjem, kolikim problemom se uopće smatra prisutnost lažnih vijesti u izvorima vijesti i informacija, pa tako i internetom, vidljivo je kako su lažne vijesti prepoznate kao popriličan problem, na što ukazuju sljedeći rezultati. Na pitanje „koliko često raspravljate na temu lažnih vijesti“ najveći broj ispitanika odgovorio je kako o lažnim vijestima raspravljaju barem jednom mjesečno (45.3%), dok je drugi najveći prikupljeni broj odgovora kako raspravljaju na tu temu barem jednom tjedno (34.7%). Svakodnevno pak na istu temu raspravlja 8% svih ispitanika, dok se njih 14% uopće ne dotiče lažnih vijesti kao teme u svojim razgovorima s drugima.



*Grafikon 4: Koliko često se raspravlja na temu lažnih vijesti*

Nadalje, od ispitanika je zatraženo da ocijene kolikim problemom smatraju pojedine zabrinjavajuće stavke u našoj državi, na što su 32 od ukupno 75 osoba odgovorile kako lažne vijesti smatraju popriličnim problemom u Hrvatskoj, 21 osoba kako ih smatraju velikim problemom, 14 osrednjim, te 7 manjim. Samo jedna osoba odgovorila je kako po njihovom mišljenju lažne vijesti ne stvaraju nikakav problem u nas. U usporedbi s ostalim predstavljenim problemima, ponuđenim kako bi bolje stavili u širi kontekst koliko javnost smatra lažne vijesti kao problemom, lažne vijesti prikupile su veću količinu zabrinutosti nego ovisnost o drogama, te otprilike podjednaku stopi kriminala u našoj zemlji. Daleko više, izjasnili su se ispitanici, je

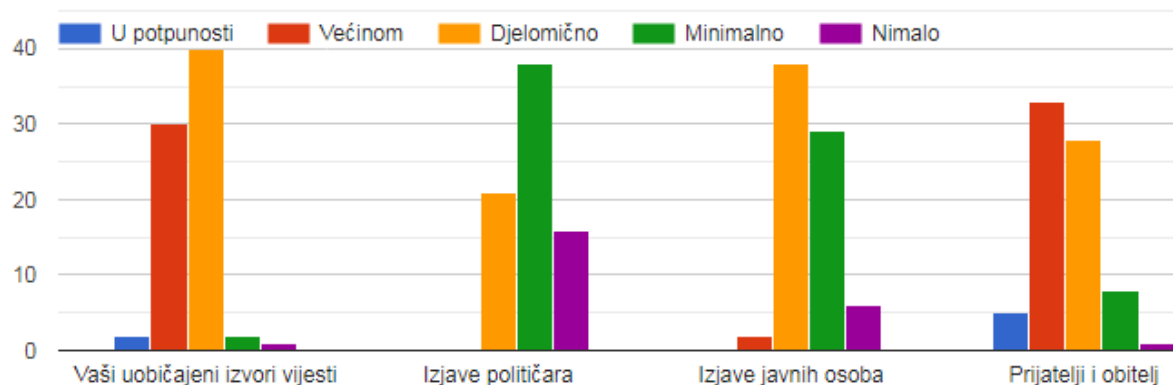
prisutna zabrinutost prema npr. visokim porezima, korupciji te iseljavanju mladih. Uzevši u obzir kako lažne vijesti nisu uzrokovale ni približan broj incidenata u našim prostorima koliko ih je prisutno npr. u Americi, iznenađujući je podatak, i ohrabrujući, kako ispitanici tvrde da često raspravljaju na temu lažnih vijesti, te da uviđaju kako je problem dezinformacije uopće prisutan.

Zabrinutost o dezinformaciji je prisutna i izvan Hrvatske, usprkos naporima platformi i izdavača da izgrade javno povjerenje. U istraživanju u Brazilu 85% ispitanika tvrdi kako su zabrinuti time što je istina, a što laž na internetu. Zabrinutost je visoka i u Velikoj Britaniji (70%) i SAD-u (67%), ali je niža primjerice u Nizozemskoj (31%) (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, & Kleis Nielsen, 2019, p. 10).

### **3.2 Na koga i što se sumnja**

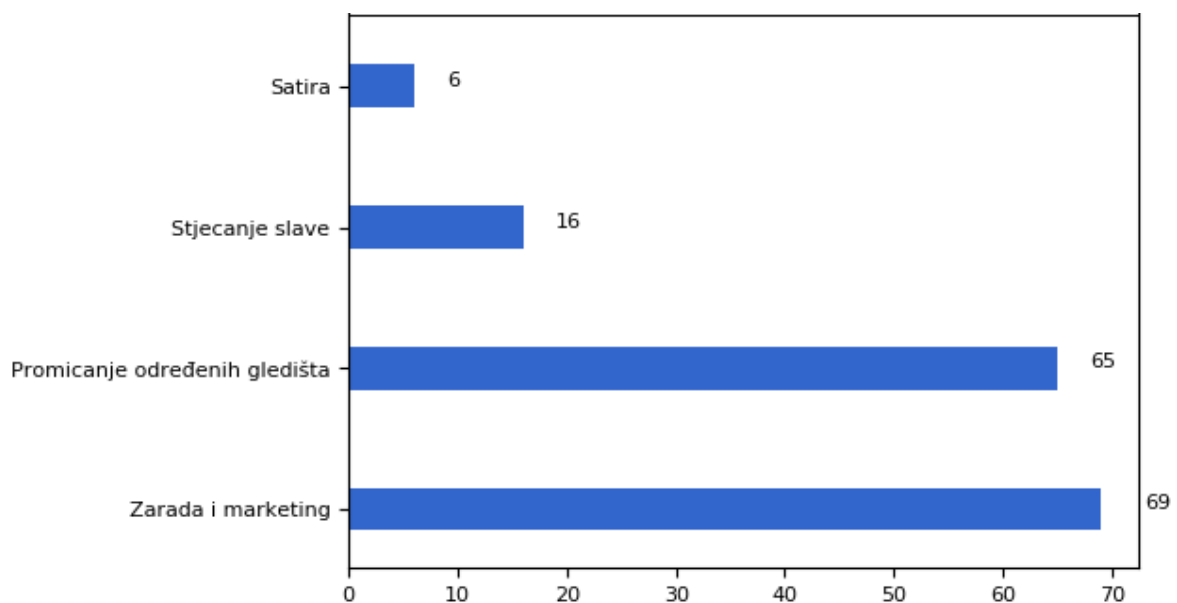
Nadalje je ispitano koliko povjerenja pojedinci iskazuju prema vijestima iz određenih područja života, na koju temu smatraju da je objavljivan najveći broj lažnih vijesti, koga smatraju glavnim izvorima lažnih vijesti, te što pretpostavljaju da je prevladavajuća motivacija iza objavljivanja lažnih sadržaja. Ispitanici su izrazili podjednako povjerenje u istinitost vijesti koje dobivaju od svojih uobičajenih izvora vijesti (2.7% u potpunosti, 40% većinom, 53.3% djelomično) i preko svojih bližnjih, prijatelji i obitelji (6.7% u potpunosti, 44% većinom, 37.3% djelomično). Pak u izjave javnih osoba i političara niti jedan ispitanik nije izrazio kako vjeruje u potpunosti. U izjave javnih osoba većinski vjeruje samo 2.7% ispitanika, dok je mnoštvo odgovorilo kako vjeruje ili djelomično (50.7%), ili minimalno (38.7%). U istinitost izjava političara pak niti većinski ne vjeruje ni jedan ispitanik, dok njih 50.7% vjeruje minimalno, a čak 21.3% nimalo.

## Koliko vjerujete u istinitost vijesti koje dobivate od navedenih izvora?



*Grafikon 5: Razina povjerenja u određene izvore*

Kako su zarada i marketing glavni razlozi za stvaranje lažnih vijesti smatra čak 92% svih ispitanika, no i promicanje gledišta kao glavnom motivacijom smatra čak 89.3%. Samo 8% smatra satirom glavnim razlogom za stvaranje lažnih vijesti. Valja ipak napomenuti i kako 21.3% njih smatra da je stjecanje slave jedan od glavnih razloga za isto.

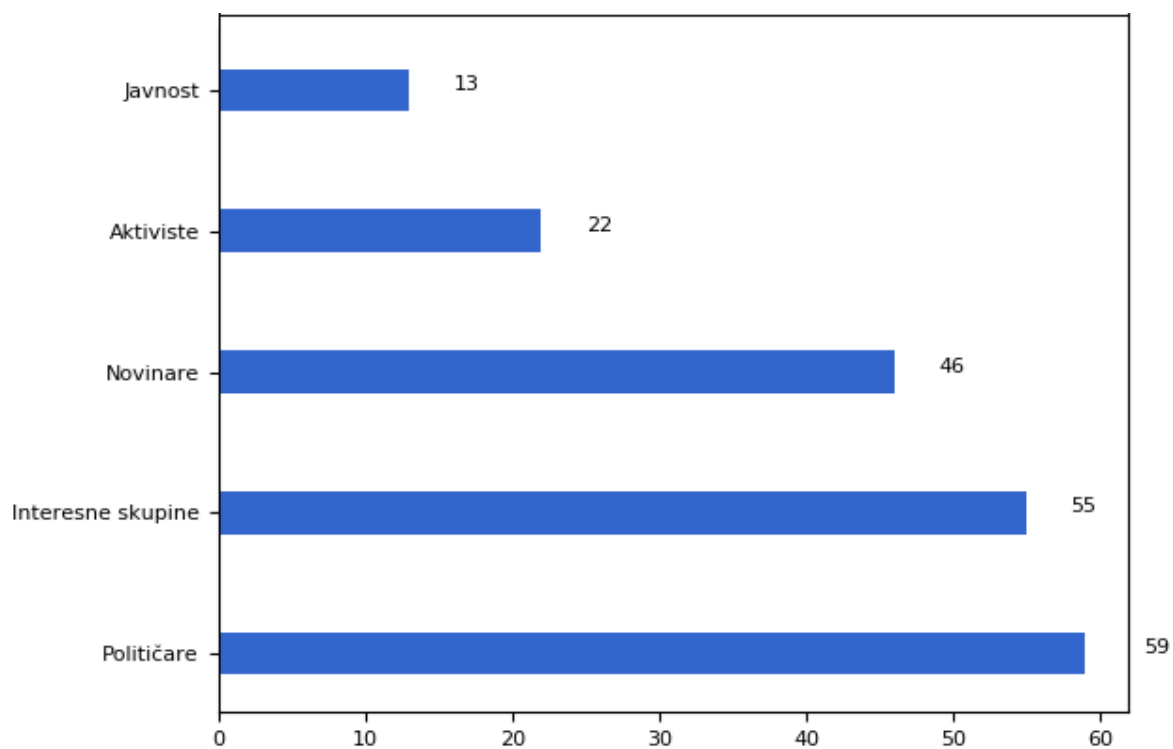


*Grafikon 6: Glavni razlozi za stvaranje lažnih vijesti i informacija*

Naime, u anketi je postavljeno i pitanje koje glasi: "Koga od navedenih smatrate glavnim izvorima lažnih vijesti i informacija?". Najviše sumnje je izraženo u političare s 78.8% ispitanika koji ih smatraju glavnim izvorima lažnih vijesti. Ponešto manje ispitanika smatra



interesne skupine glavnim izvorima lažnih vijesti (73.3%), dok novinare 61.3% smatra glavnim izvorima. Aktiviste odgovornima smatra upola manje, tek 29.3%, a javnost odgovornom za dezinformaciju samo 17.3% ispitanika.



*Grafikon 7: Glavni izvori lažnih vijesti*

Naposljetku, kada su pitani da ocijene koliko često smatraju da se objavljuju lažne vijesti o pojedinim temama, niti jedan ispitanik nije odgovorio kako se o politici i izborima lažne vijesti objavljuju nikada, ili čak rijetko. Dapače, prikupljeno je tek 3 odgovora „ponekad“, dok od 75 osoba, 26 misli kako se lažne vijesti o izborima i politici objavljuju često, a 46 vrlo često.

Uočljiv je očit uzorak, gdje javnost iskazuje ogromno nepovjerenje prema interesnim skupinama, političarima i svim vijestima i informacijama vezanim uz svijet politike, kojima je cilj promidžba pojedinih gledišta, ali i prema novinarima koji imaju priliku zarade novaca putem objavljivanja varljivog, senzacionalističkog i pristranog sadržaja, za što su svjetski poznati primjeri dani u prošlom poglavlju. Doduše, skeptičnost javnosti prema izvještajima novinara nije ograničena samo na one koje se bave politikom, već i svijetom zabave i poznatih ličnosti. Sveukupno 46.7% ispitanika odgovorilo kako se vezano uz njih vrlo često objavljuju lažne vijesti, a 42.7% kako se objavljuju često. Po statistici dalje slijedi zdravlje i medicina za koje se značajno manje, ali i dalje poprilično vjeruje da su tema lažnih vijesti (26.7% vrlo često, 29.3% često). Nadalje slijede poslovanje i financije (20% vrlo često, 28% često, 27% ponekad),

zatim krizne situacije i konačno znanost i tehnologija, za što ispitanici većinski misle kako su ponekad (46.7%) i rijetko (22.7%) tema lažnih vijesti.

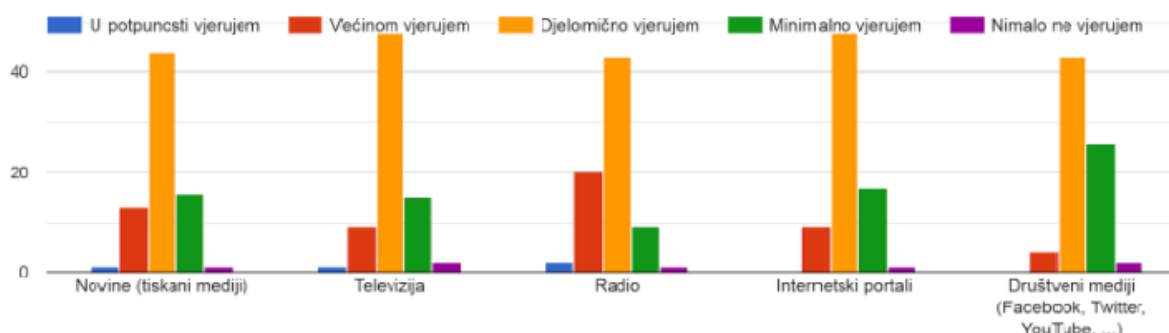
Rezultati ankete koji ovdje ocrtavaju jasnu sliku nepovjerenja prema političarima i vijestima te informacijama vezanim uz politiku nisu začuđujući, uzevši u obzir da je po istraživanju Eurobarometra godine pisanja ovog rada (2019.) Hrvatska plasirana kao prva po nepovjerenju u Vladu i Sabor u Europskoj uniji, s punih 84% ispitanika koji su se tako izjasnili (Pehar, 2019).

### 3.3 Tradicionalni i online mediji u usporedbi

Također je ohrabrujući podatak kako je za svaki od ponuđenih izvora informacija i vijesti daleko najviše izraženo samo djelomično povjerenje, u prosjeku čak 60% ispitanika (niti jedan izvor nije prikupio manje od 43 glasa djelomičnog povjerenja, od njih 75). Dok je to gotovo sigurno posljedica susreta s velikim brojem laži u konzumiranim vijestima, i dalje je važno, ili čak upravo zato, da je prosječni građanin oboružan „zdravom“ dozom skepticizma pri konzumaciji vijesti. Ipak, u neke od izvora je izraženo više povjerenja nego u ostale.

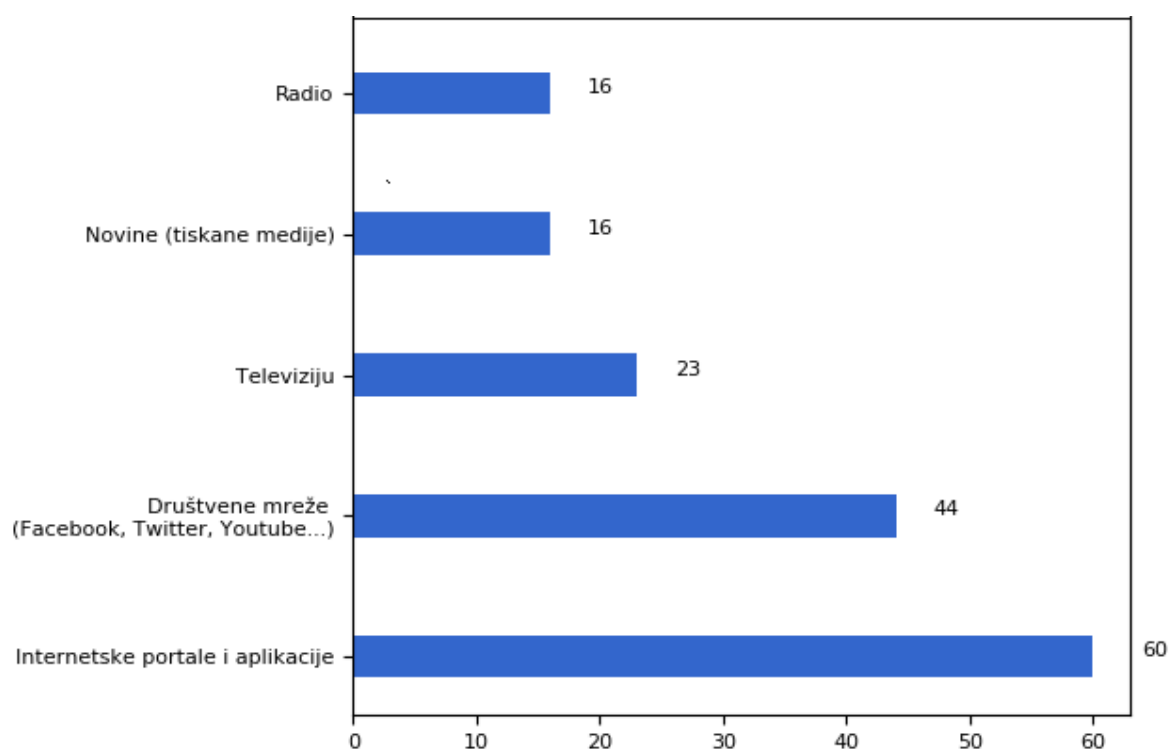
Očitava se jedva očigledno veće povjerenje u tradicionalne medije nego što je to slučaj kod izvora informacija i vijesti na internetu. Razlike u rezultatima za pojedinačne tradicionalne izvore su minimalne, ali ipak prisutne i primjetljive. Najviše povjerenja su ispitanici iskazali prema radiju, zatim novinama, pa televiziji i tek onda internetskim portalima i aplikacijama, dok su društveni mediji kao izvori informacija i vijesti daleko zadnji, za koje najveći broj ispitanika tvrdi da im minimalno vjeruju (26 od 75 ispitanika).

Ocijenite razinu svoga povjerenja u navedene izvore informacija i vijesti:



Grafikon 8: Razina povjerenja u određene medije

Ipak, kada je riječ o preferiranim izvorima vijesti, ispitanici pretežito preferiraju online izvore, usprkos disproportionalno izraženom nepovjerenju prema istima. Društveni mediji i internetski portali te aplikacije su jedini izbori koji su prikupili postotak odobrenja veći od polovice (50%) kod ispitanika, od kojih se internetski portali i aplikacije iskazuju kao očigledni favorit s odobravanjem od 80% posto ispitanika, dok društvene mreže kao izvor vijesti i informacija preferira samo 58.7% ispitanika. Dalje slijedi televizija, s 28% ispitanika koji su odgovorili kako spada pod izvor informacija koji preferiraju. Novine i radio kao preferirani izvor informacija nije označila niti četvrtina ispitanika, oba tradicionalna medija preferira samo 21.3% ispitanika.



*Grafikon 9: Preferiranje uobičajenih medija*

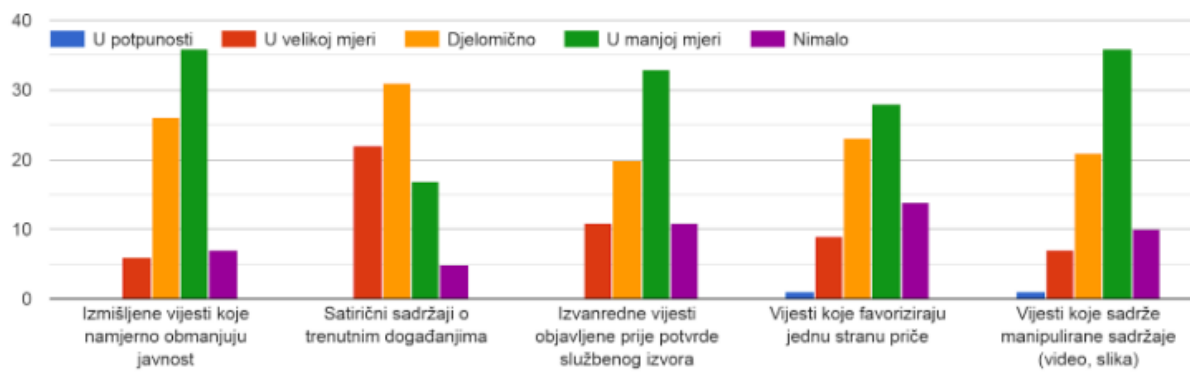
Čini se da su kroz godine prisutnosti tradicionalni mediji pridobili određenu razinu povjerenja u istinitost njihovih izvještaja, a začuđujuće je što internetski portali i društveni mediji usprkos velikom broju lažnog sadržaja koji se na njima objavljuje te manjka povjerenja u njih, i dalje ostaju preferirani izvor informacija i vijesti.

### 3.4 Prepoznavanje lažnih vijesti

Kada su ispitanici zatraženi da ocjene koliko smatraju da određene vrste varljivog sadržaja utječu na javno mišljenje o aktualnim događajima, jedino je satirični sadržaj o trenutnim događajima ocijenjen kao umjeren utjecaj na javno mišljenje. Vijesti koje favoriziraju jednu stranu priče 60% ispitanika je ocijenilo kao utjecajne u velikoj mjeri, a čak 28% kao utjecajne u potpunosti. Vijesti koje sadrže manipulirane sadržaje poput videa ili slika ocijenjene su gotovo identično, ponovno s 60% ispitanika koji smatraju taj sadržaj utjecajnim u velikoj mjeri i 25.3% njih koji ga smatraju potpuno utjecajnim. Izvanredne vijesti objavljene prije potvrde službenog izvora (14.7% u potpunosti, 62.7% u velikoj mjeri, 21.3% djelomično) i izmišljene vijesti koje namjerno obmanjuju javnost (26.7% u potpunosti, 49.3% u velikoj mjeri, 18.7% djelomično) također su ocijenjene kao percipirana prijetnja.

Očigledno je kako javnost percipira ove oblike potencijalno lažnog sadržaja popriličnom prijetnjom, no koliko su zapravo sposobni prepoznati lažnu vijesti jednom kad su suočeni s njome? Zatraženo je od ispitanika da procjene svoju sposobnost i sposobnost svojih sugrađana upravo pri tome, a rezultati su zabrinjavajući. Podaci ovdje ukazuju kako ispitanici ili imaju premalo povjerenja u sposobnost prepoznavanja lažnih vijesti svojih sugrađana, ili kako imaju previše povjerenja u svoju sposobnost činiti isto. Naime, u potpunu sposobnost prepoznavanja vijesti koje favoriziraju jednu stranu priče i vijesti koje sadrže manipulirani sadržaj kod prosječnog Hrvata iskazao je povjerenje samo po jedan ispitanik, dok ostale kategorije nisu prikupile ni jedan takav odgovor. Nadalje, za svaku od kategorija osim kad je riječ o satiričnom sadržaju o trenutnim događajima, prevladavajući odgovor je kako se smatra da je prosječni Hrvat sposoban prepoznati sadržaj u pitanju u manjoj mjeri. Za satirični sadržaj prevladava mišljenje kako je prosječna osoba u Hrvatskoj djelomično (41.3%) ili u velikoj mjeri (28%) sposobna njega prepoznati.

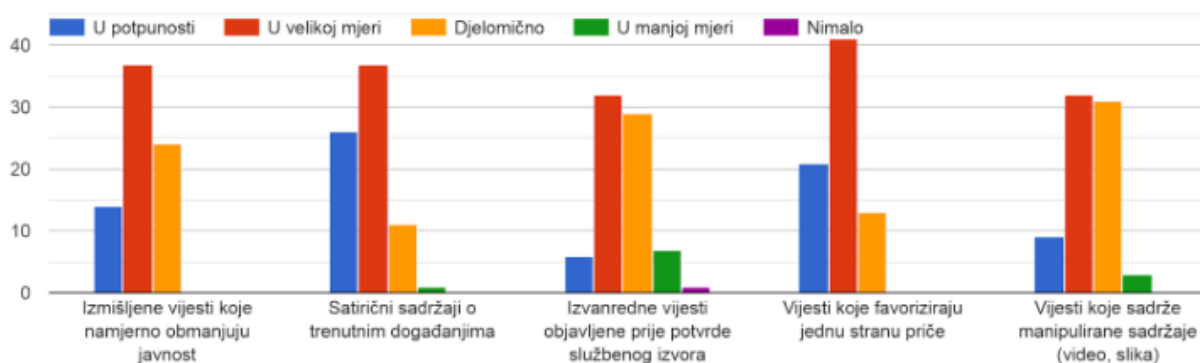
U kojoj mjeri smatrate da je prosječna osoba u Hrvatskoj sposobna prepoznati slijedeće vrste vijesti i informacija?



Grafikon 10: Sposobnost prepoznavanja pojedinih oblika varljivih vijesti i informacija u prosječnog Hrvata

U drugu ruku, pri procjenjivanju vlastitih sposobnosti činiti isto, većina ispitanika za sebe tvrdi kako je sposobna u većoj mjeri prepoznati navedene vijesti i informacije. Izmišljene vijesti koje namjerno obmanjuju javnost i vijesti koje favoriziraju jednu stranu priče nisu prikupile ni jedan glas za sposobnost osobnog prepoznavanja u manjoj mjeri. Jedino je za izvanredne vijesti objavljene prije potvrde službenog izvora prikupljen odgovor koji glasi da ih ispitanik nije nimalo sposoban prepoznati. Taj je odgovor dala samo jedna osoba od 75 ispitanika.

Koliko se Vi sami smatrate sposobnim/om prepoznati slijedeće vrste vijesti i informacija?



Grafikon 11: Osobna sposobnost prepoznavanja pojedinih vrsta varljivih vijesti i informacija

### 3.5 Stavovi o regulaciji

Prelazeći na ideju suzbijanja problema lažnih vijesti, ispitano je što ispitanici smatraju najvećim problemom pri informiranju o trenutnim problemima i zbivanjima. Nemogućnost razabiranja između činjenica i mišljenja, količina lažnih vijesti i informacija te novinari koji nameću svoje stavove i mišljenja, po mišljenju ispitanika, stvaraju najveći problem. Nemogućnost razabiranja između činjenica i mišljenja jako velikim problemom označilo je 40% ispitanika, a velikim problemom također 40%, dok isto samo osrednjim problemom smatra njih 16%. Za količinu lažnih vijesti i informacije je to slučaj od 45.3% osobe koje ju smatraju velikim problemom, 37.3% jako velikim problemom i 16% osrednjim problemom. Novinare koji nameću svoja mišljenja kao problemom pri informiranju o trenutnim problemima i zbivanjima jako velikim problemom ocijenilo je 24% ispitanika, velikim problemom pak 44%, a osrednjim njih 32%. Prevelik broj različitih izvora informacija i prevelik broj novih vijesti kao opcije prikupile su podjednak broj pozitivnih i negativnih mišljenja, osim što je prvotno najviše ocijenjeno kao veliki problem, a potomje kao osrednji.

U kontekstu informiranja o trenutnim problemima i zbivanjima, koliki problem predstavlja sljedeće:



Grafikon 12: Procjena veličine problema kojeg predstavljaju određene stavke

Spomenuto je već kako među prepoznate izazove u rješavanju problema lažnih vijesti možemo sa sigurnošću svrstati mogućnost zarade novca objavljivanjem lažnih vijesti, no zanimljivo je da su ju ispitanici ocijenili kao tek treći po redu od ponuđenih izazova. Naime, na prvome mjestu je niska osviještenost o trenutnim događanjima s 52% glasova koji ju ocjenjuju jako velikim problemom i 40% glasova koji ju ocjenjuju velikim problemom, što možemo prepisati samoj dezinformaciji kao glavnim problemom koji promatramo, ili možda drugim po redu najviše prepoznatim problemom, manjkom zanimanja od strane javnosti. Čak 38.6% ispitanika

odgovorilo je kako ga smatra jako velikim problemom, njih 46.7% velikim problemom, a 14.6% umjerenim problemom. Kao percipirani izazov tu su i političke podjele u društvu, za koje 42.7% ispitanika smatra da predstavljaju jako velik problem, 32% velik problem i 20% umjeren problem. Digitalna tehnologija kao predloženi izazov sakupila je podjednak broj pozitivnih i negativnih ocjena, najveći broj smatra ju umjerenim problemom (30.7%).

Koliki izazov u rješavanju problema lažnih vijesti i informacija stvaraju:

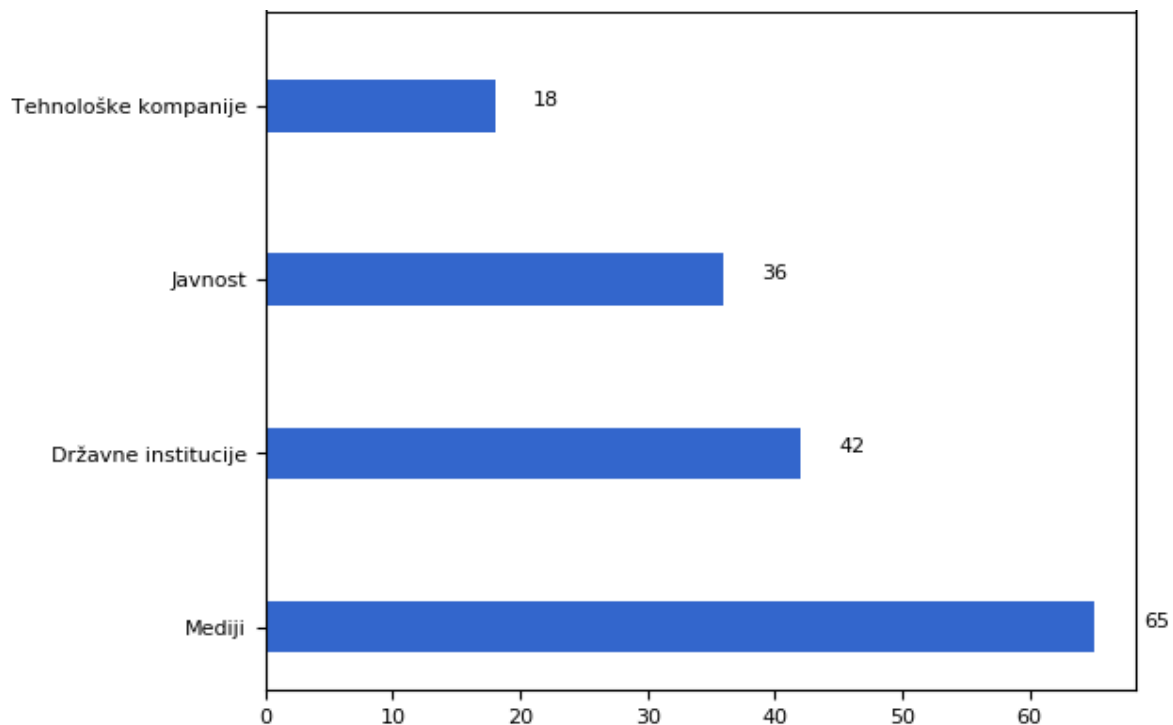


*Grafikon 13: Procjena izazova koji stvaraju određene stavke pri rješavanju problema lažnih vijesti i informacija*

Obratimo zatim pozornost na sljedeće podatke. Od ispitanika je zatraženo da procijene treba li poduzeti korake da se regulira i ograniči objavljivanje određenog sadržaja, ili bi sloboda njegova objavljivanja trebala biti zaštićena medijskim slobodama. Ovdje se satira pokazuje kao iznimka, sa 86.7% ispitanika koji se slažu s tvrdnjom da objavljivanje satiričnog sadržaja valja biti zaštićeno medijskim slobodama i samo njih 13.3% koji misle suprotno, što je bitna pobjeda slobode govora. Ipak, mnogo manje ispitanika smatra kako bi sloboda objavljivanja trebala biti zaštićena kad su u pitanju izvanredne vijesti objavljene prije potvrde službenog izvora (37.3%) i vijesti koje favoriziraju jednu stranu priče (36%). U potonjem je često riječ o objavljivanju samo polovične istine, za što je upitno je li potrebno poduzeti korake da bi se reguliralo, dok je u prvotnom riječ ponekad o senzacionalizmu, a ponekad o stvarnoj brizi i neproračunatoj hitnosti. O posljednja dva slučaja mišljenje ispitanika je očito, potrebno je uvesti nekakvu vrstu regulacije. Vijesti koje sadrže manipulirani sadržaj, za što je 80% ispitanika glasalo kako je potrebno uvesti korake kako bi se regulirale, trenutno imaju tek osrednju sposobnost zavaravanja, no uz razvoj tehnologija opasnost od uvjerljivog, a kompletno fabriciranog sadržaja će biti ogromna i imati zastrašujuće implikacije ako se ne uvede nikakav sustav

regulacije. Možda upravo ovaj sadržaj ima najveći potencijal zamutiti liniju između onoga što smatramo povjerljivim činjenicama i lažima.

Naposljetku, dolazimo do izmišljenih vijesti koje namjerno obmanjuju javnost, za koju je 93.3% ispitanika reklo kako smatraju da je potrebno poduzeti korake kako bi se regulirale. Ova vrsta vijesti i informacija je očito prepoznata kao čisto zlonamjerna, stvorena s namjernom da zavara, pa zato ne čudi što je toliki broj ispitanika za regulaciju takvog sadržaja. Doduše, kad je riječ o regulaciji, prije nego prijedemo na moguće načine na koje to možemo postići, valja posvetiti pažnje pitanju na koga bi ta odgovornost trebala spasti. Vidjeli smo iz priloženih primjera u drugom poglavlju kako je već izvršen pritisak većinski na tehnološke kompanije, primjerice Google. No rezultati ankete otkrivaju kako javnost smatra da to ne bi trebao biti slučaj. Kako odgovornost umanjenja količine lažnih vijesti i informacije treba spasti na tehnološke kompanije smatra najmanji postotak ispitanika, tek 24%. Kako bi ta odgovornost trebala spasti na javnost smatra njih 48%, a na državne institucije njih 56%. Daleko najviše ispitanika izjasnilo se kako smatra da su mediji ti koji bi trebali biti odgovorni umanjiti količinu lažnih vijesti i informacija (86.7%).



*Grafikon 14: Mišljenje o raspodjeli odgovornosti za umanjenje količine lažnih vijesti i informacija*



### 3. 6 Sveukupni pregled rezultata istraživanja

Uzevši u obzir manje nejednakosti u spolnoj (33.3% muškarci) i statusnoj (umirovljenici i nezaposleni – svaki ponešto manje od 10%) raspodjeli ispitanika, promotrimo sveukupne rezultate istraživanja o razvijenim stavovima i mišljenjima društva o lažnim vijestima. Od sveukupno 75 ispitanika velikim problemom lažne vijesti smatra njih 21, popriličnim čak 32, a osrednjim 14 osoba. Ukupno 45.3% njih na temu lažnih vijesti raspravljaju jednom mjesečno i čak 34.7% jednom tjedno, dok svakodnevno isto čini 8% ispitanika. Moguće je sa sigurnošću zaključiti, na temelju ovih odgovora, kako su lažne vijesti danas prepoznate kao problem u našem društvu.

Društvo je čvrsto uvjerenjeno kako iza lažnih vijesti s kojima se susreću većinski stoje novinari (61.3%), političari (78.7%) i interesne skupine (73.3%), kojima cilj nije držati javnost informiranom o trenutnom stanju stvari, već im je cilj zarada novca i marketing (92%) te promicanje određenih gledišta (89.3%). Objavljivanjem neistinitog ili varljivog sadržaja moguće je privući čitatelje na posjećivanje stranica sa šokantnim vijestima i time zaraditi putem reklama koje se na njima nalaze, ali je moguće i neistinom manipulirati stavove mnoštva, čega je društvo svjesno. Ipak, strah od dezinformacije rezerviran je za sugrađane za koje vjeruju da nisu dovoljno sposobni prepoznati lažan sadržaj tijekom konzumiranja vijesti i informacija. Rezultati ankete ocrtavaju jasnu sliku nepovjerenja društva prema sposobnosti sugrađana pri prepoznavanju lažnog i varljivog sadržaja, dok u drugu ruku prevladava uvjerenje u vlastite sposobnosti prepoznavanja istog. Izuzev satiričnog sadržaja, kada su zatraženi da procjene vlastitu sposobnost prepoznavanja određenih oblika varljivih vijesti i informacija, za svaku vrstu je prikupljeno najviše odgovora „u velikoj mjeri“, dok rezultati procjene iste sposobnosti kod sugrađana stvaraju čisti kontrast, s „u manjoj mjeri“ kao najvećim brojem odgovora za svaku od istih ponuđenih vrsta. Lako je moguće da prosječna osoba u Hrvatskoj pretpostavlja za sebe kako je uvelike sposobna prepoznati lažne vijesti i primjenjuje premalo skepticizma pri odabiru vijesti i izvora vijesti kojima će vjerovati, ili da je prisutan manjak povjerenja u kvalitetnu informiranosti kod sugrađana, ili oboje. Kako građani pristupaju vijestima sa skepticizmom ipak upućuju rezultati pitanja u kojem su ispitanici zatraženi da ocijene svoju razinu povjerenja u određene medije, gdje je za svaki medij prikupljen daleko najveći broj odgovora „djelomično“. Društveni mediji prikupili su najmanje povjerenja od svijetu, ali ipak ih kao svoj uobičajeni izvor vijesti preferira 58.7% ispitanika. Internetske portale, druge po redu najnepovjerljivije od ponuđenih medija sudeći po mišljenjima ispitanika, isti preferiraju kao

svoj uobičajen izvor vijesti, njih čak 80%. Iz navedenog se može zaključiti kako su online mediji i dalje preferirani izvor vijesti usprkos manjku povjerenja u njih.

Kao kod informiranja o trenutnim problemima i zbivanjima, tako i kod rješavanja problema lažnih vijesti i informacija, ispitanici su prepoznali mnoge izazove. Kod informiranja su to najviše količina lažnih vijesti i informacija te nemogućnost razabiranja činjenica od mišljenja, dok su pri rješavanju problema lažnih vijesti to niska osviještenost o trenutnim događanjima, manjak zanimanja od javnosti te političke podjele, kao i naravno mogućnost zarade od objavljivanja lažnih vijesti. Izazova pri rješavanju problema lažnih vijesti je mnogo, neke od kojih lažne vijesti same i stvaraju, primjerice poteškoće pri razabiranju između činjenica i mišljenja, dok neke već postojeće okolnosti lažne vijesti imaju mogućnost pogoršati i iskorištavati, primjerice političke podjele u društvu za koje se 32 od ukupno 75 ispitanika opredijelilo kako ih smatra jako velikim problemom, a njih 24 velikim problemom pri rješavanju problema lažnih vijesti i informacija. Kad je riječ o regulaciji, pretežito se smatra kako bi za nju zaslužni trebali biti primarno mediji (96.7%), zatim državne institucije (56%), no neki smatraju kako bi odgovornost trebala spasti i na javnost (46%), a gotovo četvrtina upire prst u tehnološke kompanije (24%). Ispitanici su također uvelike opredijeljeni regulaciji svake vrste varljivog sadržaja izuzev satire, koja je od ponuđenih vrsta varljivog sadržaja jedina za koju ispitanici smatraju kako je potrebno njenu slobodu objavljivanja zaštititi medijskim slobodama (86.76%).

#### **4. Detekcija lažnih vijesti**

Vidjeli smo kako je borba protiv lažnih vijesti započela, s vladom Njemačke koja je uvela zakon čineći lažne vijesti “ilegalnim sadržajem“ (Faiola & Kirchner, 2017), te s društvenim mrežama koje su počele aktivno suzbijati takav sadržaj na svojim platformama. No koji su alati korišteni za to, u koje metode se možemo pouzdati u ovoj borbi protiv dezinformacije? Postoji li nešto čime se možemo koristiti u svakodnevnim susretima s vijestima i informacijama na internetu? Imamo li nekakvo „eksperimentalno oružje“? Jedna je od opcija korištenje usluga provjeravanja istinitosti vijesti i informacija koju provode novinari i stručnjaci, koristeći se bazama znanja za referenciranje. Ovo je nešto što možemo činiti i sami pretraživanjem interneta, koristeći ga kao bazu znanja, ali i dalje smo kao nestručni potrošači informacija skloni pristranosti i vjeri u izvore vijesti za koje vjerujemo, ali ne možemo biti sigurni jesu li zbilja, povjerljivi. Novinari i stručnjaci s utvrđenim povjerljivim izvorima i velikim udjelom

vremena posvećenim upravo verifikaciji vijesti već i čine upravo to, za kompanije poput Facebooka i sličnih društvenih mreža, ali i za opću javnost, putem svojih mrežnih stranica. Takve stranice pružaju uslugu ocjenjivanja istinitosti politički relevantnih vijesti i informacija, no posebice je zanimljiva jedna takva stranica koja nudi ocjenjivanje u gradijentu. PolitiFact (“Fact-checking U.S. politics | PolitiFact,” 2007) je stranica nastala 2007. godine koju do danas vode novinari Tampa Bay Times-a, koji aktivno provjeravaju sumnjive izjave. Svaki citat je ocijenjen na skali od 6 točaka, rangirajući od činjeničnog do apsurdno neistinitog. Ovakva skala omogućuje činjenje distinkcije između kategorija „većinski istinito“ i „većinski neistinito“, gdje se većinski istinito odnosi na izjave u kojima su činjenice točne ali predstavljene na nepotpun način, a većinski neistinito na izjave gdje su iznesene činjenice netočne ali su povezane uz trunke istinitosti. (Rashkin et al., 2017, p. 4) „U usporedbi s većinom prijašnjeg rada na literaturi čija je istinitost upitna, političko činjenično provjeravanje predstavlja novi izazov, uključujući pojam gradijentnog ocjenjivanja istinitosti.“ Primjerice, većina provjerenih izjava na PolitiFact-u nije ocijenjena kao istinita ili lažna u potpunosti. „Analiza upućuje kako neistine često proizlaze iz suptilnih različitosti u fraziranju, prije nego iz potpunih izmišljotina,“ (Rashkin et al., 2017, p. 1) Ostale stranice, poput Snopes.com, Factcheck.org, Washington Post Fact Checker, također nude slične usluge provjeravanja istinitosti. Ipak, riječ je o mukotrpnom poslu koji obavljaju pojedinci, ocjenjujući istinitost izjava, vijest po vijest i dok njihovi naponi čine razliku i pružaju mogućnost verifikacije određenih vijesti iz svijeta politike, oni sami nisu sposobni ocjenjivati lažne vijesti velikom brzinom i u velikom broju, a radi se i samo o vijestima koje potječu iz Amerike, ili koje se nje dotiču. No određeni eksperimenti pokazuju da dok činjenično provjeravanje medija ostaje pitanje otvorenog istraživanja, stilističke značajke mogu pomoći pri utvrđivanju istinitosti teksta. (Rashkin et al., 2017, p. 1)

S nadom suzbijanja lažnih vijesti načinjeni su pokušaji precizne automatske detekcije lažnih vijesti i provedena brojna istraživanja. Detekcija lažnih vijesti definira se kao predviđanje mogućnosti da je pojedina vijest namjerno varljiva. (Rubin, Chen & Conroy, 2015) Nažalost, dosad nije razvijen uspješan precizan sustav koji bi to postigao, prije svega zato što automatska detekcija lažnih vijesti predstavlja interdisciplinarni izazov. Potrebna je tehnologija za izlučivanje činjeničnih izjava iz teksta, zatim za uparivanje činjenica u bazi znanja, dinamičko pronalaženje i održavanje baze znanja s interneta, kako bi se pouzdano procijenila istinitost cijelog članka radije nego individualnih izjava, zatim bi bilo potrebno činiti to u stvarnom vremenu uz odvijanje novih događaja, nadgledanje širenja lažnih vijesti u i kroz društvene

mreže, mjerenje reputacija izvora vijesti i podizanje osviještenost kod čitatelja. (Potthast, Kiesel, Reinartz, Bevendorff & Stein, 2017, p. 8) Ipak, dosadašnja istraživanja donijela su pokoji zanimljivi zaključak. Primjerice, otkriveno je da je stilističkom analizom moguće podosta precizno razabrati između vrlo pristranih vijesti i informacija i više balansiranih izvještaja. Kroz stilističku analizu moguće je i s velikom preciznošću prepoznati i satirični sadržaj, što znači da humor neće biti žrtva automatskog detektiranja lažnog sadržaja. Zanimljivo je i kako je otkriveno da uvelike pristrane vijesti i informacije s obje strane političkog spektra, ljevice i desnice, pokazuju stilističke sličnosti, što znači i da će biti moguće prepoznati značajke pristranosti neovisno o kojoj strani je sadržaj zapravo pristran. (Potthast et al., 2017, pp. 8-9) Rezultati spomenutog istraživanja također pokazuju kako su zamjenice prvog i drugog lica češće korištene u manje povjerljivim i varljivim vrstama vijesti. Iako, ovaj je rezultat u kontrastu s drugim, starijim istraživanjima iz 2003. koja su pronašla manje osobnih referenca kod ljudi koji lažu o svojim osobnim mišljenjima (Newman, Pennebaker, Berry & Richards, 2003, p. 3) Razlika je pak u tome što se autori vijesti pokušavaju činiti ravnodušnima. Urednici u vjerodostojnim izvorima su također vjerojatno rigorozniji u vezi uklanjanja izražavanja koja se čine odviše osobnim, što je jedan od razloga zašto se ovi rezultati razlikuju od onih iz domena detekcije laži. Jedna od pretpostavki je kako je možda domena maštovitog pisanja bliža onome što se traži pri detekciji nepouzdanih vijesti i informacija od domene detekcije laži o mišljenjima. (Rashkin et al., 2017, p. 3)

## 5. Zaključak

Dok dezinformacija nije pojava i problem s kojim smo tek odnedavno suočeni, s pojavom interneta i društvenih mreža, tehnologije koja omogućava komunikaciju i diseminaciju informacija i vijesti na dosad neviđenoj razini, tako je i porasla opasnost dezinformacije, što je očigledno unazad nekoliko godina uz razne skandale uzrokovane upravo lažnim vijestima. Motivi iza lažnih vijesti koje su uzrokovale skandale i probleme u najvećim razmjerima većinom su bili zarada novca ili promicanje određenih gledišta, drugim riječima marketing i politika. Širenje šokantnih, ali neistinitih vijesti privlačilo je korisnike na posjećivanje određenih stranica, na čemu bi vlasnici stranica zarađivali putem reklama na istoj, neovisno o tome jesu li stranice u pitanju sadržavale lažan ili istinit sadržaj, dok je neistinit ili pristran sadržaj objavljivan na internetu širen iz jednostavnog razloga što ljudi u velikom broju nisu provjeravali istinitost tvrdnji koje su podupirale njihova uvjerenja. Naravno, postoje slučajevi

gdje je motivacija bila ujedno i zarada i promicanje gledišta, kao što je to bio slučaj u Velesu, gradiću u Makedoniji gdje su pojedinci zarađivali od objavljivanja politički nabijenog, lažnog sadržaja.

Istraživanja su pokazala kako velik broj brazilskih, američkih te britanskih državljana misli da su lažne vijesti zabrinjavajući problem, a kako pokazuje i istraživanje provedeno u sklopu ovog rada, sličnog su stava i hrvatski državljani. Istraživanje je također ukazalo kako ispitanici izražaju najveću količinu sumnje prema vijestima vezanim uz svijet politike, te zabave i poznatih ličnosti, ali i prema političarima i novinarima kao izvorima vijesti. Također je jasno kako sumnjaju u mogućnost prepoznavanja lažnih vijesti kod svojih sugrađana, te kako za sebe u prosjeku misle da su vrlo sposobni činiti isto. Online mediji ostaju preferirani izvori informacija i vijesti u Hrvatskoj, ali povjerenje u njih opada. Iako se tradicionalni mediji koriste sve manje, javnost ih ocjenjuje povjerljivijima od internetskih portala i društvenih mreža. U konačnici, ovo istraživanje pokazuje kako je stav javnosti pretežito na strani uvođenja regulacije lažnog sadržaja, a prst upiru pretežito u medije i, u nešto manjem broju, državne institucije kao one na koje bi zato odgovornost trebala spasti.

Borba protiv lažnih vijesti na internetu već je u tijeku i iako se čini da je malo što moguće učiniti protiv ove epidemije dezinformacije, već postoje usluge provjeravanja istinitosti vijesti i informacija upravo na samome internetu. Ipak, ovaj sustav nije savršen zato što mnoštvo provjeravanih sadržaja nisu u potpunosti lažni ili istiniti, već sadržavaju određene omjere istine i laži. Valja naravno i napomenuti kako takve mrežne stranice koje bi se bavile vijestima i informacijama na našim prostorima još nisu prisutne. Provedena su istraživanja na temu automatske detekcije lažnih vijesti, no nije učinjeno dovoljno napretka kako bi se razvio sustav koji bi taj zadatak obavljao precizno, između ostaloga i zbog toga što automatska detekcija laži predstavlja interdisciplinarni izazov. Ipak, nedavna istraživanja koja su pristupila problemu stilističkom analizom teksta dovela su do novih zaključaka. Moguće je stilističkom analizom razaznati vrlo pristrane vijesti, neovisno kojim političkim uvjerenjima su pristrani, a moguće je i istom metodom razaznati satirični sadržaj, što znači da bi humor, u slučaju uspješnog modela automatske detekcije lažnog tekstualnog sadržaja, mogao biti pošteđen eventualne cenzure. Satirični sadržaj je upravo jedina vrsta varljivih vijesti i informacija za koju ispitanici u provedenom istraživanju pretežito vjeruju kako nije potrebno regulirati. Na kraju krajeva, iako se čini kako nismo ni blizu razrješenja problema lažnih vijesti na internetu, osviještenost o problemu raste i očigledno se nalazimo na dobrom putu ka budućnosti gdje je varljiv sadržaj reguliran u većoj mjeri. Prisutnost usluga koje nude provjeru istinitosti vijesti i informacija

vezane uz naše prostore ne postoji, što je nešto što bi bilo od velike koristi po opću javnost ako bi se promijenilo. Ipak, sve u svemu, najbolje čime bi se prosječan domaći potrošač vijesti mogao oboružati jest velikom dozom skepticizma u svome svakodnevnom procesu informiranja.

## 6. Popis literature

1. Abad-Santos, A. (2012, 27. studenog). The Onion Convinces Actual Chinese Communists That Kim Jong-un Is Actually the Sexiest Man Alive. *The Atlantic* Preuzeto sa: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/onion-convinces-actual-chinese-communists-kim-jong-un-actually-sexiest-man-alive/321126/> Pristupljeno: 10.08.2019.
2. Collins, K. (2017, 29. rujna). People shared nearly as much fake news as real news on Twitter during the election. *Quartz*. Preuzeto sa: <https://qz.com/1090903/people-shared-nearly-as-much-fake-news-as-real-news-on-twitter-during-the-election/> Pristupljeno: 12.08.2019.
3. Faiola, A., & Kirchner, S. (2017, 5. travnja). How do you stop fake news? In Germany, with a law. *The Washington Post*. Preuzeto sa: [https://www.washingtonpost.com/world/europe/how-do-you-stop-fake-news-in-germany-with-a-law/2017/04/05/e6834ad6-1a08-11e7-bcc2-7d1a0973e7b2\\_story.html?noredirect=on](https://www.washingtonpost.com/world/europe/how-do-you-stop-fake-news-in-germany-with-a-law/2017/04/05/e6834ad6-1a08-11e7-bcc2-7d1a0973e7b2_story.html?noredirect=on) Pristupljeno: 03.09.2019.
4. Fact-checking U.S. politics | PolitiFact. (2007, Kolovoz). <https://www.politifact.com/> Pristupljeno: 12.08.2019.
5. Parlament VB (2017, 31. siječnja). *Fake news inquiry launched*. Preuzeto sa: <https://www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/commons-select/culture-media-and-sport-committee/news-parliament-2015/fake-news-launch-16-17/> Pristupljeno: 18.08.2019.
6. Irish Times. (2016, 26. prosinca) *Fake News Story Prompts Pakistan To Issue Nuclear Threat*. Preuzeto sa: <https://www.irishtimes.com/news/world/asia-pacific/fake-news-story-prompts-pakistan-to-issue-nuclear-threat-1.2917737> Pristupljeno: 13.08.2019.
7. Parlament Australije. (2017, 10. svibnja). *Future of Public Interest Journalism*. Preuzeto sa: [https://www.aph.gov.au/parliamentary\\_business/committees/senate/future\\_of\\_public\\_interest\\_journalism/publicinterestjournalism](https://www.aph.gov.au/parliamentary_business/committees/senate/future_of_public_interest_journalism/publicinterestjournalism) Pristupljeno: 08.08.2019.
8. Galvin, G. (2017, 27. prosinca). The Globalization of “Fake News.” Preuzeto sa: <https://www.usnews.com/news/best-countries/articles/2017-12-30/how-fake-news-charges-spread-around-the-globe> Pristupljeno: 12.08.2019.

9. Herreria, C. (2017, 27. rujna). Mark Zuckerberg: 'I Regret' Rejecting Idea That Facebook Fake News Altered Election. *Huffington Post*. Preuzeto sa: [http://www.huffingtonpost.com.au/entry/mark-zuckerberg-regrets-fake-news-facebook\\_us\\_59cc2039e4b05063fe0eed9d](http://www.huffingtonpost.com.au/entry/mark-zuckerberg-regrets-fake-news-facebook_us_59cc2039e4b05063fe0eed9d) Pristupljeno: 02.08.2019.
10. Hunt, J. (2017, 2. prosinca). "Fake news" named Collins Dictionary's official Word of the Year for 2017. *Independent*. Preuzeto sa: <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/fake-news-word-of-the-year-2017-collins-dictionary-donald-trump-kellyanne-conway-antifa-corbymania-a8032751.html> Pristupljeno: 04. 08 2019.
11. Ireton, C., Posetti, J. (2018). Journalism, 'Fake News' and Disinformation. UNESCO. (p. 56) Preuzeto sa: [https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism\\_fake\\_news\\_disinformation\\_print\\_friendly\\_0.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0.pdf) Pristupljeno: 07.08.2019.
12. UN/OSCE/OAS/ACHPR. (2017, 03. ožujka). *Joint Declaration on Freedom of Expression and "Fake News", Disinformation, Propaganda*. Preuzeto sa: <https://www.osce.org/fom/302796?download=true> Pristupljeno: 11.08.2019.
13. Kaminska, I. (2017). A module in fake news from the info-wars of ancient Rome. *Financial Times* Preuzeto sa: <https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6> Pristupljeno: 04.08.2019.
14. SputnikNews. (2017, 27. sprnja). *Maduro Accuses World Media of Spreading Fake News on Venezuela*. Preuzeto sa: <https://sputniknews.com/latam/201707271055924853-maduro-media-fake-news/> Pristupljeno: 11.08.2019.
15. MEAA (2018, 10. travnja) *MEAA submission to the ACCC Inquiry into Digital Platforms* Preuzeto sa: <https://www.maaa.org/mediaroom/meaa-submission-to-the-accs-inquiry-into-digital-platforms/> Pristupljeno: 19.08.2019.
16. Mosseri, A. (2016, 15. prosinca). Addressing Hoaxes and Fake News. Preuzeto sa: <https://newsroom.fb.com/news/2016/12/news-feed-fyi-addressing-hoaxes-and-fake-news/> Pristupljeno: 12.08.2019.
17. Newman, M., L., Pennebaker, J., W., Berry, D., S. & Richards, J., M. (2003) *Lying Words: Predicting Deception From Linguistic Styles*. Preuzeto sa: <https://www.albany.edu/~zg929648/PDFs/Newman.pdf> Pristupljeno: 06.08.2019.



18. Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Kleis Nielsen, R. (2019). *Executive Summary and Key Findings of the 2019 Report*. (p.10) Preuzeto sa:  
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR\\_2019\\_FINAL\\_27\\_08\\_2019.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL_27_08_2019.pdf) Pristupljeno: 18.08.2019.
19. Nougayrède, N. (2018, 31. siječnja). In this age of propaganda, we must defend ourselves. Here's how. *The Guardian*. Preuzeto sa:  
<https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jan/31/propaganda-defend-russia-technology> Pristupljeno: 02.08.2019.
20. Pengelly, M (2017, 10. prosinca). Trump Accuses CNN of Fake News Over Reported Celebrity Apprentice Plans. *The Guardian*. Preuzeto sa:  
<https://www.theguardian.com/us-news/2016/dec/10/trump-celebrity-apprentice-cnn-fake-news> Pristupljeno: 07.08.2019.
21. Pehar, Z. (2019, 6. kolovoza). Prvi u Europi - čak 84 posto građana Hrvatske nema povjerenja u Vladu i Sabor. *NI*. Preuzeto sa:  
<http://hr.n1info.com/Vijesti/a424908/Prvi-u-Europi-cak-84-posto-gradjana-Hrvatske-nema-povjerenja-u-Vladu-i-Sabor.html> Pristupljeno: 18.08.2019.
22. Püllella, P. (2018, 24. siječnja). Pope condemns “evil” of fake news and its use for political gain. *Reuters*. Preuzeto sa: <https://www.reuters.com/article/pope-fakenews/pope-condemns-evil-of-fake-news-and-its-use-for-political-gain-idUSL8N1PJ2CZ> Pristupljeno: 17.08.2019.
23. Potthast, M., Kiesel, J., Reinartz, K., Bevendorff, J. & Stein, B. (2017) A Stylometric Inquiry into Hyperpartisan and Fake News. Preuzeto sa:  
<https://arxiv.org/abs/1702.05638> Pristupljeno: 10.08.2019.
24. Rappler. (2018, 14. ožujka). LIVE: Senate hearing on fake news online, 15 March 2018 [YouTube]. Preuzeto sa: <https://www.youtube.com/watch?v=APrpI2-82DE> Pristupljeno: 19.08.2019.
25. Rashkin, H., Choi, E., Yea Jang, J., Volkova, S. & Choi, Y. (2017) Truth of Varying Shades: Analyzing Language in Fake News and Political Fact-Checking. Preuzeto sa:  
<https://www.aclweb.org/anthology/D17-1317> Pristupljeno: 08.08.2019.
26. Remnick, D. (2016, 18. studenog). Obama Reckons With a Trump Presidency. *The New Yorker*. Preuzeto sa: <https://www.newyorker.com/magazine/2016/11/28/obama-reckons-with-a-trump-presidency> Pristupljeno: 16.08.2019.

27. Rubin, V. & Chen, Y. (2015) Deception Detection for News: Three Types of Fakes. Preuzeto sa: [https://www.researchgate.net/publication/281818851\\_Deception\\_Detection\\_for\\_News\\_Three\\_Types\\_of\\_Fakes](https://www.researchgate.net/publication/281818851_Deception_Detection_for_News_Three_Types_of_Fakes) Pristupljeno: 09.08.2019.
28. Schwartz, A. B. (2015, 6. svibnja). The Infamous “War of the Worlds” Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke. *Smithsonian*. Preuzeto sa: <https://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/> Pristupljeno: 07.08. 2019.
29. Siddiqui, F., & Svrluga, S. (2016, 5. prosinca). N.C. man told police he went to D.C. pizzeria with gun to investigate conspiracy theory. *Washington Post*. Preuzeto sa: <https://www.washingtonpost.com/news/local/wp/2016/12/04/d-c-police-respond-to-report-of-a-man-with-a-gun-at-comet-ping-pong-restaurant/> Pristupljeno: 13.08.2019.
30. Silverman, C. (2017, 27. veljače). This is how your hyperpartisan political news gets made. *BuzzFeed*. Preuzeto sa: [https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?utm\\_term=.vsG9XLWjgW#.iyepD0MLqM](https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?utm_term=.vsG9XLWjgW#.iyepD0MLqM) Pristupljeno: 16.08.2019.
31. Sonnad, N. (2017, 19. ožujka). This is now what happens when you try to post fake news on Facebook. *Quartz*. Preuzeto sa: <https://qz.com/936503/facebook-new-method-of-fighting-fake-news-is-making-it-hard-for-people-to-post-a-false-story-about-irish-slaves/> Pristupljeno: 12.08.2019.
32. Subramanian, S. (2017, 15. veljače). Inside the Macedonian Fake News Complex. *Wired*. Preuzeto sa: <https://www.wired.com/2017/02/velesmacedonia-fake-news/> Pristupljeno: 15.08.2019.
33. ABC. (2018, 11. veljače). *The Perils of Speed Before Accuracy*. Preuzeto sa: <https://www.abc.net.au/mediawatch/episodes/the-perils-of-speed-before-accuracy/9980876> Pristupljeno: 11.08.2019.
34. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Preuzeto sa: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation-1.pdf?x99518> Pristupljeno: 04.08.2019.
35. ABC. (2013, 7. siječnja). *Whitehaven Coal shares plunge after media hoax*. Preuzeto sa: <https://www.abc.net.au/news/2013-01-07/whitehaven-coal-shares-plunge-after-media-hoax/4455362> Pristupljeno: 12.08.2019

36. Wong, E. (2012, 27. studenog). Kim Jong-Un Seems to Get a New Title: Heartthrob. *The New York Times* Preuzeto sa: <http://www.nytimes.com/2012/11/28/world/asia/chinese-news-site-cites-onion-piece-on-kim-jong-un.html> Pristupljeno: 07.08.2019.

## Popis grafikona

Grafikon 1: Dobna raspodjela ispitanika.....	11
Grafikon 2: Spolna raspodjela ispitanika .....	12
Grafikon 3: Raspodjela ispitanika po okupaciji.....	12
Grafikon 4: Koliko često se raspravlja na temu lažnih vijesti.....	13
Grafikon 5: Razina povjerenja u određene izvore .....	15
Grafikon 6: Glavni razlozi za stvaranje lažnih vijesti i informacija .....	15
Grafikon 7: Glavni izvori lažnih vijesti.....	16
Grafikon 8: Razina povjerenja u određene medije .....	17
Grafikon 9: Preferiranje uobičajenih medija .....	18
Grafikon 10: Sposobnost prepoznavanja pojedinih oblika varljivih vijesti i informacija u prosječnog Hrvata .....	20
Grafikon 11: Osobna sposobnost prepoznavanja pojedinih vrsta varljivih vijesti i informacija .....	20
Grafikon 12: Procjena veličine problema kojeg predstavljaju određene stavke.....	21
Grafikon 13: Procjena izazova koji stvaraju određene stavke pri rješavanju problema lažnih vijesti i informacija .....	22
Grafikon 14: Mišljenje o raspodjeli odgovornosti za umanjenje količine lažnih vijesti i informacija.....	23

# Lažne vijesti i povjerenje u izvore informacija na internetu

## Sažetak

Lažne vijesti su fenomen dalek od noviteta, iako je unazad proteklih nekoliko godina ponovno zaživio u novim oblicima i ogromnim brojevima, najprimjetnije prilikom američkih predsjedničkih izbora 2016. godine. Ovaj rad pruža, u svrhu postavljanja konteksta pregled najvećih skandala uzrokovanim lažnim vijestima kroz povijest, prije i nakon razvitka tehnologije koja je omogućila internet i društvene mreže. Osim toga predstavlja i rezultate istraživanja u utjecaj lažnih vijesti na mišljenje i povjerenje javnosti, te zalazi u koje se obećavajuće protumjere trenutno nude kao opcije pri pokušajima suzbijanja diseminacije dezinformacije na internetu.

**Ključne riječi:** lažne vijesti, dezinformacija, povjerenje, online mediji, automatska detekcija

## Fake news and public trust in online news sources

### Abstract

Fake news is a phenomenon of old, although in recent years it has resurfaced in new forms and overwhelming amounts, most noticeably during the 2016 American presidential election. This paper offers, for sake of context a review of the greatest scandals caused by fake news throughout history, before and after the emergence of technology that had brought us the Internet and social media. Furthermore it presents results of conducted research into the effect of presence of fake news on public opinion and trust, delving as well into some of the promising countermeasures currently available as options amidst attempts to combat the dissemination of disinformation online.

**Key words:** fake news, disinformation, trust, online media, automatic detection