

Problem širenja pogrešnih obavijesti i protuobavijesti u digitalnoj sredini

Staničić, Nika

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:570171>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-05**



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. 2022./2023.

Nika Staničić

**Problem širenja pogrešnih obavijesti i protuobavijesti
u digitalnoj sredini**

Završni rad

Mentor: dr. sc. Nives Mikelić-Preradović

Zagreb, lipanj 2023.

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

Sadržaj.....	ii
1. Uvod.....	1
2. Problem informacija u digitalnoj sredini	2
2.1. Pogrešne obavijesti i protuobavijesti.....	2
2.2. Lažne vijesti i propaganda.....	4
2.3. Razlozi za stvaranje i širenje protuobavijesti.....	6
2.3.1. Politička manipulacija.....	7
2.3.2. Novčana dobit	8
2.3.3. Socijalna motivacija.....	9
2.4. Širenje protuobavijesti i pogrešnih obavijesti u digitalnoj sredini	9
2.5. Društvene mreže i propadanje tradicionalnog novinarstva.....	11
3. Problem informacija za vrijeme pandemije COVID-19	13
3.1. Vrste lažnih vijesti i razlozi za njihovu produkciju.....	13
3.1.1. Oblici lažnih vijesti i glavne teme	14
3.1.2. Protuobavijesti i teorije zavjere o porijeklu virusa COVID-19	15
3.1.3. Protuobavijesti vezane uz cjepivo i liječenje bolesti	16
3.2. Širenje lažnih vijesti, protuobavijesti i pogrešnih obavijesti na internetu.....	17
4. Suzbijanje protuobavijesti i pogrešnih obavijesti	20
4.1. Uloga internacionalnih i državnih organizacija	20
4.2. Uloga novinara i društvenih mreža	22
4.3. Uloga pojedinaca.....	25
5. Zaključak.....	28
6. Literatura.....	30
6.1. Knjige i znanstveni članci	30
6.2. Mrežni izvori.....	32
Popis slika.....	34
Sažetak	35
Summary.....	36

1. Uvod

Ljudi danas žive u takozvanom informacijskom dobu. Razvoj tehnologije i medija omogućava sve brži i jednostavniji prijenos velikog broja raznovrsnih informacija bez obzira na vrijeme i mjesto. Od svih informacijskih tehnologija danas se svakako kao najvažniji ističe internet koji je uspio povezati svijet u veliku globalnu mrežu. Pomoću interneta, ljudi imaju mogućnost dobiti sve važne i potrebne informacije u samo nekoliko jednostavnih koraka. Isto tako, ljudi danas na internetu mogu na jednostavan način podijeliti bilo kakvu informaciju s drugima. Količina informacija koje su dostupne na internetu svakim se danom povećava, ali to sa sobom nosi određene mane i probleme. Već sama prezasićenost informacijama može stvoriti stres ili zbunjenost i otežati pronalazak potrebnih informacija, ali danas se pojavio i s puno opasniji problem štetnih informacija. U gomili dostupnih informacija često se može naići na različite pogreške, zablude ili pak namjerno objavljene laži. Ako se one ne prepoznaju na vrijeme, mogu štetno utjecati na postupke i mišljenja pojedinca, ali i veće skupine ljudi ili pak cjelokupnog društva.

Prisutnost štetnih informacija u medijima i digitalnoj sredini danas je prepoznat kao veliki problem, i to ne samo u okviru informacijskih znanosti. Posljedice ovog problema dotiču političke sisteme, ekonomiju, zdravlje pa tako i živote pojedinaca. Kako bi se moglo raditi na suzbijanju štetnih informacija na internetu i njihovih posljedica, važno je prvo upoznati se sa svim elementima ovog problema te zato količina i opseg literature i istraživanja na ovu temu svakim danom raste. Cilj ovog rada je, na temelju postojeće literature, definirati pogrešne i lažne informacije, njihove vrste i karakteristike te kako i zašto se one šire u digitalnoj sredini. U radu će se posebna pažnja posvetiti pandemiji COVID-19 koju je obilježilo masovno širenje pogrešnih i lažnih informacija. Upravo ovakvi događaji potaknuli su brojna istraživanja koja su pridonijela nove spoznaje u širenju štetnih informacija internetom, njihovima posljedicama, ali i mogućim rješenjima ovog problema. U posljednjem dijelu rada će se stoga iznijeti i neke od postojećih i predloženih strategija za borbu protiv štetnih informacija u digitalnoj sredini.

2. Problem informacija u digitalnoj sredini

Razvoj tehnologije kroz povijest mijenjao je način na koji ljudi pristupaju informacijama. U davnim vremenima, informacije su se širile samo usmenom predajom i rukopisima, a dugo vremena znanje je bilo privilegija manjine. Velike promjene započele su Gutenbergovim izumom tiskarskog stroja te su se dalje nastavile izumom fotografije, radija te zatim televizije (Popovac, 2020). Ovi mediji stavili su informacije u ruke autora, novinara i izvjestitelja te ih učinili dostupnima široj javnosti. Razvoj interneta dodatno je promijenio proces informiranja omogućivši direktan prijenos informacija bez obzira na vrijeme i mjesto. Prijenos informacija koji se prije sastojao od izvjesnog pošiljatelja, sadržaja i komunikacijskog lanca sada postaje podložan raznim neizvjesnostima i promjenama (Popovac, 2020). Tradicionalne publikacije smatraju se pasivnim analognim medijima čiji su sadržaj i struktura stalni i nepromjenjivi, dok digitalni mediji omogućuju interakciju korisnika sa sadržajem (Tudjman i Mikelic, 2003). Informacije dobivaju sasvim novu funkciju u komunikacijskom kanalu u kojem korisnik može postati davatelj informacija, a davatelj informacija može postati korisnik. Informacije u digitalnom obliku mogu se sakupljati, obrađivati, mijenjati i koristiti u razne nove svrhe. Međutim, upravo zbog ovog promjenjivog obilježja digitalnih informacija, danas ih je lako izmijeniti i manipulirati njima (Krelja Kurelović, Tomac i Polić, 2021). Iako je manipuliranje informacijama postojalo i u prošlosti, digitalna tehnologija učinila je ovaj postupak jednostavnijim, a širenje štetnih informacija bržim i dalekosežnijim.

2.1. Pogrešne obavijesti i protuobavijesti

U literaturi koja se bavi problemom informacija na internetu, ističu se dva glavna pojma – engl. *misinformation* i engl. *disinformation*. U hrvatskoj literaturi, neki autori koriste doslovan prijevod ovih pojmova i navode ih kao „misinformacije“ i „dezinformacije“, ali Tudjman i Mikelic (2003) predlažu nazive „pogrešne obavijesti“ za *misinformation* i „protuobavijesti“ za *disinformation*. Pogrešne obavijesti ili „misinformacije“ definiraju se kao krive ili zavaravajuće informacije koje mogu izazvati štetu, ali nisu stvorene ili širene s namjerom da se nanosi šteta, a protuobavijesti ili „dezinformacije“ su namjerno stvorene lažne informacije s ciljem da nanose štetu primatelju (Newman, 2021; Tudjman i Mikelic, 2003). Europska komisija, u svom planu akcije protiv protuobavijesti, definira protuobavijesti kao „dokazano lažne ili obmanjujuće informacije koje su stvorene, prezentirane i širene s ciljem ekonomske

dobiti ili namjernog obmanjivanja javnosti, a mogu uzrokovati štetu javnosti“ (European Commission, 2018, str. 1).

Popovac (2020) naglašava dva važna obilježja koja određuju protuobavijesti – istinitost i namjeru. Protuobavijesti su u svojoj suštini lažne, tj. sadrže namjerno konstruirane netočne podatke koji se prezentiraju ljudima kao istiniti. Drugo obilježje, namjera, odnosi se na autora protuobavijesti i njegovu motivaciju za širenje protuobavijesti u svrhu postizanja osobnog cilja ili nanošenja štete. Neki autori tvrde da protuobavijesti nisu nužno sastavljene samo od laži, već mogu sadržavati i istinite činjenice pomiješane s lažima ili predstavljene u pogrešnom kontekstu (Jackson, 2017). U literaturi se spominju i zlonamjerne informacije (engl. *malinformation*) koje predstavljaju informacije koje su utemeljene na stvarnosti, ali se šire s ciljem izazivanja štete (Newman, 2021; Popovac, 2020). Obilježje istinitosti ili točnosti je ono što razlikuje protuobavijesti i pogrešne obavijesti od običnih obavijesti. Obične obavijesti sadrže točne i provjerene informacije, objektivne su, pravilno prezentirane te relevantne za korisnika. S druge strane, protuobavijesti i lažne obavijesti su netočne, dolaze iz neprovjerenih ili neodređenih izvora, njihov sadržaj je manipuliran te su pogrešno prezentirane i subjektivne (Tudjman i Mikelic, 2003). Umjesto da pomažu korisniku, one ga zbunjuju i na negativan način utječu na njegovo mišljenje. Ono što razlikuje protuobavijesti od pogrešnih obavijesti je obilježje namjere. Autor protuobavijesti svjesno širi lažne činjenice s namjerom nanošenja štete, a pojedinci, do kojih je ta protuobavijest došla bez da su ju prepoznali, nesvjesno formiraju svoje mišljenje temeljeno na toj laži (Popovac, 2020). Na ovaj način, dolazi do mutacija mišljenja te pojedinci koji dalje prenose ove informacije, čak i ako imaju dobre namjere, ustvari prenose štetne informacije drugima. Guess i Lyons (2020) na ovu podjelu gledaju nešto drukčije pa tako protuobavijesti definiraju kao podvrstu pogrešnih obavijesti tj. kao pogrešne obavijesti koje se namjerno šire.

Newman (2021) koristi obilježje točnosti i namjere kao temelj za izradu takozvane „DMMI tablice“ (engl. *DMMI matrix*) – jednostavnog vizualnog prikaza za razumijevanje pojmova protuobavijesti (engl. *disinformation*), pogrešnih obavijesti (engl. *misinformation*), zlonamjernih informacija (engl. *malinformation*) i informacija (engl. *information*). U tablici, os x predstavlja namjeru nanošenja štete, a os y istinitost obavijesti. Jednostavno rečeno, protuobavijesti su lažne i namjerno nanose štetu, pogrešne obavijesti su lažne i nenamjerno nanose štetu, zlonamjerne informacije su istinite i namjerno nanose štetu, a informacije su istinite i nemaju namjeru nanošenja štete.

Veracity	Remote chance	High	High	Severe	Severe	Severe
	Unlikely	Misinformation High High		High	Disinformation Severe Severe	
	Realistic probability	Significant	Significant			
	Likely	Moderate	Moderate	Significant	Significant	Significant
	Almost certain	Negligible	Negligible	Moderate	Moderate	Significant
		Remote chance	Unlikely	Realistic probability	Likely	Almost certain
Intent to harm						

Slika 1. Newmanov "DMMI matrix"

2.2. Lažne vijesti i propaganda

U raspravi o štetnim informacijama u digitalnoj sredini ističe se još jedan iznimno važan pojam – lažne vijesti (engl. *fake news*). Termin „lažne vijesti“ se često koristi u istom kontekstu kao protuobavijesti ili pogrešne obavijesti, ali sam pojam je teško odrediti jer različiti autori nude različite definicije. Neki lažne vijesti smatraju zamjenjivima s pojmom protuobavijesti i pogrešnih obavijesti, dok ih neki smatraju tek jednom od vrsta protuobavijesti. Jackson (2017) lažne vijesti definira kako generalni naziv za bilo kakav obmanjujuć i zavaravajuć sadržaj na internetu. U svojoj definiciji uključuje i namjerno lažne i manipulirane obavijesti te pogrešno predstavljene obavijesti. Krelja Kurelović i sur. (2021) na lažne vijesti gledaju kao na užu pojam od protuobavijesti te ih definiraju kao informacije koje ne odgovaraju činjenicama te su najčešće izmišljene i distribuirane s ciljem obmane korisnika. Bakir i McStay (2018) smatraju da su lažne vijesti rezultat protuobavijesti i pogrešnih informacije koje se šire internetom. Neki drugi autori sam naziv smatraju problematičnim. Vosoughi, Roy i Aral (2018) vjeruju da je pojam lažnih vijesti u trenutnoj političkoj klimi svijeta nepopravljivo uništen. Pojam je izgubio svaku vezu s obilježjem istinitosti jer su mnogi političari počeli koristiti naziv „lažne vijesti“ za bilo kakve vijesti koje se protive njihovim stajalištima i političkim kampanjama, bez obzira jesu li one zaista lažne ili ne. Wardle (2019) se slaže s ovim mišljenjem te uz to naglašava da je pojam „lažne vijesti“ netočan i nepotpun jer ne obuhvaća činjenicu da ovakve vijesti često

uopće nisu u cijelosti lažne, a često nisu ni vijesti – mogu biti fotografije, videozapisi, glasine i sl. Popovac (2020) također dodaje da se laž u bilo kakvom obliku ne može smatrati viješću, jer vijest sama po sebi predstavlja iskaz nekog istinitog događaja čiji se sadržaj može provjeriti iz vjerodostojnih izvora.

U nastojanju rješavanja neodređenosti i nepotpunosti pojma lažnih vijesti, mnogi autori definiraju raznolike podvrste lažnih vijesti čija obilježja mogu biti preciznije određena. Wardle (2019) definira sedam vrsta protuobavijesti i pogrešnih obavijesti koje zajedno čine fenomen lažnih vijesti te ih reda od najmanje do najviše štetnih:

1. satira ili parodija (engl. *satire or parody*) – vijesti u kojima je sadržaj namjerno iskrivljen ili izmišljen, ali nije stvoren s namjerom da nanosi štetu već da zabavi čitatelje
2. pogrešna povezanost (engl. *false connection*) – vijesti u kojima naslov ili vizualni dodaci ne podržavaju sadržaj teksta
3. zavaravajuć sadržaj (engl. *misleading content*) – vijesti u kojima su dijelovi informacija iskorišteni na pogrešan ili varljiv način s namjerom da se podrži autorovo stajalište
4. lažni kontekst (engl. *false context*) – vijesti čiji je sadržaj točan, ali iskorišten je u pogrešnom kontekstu s namjerom da se podrži autorovo stajalište
5. sadržaj koji se lažno predstavlja (engl. *imposter content*) – lažne ili netočne vijesti koje koriste logotipove ili nazive poznatih i pouzdanih organizacija kako bi se čitateljima predstavile kao uvjerljiv izvor
6. manipulirani sadržaj (engl. *manipulated content*) – vijesti koje sadrže točne i istinite informacije ili vizualni sadržaj koji su namjerno manipulirani i izmijenjeni u svrhu zavaravanja čitatelja
7. izmišljen sadržaj (engl. *fabricated content*) – vijesti koje su u potpunosti izmišljene i lažirane u svrhu zavaravanja čitatelja i nanošenja štete

Jurković i Dabo (2022) spominju druge načine za podjelu lažnih vijesti koje se temelje na nekim drugim obilježjima. Tako se, primjerice, mogu dijeliti s obzirom na omjer istinitih i lažnih podataka u vijesti (potpuno lažne vijesti i vijesti koje sadrže laži), stupanj autentičnosti vijesti (od očito lažnih vijesti do potpuno uvjerljivih lažnih vijesti) ili pak cilj koji autor pokušava postići širenjem lažne vijesti (zabava, ekonomska dobit, politička motivacija i sl.). Unatoč nesuglasicama oko same definicije i podjele lažnih vijesti, one su generalno definiraju kao obavijesti koje u sebi sadrže štetne informacije u nekom obliku (bile one pogrešno

predstavljene, izmijenjene ili u potpunosti lažne) te se koriste kao alat za nanošenje štete čitateljima i postizanje nekakvog cilja. Istraživanja su pokazala da se čak 37% stanovnika Europe susreće se lažnim vijestima svakodnevno, najčešće na internetu, a velik broj Europljana, pa tako i Hrvati, lažne vijesti danas smatraju velikim problemom (Krelja Kurelović i sur., 2021).

Razne korporacije te političke i vojne organizacije u nastojanju ostvarivanja svojih ciljeva koriste se vijestima u sklopu informacijskih kampanja poput marketinga ili javne diplomacije. U tom slučaju vijesti postaju dio strateške komunikacije, a ona u pravilu strogo zabranjuje korištenje laži i obmana (Jackson, 2017). Danas je problem što mnoge informacijske kampanje ovise upravo o korištenju protuobavijesti i lažnih vijesti. U ovom kontekstu važno je definirati i pojam propagande. Ovaj pojam koristio se za opisivanje štetnih informacija prije no što su u literaturu uvedeni pojmovi lažnih vijesti te kasnije protuobavijesti. Uporaba riječi „propaganda“ zabilježena je još za vrijeme 17. stoljeća, dok se pojam „dezinformacija“ prvi put bilježi u prvoj polovici 20. stoljeća (Jackson, 2017). Danas se, međutim, smatra da „propaganda“ i „dezinformacija“ nikako nisu sinonimi, ali su međusobno usko povezani pojmovi jer ovise jedan o drugom (Tudjman i Mikelic, 2003). Propaganda se danas definira unutar političkog konteksta i odnosi se na selektivno korištenje informacija u svrhu promicanja vlastitog političkog ideala ili potkopavanja protivničkog (Jackson, 2017). Propagande kampanje obuhvaćaju više različitih aktivnosti čiji je konačni cilj utjecanje na mišljenje, vrijednosni sustav, ponašanje i djelovanje pojedinca koji izloženi tim kampanja (Manić i Aleksić, 2017). Tako će, primjerice, diktatori često koristiti protuobavijesti u sklopu dugotrajnih propagandnih kampanja kako bi opravdali svoje postupke i zadržali položaj vlasti (Krelja Kurelović i sur., 2021) U sklopu propagande, protuobavijesti i lažne vijesti postaju i svojevrsno ratno oruđe koje se koriste u psihološkom ratovanju (engl. *psychological warfare*) (Opašinova Šundovska, 2022). Ova strategija pokazala se korisnom jer omogućava poticanje sukoba i destabiliziranje vladinih organizacija protivnika uz manje troškove nego standardne metode ratovanja. Propaganda, isto kao i lažne vijesti, ne mora nužno sadržavati samo lažne i netočne činjenice. Ono što ova dva pojma razlikuje je to da, za razliku od propagande, lažne vijesti nisu nužno stvorene s namjerom širenja političkog utjecaja (Wardle, 2017).

2.3. Razlozi za stvaranje i širenje protuobavijesti

Jedno od glavnih obilježja protuobavijesti (pa tako i lažnih vijesti) činjenica da se one šire s namjerom, tj. u svrhu postizanja nekakvog cilja autora protuobavijesti. U prethodnom poglavlju već su spomenuti neki od razloga koje autori protuobavijesti mogu imati. Naravno,

namjera koja stoji iza svake protuobavijesti ili lažne vijesti može biti jedinstvena i ovisna o kontekstu u kojem se ona širi. Wardle (2017), primjerice, prepoznaje sljedeće općenite razloge za širenje protuobavijesti – loša novinarska praksa, parodija, provokacija, strast, strančarenje, novčani profit, politički utjecaj i propaganda. U drugoj literaturi najčešće se ističu tri glava razloga – politička manipulacija, novčani profit i socijalna motivacija.

2.3.1. Politička manipulacija

U poglavlju koje se bavi definiranjem propagandom spomenuto je kako razne političke organizacije koriste protuobavijesti i lažne vijesti u svrhu utjecanja na mišljenja javnosti i prikupljanja podrške. Cilj političkih aktera koji proizvode i diseminiraju protuobavijesti je manipuliranje javnosti kako bi održali svoje interese i ideologiju (Jurković i Dabo, 2022). Manipulacija predstavlja nametanje informacijskog sadržaja s ciljem utjecanja na stavove, mišljenja i sustav vrijednosti korisnika kako bi se osigurala njihova slijepa podrška i povjerenje u politički sistem (Manić i Aleksić, 2017). Manipulacija u ovom smislu postoji od davnih vremena, čak i prije izuma tiska, ali razvoj sredstva masovnog komuniciranja uvelike su ubrzali proces širenja te proširili doseg ovog postupka. Propaganda i političke protuobavijesti vrlo se često diseminiraju putem masovnih medija zbog činjenice da njihov profesionalni status osigurava jače povjerenje publike (Bakir i McStay, 2018). S druge strane, internet je koristan za jednostavno širenje ovog sadržaja velikom broju ljudi, osobito putem masovnih društvenih mreža kao što su *Facebook* ili *Twitter*. Društveni mediji te posebno kreirane političke stranice i forumi također mogu poslužiti ne samo za širenje političkih protuobavijesti, već i za okupljanje političkih istomišljenika, stvaranje međusobno povezanih mreža protuobavijesti i organiziranje propagandnih kampanja (Guess i Lyons 2020). Politički motivirane protuobavijesti šire se u obliku manipulativnih poruka koje najčešće ciljaju na emocije primatelja kako bi direktno, ali ne i očigledno, utjecale na njegove stavove i vjerovanja (Opašinova Šundovska, 2022). Politička manipulacija može imati i obrnut cilj, tj. umjesto za promicanje vlastite ideologije može se koristiti za uništavanje političkog sistema protivnika. U ovom slučaju cilj manipulativnih obavijesti nije kod korisnika osigurati povjerenje u politički sustav već izazvati osjećaje straha i nemoći, izazvati nepovjerenje u državne institucije te izazvati ili poticati društvene podjele i sukobe (Popovac 2020). Krajnji cilj manipulativnih kampanja i propagande je da ljudi prihvate lažne informacije kao dio svog sustava vjerovanja bez da osvijeste da su one lažne te da dalje propagiraju ta uvjerenja na ostatak društva.

Političke protuobavijesti danas su posebno česta pojava za vrijeme predsjedničkih izbora. U ovom slučaju najčešće se koriste protuobavijesti vezane uz osobni život političara

koje ih nastoje diskreditirati ili prikazati u lošem svjetlu. Tako su se, primjerice, za vrijeme predsjedničkih izbora u SAD-u 2008. godine, širile lažne vijesti o rodnom mjestu kandidata Baracka Obame kako bi se utjecalo na glasače rasističkih stavova (Opašinova Šundovska, 2022). Sličan slučaj dogodio se za vrijeme predsjedničkih izbora u Francuskoj 2016. godine, kada su proširene lažne vijesti o seksualnoj orijentaciji Emmanuela Macrona kako bi izgubio podršku glasača konzervativnih stavova. Jedan od najznačajnijih političkih događaja koji je obilježilo masovno širenje protuobavijesti i lažnih vijesti bili su predsjednički izbori u SAD-u 2016. godine. Za vrijeme ovih izbora brojne lažne vijesti kružile su internetom, posebice *Facebook*-om, i često su privlačile više čitatelja od stvarnih vijesti (Allcott, Gentzkow i Yu, 2019). Analiza nekolicine članaka pokazala je da je broj lažnih vijesti koje su favorizirale predsjedničkog kandidata Donalda Trumpa bio tri puta veći od broja onih koji su favorizirali njegovu protivnicu Hillary Clinton (Allcott i Gentzkow, 2017). Velik broj lažnih vijesti koje su se odnosile na Hillary Clinton imale su negativan sentiment i prikazivale ju kao korumpiranu ili lagale o njezinim pokvarenim postupcima i političkom programu, najvjerojatnije s ciljem da tako izgubi podršku glasača (Bakir i McStay, 2018). Ni danas nije sigurno je li obilje lažnih vijesti pomoglo Trumpovoj pobjedi ili ne. Neki autori tvrde da utjecaj lažnih vijesti nije mogao biti dovoljno jak da sam bude zaslužan za razliku s kojom je Trump pobijedio (Allcott i Gentzkow, 2017), ali neka istraživanja su pokazala da su lažne vijesti o Clinton imale utjecaj na promjenu mišljenja glasača koji su u prijašnjim izborima podržavali demokratsku stranku (Gunther, Beck i Nisbet, 2018).

2.3.2. Novčana dobit

Za razliku od politički motiviranih protuobavijesti i propagande, oni koji šire protuobavijesti za novčanu dobit najčešće ustvari nemaju nikakvu želju za utjecanjem na mišljenja i stavove korisnika. Za razliku od političke manipulacije koja je prisutna još od davne povijesti jer je bila važna za održavanje vlasti, ova vrste motivacije relativno je nova. Započela je takozvanim žutim novinarstvom, tj. korištenjem lažnog, senzacionalističkog sadržaja u svrhu prikupljanja pažnje i znatiželje čitatelja kako bi se povećala naklada novina (Jurković i Dabo, 2022). Danas se ova ista taktika koristi na internetu u svrhu zarade pomoću digitalnog oglašavanja. Mrežne stranice na kojima se objavljuju vijesti privlače veliki broj oglasa koji se automatski biraju na temelju korisnikove aktivnosti na internetu (Bakir i McStay, 2018). Autori protuobavijesti na društvenim mrežama reklamiraju svoje mrežne stranice s vijestima koristeći primamljive i senzacionalističke fraze (engl. *clickbait*) kako bi privikli pažnju korisnika (Aldwairi i Alwahedi, 2018). Nakon što korisnik klikne na poveznicu, prebačen je na mrežnu stranicu

autora gdje se nalazi lažna vijest koja najčešće nema veze s onim zbog čega je korisnik kliknuo na poveznicu. Razočaranje korisnika nije bitno autorima protuobavijesti jer što više klikova, tj. posjeta njihovoj stranici dobiju, to je veća zarada. Istraživanje Pew instituta u 2018. godini otkrilo je da digitalno oglašavanje čini gotovo polovicu ukupnog prihoda od oglašavanja u SAD-u, a polovica tih prihoda dijeli se na samo dvije velike tehnološke tvrtke – *Facebook* i *Google* (Barthel, 2019).

Poznat primjer širenja lažnih vijesti u svrhu novčane zarade dogodio se za vrijeme američkih predsjedničkih izbora 2016. godine. U obilju mrežnih stranica koje su objavljivale lažne vijesti otkriveno je prek 100 stranica koje su pokrenuli i vodili tinejdžeri i studenti iz makedonskog grada Velesa (Allcott i Gentzkow, 2017). Ove stranice nosile su nazive slične poznatim američkim domenama kako bi se doimale uvjerljivima i sadržavale su obilje lažnih vijesti koje su favorizirale Donalda Trumpa. Vlasnici ovih stranica su kasnije priznali da nisu imali nikakav interes za podržavanje Trumpa, već su primijetili da vijesti o njemu privlače mnogo pažnje od čitatelja na društvenim mrežama i odlučili to iskoristiti kako bi zaradili na digitalnom oglašavanju (Silverman i Alexander, 2016).

2.3.3. Socijalna motivacija

Socijalna motivacija za širenje protuobavijesti je vrlo široka kategorija i može se odnositi na želju za izgradnju društveni status ili identiteta, želju za pažnjom ili pak jednostavno potrebu za zabavom. U ovom kontekstu, ističe se internetski fenomen zvan „trolanje“ (engl. *trolling*) gdje pojedinci namjerno šire lažne informacije na internetu samo kako bi isprovocirali druge korisnike i izazvali emocionalnu reakciju ili skrenuli raspravu s pravog smjera (Jurković i Dabo 2022). Može se reći da socijalna motivacija također stoji i iza širenja pogrešnih obavijesti. Korisnici koji šire pogrešne obavijesti nisu svjesni da su one pogrešne te dijele ove informacije s drugima jer žele pomoći ili se jednostavno žele osjećati povezano s ostalim korisnicima u internetskom okruženju (Wardle, 2019).

2.4. Širenje protuobavijesti i pogrešnih obavijesti u digitalnoj sredini

Autori protuobavijesti i lažnih vijesti su oni koji prvi objavljuju takav sadržaj na internetu, međutim za njegovo širenje često su odgovorni obični korisnici koji nemaju nikakav namjeru nanijeti štetu drugima i nisu svjesni da su informacije koje dijele lažne ili pogrešne. Ovo odgovara autorima protuobavijesti jer funkcionira mnogo bolje od jednosmjernog načina komunikacije „jedan-prema-većini“ karakterističnog za tradicionalne medije. Društvene mreže omogućavaju im da šalju „atome“ protuobavijesti i propagande ciljano prema korisnicima koji

će ih prihvatiti i zatim širiti ostalima u svom internetskom krugu (Wardle, 2017). Vosoughi i sur. (2018) objašnjavaju da na društvenim mrežama poput *Twitter*-a proces započinje jednom objavom koju ostali korisnici onda mogu komentirati i dijeliti dalje te tako stvarati „kaskade“ lažnih vijesti. Autori su u svom istraživanju primijetili da se, u usporedbi s istinitim činjenicama, protuobavijesti i pogrešne obavijesti društvenim mrežama šire značajno brže te da dosežu značajno veću publiku. Jedno moguće objašnjenje za ovo je činjenica da su lažne vijesti obično konstruirane kao neobične, iznenađujuće i nove vijesti što privlači pažnju korisnika i potiče ih na dijeljenje takvog sadržaja. Wardle (2017) tvrdi da preopterećenje informacijama na internetu čini ljude podložnijima manipulaciji lažnih vijesti, a njihov često afektivni sadržaj utječe na emocije ljudi što oslabljuje sposobnost kritičkog mišljenja te zato ljudi često dijele sadržaj na internetu bez razmišljanja. Autori protuobavijesti koriste nepažnju korisnika u svoju korist te zato formiraju specifične mrežne stranice za dijeljenje lažnih vijesti koje često nose imena slična onima profesionalnih novinskih organizacija kako bi korisnici automatski pomislili da informacije koje se na njima nalaze moraju biti točne (Allcott i Gentzkow, 2017). Ovakve stranice ne ciljaju na izgradnju kvalitetne reputacije već žele u kratkom vremenu izvući što veći profit od digitalnog oglašavanja. Bakir i McStay (2018) boje se da će u skoroj budućnosti autori lažnih vijesti početi koristiti tehnologiju razvijenu za algoritamsko novinarstvo (engl. *algorithmic journalism*) kako bi automatizirali proizvodnju jednostavnih, ali učinkovitih lažnih vijesti koje će automatski ciljati određene skupine korisnika i zatim ih širiti pomoću internetskih botova što će dodatno ubrzati proces i povećati zaradu.

Nenamjerno i neoprezno dijeljenje protuobavijesti je jedna stvar, ali puno je veći problem kad takav lažan sadržaj uspije manipulirati mišljenjem korisnika i ustaliti se kao dio njegovih uvjerenja. Jednom kad se to dogodi, teško je ispraviti lažno mišljenje jer ljudi imaju urođenu sklonost potvrđi (engl. *confirmation bias*) zbog koje će radije primijetiti, slušati i vjerovati informacijama koje potvrđuju njihova postojeće vjerovanja, a odbijati će interakciju s bilo kakvim suprotnim gledištima (Bakir i McStay, 2018). Društvene mreže poput *Facebook*-a pogoduju ovom fenomenu jer automatski svrstavaju korisnike u skupine koje odgovaraju njihovoj ideologiji. Korisnici će na društvenim mrežama rijetko imati prijatelje ili pratiti profile koji imaju drugačija politička ili društvena mišljenja te će zato sadržaj koji vide na društvenim mrežama rijetko biti u sukobu s njihovom ideologijom, a u slučaju da je ona utemeljena na lažima, to znači da vjerojatno neće biti izloženi točnim činjenicama koje bi to mogle ispraviti (Allcott i Gentzkow, 2017). Tako se stvaraju takozvani „filter mjehurići“ (engl. *filter bubbles*)

ili „eho komore“ (engl. *echo chambers*) u kojima su uvjerenja jedne grupe potvrđena i ojačana ponavljanjem istih informacija (Diaz i Nilsson, 2023). Bilo kakvi pokušaji kontraargumenata su automatski odbijeni jer u ovakvim skupinama najčešće se propagira i ideologija da su svi oni izvan neprijatelji koji imaju namjeru naštetiti skupini. U ovom okruženju, korisnici više nisu samo žrtve protuobavijesti, već i sami prisustvuju u njihovoj produkciji i širenju.

2.5. Društvene mreže i propadanje tradicionalnog novinarstva

Pojava interneta uvela je velike promjene u proces informiranja, a to se odrazilo i na novinarstvo. Tijekom 20. stoljeća, vijest je pripadala novinarskim kućama, velikim korporacijama te javnim i državnim servisima, a komunikacija vijesti se odvijala jednosmjerno (od informativnog izvora prema publici) i bez ikakvog preispitivanja. Nova komunikacijska tehnologija i internet pomaknuli su granicu između profesionalnih novinara i njihove publike. Profesionalni novinari više nisu jedini arbitri vijesti i istine te vode dvosmjernu komunikaciju sa svojom publikom koja sada ima priliku biti uključena u fazama proizvodnje, dijeljenja i interpretacije vijesti (Milanović-Litre, Brautović i John, 2013). Također, društvene mreže dinamizirale su društvenu i političku raspravu i omogućile svakom pojedincu da izrazi svoje mišljenje te isto tako omogućile svakom pojedincu da sam objavljuje informativni sadržaj velikom broju ljudi i tako sam postane nakladnik ili novinar (Popovac, 2020). Naravno, određeni pojedinci iskorištavaju široku dostupnost društvenih mreža, kao i mogućnost anonimnosti i lažnog identiteta koje one omogućavaju kako bi širili protuobavijesti. Zbog ovoga je društvu potrebna prisutnost objektivnih, točnih i nepristranih profesionalnih izvora vijesti.

Međutim, u novom internetskom okruženju, novinarstvo se susreće s tri problema koja pridonose propadanju tradicionalnog oblika novinarstva – pad financiranja, pad točnosti i pad povjerenja publike. Društvene mreže i internetski portali omogućili su ljudima brz, jednostavan i besplatan pristup vijestima. Danas zato sve više ljudi odbija kupovati fizičke primjerke novina jer iste informacije mogu dobiti besplatno na internetu. Naklada novina svakom je godinom sve manja – u 2018., u SAD-u dotakla je najnižu količinu još od 1940. godine (Barthel, 2019) i nakon toga je dalje nastavila padati. Uz to, ranije spomenuto digitalno oglašavanje donosi ogromne prihode tehnološkim tvrtkama, ali ne i tradicionalnim novinarskim kućama (Bakir i McStay, 2018). Zbog manjka prihoda, mnoge od njih bile su prisiljene otpustiti dio zaposlenika, a prvi na redu bili su oni zaduženi za provjeravanje činjenica (Bratuović, Maštrapa i John, 2020). Točnost je jedna od glavnih dužnosti profesionalnog novinarstva, ali danas joj se u procesu obavještavanja pridaje sve manje pažnje. Internet je promijenio tradicionalni

ciklus vijesti u 24-satni ciklus – vijesti se objavljuju bilo kad u danu i očekuje se da udarna vijest bude objavljena odmah. Novinari se natječu u tome tko će prvi objaviti reportažu i zato sve manje vremena i pažnje pridodaju verificiranju sadržaja. Vijesti su zato danas više podložne mehaničkim greškama poput krive gramatike i interpunkcije, ali i subjektivnim greškama poput pogrešnog iznošenja činjenica, izostavljanja činjenica ili pogrešne interpretacije (Bratuović i sur., 2020). Bratuović i sur. (2020.) proveli su istraživanje u kojem su usporedili kako je nekolicina novinarskih mrežnih stranica obavila reportažu iste priče. U istraživanju se pokazalo da je u uzorku od 107 članaka, čak 74 sadržavalo pogreške. Od ta 74 pogrešna članka, samo ih je 28 naknadno ispravljeno. Autori su otkrili da su se greške širile iz primarnog izvora na sekundarne. Mnogi manji internetski portali koriste veće i poznatije novine kao izvor za svoje članke pa tako, ako jedan od tih primarnih izvora objavi pogrešnu obavijest, ona će se širiti dalje u drugim člancima. Isto tako, ako primarni izvor ispravi pogrešku to ne znači da će se ona automatski ispraviti i u svim drugim člancima koji su ga koristili kao referencu. Autori su također primijetili da od svih analiziranih mrežnih stranica, čak 90 njih nije nudilo nikakav način da čitatelji kontaktiraju uredništvo i prijave pogrešku. Iako digitalni mediji omogućavaju brzo i jednostavno ispravljanje pogrešaka u reportažama, ako novinari ne isprave pogreške dovoljno brzo ili ih ne isprave uopće, one će se lako proširiti u javnost putem interneta što može dovesti do štete i smanjenja povjerenja u profesionalne novinare.

Povećano korištenje društvenih mreža smanjuje korištenje tradicionalnih medija i profesionalnih novinarskih kuća za dobivanje vijesti što dovodi do smanjenja financiranja ovih organizacija. Manjak prihoda i fokus na ubrzavanje produkcije vijesti dovodi do smanjenja točnosti i preciznosti vijesti. Širenje pogrešnih i lažnih vijesti dovodi do smanjenja povjerenja u tradicionalne medije što dalje okreće korisnike k alternativnim internetskim izvorima informacija. Tradicionalno novinarstvo se tako nalazi u začaranom krugu kojeg mora prekinuti ako ne želi nastaviti gubiti relevantnost u društvu. Gubitak tradicionalnih profesionalnih izvora vijesti izlaže ljude velikom broju protuobavijesti i lažnih vijesti koje se nalaze na društvenim mrežama, što ima negativne posljedice na društvo.

3. Problem informacija za vrijeme pandemije COVID-19

15. veljače, 2020., na sigurnosnoj konferenciji u Münchenu, direktor Svjetske zdravstvene organizacije Tedros Adhanom Ghebreyesus izjavio je da se društvo ne suočava samo s epidemijom već i „infodemijom“ (World Health Organization, 2020). U svom govoru rekao je da se lažne vijesti, protuobavijesti i glasine vezane uz COVID-19 šire brže i lakše od samog virusa. Ghebreyesus je pozvao na suradnju zdravstvenih djelatnika, vladinih organizacija te medijskih i internetskih tvrtki u borbi protiv širenja štetnih informacija i naglasio je važnost znanosti i dokaza u kreiranju politike i zdravstvenih mjera. Pandemija COVID-19 sa sobom dovela je nagle promjene u državnoj politici, ekonomiji i gotovo svim aspektima svakodnevnog života. Stanje masovne panike, neznanja i zbunjenosti društva bilo je odgovarajuća podloga za masovno širenje protuobavijesti i pogrešnih obavijesti. U takvoj situaciji nastaje „infodemija“ – pojam koji se može definirati kao preobilje istinitih i lažnih informacija o nekoj temi koje se nekontrolirano šire i tako otežavaju pronalazak istinitih i pouzdanih potrebnih informacija (Krelja Kurelović i sur., 2021). U kontekstu pandemije COVID-19, ovaj problem rezultirao je povećanom panikom i strahom u društvu, nepovjerenjem u zdravstvene i državne institucije koje je otežalo upravljanje kriznom situacijom te nepromišljenim ponašanjem koje je naposljetku bilo štetno za zdravlje i dobrobit ljudi. Fenomen „infodemije COVID-19“ potaknuo je brojna istraživanja koja su nastojala definirati vrste lažnih vijesti koje su producirane, kako su i zašto one širene te koje su njihove posljedice. Ova istraživanja pridonijela su teorijskom znanju o protuobavijestima i pogrešnim obavijestima te predložila raznovrsne načine za borbu protiv ovog problema.

3.1. Vrste lažnih vijesti i razlozi za njihovu produkciju

Za razliku od, primjerice, ciljanih političkih propagandnih kampanja, u infodemiji COVID-19 puno je teže odrediti jedan fokus ili agendu koja stoji iza širenja štetnih informacija. Lažne vijesti i protuobavijesti doticale su se različitih tema i dolazile su od različitih autora sa svih strana svijeta. Europska komisija prepoznala je da se štetne informacije dolaze i u obliku pogrešnih obavijesti i protuobavijesti, uključujući teorije zavjere i ciljanu propagandu, a motivacija za njihovo širenje može uključivati političku manipulaciju, želju za profitom i želju za prevarom i nanošenjem štete pojedincima (European Commission, 2020). Jedno istraživanje otkrilo je 2311 lažnih vijesti, glasina i teorija zavjere povezanih s bolesti COVID-19 i to samo u periodu između prosinca 2019. i travnja 2020. godine, kada je pandemija bila tek na početku (Islam i sur., 2020). *Faktograf.hr*, hrvatski portal zadužen za bilježenje i provjeru informacija

tijekom pandemije, između veljače 2020. i ožujka 2021. godine otkrio je 353 netočne ili neistinite informacije koje su objavljene u hrvatskim medijima (Ciboci, Levak i Beljo, 2021).

3.1.1. Oblici lažnih vijesti i glavne teme

Brennen, Simon, Howard i Nielsen (2020) su u istraživanju oblika i tema lažnih vijesti koje su se širile za vrijeme pandemije otkrili da je veći dio lažnih vijesti koje su objavljene bila neka vrsta manipuliranog i izmijenjenog sadržaja. To je uključivalo vijesti gdje su informacije bile pogrešno predstavljene ili izvučene iz konteksta, slike i videozapise koji su krivo predstavljeni ili opisani te nekoliko slučajeva slika i videozapisa koji su bili izmijenjeni jednostavnim tehnikama uređivanja vizualnog sadržaja. Manji dio analiziranog uzorka činile su potpuno izmišljene vijesti. Pokazalo se da je manipulirani i izmijenjeni sadržaj bio je više dijeljen društvenim mrežama nego u potpunosti izmišljen sadržaj. Najveći broj lažnih vijesti sadržavao je protuobavijesti i pogrešne obavijesti o postupcima i odlukama državnih i internacionalnih tijela te zdravstvenih organizacija u borbi protiv virusa.

U drugom istraživanju Brennen, Simon i Nielsen (2021) istražili su način na koji su vizualni materijali poput fotografija i videozapisa pomogli prezentirati, učvrstiti i „dokazati“ sadržaj lažnih vijesti o pandemiji. U analiziranom uzorku, odredili su šest glavnih tematskih područja protuobavijesti o pandemiji COVID-19 – odluke i postupci javnih organizacija, širenje virusa, liječenje bolesti i sprječavanje zaraze, politička i rasna intolerancija, proročanstvo (dokazi da je pandemija već prije predviđena) i satira. Istraživanje je također dalo uvid u način na koji je vizualni sadržaj korišten u lažnim vijestima. Čak više od polovice članaka prezentiralo je fotografije i videozapise kao dokaze za tvrdnje iznesene u tekstu. Najčešće se postojeći vizualni sadržaj prikazivao u pogrešnom kontekstu i označavao kao nešto što nije, ali nekoliko članka sadržavalo je manipuliran i uređen sadržaj. Kao i u prethodnom istraživanju, radilo se o jednostavnim i jeftinim tehnikama uređivanja slika i videozapisa te nije korištena nikakva napredna tehnologija ili umjetna inteligencija. U nešto manjem broju članaka, vizualni sadržaj se nije predstavlja direktno kao dokaz, već je jednostavno korišten za ilustriranje ili naglašavanje neke tvrdnje u članku ili buđenje emocionalnih reakcija kod čitatelja. Neki članci su pak koristili simbole i logotipove državnih ili zdravstvenih institucija kako bi izgledalo da sadržaj dolazi iz službenih izvora. Vrste i oblici lažnih vijesti koji su definirani u ovom i prethodnom istraživanju odgovaraju sedam kategorija lažnih vijesti koje je definirala Wardle (2019).

Istraživanje koje su proveli Gupta, Li, Farnoush i Jiang (2022) usporedilo je glavne teme koje su se javljale u stvarnim i lažnim vijestima vezanima uz COVID-19 u SAD-u. Otkriveno je da su se lažne vijesti najviše bavile temama epicentra pandemije i žarištima širenja zaraze u SAD-u, globalnim epicentrima te karakteristikama zaraze. Nakon toga, najviše lažnih vijesti sadržavalo je izražavanje nepovjerenja prema profesionalnim izvorima informacija te teme vezane uz porijeklo i širenje virusa, prevenciju zaraze te socijalne i ekonomske posljedice pandemije. Stvarne vijesti su se primarno fokusirale na opasnosti za zdravlje koje virus donosi te preventivne mjere. Ostale zastupljene teme uključivale su vladine postupke komunikacije i borbe protiv zaraze, socijalne i ekonomske posljedice pandemije, statističke podatke o širenju zaraze i sl. Stvarne i lažne vijesti dijelile su neke iste teme, ali stvarne vijesti nisu se bavile teorijama zavjere i pretpostavkama o porijeklu virusa – za razliku od lažnih vijesti koje su bile pod velikim utjecajem uvjerenja autora, stvarne vijesti bavile su se objektivnim činjenicama. Autori su također primijetili da u lažne vijesti često ponavljale iste argumente i fokusirale se na uski skup tema i interesa, dok su stvarne vijesti bile više općenite i opširne.

3.1.2. Protuobavijesti i teorije zavjere o porijeklu virusa COVID-19

Generalno stanje zbunjenosti i neznanja, manjak informacija i neadekvatna komunikacija državnih institucija navela je mnoge ljude da počnu sumnjati u poznate činjenice vezane uz virus COVID-19 i pokušaju sami nadopuniti informacije koje nedostaju. U takvom okruženju počele su se javljati brojne teorije zavjere o „stvarnom“ porijeklu virusa. Teorije zavjera mogu se shvatiti kao još jedan oblik lažnih vijesti koji nastaje zbog sumnje u neki događaj i uvjerenja da se ništa ne događa slučajno te najčešće uključuje uvjerenje da je događaj u pitanju orkestrirala neka skupina urotnika koji imaju neki veći zlokoban plan (Feldvari, Mićunović i Blagović, 2022). Primjer popularne teorije zavjere o porijeklu virusa bila je da je virus izazvan zračenjem 5G signala što je rezultiralo uništavanjem telekomunikacijske infrastrukture – primjerice, u Ujedinjenom Kraljevstvu čak je 80 mobilnih tornjeva uništeno podmetanjem požara (Gupta i sur., 2022).

Mnoge teorije zavjere bile su utemeljene na ideji da je COVID-19 stvoren kao „bio-oružje“, a verzije ovih teorija razlikovale se ovisno o političkoj ideologiji autora. Tako su se, primjerice, u Kini i Rusiji razvile teorije zavjere da je virus kreirao NATO u svojim tajnim laboratorijima te da ga planira koristiti u sklopu svojih vojnih operacija kako bi ugrozio živote stanovnika svojih zemalja protivnica (Opašinova Šundovska, 2022). S druge strane, iznimno su popularne teorije zavjera da je virus proizveden u Kini te su tako mnogi izvori, uključujući i neke profesionalne publikacije, COVID-19 nazivale „Kineski virus“ ili „Wuhan virus“.

Ovakve teorije prevladavale su u državama Zapada i rezultirale su rasistički motiviranom diskriminacijom te brojnim verbalnim i fizičkim napadima na osobe kineskog i azijskog porijekla, pogotovo na one koji su evakuirani iz područja Wuhana (Islam i sur. 2020). Sličan efekt imale su teorije zavjere o korumpiranim znanstvenicima i zdravstvenim institucijama koje su namjerno izazvale pandemiju za vlastitu novčanu dobit ili namjernu depopulaciju stanovništva, zbog kojih su mnogi zdravstveni radnici bili i verbalno i fizički napadnuti.

3.1.3. Protuobavijesti vezane uz cjepivo i liječenje bolesti

Za vrijeme pandemije COVID-19, mnogi korisnici društvenih mreža izražavali su sumnju u zdravstvene stručnjake i pouzdanost cjepiva te su širili mnoge lažne vijesti i teorije zavjere o svrsi, sastavu i nuspojavama cijepljenja. Održani su brojni protesti protiv cijepljenja, a postotak cijepljenih u mnogim državama nije dosegao očekivane razine (Opašinova Šundovska, 2022). Svjetska zdravstvena organizacija godinama prije pandemije COVID-19 prepoznala je otpor prema cijepljenju kao jednu od velikih prijetnji globalnom zdravlju i kao razlog širenja zaraznih bolesti i epidemija koje su inače mogle biti spriječene (Feldvari i sur., 2022). Društvene mreže imale su snažan utjecaj na jačanje ovog otpora zbog velike količine protuobavijesti i teorija zavjere o cjepivima koje se šire na njima. Broniatowski i sur. (2018) otkrili su da su za širenje protuobavijesti na temu cjepiva dijelom odgovorni ljudi, i to posebice „trolovi“ čiji je glavni cilj započeti sukobe i usaditi nepovjerenje prema zdravstvenim institucijama. Ako korisnici izgube povjerenje u javne zdravstvene ustanove, nastavit će se služiti društvenim mrežama za informiranje, a tamo će njihovi negativni stav prema cijepljenju biti potvrđeni unutar „filter mjehurića“. Autori su otkrili da velik broj objava o cijepljenju, međutim, dolazi od automatiziranih profila ili botova koji šire ovakav sadržaj znatno više od običnih korisnika. Njihov cilj je također poticati sukobe i sumnju običnih korisnika, a mnogi se koriste senzacionalističkim i šokantnim frazama ili pozivom na emocije čitatelja kako bi navukli na vanjske mrežne stranice radi zarade na digitalnom oglašavanju ili, u gorem slučaju, kako bi širili kompjuterske viruse. Tako korisnici postaju izloženi zarazi i kompjuterskim i biološkim virusima.

Feldvari i sur. (2021) analizirali su negativne komentare objavljene u *Facebook* grupi „Koronavirus Hrvatska“ između studenog 2020. i siječnja 2021. godine kako bi otkrili koje teme i sentimente su najviše dijeljeni među autorima takvih komentara. Istraživanje je pokazalo da je najviše komentara sadržavalo neku od teorija zavjere vezanih uz COVID-19, a zatim po količini slijede komentari koji izražavaju nepovjerenje i zabrinutost u vezi cjepiva. Ostali česti negativni sentimente izraženi u komentarima uključuju izraze nepovjerenja prema

znanstvenicima, farmaceutskim korporacijama, vlasti, ili medijima te kategoričko odbijanje cjepiva i pogrdne izjave upućene onima koji podržavaju cijepljenje. Komentari koji su izražavali nepovjerenje u cjepivo odnosili su se na sastav, učinkovitost, sigurnost i/ili nuspojave te su sadržavali najveću količinu protuobavijesti. Dio teorija zavjere fokusirao se na posljedice i sastav cjepiva, ali većinom su se odnosile na porijeklo i svrhu pandemije i cijepljenja. Uključivale su ideje o svjetskim vladama koje su namjerno proizvele virus u svrhu depopulacije, o čipiranju ljudi putem cijepljenja, o tome kako cjepivo izaziva rak, o farmaceutskim korporacijama i znanstvenicima koji žele izvući veliku količinu novaca iz ove situacije i sl.

Velik broj protuobavijesti i pogrešnih obavijesti, pogotovo u periodu prije no što je razvijeno cjepivo, govorio je o različitim domaćim lijekovima i načinima prevencije zaraze. Neke od ovih informacija bile su djelomično točne, ali pogrešno interpretirane ili prikazane u krivom kontekstu. Primjer toga je glasina da se virus može uništiti na temperaturi od 27°C – iako je točno da je virus osjetljiv na toplinu, ovo nije ni približno dovoljna temperatura (Brennen i sur. 2020). Neke druge glasine koje su se širile su pak bile u potpunosti netočne te čak štetne za zdravlje. Jedna od popularnih glasina koja se širila svijetom bila je da konzumacija čistog alkohola može u potpunosti očistiti tijelo od virusa. Radilo se o netočnoj informaciji koja je rezultirala smrću oko 800 ljudi i hospitalizacijom preko 5000, od kojih ih je nekolicina trajno oslijepila zbog konzumacije čistog metanola (Islam i sur. 2020). Lažne vijesti nisu samo štetno utjecale na fizičko, već i na mentalno stanje ljudi. Brojna istraživanja pokazala su da je obilje lažnih vijesti izazvalo emocije zbunjenosti, straha i panike što je kasnije rezultiralo povećanim stresom, problemima s agresijom, umorom, insomnijom, a kod nekih su se ljudi čak razvili ozbiljni poremećaji anksioznosti ili depresije (Rocha i sur., 2021). Istraživanje provedeno na studentima u Kini pokazalo je su epidemiološke mjere izolacije rezultirale prekomjernim i problematičnim korištenjem društvenih mreža što je utjecalo na psihološko stanje ispitanika i povećalo njihovu razinu straha i anksioznosti te se istovremeno negativno odrazilo na njihov akademski uspjeh (Jiang, 2021).

3.2. Širenje lažnih vijesti, protuobavijesti i pogrešnih obavijesti na internetu

Epidemiološke mjere uvedene za vrijeme pandemije COVID-19 navele su ljude na povećano korištenje interneta i društvenih mreža iz nekolicine razloga – za obavljanje posla, pohađanje škole, održavanje kontakta s bližnjima pa tako i za informiranje. Društvene mreže i internetski novinski portali omogućuju masovno širenje protuobavijesti i lažnih vijesti, ali u slučaju pandemije, štetne informacije nisu širili samo autori koji su htjeli namjerno širiti političku

propagandu ili izvući novčanu korist – najviše štetnog sadržaja su ustvari širili obični korisnici u obliku pogrešnih obavijesti. Na samom početku pandemije, znanstvenici i zdravstveni stručnjaci jednostavno nisu ni sami znali dovoljno informacija o virusu niti su uspostavili adekvatnu i koordiniranu komunikaciju s društvom što je smanjilo povjerenje koje su ljudi imali u njih i navelo ih da sami pokušaju izvesti zaključke o porijeklu, opsegu, posljedicama i liječenju zaraze (Butcher, 2021). Kako se situacija dalje razvijala, sve više i više informacija iz profesionalnih i neprofesionalnih izvora objavljeno je na internetu. Ovo obilje informacija je pak omogućilo da se lažne vijesti puno lakše pomiješaju s pravim vijestima što je za prosječnog čitatelja otežalo razlikovanje istine od laži, a osobe zadužene za provjeravanje i ispravljanje činjenica teško su držale tempo s masovnom količinom lažnih vijesti koje se, kao što je dokazano u prijašnjim istraživanjima, dijele puno brže od onih stvarnih (Gupta i sur., 2022).

Postoji nekoliko razloga koji bi mogli objasniti zašto su ljudi nenamjerno dijelili pogrešne obavijesti o virusu. Istraživanje koje su proveli Apuke i Omar (2021) bavilo se povezanošću između socijalizacije i dijeljenja informacija na društvenim mrežama. Autori su otkrili da je najjači prediktor za dijeljenje informacija altruizam – ljudi su najčešće vođeni željom da pomognu drugima s informacijama koje dijele. Druge karakteristike koje su poticale dijeljenje vijesti bile su želja za socijaliziranjem, želja za dijeljenjem i pronalaženjem informacije te jednostavno provođenje vremena na društvenim mrežama. Autori su također istražili je li dijeljenje informacija o virusu povezano sa željom za zabavu, ali u ovom slučaju nisu pronašli nikakvu korelaciju.

Iako je glavna motivacija za dijeljenje vijesti bila želja da se pomogne drugima, mnogi su nesvjesno širili lažne vijesti i pogrešne obavijesti koje su na kraju drugima nanosile više štete. Ovo se najčešće događa jer korisnici jednostavno ne razmišljaju o sadržaju kojeg dijele s drugima i ne provjeravaju točnost podataka. Jedno je istraživanje pokazalo da, iako ljudi imaju sposobnost raspoznavanja između stvarnih i lažnih vijesti, ako prije ne zastanu da razmisle, puno je više vjerojatno da će podijeliti lažnu vijest na društvenim mrežama (Pennycook, McPhetres, Zhang, Lu i Rand, 2020). Krelja Kurelović i sur. (2021) proveli su istraživanje na hrvatskim studentima koje je pokazalo da je većina koristila digitalne medije za informiranje o pandemiji. Tek mali dio studenata koristio je tradicionalne medije poput televizija i radija, iako je većina smatrala da su upravo oni najpouzdaniji izvor informacija. Istraživanje je dalje pokazalo da su studenti imali značajno manju stvarnu sposobnost prepoznavanja lažnih vijesti od vlastite percepcije. Manje od petine ispitanika uspjelo je točno raspoznati lažne vijesti u

upitniku koji im je dan, dok je više od pola ispitanika vjerovalo u tvrdnje poput one da je virus COVID-19 stvoren u laboratoriju.

Drugi mogući uzrok masovnog dijeljenja pogrešnih obavijesti je znanstvena nepismenost. Mnogi ljudi jednostavno nisu bili dovoljno educirani da razumiju informacije o virusu koje su dolazile iz stručnih zdravstvenih izvora što je rezultiralo pogrešnim interpretacijama stvarnih vijesti ili favoriziranjem jednostavnijih (ali pogrešnih) objašnjenja i teorija (Butcher, 2021). Znanstvena nepismenost primijećena je ne samo kod običnih ljudi već i kod nekih političara i slavni. Iako su utjecajne osobe dijelile znatno manju količinu pogrešnih obavijesti u usporedbi s običnim korisnicima, njihove su obavijesti imale znatno veći domet na društvenim mrežama i dobivale mnogo više interakcija drugih korisnika (Brennen i sur., 2020). Društvene mreže pokušale su kontrolirati širenje štete davajući posebne oznake protuobavijestima i pogrešnim obavijestima ili pak potpuno brišući takve objave te aktivno promovirajući stručne i provjerene izvore informacija (Butcher, 2021).

4. Suzbijanje protuobavijesti i pogrešnih obavijesti

Masovno širenje pogrešnih obavijesti, protuobavijesti, lažnih vijesti i propagande u digitalnoj sredini nosi mnoge štetne posljedice. Širenje panike i zbunjenosti u vrijeme kriznih situacija, informacije koje direktno dovode zdravlje i dobrobit ljudi u opasnost, poticanje ekstremnih mišljenja i sukoba, jačanje nepovjerenja u državne institucije i stručne izvore informacije samo su neke od njih. Ljudi danas naizgled sve više gube sposobnost raspoznavanja vjerodostojnih informacija, a razvojem naprednih tehnologija poput umjetne inteligencije postat će sve teže razlikovati laži od istine. Kao što je sam problem protuobavijesti i pogrešnih obavijesti kompleksan, tako je i potrebno rješenje kompleksno. Proces borbe protiv ovog problema je multidimenzionalan i zahtjeva suradnju državnih institucija, medija (uključujući i tradicionalne novinare i društvene mreže), ali i običnih pojedinaca. Ovaj pristup odabrala je i Europska komisija koja u svom planu akcije protiv protuobavijesti (European Commission, 2018) naglašava važnost kooperacije države, medija i pojedinaca te navodi četiri osnovna „stupa“ ili temelja za suprotstavljanje protuobavijestima:

1. poboljšanje sposobnosti organizacija Europske unije koje su zadužene za analizu i suzbijanje protuobavijesti
2. jačanje koordiniranih i zajedničkog djelovanja i nošenja s protuobavijestima
3. uključivanje privatnog sektora u borbu protiv protuobavijesti
4. podizanje svijesti pojedinaca o problemu i jačanje otpornosti društva

Država i mediji su ti koji trebaju raditi na sprečavanju diseminacije protuobavijesti i ispravljanju pogrešnih obavijesti te trebaju postaviti temelje za educiranje običnih ljudi o ovom problemu kako bi se oni sami mogli obraniti od utjecaja štetnih informacija (Jurković i Dabo, 2022).

4.1. Uloga internacionalnih i državnih organizacija

Unutar Europske unije pokrenute su brojne organizacije čija je zadaća prepoznavanje, analiza i otkrivanje protuobavijesti, kao i sprečavanje njihova širenja. Jedna od tih organizacija je, primjerice, Operativna grupa za stratešku komunikaciju na istoku Europe (engl. *East StratCom Task Force*) čija je uloga predviđanje i suzbijanje proruskih protuobavijesti i ruskih propagandnih kampanja, otkrivanje strategija, tehnika i razloga za provođenje ovih kampanja te pružanje potpore i jačanje medija u zemljama istočne Europe (Popovac, 2020). Plan akcije Europske komisije predlaže razvijanje sustava za brzo obavješćavanje (engl. *Rapid Alert System*) koji bi pružao informacije o širenju protuobavijesti ili propagandnih kampanja čim se

one pojave (European Commission, 2018). Sve države članice bi također trebale odrediti kontaktnu točku u sklopu svog odjela za strateško komuniciranje kako bi osigurale lakše komuniciranje i kooperaciju s drugim državama članicama, Europskom komisijom te Europskom službom za vanjsko djelovanje. Plan akcije također naglašava potrebu za zapošljavanjem dodatnog specijaliziranog osoblja (primjerice, stručnjaka za analizu i obradu podataka), razvojem servisa za nadgledanje širenja protuobavijesti te ulaganjem u razvoj alata i softvera za analizu, prikupljanje i organizaciju digitalnih podataka. Naposljetku, naglašava se značaj efikasne komunikacije i suradnje između institucija Europske unije i država članica.

Europska komisija također ohrabruje razvoj samostalnih organizacija zaduženih za provjeru informacija (engl. *fact-checking*), tj. prepoznavanje i označavanje protuobavijesti, pogrešnih obavijesti i lažnih vijesti (European Commission, 2018). U svrhu dodatnog podupiranja ovih organizacija osnovan je Europski opservatorij za digitalne medije (engl. *European Digital Media Observatory*) čija je uloga postati europski centar za borbu protiv protuobavijesti te pridonijeti razumijevanju karakteristika protuobavijesti kako bi olakšali njihovo suzbijanje (European Commission, 2020). Organizacije za provjeru informacija imale su značajnu ulogu za vrijeme pandemije COVID-19 kad je njihova zadaća bila analiza i ispravljanje protuobavijesti i pogrešnih obavijesti vezanih uz virus, cjepivo i sl. Obilje štetnih informacija dijeljenih po društvenim mrežama za vrijeme pandemije je, međutim, pokazalo je da se ove organizacije nose s problemima manjka osoblja i financija. Zato je posebno važno da različite organizacije za provjeru informacija međusobno komuniciraju i surađuju kako bi u sličnim situacijama mogle raspodijeliti poslove i tako osigurati da nijedna pogrešna ili lažna tvrdnja ne ostane neprovrjena ili neispravljena (Brennen i sur., 2020).

Pandemija COVID-19 ukazala je na važnost efikasne kooperacije i komunikacije u suzbijanju protuobavijesti i pogrešnih obavijesti. Europska komisija je zato tijekom pandemije pojačala svoju suradnju s internacionalnim organizacijama poput NATO-a i Svjetske zdravstvene organizacije, a u svrhu poboljšavanja komunikacije i informiranja društva, pokrenula je mrežnu stranicu na kojoj se objavljuju aktualne vijesti vezane uz pandemiju te ispravljaju pogrešne obavijesti i glasine koje kruže internetom (European Commission, 2020). Pandemija je pokazala koliko je važna uloga zdravstvenih stručnjaka u pravovremenom ispravljanju pogrešnih informacija o virusu kako bi se spriječili mogući negativni efekti na mišljenja i zdravlje ljudi. Vraga i Bode (2020) objašnjavaju da korekcija pogrešnih obavijesti treba biti usmjerena na dvije mete – osobu koja širi pogrešnu obavijest i osobe koje su izložene pogrešnoj obavijesti. Osoba koja širi pogrešnu obavijest vjerojatno će se više opirati korekcijama jer je moguće da

je pogrešna obavijest već postalo dio njezinih uvjerenja te, nakon što ju je javno podijelila, teško će prihvatiti da je u krivu. Ono što može pomoći je referiranje na pouzdane stručne izvore i nuđenje koherentnih alternativnih objašnjenja. Također, korekcija će biti više uvjerljiva i efektivna ako dolazi od osoba s autoritetom te je zato važno da, u slučaju zdravstvene krize, zdravstveni stručnjaci i znanstvenici aktivno promiču stvarne i pouzdane vijesti te rade na ispravljanju pogrešnih obavijesti (Gupta i sur., 2022). Važno je, međutim, da zdravstvena komunikacija bude jednostavna i lako dostupna te prilagođena za medije kako bi bila lako razumljiva za obične korisnike (Butcher, 2021).

4.2. Uloga novinara i društvenih mreža

Osim ranije spomenutih profesionalnih organizacija i stručnjaka, važnu ulogu u zaštiti društva od štetnih informacija imaju novinari i javni mediji. Iako se novine, radio i televizija zadnjih godina suočavaju s problemima manjka financiranja i korisnika, mnogi ljudi i dalje ih smatraju najpouzdanijim izvorima informacija. Novinari i javni mediji i dalje su glavni nositelji istine za društvo, pogotovo u vrijeme velikih političkih događanja ili globalnih kriza, i zato je važno da rade na održavanju i unapređenju profesionalnog djelovanja i okruženja te da ne podlegnu neprofesionalnim i neetičkim tehnikama kojima se, primjerice, koriste autori lažnih vijesti u svrhu lake zarade (Popovac, 2020).

Kako bi se spriječilo širenje pogrešnih obavijesti, ali i smanjenje povjerenja publike, važno je da novinari objavljuju vijesti koje su dobro provjerene i verificirane. Razvoj tehnologija za uređivanje digitalnog sadržaja olakšao je širenje manipuliranog i lažnog sadržaja, ali istodobno razvijene su mnoge tehnologije za provjeru istinitosti i autentičnosti. Ipak, verifikacija informacija je proces koji se sastoji od više koraka, a uključuje i uporabu tehnologije i sposobnost samog novinara. „Vodič za verifikaciju digitalnog sadržaja u kriznim situacijama“ (Silverman, 2014) nudi brojne savjete za verifikaciju sadržaja koji dolaze od stručnjaka i osoba u medijskoj industriji. Društvene mreže povezale su novinare s običnim korisnicima i omogućile novinarima da u pronalaženju potrebnih informacija koriste pomoć svoje publike (engl. *crowdsourcing*). Publika može poslužiti kao jako dobar izvor informacija za novinare, ali iznimno je važno u ovom slučaju dobro provjeriti jesu li izvor i sadržaj informacije istiniti prije no što se ona igdje objavi. Proces verifikacije uvijek mora početi od pretpostavke da je vijest lažna te je za potvrdu istinitosti nužno odrediti je li sadržaj originalan, iz kakvog izvora dolazi te kada i gdje je kreiran. Vodič sadrži detaljno opisane korake za provjeru autentičnosti fotografija i videozapisa. Uključuje prijedloge mnogih korisnih servisa i alata za verifikaciju poput *Google*-ovog servisa za obrnutu pretragu fotografija koji može poslužiti za otkrivanje

originalnog izvora fotografije; *Google Maps* servisa za određivanje lokacije; *Wolfram Alpha* servisa za pretraživanje vremenskih informacija i dr. Iako je vodič primarno namijenjen novinarima, dostupan je besplatno na internetu te mnoge tehnike i alati za verifikaciju opisani u njemu mogu poslužiti i običnim korisnicima za verificiranje sadržaja na kojeg naiđu na internetu.

Društvene mreže mjesto su na kojem se dijeli velik broj protuobavijesti i pogrešnih obavijesti, ali su također važan izvor informacija i vijesti za mnoge ljude danas te je zato posebno važno da se suoče s problemom štetnih obavijesti. Europska komisija je zato u 2018. uvela na snagu „Kodeks dobre prakse u suzbijanju dezinformacija“ (engl. *Code of Practice on Disinformation*) koji je objasnio mjere koje društvene mreže i internetski oglašivači trebaju poduzeti za suzbijanje problema protuobavijesti (European Commission, 2018). Prema nalogima Komisije, društvene mreže nužne su osigurati nadzor nad rasporedom internetskih oglasa i povećati transparentnost političkog oglašavanja; zatvoriti sve aktivne lažne profile te identificirati one profile kojima upravljaju automatizirani botovi. Sama komisija nadgleda rad društvenih mreža prema kodeksu te ga povremeno ojačava i ažurira s ciljem osiguravanja transparentnog, sigurnog i pouzdanog internetskog okruženja.

Događaji obilježeni masovnim širenjem protuobavijesti i pogrešnih obavijesti potaknuli su razvoj mnogih ideja i tehnika za suzbijanje štetnih informacija na internetu. Nedugo nakon američkih predsjedničkih izbora 2016. godine, *Facebook* je službeno prepoznao da je količina lažnih vijesti na stranici problematična i da je moguće da je utjecala na rezultate izbora te počeo s uvođenjem mjera i promjena algoritma koje su u budućnosti trebale spriječiti ovakve događaje. U 2016., *Facebook* je počeo suradnju s različitim samostalnim organizacijama za provjeru informacija te s nekoliko američkih novinskih i medijskih kuća (Bakir i McStay, 2018). Njihova zadaća je pratiti popularne lažne vijesti i glasine koje kruže mrežom i demantirati ih te ih označiti kao protuobavijesti kako bi korisnici mogli prepoznati da se radi o netočnim i lažnim informacijama. Kako bi se olakšao posao profesionalnim verifikatorima informacija, počeli su se razvijati i alati za automatsko prepoznavanje lažnih vijesti. Na primjer, Aldwairi i Alwahedi (2018) predložili su alat koji bi detektirao lažne vijesti i automatski ih označavao i izdvajao iz rezultata pretrage korisnika. Alat bi prepoznavao lažne vijesti na temelju karakterističnih riječi, fraza i interpunkcije koje se pojavljuju u mnogim lažnim vijestima. Druga karakteristika po kojoj bi se automatski mogle prepoznati stranica s lažnim vijestima je „stopa odskoka“ (engl. *bounce rate*) – naime, mrežne stranice s lažnim vijestima obično nemaju veze s onim zbog čega je korisnik kliknuo na link koji je video na društvenim

mrežama što rezultira vrlo brzim napuštanjem stranice. Problem ovog pristupa automatskom detektiranju lažnih vijesti je, doduše, da stroj ne može precizno odrediti dublje značenje teksta kojeg je napisao čovjek te je zato, ako izvor nema jedno od spomenutih obilježja, moguće da se neće pravilno označiti kao lažna vijest.

Druga predložena taktika za označavanje lažnih vijesti je uključivanje običnih korisnika ili *crowdsourcing*. Ideja ove taktike je da korisnici sami evaluiraju mrežne izvore vijesti i označavaju ih kao pouzdane ili nepouzdanе te da algoritmi društvenih mreža, u skladu s tim ocjenama, promiču samo one izvore kojima korisnici vjeruju. Ovu ideju istražili su i razradili Pennycook i Rand (2019) koji su smatrali da je ocjenjivanje na razini mrežnih izvora, a ne zasebnih vijesti, korisna taktika jer ne zahtijeva mukotrpno označivanje svake lažne vijesti koje se produciraju toliko velikom brzinom i u velikim količinama da je teško držati tempo s njima. Autori su istražili kako obični korisnici u SAD-u ocjenjuju pouzdanost različitih mrežnih stranica s vijestima. Otkrili su da se ocijene pouzdanosti koje su dali obični korisnici ne razlikuju previše od onih koje su dali profesionalni verifikatori informacija. Pimijetili su, doduše, da postoje razlike u ocjenama ovisno o političkom opredjeljenju korisnika – demokrati su bili točniji u svojim procjenama od republikanaca koji su generalno iskazivali više nepovjerenja i prema poznatim profesionalnim izvorima i prema izvorima lažnih vijesti. Iako je verifikacija koju provode korisnici obećavajuća metoda, ima nekoliko mana. Moguće je da će korisnici pogrešno identificirati vjerodostojnost vijesti zbog njihovih osobnih uvjerenja ili ako su prethodno bili izloženi pogrešnim informacijama (Bakir i McStay, 2018). Također, glavni problem označavanja lažnog sadržaja općenito je da, u slučaju da su pogrešne informacije i ideje već duboko ugrađene u sustav vjerovanja nekog korisnika, vrlo je vjerojatno da će on jednostavno odlučiti ignorirati oznake lažnih vijesti i svejedno ih percipirati kao činjenice jer odgovaraju njegovom svjetonazoru (Gupta i sur., 2022). U tom slučaju potrebno je uspostaviti mjere koje ciljaju na vađenje korisnika iz „filter mjehurića“ i „eho komora“ koji potiču i održavaju njegova uvjerenja.

Bakir i McStay (2018) predlažu još jedan, drugačiji pristup suzbijanju lažni vijesti na mrežnim stranicama – jedan koji cilja na ekonomsku dimenziju. Kako je dokazano da je jedna od glavnih motivacija za širenje lažnog sadržaja zarada putem digitalnog oglašavanja, autori tvrde da oglašivači imaju ulogu u zaustavljanju širenja štetnih informacija. Mreže oglasa na internetu funkcioniraju tako da automatski prilagođavaju oglase prema korisnikovim preferencama i navikama. Sami oglašivači ne biraju na kojim će se stranicama pojaviti njihov oglas što se može negativno odraziti na njihovu reputaciju ako se oglasi pojavljuju na nepouzdanim ili

štetnim stranicama. Autori zato predlažu da oglašivači preuzmu veću kontrolu nad rasporedom oglasa na internetu tj. počnu izbjegavati oglašavanje na dokazano nepouzdanim izvorima. Ovako će na tim stranicama ostati samo oglasi nisko-kvalitetnih ili sumnjivih proizvoda što će smanjiti novčanu dobit za autore lažnih vijesti te istovremeno služiti kao vrsta upozorenja za korisnike da se radi o nepouzdanj mrežnoj stranici.

4.3. Uloga pojedinaca

Iako je, u usporedbi s djelovanjem državnih institucija i medijskih kompanija, uloga pojedinca u informacijskom i obavještajnom procesu vrlo mala na globalnoj razini, i dalje je jako važna. Kako bi zaštitili sebe i sebi bliske ljude te pridonijeli zaustavljanju širenja štetnih informacija internetom, pojedinci moraju razvijati svijest o ovom problemu i upoznati se sa glavnim obilježjima štetnih informacija, načinima i razlozima njihova širenja te posljedicam koje ovakve informacije mogu imati na njih same. Europska komisija naglašava važnost provođenja specijaliziranih treninga, edukacija i debata koje će pomoći obrazovati društvo o ovoj temi (European Commission, 2018).

Kao što je primijećeno za vrijeme pandemije COVID-19, velik broj pogrešnih obavijesti dijelili su ljudi koji su imali dobre namjere, ali jednostavno nisu razmišljali o sadržaju koji dijele. Ovaj problem ima naizgled jednostavno rješenje – poticanje ljudi da razmisle prije nego što dijele vijesti s drugima. Pennycook i sur. (2020) istražili su ovu hipotezu i otkrili da ovaj pristup uistinu funkcionira. U prvom dijelu istraživanja primijetili su da su ispitanici bili sposobni razlikovati stvarne od lažnih vijesti u uzorku, ali među ispitanicima kojima je postavljeno pitanje koje vijesti bi dijelili na društvenim mrežama, veći broj ispitanika bio je spreman dijeliti i one vijesti koje su ustvari bile lažne. U drugom dijelu istraživanja ispitanicima je prije postavljanja istog pitanja suptilo predloženo da pokušaju razmisliti o točnosti vijesti što je rezultiralo čak tri puta boljim rezultatima raspoznavanja koje vijesti bi trebali dijeliti, a koje ne. Već sama povećana koncentracija pojedinaca i promišljanje o točnosti sadržaja moglo bi pridonijeti smanjenju širenja pogrešnih informacija. Uz to, pojedincima su na internetu dostupni brojni servisi i alati pomoću kojih mogu provjeriti točnost vijesti. Ovi servisi zaduženi su za redovno objavljivanje točnih i provjerenih članaka o aktualnim svjetskim događanjima te demantiranje pogrešnih informacija koje kruže internetom. Ističu se mrežne stranice poput *Snopes.com*, *PolitoFact.com* i *FactCheck.org*, a na području Hrvatske djeluje *Faktograf.hr* (Krelja Kurelović i sur., 2021). Mrežna stranica *Central Washington Univerity* sadrži vodič za verifikaciju vijesti i konkretne primjere demantiranja lažnih vijesti koje su redovno ažurirane („Misinformation & Fake News“, n.d.). Vodič koristi metodu verifikacije nazvanu „Četiri

koraka i navika“ (engl. *Four moves and a Habit*) koju je adaptirao iz knjige „Web Literacy for Student Fact-checkers“ Michaela A. Caufielda. Ova metoda sastoji se od pet osnovnih postupaka koje pojedinac treba proći kako bi provjerio pouzdanost vijesti na koju je naišao:

Koraci:

1. provjera prijašnjih istraživanja – korištenje prijašnjih istraživanja i službenih stranica za verificiranje informacija za provjeru točnosti vijesti
2. odlazak do izvora – traženje originalnog izvora informacije, tj. gdje je ona prvo objavljena
3. lateralno čitanje – uspoređivanje izvora s informacijama dostupnim na drugim mrežnim stranicama, u drugim istraživanjima i sl.
4. vraćanje na početak – ako prijašnji koraci nisu doveli do rezultata, potrebno je obaviti postupak ispočetka

Navika:

5. provjera vlastitih emocija – ako vijesti izazivaju snažnu emocionalnu reakciju moguće je da će to negativno utjecati na sposobnost kritičkog mišljenja te je u tom slučaju potrebno je stati i dobro promisliti o tome

Sposobnost učinkovitog verificiranja informacija s kojima se susreće u medijima ili na internetu jedan je od ključnih elemenata medijske pismenosti. Ova vještina danas je dio neophodnih kompetencija za snalaženje i efektivno informiranje, posebice u digitalnoj sredini. Medijska pismenost obuhvaća vještine korištenja, razumijevanja, analize i vrednovanja te stvaranja medijskog sadržaja (Ciboci i sur., 2021). Također podrazumijeva svijest o utjecaju medijskog sadržaja na stavove i uvjerenja te potiče razvoj kritičkog mišljenja. Medijska pismenost ne služi samo za prepoznavanje protuobavijesti i pogrešnih obavijesti, već osigurava i zdravu dozu cinizma prema medijskom sadržaju općenito što osigurava bolje raspoznavanje relevantnih informacija. Pojam medijske pismenosti tako je također povezan i s pojmom informacijske pismenosti – vještine pronalaženja, vrednovanja i korištenja informacija; a, u kontekstu pandemije i drugih sličnih zdravstvenih kriza, i s pojmom znanstvene pismenosti – poznavanja osnovnih zdravstvenih činjenica i metoda (Feldvari i sur., 2022). Potter (2018) medijsku pismenost opisuje kao multidimenzionalnu, tj. izgrađenu od nekoliko različitih perspektiva. Prema autoru, ona obuhvaća sedam osnovnih vještina – analizu, vrednovanje, grupiranje, indukciju, dedukciju, sintezu te apstrahiranje informacija. Potter također navodi tri osnovne prednosti koje donosi medijska pismenost. Prva je da potiče ljude da istražuju različite

izvore i vrste informacija te tako šire svoje vidike i postanu više otporni na opasnost upadanja u „filter mjehuriće“ u potrazi za informacijama. Druga prednost je da pomaže pojedincima u formiranju vlastitog mišljenja i donošenju vlastitih odluka, a treća da pojedincima daje više kontrole nad medijima koje konzumiraju što osigurava da ne prate slijepo sve informacije kojima su izloženi već da dobro promišljaju o tome kako će te informacije iskoristiti i uklopiti u svoja uvjerenja i cilj djelovanja.

Medijska pismenost je vještina koja se razvija tokom cijelog života kroz nekoliko stadija. Započinje još u ranom djetinjstvu stjecanjem osnovnih znanja o svijetu i učenjem jezika, a kasnije se razvijaju sposobnosti poput zdravog skepticizma, kritičkog mišljenja i socijalne odgovornosti (Potter, 2018). Važnu ulogu u razvoju medijske pismenosti svakako ima školsko obrazovanje. Ciboci i sur. (2021) proveli su istraživanje o podučavanju medijske pismenosti u Hrvatskoj. Unatoč važnosti razvoja medijske pismenosti od malih nogu, u hrvatskom formalnom obrazovnom sustavu ne postoji poseban predmet za njeno podučavanje. Medijska se pismenost podučava primarno u sklopu nastave hrvatskog jezika te kroz izvannastavne aktivnosti i radionice. Za podučavanje medijske pismenosti najčešće su, osim učitelja hrvatskog jezika, odgovorni knjižničari. Istraživanje koje je provedeno na skupu knjižničara hrvatskih škola je, međutim, pokazalo da nekolicina knjižničara nisu ni sami dovoljno medijski pismeni da bi mogli podučavati mlađe generacije ovoj vještini. Istraživanje je također pokazalo da, iako većina knjižničara smatra da se u njihovim školama ne provodi dovoljno edukacija o medijskoj pismenosti, mnogi od njih nisu spremni taj zadatak obavljati sami i pokušavaju prenijeti odgovornost na druge školske djelatnike.

5. Zaključak

Problem informacija u digitalnoj sredini iznimno je kompleksan. Štetne informacije mogu se pojaviti u brojnim različitim oblicima – od krivo protumačenih podataka ili podataka prikazanih u pogrešnom kontekstu do u potpunosti manipuliranih i izmišljenih informacija. Važno obilježje koje razlikuje štetne informacije je namjera. Dok se pogrešne obavijesti šire sasvim slučajno kao rezultat nepromišljenosti ili neznanja, protuobavijesti se šire s namjerom nanošenja štete pojedincima ili utjecanja na njihovo mišljenje ili ideologiju. Protuobavijesti mogu biti korištene kao političko oruđe i dio propagandnih kampanja ta tako direktno štete zdravom demokratskom društvu. Drugi autori protuobavijesti ih pak koriste kao izvor lake zarade, ne mareći za posljedice koje njihov sadržaj može imati na korisnike.

Internet je snažno utjecao na promjene u načinu komuniciranja i informiranja ljudi. Danas se ljudi sve više koriste internetskim portalima i društvenim mrežama za primanje najnovijih vijesti, dok javni mediji postaju sve manje relevantni. Internet je omogućio svakom korisniku da sam postane novinar ili davatelj informacija što je stvorilo priliku mnogim zlonamjernim pojedincima da jednostavno i brzo šire protuobavijesti velikom broju ljudi te tako ostvaruju svoje ciljeve. S druge strane, brzina širenja vijesti na internetu i manjak pažnje i kritičkog mišljenja korisnika rezultira masovnim širenjem pogrešnih obavijesti. Veliki problem nastaje kada pojedinci povjeruju protuobavijestima ili pogrešnim obavijestima na koje naiđu na internetu te ih integriraju u svoj sistem vjerovanja koji se onda dalje potvrđuje zahvaljujući algoritmima društvenih mreža koji su dizajnirani tako da korisnicima pokazuju one informacije koje žele čuti i spajaju ih s ljudima koji dijele njihovo mišljenje. Pandemija COVID-19 pokazala je kako protuobavijesti i pogrešne obavijesti djeluju na ponašanje pojedinaca – teorije zavjere izazivale su fizičke i verbalne sukobe te poticale nepovjerenje prema zdravstvenim stručnjacima i cjepivu što je uveliko otežalo držanje krizne situacije pod kontrolom i zaštitu zdravlja ljudi, a pogrešne obavijesti koje su širene s namjerom pomaganja drugima često su bile ozbiljno opasne po zdravlje.

Rješavanje problema pogrešnih obavijesti i protuobavijesti nije jednostavno. Ne postoji jedno univerzalno rješenje za ovaj problem, već je potrebna aktivna suradnja internacionalnih i državnih institucija, javnih medija, društvenih mreža te običnih pojedinaca. Internacionalne i državne institucije moraju poticati razvoj organizacija za suzbijanje protuobavijesti i razvijati nove mjere i tehnike za nošenje s ovim problemom, javni mediji i novinari moraju zadržati svoj status pouzdanih nositelja istine, društvene mreže moraju raditi na sprečavanju masovnog širenja štetnog sadržaja te na obavještavanju svojih korisnika o tome koji su izvori pouzdani, a

koji ne te, naposljetku, pojedinci trebaju razvijati svijest o problemima protuobavijesti i pogrešnih obavijesti te razvijati sposobnost medijske pismenosti, vrednovanja informacija i kritičkog razmišljanja kako bi se zaštitili od mogućih štetnih posljedica.

Za efektivnu borbu protiv ovog problema, pogotovo za podizanje svijesti o njemu i educiranje pojedinaca, važno je razviti dobru teorijsku podlogu. Iako je širenje protuobavijesti i pogrešnih obavijesti u digitalnoj sredini relativno nov problem, već su provedena brojna istraživanja i napisana je brojna literatura. Međutim, pojmovi poput lažnih vijesti ili propagande još uvijek nemaju univerzalnu definiciju i različiti autori ih definiraju drugačije načine ili koriste u drugačijem kontekstu. Također, u hrvatskoj literaturi, mnogi od pojmova vezanih uz ovaj problem nemaju odgovarajuće nazive ili prijevode što otežava raspravu o ovoj temi. Kako bi se obični pojedinci mogli suprotstaviti ovom problemu važan je razvoj odgovarajuće terminologije koja će olakšati edukaciju i raspravu o njemu.

Također, na globalnoj razini, važno učiti iz primjera kao što su pandemija COVID-19. Masovno širenje pogrešnih obavijesti i protuobavijesti za vrijeme pandemije predstavljalo je velik problem za držanje krizne situacije pod kontrolom. Ipak, ovaj događaj potaknuo je brojna istraživanja koja su pridonijela teorijskom znanju o vrstama štetnih informacija, načinima njihova širenja i posljedicama te predložila nova potencijalna rješenja ovog problema. To znanje važno je iskoristiti za razvijanje novih strategija sprečavanja širenja štetnih informacija, ali i za razvoj efektivne komunikacije i procesa informiranja, pogotovu u slučaju budućih sličnih globalnih kriza. Kako se tehnologija nastavlja razvijati, tako će se razvijati i mogućnosti širenja protuobavijesti i pogrešnih obavijest što znači da je nadopunjavanje teorijskih aspekata ovog problema, provođenje daljnjih istraživanja te razvijanje strategija i tehnologija za njegovo suzbijanje od iznimne važnosti.

6. Literatura

6.1. Knjige i znanstveni članci

1. Aldwairi, M., i Alwahedi, A. (2018). Detecting fake news in social media networks. *Procedia Computer Science*, 141, 215-222.
2. Allcott, H., i Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-236.
3. Allcott, H., Gentzkow, M., i Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research & Politics*, 6(2).
4. Apuke, O. D., i Omar, B. (2021). Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telematics and Informatics*, 56, 101475.
5. Bakir, V., i McStay, A. (2018). Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions. *Digital journalism*, 6(2), 154-175.
6. Brautović, M., Maštrapa, S. B., i John, R. (2020). Accuracy in online media: Insufficient journalistic routines in fact-checking and corrections. *Media Studies*, 11(21), 66-86.
7. Brennen, J. S., Simon, F. M., Howard, P. N., i Nielsen, R. K. (2020). *Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
8. Brennen, J. S., Simon, F. M., i Nielsen, R. K. (2021). Beyond (mis) representation: Visuals in COVID-19 misinformation. *The International Journal of Press/Politics*, 26(1), 277-299.
9. Broniatowski, D. A., Jamison, A. M., Qi, S., AlKulaib, L., Chen, T., Benton, A., ... i Dredze, M. (2018). Weaponized health communication: Twitter bots and Russian trolls amplify the vaccine debate. *American journal of public health*, 108(10), 1378-1384.
10. Butcher, P. (2021). COVID-19 as a turning point in the fight against disinformation. *Nature electronics*, 4(1), 7-9.
11. Ciboci Perša, L., Levak, T., i Beljo, A. (2021). Kritičko vrednovanje dezinformacija u medijima unutar formalnog obrazovnog sustava u vrijeme pandemije koronavirusa. *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, 59(3 (222)), 557-575.
12. Diaz Ruiz, C., i Nilsson, T. (2023). Disinformation and Echo Chambers: How Disinformation Circulates on Social Media Through Identity-Driven Controversies. *Journal of Public Policy & Marketing*, 42(1), 18-35.

13. Feldvari, K., Mićunović, M., i Blagović, M. (2022). Dezinformacije i teorije zavjera o cjepivu protiv bolesti COVID-19: infodemija na društvenim mrežama i u medijima u Hrvatskoj. *Media Studies*, 13(26), 84-111.
14. Guess A. M., i Lyons B. A. (2020). *Misinformation, Disinformation, and Online Propaganda*. U Persily, N., i Tucker, J. A. (Ur.). *Social media and democracy: The state of the field, prospects for reform*. (str. 10-27).
15. Gunther, R., Beck, P. A., i Nisbet, E. C. (2018). Fake news may have contributed to Trump's 2016 victory. *Ohio State University*, 8.
16. Gupta, A., Li, H., Farnoush, A., i Jiang, W. (2022). Understanding patterns of COVID infodemic: A systematic and pragmatic approach to curb fake news. *Journal of business research*, 140, 670-683.
17. Islam, M. S., Sarkar, T., Khan, S. H., Kamal, A. H. M., Hasan, S. M., Kabir, A., ... i Seale, H. (2020). COVID-19–related infodemic and its impact on public health: A global social media analysis. *The American journal of tropical medicine and hygiene*, 103(4), 1621.
18. Jiang, Y. (2021). Problematic social media usage and anxiety among university students during the COVID-19 pandemic: The mediating role of psychological capital and the moderating role of academic burnout. *Frontiers in psychology*, 76.
19. Jurković, I., i Dabo, K. (2022). Analiza stavova čitatelja o lažnim vijestima u elektroničkim publikacijama tijekom COVID-19 pandemije. *Communication Management Review*, 7(01), 90-115.
20. Krelja Kurelović, E., Tomac, F., i Polić, T. (2021). Načini informiranja i prepoznavanje lažnih vijesti kod studenata u hrvatskoj tijekom covid-19 pandemije. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 9(1), 119-130.
21. Manić, M. P., i Aleksić, A. (2017). Reklama, propaganda i dezinformacija kao vid manipulativne prakse. *Zbornik Mes*, (3).
22. Milanović-Litre, I., Brautović, M., i John, R. (2013). Novinarstvo i Twitter: Između novinarskih normi i novih rutina. *Medianali*, (13).
23. Newman, H. (2021). Understanding the differences between disinformation, misinformation, malinformation and information—Presenting the DMMI Matrix. *Draft Online Safety Bill (Joint Committee)*.

24. Opašinova Šundovska, M. (2022). Security Implications of Fake News and Disinformation in Nato Member and Partner Countries. *Međunarodne studije*, 22(2), 13-34.
25. Pennycook, G., i Rand, D. G. (2019). Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(7), 2521-2526.
26. Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., i Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. *Psychological science*, 31(7), 770-780.
27. Popovac, J. (2020). Dezinformacije u digitalnom dobu: Borba za istinu. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 26(2), 59-76.
28. Potter, W. J. (2018). *Media literacy*. Los Angeles: Sage Publications.
29. Rocha, Y. M., de Moura, G. A., Desidério, G. A., de Oliveira, C. H., Lourenço, F. D., i de Figueiredo Nicolete, L. D. (2021). The impact of fake news on social media and its influence on health during the COVID-19 pandemic: A systematic review. *Journal of Public Health*, 1-10.
30. Silverman, C. (ur.) (2014). *Verification handbook: A Definitive Guide To Verifying Digital Content For Emergency Coverage*. Maastricht: European Journalism Centre.
31. Sivrić, I. (2020). Medijska pismenost: Oružje u hibridnom ratu protiv lažnih vijesti i dezinformacija. *South Eastern European Journal of Communication*, 2(1), 113-124.
32. Tadjman, M., i Mikelic, N. (2003). Information science: Science about information, misinformation and disinformation. *Proceedings of Informing Science+ Information Technology Education*, 3, 1513-1527.
33. Vosoughi, S., Roy, D., i Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
34. Vraga, E. K., i Bode, L. (2020). Correction as a solution for health misinformation on social media. *American Journal of Public Health*, 110(S3), S278-S280.

6.2. Mrežni izvori

1. Barthel, M. (2019). *5 key takeaways about the state of the news media in 2018*. Pew Research Center. Preuzeto 15.06.2023. s <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/07/23/key-takeaways-state-of-the-news-media-2018/>

2. European Commission (2018). *Action Plan against Disinformation*. Preuzeto 15.06.2023. s https://commission.europa.eu/publications/action-plan-disinformation-commission-contribution-european-council-13-14-december-2018_en#:~:text=The%20Action%20Plan%20responds%20to,EU%20and%20in%20its%20neighbourhood.
3. European Commission (2020). *Tackling coronavirus disinformation*. Preuzeto 15.06.2023. s https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation/tackling-coronavirus-disinformation_en
4. Jackson, D. (2017). *Issue brief: distinguishing disinformation from propaganda, misinformation, and "fake news"*. National Endowment for Democracy. Preuzeto 15.06.2023. s <https://www.ned.org/issue-brief-distinguishing-disinformation-from-propaganda-misinformation-and-fake-news/>
5. *Misinformation & Fake News*. (n.d.) Central Washington University. Preuzeto 15.06.2023. s <https://libguides.lib.cwu.edu/c.php?g=625394&p=4391900>
6. Silverman, C., i Alexander, L. (2016). *How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With Fake News*. BuzzFeed News. Preuzeto 20.06.2023. s <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo>
7. Wardle, C. (2017). *Fake news. It's complicated*. First Draft. Preuzeto 15.06.2023. s <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>
8. Wardle, C. (2019). *Understanding Information Disorder*. First Draft. Preuzeto 16.06.2023. s <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/>
9. World Health Organization. (2020). *Munich Security Conference*. Preuzeto 20.6.2023. s <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference>

Popis slika

Slika 1. Newmanov „DMMI matrix“

Izvor: Newman, H. (2021). Understanding the differences between disinformation, misinformation, malinformation and information–Presenting the DMMI Matrix. *Draft Online Safety Bill (Joint Committee)*.

Problem širenja pogrešnih obavijesti i protuobavijesti u digitalnoj sredini

Sažetak

Razvoj interneta uveo je velike promjene u način na koji ljudi dobivaju vijesti i traže informacije. Iako je mogućnost brzog i jednostavnog dijeljenja informacija velika prednost, internet je danas postao mjesto prepuno štetnog, pogrešnog i lažnog sadržaja. Za suočavanje s ovim problemom, važno je prvo razumijeti njegove karakteristike. U prvom dijelu rada, na temelju literature, definiraju se pojmovi protuobavijesti, pogrešnih obavijesti, lažnih vijesti i propagande te njihove glavne karakteristike. Također se definiraju razlozi širenja ovih štetnih informacija te kako se one šire internetom i medijima. Drugi dio rada fokusira se na „infodemiju“ COVID-19 – masovno širenje protuobavijesti i pogrešnih obavijesti za vrijeme pandemije COVID-19. Na temelju nekoliko prije provedenih istraživanja, definiraju se glavne teme lažnih vijesti, kako i zašto su širene te koje posljedice su imale. U trećem dijelu rada, nabrajaju se i objašnjavaju neke od strategija za suzbijanje problema protuobavijesti i pogrešnih obavijesti. To uključuje ulogu internacionalnih i državnih institucija, javnih medija, društvenih mreža i običnih pojedinaca.

Ključne riječi: protuobavijesti, pogrešne obavijesti, lažne vijesti, društvene mreže, infodemija, medijska pismenost

Misinformation and disinformation problem in the digital environment

Summary

The development of the Internet has brought many changes to the ways of receiving news and seeking information. Although the ability to quickly and easily share information is a big advantage, the Internet has become a place filled with harmful, incorrect and fabricated content. In order to deal with this problem, it is first necessary to understand its characteristics. The first part of this paper explains the terms disinformation, misinformation, fake news, and propaganda based on the literature. It also defines the motivation for dissemination of this harmful content, as well as how it spreads through the Internet and media. The second part of the paper focuses on the COVID-19 “infodemic” – the massive spread of disinformation and misinformation during the COVID-19 pandemic. Based on previous research, the author defines the main topics of the fake news, how and why they were spread, and what effects they had. In the third part of the paper, the author lists and explains some of the strategies used to combat the disinformation and misinformation problem. This includes the involvement of international and state institutions, mass media, social networks, and ordinary individuals.

Key words: disinformation, misinformation, fake news, social media, infodemic, media literacy