

Lažne vijesti u političkom izjašnjavanju

Pukljak, Tania

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:714730>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-07**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Tania Pukljak

Lažne vijesti u političkom izvještavanju

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2021.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

Tania Pukljak

Lažne vijesti u političkom izvještavanju

ZAVRŠNI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Danijel Labaš

Zagreb, 2021.

SAŽETAK

Lažne vijesti postaju sve veći problem suvremenog svijeta. Mediji su ključan način informiranja javnosti, no često postaju alat u rukama političkih i drugih interesnih sfera, pritom zanemarujući svoju glavnu zadaću, a to je rad u javnom interesu. Cilj je ovoga rada pobliže opisati i definirati što su lažne vijesti, istaknuti važnost etike u novinarstvu te pojasniti povezanost između medija i politike koristeći primjere iz te sfere. Javnost i politički lideri postaju svjesni problema lažnih vijesti, pa se stoga donose odredbe kojima se regulira sprečavanje širenja štetnih sadržaja i potiče razvoj medijske pismenosti.

Ključne riječi: lažne vijesti, mediji, politika, etika u novinarstvu, medijska pismenost

SADRŽAJ

UVOD	5
1. MEDIJI I ETIČNO IZVJEŠTAVANJE	6
1.1 Mediji i deontologija novinarstva.....	6
1.2. Važnost etike u novinarstvu	7
1.3. Kriza objektivnog izvještavanja	8
2. DEZINFORMACIJE I LAŽNE VIJESTI	11
2.1 Definicija i podjela dezinformacija i lažnih vijesti.....	11
2.2.1. Lažne vijesti u ratnim sukobima.....	12
2.2. Prepoznavanje lažnih vijesti.....	14
2.3. Mediji, politika i lažne vijesti.....	15
2.4. Suzbijanje lažnih vijesti.....	17
3. PRIMJERI LAŽNIH VIJESTI U JAVNOSTI	18
3.1. Afera Pizzagate.....	18
3.2. Aneksija poluotoka Krima.....	20
3.3. Incident u Kerch Straitu	21
ZAKLJUČAK	22
LITERATURA.....	24

UVOD

Lažne vijesti i dezinformacije predstavljaju sve veći problem suvremenih medija i javnosti. U današnje digitalno doba vijesti se mogu pronaći na brojnim internetskim portalima, društvenim medijima, u audio ili vizualnom obliku. Međutim, pitanje je koliko je vijesti plasiranih putem digitalnih tehnologija zapravo istinito.

Sve veća popularnost društvenih mreža i *online* medijskih portala pogoduje bržem širenju lažnih vijesti te stvara plodno tlo medijskoj manipulaciji javnosti. Mediji predstavljaju glavni izvor javnog informiranja, no sve veći problem lažnih vijesti postepeno potkopava kredibilitet novinarstva. Također, mediji postaju snažno sredstvo manipulacije uključivanjem javnosti u proces širenja dezinformacija putem društvenih mreža, koje u tradicionalnom, pa ni u zakonskom smislu, ne predstavljaju medije. Lažne vijesti postoje u svakoj sferi našega društva, no najčešće ih se povezuje s politikom. Mediji su često povezani s određenim političkim skupinama te izvještavaju u interesu tih skupina pritom ignorirajući svoju temeljnu zadaću, a to je služenje građanima objektivnim, kritičkim i vjerodostojnim informiranjem.

Cilj je ovog rada pobliže opisati i definirati lažne vijesti, istaknuti važnost etike u novinarstvu te preko primjera pojasniti povezanost medija i politike.

U prvom je dijelu rada istaknuta uloga etike i deontologije u novinarstvu te kriza suvremenog, objektivnog izvještavanja. Drugi dio rada definira lažne vijesti i dezinformacije, osvrće se na pojavu lažnih vijesti u ratnim prilikama, opisuje povezanost medija, politike i lažnih vijesti te ističe na koje načine prepoznajemo i suzbijamo lažne vijesti. Treći dio rada kroz primjere pokazuje posljedice lažnih vijesti.

1. MEDIJI I ETIČNO IZVJEŠTAVANJE

1.1 Mediji i deontologija novinarstva

U suvremeno doba javnost ima sve manje povjerenja u medije (Baumont, 1937: 196 prema Bertrand, 2007: 7). Njihovo svakodnevno poboljšanje spada u imperitive današnjeg društva jer ono traži kvalitetne medije koji će im omogućiti vjerodostojno i objektivno informiranje. Glavni cilj medija kojem treba težiti pri njihovom poboljšavanju je služenje građanima (Bertrand, 2007: 9).

Mediji ne mogu težiti isključivo zarađivanju novca, kao ni apsolutnoj slobodi, koja je neophodna, ali nije dovoljan uvjet jer među građanima još uvijek postoji strah od manipulacije informacijama i zabavom (Bertrand, 2007: 9). Adekvatna usluga medija bi mogla biti moguća pronalaskom nadopunjujućeg sredstva koje bi omogućilo povjerenje (Bertrand, 2007: 9-10). Bertrand (2007: 10) smatra da bi navedeno nadopunjujuće sredstvo bila deontologija.

Prema Claude-Jeanu Bertrandu (2007: 10) deontologija „je skup načela i pravila što ih uspostavlja struka, po mogućnosti u suradnji s korisnicima, kako bi se što bolje odgovorilo na potrebe raznih skupina unutar populacije.“ Luka Brajnović (1997: 273) ističe dvije strane novinarske deontologije: prva se odnosi na profesiju koja ima određeni socijalno-politički utjecaj, a druga na razne oblike ponašanja među ljudima i savjest. Definirao ju je kao „specijalizirani dio etike jer se bavi moralnim aspektom čovjeka koji se bavi svojom profesijom. Isto tako, ovaj se dio etike posebno usredotočuje na značenje i čast profesionalnih djelatnosti, kao i na dužnost odgovarajuće osobe“ (Brajnović, 1997: 273).

Kako bi sačuvali svoj status, neovisnost i kredibilitet, mediji moraju služiti građanima (Bertrand, 2007: 10). Novinari moraju imati razvijen moralni kriterij kako svojim izvještavanjem ne bi prouzročili štetu (Brajnović, 1997: 281). Dužnost je svakog pojedinca da djeluje u skladu s etičkom ispravnošću, no ako se ponaša suprotno od svog morala u smislu klevetanja, sramoćenja, laži ili ubojstva, onda ta osoba nije u stanju unutarnje harmonije (Brajnović, 1997: 281-282).

Medijsku deontologiju treba gledati kao skup pravila kojima se sugerira obnašanje važne društvene funkcije kao što je služenje javnom dobru (Bertrand, 2007: 10). Danas novinarska struka sve više obraća pažnju na deontologiju zbog koncentracije vlasništva,

tehnološkog napretka, medijske komercijalizacije, miješanja informacija i reklama, opadanja reputacije profesije, zloupotrebe medija u političke svrhe, itd. (Bertrand, 2007: 10-11). Zbog navedenih su problema osmišljeni deontološki principi koji su pretočeni u kodekse, odnosno povelje. Kodeksi štite od raznih varalica, obavještavaju javnost o novinarskoj profesiji te im je cilj izbjegavanje bilo kakvog državnog uplitanja u medijski posao (Bertrand, 2007: 41- 42).

Bertrand (2007: 45) je glavne sličnosti brojnih povelja i kodeksa podijelio u tri kategorije: temeljne vrijednosti, temeljne zabrane i novinarska načela. Temeljne vrijednosti bi trebale cijeniti život i poticati na toleranciju među ljudima, temeljne zabrane isticati da se ne smije lagati, krasti i nanijeti nepotrebnu bol, a novinarska načela propisuju kompetentnost, nezavisnost od ekonomskih, političkih i intelektualnih snaga, zaštitu i poticanje ljudskih prava i demokratskih sustava, rad na unaprjeđivanju društva kao cjeline, rad u korist svih društvenih skupina, težnju prema vjerodostojnosti, dostavljanje jasnih i istinitih izvješća o radu te definiranje informacije kao pojma koji ima dubinu i neograničenost (Bertrand, 2007: 45). Deontologija se sve više primjenjuje u novinarskom izvještavanju zbog obrazovanja, aktivnije publike, svjesnosti medijskih profesionalca o zahtjevima njihove profesije te borbe za slobodu i odgovornost medija (Bertrand, 2007: 112).

1.2. Važnost etike u novinarstvu

Najvažnija dužnost medija je istinito izvještavanje, neovisno od interesa raznih ideologija, medijskih vlasnika, ekonomije, politike, osobnih veza i vlastitih interesa (Labaš, 2005: 53). Prema Meliti Poler (1997: 9) novinarska etika je „etika odgovornosti, utemeljena na poštovanju dostojanstva čovjekove osobnosti“. Iznošenje istine u medijima istovremeno predstavlja imperativ današnjeg društva i veliki izazov za novinare koji uvijek moraju balansirati između spoznavanja i načina predstavljanja istine (Labaš, 2005: 53).

Profesionalni novinarski standardi zasnivaju se na točno određenim načelima etike. Novinarstvo mora biti nezavisno u smislu upućivanja na negativnosti u društvu i uravnoteženog izvještavanja (Malović, 2005: 69). Objektivno i pošteno izvještavanje jedino je moguće uz pronalaženje i iznošenje istine, a ta dužnost uvjetuje stručnu vještinu i uvažavanje ćudoređa (Labaš, 2005: 53). Iako mediji moraju voditi brigu o istinitom i transparentnom izvještavanju,

to nije uvijek jednostavno zbog svakodnevnih pritisaka kojima se zahtjeva što brže objavljivanje informacija, a pritom stradava upravo etika, odnosno istina. Danas u različitim medijima ima toliko malo istine, zato što ona nije senzacionalistička, ne zauzima strane, nije agresivna, ni pohotna te samim time ne privlači pažnju, tj. previše je dosadna za medije (Labaš, 2005: 53-54).

U većini se novinarskih kodeksa naglašava važnost istine u novinarstvu, pa stoga svaka lažna informacija predstavlja kršenje novinarske etike i obezvrjeđivanje povjerenja koje je javnost poklonila novinarima (Labaš, 2005: 65). Također, novinari se nikada ne smiju odnositi prema ljudima koji su subjekti njihove priče kao prema sredstvima, već kao stvarnim osobama o kojima trebaju izvještavati s poštovanjem i dostojanstvom (Poler, 1997: 9). Novinarska etika predstavlja sintezu teleološkog i deontološkog pristupa, a novinarstvom se nije moguće baviti bez suočavanja s etikom jer je etika dio novinarske profesije (Poler, 1997: 9-10).

Temeljni dio etike novinarstva i medijskih zakona jest poštovanje dostojanstva pojedinca i odgovornost u izvještavanju (Poler, 1997: 14). Moralni zakon koji pokreće novinara je kategorički imperativ koji se ostvaruje upravo u aspektu poštovanja svih članova društva i to je osnova novinarske etike (Poler, 1997: 15). Fokus medija je na brojnim društvenim procesima, pitanjima i problemima, ali uvijek su u priču uključeni ljudi čija se prava na dostojanstvo, nepovredivost i privatnost, pogotovo u kriznim situacijama, krše (Barović, 2011: 119).

Vladimir Barović (2011: 121) ističe kako postoje dva načina izvještavanja u krizama: empatički i faktografski. Empatički se temelji na suosjećanju koje je izazvano izvještavanjem o ljudskim patnjama onih koji su marginalizirani. S druge strane, faktografski se način zasniva na činjenicama i razumijevanju te je upravo zbog toga objektivniji (Barović, 2011: 121-122). Koji god način odabrali, novinari se uvijek trebaju zauzimati za zaštitu javnog interesa i građana koji slušaju, gledaju ili su i sami pogođeni traumama i nesrećama (Barović, 2011: 125). Dakle, novinarska etika se zasniva na slobodi koja se temelji na poštovanju dostojanstva ljudi te utvrđuje da je glavna novinarska odgovornost ona prema javnosti (Poler, 1997: 20).

1.3. Kriza objektivnog izvještavanja

Novinar bi u cjelokupnom procesu komunikacije trebao zauzimati mjesto subjekta, tj. osobe koja ima kontrolu nad medijskim procesima, no trendovi pokazuju da je suvremeno novinarstvo u krizi (Poler Kovačić, 2001: 25). Ulogu subjekta su preuzeli vlasnici profita i nositelji političke moći, a to dovodi do gubitka glavnog novinarskog alata, to jest pitanja. Posljedično novinarska je etika zajedno s cijelom novinarskom profesijom zahvaćena krizom (Poler Kovačić, 2001: 25). Brojni ekonomski i politički problemi narušavaju novinarsku slobodu i identitet samih novinara (Poler Kovačić, 2001: 27).

Novinarstvo se, kao profesija koja bi trebala težiti općem dobru, počelo miješati s popularnom kulturom koju karakteriziraju zabava i „lake“ informacije (Poler Kovačić, 2001: 28). Navedeni problemi potežu pitanja o neizvjesnoj budućnosti novinarstva u kojoj su izbrisane granice između infozabave i klasičnog, analitičnog novinarstva (Poler Kovačić, 2001: 28). Način pisanja popularan u današnjim tabloidima ugrožava društvenu ulogu novina i utječe na politički i društveni život (Hrnjić Kuduzović, 2015: 60).

Novinarstvo se u velikoj mjeri izmijenilo, a tome je pridonijelo oslanjanje na neprovjerene izvore informacija i agencije za odnose s javnošću (Hrnjić Kuduzović, 2015: 60). Međutim, razlozi tabloidizacije ne leže samo na manjku etičnosti novinara, već u činjenici da *online* mediji postaju popularniji i zauzimaju ulogu tiskanih medija. Tehnološka je revolucija pridonijela manjku kupovanja i čitanja novina te je to jedan od razloga zbog kojih tabloidizacija postaje globalan problem (Hrnjić Kuduzović, 2015: 61). Postepeno dolazi do sve veće deprofesionalizacije izvora jer se građani sve više oslanjaju na sekundarne i neprovjerene izvore informiranja kao što su društvene mreže, *web* portali i *online* mediji (Udovičić, 2019: 117-118). Tabloidizacija preuzima skoro sve sfere informiranja te dovodi do nestajanja analitičnih novina. Veća se pažnja pridaje senzacionalističkom, umjesto informativnom prikazivanju sadržaja (Hrnjić Kuduzović, 2015: 62).

Novinari su počeli zaboravljati svoju glavnu odgovornost, a to je ona prema javnosti, tj. odgovornost za ono o čemu su izvjestili (Labaš, Grmuša, 2011: 97). Neke od štetnih formi komunikacije su: prikriveno oglašavanje, manipulacija, dezinformacije, govor mržnje, klevete i ideologija. Prikrivenim se oglašavanjem javnost potiče na kupovinu za ostvarivanje profita. Medijska manipulacija se koristi kako bi mediji promicali određenu propagandu ili laž u svrhu ostvarivanja ciljeva određenih interesnih sfera društva. Nadalje, dezinformacije se koriste kako bi manipulirale s javnošću. Zbog toga je navođenje izvora jako bitno u dokazivanju vjerodostojnosti medija. Govor mržnje se u medijima često koristi iz ideoloških i političkih razloga kako bi se ocrnilo drugu stranu koju autori smatraju manje vrijednom. Klevete su slične

govoru mržnje jer im je cilj neistinito blaćenje i uništavanje ugleda i dostojanstva određenih grupa ili pojedinaca. Ideologije potpomažu stvaranju nerealne slike svijeta koja sprječava komunikacijsku slobodu (Labaš, Grmuša, 2011: 97-103).

2. DEZINFORMACIJE I LAŽNE VIJESTI

2.1 Definicija i podjela dezinformacija i lažnih vijesti

Lažne vijesti su neistinite poruke koje se prenose javnosti laganjem i uskraćivanjem činjenica kako bi se obmanulo javnost i nanijela šteta (Elliot i Culver, 1992: 69-74 prema Car, Matas, 2019: 104). Svrha im je stvaranje određenog mišljenja o nekoj temi, predstavljanje političke propagande i stvaranje panike ili zabune među čitateljstvom (Andreja, 2020). Objavljuju se na portalima koji djeluju autentično ili koriste imena i domene vjerodostojnih portala (Andreja, 2020). Uži su pojam od dezinformacija te ih se većinom veže uz politički kontekst (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2018: 8).

Pojam lažna vijest počeo se upotrebljavati u državama članicama Europske Unije tijekom parlamentarnih izbora 2017. godine. S vremenom lažne vijesti postaju veliki izazov zbog sve težeg razlikovanja istinitih od lažnih informacija (Polović, 2019: 2458). Karakterizira ih odsutnost vjerodostojnih izvora, činjenica i citata¹. Dodatne karakteristike lažnih vijesti definirane na znanstvenoj konferenciji *Vjerodostojnost medija* su: senzacionalistički naslovi poznati kao *clickbait*s ili mamilice koji nemaju nikakve veze sa samim sadržajem, izostavljeni ili nepouzdana izvori, istaknute fotografije i šokantni naslovi koji privlače pažnju Hrnjić Kuduzović, Kulić, Jurišić, 2019: 1).

Iako je javnost svjesna da je problem lažnih vijesti stvaran, one su bez obzira na to učinkovite zbog privlačenja pažnje, korištenja stereotipa i predrasuda, uvjerljivosti te uspješnog imitiranja stvarnih, provjerenih vijesti što rezultira zbunjenošću i zabludom među čitateljstvom (Ciboci i sur., 2018: 8). Temelje se na izmišljenim i prilagođenim navodima čiji je cilj manipuliranje. Problem nastaje jer većina građana vjeruje u vijesti koje se dijele i šire putem društvenih mreža i programa za dopisivanje. Veoma su uspješne jer pobuđuju snažne emocije kao što su strah, ljutnja, frustracija, tjeskoba, a u nekim slučajevima i veselje. Ostavljaju štetne posljedice koje se teško ispravljaju jer u širenju lažnih sadržaja sudjeluje puno osoba (Ciboci i sur., 2018: 8).

Lažne se vijesti po sadržaju dijele na potpuno lažne, kombinaciju stvarnih informacija i izmišljenih događaja te sadržaj koji se većinom sastoji od stvarnih događaja preoblikovanih ili

¹ Research Guides, University of Michigan, zadnji pristup 16. prosinac 2018. prema Polović, 2019; 2459

stavljениh u pogrešan prostorni, vremenski i tematski kontekst (Hrnjić i sur., 2019: 1). U pisanju lažnih informacija, autori se obično koriste pseudoargumentima koji djeluju vjerodostojno (Hrnjić i sur., 2019: 1). Postoji određena tipologija prema kojoj se lažne vijesti dijele i koriste kao satira koja se bavi humorističnim prikazom aktualnih događaja, parodija, koja za razliku od satire ismijava realne događaje koristeći neistinite informacije, *news fabrication* čiji je cilj legitimizacija specifičnih politika i dezinformiranje, manipulacija fotografijama u smislu korištenja lažnih fotografija ili onih koje se stavljaju u pogrešan kontekst, reklame i oglasi te propaganda koja se veže uz politički kontekst i rad za određene političke aktere i sfere (Tandoc, Zheng, Ling, 2018: 141-146, prema Kulić, 2019: 10).

Milica Kulić (2019: 14) ističe da satira, parodija i *false news* koje sadrže nenamjerne, novinarske pogreške nisu jednake lažnim vijestima. Satira i parodija se koriste kako bi se humorom ukazalo na probleme i pokušalo utjecati na njihovo rješavanje. *False news* nastaju zbog površnog ili nedovoljnog novinarskog istraživanja, ali njihova namjera nije publicitet. Takve su pogreške slučajne i svakodnevnice (Kulić, 2019: 13-14).

Dezinformacije su politički potaknute poruke čija je svrha poticanje javnosti na političku i društvenu promjenu stvarajući društveno nepovjerenje i bezvoljnost (Polović, 2019: 2459). Tri osnovne vrste dezinformacija su: manjkave informacije u kojima su navodi nenamjerno pogrešni, dezinformacije čija je svrha svjesno nanošenje štete određenim grupama ili pojedincima i zlonamjerne informacije koje se temelje na stvarnim događajima, ali im je svrha nanošenje štete njihovim predstavljanjem (Popovac, 2020: 68). Karakteristike dezinformacija su lažni podaci i namjera. Dezinformatori uvijek prilagođuju sadržaj kako bi izazvali strah, nemoć, mržnju, pojačali promjene u društvu, a suprotstavljanja im odgovaraju jer potiču da se cijela priča ponavlja iznova (Popovac, 2020: 68-70).

2.2.1. Lažne vijesti u ratnim sukobima

Mediji u prenošenju vijesti moraju težiti objektivnosti i istini, no to nije nimalo lak zadatak u okolnostima kao što su ratne (Labaš, Barčot, 2013: 179). Često je rat predstavljen kao spektakl u kojem se prikazuju traumatične i tužne ljudske sudbine, ali mediji time ne žele informirati o stanju sukobljenih zemalja, nego šokirati. Ciljevi i pozadina ratnog stanja padaju

u drugi plan pred medijskim marketingom. Kroz povijest je jasno vidljivo da su mediji u ratu bili i sami pod utjecajem i kontrolom vladajućih politika (Labaš, Barčot, 2013: 179). U vrijeme Domovinskog rata u Hrvatskoj je bilo situacija u kojima su vladajući političari utjecali na sadržaj koji je bio objavljivan (Malović, 1995: 18-20 prema Labaš, Barčot, 2013: 180).

Jedna od poznatiji lažnih vijesti vezanih uz Domovinski rat u Hrvatskoj svakako je ona o navodnom ubojstvu 41 srpskog djeteta u podrumu jedne vukovarske škole (Rumiz, 1996: 73-74 prema Labaš, 2007: 4). Talijanska se novinarka Milena Gabanelli našla u Beogradu gdje je upoznala ratnog zločinca Željka Ražnjatovića koji joj je predložio da posjete Vukovar (Labaš, 2007: 5). Kada su predvečer stigli na odredište, novinarka je upućena prema ulazu jedne zgrade u kojoj je, prema vlastitoj tvrdnji, vidjela ubijenu djecu. Uvidjevši odličnu priliku za priču, novinarka je kontaktirala urednika emisije *Mixer* te su dogovorili emitiranje priloga o navodnom zločinu nad nevinom djecom. Iako su se kasnije oboje morali ispričati i demantirati navedeni prilog kao lažan, šteta je već učinjena. Svjetska je javnost doznala za tu nepostojeću priču i više nije bilo govora o stradalim Vukovarcima, niti zločinima koji su počinjeni nad njima (Labaš, 2007: 4-6).

Lažne su vijesti bile prisutne u medijima puno prije nego što je Donald Trump došao na političku scenu i popularizirao navedeni termin (Polović, 2019: 2461). Često su oružje u rukama brojnih zapadnih demokracija koje žele utjecati na svjetski ustroj, što dovodi do dvostrukih kriterija prilikom izvještavanja o ratnim sukobima. Jedan primjer korištenja lažnih vijesti u svrhu proguravanja propagande, dogodio se tijekom operacije *Pustinjska oluja* kada je Kuvajćanka Nayirah svjedočila o navodnim ubojstvima novorođenčadi u inkubatorima koje je počinila iračka vojska (Xiong, 2018, prema Polović, 2019: 2462). Javnosti je predstavljena kao volonterka u bolnici, no kasnije se ispostavilo da se radi o kćeri kuvajtskog veleposlanika u Washingtonu. Njezino je svjedočanstvo bilo lažno, no imalo je veliki utjecaj na međunarodnu podršku SAD-u prilikom ofenzive na Irak (Xiong, 2018 prema Polović, 2019: 2462).

Invazija na Irak temeljena je na lažnoj vijesti predsjednika Geoga W. Busha koji je tvrdio da irački predsjednik Saddam Hussein u svom posjedu ima oružje za masovno uništenje (Chomsky, 2008 prema Polović, 2019: 2462). Tadašnji je američki predsjednik smatrao da invazija Iraka vodi oslobođenju tamošnjeg stanovništva (Abdulrazaq, 2018). Američka invazija na Irak dovela je do poražavajućih posljedica: milijuni su poginuli, država je uništena, lokalno stanovništvo traumatizirano, a demokracija i veće slobode građana se nisu ostvarile (Abdulrazaq, 2018).

CNN, jedna od najpoznatijih televizijskih mreža, poznata je po iskrivljenom izvještavanju i manipuliranju činjenicama u ratnim sukobima u kojima scenski „oblikuje“ pozadinu na točno određen način (Polović, 2019: 2462). Prema Florijanu Zollmanu (2017 prema Polović, 2019: 2462) mediji su odigrali značajnu ulogu u formiranju javnog mnijenja prema vojnoj intervenciji na Libiju, otvarajući medijski prostor za političare koji su to podržavali. Plasirale su se lažne i neprovjerene vijesti o silovanjima koje je počinila libijska vojska i libijskim zrakoplovnim snagama koje planiraju bombardirati svoje građane (Zollman, 2017 prema Polović, 2019: 2462).

2.2. Prepoznavanje lažnih vijesti

Sve veća razvijenost i popularnost digitalnih tehnologija pridonosi sve bržem i lakšem prijenosu raznih informacija koje je zbog njihove količine i izostavljanja izvora teže provjeravati. Iako komunikacijske tehnologije imaju brojne prednosti, s druge strane stvaraju plodno tlo za medijsku manipulaciju i širenje lažnih vijesti i dezinformacija (Krupan Mofardin, 2018: 67). Problem nastaje kada većina povjeruje „vijestima“ koje se dijele putem programa za dopisivanje i društvenih mreža (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2018: 8). Upravo je zato važno educirati djecu i odrasle kako bi razvili svjesnost i prepoznali lažne vijesti (Krupan Mofardin, 2018: 67-68). Istraživanje EUROBAROMETRA iz 2018. pokazalo je da čak 85% građana Europske Unije smatra da su lažne vijesti veliki problem u njihovim državama (Ciboci i sur., 2018: 8).

Medijska pismenost predstavlja jedan od najvažnijih načina prepoznavanja i suzbijanja lažnih vijesti (Ciboci i sur., 2018: 8). Označava vještinu i znanje procjenjivanja i razumijevanja poruka koje se predstavljaju putem masovnih medija u svrhu nadzora nad načelima prema kojima djeluju mediji (Zgrabljic Rotar, 2005: 76 prema Boban, Vrbat, 2016: 22). Manjak medijske pismenosti često dovodi do ovisnosti o medijima, nestajanja empatije i lokalnih obilježja i slabljenja pozornosti zbog prevelike količine informacija (Hadžiselimović, 2004 prema Boban, Vrbat, 2016: 22).

Lažne se vijesti mogu prepoznati preventivnim ponašanjem građana koje uključuje: provjeru autora, naslova i njegove povezanosti sa samim sadržajem, fotografija, datuma i

vremena objave, impressuma, izvora, ako postoje, te citata (DMK, 2018 prema Krpan Mofardin, 2018: 73). Najvažnije je da uvijek nakon pročitane vijesti promislamo o sadržaju i o tome koliko je vjerojatno da je istinit. Također, bitno je kritički se osvrnuti na članke koji potvrđuju naše stavove, jer oni mogu biti pogrešni, i provjeriti je li određena informacija objavljena drugdje (DKMK, 2018 prema Krpan Mofardin, 2018: 73).

Najteže ih je detektirati kada se miješaju s istinitim informacijama koje se uvijek mogu potkrijepiti lažnim izjavama svjedoka, lažnim datumima i slično (Car, Matas, 2019: 104). Izvore informacija je najlakše provjeriti *web* tražilicom koja nam omogućuje unos određenog teksta povezanog s vijesti. Time se omogućuje prikaz svih izvora koji su objavili sumnjivu informaciju (Dejanović, 2020: 63 prema Krelja Kurelović, Tomac, Polić, 2021: 123). Također, postoje brojni *online* servisi koji olakšavaju detekciju lažnih vijesti. Neki od njih su: *The International Fact-Checking Network*, *EUvsDiSiNFO*, *Full Fact* i brojni drugi (Krelja Kurelović, Tomac, Polić, 2021: 123-124).

2.3. Mediji, politika i lažne vijesti

Mediji imaju iznimno važnu ulogu u političkim procesima, a tome svjedoči i činjenica da se na njih referira kao na četvrtu vlast (Bratovčić, 2011 prema Boban, Vrbat, 2016: 18). Njihova je uloga predstavljanje svjetskih i državnih problema, educiranje, informiranje, itd. Međutim, njihova je najvažnija uloga transparentno izvještavanje javnosti o radu vlasti. Na taj način formiraju javno mnijenje za donošenje važnih društvenih odluka. Upravo je zato medijsko plasiranje propagande, lažnih vijesti, dezinformacija i rad u korist određenih skupina pogubno za demokraciju i slobodu izražavanja i informiranja (Bratovčić, 2011 prema Boban, Vrbat, 2016: 18).

Dužnost je medija da igraju ulogu čuvara demokracije i *gatekeepera* te definiraju teme koje će biti predstavljene javnosti (Peruško, 2011 prema Boban, Vrbat, 2016: 18). No, mediji obavljaju određene funkcije i za političke sfere, a u njih spada prenošenje i shvaćanje vijesti, utjecaj na javno mnijenje, određivanje programa vladinih akcija i socijalizacija građana u odnosu na politiku (Čerkez, 2009 prema Boban, Vrbat, 2016: 18). Mediji i politika se nalaze u suživotu: politika koristi medije kako bi uspostavila nadmoć, dok mediji utječu na politiku

informativskom moći i ekonomskim značajem (Čerkez, 2009 prema Boban, Vrbat, 2016: 19). Lažne su vijesti postale jedan od temeljnih dijelova političke komunikacije, no javnost to često ne prepoznaje jer se radi o navodima koji dolaze od autoriteta-političara, stoga ih rijetko propituju (Buljubašić, 2020).

Političari suptilno utječu na medije, pogotovo u demokracijama (Boban, Vrbat, 2016: 19). Često se radi o suradnji političara i vlasnika medija u kojoj se vijesti biraju s obzirom na to koliko odgovaraju imidžu određenog političara. Političke opcije koriste medije u svrhu specifičnog učinka na javnost te mediji time postaju politički akteri koji nastoje promicati određene stavove, bilo da se radi o prešućenom ili lažnom sadržaju (Boban, Vrbat, 2016: 19)

Kao što je već ranije spomenuto, lažne vijesti su u sferi politike postale poznate kandidaturom Donalda Trumpa koji je u većini svojih izjava nastojao diskreditirati medije optužujući ih za plasiranje lažnih vijesti (Polović, 2019: 2458). Osim Trumpu, lažne vijesti svoju popularnost duguju malom sjeverno makedonskom gradiću Velesu u kojem je grupa mladih ljudi kreirala više od 140 *web* stranica za plasiranje lažnih vijesti (Wendling, 2018). Najpopularnija lažna vijest bila je tvrdnja da papa Franjo podržava kandidaturu sada bivšeg američkog predsjednika Donalda Trumpa. Cijela je priča postala planetarno popularna te se ubrzano širila svim društvenim mrežama (Wendling, 2018). Zbog Trumpovih je sustavnih napada na medije, Washington Post odlučio kontekstualizirati Trumpove objave čija se istinitost može provjeriti i na internetskim preglednicima (Polović, 2019: 2458). *Brexit* i pobjeda Donalda Trumpa spadaju u jedne od ključnih političkih događaja kojima se pokazala opasnost lažnih vijesti u *post-truth* eri. Posljedica je opadanje vjere u medije (Polović, 2019: 2458).

Medijski rad u korist politike vidljiv je i na primjeru iz 2011. kada je *Fox News* emitirao snimke navodnih ruskih prosvjednika koji se nakon izbora bune protiv Vladimira Putina, dok je snimka zapravo prikazivala snimke prosvjeda u Ateni (Osborn, 2011 prema Car, Matas, 2019: 102). Nadalje, tijekom američkih predsjedničkih izbora 2016. objavljen je izmišljen članak u kojem se navodi da je agent FBI-a, osumnjičen za curenje podataka s elektroničke pošte Hillary Clinton „pronađen mrtav u očiglednom (samo)ubojstvu“ (prema Palczewski, 2017 prema Car, Matas, 2019: 102). Također, kreirane su brojne lažne stranice koje su se uz objavljivanje lažnih vijesti, fokusirale i na teme koje će produbiti podjele u društvu (Car, Matas, 2019: 106).

Noam Chomsky (2003: 38) ističe da su mediji kontrolirani od strane države tako da su integrirani u najveće korporacije u zemlji. Te korporacije imaju mali broj vlasnika koji dijele

stavove i tako formiraju, sprečavaju i kontroliraju probleme onako kako to odgovara određenoj interesnoj grupi. Medijima odgovaraju bliske veze s državnom moći zbog tajnih informacija koje bi mogli saznati i zbog te povezanosti s državnom moći, Chomsky tvrdi da su mediji aparat za dezinformiranje koji piše onako kako država diktira (Chomsky, 2003: 38).

2.4. Suzbijanje lažnih vijesti

Rastući je problem lažnih vijesti potaknuo tijela EU na osmišljavanje regulativnog okvira za suzbijanje lažnih vijesti koji će se primjenjivati na razini cijele Unije (Đukić, 2019: 19). Regulativnim se sredstvima zakonima, pravilnicima i kodeksima propisuju određeni medijski standardi koji se moraju poštivati u svrhu zaštite europskih ideja (Đukić, 2019: 24). Pojam lažnih vijesti se prvi put pojavljuje u izvještaju Europskog parlamenta o strateškoj komunikaciji Unije u borbi protiv propagande (Europski parlament, 2016: 4 prema Đukić, 2019: 28).

Motivi ovog rješenja su problemi u komunikaciji koje potencijalno uzrokuju određene zemlje izvan EU, terorističke i druge kriminalne organizacije (Europski parlament, 2016: 4 prema Đukić, 2019: 28). Na njih se referira kao na „treću stranu“ koja korištenjem dezinformacija, lažnih vijesti i propagande predstavlja prijetnju medijskom pluralizmu, slobodi izražavanja, etičnom novinarstvu i demokratskim vrijednostima (Europski parlament, 2016: 4 prema Đukić, 2019: 28).

U Europskom je Parlamentu istaknuto da je jedno od rješenja stvaranja metodologije u području komunikacija pristup u kojem sudjeluju regionalne zajednice, države članice Unije, međunarodne institucije, medijski profesionalci, itd. (Đukić, 2019: 28). Istaknula se i važnost razvoja medijske pismenosti, točnog definiranja pojmova propaganda i dezinformacija te ulaganja u novinarstvo kako bi postalo kvalitetnije (Đukić, 2019: 28). Zbog sve češćeg korištenja interneta, maloljetnici postaju ovisniji o medijskom sadržaju, pa se stoga velika pažnja mora posvetiti njihovom medijskom obrazovanju (Erjavec, Zgrabljić Rotar, 2000 prema Boban, Vrbat, 2016: 22).

U razvijanju medijske pismenosti treba imati na umu da se svi mediji moraju pratiti u procesu učenja, da imaju pozitivne i negativne strane, da se mora educirati i starije generacije te da ona potiče kritičko promišljanje (Zgrabljić Rotar, 2005: 76 prema Boban, Vrbat, 2016:

23). Također, potaknute su i strože sankcije internetskih platformi kako bi se smanjio štetan sadržaj, lažne vijesti, govor mržnje te samim time omogućila veća zaštita djece (Europski parlament, 2016: 10 prema Đukić, 2019: 29).

Osnivanjem *Stručne skupine visoke razine za borbu protiv lažnih vijesti*, Europska Komisija radi prvi značajan korak za suzbijanje lažnih vijesti (Đukić, 2019: 29). Navedena se skupina sastojala od pripadnika sektora građanskog društva, internetskih platformi, organizacija medija, društvenih medija i akademske zajednice. U daljnjem osmišljavanju koraka, uzeto je u obzir i istraživanje EUROBAROMETRA iz 2018. koje je pokazalo kako građani vide problem lažnih vijesti (Đukić, 2019: 29). Godine 2018. osmišljena je radna *verzija Kodeksa dobre prakse u suzbijanju dezinformacija* u kojem se propisuju osnovni ciljevi za borbu protiv lažnih vijesti i dezinformacija, iako oni nisu obvezujući za države članice (Europska komisija, 2018d prema Đukić, 2019: 32). Zemlje članice Unije same primjenjuju preporuke koje definira Komisija (Europska komisija, 2018b: 6 prema Đukić, 2019: 31-32). Europska je Unija sustavno tražila rješenja vezana uz problem lažnih vijesti te ih je postupno nadograđivala (Đukić, 2019: 33).

3. PRIMJERI LAŽNIH VIJESTI U JAVNOSTI

3.1. Afera Pizzagate

Tijekom američkih predsjedničkih izbora 2016. godine otkrivena je jedna od najpoznatijih teorija urote u novije vrijeme. U njezinom se središtu našla kandidatkinja Demokratske stranke Hillary Clinton koja je optužena za vođenje pedofilskog lanca u američkoj pizzeriji zvanoj *Comet Ping-Pong* (Oluo, 2016). U kolovozu 2016. direktor FBI-a odlučio je ponovno pokrenuti istragu o Clintoninom korištenju osobne elektroničke pošte kada je radila kao državna tajnica (Fisher, Woodrow Cox, Hermann, 2016: 3).

Nekoliko dana nakon početka istrage, nepoznata je osoba objavila na Twitteru da su tijekom pretraživanja elektroničke pošte pronađeni dokazi koji upućuju na pedofilski lanac koji je vodila Hillary Clinton (Fisher, Woodrow Cox, Hermann, 2016: 3). Važno je naglasiti da navedena tvrdnja nije bila provjerena činjenica, već glasina koja se iz iskre pretvorila u požar.

Nakon prvotne objave, ova je lažna vijest podijeljena više od 6 000 puta samo na Twitteru (Fisher, Woodrow Cox, Hermann, 2016: 3). Ova se optužba ubrzano širila te je uskoro postala popularna na većini društvenih mreža. Korisnici platforme *4chan* su bili veoma uključeni u širenju ove glasine kao i optužbi protiv drugih političara povezanih s Hillary Clinton (BBC Trending, 2016).

Televizijski je voditelj Alex Jones prenio cijelu urotničku teoriju putem Facebooka i Twittera (Horton, 2020). Etiketirao je Johna Podesta, voditelja predsjedničke kampanje Hillary Clinton, tvrdeći kako ima saznanja o ilegalnim radnjama koje se događaju u pizzeriji *Comet Ping-Pong*. Nadalje, optužio ga je za uključenost u trgovinu djecom i provođenje sotonskih rituala (Fisher, Woodrow Cox, Hermann, 2016: 3). Postoji više razloga zbog kojih je navedeni restoran bio „prikladna žrtva“. Naime, vlasnik pizzerije James Alefantis pristaša je Demokratske stranke te je podizao novac kako bi financirao kampanje bivšeg američkog predsjednika Baracka Obame i Hillary Clinton (BBC Trending, 2016). Zbog tog je novčanog faktora postojala prepiska između Alefantisa i Podeste u elektroničkoj pošti koja je pronađena tijekom istrage. Posljedično je nastala cijela teorija zavjere, tj. afera koja se temeljila na lažnoj vijesti (BBC Trending, 2016).

Alefantis je saznao za cijelu urotu kada je primio telefonski poziv jednog novinara (Horton, 2020). Sve je otišlo toliko daleko da su on i njegovi zaposlenici počeli dobivati prijetnje smrću. Nadalje, na *web* stranici Yelpe pojavile su se kritike kojima se referiralo na navodno postojanje dječjih tamnica u podrumu pizzerije. Fotografije Alefantisovih kumčeta objavljene na njegovom Instagram profilu, izmijenjene tako da bi se sugeriralo da se radi o zlostavljaču djece (Horton, 2020).

Kulminacija događaja dogodila se u prosincu 2016. kada je Edgar Maddison Welch odlučio osmisliti i pokrenuti misiju za spašavanje „zarobljene djece“ (Robb, 2017). Pokušao je nagovoriti prijatelje da se pridruže njegovom spasilačkom pohodu, no oni su to odbili. Tri dana nakon dopisivanja, Welch je krenuo u akciju naoružan poluautomatskom puškom, nožem i pištoljem. Upao je u restoran i tražio nepostojeći podrum u kojem su navodno bila skrivena djeca. Međutim, nije pronašao ništa osim potrepština za kuhanje i prestravljenih zaposlenika i mušterija. Srećom nitko nije bio ozlijeđen, a Welch je naknadno uhićen (Robb, 2017).

Ovaj je događaj jasan pokazatelj koliko su lažne vijesti opasne. Afera Pizzagate se munjevitom brzinom proširila društvenim mrežama i radikalnim desničarskim platformama (Robb, 2017). Zbog posljedica koje je ova lažna vijest prouzročila, provedeno je istraživanje kojim se pokušalo otkriti je li izvor ove lažne informacije pokrenut od strane političara koji su

posjedovali određene resurse za širenje lažnih vijesti tijekom kampanje. Kada je otkriven digitalan trag kojim se ova glasina širila, utvrđeno je da su *online* aktivisti, strani agenti, domaći političari i obični građani bili dio mreže koja je oblikovala aferu Pizzagate, a mnogi su od njih bili dijelom kampanje Donalda Trumpa (Robb, 2017).

3.2. Aneksija poluotoka Krima

Za razumijevanje odluke kojom se Krim pripaja Rusiji, važno je objasniti pozadinu priče u Kijevu te atmosferu, odnosno napetost između Rusa i Ukrajinaca. Određene ruske interesne sfere koriste društvene mreže i medije kako bi širile lažne vijesti (Esipova, Ray, 2016 prema The Henry M. Jackson School of International Studies, 2017). Također, česti su hakerski napadi na vladine agencije i ukrajinsku infrastrukturu što dovodi do društvenih podjela i nepovjerenja u vladu. Ove su tenzije dovele do destabilizacije društva koja je rezultirala gubitkom Krima (Esipova, Ray, 2016 prema The Henry M. Jackson School of International Studies, 2017). Uporaba lažnih vijesti pomiješanih s propagandom pomogla je Rusiji u anektiranju ovog poluotoka (Greene, Migaki, 2014 prema The Henry M. Jackson School of International Studies, 2017).

Godine 2013. u Kijevu je došlo do eskalacije protesta, a jedan od glavnih zahtjeva prosvjednika bili su bliži odnosi Europske Unije i Ukrajine (Heng, 2018). Prije nego što je Donald Trump popularizirao termin „fake news“, problem je lažnih vijesti bio veoma stvaran u Ukrajini. Počele su se širiti s političkom propagandom iz Rusije sve do Ukrajine (Heng, 2018).

Ukrajinska organizacija StopFake.org je 2014. počela s radom te se od svojeg osnutka nastoji boriti ne samo protiv lažnih vijesti, već pokušava uvjeriti ljude da su lažne vijesti stvaran problem u Ukrajini i ostatku svijeta (Heng, 2018). U jednom od svojih projekata organizacija je uspjela dokazati da su ruski mediji širili propagandu, umjesto vjerodostojnih činjenica (Heng, 2018).

Problem je nastao kada su zagovornici Europske Unije u Ukrajini počeli zagovarati bliže veze s Unijom, a tenzije su počele isplivavati na površinu kada su ruski simpatizeri i pristaše formirali skupove kojima bi se borili protiv te nakane (Heng, 2018). Glavni pokretač sukoba su bile bliže veze između Ukrajine i Europske Unije koje su značile manji utjecaj Rusije.

Ukrajinske vlasti su vjerovala da ruski mediji stvaraju negativnu sliku Ukrajine i Europe kao cjeline. Posljedično, stvorene su dvije sukobljene strane: ona koja je podržavala veće upravljanje od strane Kremlja i ona koja je željela veći utjecaj i veze s Europskom Unijom (Heng, 2018).

Jedan primjer lažnih vijesti koju su stvorili zagovaratelji Kremlja tvrdnja je da ukrajinska policija napada i tlači etničke Ruse koji žive u Ukrajini (Heng, 2018). Video tih navodnih napada je postao javno dostupan kako bi ga svi Ukrajinci mogli vidjeti te je došao do ciljane javnosti: stanovnika poluotoka Krima gdje je većinsko stanovništvo rusko (Heng, 2018). Nakon toga, građani Krima su vjerovali da njihovi sunarodnjaci u ostatku Ukrajine predstavljaju prijetnju njihovim životima i slobodama (Yuhas, 2014 prema The Henry M. Jackson School of International Studies, 2017). Također, konstantno im je predstavljena ideja o etničkom jedinstvu s Rusima (Cain, 2019).

Može se zaključiti da je ofenziva na poluotok Krim započela u umovima ljudi (Viknanovini, 2017 prema The Henry M. Jackson School of International Studies, 2017). Propaganda i lažne vijesti su učinile svoje te su građani Krima odlučili prosvjedovati, a ruska je vojska iskoristila priliku i osvojila Krim tvrdeći kako to radi u ime svih Rusa koji žive na poluotoku (Cain, 2019). Rezultat ove pomno isplanirane priče je predstavljanje ruske vojske kao ruke spasa koju su stanovnici Krima rado prihvatili (The Henry M. Jackson School of International Studies, 2017). Nedugo zatim održan je referendum kojim je odlučeno da se poluotok Krim odvaja od Ukrajine i pripaja Rusiji (Heng, 2018).

S obzirom na to da su istočni ukrajinski teritoriji okupirani, ruski mediji na tom prostoru predstavljaju svoju verziju sukoba, dok istovremeno ukrajinski mediji prezentiraju potpuno suprotnu. Posljedično, ljudi gube vjeru u medije (Heng, 2018). Aneksija Krima je bila istovremeno genijalna i podla upotreba lažnih vijesti koja je stvorila plodno tlo za buduće propagandne ratove pune lažnih vijesti i dezinformacija. Ukrajina je na neki način poslužila kao pokusni kunić koji je pokazao kako lažne vijesti mogu utjecati na svijet (Cain, 2019).

3.3. Incident u Kerch Straitu

Incident u Kerch Straitu se dogodio 2018. godine kada je ruska mornarica zaplijenila tri ukrajinska broda u Azovskom moru (Cain, 2019). Prije ruske aneksije poluotoka Krima, FSB

(Ruska sigurnosna služba) je hakirala društvene mreže popularne u Ukrajini. Razlog za to je bilo širenje propagande protiv Ukrajine. Dodatna vrijednost prodora u ukrajinske društvene mreže bila je dostupnost raznih informacija iz privatnog života 16 milijuna Ukrajinaca. Ruski su hakeri otišli korak dalje kada su se pokušali ubaciti u izborni glasački sustav. Posljedično, Kremlj je imao moć manipuliranja javnošću na najrazličitije načine (Cain, 2019).

Incident je počeo kada su ruski brodovi presreli dva ukrajinska vojna broda i tegljač (Kraska, 2018). Rusi su ih zaplijenili te zarobili 24 člana posade. Došlo je do pucnjave ruskih plovila koju je ruska vlada opravdala tvrdeći da su zapucali tek kada su Ukrajinci prekršili članke 19. i 21. Konvencije Ujedinjenih naroda o zakonu mora kojima se određuju pravila prilikom plovidbe teritorijalnim vodama. Događaj se dogodio blizu Kerch Straita koji graniči s Krimom na zapadu i Rusijom na istoku (Kraska, 2018).

Prema europskom povjereniku za sigurnost, godinu dana prije incidenta u Kerch Straitu, Kremlj je započeo kampanju punu dezinformacija kako bi ublažili javno mnijenje o sebi i učvrstili određeno mišljenje prema Ukrajincima (Boffey, 2018). Navodno, te su lažne vijesti sadržavale nekoliko zapanjujućih optužbi. Neke od tih lažnih tvrdnji uključivale su optužbu da su Ukrajinci zarazili more kolerom te da pokušavaju dostaviti nuklearnu bombu na okupirani Krim (Boffey, 2018).

Diplomat Julian King smatra da su Rusi koristili lažne vijesti kako bi utrli put svojoj odluci da pucaju na ukrajinske brodove i tegljač u Azovskom moru (Boffey, 2018). Posljedice ovog incidenta su: zapljena 3 ukrajinska plovila i 6 ozlijeđenih članova ukrajinske posade. Zbog takvih je posljedica bivši ukrajinski predsjednik Petro Poroshenko predložio uvođenje opsadnog stanja (Boffey, 2018).

ZAKLJUČAK

Cilj je ovog rada bio pobliže opisati i definirati lažne vijesti, istaknuti važnost etike u novinarstvu te uz pomoć tri primjera pojasniti povezanost medija i politike.

Lažne su vijesti postale brzorastući problem suvremenog svijeta. Glavni im je cilj aktiviranje negativnih emocija i stvaranje panike ili zabune u javnosti. Učinkovite su zbog korištenja stereotipa, predrasuda, privlačenja pažnje i imitacije stvarnih vijesti. Većina javnosti vjeruje u lažne sadržaje koje čuju od bliskog prijatelja ili člana obitelji. Lažne vijesti i dezinformacije su posebno opasne kada se koriste u političke svrhe jer tada mogu dovesti do većih incidenata i afera. Sve je više zemalja svjesno da su lažne vijesti značajan problem kojem treba pristupiti ozbiljno, pa zato donose brojne zakone, dokumente i prijedloge čija je svrha smanjenje svih oblika dezinformacija.

Veoma je važno da se javnost odgaja sa sviješću o postojanju lažnih vijesti i mogućoj medijskoj manipulaciji. Nužno je da javnost kritički analizira medijske sadržaje kako ne bi potpala pod njihov potencijalno negativan učinak. Dakle, razvoj medijske pismenosti i medijskih kompetencija predstavlja imperativ suvremenog svijeta, posebno u odgojno-obrazovnom sustavu pojedinih država.

LITERATURA

- 1) Barović, V. (2011). Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama, *Medijske studije*, sv. 2 (3-4): 118-126.
- 2) Bertrand, C. L. (2007.) *Deontologija medija*, Zagreb: Sveučiliša knjižara.
- 3) Boban, M., Vrbat, I. (2016.) „Utjecaj medija i medijske tehnike manipulacije javnim znanjem u informacijskom društvu-postanak i razvoj“, u: S. Dušanić Gačić (ur.), *Etika u medijima i poslovanju*, Banja Luka, str. 7-26.
- 4) Brajnović, L. (1997.) Nauka o dužnostima novinara kao moralnoj profesiji, *Hrvatska revija*, sv. 2 (47), 272-289.
- 5) Car, V., Matas, G. (2019.) „Istraživački pristup lažnim vijestima-kako uz pomoć bid data razotkriti trolove?“, u: Z. Hrnjić Kuduzović, M. Kulić, J. Jurišić (ur.) *Zbornik radova devete regionalne naučne konferencije Vjerodostojnost medija*, Tuzla: Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli, str. 101-117.
- 6) Chomsky, N. (2002.) *Mediji, propaganda i sistem*, 2. izdanje, Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima.
- 7) Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018.) *Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti: nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda*, Zagreb: Agencija za elektroničke medije – Unicef..
- 8) Đukić, M. (2019.) „Odgovor Europske Unije na problem lažnih vijesti-regulativni okvir u nastanku“, u: Z. Hrnjić Kuduzović, M. Kulić, J. Jurišić (ur.) *Zbornik radova devete regionalne naučne konferencije Vjerodostojnost medija*, Tuzla: Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli, str. 19-39.
- 9) Hrnjić Kuduzović, Z., Kulić, M., Jurišić, J. (2019.) „Predgovor: suzbijanje lažnih informacija“, u: Z. Hrnjić Kuduzović, M. Kulić, J. Jurišić (ur.) *Zbornik radova devete regionalne naučne konferencije Vjerodostojnost medija*, Tuzla: Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli, str. 1-3.
- 10) Hrnjić Kuduzović, Z. (2015.) „(Samo)ubistvo novina“, u: Hajro Planac (ur.) *Tabloidiziranje stvarnosti: metamorfoza dnevnih novina*, Tuzla: PLANJAX, d.o.o., str. 60-61.
- 11) Krelja Kurelović, E., Tomac, F., Polić, T. (2021.) „Načini informiranja i prepoznavanje lažnih vijesti kod studenata u hrvatskoj tijekom COVID-19 pandemije“, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, sv. 9(1): 119-130.
- 12) Krpan Mofardin, T. (2018) „Kako prepoznati lažne vijesti“, *Knjižničar/Knjižničarka: e-časopis Knjižničarskog društva Rijeka*, sv. 9 (9): 67-75.
- 13) Kulić, M. (2019.) „Definisanje lažnih vesti: stari koncepti, novi pojmovi“, u: Z. Hrnjić Kuduzović, M. Kulić, J. Jurišić (ur.) *Zbornik radova devete regionalne naučne konferencije Vjerodostojnost medija*, Tuzla: Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli, str. 5-19.
- 14) Labaš, D. (2007) „Odgovornost novinara u ratu. Izvještavanje talijanskog tiska o padu Vukovara“, u: D. Živić, I. Žebec (ur.) *Vukovar – hrvatska baština i perspektive razvoja*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, str. 97-108.
- 15) Labaš, D. (2005.) „Novinarstvo pred zahtjevom istine“, *Riječki teološki časopis*, sv. 14 (1): 53-69.

- 16) Labaš, D., Grmuša, T. (2011.) Istinitost i objektivnost u informaciji i društveno štetne komunikacijske forme, *Kroatologija*, sv. 2 (2): 87-121.
- 17) Labaš, D., Barčot, M. (2013.) „Mediji i rat - etički izazov. Tiskovni mediji u Domovinskom ratu na primjeru Vukovara 1991.“, u: Živić, Špoljar Vržina, Lupis, Cvikić (ur.) *Vukovar '91 - Istina i/ili osporavanje (između znanosti i manipulacije)*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, str. 177-204.
- 18) Malović, S. (2005.) Etika u medijima: tko je pozvan na odgovorno djelovanje?, *Riječki teološki časopis*, sv. 14 (1): 69-79.
- 19) Poler, M. (1997.) Što je novinarska etika?, *Medijska istraživanja*, sv. 4: 9-17.
- 20) Poler Kovačić, M. (2001) Kriza novinarstva kao kriza etike: tko je novinarski subjekt?, *Medijska istraživanja*, sv. 7 (1-2): 25-44.
- 21) Polović, J. (2019.) Lažne vijesti kao politički alat systemske krize liberalne demokracije i korporativnih medija, *In medias res: časopis filozofije medija*, sv. 8 (15): 2455-2470.
- 22) Popovac, J. (2020.) Dezinformacije u digitalnom dobu: Borba za istinu, *Medijska istraživanja*, sv. 26(2): 59-76.
- 23) Udovičić, R. (2019.) „Izazovi medijske deprofesionalizacije“, u: Z. Hrnjić Kuduzović, M. Kulić, J. Jurišić (ur.) *Zbornik radova devete regionalne naučne konferencije Vjerodostojnost medija*, Tuzla: Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli, str. 117-129.

INTERNETSKI IZVORI

- 1) Abdulrazaq (2018) „Invasion of Iraq: The original sin of the 21st century“, Al Jazeera, internetski izvor, 29. lipnja 2021., <https://www.aljazeera.com/opinions/2018/3/20/invasion-of-iraq-the-original-sin-of-the21st-century>
- 2) Andreja (2020.) „Fake news – što su lažne vijesti, kako ih prepoznati i prijaviti?“, Klik.hr, internetski portal, 28. lipnja 2021., <https://klik.hr/novo/fake-news-sto-su-lazne-vijesti-kako-ih-prepoznati-i-prijaviti>
- 3) Boffey, D. (2018) „Russia 'paved way for Ukraine ship seizures with fake news drive““, The Guardian, internetski izvor, 2. lipnja 2021., <https://www.theguardian.com/world/2018/dec/10/russia-paved-way-for-ukraine-ship-seizures-with-fake-news-drive>
- 4) Buljubašić, B. (2020) „Lažne vijesti i spinovanje na političkoj sceni“, MAGAZIN/NOVINARSTVO, internetski izvor, 28. lipnja 2021., <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/lazne-vijesti-i-spinovanje-na-politickoj-sceni>
- 5) Cain, G. (2019) „Ukraine’s War on Russian Disinformation Is a Lesson for America“, The New Republic, internetski izvor, 2. lipnja 2021., <https://newrepublic.com/article/153415/ukraines-war-russian-disinformation-lesson-america>
- 6) „Countering Disinformation: Russia’s Infowar in Ukraine“ (2017), The Henry M. Jackson School of International Studies, internetski izvor, 2. lipnja 2021., <https://jsis.washington.edu/news/russia-disinformation-ukraine/>

- 7) Fisher, M., Cox, J., Hermann, P. (2016) „Pizzagate: from rumour, to hashtag, to gunfire in D.C.”, The Washington Post, internetski izvor, 2. lipnja 2021., <https://www.dgregscott.com/wp-content/uploads/2020/12/PizzagateWaPostWithPics2016-1206.pdf>
- 8) Heng, D. (2018) „How fake news fanned the flames of war in Ukraine”, CAN Insider, internetski izvor, 2. lipnja 2021., <https://www.channelnewsasia.com/news/cnainsider/how-fake-news-sparked-war-ukraine-russia-crimea-select-committee-11055154>
- 9) Horton, A. (2020) „After Truth: how ordinary people are 'radicalized' by fake news”, The Guardian, internetski izvor, 2. lipnja 2021., <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2020/mar/19/after-truth-hbo-fake-news-pizzagate-documentary>
- 10) Kraska, J. (2018) „The Kerch Strait Incident: Law of the Sea or Law of Naval Warfare?”, EJIL:Talk!, internetski izvor, 2. lipnja 2021., <https://www.ejiltalk.org/the-kerch-strait-incident-law-of-the-sea-or-law-of-naval-warfare/>
- 11) Oluo, I. (2016) „Pizzagate is a lie. But what it says about our society is real”, The Guardian, internetski izvor, 2. lipnja 2021., <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/dec/05/pizzagate-lie-what-it-says-about-society-real>
- 12) Robb, A. (2017) „Anatomy of fake news scandal”, Rolling Stone, internetski izvor, 2. lipnja 2021., <https://www.rollingstone.com/feature/anatomy-of-a-fake-news-scandal-125877/>
- 13) „The saga of 'Pizzagate': The fake story that shows how conspiracy theories spread” (2016), BBC Trending, internetski izvor, 2. lipanj 2021., <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-38156985>
- 14) Wendling (2018) „The almost complete history of fake news”, BBC Trending, internetski izvor, 2. lipanj 2021., - <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-42724320>