



HRVATSKO
KATOLIČKO
SVEUČILIŠTE
ZAGREB
UNIVERSITAS
STUDIORUM
CATHOLICA
CROATICA
ZAGRABIA

KOMPAS

ISSN 2623-6117

Studentski list Hrvatskoga katoličkog sveučilišta • broj 6 • veljača 2024. • besplatni primjerak



POSEBAN TEMATSKI BROJ
**Važnost kritičke
analize i borbe protiv
dezinformacija**



STUDENTSKI LIST HRVATSKOGA KATOLIČKOG SVEUČILIŠTA

IMPRESUM

Izdavač:

Hrvatsko katoličko sveučilište
Ilica 242, Zagreb

Za izdavača:

Prof. dr. sc. Željko Tanjić

Glavni urednik:

Doc. dr. sc. Ivan Uldrijan

Izvršna urednica:

Matea Vidulić, mag. comm.

Urednici mentori:

Doc. dr. sc. Krunoslav Novak
Doc. dr. sc. Ivan Uldrijan

Uređivački kolegij:

Ana Blažević, Doris Božičević,
Josip Čunčić, Filip Dešman,
Martina Dužnović, Ana Filipan,
Mia Franceković, Mia Garac,
Marija Jukić, Ivan Katić,
Veronika Karlović, Laura Lazić,
Vanessa Lukačin, Matea Maričić,
Katarina Sekol

Lektura:

Izv. prof. dr. sc. Marijana Togonal

Dizajn i prijelom:

Tomislav Kučko

Tisak:

PRINTERA GRUPA d.o.o.

Kontakt za čitatelje:

kompas@unicath.hr

Fotografije na naslovnici

i zadnjoj stranici:

Image by Freepik

ISSN 2623-6117



SADRŽAJ

4. TEMA BROJA

Uspostava sustava
provjere točnosti
informacija

6. — 8.

Razlikovanje istine od laži
postao je složen zadatak

10. — 12. INTERVJU

O projektu KAT govori
njegova voditeljica

13. — 15. ISTRAŽIVANJE

Što studenti HKS-a misle
o dezinformacijama?

16. — 19. REPORTAŽE

Od Madrida do
Kopenhagena

20. — 21.

Mali rječnik
dezinformacija

22.

Što su to deepfake i
cheapfake?

23.

Umjetna inteligencija i
dezinformacije



FOTO: image by freepik

26.

Kako se oduprijeti
mamilicama?

28. — 29.

Opasnost dezinformacija u
medicini

30. — 31.

Kako Rusija koristi
dezinformacije u agresiji
na Ukrajinu

33. — 35.

Borba protiv
dezinformacija u sportu

36. — 37. KULTURA

Filmski vodič kroz borbu
protiv dezinformacija

38. DUHOVNI KOMPAS

Doba postistine i
dezinformacija

Ovaj broj Kompas dio je projekta Krička Analiza dezinformacija o vjerskim Temama – KAT. Projekt financira Europska unija – NextGenerationEU. Izneseni stavovi i mišljenja samo su autorovi i ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije, Europske komisije ili Agencije za elektroničke medije. Europska unija, Europska komisija ni Agencija za elektroničke medije ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

UVODNIK

Istina pokazuje put

Evo nas u šestom, odnosno – računamo li i nulti broj – sedmom broju *Kompasa*. Dosad smo objavljivali jedan broj u akademskoj godini, iako smo se u veljači 2020., kada smo uspjeli dovršiti broj u zimskom semestru, nadali da ćemo postići periodičnost od dvaju brojeva godišnje. Uslijedila je globalna pandemija, potres i „novo normalno” pa se to nažalost nije ostvarilo. No, kako sada stvari stoje, izgledno je da polako postavljamo novi ritam i da ćete *Kompas* moći čitati dvaput godišnje, na kraju zimskog i ljetnog semestra.

Pred vama je novi, poseban broj, tematski posvećen dezinformacijama. Na Sveučilišnom odjelu za komunikologiju u tijeku je provedba projekta „Kritička analiza dezinformacija o vjerskim temama”, a jedna od projektnih aktivnosti upravo su tematski brojevi *Kompasa*. U ovom prvom takvom odmičemo se od uobičajenog pregleda aktivnosti na HKS-u pa u našim rubrikama tekstove oblikujemo u skladu s temom. Tako o spomenutom *fact-checking* projektu razgovaramo s njegovom voditeljicom doc. dr. sc. Lanom Ciboci Perša. Donosimo rezultate istraživanja o prepoznavanju i dijeljenju dezinformacija među našim studentima, kao i reportaže iz Madrida i Kopenhagena, gdje su naši nastavnici posjetili *fact-checking* organizacije.

Na stranicama koje su pred vama možete pronaći rječnik pojmova vezanih uz dezinformacije, ali i doznati nešto više o manipulaciji vizualnim sadržajima, *clickbaitovima* te izazovima koji se pojavljuju kad se u širenje lažnih vijesti uključi umjetna inteligencija. Studentice našeg Medicinskog fakulteta pisale su o dezinformacijama u medicini, a polaznice prve skupine Integracijsko-edukacijskog programa za naše ukrajinske sugrađane o lažnim narativima o ratu u Ukrajini, koji traje već dvije godine. O dezinformacijama i istini promišljamo iz sportske, filmske i duhovne perspektive. Pomalo šaljivo, dok vas potičemo da prepoznajete i ne širite dezinformacije, pozivamo vas da napravite jedan *fake* ručak pa da se nakon lažnog bureka zasladite lažnom mađaricom. Baš kao što je u stripu, zahvaljujući lažnoj vijesti, lija omastila brk livanjskim sirom.

Postoji ona uzrečica da laž obiđe pola svijeta dok istina tek obuje cipele. Iako djeluje obeshrabrujuće, to nas ne treba zabrinjavati. Istina možda jest sporija, ali u ovom brzom vremenu možda upravo to trebamo – usporiti, zastati, zagledati se istini u lice. Ona ionako uvijek pokazuje put... Neka našoj redakciji, kao i cijeloj našoj sveučilišnoj zajednici, kompas uvijek bude – Istina. ■

Uredništvo

09.03.2020 - 15.03.2020
Week 11

SCI  DATA

09.03.2020
Week 11

03.2
Week



INNOVATION & TECHNOLOGY

RADIATION & ECOLOGY

Strontium-90.
Purity 99.99%

RADIATION & ECOLOGY

Strontium-90.

RADIATION & ECOLOGY

Strontium-90.

Strontium-90.
Purity 99.99%

AGRICULTURAL INDUSTRY

Fertilizer
radioactive

AGRICULTURAL INDUSTRY

Fertilizers

Uspostava sustava provjere točnosti informacija

Pišu: Ana Blažević, Mia Garac i Marija Jukić

S ciljem jačanja otpornosti društva na dezinformacije smanjenjem količine dezinformacija, netočnih, pogrešnih informacija i lažnih vijesti u javnom prostoru, jačanja informacijske pouzdanosti i sigurnosti kod konzumiranja medijskih sadržaja i korištenja društvenih mreža, jačanja kvalitete novinarstva i vjerodostojnog izvještavanja te jačanja medijske pismenosti, krajem 2022. Agencija za elektroničke medije objavila je prvi javni poziv za uspostavu sustava provjere točnosti informacija. Riječ je o mjeri u okviru *Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021. – 2026.* pod nazivom „Uspostava provjere medijskih činjenica i sustava javne objave podataka“, čiji su nositelji Ministarstvo kulture i medija te Agencija za elektroničke medije.

Predmet poziva bila je dodjela bespovratnih sredstava za sufinanciranje aktivnosti povezanih s provedbom projekata za uspostavu sustava provjere točnosti informacija objavljenih u javnom prostoru, medijima i na društvenim mrežama, ulaganjima u jačanje kapaciteta i kompetencija postojećih provjeravatelja informacija (*fact-checkera*), uspostavljanjem novih neovisnih provjeravatelja i uspostavljanjem i jačanjem sustava i procedura provjere informacija (*fact-checking*) u medijskim redakcijama i otpornosti medija na dezinformacije, te poticanjem kvalitetnog i vjerodostojnog novinarstva, kao i poticanjem stvaranja medijskih sadržaja vezanih uz borbu protiv dezinformacija.

Od ukupno 50 prijavitelja u prvom krugu javnog poziva odabrano je 12 dobitnika financijske potpore koji se bave provjerom činjenica (*fact-checking*) te obuhvaćaju različita tematska područja, uključujući medicinu i zdravlje, klimatske promjene, ravnopravnost spolova, turizam, kulturu, energiju, tehnologiju, računarstvo,

vjerske teme, populaciju mladih, javno dobro te informacije vezane uz povijesne, kulturne i društvene teme 19. i 20. stoljeća, sve do Domovinskog rata.

Na drugi javni poziv pristiglo je ukupno 38 projektnih prijava, a za dodjelu bespovratnih sredstava odabrano je ukupno devet prijavljenih projektnih prijedloga. Kako su objavili iz Agencije za elektroničke medije, projekti odabrani u drugom javnom pozivu bave se raznolikim spektrom tema, od ekonomije i gospodarstva, tehnologije, energetike, obrambenih i sigurnosnih pitanja, hrane i prehrambene industrije, manjina, održivog razvoja i klimatskih promjena, mladih i izbora, kao i osnaživanja provjeravatelja točnosti informacija.

» Jedan od odabranih u prvom javnom pozivu je i projekt „Kritička analiza dezinformacija o vjerskim temama“ Hrvatskog katoličkog sveučilišta te njegovih partnera

Ukupno je, u dva javna poziva za dodjelu bespovratnih sredstava za uspostavu sustava provjere točnosti informacija, odabran 21 projekt, kojima je za uspostavu *fact-checking* sustava dodijeljeno ukupno nešto više od 4 milijuna eura. Jedan od odabranih u prvom javnom pozivu jest i projekt „Kritička analiza dezinformacija o vjerskim temama“ Hrvatskog katoličkog sveučilišta te njegovih partnera Hrvatskog katoličkog radija i Hrvatskog društva katoličkih novinara te medijskog profesionalca Ivice Zadre. Ovaj projekt prvi je takve vrste koji se bavi sustavnim provjeravanjem činjenica o vjerskim temama u hrvatskom medijskom prostoru, a više o njemu možete pročitati u ovom posebnom tematskom broju *Kompasa*. ■

Razlikovanje istine od laži postao je složen zadatak

» Sklonost vjerovanju informacijama koje su u skladu s nečijim već postojećim uvjerenjima ključni je čimbenik koji pojačava učinkovitost širenja dezinformiranja.



FOTO: Image by Freepik

Piše: Uredništvo Kompasa

Deinformacije podrazumijevaju namjerno stvaranje i širenje lažnih ili pogrešnih informacija s ciljem manipuliranja javnim mnijenjem. Ovaj obmanjujući sadržaj može imati različite oblike, uključujući izmišljene novinske članke, manipulaciju slikama i videozapisima te strateški osmišljene narative. Dezinformacije se nerijetko šire munjevitom brzinom preko društvenih mreža, digitalnih platformi i tradicionalnih medijskih kanala, a razlikovanje istine od laži postao je složen zadatak.

Moć i izazovi prepoznavanja

Jedan od primarnih izazova koje nameću dezinformacije njihova je sposobnost iskorištavanja ranjivosti ljudske spoznaje. Sklonost vjerovanju informacijama koje su u skladu s nečijim već postojećim uvjerenjima ključni je čimbenik koji pojačava učinkovitost širenja dezinformiranja. Društvene mreže, sa svojim algoritmima dizajniranim za jačanje postojećih perspektiva korisnika, mogu nenamjerno postati plodno tlo za brzo širenje lažnih narativa.

Mnogi su zlonamjernici prepoznali moć dezinformacija kao alata za oblikovanje javnog mnijenja i utjecaja na geopolitička događanja. Izbori, javnozdravstvene krize i društveni pokreti među kritičnim su područjima na koje se cilja kampanjama dezinformiranja, što dodatno komplicira ionako izazovno područje razmjene informacija.

Posljedice neprovjerenih dezinformacija značajne su. Narušavaju povjerenje u institucije, siju razdor unutar društava i potkopavaju temelje demokracije. Borba protiv dezinformacija zahtijeva višestruki pristup, koji uključuje obrazovanje o medijskoj pismenosti, odgovorne novinarske prakse i tehnološke intervencije za prepoznavanje i ublažavanje širenja lažnih informacija.

Kako tehnologija napreduje, mora se razvijati i borba protiv dezinformacija.



FOTO: Image by Freepik

macija. Inicijative za provjeru činjenica, transparentni algoritmi i međunarodna suradnja ključni su elementi u stalnim naporima da se obuzda utjecaj dezinformacija. Pojedinci također snose odgovornost za kritičku procjenu informacija, istraživanje više različitih izvora i odupiranje mogućoj privlačnosti senzacionalističkog ili emocionalno nabijenog sadržaja.

Inverzija stvarnosti

Koncept dezinformacija ima nevjerojatnu sličnost s prikazom propagande i manipulacije istinom Georgea Orwella u njegovu kultnom romanu „1984.“ Orwellova distopijska vizija totalitarnog režima u „1984.“ istražuje načine na koje oni na vlasti kontroliraju i manipuliraju informacijama kako bi održali autoritet i potisnuli neslaganje. Paralele između dezinformacija i Orwellovih ideja odražavaju relevantnost njegovih uvida u manipulaciju stvarnošću.

U „1984.“ vladajuća stranka predvođena Big Brotherom, zapošljava Ministarstvo istine za iskrivljavanje

povijesnih zapisa, mijenjanje činjenica i širenje propagande koja služi njezinu političkom programu. Izraz „novogovor“ uveden je kako bi se opisao jezik kojim se manipulira kako bi se ograničila sloboda mišljenja uklanjanjem riječi koje bi mogle izraziti buntovničke ili subverzivne ideje. Ova manipulacija jezikom u skladu je s varljivom prirodom dezinformacija, u kojima se namjerno širenje lažnih ili pogrešnih informacija koristi kao alat za kontrolu narativa i oblikovanje javnog mnijenja.

Slogan Ministarstva istine „Rat je mir, sloboda je ropstvo, neznanje je snaga“ utjelovljuje namjernu upotrebu jezika za zamagljivanje, iskrivlja-

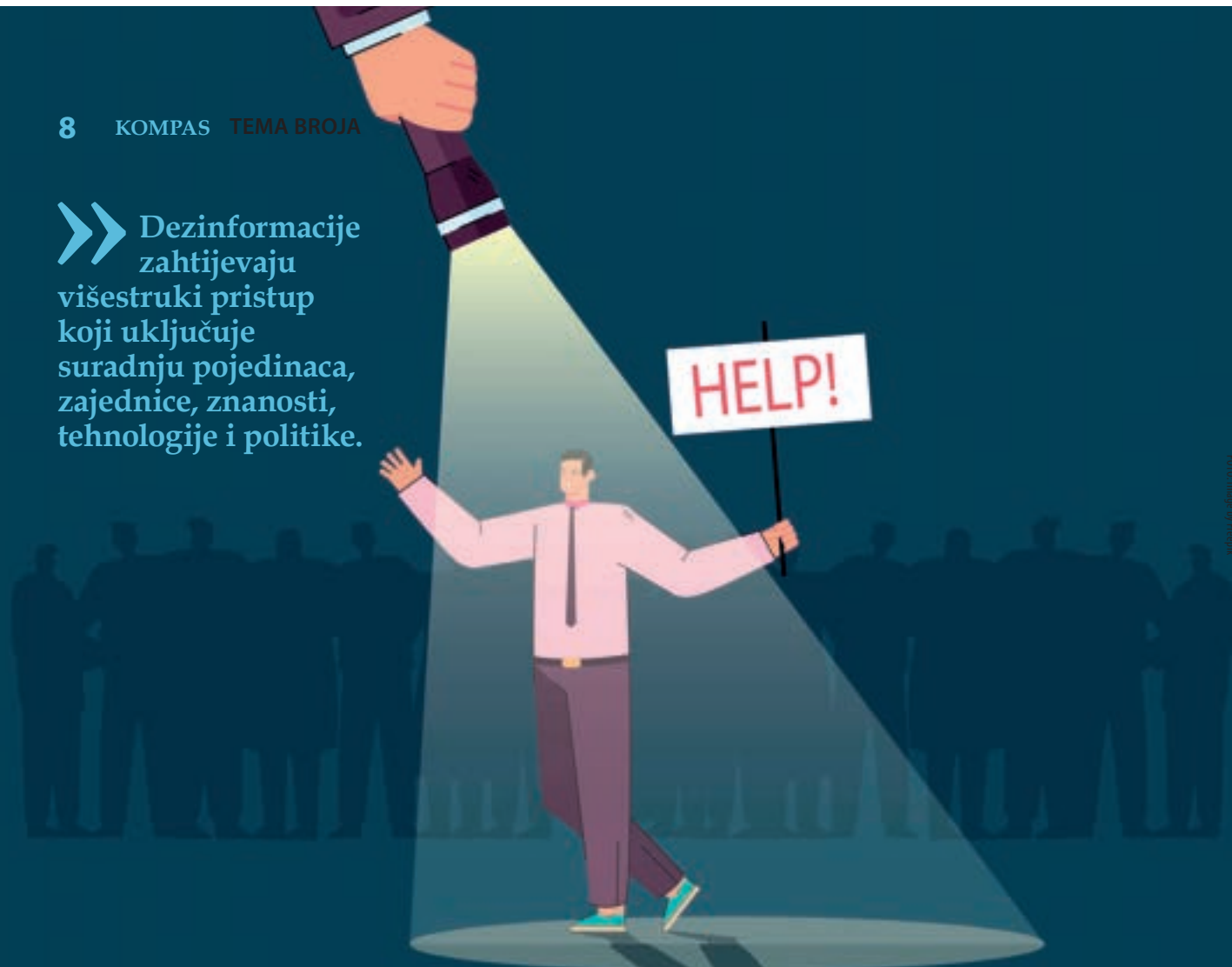
» **Mnogi su zlonamjernici prepoznali moć dezinformacija kao alata za oblikovanje javnog mnijenja i utjecaja na geopolitička događanja.**

vanje ili izvrtanje značenja riječi. Slično tome, dezinformacija često uključuje inverziju stvarnosti, pa se neistinite predstavljaju kao istine, a granica između činjenica i fikcije postaje sve nejasnija.

Orwellovo upozorenje o potencijalnoj zlorabi tehnologije za nadzor i kontrolu ima odjeka u digitalnom dobu u kojemu se dezinformacije mogu brzo širiti preko društvenih mreža. Manipulacija informacijama i stvaranje različitih stvarnosti u skladu je s Orwellovim upozoravajućim pričama o opasnostima nekontrolirane moći i erozije istine.

Važnost kritičkog mišljenja, medijske pismenosti i potrage za objektivnom istinom pojavljuje se kao zajednička tema, pozivajući pojedince da ostanu na oprezu protiv podmuklog utjecaja dezinformacija i propagande. Dok se krećemo kroz složenost informacija u modernom dobu, Orwelovi uvidi i koncept dezinformacije služe kao dirljivi podsjetnici na stalnu borbu za očuvanje integriteta istine u suočavanju s manipulativnim taktikama. ■

» Dezinformacije
zahtijevaju
višestruki pristup
koji uključuje
suradnju pojedinaca,
zajednice, znanosti,
tehnologije i politike.



Neka moguća rješenja

Dezinformacije zahtijevaju višestruki pristup koji uključuje suradnju pojedinaca, zajednice, znanosti, tehnologije i politike. Na temelju različitih izvještaja i smjernica raznih stručnjaka donosimo pregled mogućih rješenja za suzbijanje njihova širenja i lakše prepoznavanje.

Obrazovanje za medijsku pismenost: Promicati programe medijske pismenosti u školama i zajednicama kako bi pomogli pojedincima da kritički procijene izvore informacija i identificiraju dezinformacije.

Podučavanje vještinama digitalne pismenosti, uključujući provjeru činjenica i prepoznavanje pristranosti, kako bi poboljšali sposobnost javnosti da se snalazi u informacijama na internetu.

Provjera činjenica i njihova potvrda: Podržavanje i promoviranje organizacija za provjeru činjenica koje rade na provjeri informacija i razotkrivanju lažnih tvrdnji.

Poticanje platformi društvenih mreža da integriraju alate za provjeru činjenica i da korisnicima pruže lako dostupne informacije o točnosti sadržaja.

Transparentnost i odgovornost: Poticanje transparentnosti u digitalnim platformama i algoritmima društvenih mreža, čineći jasnijim kako se informacije šire i kako im se daje prioritet.

Suradnja između tehnoloških tvrtki: Olakšati suradnju između tehnoloških tvrtki za razmjenu informacija o kampanjama dezinformiranja i koordinaciju napora za njihovo suzbijanje.

Algoritamska intervencija: Razvijanje i implementiranje algoritama koji identificiraju i ograničavaju širenje dezinformacija, istovremeno pazeći na potencijalnu pristranost i štiteći slobodu govora.

Građanski angažman: Poticanje aktivnog građanskog sudjelovanja i angažmana kako bi se razvio osjećaj odgovornosti među pojedincima za dijeljenje točnih informacija.

Promicanje rasprava i događaja u zajednici koji su usredotočeni na kritičko razmišljanje i otvoreni dijalog.

Državni propisi: Provođenje propisa koji se odnose na širenje dezinformacija bez kršenja prava na slobodu govora.

Medijska etika i odgovornost: Promicanje odgovornog novinarstva i medijske prakse, potičući medijske kuće da se pridržavaju etičkih standarda u izvještavanju.

Podržavanje medijskih organizacija koje daju prednost točnosti i odgovornosti.

Međunarodna suradnja: Poticanje međunarodne suradnje u rješavanju prekograničnih kampanja dezinformiranja i razmjenjivanje najboljih praksi u borbi protiv dezinformacija.

Važno je napomenuti da ne postoji jedinstveno rješenje, a stručnjaci se slažu da bi kombinacija ovih pristupa mogla biti učinkovita. Osim toga, kontinuirano istraživanje i prilagodba novim izazovima u informacijskom dobu ključni su za držanje koraka ispred novih problema povezanih s dezinformacijama, koji nas možda tek čekaju.

U najkraćim crtama...

Projekt koji provodimo sastoji se od brojnih zanimljivih aktivnosti, edukacija i susreta na kojima promišljamo o načinima borbe protiv dezinformacija. Kratko spominjemo neke...

Priredilo uredništvo Kompasa



FOTO: Hrvatska katolička mreža

Edukativni susreti za novinare

U sjedištu Hrvatske biskupske konferencije 6. studenoga 2023. i 26. siječnja 2024. održana su dva edukativna susreta sudionika projekta „Kritička analiza dezinformacija o vjerskim temama“. Na prvom je voditeljica projekta doc. dr. sc. Lana Ciboci Perša predstavila projektne aktivnosti i stavila poseban naglasak na razvijanje kritičkog razmišljanja kod mladih, dok je doc. dr. sc. Suzana Peran govorila o dezinformacijama o vjerskim temama i o ulozi katoličkih medija u borbi protiv takvih sadržaja. Na drugom edukativnom susretu docentica Peran održala je izlaganje o istraživačkom novinarstvu i dezinformacijama, a dr. sc. Ivan Uldrijan o vrstama i oblicima dezinformacija, s posebnim osvrtom na manipulacije u vizualnim sadržajima.

S maturantima o stvarnim posljedicama lažnih vijesti

Jedna su od aktivnosti u sklopu projekta „Kritička analiza dezinformacija o vjerskim temama“ i edukacije za maturante. Nastavnici Sveučilišnoga odjela za komunikologiju od studenoga 2023. do veljače 2024. posjetili su:

- Salezijansku klasičnu gimnaziju s pravom javnosti u Rijeci
- Katoličku klasičnu gimnaziju s pravom javnosti u Virovitici
- Katoličku gimnaziju s pravom javnosti u Požegi
- Klasičnu gimnaziju fra Marijana Lanosovića s pravom javnosti u Slavonskom Brodu
- Klasičnu gimnaziju Ivana Pavla II. s pravom javnosti u Zadru
- Isusovačku klasičnu gimnaziju s pravom javnosti u Osijeku
- Franjevačku klasičnu gimnaziju s pravom javnosti u Sinju
- Nadbiskupsku klasičnu gimnaziju „Don Frane Bulić“ s pravom javnosti u Splitu
- Biskupijsku klasičnu gimnaziju Ruđera Boškovića s pravom javnosti u Dubrovniku
- Nadbiskupsku klasičnu gimnaziju s pravom javnosti u Zagrebu i
- Žensku opću gimnaziju Družbe sestara milosrdnica s pravom javnosti u Zagrebu.

Svim završnim razredima u navedenim gimnazijama održano je izlaganje „Dezinformacije – od lažnih vijesti do stvarnih posljedica“. Maturante se upoznalo s različitim informacijskim poremećajima (pogrešne/netočne informacije, zlonamjerne informacije i i dezinformacije) te obilježjima dezinformacija, *deepfake* tehnologije, *cheapfake* tehnologije i *clickbaitova*. ■



FOTO: Anela Maric

VODITELJICA PROJEKTA „KRITIČKA ANALIZA DEZINFORMACIJA O VJERSKIM TEMAMA“ DOC. DR. SC. LANA CIBOCI PERŠA

»Možemo se koristiti s jako puno alata, ali uvijek će točka na i biti čovjek«

Razgovarala: Veronika Karlović

Uvremenu kada smo svakodnevno bombardirani informacijama, nerijetko se dogodi da se neke od njih ispostave lažnima. Zbog toga su važni projekti koji se bave problemom dezinformacija i za cilj imaju osvijestiti publiku te ih educirati i olakšati im kritičko prosuđivanje raznih informacija. Jedan je od takvih projekata i „Kritička analiza dezinformacija o vjerskim temama“, a više o njemu reći će nam njegova voditeljica sa Sveučilišnog odjela za komunikologiju Hrvatskog katoličkog sveučilišta doc. dr. sc. Lana Ciboci Perša.

Neznanjem do dezinformacija

Kako je došlo do ideje i koja je motivacija iza ovog projekta, inače prvoga takve vrste koji se

bavi sustavnim provjeravanjem činjenica o vjerskim temama u hrvatskom medijskom prostoru?

Sveučilišni odjel za komunikologiju HKS-a od svog se osnutka bavi analizom odnosa Crkve i medija i kada se raspisao javni poziv za prijavu projekata provjere činjenica u medijskom prostoru, bilo je logično da ćemo se mi baviti upravo vjerskim temama, s tim da smo mi suzili tu temu i naglasak stavili na teme

iz područja katoličke vjeroispovijesti. Primarni nam je cilj kroz projekt istražiti i uvidjeti koliko zaista ima tih dezinformacija u hrvatskom medijskom prostoru. Moram priznati da se dosadašnjom analizom ispostavilo da ih ima čak i manje nego što smo pretpostavili. Dezinformacije u našem medijskom prostoru najčešće proizlaze iz neznanja o nekim vjerskim temama, pa se određeni događaji i osobe prikazuju i predstavljaju na pogrešan način, a to proizlazi iz neznanja novinara, odnosno osobe koja piše određeni tekst.

Rekli ste da analiziranje traje. Koje se metode pritom koriste i što zapravo očekujete postići takvom analizom?

Cijeli Sveučilišni odjel za komunikologiju trenutačno provodi istraživanje digitalnog medijskog prostora u zadnje dvije godine. Imamo na tisuće i tisuće članaka s različitih portala koje pokušavamo suziti prema određenim kriterijima, kako bismo došli do određenog broja dezinformacija koje bi nam pomogle da izradimo softver koji će pomagati prosječnom čitatelju. Ubacila bi se određena vijest unutar tog alata i taj bi alat otkrio postoji li određena vjerojatnost, sad ćemo vidjeti do koje ćemo vjerojatnosti uspjeti doći, da je vijest neistinita. Trebao bi moći točno naglasiti elemente koji bi mogli pokazivati tu neistinu. Ključan preduvjet da bismo do toga došli jest da dođemo do dovoljnog broja dezinformacija u medijima. Projekt je tek krenuo i čeka nas još jako dugačak posao do kraja ove kalendarske godine.

Potrebno je umrežavanje

S obzirom na to da dezinformacije često imaju politički kontekst, koje mjere poduzimate da biste osigurali nepristranost i zaštitu od političkog utjecaja u cijelom procesu provjere medijskih činjenica?

Mi istražujemo isključivo vjerske teme. Analiziramo koliko je neka vijest neistinita. U tom kontekstu sam politički utjecaj na našu analizu ne postoji. Ono što se definitivno može tvrditi jest da politika ima određeni utjecaj na pojavu određenih informacija u medijima koje se mogu pokazati neistinitima.

Svi smo mi kroz povijest nažalost svjedočili velikom broju informaci-

ja u medijima koje su bile u političkom kontekstu, a koje su bile neistinite. Jednoj su političkoj opciji išle u korist, a drugoj političkoj opciji na štetu. Upravo je to ono na što mislim da će se drugi projekti – koji idu paralelno s našim – usmjeriti, naročito u kontekstu iduće dvije godine kada u Hrvatskoj imamo praktički sve izbore. Pokušat će publiku osvijestiti koliko je važno na adekvatan i pravilan način pratiti medije i informirati se kroz različite izvore. I to kroz različite izvore koji ne dolaze iz iste medijske kuće, jer je onda logično da će zastupati istu ideološku stranu.

Spomenuli ste druge projekte. Na koji se način osigurala razmjena informacija i suradnja između njih?

Moram priznati, meni je to osobno žao, da suradnje zapravo nema osim na ovoj osobnoj razini. Ako poznajemo osobe koje rade na drugim projek-

tima, onda zovemo da vidimo kako oni nešto provode, dobijemo možda i neke dodatne ideje. U sklopu cijelog natječaja predviđeno je da će rezultati svih projekata koji su prošli biti objavljeni na jednoj zajedničkoj platformi. Tu platformu Agencija za elektroničke medije tek treba pokrenuti. Tako da, u ovom trenutku, još uvijek nemamo informaciju kako će to točno izgledati. Mislim da bi nam jako koristilo da imamo češće susrete s voditeljima drugih projekata, članovima drugih projekata. Za sada smo se susreli samo jedanput na provedbenoj radionici na kojoj smo dogovarali da bismo mogli organizirati zajedničke okrugle stolove, barem pred kraj cijelog ciklusa da vidimo do kakvih smo rezultata svi došli. Ipak radimo istu stvar samo što analiziramo teme unutar različitih područja. Bila bi šteta da svatko radi za sebe umjesto da se na neki način umrežavamo.

Inozemna iskustva

Nastavno na to, razmatra li se suradnja s nekim međunarodnim organizacijama ili s nekim drugim sličnim projektima izvan Hrvatske?

Naši članovi sa Sveučilišnog odjela za komunikologiju bili su u inozemstvu. Išli smo u Španjolsku, u Madrid, i u Dansku, u Kopenhagen. U Španjolskoj smo posjetili njihovu *fact-checking* organizaciju *Maldita.es* i njihovu medijsku kuću *Efe Verifica*, koje su nas svaka na svoj način, educirale o tome kako oni provjeravaju činjenice unutar medijskog prostora i koji su to alati koje oni koriste. Ono što je bilo zanimljivo, a to su nam kasnije potvrdili i stručnjaci iz *fact-checking* organizacije *Tjekdet* u Danskoj, da se možemo koristiti s jako puno alata, ali uvijek će ona zadnja točka na i biti čovjek. Nije dan alat neće moći zamijeniti čovjeka koji mora na kraju provjeriti sve informacije, čak i ako ih je alat već provjerio. Ne možemo biti sigurni da je alat provjerio u potpunosti točno i to je ono što je nama na neki način vratilo nadu. Da će uvijek biti potrebni ljudi koji će na tome raditi. Tehnologija nikada neće moći, u kontekstu kritičkog promišljanja, zamijeniti svakog od nas. I to je ono što je važno i na što stavljam veliki naglasak u projektu, a to je edukacija medijskih korisnika: da ih se što je više moguće potiče na to kritičko promišljanje o medijima i me-



FOTO: Aneta Matić

» Cijeli Sveučilišni odjel za komunikologiju trenutačno provodi istraživanje digitalnog medijskog prostora u zadnje dvije godine.

dijskim sadržajima. Zato kroz projekt provodimo edukacije među maturantima u katoličkim srednjim školama u Hrvatskoj, na kojima im pokušavamo skrenuti pozornost koliko je važno pravilno iščitavati medijske sadržaje. Osobito njima koji se praktički najviše informiraju kroz društvene mreže i jednostavno ne razmišljaju o tome da i ti kratki videozapisi na *TikToku* sadrže jako puno dezinformacija. A njima su oni postali praktički glavno sredstvo informiranja.

Komu građani više vjeruju?

Vezano za publiku, planira li se provesti analiza javnog mnijenja?

Krajem siječnja, početkom veljače provodi se istraživanje na reprezentativnom uzorku punoljetnih građana. Ono što ćemo ispitivati jest kojim medijima hrvatski građani vjeruju više, svjetovnim ili vjerskim, kada su u pitanju vjerske teme. Analizirat ćemo koliko su sposobni prepoznati dezinformacije o vjerskim temama, ali ono što nas jako zanima jest i koje dezinformacije iz područja vjerskih tema pamte. Tako ćemo vidjeti koliko su uopće upoznati s nekim velikim dezinformacijama koje su se pojavljivale. Mislim da je primjer koji se najčešće pojavljuje onaj o navodnoj podršci pape Franje Donaldu Trumpu za vrijeme izbora 2016. što nije bila istina. Pa ćemo vidjeti koliko publika uopće zna te stvari.

Glas istine i edukativni sadržaji

Hoće li onda u sklopu cijelog projekta biti organizirane i neke edukacije za širu publiku?

Širu publiku educiramo kroz tekstove koje objavljujemo u sklopu naše glavne rubrike *Glas istine* koja je dostupna na stranici Hrvatske katoličke mreže. Na toj se stranici nalaze tri glavne rubrike. Prvu rubriku radi sam Hrvatski katolički radio koji provjerava aktualne činjenice iz medijskog prostora koje se tiču vjerskih tema. Drugu rade članovi Hrvatskog društva katoličkih novinara koji prate sve aktivnosti u projektu i pišu publicističke tekstove o dezinformacijama. I treću rubriku, stručnim tekstovima prilagođenim široj publici, popunjavaju nastavnici sa Sveučilišnog odjela

Dezinformacije u našem medijskom prostoru najčešće proizlaze iz neznanja o nekim vjerskim temama, pa se određeni događaji i osobe prikazuju i predstavljaju na pogrešan način.

za komunikologiju HKS-a. Tijekom cijelog projekta obrađivat ćemo različite teme o dezinformacijama i tako educirati širu publiku. To je onda i način da se osigura da projekt i njegovi rezultati dopru do šire javnosti.

Što se tiče naših prostora, mislite li da će se moći postići otvorena medijska suradnja i s drugim medijskim kućama, osim dakako suradnje s Hrvatskim katoličkim radijem?

Mi bismo to voljeli. Svakako bismo voljeli uključiti i javni medijski servis, dakle Hrvatski radio i Hrvatsku televiziju koji imaju različite emisije vjerskog karaktera u kojima obrađuju vjerske teme. Smatramo da bi oni, s obzirom na publiku koju imaju, svakako trebali educirati javnost, pa tako i o rezultatima našeg istraživanja. Publiku koja prati njihove emisije mogu osvijestiti o problemu dezinformacija i tome da ne treba baš vjerovati apsolutno svemu što se pročita u medijskom prostoru. Tako da se nadamo da ćemo tu suradnju do kraja projekta svakako proširiti.

Kako na kraju planirate mjeriti uspjeh projekta i koje ključne pokazatelje namjeravate pratiti da biste mogli ocijeniti njegovu učinkovitost?

Bitno nam je da sve što smo projektom predvidjeli na kraju i ostvarimo. Nakon što provedemo istraživanje hrvatskog digitalnog medijskog prostora, zaista se nadam da ćemo na kraju uspjeti doći do alata koji će ipak u značajnoj mjeri stvarno moći prepoznati

Nijedan alat neće moći zamijeniti čovjeka koji mora na kraju provjeriti sve informacije, čak i ako ih je alat već provjerio.

određenu dezinformaciju. To je nešto što uopće još ne postoji na tržištu, a svi pokušavaju izraditi. Mi smo usredotočeni isključivo na vjerske teme. Ono što me osobito raduje jest da pokrećemo predmet na studiju komunikologije koji će se baviti medijima i dezinformacijama te da ćemo prvi u Hrvatskoj objaviti sveučilišni udžbenik o toj temi. To je nešto što će zasigurno ostati za sve buduće generacije. Radujemo se i što studenti posvećuju dva broja studentskog časopisa *Kompas* upravo temi dezinformacija. Plan nam je da te brojeve časopisa distribuiramo na sve novinarske fakultete u Hrvatskoj, da tako proširimo i broj i publiku koja će ih čitati, da ne ostane sve samo na Hrvatskom katoličkom sveučilištu. Najvažnije od svega nam je, i nadamo se da ćemo to uspjeti u ovih godinu i pol, da samo malo više educiramo publiku, da im otvorimo oči da uvijek moraju provjeravati informacije iz više izvora. Svakome od nas događaju se pogreške i to je nešto što kroz ovaj projekt pokušavamo osvijestiti i iskreno se nadam da ćemo u tome uspjeti. Ako uspijemo, mislim da će to biti najveći pokazatelj uspješnosti projekta.

Koji su planirani koraci nakon završetka projekta?

U planu nam je nastaviti i dalje raditi analize, zato što smo dobili stvarno bogati digitalni medijski prostor, tako da ćemo sigurno nastaviti i dalje provoditi istraživanje u kontekstu Crkve i medija, dezinformacija i mimo ovog projekta. Hrvatski katolički radio, odnosno Hrvatska katolička mreža, i dalje će voditi rubriku *Glas istine* i provjeravati dezinformacije, i objavljujati sadržaje. Tako da će projekt nastaviti živjeti i nakon završetka. Tu će biti taj sveučilišni udžbenik, bit će predmet koji će se provoditi...

Imate li neku poruku za kraj?

Poruka za kraj je, stalno to nekako naglašavam, da kritičko promišljanje postaje sve bitnije. Neovisno o tome ima li netko 5, 10, 20 ili 50 godina, mislim da je važno da bude svjestan koliko je važno adekvatno se i pravilno informirati posredstvom medija, a to prije svega podrazumijeva informiranje iz različitih izvora. I ona glavna poruka bila bi: Nemojte nasjedati na sve medijske mamilice i manipulacije koje bi kroz sadržaj različitog oblika mogle do vas doći. ■



Što studenti HKS-a misle o dezinformacijama?

Istražila: Laura Lazić

Pitali smo studente Hrvatskog katoličkog sveučilišta koliko se često susreću s dezinformacijama. Anonimnu je anketu ispunilo 215 studenata. Najviše je odgovora pristiglo od studenata prve godine diplomskog studija, a najmanje od studenata treće godine prijediplomskog studija. Ali moglo bi se reći da su manje-više podjednako odgovorili studenti svih godina.

Društvene mreže na prvome mjestu

Studenti su u anketi izjavili da se najčešće informiraju na društvenim mrežama (njih gotovo polovica), za

što bi se moglo reći da je očekivano s obzirom na dobnu skupinu. Oko četvrtina njih informira se čitanjem internetskih portala, a većinu ispitanika informiraju ljudi koji ih okružuju – prijatelji, roditelji, profesori i sl. Samo 15 % informira se gledajući televiziju, dok radio sluša njih petero, tiskovine čita četvero ispitanika, a troje stude-

» **Ako se 90 % studenata o nekoj temi informira iz dva ili tri izvora, kako je moguće da samo njih 29 % provjeri informaciju više od jednom prije no što ju proslijedi prijateljima?**

nata napisalo je da se informira na neke druge načine.

Provjeravaju li prije dijeljenja?

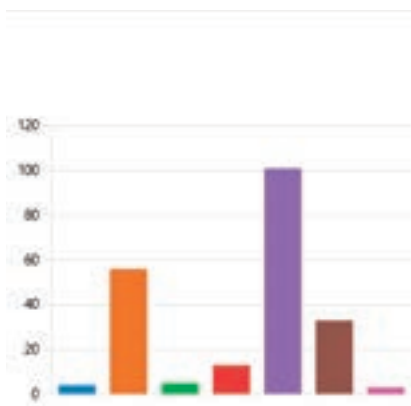
Na pitanje iz koliko se izvora najčešće informiraju o određenoj temi, čak 48 % studenata odgovorilo je da se informira iz triju ili više izvora. Iz dvaju izvora informira se njih 42 %, a 10 % ih se informira iz jednog izvora.

Međutim, na sljedećem se pitanju otkrila prava istina. Jer, ako se 90 % studenata o nekoj temi informira iz dvaju ili triju izvora, kako je moguće da samo njih 29 % provjeri informaciju više od jednom prije no što ju proslijedi prijateljima? Na pitanje koliko puta provjere vijest u različitim



Koju godinu studija pohađaš?

■ prvu	48
■ drugu.....	41
■ treću.....	31
■ četvrtu.....	54
■ petu.....	41



Na koji se način najčešće informiraš?

■ čitanjem tiskovina:.....	4
■ praćenjem novosti na portalima:.....	56
■ slušanjem radija:.....	5
■ gledanjem televizije:.....	13
■ praćenjem novosti na društvenim mrežama:.....	101
■ informiraju me ljudi oko mene:.....	33
■ ostalo:.....	3



U svijetu medija svakodnevno smo izloženi velikom broju različitih vijesti i tema. Iz koliko se izvora najčešće informiraš o nekoj temi?

■ jednog:.....	21
■ dva:.....	90
■ tri ili više:.....	104

izvorima prije nego ju prosljede prijateljima 50 % njih reklo je da ju provjeri jednom, a 22 % ih ne provjeri ni jednom. U svakom slučaju, možemo zaključiti da studenti ipak ne provjeravaju previše informacije koje saznaju, ali barem znaju, teorijski, da je bolje provjeriti više puta.

Povjerovali u lažnu vijest

Većina anketiranih studenata izjavilo je da im se dogodilo da su povjerovali u neku vijest za koju se potom ispostavilo da nije istinita (42 %) ili da nisu sigurni (45 %). Samo njih 13 % tvrdilo je da im se to nikada nije dogodilo. Uglavnom su odgovarali da su povjerovali u lažnu fotografiju pape Franje u skupocjenoj jakni, ali i u brojne lažne informacije o smrti slavnih osoba i općenito laži o životima poznatih, poput trudnoće poznatih pjevačica. Spomenuli su i lažne informacije vezane uz aktualne ratne sukobe, kao i razne šale i parodije te općenito lažne vijesti.

Nekoliko je studenata izjavilo da su povjerovali u vijest da ljudi pojedju ne-

» Premda u ovom malom istraživanju ne možemo zaključivati u koliko su mjeri studenti zaista upoznati s različitim vrstama dezinformacije te koliko su medijski pismeni, ipak se daju izvući neki zaključci.

koliko buba tijekom spavanja. Također su naveli da su povjerovali u aferu s kiselinom u bocicama popularnog gaziranog pića i vode te u vijesti vezane za koronavirus, o čemu bi se ipak trebalo raspraviti jesu li to bile lažne ili istinite vijesti.

Znaju li što je deepfake?

Čak 41 % studenata nije sigurno jesu li se ikada susreli s fotografijama i/ili videozapisima kreiranim uz pomoć deepfake tehnologije. Ovdje je vjerojatnije riječ o tome da jed-

nostavno ne znaju što je to deepfake, nego da tvrde da nisu sigurni jesu li se s time susreli. To potvrđuju brojni kratki odgovori na pitanje u kojemu su studenti trebali napisati u kojem se području, po njihovom mišljenju, najviše koristi deepfake tehnologija. Oko petine odgovora bili su „ne znam“, „nisam upoznat/a s tim terminom“ ili jednostavno „-“.

Ipak je dobar dio ispitanih studenata izjavio da se susreo s deepfake sadržajem – njih 48 %. Samo 13 % studenata nije se susrelo s takvim sadržajem, što bi opet moglo značiti i da ne znaju točno što je to.

Anketa je zaključena pitanjem na koje su studenti trebali odgovoriti u kojem se području, po njihovu mišljenju, najviše koristi deepfake tehnologija. Osim već spomenutih odgovora „ne znam“ i sl. studenti su odgovorili da se koristi u novinarstvu, za manipulaciju, u politici, ratovima i krikima, u religiji, u filmskoj industriji i šoubiznisu, kozmetičkoj industriji i sl. Rekli su i da se koriste na društvenim mrežama, da se njome koriste influenceri te da se koristi da bi se nekoga ocrnilo. Neki su pod „po-



Važne vijesti često želimo brzo podijeliti s prijateljima. Koliko puta najčešće provjeriš vijest u različitim izvorima prije nego ju podijeliš s drugima?

■ ni jednom:.....	48
■ jednom:	108
■ više od jednom:.....	59



U današnjem svijetu često smo izloženi raznim oblicima dezinformacija i lažnih vijesti, ali i fotografijama i videozapisima događaja koji se nikada nisu dogodili. Je li ti se ikada dogodilo da si povjerovao/povjerovala u neki oblik vijesti ili informacije za koju se kasnije ispostavilo da nije istinita?

■ da:	90
■ ne:.....	29
■ nisam siguran/sigurna:	96



Jesi li se ikad susreo/susrela s fotografijama i/ili videozapisima kreiranim uz pomoć *deepfake* tehnologije?

■ da:	98
■ ne:.....	29
■ nisam siguran/sigurna:	88

druže" shvatili geografsko područje, pa su tako rekli da se najviše koristi u SAD-u, te u totalitarnim režimima. Nekolicina njih napisala je i da se najviše koristi u pornografiji. Jedan je student izjavio da se najviše koristi kako bi se ocrnilo Katoličku Crkvu.

Premda u ovom malom istraživanju ne možemo zaključivati u kojoj su mjeri studenti zaista upoznati s različitim vrstama dezinformacije te koliko su medijski pismeni, ipak se daju izvući neki zaključci. Čudno je, ili možda čak zabrinjavajuće, da – premda se većina studenata najčešće informira na društvenim mrežama i portalima (ili barem tako kažu) – značajan dio njih ne zna što je to *deepfake*. Također je poražavajuća činjenica da vrlo mali broj ljudi provjeri nekoliko puta informaciju prije nego što ju podijeli s prijateljima, a poznato je da se dezinformacije upravo na taj način vrlo brzo šire i time postaju opasnije. Premda se ponekad može pomisliti da se često govori o medijskoj pismenosti, izgleda da bi se ipak trebalo o nekim aspektima dezinformacija govoriti više. Osobito na sveučilišnoj razini. ■





Madrid, srce Španjolske

**Putopisali i fotografirali:
Članovi projekta KAT**

Kad nekome kažete da idete u Španjolsku, taj netko obično zamisli Barcelonu ili Andaluziju, sanjariju i *flamenco*. Madrid se teško može uklopiti u te tipične asocijacije, no glavni grad u sebi krije istinsko srce Španjolske. Pravog stanovnika Madrida nećete vidjeti kako petkom ide na *flamenco* jer su takve aktivnosti rezervirane za turiste, ali mu zato vikend neće proći bez piva i *tapasa* s prijateljima.

Mi smo Madrid posjetili sredinom studenog kako bismo se susreli s kole-

gama u *fact-checking* organizaciji Maldita.es i medijskoj kući EFE Verifica. Iako je bila kasna jesen, vrijeme je više odgovaralo proljeću.

Madrid je grad koji spaja bogatu povijest s modernom svakodnevnicom, a za istinsko uživanje u njemu treba puno više od nekoliko dana. Tu dolazimo do one vječne dileme svakog istinskog putnika: hoćemo li obići sve što u turističkim vodičima piše da moramo vidjeti ili ćemo se prepustiti i dopustiti da nas grad iznenadi? Svatko se na kraju odlučio za svoj stil razgledavanja i doživljavanja, usklađujući svoj puls s ritmom španjolske prijestolnice.

Šetnju započinjemo na *Puerta del Sol* (Vrata Sunca), užurbanom središnjem trgu na kojem se brojni turisti fotografiraju pored statue *El Oso y El Madroño* (Medvjed i planika), koja utjelovljuje grb Madrida.

Budući da kraljevska obitelj ne živi u Kraljevskoj palači, nego ju koristi za službena događanja i primanja, ona se može posjetiti kao muzej. Raskošni interijeri prikazuju izložbu umjetnosti i antikviteta, a iza palače nalaze se vrtovi *Sabatini* koji nude lijep pogled na palaču i panoramski pogled na grad, otkrivajući horizont ukrašen tornjevima i modernim neboderima.



Odmah uz Kraljevsku palaču nalazi se katedrala *La Almudena*, koja je u usporedbi s drugim španjolskim katedralama i crkvama, prilično minimalistički uređena.

Nijedno istraživanje Madrida ne bi bilo potpuno bez posjeta svjetski poznatom muzeju *Prado*. Dom opsežne zbirke remek-djela umjetnika kao što su Velázquez, Goya i El Greco, raj je za ljubitelje umjetnosti.

Zalazeći u labirint uskih uličica, prolazimo pored starih zgrada i brojnih barova iz kojih dopiru zvukovi živahnih razgovora. Nude se španjolske delicije: razne vrste *tapasa*, morski plodovi, slastice, španjolska vina... Iako se neki restorani naizgled čine zapuštenima i s prejakim neonskim svjetlima, domaći nas stanovnici uvjeravaju da se u njima najbolje jede. Po podu zna biti korištenih salveta i ljski kikirikija, ali to je samo zato što su Španjolci opušteni i nepretenciozni.

Nezaobilazna je postaja i park *El Retiro*. Kažu da je najljepši ujesen, a toliko je velik da se u njemu može provesti čitav dan. Moguće je unajmiti i brodić pa se provozati jezerom. U parku se nalazi i Kristalna palača koja je ujedno i izložbeni prostor Muzeja kraljice Sofije pa se ondje mogu besplatno pogledati zanimljive izložbe. Stanovnici Madrida u njemu vole provoditi vrijeme tako da ćete ih nerijetko susresti kako se druže, šetaju ili trče.

Ljubiteljima nogometa preporučujemo obilazak stadiona *Santiago Bernabéu*, a svima da prije polaska nauče nekoliko osnovnih fraza na španjolskom. Ne zato jer se bez španjolskog ne biste snašli, nipošto, nego zato da već u Hrvatskoj postanete *madrileños*. ¡Buen viaje! ■



Kopenhagen – malo sunca, puno bicikala i *hygge*

Putopisali i fotografirali:
Članovi projekta KAT

Projekt nas je odveo i na sjever Europe, u Kopenhagen, kako bismo se upoznali s načinom na koji rade naše kolege u *fact-checking* organizaciji **Tjekdet**. Glavni grad Danske nerijetko se nalazi na listama najpoželjnijih gradova za život, a za Dance se kaže da su najsretniji ljudi na svijetu. I HRT-ova novinarka Martina Validžić upravo je Kopenhagen odabrala za početak snimanja svog serijala „Sretni gradovi“, koji smo jesenas mogli pratiti na malim ekranima.

Što je u Kopenhagenu tako posebno? Pristup kvalitetnom obrazovanju bez školarine, uređeno javno zdravstvo, niske stope kriminala i korupcije? Usudimo se reći da ova živahna prijestolnica Danske

u sebi objedinjuje skandinavski šarm, bogatu povijest i *hygge* – uživanje u sitnim životnim zadovoljstvima. To podrazumijeva jednostavno uređene životne prostore, nasmijane ljude koji s prijateljima provode slobodno vrijeme te puno vedrine i smisla za humor, unatoč niskim temperaturama, vjetru i manjku sunca.

Kopenhagen je lučki grad, isprijecan mnoštvom kanala. Spaja tradicionalnu i modernu arhitekturu. Besprije-korno je uređen i ugodan za vožnju brodom ili šetnju. Posebno je lijepo kad dođete u luku Nyhavn pa pomislite da ste ušli u razglednicu. Crvene, žute, zelene i plave fasade na zgradama duž obale reflektiraju se na mirnim vodama i tvore kaleidoskop boja. Kao jedno od turističkih središta, sve vrvi od života.

Bili smo ondje u prosincu, u vrijeme adventa, što gradu daje poseban

šarm. Slično kao i kod nas, na brojnim adventskim kućicama mogu se probati specijaliteti iz cijeloga svijeta, no tražili smo nešto domaće i probali *smørrebrød*. Radi se o otvorenom sendviču, koji Danci jako vole. Na krišku beskrvasnog raženog kruha namaže se maslac i slažu se komadi mesa, ribe ili sira, a onda se začine koprom, krastavcima, rajčicama ili limunom.

Iako je hladno, biciklisti zakopčani do grla, s kapama i šalovima, prolaze oko vas. Bez napora vijugaju na dva kotača koristeći široku mrežu biciklističkih staza. Ima ih puno više nego automobila, a za njih je promet reguliran posebnim semaforima.

Posjetili smo Nacionalni muzej Danske koji čuva povijesno i kulturno blago, kao i zabavni Park Tivoli, koji je u središtu Kopenhagena otvoren 1843. Susreli smo se i s hrvatskom katolič-





kom zajednicom, koja se okuplja u crkvi Presvetog Srca Isusova. Fra Tomislav Cvetko ondje djeluje desetak godina i svake druge nedjelje slavi misu na hrvatskom jeziku.

Ljudi se na prvu doimaju suzdržanima, ali su ugodni u komunikaciji i susretljivi kad imate neko pitanje

ili trebate pomoć. Protestantska etika očituje se u odnosu prema radu, ali i u njihovu poštovanju prirode i ekološkoj osviještenosti. U kupaonicama su ostavljene poruke da promislite o tome koliko često mijenjate ručnike, a grijanje u sobama postavljeno je na 20-ak stupnjeva. Svima koji planiraju posje-

titi Kopenhagen, preporučamo knjigu „Danci i stranci“ Kristine Wolsperger Danilovski, Hrvaticice koja je ondje živjela. A nije loše ponovno uzeti u ruke i neku od bajki Hansa Christiana Andersena. Ipak je to njegov grad, koji na obali mora čuva skulptura njegove Male sirene. ■





MALI RJEČNIK DEZINFORMACIJA

Od autora do zlouporabe medija

Piše: Vanesa Lukačin

Problem dezinformacija na internetu ponovno je aktualna tema zbog sve naprednije tehnologije. Lažnih vijesti, *clickbaitova* i manipulativnih informacija nikada nije bilo više. Za lakše snalaženje u medijskom prostoru te za bolje razumijevanje sadržaja dijeljenog preko medija društvenih mreža i portala na internetu donosimo vam mali rječnik dezinformacija s ključnim pojmovima:

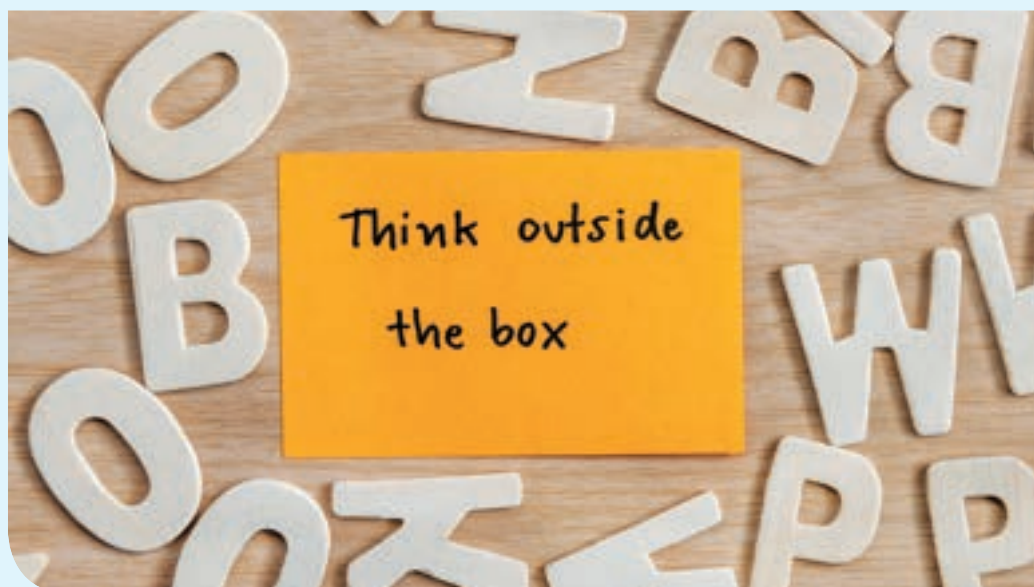


Foto: Image by Freepik

AUTOR – novinar koji se potpisuje uz objavljenu vijest te time preuzima zasluge i odgovornost za objavljeni tekst.

CENZURA – sustav kontrole javne riječi i medijskog sadržaja koji predodređuje što će izaći u javnost, a što neće.

DATUM OBJAVE – datum kada je vijest objavljena; služi za arhiviranje, ali i provjeravanje dosljednosti teksta i pravovremenog objavljivanja.

DEEPPAKE – vizualni sadržaj koji je montiran pomoću algoritma za zamjenu osobe u izvornom videu s nekim drugim (osobito javnom osobom) tako da video izgleda autentično.

DEZINFORMACIJA – namjerno pogrešna obavijest lažna sadržaja radi obmanjivanja, zavoda i zabluda; također vijest netočna zbog neprovjeravanja podataka.

ISTINITOST – profesionalni novinarski postulat; temelj etičkog kodeksa novinara; sve što nije istina nije vijest.

INFORMACIJSKI POREMEĆAJ – skupni naziv za „lažne vijesti” koje Vijeće Europe dijeli na pogrešne informacije, dezinformacije i zlonamjerne informacije.

LAŽNE VIJESTI – vijesti koje su lažne: sama priča je izmišljena, bez provjerljivih činjenica, izvora ili citata; propaganda koja je namjerno osmišljena da dovede čitatelja u zabludu ili može biti osmišljena kao „mamilica”.

KRITIČKO PROMIŠLJANJE – sposobnost pojedinca da sve što doživljava oko sebe promotri, promisli i donese vlastiti sud ili mišljenje.

MALINFORMACIJA – informacije koje se temelje na stvarnosti, ali se koriste za nanošenje štete osobi, organizaciji ili državi.

MANIPULACIJA – upravljanje ljudskim ponašanjem u određene svrhe; također smišljeno varanje javnosti, podvaljivanje lažnih informacija i stvaranje pogrešne slike ili mišljenja o pitanjima šire važnosti.

MISINFORMACIJA – pogrešna informacija ili činjenica da su ljudi pogrešno informirani; informacije namijenjene zavaravanju.

PHISHING – prevara koja korisnika navodi na otkrivanje korisničkog imena i lozinke i upisivanje u krivotvorenu internetsku stranicu.

SPAM – neželjena elektronička pošta, najčešće u obliku reklama i lažnih oglasa koja može biti i opasna ako u sebi sadržava virus koji otvaranjem poruke može naštetiti računalu.

TOČNOST – poštivanje činjenica; vjerno navođenje izjava; objektivno prenošenje podataka.

TROLANJE – namjerno učestalo širenje sarkastičnih komentara na društvenim mrežama ili forumima upućenih slučajno odabranoj osobi s ciljem izazivanja sukoba

ZLOUPORABA MEDIJA – nepoštivanje temeljnih odredbi novinarske etike, stavljanje medija u službu političkih i financijskih vlasti, kršenje zakonskih normi u korist političkih stranaka, vladajućih ideologija i režimskih pokreta.



FOTO: Image by Freepik

MANIPULACIJA VIZUALNIM SADRŽAJIMA

Deepfake i cheapfake

Manipulira se riječima, slikama, zvukom i pokretom i jako je zahtjevno otkriti što je istina, a što laž.

**Pišu: Ana Blažević, Mia Garac
i Marija Jukić**

Koliko vam se puta dogodilo da na društvenim mrežama naiđete na fotografije koje su šokantne, smiješne ili tragične, a poslije otkrijete da su one zapravo neistinite? Primjerice papa Franjo u bijeloj dugoj jakni ili poznati Trumpov *mugshot*. Danas je manipulacija u medijima sveprisutna. Manipulira se riječima, slikama, zvukom i pokretom i jako je zahtjevno otkriti što je istina, a što laž. Od manipulacije sadržajima ne možemo pobjeći, ali možemo osvijestiti njihovo postojanje kako bismo ih znali prepoznati. Multimodalni pristup komunikaciji Sveučilište u Illinoisu opisalo je kao kombinaciju slike, teksta, zvuka i pokreta, a multimodalni pristup manipulaciji u vizualnim medijima podrazumijeva pojavu slike uz tekst, zvuk i pokret kako bi se istaknuo neki problem. U ovom članku predstaviti ćemo vam vodič kroz pojmove *deepfake* i *cheapfake*, dvije najraširenije pojave multimodalne manipulacije vizualnim sadržajima.

Što je deepfake?

Deepfake je tehnologija koja koristi umjetnu inteligenciju za stvaranje lažnih videozapisa, fotografija i zvukova koji izgledaju i zvuče kao da su stvar-

ni. Privukao je veliku pozornost zbog potencijalne upotrebe u stvaranju materijala za zlostavljanje djece, pornografskih videozapisa slavnih osoba, osvetničke pornografije, lažnih vijesti, maltretiranja i financijskih prijevara.

Što je cheapfake?

Cheapfake je termin koji se koristi za opisivanje lažnih medijskih sadržaja koji su stvoreni konvencionalnim metodama, a ne naprednim algoritmima dubokog učenja. Riječ je o manje sofisticiranoj tehnici od *deepfakea*, koja također može biti vrlo uvjerljiva i teško ju je prepoznati.

Kako prepoznati deepfake i cheapfake?

Obratite pažnju na kvalitetu zvuka i videouratka, nepravilnost slike i to najčešće na spoju glave i tijela, na sve pojave koje djeluju neprirodno, kao što

je boja kože i ono najuočljivije, jesu li zvuk i pokreti usta usklađeni.

Kako se zaštititi od deepfakea i cheapfakea?

Analizirajte kvalitetu videouratka. *Deepfake* i *cheapfake* videouratka uglavnom imaju nižu kvalitetu od stvarnih videozapisa. Provjerite izvor informacija prije nego podijelite videozapis ili fotografiju. Koristite se softverima koji mogu pomoći u prepoznavanju lažnog sadržaja. Educirajte se o *deepfakeu* i *cheapfakeu*. Što više znate, lakše ćete prepoznati lažne videozapise i fotografije. *Deepfake* predstavlja prijetnju integritetu novinarske struke jer se sve češće koriste slike generirane umjetnom inteligencijom. S manjkom stvarnih fotografija, mediji sve više posežu za slikama generiranim umjetnom inteligencijom, no to može narušiti povjerenje javnosti i širiti dezinformacije. Da bismo očuvali integritet novinarstva, potrebni su stroži propisi, tehnološki napredak i suradnja u industriji kako bismo osigurali legitimost slika u digitalnom okruženju. Primjena tehnologija i poticanje transparentnosti mogu značajno poboljšati točnost i pouzdanost vizualnog sadržaja te smanjiti rizik od spajanja stvarnosti i fikcije u slikama generiranim umjetnom inteligencijom. ■

Sve češće se na internetskim platformama pojavljuju fotografije ratnih zona koje su generirane pomoću umjetne inteligencije.

Iako su neke od slika označene kao umjetno generirane, ponekad je teško razlučiti prave informacije od lažnih jer neke od njih prođu neotkrivene.

NOVI MEDIJI

Dezinformacije i umjetna inteligencija

Piše: Doris Božičević

Jeste li vidjeli kako se nedavno zapalio Eiffelov toranj? Ako ste u to vrijeme bili u Parizu, vjerojatno niste, ali ako ste bili u bilo kojem drugom dijelu svijeta, *scrollali* po bespućima interneta i društvenih mreža onda ste mogli vidjeti kako gori. Ima li to smisla? Pa i ne baš dok ne razmislimo o pojmovima dezinformacija i umjetne inteligencije (AI – *Artificial intelligence*).

Živimo u vremenu naglog razvoja umjetne inteligencije te širenja dezinformacija koje su postale ozbiljan problem suvremenog društva. Veliku ulogu u širenju dezinformacija ima upravo spomenuta umjetna inteligencija. Ta je uloga dvojaka. S jedne strane ta tehnologija može biti saveznik u borbi protiv dezinformacija i pomoći pri njihovom lakšem i

bržem otkrivanju, dok s druge strane može biti tvorac dezinformacija i u nekoliko sekundi može stvoriti sadržaj koji će zavarati publiku.

Izazov i prilika

Pomoću tehnologije umjetne inteligencije svatko od nas za nekoliko trenutaka može napraviti videouradak, fotografiju, grafiku ili tekst koji prikazuje u potpunosti netočnu situaciju. Zahvaljujući brzini kojom se šire informacije preko društvenih mreža i interneta, za nekoliko minuta milijuni ljudi mogu biti izloženi dezinformaciji. Primjer je nedavna fotografija

» **Može se zaključiti kako je tehnologija umjetne inteligencije danas postala dvosjekli mač.**

Eiffelova tornja u plamenu. Dio publike koja je vidjela tu fotografiju povjerovao je da je svjetska znamenitost zaista u plamenu, međutim ubrzo se saznalo da je viralna fotografija rezultat alata umjetne inteligencije. Isto tako mogu nastajati sadržaji koji prikazuju osobe u određenim situacijama, potencijalno neugodnima, te im narušiti reputaciju u samo nekoliko sekundi.

Međutim, nije uvijek sve tako negativno. Tehnologija umjetne inteligencije ima svoje pozitivne strane i može biti saveznik u borbi protiv dezinformacija. Svakodnevno napreduju alati koji mogu prepoznavati lažne informacije, *deepfake* fotografije i tako pomoći ljudima da se odupru širenju dezinformacija. Razvijaju se i specijalizirani mediji koji se bave provjerom činjenica koji pomažu publici i olakšavaju povjerenje u informacije.

Može se zaključiti da je tehnologija umjetne inteligencije danas postala dvosjekli mač. S jedne strane pomaže u prepoznavanju dezinformacija i sprječava širenje lažnih informacija, a samim time i zavaravanje publike, dok je s druge strane, stvaratelj dezinformacija kojima se obmanjuje javnost. ■



AKADEMSKI RADOVI O DEZINFORMACIJAMA

»Alati i metode dezinformiranja neprestano se razvijaju i nemoguće ih je zaustaviti«

Piše: **Martina Dužnović**

U žurban stil života današnjice nerijetko ima golem utjecaj na točnost i istinitost informacija na čijoj razmjeni počiva suvremeno informacijsko društvo. Razvojem tehnologije i sve većim napretkom medija pomoću kojih šaljemo i primamo informacije javlja se sve češća manipulacija i pojava dezinformacija.

Namjerno pogrešno dana obavijest, lažna sadržaja, kreirana radi obmanjivanja ili zavođenja u bludnju, a također i vijest netočna zbog neprovjeravanja podataka, najčešće u glasilima – tako Hrvatska enciklopedija objašnjava pojam dezinformacija koje se svakim danom sve više razvijaju, ali i upućuju na sve veće probleme modernog društva.

Dezinformacije i njihovi oblici zapravo nisu novina, postoje otkad je pismenosti, a prvi zabilježen „slučaj“ datira iz 1475. kada je vijest o nestanku dvogodišnjaka pogodila talijanski Trento. Zbog proširene je vijesti, kako objašnjava Jacob Soll, petnaest optuženika spaljeno na lomači, a zatim se doznalo da proširena informacija nije istinita. No ni takvi radikalni potezi nisu suzbili nastajanje dezinformacija, nego su one s vremenom postajale sve češća pojava.

Poplava dezinformacija uvukla se u sve pore društva, narušavajući ne samo percepciju stvarnosti već i demokratske procese, javnu sigurnost i međuljudske odnose. Takva pojava postala je posebno vidljiva nakon kampanje koja je prethodila referendumu o Brexitu te američkih pred-

sjedničkih izbora 2016. Za suzbijanje pojave i širenja ovakvih praksi struka predlaže ulaganje u što kvalitetniju edukaciju medijske pismenosti i razvoja kritičkog razmišljanja. Pomoć pri realizaciji tog cilja Hrvatska je dobila prošle godine u okviru osnivanja regionalnog centra za borbu protiv dezinformacija u digitalnom okolišu na području Hrvatske i Slovenije – *Adria Digital Media Observatory* (ADMO). Osim toga, portal *medijskapismenost.hr* neumorno radi na promociji, informiranju i obrazovanju građana.

I studenti daju svoj doprinos

Svoj doprinos ovom području pružaju i akademski radovi studenata na hrvatskim sveučilištima. Ovu sveprisutnu temu u završnom je radu pro-

FOTO: Image by Freepik



učavao David Ćorić, bivši student Akademije za umjetnost i kulturu, Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku kojega je na odabir teme „Lažne vijesti i dezinformacije kao medijski alat“ potaknuo osobni interes za istraživanjem etičnosti medijskih kampanja i izvještavanja, kako u Europskoj uniji tako i u ostatku svijeta. „Također, zanimljivo mi je bilo pratiti predsjedničke izbore u SAD-u 2016. zbog silnih kontroverzi, teorija zavjera i dezinformacijskih aktivnosti različitih medija. S obzirom na to da su predsjednički izbori u SAD-u 2020. bili aktualni u vrijeme kada sam birao temu za završni rad, a smatrao sam kako se neće previše razlikovati od onih iz 2016., odlučio sam istražiti kako dezinformacijske aktivnosti medija i drugih entiteta mogu narušiti javno mnijenje kada su u pitanju politika i drugi bitni segmenti svakodnevnog života“, istaknuo je David Ćorić.

Koliko su zapravo komplicirane

Tijekom istraživanja nerijetko se naiđe na prepreke koje mogu potpuno promijeniti pogled na definiranu temu. „Smatram kako je opseg ove teme bio najveća prepreka u izradi završnog rada, na što me je i mentor u početku upozorio. Lažne vijesti i dezinformacije na prvu mogu djelovati kao jednostavan pojam za razumijevanje, ali dubljim istraživanjem shvatio sam koliko su one zapravo komplicirane“, zaključio je Ćorić te dodao: „Ukratko, modernizacija društva donijela je brojne pozitivne promjene, ali je također stvorila i brojne komunikacijske kanale na kojima je jednostavno manipulirati informacijama. Istražiti, protumačiti i servirati saznanja o svakom obliku dezinformiranja kroz različite komunikacijske kanale bio je težak posao.“

Je li moguća regulacija?

U borbu za suzbijanje pojave i širenja dezinformacija uključila se i Europska unija kako bi osigurala zaštitu europskih vrijednosti i demokratskih sustava. Komisija je razvila niz inicijativa za planirane radnje suzbijanja dezinformacija, koje su također predstavljene u navedenom radu. „Planirane radnje EU-a na



Modernizacija društva donijela je brojne pozitivne promjene, ali je također stvorila i brojne komunikacijske kanale na kojima je jednostavno manipulirati informacijama.

početku su mi se činile kao sredstvo proporcionalno problemu, no proteklih nekoliko godina primijetili smo da te radnje nisu toliko efikasne (COVID-19, ruska invazija, rušenje drona itd.). No, naglasio bih da nije nužno problem u samom Planu, već u prethodno navedenoj modernizaciji društva. Posebice danas, kada je lako pristupiti alatima umjetne inteligencije uz pomoć kojih je jednostavno izraditi sintetičke oblike medija kao što je, primjerice, *deepfake*. Dodatno, nemoguće je regulirati radnje na društvenim mrežama na kojima svaka osoba može stvoriti ili širiti neprovjerene informacije. EU je prethodnih nekoliko godina pokrenuo brojne radnje nad nekim društvenim mrežama koje su se pokazale kao najkritičnije po ovom pitanju, no blage kazne, rupe u zakonu i usporena adaptacija društvenih mreža prema direktivama EU-a i dalje stvaraju problem. Kada je riječ o klasičnim medijima, Akcijski plan EU-a pokazao se kao dostatan; primijetio sam kako su se

određene dezinformacijske radnje smanjile, barem u medijima koje ja pratim. No, čak i tu vjerujem da postoji neki tip dezinformiranja, kao što je prikriivanje istine ili objavljivanje neprovjerenih činjenica, ali u manjem volumenu“, istaknuo je Ćorić.

Ulagati u medijsku pismenost

Europske regulative preslikale su se i na Hrvatsku, no jesu li u potpunosti zaživjele te kakvo je realno stanje tek će se vidjeti. Svoje prijedloge za unaprjeđenje iznio je i David Ćorić pa zaključio: „Situacija u Republici Hrvatskoj je OK, uvijek može bolje. Dezinformacije su, naravno, i dalje prisutne, tako će uvijek i biti; alati i metode dezinformiranja neprestano se razvijaju i nemoguće ih je zaustaviti. No, kako bi se uspostavio barem nekakav oblik kontrole nad širenjem dezinformacija i lažnih vijesti, potrebno je ulagati u medijsku pismenost stanovništva, posebice starijih osoba koje smatram najrizičnijom skupinom. Također, potrebno je podržati skupine koje se zalažu za razvoj kritičkog razmišljanja cijelog stanovništva. Smatram da su te dvije radnje najbolje za prevenciju dezinformiranja i ublažavanje njihovih posljedica.“ ■



FOTO: Image by Freepik

ŠTO SU TO MAMILICE?

Kakve naslove trebamo izbjegavati?

Piše: Mia Franceković

Sigurno vam je poznat osjećaj razočaranja kada kliknete na članak privlačnog naslova za koji mislite da će vam pomoći u savladavanju svakodnevnih navika ili ćete u njemu saznati korisne i zanimljive činjenice o najnovijim trendovima, a u njemu naiđete na potpuno beskorisne informacije i gubitak dragocjenog vremena. Dragocjeno vrijeme „ukrala“ vam je mamilica.

Mamilica ili nama poznatiji *clickbait* (*click* = klik, *bait* = mamac) senzacionalistički je naslov ili dio teksta na internetu osmišljen kako bi svojim sadržajem zainteresirao i „namamio“ čitatelje da slijede poveznicu do članka. Koristi se kao taktika objavljivanja za povećanje broja pregleda mrežnih stranica i povezanih prihoda od oglasa.

Od hiperbole do metafore

Kako u radu „Clickbait/mamilica: Deset načina manipulacije kontekstom“ pišu Boris Beck, Igor Kanižaj i Stela Lechpammer, hiperbolama (najveći, najskuplji), imperativima (pogledajte, nećete vjerovati), pridjevima (šokantno), priložima (šokiran), imenicama (u šoku), usklikima (evo), deiktivnim riječima (ove, ovo), metaforama

» **Šokantni i primamljivi naslovi mamilica najčešće toliko zapanje čitatelje da ni ne pročitaju cijeli članak, već ga brže bolje podijele sa svojom okolinom što rezultira širenjem lažnih vijesti.**

(kraj ljubavi) potiče se čitatelja na akciju slijeđenja ciljane poveznice. Uočite li ovakve izraze u naslovu članka možete biti sigurni da se radi o mamilici.

Bliži se ljeto - 10 savjeta za savršenu ljetnu u samo mjesec dana, Evo zašto je dobro svako jutro pojesti med s češnjakom na prazan želudac, Evo kako možete provjeriti imate li loš zadah, Posljednji proizvod koji ćete ikada trebati za najlakše pranje prozora, 10 stvari koje ne znate o glavnim akterima nove goruće Netflixove serije, Sada možete kupiti najjeftiniju avionsku kartu do čak 8 europskih gradova, Nećete vjerovati što su lopovi ukrali s terase obiteljske kuće na Trešnjevki samo su neki od primjera naslova u kojima vas internetski portali žele potaknuti na klik kojim raste njihov broj

pregleda ili vam stvoriti umjetnu potrebu za određenim proizvodom koji se reklamira u tijelu članka.

Najčešći oblik – neistina

Najčešći oblik mamilice onaj je u kojem se iznosi potpuna neistina. Naiđete na naslov koji glasi *Hrvat otkrio koliko zarađuje na TikToku, ljudi u nevjerici: Žive od kreveljenja u kameru* pa kliknete na poveznicu, a u tijelu teksta nigdje ne naiđete na konkretnu brojku koja vas je potencijalno zanimala, već na širok raspon zarade ili na izraz „sesteroznamenasti broj“.

Velik problem predstavljaju mamilice u kojima se manipulira kontekstom što se također iskorištava za veći broj klikova, a izaziva širenje panike i lažnih vijesti. U naslovu „Autobus pun putnika izgorio na relaciji Rijeka – Zagreb!“ došlo je do manipulacije kontekstom čime se sugerira velika katastrofa s brojnim žrtvama što nije slučaj, no to se doznaje tek u sredini teksta.

Osim neistinitih činjenica i manipulacije kontekstom pri kreiranju naslova ovakve vrste primjećuje se prikrivanje informacija o mjestu i vremenu događaja te se najčešće radi o događaju koji se uopće nije dogodio u Hrvatskoj, već u udaljenoj zemlji. Nedugo nakon požara u katedrali Notre Dame 2019. objavljen je članak naslova „S kanisterima punim benzina ušetao u katedralu i sukobio se s čuvarima“. Tek se u tijelu teksta otkriva kako se ne radi o pariškoj katedrali, već o incidentu u katedrali sv. Patricka u New Yorku. Vrlo često u mamilicama možemo pronaći i istinite vijesti, ali vremenski su neaktualne, odnosno dogodile su se u davnoj prošlosti. Jedan od takvih naslova je „Presretan je: Tony Cetinski ostvario svoj san“, no u tijelu teksta nema aktualnog ostvarenja sna, nego se radi o tome da je još kao dijete sanjao da bude pjevač što je očita informacija za pjevača s karijerom dugom 30 godina.

Šokantni i primamljivi naslovi mamilica najčešće toliko zapanje čitatelje da ni ne pročitaju cijeli članak, već ga brže bolje podijele sa svojom okolinom što rezultira širenjem lažnih vijesti. U kontekstu medijske pismenosti važno je prepoznati mamilicu kako ne bi došlo do širenja lažnih vijesti i kako bi mogli kritički selektirati medijski sadržaj koji konzumiramo. ■

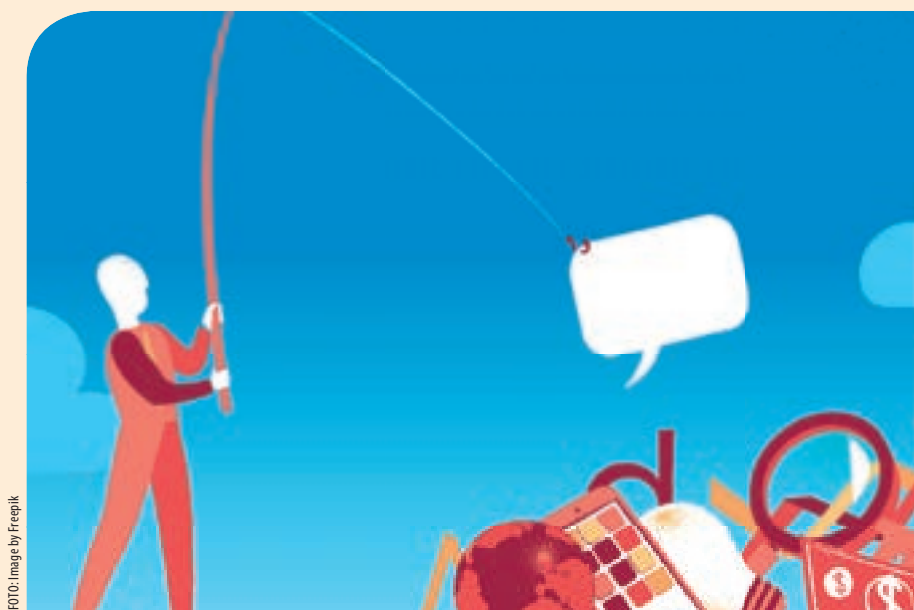


FOTO: Image by Freepik

PREDSTAVLJAMO EUROPSKE *FACT-CHECKING*
ORGANIZACIJE KOJE SMO POSJETILI

Od Španjolske do Danske – protiv dezinformacija

Pišu: Članovi projekta KAT

Maldita.es španjolska je *fact-checking* organizacija posvećena borbi protiv dezinformacija i lažnih vijesti, a sjedište joj je u Madridu. Usredotočena je na provjeru i razotkrivanje obmanjujućih informacija koje kruže internetom, posebno u kontekstu vijesti i društvenih medija na španjolskom jeziku. Zapošljava tim novinara i stručnjaka za provjeru činjenica koji istražuju i analiziraju različite tvrdnje, glasine i vijesti kako bi javnosti pružili točne i pouzdane informacije. Organizacija se koristi suradničkim pristupom i uključuje se u zajednicu kako bi prijavila i provjerila informacije. Često rade u partnerstvu s drugim organizacijama za provjeru činjenica i medijskim kućama kako bi poboljšali učinkovitost svojih napora.

Jedna od značajnih inicijativa *Maldita.es* platforma je „Maldito Buló“ (hrv. „Prokleta prijevara“). Ova je platforma posvećena razotkrivanju prijevara i lažnih informacija u stvarnom vremenu. Korisnici mogu podnijeti zahtjeve za provjerom glasina na koje naiđu, a onda tim stručnjaka radi na provjeri informacija i pružanju točnih odgovora.

Organizacija se često koristi svojim kanalima društvenih medija za dijeljenje i širenje provjerenih činjenica. Na njihovim društvenim mrežama mogu se pratiti ažurirane informacije u stvarnom vremenu o najnovijim slučajevima dezinformacija koje su riješili.

Pomoć građanima u proširenju znanja

EFE Verifica španjolska je *fact-checking* agencija koja je dio međunarodne, višejezične i multimedijske novinske agencije *EFE* s globalnom mrežom novinara. Informacije koje prenose temelje se na istinitosti činjenica, provjeravanju različitih izvora i odba-



civanju svih manipulacija. Agencija preuzima načela profesionalne etike novinarstva UNESCO-a, Vijeća Europe i Međunarodne federacije novinara. *EFE* je 2019. pokrenuo svoju uslugu provjere činjenica, *EFE Verifica*, kako bi odgovorio na rastuće dezinformacije. Otada *EFE Verifica* nudi korisne informacije protiv neistina na španjolskom jeziku, koje se šire porukama, videouradcima, fotografijama ili izjavama. Na taj način pomaže proširiti znanje građana i produbiti njihovo razumijevanje društva kako bi se pridonijelo poboljšanju javne rasprave i informiranog donošenja odluka. *EFE Verifica* također je jedan od potpisnika Kodeksa načela Međunarodne verifikacijske mreže (IFCN), koji utvrđuje obveze nepristranosti i transparentnosti, a čiju usklađenost svake godine provjeravaju neovisni evaluatori.

Ojačati demokratski razgovor

TjekDet danska je *fact-checking* organizacija u Kopenhagenu, a u vlasništvu je istoimene udruge. Organizacija ima za cilj provjeravati činjenice, boriti se protiv lažnih vijesti i osigurati javnu

raspravu bez dezinformacija. Nastoji pomoći prosječnom medijskom korisniku da se snađe u protoku informacija, izjava i tvrdnji. Zaposlenici ističu kako u provjeravanju činjenica najčešće ne postoji jednoznačno objašnjenje je li informacija istinita ili lažna. Nastoje joj pristupiti s različitih strana i opisati s kojim ju ciljem netko širi.

TjekDet je utemeljen kako bi ojačao demokratski razgovor u Danskoj i pridonio informiranju i uvidu u širenje lažnih ili netočnih tvrdnji na digitalnim platformama. Nastoje poboljšati nastavu, istraživanja i novinarstvo kroz projekte i aktivnosti kojima jačaju kritičko razmišljanje medijskih korisnika, kao i pružanjem pregleda relevantnih obrazovnih materijala i istraživanja o dezinformacijama.

Načela kojima se organizacija vodi su: prisutnost, vjerodostojnost, transparentnost i neovisnost. To znači da prenose priče koje su relevantne za svakodnevni život Danaca, svoj rad temelje na promicanju istine, osiguravaju da čitatelji imaju uvid u načine financiranja njihove organizacije te ne zauzimaju politički stav niti djeluju tako da bi se u pitanje mogla dovesti njihovu neovisnost i nepristranost. ■



Dezinformacije u medicini

Internet je sve popularniji izvor informiranja o zdravlju, ali zbog velike količine netočnih informacija, ljudi se lako mogu dezinformirati.

Pišu: Ana Filipan i Matea Maričić

U prvoj polovici 21. stoljeća pojavilo se naizgled beskrajno more javno dostupnih informacija kojima svatko može pristupiti i dijeliti ih. Bez obzira na mnoge dobrobiti takva sustava u kontekstu edukacije šire populacije, koja im je često dostupna besplatno i „na dlanu“ gdje god se nalazili, mane često uključuju i pristup djelomično točnim informacijama bez konteksta ili potpuno neistinitim tvrdnjama koje se zatim brzo prenose na temelju ekskluzivnosti, šokantnosti ili ekscentričnosti.

Oglasi, lažne titule...

Dezinformacije u medicini uključuju i distribuciju zavaravajućih ili pristranih informacija, manipulirane narative ili činjenice te propagandu. Također, pogrešna interpretacija zdravstvenih informacija negativno utječe na mentalno zdravlje ljudi, a može odgoditi i traženje medicinske pomoći, što je bilo vidljivo tijekom pandemije bolesti COVID-19 2020. i 2021.

Internet je sve popularniji izvor informiranja o zdravlju, ali zbog velike količine netočnih informacija koji se

tamo nađu, ljudi se lako mogu dezinformirati s obzirom na činjenicu da pojedinci često dobivaju informacije izvan formalnog zdravstvenog sustava, što može imati ozbiljne posljedice na kvalitetu života i povećan rizik od smrtnosti.

Industrija *wellnessa* i zdravstvenih usluga često prosperira prodajući intervencije na nedostatnim dokazima i pseudoznanstvenim tvrdnjama. ChatGPT također sa sobom nosi rizik od širenja netočnih i znanstveno neispravnih informacija. Dezinformacije u pravom smislu te riječi, proširene s namjerom obmanjivanja druge osobe, nerijetko se koriste u oglasima na Facebooku. Pod lažnom titulom „doktora prirodne medicine“ ljudima se propisuju npr. visoke doze selena i joda te se tvrdi kako takvi pripravci liječe razne bolesti, poput autizma.

» **Dezinformacije u medicini uključuju i distribuciju zavaravajućih ili pristranih informacija, manipulirane narative ili činjenice te propagandu.**

Tijekom pandemije bolesti COVID-19 razvijali su se različiti narativi o njezinu nastanku, o podrijetlu virusa te sastavu cjepiva. Naročito je zanimljiv porast podržaja protiv cijepljenja u studenom 2020., kad su postali dostupni preliminarni podaci

o učinkovitosti cjepiva protiv bolesti COVID-19, i to posebice u Europi. Dezinformacije o cjepivima mogu otvoriti vrata pseudoznanstvenim praksama poput homeopatije i drugim alternativnim metodama te opasnim prijevarama, poput konzumiranja izbjeljivača. Iracionalno ponašanje koje se suprotstavlja službenim izjavama – poput odbijanja cijepljenja unatoč znanstvenim dokazima o koristima cijepljenja i spremnosti nekih pojedinaca da se „samoliječe“ proizvodima koji nisu znanstveno dokazano učinkoviti – može podrivati povjerenje u medicinu kao znanstvenu disciplinu, kao i u zdravstvene vlasti i njihovu stručnost u demokratskim društvima. Neki trendovi bili su specifično povezani s pojedinim geopolitičkim interesom, poput promicanja cjepiva Sputnik V nazvanog „cjepivom diplomacije“.

Važnost vjerodostojnih informacija

Tijekom pandemije o dezinformacijama se oglašila i Europska komisija, naglašavajući ozbiljnost dezinformacija u kontekstu pandemije, istaknuvši da lažne i obmanjujuće informacije, pokušaji stranog uplitanja te opasne teorije zavjere ugrožavaju javno zdrav-

lje. Budući da dezinformacije o virusu mogu ugroziti društvenu koheziju i predstavljaju prijetnju javnom zdravlju, EU i države članice bile su odlučne u borbi protiv onih koji iskorištavaju krizu te šire propagandu ili mržnju. Komisija i Europska služba za vanjsko djelovanje pratile su lažni diskurs i operacije utjecaja stranih aktera. Primjeri dezinformacija obuhvaćaju lažne tvrdnje o liječenju izbjeljivačem, teorije zavjere o globalnim elitama i povezanost 5G tehnologije s virusom. EU ističe važnost pružanja vjerodostojnih zdravstvenih informacija građanima, suradnje s međunarodnim partnerima, jačanja suradnje s državama članicama te podrške organizacijama za provjeru činjenica. Kodeks dobre prakse u suzbijanju dezinformacija ojačan je kako bi osigurao transparentnost i sigurnost internetskog okruženja. Također, EU potiče razvoj medijske pismenosti i jačanje društvene otpornosti protiv dezinformacija.

Koristiti se službenim i potvrđenim izvorima

Mediji i društvene mreže pružaju činjenice, ali i dezinformacije u području medicine i zdravlja. Na temelju rezultata stranih istraživanja čak više od 80 % korisnika društvenih mreža navodi pronalaženje lažnih medicinskih informacija na njima, a 67 % navodi kako nisu u mogućnosti razaznati jesu

» U informiranju o medicinskim temama važno je koristiti se službenim i potvrđenim izvorima te se konzultirati s medicinskim djelatnikom koji je stručan u tom području.

li informacije koje se prenose istinite ili lažne. Analizom 6600 „tweetova“ na engleskom jeziku objavljenih tijekom pandemije pokazalo se da 22 % objavljuje širi informacije koje djelomično ili u potpunosti nisu istinite. Nemogućnost prepoznavanja takvih informacija izuzetno je bitan podatak s obzirom na to da je 75 % hrvatskih građana u jednom istraživanju navelo da se informira preko društvenih mreža.

U informiranju o medicinskim temama važno je koristiti se službenim i potvrđenim izvorima te se konzultirati s medicinskim djelatnikom koji je stručan u tom području. Zaključno, evidentno je da moderni alati poput umjetne inteligencije i interneta mogu imati i mane i prednosti u kontekstu suzbijanja ili širenja dezinformacija u medicini, no ova je tema tek u začecima što se njezina istraživanja tiče. Buduće studije i istraživanja trebali bi se fokusirati na moguće mjere prevencije te regulacije i provjeru informacija. ■





Kako se Rusija koristi dezinformacijama u svojoj agresiji na Ukrajinu

Pišu: Kseniia Levchenko, sociologinja i Maria Pomazan, novinarka

OBJE SU BILE DIJELOM PRVE SKUPINE UKRAJINSKIH POLAZNIKA INTEGRACIJSKO-EDUKACIJSKOG PROGRAMA NA HRVATSKOM KATOLIČKOM SVEUČILIŠTU

Svake godine stručnjaci za provjeru činjenica otkrivaju tisuće slučajeva ruskih i prokremaljskih dezinformacija u europskim masovnim medijima. Nakon invazije na Ukrajinu broj takvih slučajeva višestruko se povećao. Glavni je cilj informacijskog rata učiniti legitimnim rusku agresiju i smanjiti razinu bilo kakve pomoći Europske unije Ukrajini. Spektar narativa širok je: od povijesnih mitova i lažnih vijesti do iskrivljavanja činjenica i otvorene propagande.

Brojke govore za sebe

U razdoblju od veljače do listopada 2023. čak 8296 slučajeva ruskih dezinformacija pojavilo se u medijima šest europskih zemalja. Takve su podatke objavili stručnjaci neovisnog izvora *VoxCheck*, koji su proučavali medije u Njemačkoj, Italiji, Češkoj, Slovačkoj, Mađarskoj i Poljskoj. Baza podataka *EUvsDisinfo* bilježi više od 16 tisuća primjera prokremaljskih dezinformacija prikupljenih tijekom osam godina rada organizacije. Do 31. siječnja 2024., ukrajinski *Detector Media* identificirao je i opovrgnuo 1910 lažnih, 655 manipulativnih i 613 propagandnih poruka koje su Rusi širili preko masovnih medija i društvenih mreža od početka invazije 24. veljače 2022.

Ovi primjeri govore o trenutačnim razmjerima propagandnog stroja Kremlja. Međutim, Ukrajina mnogo dulje trpi ruske dezinformacije. Aktualna faza rata započela je 2014. okupacijom Krima, no dugo se pripremala. Ukrajina je 24. kolovoza 1991. progla-

sila svoju neovisnost, ali su njeni političari i građani još dugo bili pod ruskim kulturnim utjecajem. Zapadno društvo izjednačavalo je Ukrajince i Ruse, ne osjećajući razliku među zemljama. Sve to zahvaljujući propagandi.

Glavni narativi

Poruke za opravdanje rata djeluju odjednom s različitih strana. Hrvatski istraživači Josip Mandić i Darijo Klarić, primjerice, identificiraju tri glavna narativa:

1. Ukrajina je nepostojeća država koja je uvijek bila dio Rusije, a Ukrajinci su zapravo odmetnuti Rusi. U tim porukama Rusi potpuno zanemaruju 30 godina ukrajinske neovisnosti, bogatu nacionalnu povijest i kulturu, bitno drugačiji jezik. Svoju imperijalnu kolonijalnu politiku pokušavaju prikazati kao dokaz vlastitog prava na ukrajinske zemlje.

2. Ukrajina je jednostavno oruđe u rukama zapada, kojem je cilj okružiti Rusiju neprijateljskim državama iz NATO bloka. Ovdje Rusi ističu vlastiti mesijanizam u suprotstavljanju „kolonijalnom zapadnom svijetu“ i obrani konzervativnih vrijednosti. Krivnju za rat prebacu-

» Glavni je cilj informacijskog rata učiniti legitimnim rusku agresiju i smanjiti razinu bilo kakve pomoći Europske unije Ukrajini. Spektar narativa širok je: od povijesnih mitova i lažnih vijesti do iskrivljavanja činjenica i otvorene propagande.

ju na kolektivni zapad ili izravno na SAD. Ljudi koji iz različitih razloga ne podržavaju američku vanjsku politiku to spremno prihvaćaju. Čak i od Hrvata simpatizera Ukrajine često se može čuti kako je „za sve kriva Amerika koja je posvađala prijateljske narode“.

3. Agresor (Rusija) zapravo je žrtva, a žrtva (Ukrajina) zapravo je agresor.

Sve se prikazuje kao da su ukrajinske vlasti napale teritorije koje pripadaju Rusiji, jer te iste vlasti štuju nacizam. Na ukrajinskoj strani navodno se bore desno radikalne skupine te europski plaćenici koji se brutalno ponašaju prema proruskom stanovništvu. Ruski mediji povremeno govore o zločinima ukrajinskih vojnika nad civilima, ali to su lažni izvještaji koje drugi mediji lako opovrgnu (poznati primjer je priča o „razapetom dječaku“, koja se od početka pokazala fiktivnom).

Kako dalje?

Mrežama se šire „stručna mišljenja“ navodno sankcije protiv Rusije uzrokuju krizu hrane i goriva u Europi. Postoje i poruke da potrošačke cijene u europskim zemljama rastu zbog pomoći Ukrajini. Šire se klevetničke poruke o ukrajinskim izbjeglicama: da navodno krše javni red i mir, otmaju radna mjesta i socijalnu pomoć itd.

U međuvremenu rat u Ukrajini nastavlja se. I dok se to događa, postoji velika opasnost dezinformiranja javnosti. U današnjim uvjetima lakše se oduprijeti lažima i dezinformacijama, jer Ukrajina dopušta i poziva strane medije i međunarodne organizacije da prate, a također sudjeluju u dokumentiranju agresorskih zločina protiv čovječnosti. Puno toga snima se i prenosi u svijet uživo, što je vrlo važno. Uostalom, svijet bi trebao vidjeti i razumjeti razmjere zločina. ■

STUDENTSKI ZALOGAJ

„Lažni“ burek

Isprobala: Katarina Sekol

S obzirom na činjenicu da je tema ovog broja usko povezana s lažnim vijestima i dezinformacijama, odlučili smo isprobati nekoliko „lažnih“ jela i slastica. „Lažni“ burek i „lažna“ mađarica vrlo su jednostavni za pripremu te su idealne opcije za večeru „na brzinu“ ili pak „nešto slatko“ poslije ručka. Priprema navedenog jela i slastice traje oko 45 minuta, međutim kolač treba staviti u hladnjak na dva sata da se stisne i tek onda narezati na kocke i poslužiti.

Za 4 osobe potrebno je:

2 jaja

2 jogurta ili 2 kisela vrhnja (od 2 dl)

500 g tjestenine (vijci ili makaroni)

Oko 1 l mlijeka

Dvije žličice soli

Malo ulja (za nauljiti posudu)

Krenimo s kuhanjem!

U dubokoj posudi vilicom izmutite dva jaja, dodajte dva jogurta (ili dva kisela vrhnja) te izmiješajte. U dobivenu smjesu dodajte pola mlijeka i dvije žličice soli. Potom u smjesu dodajte 500 grama tjestenine.

Napomena:

Tjesteninu prije dodavanja u smjesu možete malo skuhati (ne smije biti *al dente* nego tvrđa, ne do kraja kuhana) kako bi jelo bilo brže gotovo. Ako u smjesu stavljate suhu (nekuhanu) tjestelinu, ona mora u navedenoj smjesi stajati sat vremena uz povremeno miješanje.

S malo ulja nauljite posudu za pečenje te u nju izlijte smjesu s tjesteninom. Dodajte još mlijeka i promiješajte kako bi većina tjestenine bila prekrivena smjesom, ali ne u potpunosti. Na vrh možete naribati ili staviti sir po želji. Lažni burek peče se u pećnici na 180 stupnjeva.

Napomena:

Ako ste skuhati tijesto prije pečenja, dovoljno je 20 minuta u pećnici da jelo bude gotovo, no ako koristite suho (nekuhano tijesto), ono se mora peći oko sat vremena. Jelo je gotovo kada se sva tekućina upije i gornji sloj porumeni. Ukoliko

krenete rezati i vaditi „lažni“ burek iz posude za pečenje, čim ste ga izvadili iz pećnice, utoliko će se tijesto razdvajati. Ako pričekate da se malo ohladi i onda ga narežete, dobit ćete kompaktne kocke. ■



„Lažna“ mađarica

Isprobala: Katarina Sekol

Ovaj recept posebno mi je drag jer ga je osmislila moja baka. Vrlo je jednostavan za pripremu i savršen za one koji nemaju mnogo vremena za spremanje kolača. Važno je imati na umu da kolač nakon pripreme mora stajati u hladnjaku barem dva sata kako bi se „stisnuo“ da ga možete lijepo narezati i poslužiti.

Za smjesu je potrebno:

8 dl vode

1 margarin

6 žlica šećera

2 žlice ruma

20 dag čokolade za kuhanje

1 kg petit keksa

Za čokoladnu glazuru potrebno je:

20 dag čokolade za kuhanje

10 dag margarina

5 žlica vode

Postupak:

Sve sastojke osim petit keksa prokuhati u većoj posudi. Kada smjesa od margarina, šećera, vode, ruma i čokolade za kuhanje zakipi treba ju maknuti s vatre. Kilogram petit keksa treba prelomiti na četiri dijela i u većoj posudi postupno miješati s dobivenom smjesom.

Napomena:

Ne brinite se ako dobivena smjesa izgleda previše rijetko. U protvan stavite aluminijsku foliju, a na nju stavite smjesu i poravnajte. Pričekajte da se malo ohladi potom stavite u hladnjak. Kada se smjesa u hladnjaku u potpunosti ohladi i stisne, napravite čokoladnu glazuru. Glazuru ćete napraviti od 20 dag čokolade za kuhanje, 10 dag margarina i 5 žlica vode. Navedene sastojke stavite u posudu i na laganoj vatri otopite. Potom prelijte i rasporedite čokoladu po smjesi s keksima. Kolač opet stavite u hladnjak na sat vremena da se čokolada stisne. Narežite i uživajte s ukućanima. ■



FOTO: Image by freepik

Borba protiv dezinformacija u sportu

U kontekstu sporta dezinformacije mogu imati značajne posljedice ne samo za reputaciju pojedinaca i timova već i za integritet cijelog sporta.

Piše: Ivan Katić

Deinformacije, u svim svojim oblicima, predstavljaju ozbiljan izazov u suvremenom digitalnom dobu, a sport, kao jedna od najpopularnijih i najprisutnijih sfera javnog interesa, nije iznimka. U kontekstu sporta dezinformacije mogu imati značajne posljedice ne samo za reputaciju pojedinaca i timova već i za integritet cijelog sporta. Od iskrivljenih rezultata, lažnih izjava, manipuliranja snimkama, pa sve do netočnih izvještaja i manipulacija utakmicama, sport je doista postao plodno tlo za širenje dezinformacija. Uz to brzina kojom se informacije mogu širiti preko društvenih medija i drugih mrežnih platformi značajno je povećala opseg i utjecaj dezinformacija u svijetu sporta.

Dezinformacije i kladionice

Možda najveći utjecaj na sport imaju kladionice, jer omogućuju ljudima da se klade na ishode sportskih događaja i utakmica. Postoji nekoliko načina na koje one mogu utjecati na dezinformacije. Kao prvo, mogu manipulirati tržištem ili ishodima događaja. Kao drugo, ako sportske kladionice financiraju ili imaju veze s određenim medijskim kućama, postoji potencijal za širenje dezinformacija preko tih kanala. Novinari mogu biti pritisnuti da prenose određene informacije ili izvještavaju na način koji je u skladu s interesima kladionica. Kao treće, dezinformacije o ozljedama igrača, taktikama ili drugim ključnim aspektima mogu se koristiti kako bi se utjecalo na klađenje i ishode.

Jedan od najpoznatijih primjera slučaj je iz 2006. poznat kao *Calciopoli* u talijanskom nogometu. U ovom slučaju otkriveno je da su neki od najvećih talijanskih klubova, kao što su Juventus, AC Milan i Fiorentina, te neki visoko rangirani nogometni dužnosnici bili uključeni u sustav namještanja utakmica. Glavni cilj ovih manipulacija bio je osigurati željene ishode utakmica koji bi koristili kladionicama.

Ovaj skandal imao je velike posljedice za talijanski nogomet. Klubovi su kažnjeni oduzimanjem bodova, titule su poništene, a neki igrači i dužnosnici suspendirani su ili su napustili svoje pozicije. Osim toga, povjerenje javnosti u integritet talijanskog nogometa znatno je narušeno.

Glasine o transferima i razmjeni igrača

S druge strane društvene mreže danas često pridonose širenju dezinformacija. Posebno se to događa tijekom transfera ili prelazaka igrača u druge klubove. U takvim situacijama glasine i špekulacije igraju ključnu ulogu.

Jedna od najpoznatijih glasina o transferu koja je proširila značajnu količinu dezinformacija u nogometnoj povijesti saga je oko prelaska brazilskog napadača Neymara iz Barcelone u Paris Saint-Germain (PSG) 2017. PSG je pokrenuo Neymarovu klauzu-

»» Od iskrivljenih rezultata, lažnih izjava, manipuliranja snimkama, pa sve do netočnih izvještaja i manipulacija utakmicama, sport je doista postao plodno tlo za širenje dezinformacija.



FOTO: Image by Freepik

lu, što ga je učinilo najskupljim transferom u povijesti nogometa u to vrijeme. Prijavljena naknada iznosila je 222 milijuna eura.

Tijekom sage o transferu u medijima i na društvenim platformama kružile su brojne glasine, nagađanja i lažna izvješća. U početku je bilo izvještaja koji su sugerirali da je Neymar bližu potpisivanja produljenja ugovora s Barcelonom. Kako je saga napredovala, pojavile su se glasine o Neymarovu nezadovoljstvu ulogom u Barceloni i njegovoj želji da izađe iz sjene Lionela Messija. Interes PSG-a za Neymara postao je očiti jer su glasine sugerirale da je klub spreman ispuniti sve njegove želje. Međutim, bilo je proturječnih izvještaja o napretku pregovora i

o tome je li Neymar doista razmišljao o tom potezu.

Saga o ovom transferu izazvala je veliku pozornost na platformama društvenih medija, s navijačima, stručnjacima, pa čak i drugim igračima koji su dijelili svoja mišljenja i nagađanja. Viralne objave, *memeovi* i lažna izvješća dodatno su potaknuli širenje dezinformacija u kojima je svatko mogao reći što god je htio.

Naposljetku, Neymar je ipak prešao u PSG, ali saga o transferu istaknula je složenost, neizvjesnosti i izazove upravljanja i tumačenja informacija u modernom nogometnom krajoliku te služi kao podsjetnik na značajan utjecaj glasina o transferima i važnosti provjere informacija.

Dezinformacije i dopinški skandali

Također, mogu se širiti dezinformacije o sportašima koji koriste zabranjene tvari ili ilegalne tehnike kako bi poboljšali svoju izvedbu. Takve vijesti mogu narušiti reputaciju sportaša ili uzrokovati nepotrebne sumnje. Dopinški skandali u Rusiji, koji su krenuli od 2008., među najvećim su i najkontroverznijim slučajevima u povijesti sporta te su izazvali ozbiljne posljedice za ruski sport i međunarodne sportske organizacije.

Postojale su i dezinformacije koje su proizvele ruske vlasti ili povezane interesne skupine u pokušaju da minimiziraju skandal, ospore optužbe ili preusmjere pažnju javnosti. To je uključivalo tvrdnje o političkoj motivaciji iza optužbi, kritike međunarodnih sportskih organizacija ili pokušaje da se skandal predstavi kao zavjera protiv Rusije.

Društvene mreže i internetske platforme postale su glavno polje za širenje dezinformacija i propagande u vezi s dopinškim skandalom. Botovi, lažni profili i koordinirane kampanje koristili su se za širenje dezinformacija, manipulaciju javnim mišljenjem i polarizaciju rasprava.

Postojale su i strategije manipulacije medijskim izvještavanjem kako bi se utjecalo na percepciju javnosti. Ponekad su se plasirale priče koje su pokušavale osporiti valjanost dokaza ili okriviti druge faktore umjesto sustava dopinga. Pokušaji su bili usmjereni i na zamagljivanje istine stvaranjem konfuzije oko činjenica i preusmjeravanje pažnje na druge teme kako bi se umanjila pažnja prema problemu dopinga.

Jedan aktualan primjer dezinformacija vezanih uz sportske dopinge slučaj je Marija Vuškovića. U studenom 2022. njemačka antidopinška agencija (NADA) otkrila je pozitivan nalaz EPO-a kod Vuškovića, što je izazvalo mnogo kontroverzi s kasnijom suspenzijom od dvije godine. Vušković je postao metom kritika i osuda na društvenim mrežama bez prilike za objašnjenje. Disciplinska komisija Njemačkog nogometnog saveza naglasila je da su svi testovi jasno pokazali prisutnost zabranjene tvari u njegovu sustavu. Međutim, kasnije su se pojavili dokazi o nizu propusta, od kluba do samih antidopinških agencija, koji su doveli u pitanje cjelokupan slučaj. Iako je do-

kazano da Vušković nije kriv, sud nije odlučio odbaciti optužbe, pa je nogometaš, unatoč svojoj nevinosti, morao izdržati dvogodišnju kaznu, što će ostaviti trajni trag na njegovoj karijeri.

Nenamjerno širenje dezinformacija

Jedan od primjera kada su mediji nenamjerno izvijestili o netočnim informacijama odnosi se na situaciju s igračem NFL-a DeSeanom Jacksonom 2014. U to vrijeme mnogi mediji izvijestili su da će *Philadelphia Eagles* otpustiti Jacksona zbog njegovih izvanterenskih aktivnosti i veza s ljudima povezanim s kriminalnim aktivnostima. Ove informacije brzo su se proširile i uzrokovale veliku zabunu i kontroverze među navijačima i dionicima momčadi.

Međutim, ubrzo nakon toga *Philadelphia Eagles* demantirali su te navode i istaknuli da nemaju namjeru otpustiti Jacksona. Izvijestilo se da je bilo nesporazuma i neslaganja unutar momčadi i uprave oko Jacksonova budućeg statusa, ali konačna odluka o njegovu ostanku nije bila donesena na temelju spomenutih izvanterenskih problema.

Ova situacija pokazuje koliko je važno provjeriti informacije prije nego što se objave kako bi se izbjegle nepotrebne kontroverze i dezinformacije koje mogu utjecati na ugled sportaša i momčadi.

Namjerno širenje dezinformacija

Primjer koji ilustrira kako su mediji namjerno širili dezinformacije u svijetu sporta odnosi se na slučaj Fabija Capella, talijanskog nogometnog trenera i bivšeg nogometaša.

U 2011., dok je Capello bio izbornik engleske nogometne reprezentacije, britanski mediji objavili su niz članaka tvrdeći da će Capello podnijeti ostavku zbog neslaganja s Nogometnim savezom Engleske (FA) o oduzimanju kapetanske trake Johnu Terryju zbog osobnih problema. Ovi članci, zasnovani na anonimnim izvorima unutar FA-ja, stvorili su sliku da je Capello izgubio povjerenje i da će napustiti svoju poziciju.

Međutim, Capello je odlučno demantirao ove tvrdnje i istaknuo da nema namjeru podnijeti ostavku. Unatoč njegovim javnim izjavama

britanski mediji nastavili su širiti dezinformacije, stvarajući atmosferu neizvjesnosti i spekulacija oko njegove budućnosti kao izbornika.

Kasnije je postalo jasno da su izvještaji o Capellovoj ostavci bili pogrešni i da su proizvedeni na temelju neprovjerenih informacija i anonimnih izvora. Ovaj slučaj ističe moć medija u oblikovanju javnog mijenja, ali također naglašava odgovornost medija da provjeravaju informacije i izbjegavaju širenje dezinformacija koje mogu štetiti reputaciji pojedinaca.

Medijske kuće ponekad koriste senzacionalističke naslove kako bi privukle čitateljstvo. Na primjer, naslov bi mogao sugerirati da sportska zvezda razmišlja o umirovljenju, što navodi čitatelje da povjeruju u najgore. No, nakon čitanja članka postaje jasno da je izjava izvučena iz konteksta ili pretjerana.

Jedan od primjera u kojemu su mediji preuveličali ili izvukli izjave iz konteksta u svijetu sporta odnosi se na incident s hokejašem Wayneom Gretzkyjem koji je često smatran jednim od najvećih igrača u povijesti NHL-a. U jednom trenutku, nakon jedne utakmice, Gretzky je dao intervju u kojem je izrazio svoje mišljenje o taktici protivničke momčadi. Međutim, neki medijski izvještaji te su izjave izvukli iz konteksta i stvorili senzacionalističke naslove koji su sugerirali da je Gretzky optužio protivničku momčad za nelojalnu igru ili čak nešto još ozbiljnije. Ovi su izvještaji izazvali kontroverzu i doveli do pogrešnog tumačenja njegovih riječi. Kasnije, kada su se stvari smirile i kada je cjeloviti kontekst postao jasniji, mnogi su shvatili da je Gretzky samo iznio svoje stručno mišljenje o igri i taktici protivničke momčadi, a nije ih optužio za nepoštenu igru. Ovaj primjer podsjeća na to kako je važno pažljivo čitati i interpretirati sportske vijesti, posebno kada su izjave ili izvještaji izvučeni iz konteksta kako bi se stvorila senzacija ili kontroverza.

Uloga utjecajnih osoba

Istaknuti sportaši, komentatori i *influenceri* često imaju značajne pratitelje na društvenim mrežama. Njihovi postovi i izjave mogu proširiti točne dezinformacije ili nenamjerno proširiti dezinformacije. Za potvrđene račune ključno je biti oprezan i provjeriti činjenice prije dijeljenja informacija.

Zamislimo situaciju u kojoj poznati nogometaš, kao što je Cristiano Ronaldo, doživi ozljedu tijekom utakmice. Novinari, komentatori i *influenceri* odmah će prenijeti vijest na svojim društvenim mrežama. Informacija bi se brzo proširila, a ljudi bi počeli špekulirati o ozbiljnosti ozljede i trajanju oporavka. Međutim, ako netko od tih utjecajnih osoba objavi netočnu informaciju ili pogrešno tumačenje ozljede, to bi moglo dovesti do masovnih dezinformacija među navijačima, medijima i široj javnosti. Na primjer, *influencer* s milijunima pratitelja može nenamjerno proširiti dezinformaciju o tome koliko će Ronaldo biti odsutan s terena, što bi moglo utjecati na percepciju javnosti o budućim utakmicama njegove momčadi.

Kako protiv dezinformacija?

Borba protiv dezinformacija u sportu postala je ključna s obzirom na golem utjecaj koji sportaši, mediji i društvene mreže imaju na javnost. Upravo zbog toga postoji nekoliko napora i strategija koje se poduzimaju u borbi protiv dezinformacija u sportu.

Organizacije, sportske lige i udruge provode kampanje za osvješćivanje o problemu dezinformacija, educirajući sportaše, novinare i javnost o važnosti provjere informacija prije njihova dijeljenja.

Poticanje novinara, komentatora i *influencera* da se oslanjaju na provjerljive izvore informacija i da provjere činjenice prije nego što objave vijesti ili komentare.

Sportske organizacije i mediji trebaju biti transparentni u svojim izvještajima i odgovorni za točnost informacija koje dijele.

Pogrešne informacije trebaju biti ispravljene što je prije moguće. Uvođenje etičkih kodeksa ponašanja za novinare, komentatore i sportaše kako bi se osiguralo da se informacije dijele odgovorno i istinito.

Uvođenje sankcija za sportaše, novinare ili druge osobe koje svjesno šire dezinformacije u sportu kako bi se smanjila motivacija za širenje netočnih informacija.

Partnerstva s istraživačkim organizacijama i akademskim institucijama kako bi se pratile dezinformacije, analizirali trendovi i razvijale strategije za borbu protiv njih. ■



Foto: image by freepik

FILMSKI VODIČ KROZ BORBU PROTIV DEZINFORMACIJA

Zašto je društvenim mrežama (toliko) stalo do naše pozornosti?

Pogledao i pripremio: Filip Dešman

Iako na društvenim mrežama „visimo“ više nego što bismo trebali (a još više nego što si želimo priznati), one su nam donijele i brojne blagodati. Pomoću njih možemo komunicirati s obitelji i prijateljima koliko god da su od nas udaljeni, a ujedno i neometano dijeliti ideje ili pak filmske preporuke kako to često čini autor ovog teksta. Spomenuto dokazuje da su one odlično mjesto za razbibrigu i zabavu, dok lista njihovih benefita ne bi bila navedena u potpunosti ni da joj posvetimo cijeli broj *Kompasa*.

No, kada je riječ o društvenim mrežama kao platformama za informiranje, one kriju zamke od kojih su mnoge teško uočljive. Iako dezinformacije postoje otkad je čovjeka, bor-

ba protiv njih u ovom je stoljeću postala sve teža. Razlog su tome alati koji se nesvjesnim korištenjem pretvaraju u oružja koja mogu učiniti više štete nego koristi. *Deepfakes*, lažne vijesti ili zloupotreba osobnih internetskih podataka sigurno su neke od vaših prvih asocijacija.

➤ **Iako dezinformacije postoje otkad je čovjeka, borba protiv njih u ovom je stoljeću postala sve teža. Razlog su tome alati koji se nesvjesnim korištenjem pretvaraju u oružja koja mogu učiniti više štete nego koristi.**

S takvim „manipuliranim“ sadržajima na internetu svi smo se imali prilike susresti, ali zbog različitih razina medijske pismenosti na njih smo drugačije reagirali. Dok su neki takav sadržaj prepoznali kao neistinit, drugi su brzo pritisnuli opciju dijeli kako bi ga dalje proširili.

Čak i da želimo postati najinformativnije osobe na svijetu, prije ili kasnije naći ćemo se pred temom o kojoj nismo dovoljno educirani, a tada zasigurno nećemo htjeti da naše mišljenje formira algoritam, predloženi oglas ili videouradak stvoren umjetnom inteligencijom. Kako bismo u ovom broju *Kompasa* pokušali prikazati načine širenja dezinformacija na društvenim mrežama, pripremili smo za vas popis dokumentarnih filmova koji ovu tematiku objašnjavaju iz svih gledišta. ■

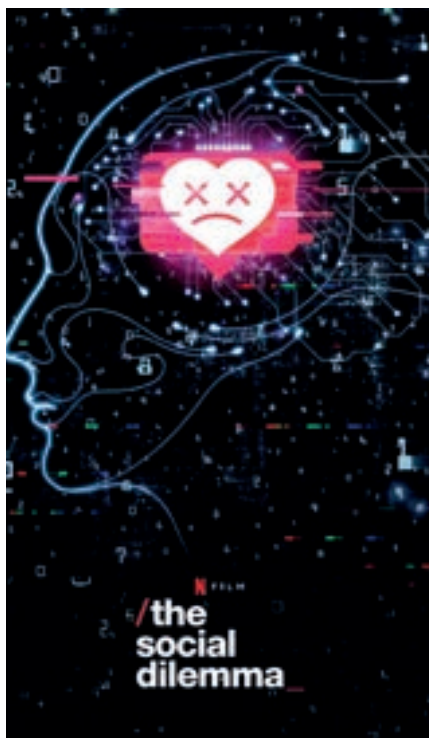


After Truth: Disinformation and the Cost of Fake News (2020)

Ovo filmsko djelo u fokus stavlja teorije zavjere koje su se u prošlom desetljeću rapidno širile preko društvenih mreža. Osim toga, film uspješno prikazuje kako se iza svakog skandala koji su prouzročile iskrivljene informacije nalaze stvarne osobe koje su, gotovo uvijek, pretrpjele teške posljedice.

Ne moramo sezati daleko u prošlost kako bismo došli do prvog primjera u kojem je spoj dezinformacija i interneta postao pravi recept za masovnu histeriju. Kako su prikazali autori dokumentarca, riječ je o vojnim vježbama održanim 2015. na jugozapadu SAD-a. Iako su bile rutinske, proširile su se dezinformacije da su organizirane s namjerom da se u državi prije ili kasnije proglašiš izvanredno stanje.

Nakon toga su se teorije zavjere počele širiti još brže, a svoje su pristaše pronalazile po bespućima interneta. Među najpoznatijima se ubraja i *Pizzagate* (uvjerenje kako je za lanac zlostavljanja maloljetnika zaslužna jedna pizzeria), a upravo su slijed nemilih događaja u filmu pojasnili vlasnik i zaposlenici tog vašingtonskog restorana. *After Truth* može se pohvaliti raznolikom paletom sugovornika te iz prve ruke prikazuje kako određeni kreatori sadržaja dijele netočne informacije na mrežama. Taj uvid omogućuje gledateljima da se uistinu osjećaju kao „muhe na zidu“ kojima ništa bitno ne može promaknuti. ■



The Social Dilemma (2020)

Da su „mozgovi“ koji su stvarali brojne društvene mreže zapravo imali dobre namjere, daje nam naslutiti *The Social Dilemma*, jedan od najgledanijih dokumentarnih filmova 2020. Film je okupio bivše zaposlenike Facebooka, Twittera, Instagrama i drugih platformi koji su otkrili kako su stvarali društvene mreže od kojih se danas ne možemo odvojiti. No, ono u čemu je ekipa tehnoloških mogula izrazito složna, činjenica je kako ni sami nisu bili svjesni mogućih posljedica svojih proizvoda.

Ovaj dokumentarni film pokušava pojasniti kako algoritmi društvenih mreža manipuliraju nama, našim osjećajima i odlukama. Naime, upravo je naša pozornost postala važna oglašivačima, a na temelju onoga što „lajkamo“ i pratimo svatko od nas se zatvara u svoju stvarnost, točnije komoru jeke. Svaki pojedinac zato posjeduje različit set informacija koje smatra činjenicama koje se kasnije mogu odraziti u svakoj sferi života, a posebice u donošenju odluka. ■



The Great Hack (2019)

Nastavno na posljednju rečenicu iz prethodnog odlomka donošenje (političkih) odluka nije uvijek temeljeno isključivo na našim stavovima jer njih vrlo lako mogu promijeniti oglasi koji nam se javljaju na Facebooku. Naime, upravo Netflixov dokumentarac *The Great Hack* prikazuje kako se naš digitalni otisak zloupotrebljava za političke svrhe.

Dokumentarac prikazuje živote zviždača koji su odlučili istupiti u javnost protiv kompanije *Cambridge Analytica*. Za vrijeme dvaju važnih političkih događaja ta je kompanija sustavno predlagala personalizirani medijski sadržaj s namjerom da se glasače mobilizira na način na koji su to željeli njihovi klijenti. Riječ je o američkim predsjedničkim izborima 2016. te referendumu o izlasku Ujedinjenog Kraljevstva iz Europske unije.

Djelo obrađuje jedno od najvažnijih pitanja današnjice, a to je: „Što se događa s našim osobnim podacima i tko na internetu dobiva pristup njima?“ Ako se još uvijek

niste zapitali o etičnosti manipuliranja nad njima, možda ćete o tome promišljati nakon gledanja ovog filma. ■





FOTO: Image by freepik

Doba postistine i dezinformacija

**Piše: vlč. Branimir Jagodić,
sveučilišni kapelan**

U četrnaestom retku šestog poglavlja Ivanova evanđelja Isus za sebe kaže: „Ja sam Put, Istina i Život.“ Svako životno traganje, bilo vjernika, bilo nevjernika, usmjereno je upravo ovoj stvarnosti koja se spominje u Isusovim riječima – za Istinom!

Stoga je u toj vječnoj rastrganosti – između gubljenja, traženja i pronalaženja – ključno postaviti ono pilatovsko pitanje: *Što je istina?*

Ovo pitanje odzvanja kroz čitavu ljudsku povijest. Možemo se samo pitati na što je Poncije Pilat mislio kad je izgovarao ove riječi. Je li to bila želja za spoznajom onoga što mu nitko drugi nije mogao otkriti, cinična uvreda ili pak razdražen, ravnodušan odgovor na Isusove riječi?

U današnjem svijetu relativizma, subjektivnosti i autoreferencijalnosti, odgovor na ovo pitanje postaje važniji no ikada prije.

Grčka riječ za „istinu“ je *alētheia*, koja doslovno znači „otkriti“ ili „ništa ne sakrivati“. Prenosi misao da je istina uvijek tu, uvijek otvorena i dostupna da ju svi vide, pri čemu ništa ne

skriva niti zamagluje. Hebrejska riječ za „istinu“ je *emeth*, što znači „čvrstina“, „postojanost“ i „trajnost“. Takva definicija implicira vječnu supstancu na koju se može osloniti.

Današnje poimanje istine kao takve poprilično je daleko od gore navedenih značenja riječi. Vrijednost istinitosti danas je podčinjena osobnim emocijama, svjetonazorima i mišljenjima pojedinca, stvarajući pritom od koncepta istine privatnu „stvarnost“ zatvorenu u sebe.

I upravo je ovo jedan od najvećih problema s kojim se susreću vjernici u dobu postistine i dezinformacija – tvrdnja da apsolutna istina kao takva ne postoji. Međutim, apsolutna istina u svijetu neistina ili pak malih osobnih istina itekako je važna i postojeća, i to ne samo u područjima

vjere i morala nego u svim područjima života.

Osobno mogu tvrditi da je istina da su dva i dva pet, ali svaka znanost reći će mi da sam u krivu i zasigurno neću proći ispit ako ponudim ovakav odgovor. Osobno mogu reći da je stav o apsolutnoj istini uskogrudan i isključiv, ne shvaćajući pritom da sama istina po prirodi isključuje suprotno. Svi odgovori osim četiri isključeni su iz stvarnosti onoga čemu je dva plus dva zaista jednako.

Istina, koliko god bismo je mi koji put htjeli prisvojiti i podrediti sebi i svojim shvaćanjima, može biti samo jedna i mora potjecati od negdje.

Prava stvarnost je ta da je postavljajući svoje pitanje pred dvije tisuće godine Poncije Pilat gledao ravno u izvor svake istine do čije spoznaje očito nikada nije došao.

Stoga bi svaki vjernik, suočen s neistinama, poluistinama i varijacijama na temu, trebao činiti samo jedno – prijanjati uz Onog koji je Istina. Upoznavati Ga i otkrivati Ga. Na taj način živjeti ćemo u istini.

Vraćajući se na riječi Ivanova evanđelja s početka ovog teksta – ako je Isus istina – onda je Istina Put koji vodi u Život! ■

» **Svaki vjernik,
suočen s
neistinama, poluistinama
i varijacijama na temu
trebao bi činiti samo
jedno – prijanjati uz
Onog koji je Istina.**

NEKO Č DAVNO U ŠUMARKU SKRIVENOME, ŽNJELA JE JEDNA VRANA. JEDNOGA DANA KUPILA VRANA KOMAD LUVANJSKOGA SIRA KAKO BI NJIME OMASTILA KLJUN. NO U ŠUMARKU JE TAKODER ŽNJELA LUKAVA I PREPREDENA LIJA KOJA JE SMISLILA PLAN KAKO DA VRANI OTME KOMAD SIRA...



00000 VRANO CRNA VRANO!
ŠTA TO MAŠ U KLJUNU?

* ODA 'LJA. LJANHO'HA.

* PLEŠIVO, KOMAD
SIRA LUVANJSKOGA.

AJME, KUKULELE! PA ZAR TI NE
ZNAŠ DA ĆE TI OD SIRA NARASTI
DRUGA GLAVA? PROČITALA SAM
TO DAVNO U 'ISTINE I SAMO ISTINE',
A I BLO JE U DNEVNIKU.

ČAM JE TO ČULA, VRANU
OBUZME ZNOJ I SUPREPLUŠENA
MISLI ŠTO ĆE JOJ SE DOGODITI
AKO POJEDE KOMAD SIRA.



POVJEROVAŠI
U LJUTNE RIJEČI,
ODLUČI VRANA
BACITI KOMAD
SIRA IZ KLJUNA.

A SIRA PADNE U
RUKE LUKAVE
LIJE KOJA JE
KASNIJE NJIME
OMASTILA BRK.



U SRIDU!



POUKA PRIČE JE DA NE POVJERUJETE SVEMU ŠTO
ČUJETE. UVIJEK PROVJERAVAJTE I UZMITE SA
REZERVOM ONE INFORMACIJE I VIJESTI KOJE VAM
SE ČINE SUMNJIVE. MISLITE SVOJOM GLAVOM.
I NARAVNO, OD SIRA VAM NEĆE NARASTI DRUGA GLAVA.

OSIM U STRIPU...



DAJ MI
JEDAN GRIZ.

NARAVNO
NACRTAO
Jugoslavina

NO

FAKE

NEWS

uture
COVID

US
plus dures

