

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Preddiplomski studij Informatologije

Sara Bajić

**Lažne vijesti: koncept i definicije**

Završni rad

Mentor: doc.dr.sc. Snježana Stanarević Katavić

Osijek, 2019.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Odsjek za Informacijske znanosti

Preddiplomski studij Informatologije

Sara Bajić

**Lažne vijesti: koncept i definicije**

Završni rad

Društvene znanosti, informacijske i komunikacijske znanosti, knjižničarstvo

Mentor: doc.dr.sc. Snježana Stanarević Katavić

Osijek, 2019.

## IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napravio te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s napisanim izvorom odakle su preneseni.

Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta Osijek, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku, 16.09.2019.

Sara Bayić, 0122223627

ime i prezime studenta, JMBAG

## SAŽETAK

Fenomen lažnih vijesti složen je koncept s više postojećih definicija. Lažne vijesti definiraju se kao bilo koje informacije koje su predstavljene kao vjerodostojne i istinite, kada to zapravo nisu. Lažne vijesti imaju dvije bitne značajke: prikazuju se kao vijesti i stvorene su kako bi zavarale ciljanu publiku tako što ju dovode do lažnih uvjerenja. U radu su predstavljeni i ostali koncepti srodni lažnim vijestima - dezinformacija i misinformacija, te njihov utjecaj na pojedinca i društvo. Kako bi se lakše definirao koncept lažnih vijesti, predstavljeni su oblici u kojima se najčešće pojavljuju, kao što su, na primjer, zavaravajući sadržaj, manipulirani sadržaj, lažni kontekst, koristoljubive lažne vijesti te satirične vijesti i parodija. Nadalje, kako knjižnice imaju institucionalnu i etičku obvezu pomoći svojim korisnicima pri pretraživanju, pristupu i analiziranju pouzdanih i autentičnih informacija, rad se osvrće i na ulogu knjižnica u edukaciji korisnika o prepoznavanju lažnih vijesti i njihovoj ulozi u razvijanju informacijske i medijske pismenosti u zajednici. Predstavljene su strategije i preporuke koje bi knjižnice trebale slijediti kako bi svojim korisnicima probudile svijest o lažnim vijestima, te primjeri već postojećih programa i resursa koje neke od knjižnica koriste u obrazovanju korisnika.

Ključne riječi: lažne vijesti, informacijska pismenost, medijska pismenost, edukacija knjižničnih korisnika

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	6
2. KONCEPT I DEFINICIJE LAŽNIH VIJESTI.....	7
2.1. Što su lažne vijesti?.....	8
2.2 Vrste lažnih vijesti.....	9
2.2.1. Deepfakes .....	12
2.3. Širenje lažnih vijesti.....	14
2.3.1. Kako se boriti protiv lažnih vijesti?.....	15
3. ULOGA KNJIŽNICA U EDUKACIJI KORISNIKA O PREPOZNAVANJU LAŽNIH VIJESTI .....	18
3.1. Preporuke i primjeri .....	18
4. ZAKLJUČAK.....	23
5. LITERATURA .....	24

## 1. UVOD

Iako je život u svijetu lako dostupnih informacija pozitivan fenomen, za ljude koji trebaju iskoristiti informacije za donošenje važnih odluka koje utječu na njihov privatni ili javni život i dalje postoji problem, a to je činjenica da te informacije nisu uvijek vjerodostojne i istinite. Dakle, za život u digitalnom dobu potrebno je razviti određene vještine procjene informacija, vještine koje će čovjeku pomoći razaznati informacije koje su dovoljno vjerodostojne da bi bile korisne. Također, u 21. stoljeću vrlo je važno da pojedinci razvijaju vještine informacijske i medijske pismenosti. Biti medijski pismen znači da osoba zna kako pristupiti medijima i kako ih koristiti, da zna vrednovati i kritički analizirati različite medijske sadržaje te razvijati vlastite sadržaje kojima će postati aktivni sudionik u društvu izražavanjem vlastitih stavova i mišljenja.<sup>1</sup> Informacijska pismenost se obično opisuje kao sposobnost pristupa, vrednovanja i korištenja informacija.<sup>2</sup> Činjenice i istina uvijek su bile i uvijek će biti važne. Ono što je specifično u pogledu činjenica i istine u današnje vrijeme je to što je u „moru“ informacija koje su nam dostupne ponekad teško razlikovati istinu od neistine i provjerenu činjenicu od neprovjerene. Lažne vijesti danas se smatraju jednom od većih prijetnji demokraciji, novinarstvu i slobodi izražavanja. Iako nisu nova pojava, vodeći razlog zašto privlače sve veću pozornost javnosti u današnje vrijeme jest to što lažne vijesti mogu biti kreirane i distribuirane online brže i jeftinije u usporedbi s tradicionalnim vijestima. Lažne vijesti i druge vrste netočnih i zavaravajućih informacija mogu imati stvarni utjecaj na pojedinca i cijelo društvo.

---

<sup>1</sup> Usp. Ciboci, Lana; Kanižaj, Igor; Labaš, Danijel. Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti: nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije; Unicef, 2018.

<sup>2</sup> Usp. Bruce, Christine S. Information literacy. // International Encyclopedia of Information and Library Science. 2. izd. London: Routledge, 2003. str. 261

## 2. KONCEPT I DEFINICIJE LAŽNIH VIJESTI

Postojeća istraživanja lažne vijesti često povezuju s pojmovima i konceptima kao što su zlonamjerne lažne vijesti, dezinformacija, misinformacija ili satirične vijesti. Na temelju definicija tih pojmova i koncepata, možemo ih razlikovati jedno od drugoga na temelju sljedećih karakteristika: autentičnost (je li vijest točna ili netočna), namjera (loša ili ne) te je li informacija vijest ili ne.<sup>3</sup>

Tablica 1. Karakteristike lažnih vijesti<sup>4</sup>

	Autentičnost	Loša namjera	Vijest – da ili ne?
Zlonamjerne lažne vijesti	<i>Netočno</i>	<i>Da</i>	<i>Da</i>
Lažne vijesti	<i>Netočno</i>	<i>Nepoznato</i>	<i>Da</i>
Satirične vijesti	<i>Nepoznato</i>	<i>Ne</i>	<i>Da</i>
Dezinformacija	<i>Netočno</i>	<i>Da</i>	<i>Nepoznato</i>
Misinformacija	<i>Netočno</i>	<i>Nepoznato</i>	<i>Nepoznato</i>
Glasina	<i>Nepoznato</i>	<i>Nepoznato</i>	<i>Nepoznato</i>

Tako na primjer, dezinformaciju možemo opisati kao netočnu informaciju stvorenu s lošom namjerom s ciljem da prevari javnost, bilo da se pojavljuje u obliku vijesti ili ne. Odnosno, definicija dezinformacije glasi: „pojam koji uključuje sve oblike lažnih, netočnih ili zavaravajućih informacija koje su osmišljene, predstavljene i promovirane kako vi nanijele štetu javnosti ili radi stjecanja profita“<sup>5</sup>. U priručniku *Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti*, autori još navode da dezinformacijom smatramo informacije koje su: zavaravajuće, izmišljene, nisu točne, narušavaju povjerenje u društvu, umanjuju vjerodostojnost medija i kanala putem kojih se prenose te mogu biti namjerne i slučajne.<sup>6</sup> Za razliku od dezinformacija, misinformacije se odnose na nenamjerno dijeljenje lažnih informacija, odnosno osoba koja širi informaciju nije svjesna da je ona netočna.<sup>7</sup> Propaganda se također smatra podskupom lažnih vijesti po tome što je kreirana s

<sup>3</sup> Usp. Zhou, Xinyi; Zafarani, Reza. Fake News: A Survey of Research, Detection Methods and Opportunities. str. 3. URL:

[https://www.researchgate.net/publication/329388190\\_Fake\\_News\\_A\\_Survey\\_of\\_Research\\_Detection\\_Methods\\_and\\_Opportunities](https://www.researchgate.net/publication/329388190_Fake_News_A_Survey_of_Research_Detection_Methods_and_Opportunities) (2019-07-05)

<sup>4</sup> Usp. Isto.

<sup>5</sup> Ciboci, Lana; Kanižaj, Igor; Labaš, Danijel. Nav. dj. str 7.

<sup>6</sup> Usp. Isto. str. 7

<sup>7</sup> Usp. Isto

namjerom promoviranja određene političke, organizacijske ili komercijalne agende, te su osobito pristrane i obmanjujuće prirode.<sup>8</sup> Glasine su nepotvrđene informacije primljene od druge osobe, imaju značaj samo za određenu skupinu te distribuiraju se na selektivan način unutar određenog društvenog kruga.<sup>9</sup> Zlonamjerne lažne vijesti i satirične lažne vijesti detaljnije su opisane u poglavlju 2.2. Vrste lažnih vijesti.

## 2.1. Što su lažne vijesti?

Zbog različitih koncepata i vrsta lažnih vijesti objašnjenih u prošlom poglavlju, lažne vijesti nije lako definirati. Ono što je zajedničko većini definicija jest činjenica da lažne vijesti prisvajaju izgled i osjet pravih vijesti bilo da je u pitanju izgled web stranice ili stil kojim je članak pisan. Lažne vijesti stvaraju se pod krinkom legitimnosti kako bi se prikazale kao vjerodostojne, što možemo vidjeti u sljedećim definicijama.

*Collins English Dictionary* lažne vijesti definira kao lažne, često senzacionalne informacije koje se šire pod krinkom novinskih izvještaja.<sup>10</sup>

Alex Gelfert nudi sljedeću definiciju: lažne vijesti podrazumijevaju namjerno prikazivanje (tipično) lažnih ili obmanjujućih tvrdnji u obliku vijesti, gdje su te tvrdnje varljive po svojoj prirodi.<sup>11</sup>

U najširem smislu lažne se vijesti definiraju kao bilo koja informacija koja je namjerno stvorena i predstavljena kao vjerodostojna, kada u stvarnosti to nije. Dakle, cilj lažnih vijesti je zavaravanje i manipuliranje pojedincem nepostojećim ili iskrivljenim „činjenicama“.

Štoviše lažnim je vijestima cilj privući pozornost šire publike. Uspješne lažne vijesti uvijek su šokantne, uzbudljive ili potvrđuju nečija dublja uvjerenja do mjere da pojedinac više nije skeptičan i postoji veća mogućnost da će informaciju podijeliti sa svojim prijateljima i poznanicima.<sup>12</sup>

---

<sup>8</sup> Usp. Gelfert, Axel. Fake news: A definition. // *Informal Logic* 38. 1(2018), str. 84-117. URL: <https://www.erudit.org/en/journals/informallogic/2018-v38-n1-informallogic04379/1057034ar/abstract/> (2019-07-09)

<sup>9</sup> Usp. Isto.

<sup>10</sup> Usp. Fake news. // *Collins English Dictionary*. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news> (2019-07-05)

<sup>11</sup> Usp. Gelfert, Axel. Nav. dj. str. 108

<sup>12</sup> Usp. Isto. str. 109-110.



## 2.2 Vrste lažnih vijesti

Kako bi se definirao pojam lažnih vijesti, pomaže razmotriti različite oblike u kojima se pojavljuju. Važno je napomenuti da ne postoji univerzalni sporazum kada su u pitanju ti oblici, stoga ih se može podijeliti u više skupina.

Novinarka Claire Wardle identificirala je sedam vrsta misinformacija i dezinformacija, a to su: (1) satira i parodija, (2) zavaravajući sadržaj, (3) sadržaj koji je nametnut, (4) izmišljeni sadržaj, (5) lažna povezanost, (6) lažni kontekst i (7) manipulirani sadržaj. Zavaravajući sadržaj odnosi se na obmanjujuću upotrebu informacija kako bi se prevarila ciljana publika. Pod nametnutim sadržajem smatraju se izvori koji se lažno prikazuju, a izmišljeni sadržaj podrazumijeva sadržaj koji je u potpunosti lažan te je stvoren iz namjere da prevari i nanese štetu. Lažna povezanost podrazumijeva situaciju kada slike, naslov ili opis ne podržavaju sadržaj, dok lažni kontekst podrazumijeva dijeljenje istinitog sadržaja, ali s lažnim kontekstom. Manipulirani sadržaj odnosi se na manipuliranje vjerodostojnih informacija, bilo slika, video zapisa ili audio zapisa kako bi se prevarila ciljana publika. Satira i parodija, za razliku od ostalih vrsta, nemaju namjeru nanijeti štetu, ali imaju potencijal da zavaraju. Također, koristeći listu Eliota Higginsa, Wardle je razvila svoju listu koja pomaže objasniti različite motive diseminacije dezinformacija, a to su: parodija, provociranje, bijedno novinarstvo, sklonost određenom mišljenju, profit, politički utjecaj ili moć te propaganda.<sup>13</sup>

Hunt Allcott i Matthew Gentzkow u svome radu *Social Media and Fake News in the 2016 Election* definiraju lažne vijesti kao novinske članke koji su namjerno i provjereno netočni te mogu zavarati čitatelje. Autori tvrde da glavnu strukturu lažnih vijesti čine namjerno izmišljene vijesti te satirični članci koji se greškom mogu protumačiti kao nesatirični. Njihova definicija isključuje nekoliko takozvanih „bliskih rođaka“ lažnih vijesti: nenamjerne pogreške pri izvješćivanju, glasine koje nisu proizvod određenog lažnog članka, teorije zavjere, satirične članke, laži koje su izrekli političari te informacije koje su naklonjene ili varljive, ali ne u potpunosti netočne.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Usp. Wardle, Claire. Fake news. It's complicated., 2017. URL: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79> (2019-07-05)

<sup>14</sup> Usp. Allcott, Hunt.; Gentzkow, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. // Journal of economic perspectives 31, 2(2017). str. 211-236. URL: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211> (2019-07-06)

Donald A. Barclay u svojoj knjizi *Fake News, Propaganda and Plain Old Lies* dijeli lažne vijesti u tri široke kategorije: koristoljubive lažne vijesti, lažne vijesti s agendom te satirične lažne vijesti. Koristoljubive lažne vijesti stvorene su u svrhu ostvarivanja profita bez određene političke, organizacijske ili komercijalne namjere. Na digitalnom tržištu, vlasnici web stranica na kojima se objavljuju plaćeni oglasi dobivaju malu svotu novaca svaki puta kada netko klikne na jednu od njihovih stranica. Oglašivaču nije bitan sadržaj stranice ili razlog korisnikova posjeta već se cijela transakcija bazira na broju posjetitelja stranice. Kao primjer ističe se slučaj iz 2016. godine, kada je skupina tinejdžera iz Makedonije održavala 150 web stranica i objavljivali poglavito članke u korist Donalda Trampa za vrijeme američkih izbora. Iako nisu imali nikakvih politički motiviranih interesa za izbore, objavljivali su lažne članke kao način ostvarivanja profita.<sup>15</sup> *Clickbait* članci koji koriste senzacionalističke naslove kako bi privukli čitatelje također se mogu smatrati vrstom koristoljubivih lažnih vijesti, osobito kada je veza između naslova i samog sadržaja teksta vrlo slaba.<sup>16</sup> Kada su lažne vijesti kreirane kako bi promovirale određenu agendu, one postaju dio podskupa lažnih vijesti koji nazivamo propagandom.<sup>17</sup> Postoji velik broj web stranica i drugih kreatora online sadržaja koji se bave isključivo propagandističkim lažnim vijestima, kao što je *Conservative Daily Post*<sup>18</sup> ili *Bipartisan Report*<sup>19</sup>. Satirične vijesti potpuno su drugačiji žanr koji se sastoji od satiričnih priča stvorenih u svrhu humora ili tumačenja političkih i društvenih događanja. Razlikujemo dva oblika satire – jedan oblik koristi humoristično tumačenje aktualnih događaja iz stvarnog svijeta, dok se drugi bazira na potpuno izmišljenim vijestima. Trenutno postoji veliki broj satiričnih televizijskih programa koji se bave tjednim ili dnevnim vijestima sa smiješnim, sarkastičnim ili ciničnim komentarima te se posebno usredotočavaju na najnovije teme političkih rasprava u određenoj državi.<sup>20</sup> Primjeri takvih programa su američki *The Daily Show* ili *The Colbert Report*, njemački *Heute-show* ili hrvatski televizijski program *News Bar*. *The Onion* je američka digitalna medijska tvrtka koja objavljuje satirične vijesti na međunarodnoj, nacionalnoj i lokalnoj razini. Članci pokrivaju stvarne i izmišljene događaje u humorističnom,

---

<sup>15</sup> Usp. Click and elect: how fake news helped Donald Trump win a real election. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/nov/14/fake-news-donald-trump-election-alt-right-social-media-tech-companies> (2019-07-06)

<sup>16</sup> Usp. Barclay, Donald A. *Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies: How to Find Trustworthy Information in the Digital Age*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2018. str. 32

<sup>17</sup> Usp. Isto. str. 35

<sup>18</sup> *Conservative Daily Post*: Home. URL: <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=conservative+daily+post> (2019-07-05)

<sup>19</sup> *Bipartisan Report*. URL: <https://bipartisanreport.com/> (2019-07-05)

<sup>20</sup> Usp. Barclay, Donald A. *Nav. dj.* str. 32

satiričkom tonu.<sup>21</sup> Također, znanstvenici su istraživali odnose između gledanja satiričnih programa i dimenzija društvene angažiranosti kao što su političko sudjelovanje i stavovi o politici. Tako je, na primjer, veća vjerojatnost da će gledatelji *The Tonight Showa*, kasnovečernji televizijski talk-show, sudjelovati u politici i biti uključeni u političke rasprave.<sup>22</sup>

Rubin, Chen i Conroy lažne vijesti podijelili su u tri glavna tipa. Tip A su izmišljotine (*serious fabrications*), tip B prevare velikih razmjera (*large-scale hoaxes*) te tip C humoristični lažnjaci (*humorous fakes*).<sup>23</sup> U tip A varljivih vijesti spada žuti tisak i tabloidi, koji obuhvaćaju velik spektar neprovjerenih informacija te koriste primamljive, bizarne naslove koji upadaju u oko čitatelju te često pretjeruju i senzacionaliziraju sadržaj kako bi podigli broj čitatelja ili profit. Tabloidi su poznati po senzacionalnim kriminalističkim pričama, trač kolumnama o poznatim osobama, astrološkim kolumnama i slično. Za razliku od tabloida, visoko cijenjene novine poput *New York Timesa* ili *Washington Posta* provjeravaju činjenice u svojim pričama i potvrđuju ih iz više izvora te se urednici i autori drže određenih novinarskih standarda. Ključna karakteristika tabloida je da nešto ne mora nužno biti istinito da bi se objavilo. Žuti tisak prikladan je izvor lažnih vijesti u slučajevima očiglednog krivotvorenja, izmišljanja, pretjerivanja i napuhivanja. Slično kao i tabloidi, žuti tisak je vrsta novinarstva koja ne izvještava mnogo o vijestima koje su popraćene činjenicama i izvorima te koriste šokantne naslove kako bi potaknuli na čitanje. Karakteristike žutog tiska uključuju: zavaravajući i podebljani naslovi najčešće manje važnih vijesti, raskošna uporaba slika ili imaginarnih crteža, korištenje lažnih intervjuja takozvanih stručnjaka ili pseudoznanstvenika, naglasak na dodatcima kao što su na primjer stripovi, križaljke i slično. Prevare su druga vrsta lažnih vijesti koje se odnose na namjerno izmišljanje ili krivotvorenje informacija u medijima ili, sve češće, na društvenim mrežama. Prevare velikih razmjera (*large-scale hoaxes*) relativno su složene i opsežne izmišljotine te podrazumijevaju prevare koje nadilaze praktične šale i smicalice te uzrokuju materijalni gubitak ili nanose sličnu štetu. Jedna od prvih takvih prevara je "The Great Moon Hoax", niz članaka koji datiraju iz 1835. godine. Članci izvještavaju o otkriću života na Mjesecu, uz dodatak ilustracija krilatih humanoida nalik šišmišima koji grade hramove, dvonožnih dabrova bez repova ili bradatih plavih jednoroga. Vijest da je

---

<sup>21</sup> The Onion: America's Finest News Source. URL: <https://www.theonion.com/> (2019-07-05)

<sup>22</sup> Usp. The Stewart/Colbert effect: essays on the real impacts of fake news / uredila Amarnath Amarasingam. North Carolina: McFarland & Company, 2011. str. 9-11

<sup>23</sup> Usp. Rubin, Victoria L.; Chen, Yimin.; Conroy, Niall J. Deception Detection for News: Three Types of Fakes. URL: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2857153> (2019-07-06)

pronađen život na Mjesecu izazvao je popularno uzbuđenje, vijest se širila kroz New York, a vrlo brzo i ostale novine širile su priču u svojim člancima.<sup>24</sup> Recentniji primjer prevare velikih razmjera odnosi se na eksploziju kemijske plantaže Columbian Chemicals u Louisiani. U rujnu 2014. godine izvješća o navodnoj eksploziji poslana su lokalnim stanovnicima putem tekstualnih poruka i eventualno proširene na različite društvene mreže. Lažna web stranica pod nazivom "Louisiana News" objavila je izjavu u kojoj tvrdi da je ISIS preuzeo odgovornost za eksploziju, a na Twitteru su se pojavili brojni hashtagovi koji su širili lažnu vijest i paniku.<sup>25</sup> Tip C lažnih vijesti odnosi se na humoristične lažnjake, odnosno humoristične lažne vijesti koje se razlikuju od ozbiljnih lažnih vijesti po samoj činjenici da ako su čitatelji svjesni duhovite namjere, veća je vjerojatnost da tu informaciju neće shvatiti ozbiljno. Autori u ovu skupinu ubrajaju i satirične vijesti, kao što je *The Onion*, ili televizijske igre u obliku vijesti (*News Game Shows*) u kojima novinari pišu neobične vijesti i čitaju ih u emisiji, a na gledateljima je da pogode jesu li vijesti istinite ili lažne.<sup>26</sup>

### 2.2.1. Deepfakes

Nekada je bila poznata izreka „kamera nikada ne laže“<sup>27</sup>, no razvojem tehnologija, još i prije pojave Photoshopa, istinitost ove izjave dovedena je u pitanje. Danas se ta izjava dovodi u pitanje još i više nego prije, a razlog tomu je uspon *deepfakea*. Izraz *deepfake* skovan je 2017. godine, a načinjen je od pojmova *deep learning* (vrsta umjetne inteligencije koja pripada široj metodi strojnog učenja koje se temelje na umjetnim neuronskim mrežama) i *fake*. Dakle, *deepfake* je softver koji se temelji na umjetnoj inteligenciji, kombinira slike i videozapise te ih preklapa s izvornim slikama ili videozapisima pomoću tehnike strojnog učenja poznatog kao GAN (*Generative Adversial Network*).<sup>28</sup>

Zbog činjenice da softveri za stvaranje *deepfakeova* postaju sve jeftiniji, a ujedno i jednostavniji za korištenje te postaju bolji s vremenom, stvara se novi problem u pogledu stvaranja lažnih vijesti i zlonamjernih prevara. Stoga, lakoća s kojom netko može stvoriti lažni video je

---

<sup>24</sup> Usp. The Great Moon Hoax. URL: [http://hoaxes.org/archive/permalink/the\\_great\\_moon\\_hoax](http://hoaxes.org/archive/permalink/the_great_moon_hoax) (2019-07-05)

<sup>25</sup> Usp. Borthwick, John. Media hacking. URL: <https://render.betaworks.com/media-hacking-3b1e350d619c> (2019-07-05)

<sup>26</sup> Usp. Isto.

<sup>27</sup> Usp. The Camera never lies: history through the viewfinder. URL: <https://www.backstoryradio.org/shows/the-camera-never-lies/> (2019-07-09)

<sup>28</sup> Usp. Schwartz, Oscar. You thought fake news was bad? Deep fakes are where truth goes to die, 2018. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2018/nov/12/deep-fakes-fake-news-truth> (2019-07-05)

zastrašujuća. S određenim tehničkim vještinama, svaka osoba može manipulirati video tako da postavi nečije lice na tuđe tijelo ili pak uzme govor i izmijeni njegov sadržaj tako da pokreti lica odgovaraju novom zvuku koji je postavljen. Ni manipulacija govora više ne predstavlja veliki izazov od Adobeove konferencije 2016. godine, kada je predstavljen projekt VoCo – svojevrsni „photoshop za audio zapise“. Softver omogućuje izmjenjivanje snimke govora tako da uključuje riječi i fraze koje izvorni govornik nije izrekao te koristi algoritam učenja i analize uzoraka govora te može pretvoriti tekst u audio zapis.<sup>29</sup> Akademska istraživanja vezana uz *deepfakeove* pretežito leže u području računalnog vida, područja umjetne inteligencije koje se bavi prepoznavanjem dvodimenzionalnih ili trodimenzionalnih predmeta, kao što je npr. ljudsko lice.<sup>30</sup> Suvremeni akademski projekti više su usredotočeni na stvaranje realističnijih videozapisa te na jednostavnije, brže i pristupačnije tehnike razvoja softverskih alata koji omogućuju kreiranje *deepfakeova*. Kao jedan od primjera, može se navesti program *Synthesizing Obama* Sveučilišta u Washingtonu. Cilj programa bio je sintetizirati visokokvalitetni audiozapis govora bivšeg američkog predsjednika Baracka Obame s preciznom sinkronizacijom usana na određenom videozapisu<sup>31</sup>. Manipulacija slika i videa korištenjem umjetne inteligencije mogla bi postati vrlo opasan fenomen, a samim razvojem tehnologije moglo bi doći do toga da se više ne može razlikovati je li sadržaj manipuliran ili iskren. *Deepfake* videozapisi postaju opasnost i kada je u pitanju politika. Političari su često pred kamerama što ih čini vrlo jednostavnim metama *deepfakeova*. Premda još ne postoji poseban primjer političkog *deepfakea* koji bi mogao načiniti štetu velikih razmjera, lažni videozapisi mogu biti upotrjebljeni kao alat protiv političkih neistomišljenika „podmetanjem“ lažnih politički neprimjerenih izjava. Svatko tko ima pristup ovoj tehnologiji, bilo politički djelatnici ili Internet trolovi, može iskriviti informacije, manipulirati uvjerenjima društva i time potisnuti ideološki suprotstavljene online zajednice.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Usp. Sebastian Anthony, “Adobe Demos ‘Photoshop for Audio,’ Lets You Edit Speech as Easily as Text,” 2016. URL: <https://arstechnica.com/information-technology/2016/11/adobe-voco-photoshop-for-audio-speech-editing/> (2019-07-05)

<sup>30</sup> Usp. Floridi, Luciano. Artificial Intelligence, Deepfakes and Future of Extypes. // *Philosophy & Technology* 31, 3(2018). URL: [https://www.academia.edu/37162808/Artificial\\_Intelligence\\_Deepfakes\\_and\\_a\\_Future\\_of\\_Ectypes?auto=download](https://www.academia.edu/37162808/Artificial_Intelligence_Deepfakes_and_a_Future_of_Ectypes?auto=download) (2019-07-05)

<sup>31</sup> Usp. Suwajanakorn, Supasorn; Seitz, Steven M.; Kermelmacher-Shlizerman, Ira. Synthesizing Obama: Learning Lip Sync from Audio, 2017. URL: <https://grail.cs.washington.edu/projects/AudioToObama/> (2019-07-05)

<sup>32</sup> Usp. Parkin, Simon. The rise of the deepfake and the treat to democracy. URL: <https://www.theguardian.com/technology/ng-interactive/2019/jun/22/the-rise-of-the-deepfake-and-the-threat-to-democracy> (2019-07-05)

Potrebno je podići svijest o tome koliko brzo sadržaji na internetu mogu biti korumpirani uporabom suvremene tehnologije, te da problem nije tehničke naravi, već se treba riješiti povjerenjem u informaciju te razvojem informacijske i medijske pismenosti. Razvoj *deepfakeova* može imati utjecaj na budućnost društva ukoliko kao pripadnici tog društva više ne možemo odrediti da li se sadržaj koji konzumiramo poklapa s istinom.

### 2.3. Širenje lažnih vijesti

Pojam „lažne vijesti“ doživio je svoj uspon za vrijeme predsjedničkih izbora u SAD-u 2016. godine. Lažne vijesti gotovo se ni ne spominju do prvog tjedna u studenom 2016. godine, nakon čega se zastupljenost tog pojma u javnoj sferi podiže i ne spušta.<sup>33</sup> Američki predsjednik Donald Trump stvorio je svojevrsnu strategiju kojom je optuživao svoje novinske kritičare za objavljivanje lažnih vijesti o njemu i njegovoj kampanji. U 2017. godini lažne vijesti postale su taktika kojom se odbacuju nepovoljne informacije i one informacije koje se protive političkoj agendi te se predstavljaju kao neistinite i nepromišljene. Nakon velikog broja takvih skandala, pojam se počeo širiti na globalnoj razini te su kao rezultat ostali svjetski vođe također počeli koristiti taj izraz protiv novinara i novinarskih organizacija.<sup>34</sup>

S obzirom na to da lažne vijesti i propaganda postoje već godinama, što se zapravo promijenilo? Iako stvarne posljedice lažnih vijesti još nisu u potpunosti analizirane, postoji javna zabrinutost kada je u pitanju utjecaj koji imaju lažne vijesti na pojedinca i na društvo općenito.

Količina informacija dostupnih u digitalnom dobu izvan je ljudskog shvaćanja. Današnja generacija pati od informacijskog preopterećenja – nemogućnosti shvaćanja pojma ili donošenja odluke jer postoji previše informacija za obradu. Informacijskom preopterećenju, između ostalog, pridonosi količina informacija. Krajem 2018. godine broj web stranica dosegao je 1,94 milijardi, broj aktivnih korisnika na Twitteru 323 milijuna, te broj korisnika Facebooka 2,27 milijardi.<sup>35</sup> Postoji još mnogo brojeva koji bi se mogli dodati u ovu statističku analizu, bilo da pričamo o

---

<sup>33</sup> Usp. Cunha, Evandro. ... [et al.] Fake news as we feel it: perception and conceptualization of the term „fake news“ in the media, str. 2. URL: [https://www.researchgate.net/publication/326476698\\_Fake\\_news\\_as\\_we\\_feel\\_it\\_perception\\_and\\_conceptualization\\_of\\_the\\_term\\_fake\\_news\\_in\\_the\\_media](https://www.researchgate.net/publication/326476698_Fake_news_as_we_feel_it_perception_and_conceptualization_of_the_term_fake_news_in_the_media) (2019-07-05)

<sup>34</sup> Usp. Graham, David A. Some Real News About Fake News, 2019. URL: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2019/06/fake-news-republicans-democrats/591211/> (2019-07-05)

<sup>35</sup> Internet Stats & Facts for 2019. URL: <https://hostingfacts.com/internet-facts-stats/> (2019-07-05)

knjigama, akademskim člancima, slikama ili videima, no zaključak je isti – količina informacija neprestano raste. Informacijskom preopterećenju još pridonosi i veća količina kanala kroz koje je informacija distribuirana, lakoća kojom se ona kopira i prenosi ili nedostatak vjerodostojnosti i konteksta.<sup>36</sup>

Lažne vijesti šire se i putem društvenih mreža. U vremenu u kojemu su dezinformacije nerijetka pojava, društvene mreže poput Facebooka i Twittera funkcioniraju kao distribuirajući mehanizam, platforme koje služe za cirkuliranje lažnih informacija. One su omogućile širenje dezinformacija puno brže nego što je moguće provjeriti činjenice. Veći dio sadržaja na Internetu je stvoren od strane korisnika, a ne profesionalnih autora, istraživača, novinara ili akademika. U post-istinitoj eri (*post-truth era*) činjenice i dokazi zamijenjeni su osobnim uvjerenjem i emocijama. Masovne količine vijesti koje se objavljuju putem društvenih mreža stvorile su situaciju u kojoj se takve platforme, kao što je Facebook, sve više isprepliću s novinarstvom te postaju primarni izvori vijesti za velik broj korisnika interneta. Dakle, ne dijele se više samo osobni događaji iz života, već i vijesti i informacije kojima se vjeruje i koje se slažu s našim uvjerenjima. Stvara se problem gdje osoba stvara takozvani mjehur informacija (*information bubble*) koje se slažu samo s njezinim osobnim uvjerenjima i mišljenjima, te odbija sve ostalo. Vjeruje se da 62% starijeg američkog stanovništva društvene mreže koriste kao izvor vijesti<sup>37</sup>, što znači da je vrlo vjerojatno da vijesti koje njihovi prijatelji objavljuju/dijeje utječu na njihovo mišljenje.

Također, brojne relativno nove tehnologije pružaju kreatorima dezinformacija sofisticirane alate za objavljivanje lažnih vijesti. Kao jedan od primjera ističu se politički botovi koji proizvode strojno generirane sadržaje kao što su na primjer tweetovi, ili pak softveri koji omogućuju stvaranje strojno napisanih članaka te zahtijevaju minimalni ljudski doprinos, softveri za manipuliranje slika, videa ili audio zapisa. Optimizacija pretraživača također je jedan od načina za širenje dezinformacija po tome da se korisnici koji pretražuju mogu prevariti rangiranjem rezultata tražilice kako bi se manje vjerodostojne informacije pomaknule među prve rezultate na popisu.<sup>38</sup>

### 2.3.1. Kako se boriti protiv lažnih vijesti?

---

<sup>36</sup> Usp. Barclay, Donald A. Nav. dj. str. 50

<sup>37</sup> Usp. Nagi, Kuldeep. New Social Media and Impact of Fake News on Society // ICSSM Proceedings, 2018. str. 81. URL: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3258350](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3258350) (2019-07-05)

<sup>38</sup> Usp. Barclay, Donald A. Nav. dj. str. 56

Iako pojedinac ne može učiniti mnogo toga kako bi zaustavio kreiranje lažnih vijesti, može pomoći zaustaviti njihovo širenje. Svaki korisnik interneta u današnjem društvu trebao bi biti educiran o tome kako prepoznati upitne informacije i identificirati vijesti koje su lažne, biti sumnjiv kada su u pitanju nepoznati i nevjerodostojni izvori (bez autora ili vijesti koje se nalaze na web-lokacijama s upitnim URL-ovima).

Kao alat mogu poslužiti i razne *fact-checking* web stranice koje nude usluge provjere činjenica o političkim i nepolitičkim temama. Primjeri takvih web stranica su *FactCheck.org*<sup>39</sup>, *PolitiFact.com*<sup>40</sup>, *Snopes.com*<sup>41</sup> ili *FullFact.org*<sup>42</sup>.

Detekciju lažnih vijesti i nepouzdanih izvora može olakšati i pobliže analiziranje nekih od elemenata na web stranici. Lažne vijesti tako mogu biti razotkrivene na temelju procjene naslova, izvora, komentara i diseminatora.<sup>43</sup>

Procjena vjerodostojnosti naslova često se svodi na otkrivanje *clickbaita*, naslova čiji je glavni cilj privlačenje pozornosti čitatelja i poticanje istih da kliknu na određenu web stranicu. Primjeri takvih naslova najčešće uključuju „Nećete vjerovati ovome“ ili „Ono što se dogodilo će vas šokirati“. *Clickbaitovi* su često upareni s člancima koji sadrže lažne vijesti jer su dobar alat za stjecanje visokog broja klikova. Recentna istraživanja o *clickbaitovima*, poput Biyani i suradnici<sup>44</sup>, koriste jezične značajke kako bi se prepoznali *clickbaitovi*, npr. učestalost korištenja određenog pojma, čitljivost ili istaknute reference, ili nejezične značajke kao što su linkovi, interesi korisnika ili pak položaj naslova.<sup>45</sup> Osim toga, *clickbaitovi* mogu biti prepoznati po lakoj čitljivosti, snažnim imenicama i pridjevima koje prenose senzacionalizam.

Većina lažnih vijesti potječe s web stranica koje su stvorene sa svrhom da prevare i objavljuju dezinformacije ili s web stranica koje se predstavljaju kao vjerodostojne, a to zapravo nisu. Procjena vjerodostojnosti izvora na webu aktivno je područje istraživanja te se razvijaju mnoge tehnike procjene vjerodostojnosti izvora, kao što su algoritmi rangiranja web stranica.

---

<sup>39</sup> FactCheck.org. URL: <https://www.factcheck.org/> (2019-07-05)

<sup>40</sup> PolitiFact.com. URL: <https://www.politifact.com/> (2019-07-05)

<sup>41</sup> Snopes.com. URL: <https://www.snopes.com/> (2019-07-05)

<sup>42</sup> FullFact.org. URL: <https://fullfact.org/> (2019-07-05)

<sup>43</sup> Usp. Zhou, Xinyi; Zafarani, Reza. Nav. dj. str. 3.

<sup>44</sup> Usp. Biyani, Prakhar; Tsioutsoulakis, Kostas; Blackmer, John. 8 Amazing Secrets for Getting More Clicks: Detecting Clickbaits in News Streams Using Article Informality // Thirtieth AAAI Conference on Artificial Intelligence, 2016. URL: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/AAAI/AAAI16/paper/viewPaper/11807> (2019-07-05)

<sup>45</sup> Usp. Zhou, Xinyi; Zafarani, Reza. Nav. dj. str. 3



Korisnički komentari na web stranicama s vijestima ili na društvenim mrežama sadrže informacije o stavovima i mišljenjima, no oni se često ignoriraju i pruža se vrlo malo pozornosti njihovoj vjerodostojnosti. Procjena vjerodostojnosti komentara može se temeljiti na sadržaju komentara ili ponašanju komentatora. Procjena vjerodostojnosti prema sadržaju komentara izvršava se pomoću jezičnih značajki, kao i u slučaju *clickbaitova*, analiziranjem leksikona, sintakse i slično.

Chan i suradnici na temelju svog istraživanja nude sljedeće preporuke za razotkrivanje dezinformacija. Prva preporuka odnosi se na limitiranje argumenata koji podržavaju dezinformaciju. Autori tvrde da kada dezinformaciju poprate dodatnim argumentima i objašnjenjima, postoji manja vjerojatnost da će ju primatelj prihvatiti kao netočnu. Više argumenata u korist dezinformacije može rezultirati težim uklanjanjem lažnih uvjerenja kod pojedinca. Druga preporuka odnosi se na ispitivanje i razotkrivanje lažnih informacija kroz određenu dozu skepticizma. Zadnja preporuka predlaže da primatelji informacija isprave netočne informacije s novim, detaljnijim podacima.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Usp. Chan, Man-pui Sally [et al.]. Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation. // *Psychological Science* 2017, 28(11). str. 1531-1546

### 3. ULOGA KNJIŽNICA U EDUKACIJI KORISNIKA O PREPOZNAVANJU LAŽNIH VIJESTI

Jasno je da su lažne vijesti veliki problem koji nema jednostavno rješenje. No bez obzira na to koji se koraci poduzimaju pri prepoznavanju i rješavanju problema, knjižnice bi trebale biti dio odgovora. Knjižnice imaju institucionalnu i etičku obvezu pomoći svojim korisnicima pri pretraživanju, pristupu, analiziranju i identificiranju pouzdanih i autentičnih informacija. Zbog svoje jedinstvene pozicije kao partneri, edukatori i zagovornici zajednice, knjižničari imaju priliku podučavati pripadnike tih zajednica o informacijskoj i medijskoj pismenosti, te pomoći građanima da kritički procjene vjerodostojnost i prikladnost izvora informacija. Educiranost u području knjižnične i informacijske znanosti, te znanje o tome kako se informacija stvara, distribuira i koristi, pozicionira knjižničare kao kompetentne edukatore korisnika o informacijskoj i medijskoj pismenosti u kontekstu svakodnevnog života.

#### 3.1. Preporuke i primjeri

Da bi se smatrala informacijski pismenom, osoba mora biti u stanju prepoznati kada je informacija potrebna te imati sposobnost pronalaženja, vrednovanja i učinkovite uporabe potrebnih informacija.<sup>47</sup> Kada se govori o informacijskoj pismenosti kao jednom od alata u borbi protiv lažnih vijesti, važno je naglasiti da ona obuhvaća kritičko procjenjivanje informacija i njihovih izvora. Dobro razvijene informacijske vještine ključne su u efektivnom navigiranju današnjim demokratskim društvom.

Međunarodni savez knjižničarskih društava i udruga (IFLA), 2018. godine u svojoj izjavi o lažnim vijestima navodi duboku zabrinutost kada su u pitanju lažne vijesti i dosadašnje strategije koje su donesene u svrhu rješavanja tog problema. Izjava također sadrži preporuke vladama i knjižnicama, te je popraćena skupom resursa.<sup>48</sup> IFLA-in Manifest o Internetu iz 2014. godine i Izjava o digitalnoj pismenosti iz 2017. godine naglašavaju ulogu knjižnica, koje bi trebale pomoći pojedincima iskoristiti sav potencijal digitalnih alata, uz razvijanje vještine kritičkog mišljenja.

---

<sup>47</sup> Usp. Presidential Committee on Information Literacy: Final Report, 1989. URL: <http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential> (2019-06-20)

<sup>48</sup> Usp. IFLA Statement on Fake News. URL: <https://www.ifla.org/FR/publications/node/67341?og=7407> (2019-06-27)

Dugi niz godina IFLA je uključena u razne globalne inicijative o medijskoj i informacijskoj pismenosti, te je proizvela nekoliko alata, među kojima je infografika o lažnim vijestima<sup>49</sup>. Infografika o tome kako uočiti lažne vijesti na jednostavan ali učinkovit način prikazuje kako se boriti protiv dezinformacija te u osam kratkih koraka navodi korisnike da razmisle o izvoru, pročitaju više od senzacionalističkih naslova, provjere autore i njihov kredibilitet, prouče dodatne izvore, provjere datum objave, provjere radi li se o satiričkim objavama ili ih pak navodi da uzmu u obzir svoje stavove koji bi mogli utjecati na prosudbu, te ih na kraju poziva da se savjetuju sa stručnjakom (knjižničarom ili nekom od *fact-checking* stranica).<sup>50</sup>

Udruga sveučilišnih i istraživačkih knjižnica (Association of College and Research Libraries, ACRL) objavila je Okvir za razvoj informacijske pismenosti za visoko obrazovanje (Framework for Information Literacy for Higher Education) koji može poslužiti knjižnicama u svim kontekstima, bilo školskim, akademskim, narodnim ili drugim vrstama knjižnica, kao vodič za podučavanje članova zajednica o kompliciranoj prirodi informacija, kao i o tome kako informacijama pristupiti kritički. Okvir se sastoji od šest koncepata, koji glase: (1) stručnost informacije razlikuje se ovisno o kontekstu, (2) informacija je kreirana kroz više različitih procesa, (3) informacija sama po sebi ima vrijednost, (4) istraživanje je proces vođen propitivanjem, (5) učenost treba sagledati u pogledu razgovora i rasprava, te (6) proces pretraživanja informacija podrazumijeva strateško istraživanje.<sup>51</sup> Prvi koncept podrazumijeva da informacije odražavaju stručnost i vjerodostojnost njihovih kreatora te se procjenjuju na temelju potrebe za informacijama i kontekstu u kojemu se one koriste te da bi korisnici koji razvijaju svoje informacijske sposobnosti trebali znati koristiti različite istraživačke alate i pokazatelje stručnosti za određivanje vjerodostojnosti izvora. Informacije u bilo kojem obliku proizvode se kako bi prenijele određenu poruku, a procesi istraživanja, kreiranja, procijene i širenja informacije razlikuju se, a dobiveni proizvod odražava te razlike. Treći koncept odnosi se na vrijednost informacije. Svaka informacija posjeduje nekoliko dimenzija vrijednosti koje se očituju u različitim kontekstima (na primjer informacija kao proizvod ili informacija kao sredstvo obrazovanja). Vrijednost informacije ovisi o njezinoj desiminaciji, pristupu i zakonima o intelektualnom vlasništvu. Istraživanje kao proces

---

<sup>49</sup> How To Spot Fake News. URL: <https://www.ifla.org/publications/node/11174> (2019-06-26)

<sup>50</sup> Usp. Isto.

<sup>51</sup> Usp. Framework for Information Literacy for Higher Education. Chicago: Association of College & Research Libraries, 2015. URL: <http://www.ala.org/acrl/standards/ilframework#conversation> (2019-06-22)

vođen propitivanjem podrazumijeva postavljanje složenih pitanja, određivanje opsega istraživanja te korištenje različitih metoda istraživanja koje se temelje na potrebama, okolnostima i vrsti istraživanja te na poslijetku organiziranje dobivenih informacija na smislen način. Peti koncept odnosi se na diskurzivnu praksu znanstvenika istraživača i stručnjaka u kojoj se ideje formuliraju, raspravljaju te se međusobno uspoređuju kroz duže vremensko razdoblje. Zadnji koncept, pretraživanje kao strateško istraživanje, odnosi se na korištenje raznih strategija pretraživanja koje ovise o opsegu i kontekstu informacijske potrebe.

Američko knjižničarsko društvo (American Library Association, ALA) također na svojoj web stranici nudi resurse poput *Evaluating Information*<sup>52</sup> kojima knjižničari mogu koristiti kako bi studente naučili identificirati pouzdane izvore vijesti ili drugih informacija. Ističu se alati i programi poput *Do You Know All You Should About "News" Feeds, Click Bait, and Credible Sources?*<sup>53</sup>, kratki vodiči, razni webinar i drugi znanstveni primarni i sekundarni izvori. Knjižnice svih vrsta trebale bi osmišljavati edukacijske programe ili odabrati setove preporuka koje su primjerene za određene korisničke skupine kako bi na konkretan način mogle pomoći svojim korisnicima pri evaluaciji informacija u knjižnici ili izvan nje. Jedan od primjera jest narodna knjižnica Longmont Library u Coloradu u Sjedinjenim Američkim Državama. Ova knjižnica kreirala je program *The Real Story behind Fake News* u kojemu lokalni sveučilišni profesor drži predavanja o iznenadnoj pojavi lažnih vijesti, te predstavlja razne tehnike medijske pismenosti osmišljene da ograniče učinak lažnih vijesti na javnost, posebno na mlade. Također, kroz razne primjere uči sudionike kako identificirati razliku između istinitih i lažnih vijesti i izvora.<sup>54</sup>

Kao jedan od primjera može poslužiti i ALA-in program *Media Literacy at Your Library*, koji je ujedno namijenjen i korisnicima i knjižničarima. Kroz ovaj projekt ALA je nastojala riješiti kritično pitanje potrebe za obrazovanjem odraslih o medijskoj pismenosti, s naglaskom na novinsku pismenost (engl. *news literacy*). Cilj ovog prototip projekta bio je razviti obuku o medijskoj pismenosti i komplementarne resurse namijenjene za pripremu knjižničarskih stručnjaka za obrazovanje korisnika. Narodne knjižnice koje su sudjelovale u projektu su knjižnica

---

<sup>52</sup> Evaluating Information: Home. URL: <https://libguides.ala.org/InformationEvaluation> (2019-06-25)

<sup>53</sup> Do you Know All You Should About „News“ Feeds, Click Bait, and Credible Sources?. URL: <http://www.yalsa.ala.org/thehub/2016/12/24/know-news-feeds-click-bait-credible-sources/> (2019-06-25)

<sup>54</sup> Usp. The Real Story Behind Fake News. URL: <https://www.longmontcolorado.gov/Home/Components/Calendar/Event/14619/772?curm=2&cury=2017> (2019-06-25)

Estes Valley, zatim Auburn Public Library, Skokie Public Library, Huntsville-Madison County Public Library te San Diego Public Library.<sup>55</sup>

Estes Valley Library u Coloradu osmislila je tri programa otvorena za cijelu zajednicu pod nazivom *Fake News 101* koji se bavi informacijskom pismenošću. Predavanja vodi dr. Elizabeth Skews, koja drži tečajeve pisanja vijesti, etike medija i političke komunikacije na Sveučilištu u Coloradu. Cilj ovog programa bio je da sudionici dobiju bolje razumijevanje vještina za razlučivanje informacija, kao što su kvaliteta, točnost, pristranost ili pak otkrivanje skrivenih namjera autora izvora i slično.<sup>56</sup> Ostali programi uključuju *Fake News Online: To Share or Not to Share* te *Insights from the Experts: A Panel Discussion on the Media*.<sup>57</sup>

Knjižnica Huntsville u Alabami, objavila je *Media Literacy in a Fake News World* predmetni vodič koji prikuplja resurse i promiče točnost vijesti i svijest korisnika o točnim i lažnim vijestima. U skladu s vodičem, knjižnica je razvila i *Credible or Clickbait* radionicu koja se redovito održava, a cilj joj je pomoći sudionicima prepoznati koji izvori vijesti su pouzdani, a koji ne na društvenim mrežama i drugim web stranicama. Ostali programi Huntsville knjižnice obuhvaćaju panel-diskusiju *How the Media Combats Fake News* te predavanje *Citizen Journalism and Fake News*.<sup>58</sup>

Zaposlenici Skokie narodne knjižnice svoju ulogu u obrazovanju korisnika ističu kroz program Civic Lab, niz aktivnosti i rasprava o pitanjima s kojima se njihova zajednica suočava. Tako se, na primjer, održavaju rasprave na temu LGBTQ zajednice (Civic Lab: LGBTQ+ History), samoubojstava (Civic Lab: Talking about Suicide) ili gentrifikacije (Civic Lab: What Does it Mean to Gentrify)<sup>59</sup>. Jedna od njih je i grupa za diskusiju o vijestima (News Discussion Group)<sup>60</sup> čiji je cilj dati korisnicima zajednički prostor gdje zajedno mogu analizirati i raspravljati o vijestima na koje nailaze u svakodnevnom životu.

Knjižnica Sveučilišta u Michiganu započela je tečaj *Fake News, Lies and Propaganda: How to Sort Fact from Fiction* 2017. godine.<sup>61</sup>

---

<sup>55</sup> Usp. Media Literacy @ Your Library: Learning and Prototyping Report. American Library Association, 2018. str. 2. URL: <http://www.ala.org/tools/programming/media-literacy-your-library> (2019 -06-26)

<sup>56</sup> Usp. Isto. str. 5

<sup>57</sup> Usp. Isto

<sup>58</sup> Usp. Isto. str. 6

<sup>59</sup> Civic Lab. URL: <https://skokielibrary.info/resources/civic-lab/> (2019-06-26)

<sup>60</sup> News Discussion Group. URL: <https://www.dailyherald.com/calendar#!/details/NEWS-DISCUSSION-GROUP/4271630/2018-01-22T19> (2019-06-26)

<sup>61</sup> Usp. „Fake News,“ Lies and Propaganda: How to Sort Fact from Fiction. URL: <https://guides.lib.umich.edu/fakenews> (2019-06-29)

Hrvatske knjižnice, za razliku od stranih, nisu toliko uključene u razvijanje programa za obrazovanje svojih korisnika o tome kako prepoznati lažne vijesti, no većina pruža preporuke na svojim web stranicama. Kao primjeri programa može se istaknuti predavanje Krešimira Macana na temu *Društvene mreže i lažne vijesti* u Gradskoj knjižnici Zadar<sup>62</sup> ili okrugli stol *Noć ideja 2019. – Suočavanje sa sadašnjošću* u Gradskoj i sveučilišnoj knjižnici u Osijeku<sup>63</sup>. Okrugli stol održan je na temu *Lov na lažne vijesti* te mu je cilj bio pokušati ponuditi odgovor na pitanja kako novi mediji mogu promijeniti odnos pojedinca prema činjenicama i utjecati na mišljenje, s kojima nas izazovima suočava širenje lažnih vijesti u javnom prostoru te na koji način se možemo suprotstaviti lažnim vijestima. Rasprava je trebala podići svijest o svakodnevnim situacijama u kojima se možemo susresti s lažnim vijestima te ukazati na važnost medijske pismenosti među svim uzrastima.

---

<sup>62</sup> Usp. Krešimir Macan: „Društvene mreže i lažne vijesti“. URL: <http://www.gkzd.hr/content/kre%C5%A1imir-macan-%E2%80%9Edru%C5%A1tvene-mre%C5%BEe-i-la%C5%BEne-vijesti%E2%80%9C> (2019-06-26)

<sup>63</sup> Usp. Međunarodni okrugli stol „Suočavanje sa sadašnjošću – lov na lažne vijesti“. URL: <https://www.gskos.unios.hr/index.php/medunarodni-okrugli-stol-noc-ideja-2019-suocavanje-sa-sadasnjoscu/> (2019-06-26)

## 4. ZAKLJUČAK

Lažne vijesti nije lako definirati, no pomaže razmotriti različite oblike u kojima se pojavljuju. Iako do sada nema univerzalne podjele, može se ponuditi ova šira: namjerno izmišljene vijesti i satirične vijesti. U skupinu namjerno izmišljenih vijesti možemo ubrojiti vijesti stvorene kako bi zavarale, manipulirale ili lažne vijesti stvorene u svrhu profita. Satirične vijesti stvorene su u svrhu humora i najčešće komentiraju aktualne političke i društvene događaje. Razlikuju se od lažnih vijesti po tome što su čitatelji svjesni duhovite namjere te ponuđenu informaciju stoga neće shvatiti ozbiljno. Kako se lažne vijesti razvijaju u naraciji i dosegu te je njihova zastupljenost u društvu potpomognuta suvremenim komunikacijskim metodama i tehnologijama, postoji sve veća potreba da se prouči njihov utjecaj na pojedinca, ali i društvo općenito. Evoluciju lažnih vijesti vidimo i u pojavi *deepfakeova*. *Deepfake* je softver koji se temelji na umjetnoj inteligenciji, kombinira slike i videozapise te ih preklapa s izvornim slikama ili videozapisima pomoću tehnike strojnog učenja. Manipulacija slika i videa korištenjem umjetne inteligencije mogla bi postati vrlo opasan fenomen, a samim razvojem tehnologije moglo bi doći do toga da se više ne može razlikovati je li sadržaj manipuliran ili ne. Postavlja se pitanje što pojedinac može učiniti kako bi se zaštitio od efekta lažnih vijesti. Primarna ideja jest razviti vještine medijske i informacijske pismenosti. U današnjem vremenu vrlo je bitno da osoba zna vrednovati i kritički analizirati informacije i različite medijske sadržaje s kojima se susreće svakodnevno. Procjena vjerodostojnosti informacija na webu najčešće se svodi na provjeru naslova, izvora i komentara. Također se preporučuje korištenje i nekih od *fact-checking* web stranica koje nude usluge provjere činjenica o različitim temama, ili se poziva i na savjetovanje sa stručnjakom – knjižničarom. Knjižničari imaju obvezu pomagati svojim korisnicima pri pretraživanju, pristupu i analiziranju informacija te ih navesti da kritički razmisle o izvorima koje pronalaze. Jedna od zadaća knjižnica trebala bi biti i održavanje programa, tečajeva ili radionica koje bi se bavile educiranjem korisnika o konceptu lažnih vijesti, njihovu utjecaju i o alatima koji im mogu pomoći pri uočavanju dezinformacija koje ih okružuju.

Recentna kriza kvalitetne informiranosti potpomognuta širenjem lažnih vijesti naglasila je važnost osiguravanja vjerodostojnosti informacija koje primamo, i osobito, informacija koje dijelimo s drugima.

## 5. LITERATURA

1. Ciboci, Lana; Kanižaj, Igor; Labaš, Danijel. Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti: nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije; Unicef, 2018.
2. Bruce, Christine S. Information literacy. // International Encyclopedia of Information and Library Science. 2 izd. London: Routledge, 2003.
3. Zhou, Xinyi; Zafarani, Reza. Fake News: A Survey of Research, Detection Methods and Opportunities. URL: [https://www.researchgate.net/publication/329388190\\_Fake\\_News\\_A\\_Survey\\_of\\_Research\\_Detection\\_Methods\\_and\\_Opportunities](https://www.researchgate.net/publication/329388190_Fake_News_A_Survey_of_Research_Detection_Methods_and_Opportunities) (2019-07-05)
4. Gelfert, Axel. Fake news: A definition. // Informal Logic 38. 1(2018), str. 84-117. URL: <https://www.erudit.org/en/journals/informallogic/2018-v38-n1-informallogic04379/1057034ar/abstract/> (2019-07-09)
5. Fake news. // Collins English Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news> (2019-07-05)
6. Wardle, Claire. Fake news. It's complicated., 2017. URL: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79> (2019-07-05)
7. Allcott, Hunt.; Gentzkow, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. // Journal of economic perspectives 31, 2(2017). str. 211-236. URL: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211> (2019-07-06)
8. Click and elect: how fake news helped Donald Trump win a real election. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/nov/14/fake-news-donald-trump-election-alt-right-social-media-tech-companies> (2019-07-06)
9. Barclay, Donald A. Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies: How to Find Trustworthy Information in the Digital Age. Lanham: Rowman & Littlefield, 2018.
10. The Onion: America's Finest News Source. URL: <https://www.theonion.com/> (2019-07-05)
11. The Stewart/Colbert effect: essays on the real impacts of fake news / uredila Amarnath Amarasingam. North Carolina: McFarland & Company, 2011.
12. Rubin, Victoria L.; Chen, Yimin.; Conroy, Niall J. Deception Detection for News: Three Types of Fakes. URL: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2857153> (2019-07-06)
13. The Great Moon Hoax. URL: [http://hoaxes.org/archive/permalink/the\\_great\\_moon\\_hoax](http://hoaxes.org/archive/permalink/the_great_moon_hoax) (2019-07-05)
14. Borthwick, John. Media hacking. URL: <https://render.betaworks.com/media-hacking-3b1e350d619c> (2019-07-05)
15. The Camera never lies: history through the viewfinder. URL: <https://www.backstoryradio.org/shows/the-camera-never-lies/> (2019-07-09)



16. Schwartz, Oscar. You thought fake news was bad? Deep fakes are where truth goes to die, 2018. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2018/nov/12/deep-fakes-fake-news-truth> (2019-07-05)
17. Sebastian Anthony, “Adobe Demos ‘Photoshop for Audio,’ Lets You Edit Speech as Easily as Text,” 2016. URL: <https://arstechnica.com/information-technology/2016/11/adobe-voco-photoshop-for-audio-speech-editing/> (2019-07-05)
18. Floridi, Luciano. Artificial Intelligence, Deepfakes and Future of Etypes. // *Philosophy & Technology* 31, 3(2018). URL: [https://www.academia.edu/37162808/Artificial\\_Intelligence\\_Deepfakes\\_and\\_a\\_Future\\_of\\_Etypes?auto=download](https://www.academia.edu/37162808/Artificial_Intelligence_Deepfakes_and_a_Future_of_Etypes?auto=download) (2019-07-05)
19. Suwajanakorn, Supasorn; Seitz, Steven M.; Kermelmacher-Shlizerman, Ira. Synthesizing Obama: Learning Lip Sync from Audio, 2017. URL: <https://grail.cs.washington.edu/projects/AudioToObama/> (2019-07-05)
20. Parkin, Simon. The rise of the deepfake and the treat to democracy. URL: <https://www.theguardian.com/technology/ng-interactive/2019/jun/22/the-rise-of-the-deepfake-and-the-threat-to-democracy> (2019-07-05)
21. Cunha, Evandro... [et al.] Fake news as we feel it: perception and conceptualization of the term „fake news“ in the media. URL: [https://www.researchgate.net/publication/326476698\\_Fake\\_news\\_as\\_we\\_feel\\_it\\_perception\\_and\\_conceptualization\\_of\\_the\\_term\\_fake\\_news\\_in\\_the\\_media](https://www.researchgate.net/publication/326476698_Fake_news_as_we_feel_it_perception_and_conceptualization_of_the_term_fake_news_in_the_media) (2019-07-05)
22. Graham, David A. Some Real News About Fake News, 2019. URL: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2019/06/fake-news-republicans-democrats/591211/> (2019-07-05)
23. Biyani, Prakhari; Tsioutsoulakis, Kostas; Blackmer, John. 8 Amazing Secrets for Getting More Clicks: Detecting Clickbaits in News Streams Using Article Informality // Thirtieth AAAI Conference on Artificial Intelligence, 2016. URL: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/AAAI/AAAI16/paper/viewPaper/11807> (2019-07-05)
24. Chan, Man-pui Sally [et al.]. Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation. // *Psychological Science* 2017, 28(11). str. 1531-1546
25. Presidential Committee on Information Literacy: Final Report, 1989. URL: <http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential> (2019-06-20)
26. IFLA Statement on Fake News. URL: <https://www.ifla.org/FR/publications/node/67341?og=7407> (2019-06-27)
27. How To Spot Fake News. URL: <https://www.ifla.org/publications/node/11174> (2019-06-26)
28. Framework for Information Literacy for Higher Education. Chicago: Association of College & Research Libraries, 2015. URL: <http://www.ala.org/acrl/standards/ilframework#conversation> (2019-06-22)

29. Evaluating Information: Home. URL: <https://libguides.ala.org/InformationEvaluation> (2019-06-25)
30. Do you Know All You Should About „News“ Feeds, Click Bait, and Credible Sources?. URL: <http://www.yalsa.ala.org/thehub/2016/12/24/know-news-feeds-click-bait-credible-sources/> (2019-06-25)
31. The Real Story Behind Fake News. URL: <https://www.longmontcolorado.gov/Home/Components/Calendar/Event/14619/772?curm=2&cury=2017> (2019-06-25)
32. Media Literacy @ Your Library: Learning and Prototyping Report. American Library Association, 2018. URL: <http://www.ala.org/tools/programming/media-literacy-your-library> (2019 -06-26)
33. „Fake News,“ Lies and Propaganda: How to Sort Fact from Fiction. URL: <https://guides.lib.umich.edu/fakenews> (2019-06-29)
34. Krešimir Macan: „Društvene mreže i lažne vijesti“. URL: <http://www.gkzd.hr/content/kre%C5%A1imir-macan-%E2%80%9Edru%C5%A1tvene-mre%C5%BEe-i-la%C5%BEne-vijesti%E2%80%9C> (2019-06-26)
35. Međunarodni okrugli stol „Suočavanje sa sadašnjošću – lov na lažne vijesti“. URL: <https://www.gskos.unios.hr/index.php/međunarodni-okrugli-stol-noc-ideja-2019-suocavanje-sa-sadasnjoscu/> (2019-06-26)