

# Dezinformacije u digitalnom dobu: Borba za istinu

Josip Popovac\*

## SAŽETAK

*U radu se raspravlja o „suvremenosti“ fenomena dezinformacija kroz prizmu povijesnog razvoja medija uzimajući u obzir političko-ekonomske aspekte pojedine faze, samu prirodu istine i dezinformacije kao manipulativni alat te eskalaciju dezinformacija u korpusu javnog znanja s posebnom pažnjom na ulogu društvenih mreža. Društvene mreže dokidaju komunikacijski monopol koji je do sada bio rezerviran za elitne krugove, čime masovno komuniciranje postaje globalno dostupno svakom vještom pojedincu. Rad se bavi i modelom suprotstavljanja utjecaju dezinformacija prema načelima europskog pristupa suprotstavljanja dezinformacijama, naglašavajući borbu za istinu kao prikladniji model od borbe protiv laži.*

*Ključne riječi:* istina, laž, dezinformacija, lažno mišljenje, mišljenje utemeljeno na laži, *fake news*, post-istina

## Uvod

Na dnevni red javnih, političkih, pseudoznanstvenih, a i znanstvenih rasprava dospjela je laž, lažna vijest i dezinformacija, globalno označeni kao *fake news*. Retorički se možemo pitati što se to novo dogodilo otkad je Adam, izmanipuliran zmijinom viješću, upropastio lagodnost rajskog vrta i osudio čovjeka na rad, znoj, bol i smrtnost. Premda je zastupao istinu, zašto su Sokratu čašom otrova počastili vrelo istine? Zašto je ondašnje i današnje mudroslovlje Ciceronov politički pamflet, kojim u Rimskom senatu kleveće Marka Antonija, prigrllilo kao vrhunac retoričke vještine pa ga kao takvog i do dana današnjeg izučava i časti?

---

\* Josip Popovac, doktorski kandidat na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti, ravnatelj Agencije za elektroničke medije, Jukićeva 31, 10000Zagreb, e-mail: josip.popovac@aem.hr

Pritisnut i s osloncem na moć farizejskoga dezinformacijskog sustava Pilat na suđenju u Jeruzalemu „pere ruke“. Ne propituje, već relativizira i razapinje Istinu, jer mu to u konkretnom političkom kontekstu odgovara.

Logoreje u minhenskim pivnicama, laži i dezinformacije isplele su takvu mržnju i industriju smrti milijuna ljudi i razaranja iako su u svom zametku tretirane kao pijana naklapanja smiješno uniformiranih buntovnih poluinteligenata.

Što je to bilo novo u antisadamovskoj filipici koju je, čak protiv svoje volje, pred Vijećem sigurnosti UN-a izgovorio Colin Powell<sup>1</sup>, uvjerivši slobodni svijet da Irak posjeduje oružje za masovno uništenje i da ima čeličnu volju upotrijebiti ga? Što je to bilo novo u tome da je aktualni predsjednik SAD-a u izborima za Bijelu kuću dobro profitirao od Pizzagate<sup>2</sup> afere koja je skoro tragično završila?

Od Adama do Trumpha laži su nerijetko stvarale povijest i postajale istinom. Zigmund Bauman (2011) genijalno je prosudio i objasnio ovo naše vrijeme nazvavši ga fluidnom modernošću. Bauman tako prosuđuje kako je sve što imamo, sve što živimo i s čime živimo zapravo fluidno i nestabilno. Upravo zbog toga ukazuje se povijesna prilika jer je i laž zapravo nestabilna i fluidna.

No, dok je u Ciceronovo doba valjalo biti Senator, moćnik, upravljati aparatom prisile, kanalima komunikacije ili ukratko imati monopol nad istinom da bi se i istina i laž mogle čuti, prenijeti, prihvatiti i polučiti željeni rezultat ili posljedicu, primjer antisadamovske filipike generala Powella nešto je kompleksniji, premda ne i sadržajno različit. Za razliku od Oktavijanove egipatske kampanje, naime, napad zapadne alijanse mogli smo pratiti u izravnom prijenosu na televizijskim mrežama.

Na osnovi prethodno odabranih primjera možemo se upitati što se to zapravo promijenilo u procesima razlikovanja i odvajanja istine od laži? Na prvi pogled malo. No, kao što je prethodno istaknuto, čak i u ovom digitalnom dobu laž ima obilježja fluidnosti i nestabilnosti. Polazeći od spomenute teze, u ovom se radu obrazlažu ključna obilježja istine, dezinformacija, propituju sadržajne, institucionalne i organizacijske pretpostavke da profesionalni mediji budu i ostanu temelj demokratskog otpora u borbi za istinu.

Analizom medijskog okruženja i političke ekonomije medija te usporednom analizom istražujemo odgovore na uvodna pitanja – što se to promijenilo i kako se mijenjalo.

---

<sup>1</sup> Colin Luther Powell, umirovljeni general i državni tajnik SAD-a.

<sup>2</sup> Motiviran potpuno izmišljenom teorijom zavjere da je pizzerija Comet Ping pong središte pedofilske lanca u organizaciji Demokratske stranke, koja je širena u vrijeme izbora u SAD-u, Edgar Maddison Welch upao je u pizzeriju pucajući sa željom da „oslobodi zatočenu djecu“. Osuđen je na četiri godine zatvora (<https://www.nytimes.com/2017/06/22/us/pizzagate-attack-sentence.html?searchResultPosition=3>, 19. studenoga 2019).

## Povijesni i ekonomsko-politički razvoj medija

Pretpostavimo, primjerice, da je Ciceron imao tiskaru, a rimski građani imali priliku svakodnevno dobivati dnevni tisak. Bi li tijekom povijesti bio isti da je postojala kakva rimska televizija s čijih bi kanala grmio glas velikoga govornika? A možda još i bolje, da je tijekom senatske seanse veliki govornik uputio Gradu i svijetu kakav bombastični Tweet.

Ciceronov komunikacijski kanal bio je samo govor pred masama ili pismo s ograničenim brojem poruka i primatelja na rukom pisanim pergamentima. Budući da je jezik politike bio grčki, i to ga je dodatno ograničavalo u doseg. No, svejedno je imao uspjeha. Radosna Vijest širila se na isti način – usmenom predajom i rukopisima. I bilo je tako sve do trenutka kad je Gutenberg konstruirao tiskarski stroj i izazvao revoluciju, tsunami koji je omogućio fiksiranje i dostupnost znanja, ali i pluralizam mišljenja. Utjecajne osobe zamijenio je novinski izvjestitelj. Kao direktna posljedica izuma milenija, čovječanstvo profitira znanjem, polemikom, afirmiraju se narodni jezici, latinski se zadržava samo u najelitnijim krugovima, da bi nakon drugog Vatikanskog koncila bio izbačen i iz Bogoslužja.

No, tiskarski stroj pogoduje i pluralizmu ideja i to tamo gdje je bio gotovo nezamisliv. Luther objavljuje teze i tiska antipapističke tekstove. Ovi prijevori rezultiraju dugogodišnjim ratom. A što se zapravo dogodilo? Jedan tehnološki izum dokinuo je višestoljetni monopol nad istinom. Dok je izdavačka manufaktura podrazumijevala ručno prepisivanje i rad ionako rijetko pismenih, sredstva potrebna za takvu djelatnost bila su ogromna. Vojsku krasopisaca najednom je zamijenio olovni otisak slova i učinkovit proces umnožavanja, nezamisliv do tada.

Sva kasnija unapređenja u tiskarskoj industriji nisu ni izbliza eksponencijalno zamijenila ljudski rad. No, inicijalna investicija za pokretanje izdavačke djelatnosti još uvijek je bila velika. Nakladništvo se razvijalo, novinarstvo se razvijalo i usavršavalo. Pojavile su se prve regulacije, oglašavanja i korisnici su se suživjeli s ponudom blagodat.

Nakon toga pojavljuje se pravo čudo, fotografija. Nije trebalo dugo, tisak i fotografija su našli korisni suživot, dajući tisku novu snagu uvjerljivosti, ali su proizvodnju novina učinili skupljim procesom, pa rastu inicijalna sredstva za bavljenje izdavačkim poslom.

Prava senzacija dolazi s pojavom filma. Pokretne i realne slike koje nije potrebno opisati. Širokoj populaciji posebno nedostupno, jer se radi o jako skupom autorском izrazu, ali financijski moćni ulagači napraviti će od toga industriju zabave kojoj se i danas divimo.

Kad je pokretnoj slici dodan i ton, nastupila je ekstaza. Pojavljuje se radio, medij koji odašilje živi glas na daljinu. Tehnološki napredan, ali i jako skup, kako za na-

kladnika (investicija u radioodašiljače), tako i za slušatelja zbog značajne cijene radioprijemnika.

Uslijedio je zatim šok. Na svjetskoj izložbi predstavljena je televizija, prijenos uživo, slika, ton i tekst. No, što se troškova proizvodnje tiče, televizija je svakako „najskuplji sport“. Samo ulaganje u tehnologiju i brojnu operativu u početku je bilo preveliko i za mnoge države, a osobito za pojedince. Druga polovica dvadesetog stoljeća pripada televiziji, velikim, bogatim i moćnim korporacijama, ili javnim i državnim servisima. Bio je to medij čija je vijest imala status vjerske dogme. Središnja informativna emisija nije se preispitivala, no da bi vijest zaslužila večernji dnevnik i pojavila se unutar tih trideset minuta, ne samo da je bila provjerena, profesionalno napravljena, nego je i u hijerarhiji važnosti morala zadovoljiti kriterij bitnosti i nekoliko razina uredničkog filtra. Voditelji dnevnika i reporteri u svojoj popularnosti nisu zaostajali za kraljevskim obiteljima, a incident u kojem se pojavljuje kakva popularna osoba ili primitivni trač bio je jednostavno nemoguć. Kad bismo indeksirali prihode RTV-a Zagreb iz 1982., kad je iznos pristojbe bio ekvivalent cijeni od trideset dnevnih novina, onda bi to danas iznosilo 300 kn po pretplatniku, što je u odnosu na današnjih 80 kn čak 375 % veći iznos. Razvojem tehnologije osnovni se trošak televizijske proizvodnje smanjivao, ali je i dalje pokretanje televizijskog kanala najskuplji medijski projekt koji je moguće poduzeti. Ako promotrimo samo tržište elektroničkih medija u Republici Hrvatskoj, 75 % prihoda odnosi se na tri najveće televizijske grupacije čiji je zajednički prihod na godišnjoj razini oko 2 milijarde kuna, pri čemu je profitabilnost dosta niska zbog visokih troškova proizvodnje.

Negdje na kraju tisućljeća pojavio se proizvod koji je po ekonomskom lomu ravan tiskarskom stroju, čak i razorniji. Elektronička globalna mreža, internet. U manje od deset godina, internetski mediji sunovratili su prodaju tiskanih primjeraka na remitendu koju su imali na početku dvadesetog stoljeća. Inicijalna ulaganja u internetske portale višestruko su manja od ulaganja u tisak. Ulog je u tehnologiju zanemariv i jedini ozbiljni trošak je naknada autorima. Vijesti više ne čekaju rotaciju, objavljuju se u realnom vremenu, direktni prijenos počinje i prije televizijskih kamera, prije radija, prije svih.

Međutim, i ta je prednost kratko trajala. Pravi preokret učinit će student s Harvarda Mark Zuckerberg, kad pokreće društvenu mrežu. Sada svaki pojedinac ima priliku biti nakladnik, svaki pojedinac može se igrati ili biti novinar, bez ikakvog plaćanja. Svaki pojedinac može kreirati i neograničeno slati svoje poruke svih oblika, svaku vrstu propagande, istine i laži. I ton i video, film, tekst, fotografiju, izgled blagdanškog stola, zlorabljenog toaleta. Čini se da pojedinac što se više besmislenog i neozbiljnog „lansira“ time više zarađuje.

Društvene su mreže u pravnom smislu privatne, a prema obliku i opsegu utjecaja javne. Doživljaj društvenih mreža pitanje je alternativnog izbora. Možemo se zapitati hoće li društvene mreže kao demokratski oblik medija i, dakako, prostor slobode, prihvatiti i demokratske uzuse ponašanja priznajući svoj javni značaj, pa time i civilizacijske standarde u masovnoj komunikaciji, ili će inzistirati na svojoj ekstrateritorijalnosti sa svim štetama koje anarhija, i na tim mrežama počinjeni zločini, mogu prouzročiti.

Ovaj političko-ekonomski aspekt fenomena društvenih mreža može prouzročiti ambivalentne posljedice na razvoj i očuvanje demokratskih vrijednosti. S jedne strane, političko-ekonomski aspekt afirmira slobodu izražavanja, dinamizira društvenu i političku raspravu, potiče promjene i daje osjećaj društvene uključenosti velikom broju osoba. Jednako tako, otvara prostor običnom pojedincu da se čuje i njegov glas, istina na koju su klasični mediji, osim generički, bili indiferentni.

S druge strane, ovaj fenomen možemo nazvati i mrežama „ribara duša“ koje predstavljaju rasadište dezinformacija, nasilja, govora mržnje, predrasuda, društvenih podjela i manipulacije. Društvene mreže u masovnu medijsku kulturu uvode i dva posve nova fenomena, anonimnost i lažni identitet pošiljatelja poruke, što predstavlja najveći izazov modernoj masovnoj komunikaciji.

Iako su i tradicionalni masovni mediji vrlo učinkovito javnost pretvarali u masu, društvene mreže to čine mnogo većom preciznošću. Kad su se tisak, radio i televizija kao, uostalom, i filmska industrija našli u službi unutarnje ili vanjske operacije utjecaja i oblikovanja znanja, usmjerene na izazivanje masovnih prosvjeda, pobuna ili bojkota, uza sva kreativna ulaganja nisu bili kadri samoinicijativno pokrenuti akciju i posve predvidjeti ponašanje mase. Tradicionalni mediji bili su usmjereni na oblikovanje svijesti masovnog društva, odnosno velikog broja pojedinaca odredivog, ali ne određenog identiteta. Oni su bili važna priprema kao i sredstvo sanacije posljedica, dok su za tempiranje i usmjeravanje bili zaduženi drugi dijelovi sustava, najčešće obavještajnog.

Društvene mreže obraćaju se određenom pojedincu predvidljivog ponašanja i svrstavaju ga u masovnu zajednicu kreirajući virtualni identitet, kako pojedincu tako i zajednici koju kreiraju. Pri tome, tehnologija zajednici omogućava da pojedinca izdvoji iz okruženja kritičkog mišljenja koji mu je možda zadan u realnom prostoru potičući pluralističko neznanje<sup>3</sup> (Lewandowsky, 2011). Društvene mreže tako umjetno stvorenim identitetom manipuliraju ekonomskom, političkom i svakom drugom voljom pojedinca te ga, uvjerenog u vlastiti slobodni odabir, drže u iluziji

---

<sup>3</sup> Izraz „pluralističko neznanje“ nastao je kako bi se opisala situacija u kojoj gotovo svi članovi grupe privatno odbacuju grupne norme, ali vjeruju da ih gotovo svi drugi članovi grupe prihvaćaju (Katz i Allport, 1931).

Tablica 1. Masovna komunikacija, interpersonalna komunikacija i društvene mreže  
*Table 1. Mass, interpersonal communication and social media*

<b>Masovna komunikacija</b>	<b>Interpersonalna komunikacija</b>	<b>Društvene mreže</b>
sadržaj pretežno namijenjen kratkoročnoj upotrebi (vijesti)	da	da
sadržaj proizveden u formalnoj organizaciji i visokoj tehnologiji	ne, sadržaj stvara pojedinac, jeftinom tehnologijom	može i ne mora biti, proizvode ga najčešće pojedinci jeftinom tehnologijom
različite tehnike	da	da
disperzivna publika, anonimna za komunikatora	ne	ne
javno, bez ograničenja pristupa	komunikator odlučuje kome je dostupan sadržaj i u kojoj mjeri	komunikator odlučuje kome je dostupan sadržaj i u kojoj mjeri
jednostrana	najmanje dvostrana	najmanje dvostrana
bez direktne povratne veze	s direktnom povratnom vezom	s direktnom povratnom vezom
periodičnost proizvodnje	neodređen	neodređen
kontinuitet	nije obavezan	nije obavezan

ispravnosti takve volje. Dobar primjer za ilustraciju su Facebook prosvjedi u Zagrebu 2011. godine, koji su se ugasili kad su se pokretači sami identificirali i odredili vođama prosvjeda.

Pošiljatelj poruke sada može po prvi put dobiti povratnu informaciju i ocijeniti učinak poruke u realnom vremenu, mijenjati je, prilagođavati ovisno o željenom ili ostvarenom učinku. Dok se tradicionalna komunikacija odvijala po sistemu gdje su pošiljatelj, sadržaj i komunikacijski kanal bili izvjesni, a adresat i učinak poruke neizvjesni, mrežna komunikacija može biti u potpunosti izvjesna ili upravo obratno neizvjesna. U svrhu dezinformiranja, pošiljatelj može biti, ali i ne mora biti stvaran, istinit, može biti i stroj. Neizvjesnost je poruke još kompliciranija jer se algoritamskom metodom poruke kreiraju prema karakteristikama primatelja u svrhu ostvarivanja istog učinka, a šumovi se u komunikacijskom kanalu gotovo neutraliziraju trenutnom povratnom informacijom o ostvarenom učinku.

Tablica 1 nudi mogućnosti usporedbe karakteristika masovne komunikacije (Kunczik i Zipfel, 2006: 24) s karakteristikama interpersonalne komunikacije i društvenim mrežama.

Uočavamo veće poklapanje društvenih mreža s karakteristikama interpersonalne komunikacije pa ih tako možemo nazvati sredstvom masovne interpersonalne ko-

munikacije, odnosno hibridom masovne i interpersonalne komunikacije. Wilbur Schramm tvrdio je kako je „masovna komunikacija nešto složenija, ali da je u načelu ista kao interpersonalna komunikacija“ (prema Kunczik i Zipfel, 2006: 25). On je uporište za ovakvu tvrdnju pronašao u zajedničkom nazivniku oba sustava pošilja-telj-poruka-primatelj. U prilog održivosti ove tvrdnje i danas svjedoči brza adaptacija tradicionalnih sredstava masovne komunikacije na suživot i konvergenciju s fenomenom društvenih mreža, čiji sinergijski učinak eksponencijalno utječe na masovnost i brzinu.

Ovakav sustav komunikacije podložan je i potpunoj automatizaciji upravljanja procesom oblikovanja znanja jer su sve kritične točke procesa povratno povezane u realnom vremenu, što kod klasične masovne komunikacije nije bilo moguće. Ova karakteristika ima značajne implikacije na proizvodnju i širenje dezinformacija.

Takav pojednostavljeni prikaz povijesnog razvoja i političke ekonomije medija do- vodi nas do odgovora. Monopol nad kanalima medijske masovne komunikacije, monopol nad istinom ili laži, u ovom slučaju svejedno, dokinut je. Masmedijima kao „četvrtoj vlasti“ konkurira malo vještiji pojedinac, ostvarujući komunikacijski doseg kakav imaju medijski izdavači s desetljetnim nasljeđem. To je najveća promjena od Adama do Trumpha. Ona sama po sebi nije ni negativna ni pozitivna, ona je nezaustavljiva.

## **Vrijeme post-istine, postčinjenično doba i *fake news***

Romanopisac George Orwell uzeo je 1984. godinu kao mogući „komunikacijski smak svijeta“ (Briggs i Burke, 2011: 247), no ona to nije bila. No, je li to možda bila 2016. godina? Ta se pak godina uzima kao godina kojom je počelo vrijeme poslije istine, tzv. *post-truth era*. Prekretnicom se uzima upravo ta godina zbog dva važna događaja, kojih su ishodi uvelike odlučili o manipulativnim operacijama upotrebom sredstava masovne komunikacije (masmedija i društvenih mreža). Jedan su ishod predsjednički izbori u SAD-u, a drugi referendum u Velikoj Britaniji o napuštanju Europske unije, tzv. Brexit. U oba je slučaja javni prostor zagadio populistički koncept post-istine u kojem je činjenično stanje zamijenjeno agresijom emocionalnog naboja i namjernim širenjem neistinitih, zlonamjernih i štetnih informacija.

U slučaju američkih predsjedničkih izbora sustav dezinformiranja stremio je ka dehumanizaciji predsjedničke kandidatkinje Hillary Clinton, gdje su milijuni birača bili izloženi dezinformacijama naročito difamantnog sadržaja, što je kulminiralo u aferi Pizzagate, koja je zamalo tragično završila. U Velikoj je Britaniji tvrtka Cambridge Analytica, nezakonito koristeći široku bazu podataka generiranih na društvenoj mreži Facebook, manipulativno utjecala na volju milijuna glasača, prvo ih profilirajući, a potom izlažući ih posebno dizajniranim i personaliziranim porukama

kako bi utjecala na ishod referenduma i tako izazvala veliku političku krizu koja je uzdrmala temelje Unije i kojoj se još ne nazire kraj.

Farkas i Schou (2019) upozoravaju nas da su istina i razum ustupili mjesto individualnim osjećajima i alternativnim činjenicama u ovom vremenu post-istine, što razara ionako fragilno tkivo demokracije. Sam pojam post-istine proglašen je terminom godine 2016. u Oxfordskom rječniku: „*Post-istina* je pridjev koji označava ili se odnosi na okolnosti u kojima objektivne činjenice manje utječu na oblikovanje javnog mnijenja od apela na osjećaje i osobno uvjerenje.“

Uz pojam post-istine nužno se spominju i simptomi ovog doba, *fake news* (lažne vijesti), *alternative facts* (alternativne činjenice) i *truth decay* (propadanje istine). U ovom radu pobliže ćemo se baviti pojmom *fake news*. *Fake news* nespretna je i netočna, posve proturječna kovanica. Neophodan uvjet da je nešto vijest (*news*) mora se odnositi na istinit događaj, o prirodi ili ljudskoj radnji, a preduvjet da je nešto vijest je provjera njezina sadržaja iz najmanje dva vjerodostojna izvora. Vijest u sebi sadrži odgovore na većinu „čuvanih“ 5W Lasswellovih novinarskih pitanja. Za razliku od vijesti, laž nije ni istinit događaj niti je provjerena iz najmanje dva vjerodostojna izvora. Drugim riječima, laž ne zadovoljava niti nužan niti dovoljan uvjet da bi bila vijest. Laž je isključivo proizvod ljudske kreacije. Ona sama po sebi ima obilježja ljudskog djela ili nedjela, ovisno o tome hoće li prouzročiti štetu ili ne. Zanimljivo je, međutim, da laž neizostavno sadrži odgovore na svih 5W pitanja. Dakako, u tome su i svi odgovori lažni. Vijest, dakle, može biti o tome da se pojavi laž ili dezinformacija, ali laž se ne može i ne smije zvati viješću.

## Istina

Pojam istine je filozofski, teološki, lingvistički, a nadasve humanistički jednakopravan pojmu i shvaćanju i Boga i bitka, makro i mikro kozmosa, života i smrti, problem s čijom su nedokučivošću živjeli i umirali (umni, osrednji i neuki) jednako nesretni u spoznaji svi naraštaji od postanka svijeta. Vjerojatno je da će i u budućnosti biti slično, jer je istinu nemoguće posve dosegnuti. Proces svakog učenja, svake spoznaje rezultat je traganja za istinom. U glasovitom eseju *O slobodi*, braneci slobodu govora, John Stuart Mill (1859) ustvrdio je kako se znanje rađa samo iz sudara istine s argumentima hereze.

Slično Millu, Lalić (2018) osvrće se na Baumana:

Upozoravajući kako je istina antagonistički (koji se odnosi na antagonizme i sukobe) pojam, što posebno dolazi do izražaja u ovo vrijeme tekuće (nesigurne, stalno mijenjajuće) modernosti, sociolog Zygmunt Bauman je 2016. godine, nedugo prije smrti, oporo konstatirao: „U ‘istini’ u jedini paradoksalno se implicira potvrda njene pluralnosti. Tvrdnja ‘To je istina’ dobiva svoj smisao tek uparivanjem s tvrdnjom ‘To nije istina’ od koje je neodvojiva.



I sada imamo pluralan i obazriv karakter istine i nasuprot tome, aprioran, tvrd, nedemokratski i dogmatski karakter laži. Istina svojom stvarnošću, svojim postojanjem i svojom biti što je istinita ima luksuz pluralnosti, dok i najmanje propitivanje za laž biva fatalno. Istina je podatna, ali i nepromjenjiva. Nažalost, ne toliko skrivena koliko nezanimljiva kao laž. Najteže prihvatljiva karakteristika istine je neprilagodljivost. Laž je produkt ljudske kreativnosti. Zato je sama po sebi zanimljivija, privlačnija, prilagodljivija i, nažalost, prihvatljivija. Seneka kaže da „vrijeme pokazuje istinu“. No, da se ne dovedemo u zabludu, ne radi se samo o vremenu nego i aktivnom propitivanju kroz vrijeme. Vrijeme bez činjenja učinit će laž opasnijom i otpornijom. Vrijeme bez akcije radi za laž. Akcija kroz vrijeme skraćuje laži životni vijek. To je slaba točka neistine. Zato trebamo neumorno propitivati, antagonizirati, istraživati i laž će se rasplinuti. Laž je ranjiva i uništiva, ali isključivo akcijom i radom.

Osim neprilagodljivosti, istina ima još neke nedostatke duboko konfrontirane tvorničkim postavkama čovjeka. Događa se često da i sam činjenični sklop, o kojem ni nema konflikta, u subjektivnoj percepciji postaje suprotstavljen. Na to ukazuje i sljedeći jednostavni primjer.

Proljetni je i sunčani dan. Sjedite s prijateljima P, M, K i C u gradu na subotnjoj kavi. P i C su u kratkim rukavima i žale se na vrućinu, a M i K imaju potrebu pokriti se dekom. Premda bolje odjeveni, žale se da im je prohladno, dok istovremeno mjerni uređaj pokazuje 20 Celzijevih stupnjeva u hladu. Postavlja se pitanje što je istina. Je li istina da je toplo ili je istina da je prohladno? Ono što pouzdano znamo jest da je temperatura 20 Celzijevih stupnjeva u hladu. No, mora li to značiti da je ta temperatura sinonim za toplo ili hladno? Cijelu stvar možemo i dodatno zakomplikirati s količinom vlage u zraku. Naime, veći udio vlage daje veći ugođaj topline. Pa tako i do ostalih detalja i nijansi.

Što je u prethodnom primjeru, i to samo fiziologijom individue određeno, istina? Istina je da meteorološka stanica mjeri i bilježi temperaturu od 20 Celzijevih stupnjeva u hladu. To je činjenica jer termometar ne laže. No, lažu li M i K kojima je prohladno ili lažu P i C kojima je vruće? Vjerojatno ne. Da je prohladno, subjektivno osjećaju M i K i to je njihova istina. Da je vruće, subjektivni je dojam i osjećaj P i C i to je njihova istina. No, vjeruju li jedni drugima? Uglavnom da iako fizički imaju sasvim oprečan doživljaj. Zašto vjeruju? Svi su bar jednom doživjeli groznicu na ljetnih uzmorskih 30 Celzijevih stupnjeva. I zato tu ni nema spora iako nema ni zajedničke istine. Pluralnost se poštuje.

Slične situacije imamo i u odnosima slatko-gorko, lijepo-ružno, svijetlo-tamno, ukusno-neukusno, slabo-snažno, brzo-sporo. I u tim situacijama ima rasprave, ali pluralnost se poštuje. Nekonfliktnost prethodno istaknutih kategorija „ozakonjena“ je na enciklopedijski proklamiranom primitivizmu ustrajanja na njima poznatom uzrečicom: „De gustibus non est disputandum.“

Međutim, kad slijedom prethodnih kategorija „konfliktnosti“ odaberemo, primjerice, produktivno-neproduktivno, demokratski-nedemokratski, hrvatsko-antihrvatsko, europsko-antieuropsko, kršćanski-antikršćanski, teistički-ateistički, lijevo-desno, HDZ-SDP, pluralnost i tolerancija nestaju. Što nam to govori? Biološko, fizičko i proživljeno, bez obzira na subjektivno stanje u trenutku, smatramo i priznajemo kao alternativnu istinu, ravnu svojoj i ni po čemu bitnom različitu. Uostalom, to je bar jednom bila i naša istina.

No, što je s intelektualno predisponiranim doživljajem činjeničnog supstrata unutar pripadajućeg konteksta? Uzimamo li taj dio vlastite istine kao pluralnu kategoriju, kako je Bauman opisuje, ili je doživljavamo apsolutnom? Preispitujemo li tu našu istinu ili je dogmatski „cementiramo“ i ustrajno branimo do posezanja za oružjem? Jer naše predispozicije za stjecanje razumnog stava u kontekstu o neosporno istinitom činjeničnom supstratu daleko su različitije i složenije od fizičkih i fizioloških. Određene su dobi, spolom, obrazovanjem, socijalnim statusom, podrijetlom, odgojem, okruženjem, religijskim i političkim uvjerenjem, kulturom, interesima, vlastitim doživljajima i kolektivnom svijesti i masovnim medijima. Ta nas obilježja u kontekstu razlikuju i otežavaju nam put do istine. A istine izvan istinitog i ispravnog konteksta nema. Ovo je mjesto gdje je nemoguće pasivno doći do odgovora. Ovdje pasivni, neaktivni, gube vjerodostojnost. To je područje akcije usmjereno na najtežeg protivnika. Sebe samoga. Istina se ne boji pluralnosti. Ona je sama pluralna.

## Dezinformacija

U svojem najgorem obliku dezinformacija je svjesno kreirana (izmišljena) laž, suprotnost istini. To je lažna informacija, plasirana i raširena s namjerom da se pojedincu, grupi ili društvu u cjelini proizvedu štetne političke, društvene, ekonomske, zdravstvene i druge posljedice. Prema UNICEF-ovoj podjeli, razlikujemo tri glavne vrste dezinformacija:

1. Manjkave informacije: informacija je neistinita, ali nije kreirana s namjerom dezinformiranja ili nanošenja štete iako ih može izazvati.
2. Dezinformacije: lažne informacije, namjerno stvorene kako bi izazvale štetne posljedice osobi, grupi, organizaciji, društvu, državi i dr.
3. Zlonamjerne informacije: informacije utemeljene na stvarnosti, a koriste se za izazivanje štetnih posljedica osobi, društvenoj grupi, organizaciji, državi i dr.

Manjkave informacije su najčešća pojava. Uglavnom su uzrokovane snažnim utjecajem prve, ishodišne objave informacije. Ona je posljedica digitalnog doba, kvalitete i profesionalizma novinara te organizacije medija. Dobra je strana da se manj-

kave informacije brzo ispravljaju. Najčešće ne proizvedu trajnije posljedice za osobu, grupu i društvo, ali čestim ponavljanjem ugrožavaju povjerenje publike u nakladnika ili novinara osobno.

Dezinformacije u svojoj biti znače maligni oblik masovnog komuniciranja i zloupotrebu masovnih medija. Opće karakteristike dezinformacije možemo promatrati kroz nekoliko karakteristika njihove pojavnosti, a koje proizlaze iz već navedene definicije. Prva karakteristika je da je riječ o laži, netočnim podacima, događajima, osobama i lažnim mišljenjima koja ciljaju utjecati na javno znanje. Druga važna karakteristika je namjera. Ona po naravi stvari postoji samo kod autora dezinformacije. Razumno je, pritom, očekivati da autor može biti pojedinac ili skupina, pa čak i cijela organizacija i kreativni timovi. No, lažno se mišljenje može pripisati isključivo autoru dezinformacije, jer je jedino njemu posve poznato da navedeni činjenični okvir nije istinit. Drugi pojam koji valja razmotriti je mišljenje utemeljeno na laži, kao rezultat dezinformacije, ali bez namjere da se nanosi šteta. Mišljenje utemeljeno na laži izraz je dubokog uvjerenja u istinitost takvog mišljenja, pa ga pojedinac koji ga iznosi doživljava kao znanje.

Razlikovati ova dva pojma u dezinformacijskom procesu izrazito je važno, osobito u primjeni odgovarajućih aktivnosti i mjera protiv ove pojave. Lažna informacija, naime, i uz nju prateća subjektivna percepcija, tj. lažno mišljenje, virusno se šireći u populaciji progresivno dobiva na snazi i uvjerenosti upravo mutacijama u mišljenju koje je utemeljeno na laži. Već drugi krug primatelja, odnosno prvi krug diseminatora, dezinformaciju širi s uvjerenjem u istinitost kao znanje i osjeća se ispravnim.

Sadržaj dezinformacije uvijek je prilagođen cilju dezinformatora. Za opisivanje sadržaja možemo se pozvati na teoriju manipulacije i manipulacijskih vještina. Tako Šušnjić (1990: 29) nudi teorijski jasnu i empirijski upotrebljivu definiciju manipulacije: „Manipulacija se može odrediti kao smišljen, sistematski i kontroliran postupak ili skup postupaka pomoću kojih manipulator, koristeći simbolička sredstva, u za njega pogodnim psihosocijalnim uvjetima, odašilje u masu, preko sustava komunikacije, određene poruke, s namjerom da utječe na uvjerenja, stavove i ponašanje velikog broja ljudi, tako da bi se oni, u stvarima o kojima ne postoji opća suglasnost, a za koje su životno zainteresirani, usmjerili prema uvjerenju, stavovima i vrijednostima manipulatora, a da toga nisu ni svjesni.“ Teoriju manipulacije prema Šušnjiću (1990: 309) predstavlja „zakoniti odnos između elemenata koje sadrži predložena definicija manipulacije“. U nastavku Šušnjić upućuje na nedostatak Lasswellove klasične formule (tko kaže, što, kojim kanalom, kome i kojim efektom) te ovaj proces nadograđuje sa socijalno-psihološkim uvjetima u kojima se poruka pripodava namjerama pošiljatelja poruke te problemima na koji se poruka odnosi i motivacijama za poruku. Ovako nadograđena Lasswellova formula, može biti polazište za pojašnjenje dezinformacijskog procesa.

U skladu s tim teorijskim postavkama možemo zaključiti da je lažno mišljenje manipulativno oružje kojim dezinformator napada, a mišljenje utemeljeno na laži dokaz je pokoravanja žrtve. Šušnjić nas upozorava i na sadržaj manipulativne poruke čije karakteristike nalazimo u sva tri pojavna oblika dezinformiranja. To su autoritativni izvor, emocionalni naboj, simboli (nacionalni, vjerski), redosljed argumentacije (privid pluralnog pristupa), prikriivena namjera, podilaženje masi, simplifikacija i najvažnije neprestano ponavljanje. Šušnjić je u manipulaciji identificirao nametanje moći i volje u svrhu ostvarenja manipulatorovih interesa, ali nije polazio od neistine. Stoga njegovu dijagnozu možemo posve poistovjetiti s fenomenom zlonamjernih informacija.

Možemo se i zapitati što je interes današnjih dezinformatora. Kad analiziramo prevladavajuće dezinformacije, posebice teorije zavjera, vidljivo je kako je svrha izazvati strah, osjećaj nemoći, mržnju, izazvati ili produbiti društvene podjele, proizvesti nepovjerenje u institucije, medije, znanost i dr. Ako izuzmemo digitalne piromane, usamljene nesretnike koji akciju unutar anonimnosti na internetu vide kao svoje jedino moguće ostvarenje, političke populiste kao klaune željne bilo kakve pažnje i usredotočimo se na operacije utjecaja određenih zemalja i centara moći, skloni smo povjerovati da se odgovor nalazi i u izazivanju represivne reakcije kao jednog od strateških ciljeva. Represivna bi reakcija označila dokidanje slobode govora i tiska kao neporecivog temelja demokracije. Ako smo takve prijetnje dovoljno svjesni, moramo racionalno procijeniti moguće aktivnosti za uočavanje, prepoznavanje i sprječavanje stvaranja i širenja dezinformacija, ne koristeći se pritom niti jednim nedemokratskim sredstvom.

Drugi je važan izazov karakteristika dezinformacija da im svako suprotstavljanje zapravo odgovara jer podrazumijeva još jedno ponavljanje neistine ili mita. Na to upozorava Lewandowsky (2017): „Da biste razotkrili mit, često ga morate spomenuti - inače, kako će ljudi znati o čemu govorite? Međutim, to ljude čini upoznatijima s mitom i stoga je vjerojatnije da će ga prihvatiti kao istinu.“ Znači li to da bi razotkrivanje mita moglo zapravo ojačati mit? Lewandowsky (2017) nudi i rješenje: „Izbjegavajte uopće spominjati mit dok ga ispravljate. Kad se pokušavate suprotstaviti dezinformacijama, najbolji je pristup usredotočiti se na činjenice koje želite priopćiti.“

Ovu uputu Lewandowskog<sup>4</sup> smatramo ključnom. Ne boriti se protiv laži, nego za istinu. Upravo promjena koncepta iz negacije laži u afirmaciju istine, iz obrambene

---

<sup>4</sup>On je ovu uputu dao nakon provedenih istraživanja povratnog učibka kontinuiranog utjecaja dezinformacija. Ljudima je prikazan letak koji je razotkrio uobičajene mitove o cjepivima protiv gripe. Poslije su od njih tražili da odvoje mitove od činjenica. Na pitanje odmah nakon čitanja letaka, ljudi su uspješno identificirali mitove. Međutim, kad su upitani 30 minuta nakon čitanja letaka, neki su ljudi zapravo postigli lošije rezultate.

komunikacijske formacije u ofenzivnu, uz korištenje svih kanala masovnog komuniciranja, mogla bi biti primjerena i učinkovita demokratska reakcija na dezinformacijske kampanje. Ovakav pristup zahtijeva široku društvenu mobilizaciju jer svi smo pozvani tražiti i poticati istinu; države, međunarodne asocijacije, znanstvena zajednica, nevladine organizacije, obrazovni sustavi, svaki pojedinac i najvažnije pojedinčev vjerni saveznik-profesionalni i odgovorni mediji.

## **Institucionalni okvir suprotstavljanju dezinformacijama**

### *Europska unija vs. dezinformacije – Europski pristup*

Europska je unija još 2015. prepoznala dezinformacije kao jedan od važnih sigurnosnih izazova te je ojačala mjere suprotstavljanja dezinformacijama. Prva važna aktivnost u tom pogledu bilo je osnivanje radne skupine East StratCom Task Force sa zadaćom protudjelovanja na ruske dezinformacijske kampanje. Aktivnosti ove skupine usmjerene su na učinkovito komuniciranje politika EU-a istočnim susjedima, jačanje medijskog okruženja u istočnom susjedstvu pružanjem potpore za slobodu medija i jačanjem neovisnih medija te jačanje sposobnosti EU-a za predviđanje i suzbijanje proruskih dezinformacija te međusobnog informiranja o njima.

Drugi važan dokument je zajednička komunikacija „Jačanje otpornosti i povećanje sposobnosti za odgovor na hibridne prijetnje“. Europska je komisija na temelju javne rasprave i preporuka stručne skupine 2018. objavila značajan dokument, *Tackling online disinformation: a European Approach*. U samom uvodu, Europska komisija utvrđuje kako je „izlaganje građana dezinformacijama širokog opsega, uključujući obmanjujuće ili otvorene lažne podatke, glavni izazov za Europu“. Ovaj dokument ukazuje na to kako ključnu ulogu u širenju dezinformacija imaju internetske platforme, osobito društvene mreže te platforme za razmjenu videozapisa i tražilice. Radi se o novim medijima koji za razliku od tradicionalnih medija, koji podliježu širokom spektru pravila o nepristranosti, pluralizmu, raznolikosti, oglašavanju i drugim regulatornim područjima, nisu regulirani.

Komisija upozorava i da problem dezinformacija valja sagledati u širem kontekstu međusobno povezanih tehnoloških, ekonomskih i političkih parametara. Ekonomska nesigurnost, ekstremizam i kulturne promjene „stvaraju tjeskobu i pružaju plodno tlo“ za dezinformacijske kampanje kojima se potiču napetosti, polarizacija društva i nepovjerenje.

Jasna politička volja i predanost europskim vrijednostima preduvjeti su dugoročnom suzbijanju dezinformacija. Dokumentom se naglašava kako se širenje dezinformacija odvija i u kontekstu velikih promjena u medijima, koji prolaze kroz duboku transformaciju težeći prilagodbi poslovnih modela.

S obzirom na snagu izazova, Europska komisija upozorava kako ne postoji jedno rješenje koje bi moglo riješiti sve izazove povezane s dezinformacijama, već aktivnosti valja usmjeriti na više područja prema sljedećim načelima i ciljevima:

1. poboljšati transparentnost u pogledu podrijetla informacija i načina na koji se oni proizvode, sponzoriraju, šire i ciljaju kako bi se građanima omogućilo procjenjivanje sadržaja kojem pristupaju na mreži i otkrivanje mogućih pokušaja manipulacije mišljenjem
2. promicati raznolikost informacija kako bi se građanima omogućilo donošenje odluka na temelju kritičkog mišljenja, kroz podršku visokokvalitetnom novinarstvu, medijskoj pismenosti i rebalansiranju odnosa između stvaratelja i distributera informacija
3. poticati vjerodostojnost informacija davanjem naznaka njihove pouzdanosti, posebno uz pomoć pouzdanih označenika i poboljšanjem praćenja informacija te provjerom autentičnosti utjecajnih pružatelja informacija
4. podizati svijest i poticati veću medijsku pismenost, široko sudjelovanje dinonika i suradnju javnih vlasti, internetskih platformi, oglašivača, pouzdanih izvještaja, novinara i medijskih grupa.

Dokument su u rujnu 2018. potpisali predstavnici Facebooka, Googlea, Twittera i Mozille, kao i predstavnici oglašivača. Društvene mreže i oglašivači samoregulatornim aktom obvezali su se poduprijeti napore u suzbijanju informacija na pet područja: nadzor objavljivanja oglasa, političko i tematsko oglašavanje, integritet usluga, jačanje položaja potrošača i jačanje uloge istraživačke zajednice.

### *Nacionalni pristup*

Sva nacionalna zakonodavstva, pa tako i hrvatsko, imaju inkorporiranu zaštitu pojedinca, skupina, tvrtki ili društva u cjelini od štete (bilo materijalne, bilo nematerijalne) koje bi im mogle biti nanesene širenjem neistina. Takvu zaštitu pružaju sudovi u sudskim postupcima. Ova vrsta suprotstavljanja prikladna je za zaštitu legitimnih interesa osoba priznate aktivne legitimacije i samo onda kad je moguće identificirati stvarnog oštećenika. S obzirom na dugotrajnost sudskih postupaka, skučenost prostora objave i nezainteresiranost javnosti za osuđujući pravorijek, učinkovitost ove zaštite u pogledu utjecaja na javno znanje ograničenog je dosega, a ponekad i štetna. Kako do sada niti jedna država članica, pa tako ni Hrvatska, nije razvila naročito učinkovit model suprotstavljanja dezinformacijama, mišljenja smo da sve države, svaka za sebe i zajedno, trebaju implementirati načela europskog pristupa.

### *Izvršnost novinarstva, medijski profesionalizam*

U svojoj kolumni novinarka i urednica Margaret Sullivan (2019) osvrće se na izjavu i citira medijskog kritičara Jacka Shafera: „U doba Twittera, javnost (treba) bolje naviknuti na novu životnu činjenicu: vijesti, posebno rana izvješća u prijelomnim vijestima, vjerojatno nisu točne.“ Shafer (prema Sullivan, 2019) savjetovao je potrošačima vijesti kako ne treba očekivati previše jer će to rezultirati razočaranjem. Nakon što je citirala Shaferov kapitulantski stav prema pojavi kojoj se i sam zgraža, autorica nudi i njemu i nama, kako sama kaže, radikalni odgovor: „To nije dovoljno dobro. Ili je možda dovoljno dobro za neke novinske organizacije i neke konzumente vijesti. Ali nije dovoljno dobro za *New York Times* i njegove čitatelje.“ (Sullivan, 2019)

Jednako kao i ombudsmanka čitateljstva *The New York Timesa* (i to još dok su društvene mreže bile u povojima), ovako radikalni odgovor trebamo dati svi mi koji radimo u medijskoj industriji. Borba za istinu, čuvanje i stalna izgradnja povjerenja između medija i njihove publike ni na koji način ne bi smjela biti kompromitirana neetičkim, neprofesionalnim srljanjem u klikabilnost na koje nas usmjeravaju tržišna utakmica i tehnologija proizvodnje informacija. Stoga je potrebno uložiti sve napore i osnažiti tržišne pozicije profesionalnih, uređivanih medija, jačati profesionalnost, etičnost i svaku drugu izvršnost novinarstva, osobito tako da novinarska profesija postane ponovo i materijalno atraktivno zanimanje. Materijalni položaj novinara i novinarstva danas u dubokoj je opreci sa zahtjevnosću europskog pristupa suprotstavljanju utjecaja dezinformacija na javno znanje i u vidljivoj je obrnuto proporcionalnoj vezi sa širenjem i razornim utjecajima ove pojave.

Posebnu ulogu u ovim procesima može se dodijeliti HRT-u i HINI kao javnim medijskim servisima. U odnosu na komercijalne medije, javni medij ima i svrhu i sredstva biti nositelj transformacijskog procesa, provjeravatelj činjenica i utočište javnosti čije izvještavanje ne smije nikad izazvati sumnju. Jednako kako je uloga komercijalnih nakladnika 90-ih godina bila učiniti medijsko okruženje pluralističkim, uloga javnog servisa danas je to isto okruženje zadržati profesionalnim i unaprijediti ga.

## **Zaključak**

Priroda dezinformacija u svojoj se biti kroz povijest nije naročito mijenjala. Dezinformacija je bila i ostala sredstvo manipulacije koje je, s obzirom na dostupne kanale komuniciranja, korištena u svrhu pokoravanja, nanošenja štete ili ostvarivanja drugih interesa manipulatora. Pojavom društvenih mreža nestao je monopol nad masovnim komuniciranjem. Kanali masovnog komuniciranja dostupni su pojedincu, skupinama, organizacijama i to bez regulacije kava je izgrađena u demokratskim društvima u odnosu na klasične masmedije. Ono što danas dezinformacijski proces

stavlja u prvi plan je dostupnost kanala diseminacije, njihova preciznost i učinkovitost, naročito kroz društvene mreže.

Upravo ove karakteristike mrežne komunikacije predstavljaju moguće rješenje u prevenciji dezinformacija i oruđe u borbi za istinu. Tehnologija komuniciranja u mreži ovlašćuje nas, ističu Milković i drugi (2020) da na svim točkama lanca komuniciranja djelujemo aktivno i preventivno, osobito primjenom *blockchain* sustava, koji algoritamski djeluju na onemogućavanju rizičnog ponašanja te očuvanju ekologije medija. Autori napominju kako „ova tehnologija u medijski prostor uvodi odgovornost za objavljene medijske sadržaje jer se u svakom trenutku može utvrditi izvor sadržaja i povijest izmjena sadržaja koju je nemoguće izbrisati“ (Milković i dr., 2020: 46).

Potrebno je usavršavati i nadograđivati računalne programe za kontinuirano pretraživanje *online* prostora s ciljem uočavanja i prepoznavanja dezinformacija. Također je neizostavno razvijati mrežnu forenziku koja može u realnom vremenu identificirati nultog dezinformatora, kreatora dezinformacije, kao i sve dezinformacijom kontaminirane žrtve te procijeniti učinke poslane poruke. Tako pribavljene i obrađene podatke potrebno je u realnom vremenu dostavljati organiziranim mrežama za provjeru činjenica, mrežama volontera, znanstvenih i obrazovnih institucija, profesionalnih medija, znanstvenika, i svih odgovornih pojedinaca, svakom na svom području znanja, koji upornim zalaganjem i djelovanjem mogu i trebaju stvarati šumove na dezinformacijskim kanalima komunikacije do same preobrazbe toksične poruke. Samo kontinuiranom aktivnošću i visokom društvenom sinergijom možemo nametnuti istinu. Dezinformacijama se možemo suprotstaviti jedino aktivnim nuđenjem istine i borbom za istinu, nikako borbom protiv laži. Borbom za, ne protiv.

---

## LITERATURA

- Alić, S. (2012) *Masmediji zatvor bez zidova*. Zagreb: Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja.
- Bauman, Z. (2011) *Tekuća modernost*. Zagreb: Naklada Pelago.
- Bauman, Z. i L. Donskis (2017) *Tekuće zlo: Život u svijetu bez alternative*. Zagreb: TIM press.
- Briggs, A. i P. Burke (2011) *Socijalna povijest medija od Gutenberga do interneta*. Zagreb: Naklada Pelago.
- Farkas, J. i J. Schou (2019) *Post-truth, Fake News and Democracy, Mapping the Politics Falsehood*. New York: Routledge.
- Inglis, F. (1997) *Teorija medija*. Zagreb: AGM, Barbat.
- Katz, D. i F. H. Allport (1931) *Students' Attitudes: A Report of the Syracuse University Reaction Study*. Syracuse, NY: Craftsman Press.



- Kunczik, M. i A. Zipfel (2006) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
- Milković, M., Samardžija, J. i M. Ognjan (2020) “Primjena blockchain tehnologije u medijskoj ekologiji”, *Medijska istraživanja*, 26 (1), 29–52. doi: 10.22572/mi.26.1.2.
- Šušnjić, Đ. (1990) *Ribari ljudskih duša: Ideja manipulacije i manipulacija idejama*. Beograd: Niro Mladost.
- Turow, J. (2012) *Mediji danas*. Beograd: Clio.
- Zgrabljic Rotar, N. (2000) *Digitalno doba. Masovni mediji i digitalna kultura*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Zgrabljic Rotar, N. (2016) “Novi mediji digitalnog doba”, 57–64. U: Lj. Josić, Lj. (ur.): *Zbornik Informacijska tehnologija i mediji 2016*. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.

### Mrežni izvori

- European Commission (2019) *The Communication “Tackling online disinformation: a European approach”*. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/communication-tackling-online-disinformation-european-approach>.
- Europska komisija (2018) *Zajednička komunikacija Europskom parlamentu, Europskom vijeću i Vijeću: Jačanje otpornosti i povećanje sposobnosti za odgovor na hibridne prijetnje*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018JC0016&from=HR>.
- “fake news”, *Oxford Learner’s Dictionaries*. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news?q=Fake+News>.
- Haag, M. i M. Salam (2017) “Gunman in ‘Pizzagate’ Shooting Is Sentenced to 4 Years in Prison”, *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2017/06/22/us/pizzagate-attack-sentence.html>.
- Journalism, ‘Fake News’ and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training*. UNESCO. <https://en.unesco.org/fightfakenews>.
- Lalić, D. (2018) “Istina je ugrožena! ‘Velike bijele psine’ politike nadziru je za potrebe zla i primitivizma”, *Vecernji.hr*. <https://www.vecernji.hr/premium/istina-je-ugrozena-velike-bijele-psine-politike-nadziru-je-za-potrebe-zla-i-primitivizma-1275143>.
- Lewandowsky, S. (2011) “The Loud Fringe: Pluralistic Ignorance and Democracy”, *Shapingtomorrowworld.org*. <http://www.shapingtomorrowworld.org/lewandowskypluraligno.html>.
- Lewandowsky, S. (2017) “Familiarity-based processing in the continued influence of misinformation”, *Shapingtomorrowworld.org*. <http://www.shapingtomorrowworld.org/lewandowskydbh-2.html>.

- Lewandowsky, S. (2019) “The mystery of the.003”, *Shapingtomorrowworld.org*. <http://www.shapingtomorrowworld.org/category/stephan-lewandowsky>.  
“post-truth”, *Oxford Learner’s Dictionaries*. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth?q=posttruth>.
- Sullivan, M. (2012) “Getting It First or Getting It Right?”, *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2012/12/23/public-editor/getting-it-first-or-getting-it-right.html>.

## **Disinformation in the Digital Age – the Fight for the Truth**

**Josip Popovac**

### **SUMMARY**

*The paper discusses the “modernity” of the disinformation phenomenon through the prism of the historical development of the media by taking into consideration the political and economic aspects of each phase, the nature of truth, and disinformation as a tool for manipulation. It also examines the escalation of disinformation in the corpus of public knowledge with a special focus on the role of social networks. Social networks eliminated the communication monopoly which had hitherto been reserved for an elite circle of people. As a result, mass communication has become globally accessible to every skilled individual. The paper also focuses on the model for counteracting the impact of disinformation according to the principles of the European approach to counteracting disinformation. It also emphasizes that fighting for the truth is a more appropriate model than fighting against lies.*

*Keywords:* truth, lie, disinformation, false belief, belief based on lies, fake news, post-truth