

UDK: 316.774:37
Pregledni rad
12. V. 2020.

IVANA SIVRIĆ

MEDIJSKA PISMENOST: ORUŽJE U HIBRIDNOM RATU PROTIV LAŽNIH VIJESTI I DEZINFORMACIJA

SAŽETAK

Već sedamdesetih godina dvadesetoga stoljeća razvijeni su prvi koncepti suvremenoga pojma medijske pismenosti. Nakon toga uslijedilo je nekoliko inicijativa da bi se bolje prepoznala važnost učenja i nužnost razvoja medijske pismenosti. Devedesetih godina dolazi do institucionalizacije medijske pismenosti i do definiranja osnovnih smjernica i elemenata potrebnih za razvoj i implementaciju medijske pismenosti u društvu.

Otada pa sve do danas koncept medijske pismenosti ubrzano se mijenjao. Dinamičan i ubrzan razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija, pojava novih medija i medijskih navika konzumenata doveli su do promjene samoga koncepta i razumijevanja medijske pismenosti. Dotad se medijska pismenost prepoznavala kao instrument za zaštitu konzumenata od negativnih medijskih poruka i sadržaja (najčešće djece i mladih), a potom i kao instrument za zaštitu konzumenata od tehnologije te kao preduvjet za bolju građansku participaciju.

Danas tumačenje pojma medijske pismenosti promatramo i u zavisnosti od društva i konteksta u kojem se medijska pismenost koristi i na način kako se razvija. Prema tome, koncept i primjena u ovisnosti su o geografskom i tehnološkom pristupu medijima, a samim time i o evaluaciji i načinu na koji komuniciramo preko različitih medija. Stoga bi današnji koncept medijske pismenosti predstavljao oružje ili oruđe za borbu protiv negativnih medijskih sadržaja, manipulacije, lažnih vijesti, obmana, propagande, dezinformacija, a u svrhu kritičkoga i kreativnog izražavanja i bolje građanske participacije.

Ključne riječi: medijska pismenost, lažne vijesti, dezinformacije, kritičko i kreativno izražavanje

MEDIJSKA PISMENOST: ORUŽJE U HIBRIDNOM RATU PROTIV
LAŽNIH VIJESTI I DEZINFORMACIJA

UVOD

Razvoj novih tehnologija, prije svega digitalnih medija i alata (kamere, pametni telefoni, digitalni fotoaparati) koji prenose medijske sadržaje doveli su do promjena pristupu i primjene medija, ali i vjerodostojnosti u medije. Ekspanzija interneta osigurala je razvoj "kulture povezanosti u društvu" koja osigurava dominaciju društvenih mreža te određuju smjer razvoja suvremenoga društva. U tom kontekstu obične ljude, pojedince, često se pozicionira kao kreatore društvene zbilje i prenositelje javne riječi. Traganje ozbiljnih medija za načelima i načinima kako sačuvati integritet u vremenu krize i borbe za istinom postao je prioritet. Pogled u prošlost prikazuje da je potreba za pretraživanjem istinitih informacija dugovječna i da su lažne vijesti postojale otkad je i čovječanstva. One su se teže širile nego što je danas kada je pojava modernih sredstava komuniciranja omogućila brže i uspješnije promjene. Pojava sve više lažnih vijesti u medijskom prostoru dovela je do smanjenja povjerenja javnosti u medije što je utjecalo i na sve one koji se bave medijima, odnosima s javnošću i srodnim strukama u doticaju s medijima. Širenjem lažnih vijesti, dezinformacija i negativne propagande nastoje se ugroziti ideje objektivnoga informiranja, povjerenja u tradicionalne medije i demokratske vrijednosti. Upravo to za mnoge građane Europske unije predstavlja jedan od ključnih problema.

Medijska pismenost, u tom smjeru, ima ključnu ulogu da preko znanja i razvijanjem kritičkoga i kreativnog izražavanja, analizom i većom participacijom pojedinca u temama od javnoga interesa pomogne prepoznati lažne vijesti i dezinformacije.

ISTINA – TEMELJNO MORALNO NAČELO

Posvećenost načelu istinitosti predstavlja jedno od najstarijih i najcjenjenijih civilizacijskih fenomena koje je, prije svega, prisutno u filozofiji morala, proučavanju prava i religije.

Drevni i suvremeni filozofi najviše su se bavili pojmom istine i njezinom ulogom u odnosima među ljudima. "Sokrat je osuđen na smrt zbog

kritičkog ispitivanja i tako je postao prvi mučenik slobode govora" (Day, 2006, 101). Kant je veoma cijenio istinu kao univerzalnu vrijednost koja vrijedi u svim okolnostima bez obzira na posljedice. Kasnije su i drugi mislioci poput Johna Milтона i Johna Stuarta Milla promišljali o intelektualnom značaju istine i filozofije morala. Zbog toga postavljaju pitanja zašto iskrenost prva strada ako je istina toliko bitna i sveta. Odgovor je, u najširem smislu, najčešće u činjenici da je sklonost prema neiskrenosti jednako dio ljudske prirode kao i potreba za istinom i iskrenim odgovorom. Obmana, manipulacija i laž u povijesti veoma su ukorijenjeni i imaju dugu tradiciju proučavanja. Stoga i ne čudi činjenica da se filozofija, etika i moral bave istinom i njezinom vrijednosti u društvenom kontekstu općenito, ali i u kontekstu javne komunikacije, javnoga mnijenja i dostupnih informacija. John Stuart Mill smatrao je bitnim isticati da se čovječanstvo mijenja, ali da se temeljna načela ne mijenjaju. Tako kaže da je sloboda govora presudna ne samo zato da pojedinac ima pravo na slobodu izražavanja, nego i zbog toga što zajednica u kojoj živimo ima pravo čuti razmišljanje koje ne mora biti u relaciji s mišljenjem drugih autoriteta (Talanga, 1991, 181. – 188.). To je ujedno i preduvjet za pluralno i demokratsko društvo.

Platon je promišljao o svrsi istine, te je smatrao, u kontekstu zaštite temeljnih ljudskih načela, pitanja života ili smrti, da je laž ponekad opravdano sredstvo uporabe i zaštite.

U tom smjeru promišlja o istini koja, prema njegovu shvaćanju, nije uvijek najkorisnija opcija u sustavu komunikacije. Ponekad i poluistina, reducirana istina, pa i neistina može bolje koristiti u komunikaciji i ispunjavanju, najčešće, nećijih osobnih interesa (Day, 2006, 101. – 103.). Moralni relativisti, također, prosuđuju vrijednosti istine, postojanju pojma apsolutne istine i o toleriranju ponašanja drugih, pa čak i kada se ne slažemo s moralnosti takva ponašanja. Ta promišljanja ostavljaju prostor za suvremeno proučavanje etičkih i moralnih dvojbi, o značenju istine i objektivnosti unutar sustava masovne komunikacije. Čovjek bi morao posjedovati određena znanja i vještine da bi bio uključen u sustave javne komunikacije i općenito da bi imao interakciju s okolinom. U tom mu je potreban pristup

informacijama, dostupnost informacija i njihova interpretacija.

Europska Konvencija o ljudskim pravima i osnovnim slobodama (članak 10) zagovara da "svatko ima pravo na slobodu izražavanja. Ovo pravo uključuje slobodu mišljenja i slobodu primanja i prenošenja informacija i ideja, bez miješanja javne vlasti i bez obzira na granice" (Europien Court of human rights, 1953). U tom je smjeru obveza medija da služe pojedincu u svrhu pružanja i primanja informacija koje su od javnoga interesa.

ZNAČAJ MEDIJSKE PISMENOSTI

Pojam podrazumijeva sposobnost pristupa medijima, razumijevanja poruka, kritičke evaluacije i razvijanje komunikacije (Aufderheide, 1992, 9) u raznovrsnim kontekstima. Pojam se izučava kao dio pismenosti 21. stoljeća. Medijska pismenost trebala bi omogućiti svim građanima, bez obzira na dob, spol, društveno, političko ili vjersko usmjerenje/opredjeljenje, da se kreću u modernom okruženju vijesti, informacija i audiovizualnih sadržaja, te da mogu nepristrano donositi odluke o svim informacijama koje dobivaju iz medija (Europska komisija, 2018). U tom im je ključno znanje. Znanje predstavlja glavni alat pojedinca u borbi protiv dezinformacija, lažnih vijesti i manipulacija. Izgradnja suvremenoga društva znanja moguća je ponajprije uz iskorištavanje moći koju posjeduju informacijske i komunikacijske tehnologije. Pismenost je postala multimodalna (Gazibara, 2016, 324. – 325.) u smislu transformacije kroz različite medije i formate, ali i iz razloga nagle promjene svijeta komunikacije u cilju isprepletanja mnogih društvenih, ekonomskih, socijalnih, kulturnih i tehnoloških promjena.

Pomoću novih platformi, društvenih medija, aplikacija i blogova publika dobiva posebno kreirana medijatizirana iskustva što joj u daljnjem procesu omogućava širi izbor. Na taj način publika ima veći utjecaj na medije, a samim tim se i glas javnosti više cijeni (Chayko, 2018, 233). Prema tome, oblik dosadašnjega 3R (*riding-rithmetic*) nisu više dovoljni za pismenost u uvjetima i prisutnosti novih medija i suvremenoga poimanja pismenijeg društva. Učenje pisanja,

čitavanja, oblikovanja računalnih struktura i digitalnoga razmišljanja nisu samo potrebni čovjeku za zaposlenje, nego i za intelektualnu neovisnost (Ventimiglia i Pullman, 2016).

TRANSFORMACIJA MEDIJSKE PISMENOSTI

Medijskoj se pismenosti danas pripisuju mnoga značenja posebno u medijskim propisima gdje se nastoji prikazati pojam, prije svega, kao protekciju ili kompetenciju za sprečavanje od mogućih negativnih posljedica i manipulacija. Dok se jedni usredotočuju na negativne učinke uporabe medija, drugi naglašavaju važnost osnaživanja funkcije medijske pismenosti kao prilike da se pojedincu (prije svega djeci i mladima) omogući korištenje različitih mogućnosti koje internet i digitalna tehnologija nudi.

James Potter o medijima piše da oni nisu ni dobri ni loši. Sve ovisi o tome kako će ih pojedinac interpretirati i koristiti, ali da je potreban uravnoteženiji pristup medijima presudan ako želimo postati bolje medijski pismeni (Potter, 2008, 36). Osim osobnoga položaja (ciljevi i želje pojedinca), raspoloživoga znanja (informacije, činjenice i poruke) i vještina (pomoćna sredstva za ostvarivanje višega stupnja osnovne pismenosti, računalne pismenosti, e-učenja, obrazovanja na daljinu i informacijske pismenosti) potrebno je ujednačiti informacijske i digitalne nejednakosti (Potter, 2008, 37. – 48.). Različiti pristupi medijima i tehnologiji utječu na životne prilike i u smislu konkurentnosti na tržištu rada, ali i u smislu intelektualne zrelosti i neovisnosti (Pfaff Rudiger, 2012, 43). Sonia Livingstone za medijsku pismenost navodi da je to stalan proces koji se mijenja u ovisnosti o ažuriranju, nadogradnji novih softver aplikacija i programske podrške (Livingstone, 2004). Prema njezinu shvaćanju problematične su sociodemografske nejednakosti u materijalnim, simboličkim, društvenim i kulturnim resursima kao i pristupu medijima, internetskom znanju, a taj proces se kontinuirano nastavlja. "Uvjeti pristupa se razlikuju i prema institucionalnim pravilima i propisima koji reguliraju korištenje medija u pojedinim sredinama. Smatra se da su posebno djeca i mladi

medijski pismeni ako pojam reduciramo samo na 'tehničku kompetenciju'. S druge strane, gube se iz vida druge kategorije građana, koje imaju dosta skromna znanja za korištenje medija. 'Razumjeti' se odnosi na ono što korisnici rade kad imaju sadržaj, to jest radi se o procjeni, kritičkom razumijevanju i evaluaciji medijskih poruka i medija kao sistema." (Ibrahimović Tihak, 2015, 25). Stoga nam je jasno da se MIP ne odnosi samo na zaštitu djece i mladih, nego i zaštitu odraslih od negativnih medijskih sadržaja, moguće manipulacije kao i tehnološkoga determinizma, razvoja hibridnih medijskih formata preko kojih se odašilje mnoštvo banaliziranih i besmislenih sensuriranih formata (prostori ispunjeni slikama koje dolaze umjesto riječi). Sensura,¹ kako navodi Katunarić u tekstu *Mediji od cenzure do sensure*, dovodi do stvaranje stanja pasivnost, latencije i okupacije svijesti beznačajnostima do te mjere da pojedinac prestaje samostalno razmišljati i prepušta se slijedu slika koje mu u tom trenutku mediji nude (Katunarić, 2019).

"Informatizacija i kompjutorizacija samo su dio medijske pismenosti. Medijska pismenost znači učiti o svim medijima - tisku, radiju i televiziji, njihovu povijest, produkcijska i ekonomska načela funkcioniranja, tko posjeduje i kontrolira medije, kakva je koncentracija medijskog vlasništva i njezine posljedice - koncentracija društvene moći, osiromašenje i komercijalizacija sadržaja

(Peruško, 2003), itd. Funkcija je medija društvena odgovornost, djelovanje u interesu javnosti i potreba pojedinaca, društva u cjelini i posebice manjih i slabijih skupina, kao što su to djeca, pa u tom smislu moraju promovirati raznolikost i kvalitetu programa (Potter, 2001, 187)." (Zgrabljic Rotar, 2005, 2).

Prema tome, razvoj medijske pismenosti treba promatrati u ovisnosti o ambijentu u kojem se promatra, tehnološkim i tehničkim, digitalnim okolnostima, kao i u sociokulturnim uvjetima (tradicijska, ispitivanje utjecaja medija, doživljaja medijske kulture) i u ovisnosti o pojedincu. Društvo još uvijek nije sposobno jednako odgovoriti na sve tehnološke izazove s kojima se svakodnevno susreće. McLuhanova teza da društvo postaje svjesno utjecaja tehnologije tek kada njezina era prođe, pokazuje se i danas validnom. Prema njegovu shvaćanju društvo postaje svjesno promjena i primjene neke tehnologije i izazova tek kad njihova era završi. Društvo živi s pogledom "u retrovizor". Ovaj kanadski komunikolog smatra da su tehnološki pronalasci² (pogotovo oni koji se odnose na sredstva komunikacije) imali presudan utjecaj na evoluciju i društveni razvoj općenito (McLuhan, 2012, 17. – 19.). Davni McLuhanovi radikalni, progresivni i kontroverzni uvidi u društvenu zbilju, danas, u doba internet komunikacije, ali i kod tradicionalnih medija i medija na zahtjev (linearnih i nelinearnih servisa), pokazali su se i više nego aktualni i primjenjivi.

Istraživanje utjecaja medija, u konvencionalnom smislu, također predstavlja bitan čimbenik u razumijevanju medijske pismenosti, misleći pri tome na uporabu eksperimenata i anketa kojima se generiraju kvantitativni podatci da bi saznali na koji način medijski sadržaji utječu na mišljenje i djelovanje (Ruddock, 2013, 43). Bitno je i pitanje učinka određenih čimbenika ponaša-

1 Sensura je neologizam (grč. *neos* – nov + *logos* – riječ = nova riječ koja nije još uvijek u potpunosti postala dio aktivnoga govora) čiji je idejni tvorac Bernard Noël koji je jednom riječi konceptualno obuhvatio današnju medijsku zbilju. Pojam se smatra prijelazom iz demokratskoga u medijsko društvo u kojem pojedinac u prosjeku provede nekoliko radnih sati posvećenih pretraživanju medija, najčešće pretražujući nepotrebne besmislene informacije, fotografije u svrhu razonode i rekreacije. Sensura, prema shvaćanju D. Katunarića, izravno se nastavlja na cenzuru i zauzima mnoge njezine konotacije, ali se proširuje s početnim slovom s umjesto c na odnos prema smislu. Cenzura pripada totalitarnom, a sensura posttotalitarnom i liberalnom svijetu. Cenzura je nastojanje da se "ispravi krivo mišljenje", a sensura je zavođenje tričavošću, oduzimanje, zatiranje, obliteracija smisla, bez obzira na ideologiju. Sensura stavlja misao u stanje latencije, pasivnosti, jednog gotovo primarno-refleksnog načina registriranja slike i riječi, ona lišava ljude bilo kakvog kritičkog smisla. Misao mora biti budna da bi bila misao, a sensura je umrtvljuje, anestetizira. Ukidanjem cenzure smatralo se da je zavlada potpuna sloboda medija. Međutim, danas se samo provodi druga vrsta "mentalne kastracije" (Katunarić, 2012).

2 Za razliku od ekonomskih determinista (jedan od istaknutijih ekonomskih determinista bio je Karl Marks koji je uzročnost svih društvenih pojava promatrao kroz ekonomske procese) koji su tvrdili da utjecaj na društvo i društvene promjene određuje ekonomska organizacija, McLuhan je taj utjecaj pripisao tehnologiji, ponajprije sredstvima komunikacije (fonetsko pismo, telegraf, tisak, radio, televizija, telefon i danas internet) koji su preoblikovali društvenu svijest, civilizaciju i tako utjecali na sve aspekte ljudskoga djelovanja od ekonomije, politike, kulture.

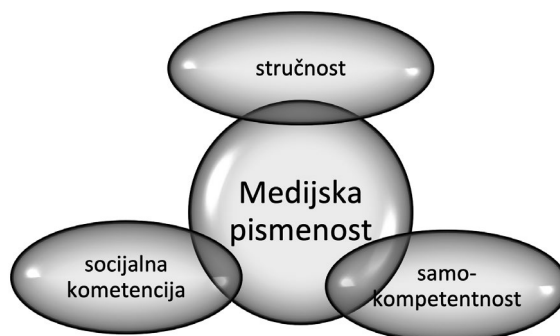
nja (emocije, strah, blizina događaja, procjena opasnosti učinka i sl.) na pojedinca kako bismo mogli provesti analizu razine/stupnja medijske pismenosti.

Gledano iz bosanskohercegovačke perspektive, izučavanje medijske pismenosti treba promatrati sa stanovišta različite medijske publike posebno iz konteksta geografske segmentacije, (Potter, 2008, 87) jer se nalazi geografski u Europi, te su njezin obrazovni sustav i mediji prilagođeni europskom obrazovnom sustavu i medijskom prostoru. Stoga, kao članica Vijeća Europe (Vijeće/Savjet Europe u BiH, 2019), članica UNESCO-a (UNESCO BiH, 2019) mora poštivati određene propise, zakone, sporazume i obveze kao i obvezu o izvještavanju o stanju medijske pismenosti na terenu. Demografska segmentacija bavi se više vrstom populacije, spolom, rodom, starosnom dobi, etničkoj pripadnosti, obrazovanjem, dok se društveno-klasna segmentacija (Potter, 2008, 87. – 88.) bavi socioekonomskim nejednakostima u društvenom, materijalnom i kulturnom resursu. Tome pridodajemo i pristup tehnologijama, medijima, internetskom i informacijskom znanju koje

je presudno za stjecanje funkcionalnije medijske pismenosti.

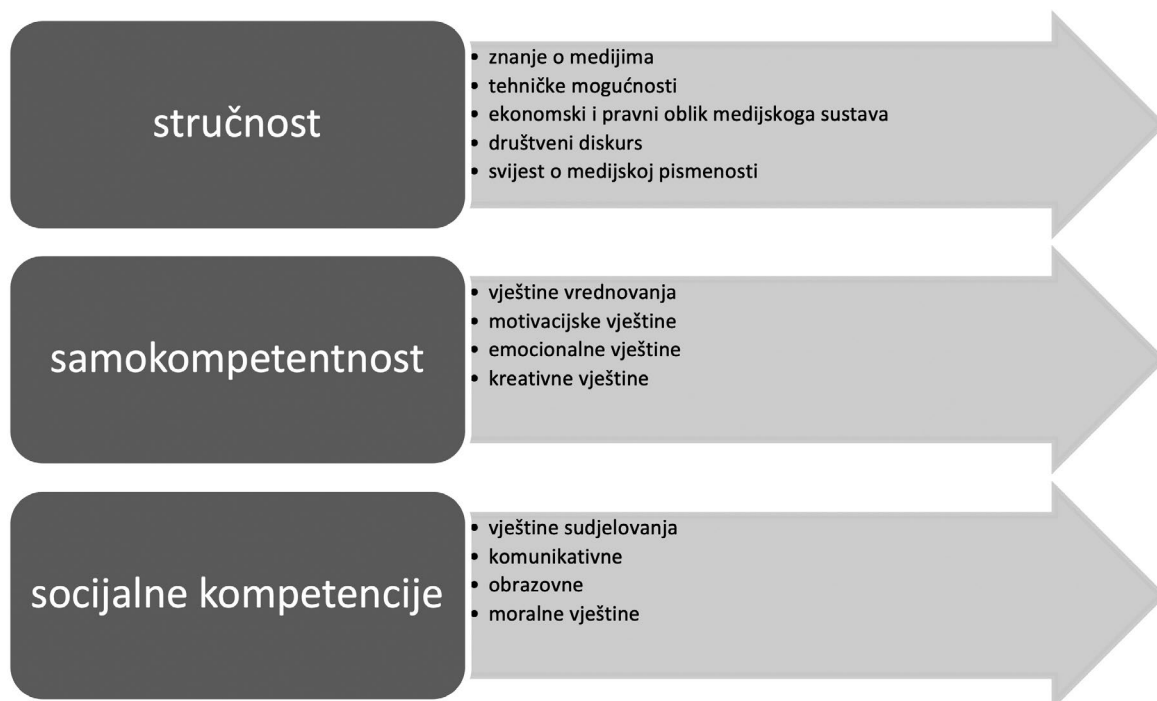
Prema tome, pojam i sve oblike koji predstavljaju medijsku pismenost možemo pojasniti kroz tri dimenzije radi lakšega snalaženja i razumijevanja (Pfaff Rudiger i sur., 2012, 46).

Grafički prikaz 1.: Tri dimenzije medijske pismenosti (Groebebenov i Livingstonov koncept)



Svaka od tri dimenzije treba uključivati:

Grafički prikaz 2.: Vještine u području medijske pismenosti (Pfaff Rudiger i sur., 2012, 46)



Svaka od dimenzija usredotočuje se na posjedovanje ili traganje za određenim kompetencijama i vještinama.

Već smo istaknuli da dinamičan i ubrzan razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija, medijskoga okruženja čini koncept medijske pismenosti veoma podložnim raznim promjenama. Stoga, uz osnovni pristup i dimenzije medijske pismenosti suvremeni koncept obrazovanja i učenja podrazumijeva od čovjeka da posjeduje većinu navedenih kompetencija i vještina. Pored formalnoga bitno je i neformalno i informalno cjeloživotno učenje. Ono podrazumijeva da pojedinac tijekom života mora "učiti znati", "učiti činiti", "učiti zajedno živjeti" i "učiti biti"³ (Žiljak, 2004, 226. – 229.). Iz Memoranduma o cjeloživotnom učenju Europske unije navodi se da je glavni cilj kontinuirano stjecanje i obnavljanje vještina potrebnih za sustavno sudjelovanje u društvima utemeljenim na znanju koje uključuje nova učenja, inovacije, umrežavanje obrazovanja i slično (Memorandum o cjeloživotnom učenju, 2000, 11. – 15.). Na ovom konceptu osmišljavaju se novi temelji za odgoj i obrazovanje, stjecanje potrebnih znanja. Jedno od tih znanja i kompetencija predstavlja i medijska pismenost. "Ovaj Memorandum definira nove temeljne vještine kao potrebne preduvjete za aktivno sudjelovanje u društvima i ekonomijama znanja - kako na tržištu radne snage, tako i na radnom mjestu, u stvarnom životu, virtualnom svijetu i demokraciji, te kao osoba s jasnim osjećajem identiteta i životnog usmjerenja." (Memorandum o cjeloživotnom učenju, 2000, 12). Održiv je razvoj moguć samo uz informiranje i obrazovanje cijeloga društva.

Nagli razvoj tehnologije, digitalizacija, intenzivan razvoj, ne idu često u korak ni s potrebama i/ili sposobnostima čovjeka da u kratkom vremenu ovlada svim vještinama. Poseban je problem informacija. Oduvijek je postojao problem dostupnosti informacija i znanja. Znanje je bilo privilegij manjine, dok je kritičko mišljenje bilo često subverzivno i kao takvo nerijetko nepoželjno (Ivezić, 2016, 1433). Međutim, u uvjetima široke pismenosti, dostupnosti informacija, mogućnosti kupovine knjiga

preko interneta, dostupnosti različitih otvorenih ili zatvorenih baza podataka, čovjek živi u svijetu zasićenom porukama. Razvoj masovnih medija, ponajviše u posljednjih pet do šest desetljeća, doveo je problem informacije od faze osiguravanja njihove dostupnosti do faze u kojoj se trebamo zaštititi (Potter, 2008, 27. – 28.) od njihova prevelikog opsega.

Medijska pismenost u ovom kontekstu ide dalje i pokazuje da nije samo uvjet za bolju građansku participaciju, nego i instrument za zaštitu konzumenata od tehnologije (Boban, 2012, 582. – 588.) i zasićenosti porukama. Mediji nas zasipaju mnoštvom medijskih poruka koje treba razumjeti i analizirati, te nepotrebne odbaciti. Postavlja se jasan izazov. Kako pristupiti pravljenu izbora? James Potter kaže da je naša kultura jedan veliki supermarket (Potter, 2008, 28) medijskih poruka koje su svuda oko nas, bilo da smo ih svjesni ili ne. Odgovor na taj izazov jest u aktivnosti obradbe informacija – filtriranju. A da bismo mogli filtrirati (uzimati i odbacivati) informacije, potrebne su nam vještine i kompetencije medijske pismenosti. Možda su upravo nedovoljno znanje i nedovoljna informacijska i medijska pismenost razlog pasivnoga pristupa pojedinca⁴ u primanju/poimanju medijskih sadržaja i nedostatka njihova kritičkoga procjenjivanja te pojave sve većega broja lažnih vijesti i dezinformacija.

MEDIJI I POJAVA LAŽNIH VIJESTI I DEZINFORMACIJA

Istraživanje *Eurobarometra* (European Commission, 2018) provedeno je telefonskim intervjuima početkom veljače 2018. godine u svim državama članicama Europske unije.

Anketirano je više od 26.000 građanki i građana. Tema su bile lažne vijesti,⁵ povjerenje u izvore vijesti i dezinformacije. Rezultati provedenoga istraživanja pokazuju zabrinutost javnosti kada je riječ

4 U ovom dijelu izostavljamo djecu i mlade kao posebnu medijsku publiku koja zbog svoje dobi nema razvijenu kritičku svijest o dobrom i lošem, niti mogućnost da sami evaluiraju medijske poruke, te su im u procjeni potrebni prije svega roditelji, odgajatelji, a kasnije i drugi autoriteti u fazama odgoja i razvoja. Fokus je na odraslim medijskim konzumentima za koje se pretpostavlja da su svjesni medijskoga djelovanja i da pri tom razumiju složene medijske procese.

5 Engl. *Fakenews* – lažne vijesti, čija je namjera dezinformacija ili prijevara širenjem lažnih vijesti preko tradicionalnih, novih medija i društvenih mreža.

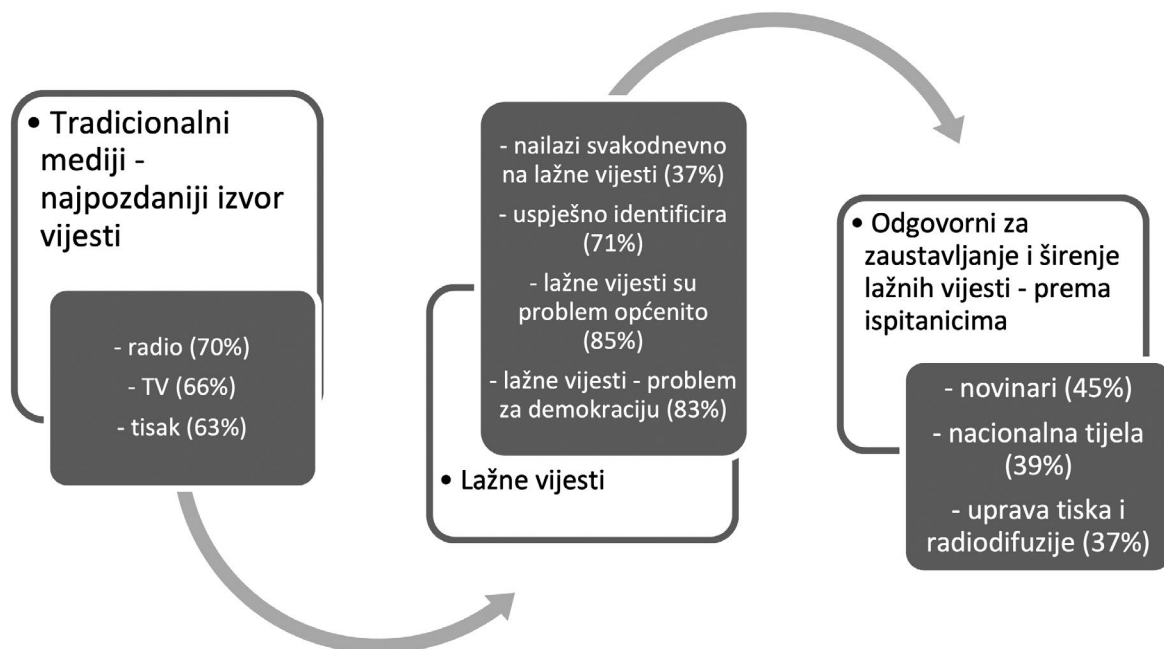
3 Iz UNESCO-ova Izvješća Međunarodnog povjerenstva za razvoj obrazovanja za 21. stoljeće iz 1996. godine cjeloživotno učenje mora postati vodeće načelo u cjelokupnom kontekstu učenja, a ne samo kao jedan oblik obrazovanja i stjecanja određenih kompetencija.

o širenju dezinformacija i lažnih vijesti u cijeloj Europi.

Ključni su sljedeći podatci dobiveni od ispitanika:

globalnoj razini, a utječe na društveni, politički, ekonomski, međunarodni, nacionalni i lokalni razvoj.

Grafički prikaz 3.: Rezultati Eurobarometra o lažnim vijestima i online dezinformacijama



Na temelju studije provedene 2016. godine (Stanford History Education Group, 2016) o sposobnosti mladih da procjenjuju poruke i informacije preko interneta, zaključeno je da demokracija može biti ugrožena lakoćom kojom se dezinformacije o građanskim pitanjima mogu širiti (Spratt i Agosto, 2017). Divine Feau-Meigs (stručna grupa Europske komisije za pitanja lažnih vijesti i dezinformacija) naglašava da su lažne vijesti novi fenomen koji zahtijeva alate za borbu protiv njih i značajnu promjenu svijesti. Internet i društvene mreže ne mogu se više promatrati preko sfere zabave jer su moć i utjecaj mnogo značajniji. Potrebno je otkriti razloge pojave lažnih vijesti i funkciju.

Dezinformacije se mogu širiti zbog različitih motiva, a među njima su satira, humor i zabava. Međutim, postoji i sadržaj koji namjerno manipulira recipijentima. Možete imati sadržaj koji se dogodio, ali izvor manipulira lažnim kontekstom i subjektivnim pristupom. Širenje lažnih vijesti ozbiljan je problem koji pogađa društvo na

TKO PRODUCIRA ŠIRENJE LAŽNIH VIJESTI?

Neke internetske stranice osnovane su s ciljem da namjerno (u cijelosti) izmišljaju i zavaravaju javnost svojim objavama i člancima.⁶ Mrežna imena tih stranica često podsjećaju na zakonite novinske agencije. Druge sadrže članke koji stoje između činjeničnih podataka ako se prati samo kontekst zajedno s nekim lažnim porukama. Postoje dvije glavne motivacije za disperzijom lažnih vijesti (Allcot i Gentzkow, 2017, 217).

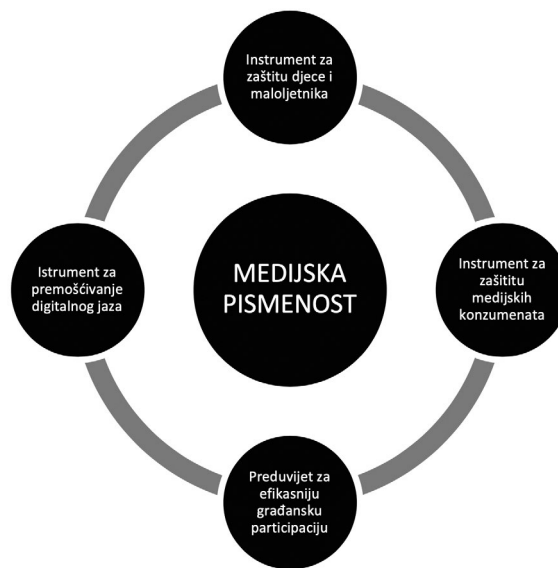
6 Prema pisanju *Wireda* uoči predsjedničkih izbora u Americi 2016. godine pojavila se skupina mladih hakera (Veles, Makedonija) koji su producirali oko 150 stranica s lažnim vijestima o američkim izborima. Spominju se tekstovi o tome kako papa Franjo podržava Trampa, susret s kraljicom Elizabetom i sl. Cilj je bila laka zarada preko Google oglasa. Uslijedili su slični primjeri poput izjave pakistanskoga ministra obrane da Izrael prijeti nuklearnim oružjem, izvješće američke obavještajne službe o utjecaju Rusije na ishod američkih izbora do tema o Brexitu, izvještavanja o ilegalnim migrantima, kriminalu i slično.

- Profit/novčana korist – članci koji na društvenim mrežama mogu privući veći broj oglašivača (*Google* oglasi) gdje se prihod temelji na broju “klikova” na mrežnu lokaciju. Pretpostavlja se da je to glavna motivacija većine producenata lažnih vijesti. Njihovi identiteti nakon otkivanja pokazali su takvu pristranost ideji stvaranja lažnih vijesti i dezinformacije u prvom redu.
- Ideologija – kao sustav ideja⁷, predodžbi, pojmova izražen u različitim oblicima društvene svijesti o politici, moralu, znanosti, umjetnosti, religiji (Klaić, 2004, 566).

Neki širitelji lažnih vijesti nastoje unaprijediti ideje, kandidate i pojave koje favoriziraju na način da šire lažne informacije o drugima. Ideologiju uglavnom određuju uvjeti društvene egzistencije gdje aktivno djeluje na razvitak društva, pomažući mu ili sprečavajući ga. U ovom kontekstu motiviranost je bila izložena za davanje podrške jednoj ideji koja se zasniva na rušenju druge, najčešće, proturječne (Allcot i Gentzkow, 2017, 217. – 219.).

Prednosti i nedostaci medijske pismenosti u borbi protiv lažnih vijesti i dezinformacija “Da bismo imali demokraciju i slobodno društvo, moramo se osloniti na razlučivanje i prosuđivanje svakog pojedinog građanina, a to se može dogoditi samo obrazovanjem.” (Snelling, 2017). Medijska pismenost smatra se alatom/rješenjem za pojavu lažnih vijesti i propagande (prije svega sive i crne propagande). Ona to i jest jednim dijelom, ali je ne možemo samo suziti na mogućnost lociranja, otkivanja i varifikacije. Nju treba promatrati u povijesnom, sociodemografskom i kulturološkom kontekstu.

Grafički prikaz 4.: Četiri osnovna elementa medijske pismenosti (Tajić, 2013: 22).



U Aspenu je 1992. godine prvi put predstavljena nadležnost/funkcija medijske pismenosti i njezine domene koja se preko četiri prikazana elementa proučava i danas, ali u koordinaciji s novim tehnološkim izazovima.

U novinarstvu je prijeko potrebno tragati za istinom, ali samo predstavljanje činjenica nije dovoljno da bi se razumio cijeli kontekst. Treba uzeti u obzir da različiti ljudi imaju različite vrijednosti, potrebe, stavove i razmišljanja. Stoga jedna činjenica može imati više različitih pogleda. U takvu shvaćanju treba uzeti u obzir i kontekst u kojem su se pojavile lažne vijesti, ali i društveni kontekst u kojem se šire. Emocije su posebna manipulativna strategija trollova⁸ i dezinformatora kod manipulacije masama. Primjer ilegalnih migranata jasno pokazuje da su ljudi, bez obzira na podatke, činjenice, skloniji vjerovati lažnim vijestima jer su u emocionalnom strahu. Prema tome, bitno je u promatranju disperzivnoga širenja lažnih vijesti uključiti kulturološki i psihološki aspekt.

8 Engl. *troll-computing slang* – osoba koja u virtualnom prostoru (internetske grupe, forumi, blogovi) namjerno podnosi zapaljive, podrugljive i uvredljive poruke kako bi remetila tijekom rasprave u svrhu ostvarivanja određenih interesa. Za razliku od engl. *hater*, koji nastoje povrijediti osobu, trollovima je cilj remetiti tijekom rasprave, pokrenuti sukob i uvući što više ljudi u proces medijske komunikacije.

7 Grč. *ideal + logos* – riječ, govor sustav ideja, pojmova.

Sve je teže učinkovito otkrivati lažne poruke jer nam jednostavna i lako dostupna tehnologija pomaže/odmaže da stvorimo sliku, video, poruku lažnoga sadržaja za koje je pojedincu potrebno i do nekoliko sati da bi provjerili valjanost/vjerodostojnost tih poruka.

PREPORUKE

Fundamentalna uloga medijske pismenosti jest poticati pojedinca da se služi svim mehanizmima masovne komunikacije, ali u smislu koji razvija vještine u uporabi medija i kompetencije koje pojedincu daju mogućnost dekodirati i procjenjivati, analizirati i/ili proizvoditi medijske sadržaje na tradicionalnim, online medijima ili društvenim mrežama. To znači da pojedinac mora biti autonoman (sam donositi odluke, stavove, mišljenja) o svim sadržajima u medijima. Podizanje svijesti javnosti ključno je za društvenu otpornost na prijetnje od dezinformacija. Treninge medijske pismenosti trebalo bi usmjeriti na:

- informirano građanstvo (pristup i korištenje medija i provjere informacija – provjera domene, impresuma, datum i vrijeme, autora, izvore, citate, fotografije, vijesti kod drugih izvora) (Ciboci i sur., 2018, 6. – 10.).
- potpora kvalitetnom novinarstvu (pozitivan pristup temama, odabir kvalitetnoga sadržaja)
- upoznavanja s interesima medijske pismenosti (zaštita od negativnih sadržaja u medijima, lažne vijesti i dezinformacije, zaštita i prevencija djece od mogućih manipulativnih medija, zaštita od zasićenosti informacijama, preduvjet za građansku participaciju u temama od javnoga interesa, analiza medijskoga sadržaja, usvajanje proizvodnih vještina, npr. sposobnost proizvodnje televizijskih dokumentaraca, priloga, pisanje tekstova i sl.), estetska svojstva medija, sredstvo za razumijevanje ekonomske infrastrukture masovnih medija ili kao izgradnja javnoga znanja
- shvatiti kontekst u kojem se medijska pismenost razvija (kakva je pozicija medijske pismenosti u kontekstu društva, teritorija gdje se izučava)

- uloga državnih i civilnih institucija (tko se sve treba i na kojim razinama vlasti brinuti o medijskoj pismenosti)
- medijski trendovi u svijetu i kod nas (na kojoj smo razini/stupnju medijske pismenosti)
- identificirati moguće ciljane grupe i moguće poruke za njih.

U Izvješću Europskog parlamenta o strateškoj komunikaciji Europske unije za borbu protiv propagande koju protiv nje provode treće strane prvi se put 2016. godine detaljnije tematizira sadržajni aspekt regulacije internetskih platformi. Povod za takvom logikom borbe protiv neetičnoga novinarstva i lažnih vijesti uslijedio je nakon niza zbivanja u svijetu poput upletanja Rusa u europske izbore, terorističkih propagandi, ilegalne migracije stanovništva, kriminalnih organizacija. Fokus je na korisnicima (treća strana) koji diskreditiraju medijski pluralizam, europske vrijednosti i temeljne slobode. Širenjem lažnih vijesti, dezinformacija i crne propagande nastoje ugroziti ideje objektivnoga informiranja, povjerenja u tradicionalne medije i demokratske vrijednosti (Đukić, 2019: 28).

Akcijskim planom protiv dezinformacija Europske unije (2018) nastoje se zaštititi demokratski sustavi i institucije javne rasprave, te podržati rad neovisnosti medija i istraživačkoga novinarstva.

Na inicijativu Europske komisije predstavnici internetskih platformi i reklamne industrije (*Facebook, Google, Twitter*) u 2018. godini potpisali su Kodeks dobre prakse u suzbijanju dezinformacija, te predstavili planove i programe s konkretnim ciljevima.

U Bosni i Hercegovini formirana je Savjetodavna grupa (2019.) u organizaciji Fondacije za razvoj medija i civilnoga društva i Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Savjetodavnu grupu čine sve nevladine organizacije u BiH koje se bave područjem medijske i informacijske pismenosti kao i javne institucije i organizacije, te pojedinci koji su aktivni u oblasti razvoja informacijske i medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini. Projekt je nastao iz potrebe sistematizacije inicijativa u domeni medijske i informacijske pismenosti koju podržava Europska komisija (*Media and Information Literacy in the Western Balkans; Unrealized Emancipatory Potential*). U

svrhu borbe protiv lažnih vijesti dezinformacija i općenito veće medijske i informacijske pismenosti izdana je publikacija koja uključuje pet izvješća (po jedan iz Albanije, Bosne i Hercegovine, Makedonije, Crne Gore i Srbije). U izvješćima se predstavlja trenutno stanje u pogledu MIP-a u danoj zemlji, te se svaki izvještaj fokusira na neke od prioritarnih oblasti – od integriranja MIP-a u obrazovni sustav u Crnoj Gori i Srbiji, uloge civilnoga društva u promociji MIP-a u Bosni i Hercegovini, do angažmana javnih institucija, uključujući i javne emitere u razvoju MIP-a u Albaniji i Makedoniji (više u Hodžić i sur., 2019, 15. – 28.).

Regulatorna agencija za komunikaciju BiH, uz ostale nadležnosti i zakonske okvire, nastoji promovirati medijsku pismenost s ciljem podizanja svijesti o odgovornom i sigurnom korištenju medijskih usluga.⁹ Kao regulacijsko tijelo, agencija nastoji pružiti izobrazbu i strategiju, zakone, propise i odredbe o medijskoj i informacijskoj pismenosti za sve svoje građane.

Ključ uspjeha u borbi protiv lažnih vijesti, dezinformacija i lošega novinarstva jest u sinergiji zakona, propisa, inicijativa vladina i nevladina sektora, ali i vraćanja na bit i osnovu profesionalnih standarda o kojima govori Stjepan Malović (Malović, 2005, 11), a to jest “ili je nešto laž ili je vijest”, jer novinarstvo bez osnovnih načela (objektivnost, istinitost, angažiranost, brzina i zanimljivost) i principa struke (Sapunar, 2004, 74-79) nije ozbiljno novinarstvo.

ZAKLJUČAK

Institucije na regionalnoj razini, države, vlade, prepoznale su potrebu zaštite medijskoga konzumenta od neistinitih informacija i medijskih laži. Postavile su okvire, strategije, platforme za njihovo uspješno suzbijanje. Povećala se so-

cijalna skrb i nadzor nad identifikacijom lažnih vijesti i zaštite od dezinformacija. Razlog tako radikalnih promjena leži sigurno u činjenici da su se promijenile okolnosti, ali i način primanja i traganja za informacijama.

Urednici u klasičnim medijima oduvijek su bili čuvari prolaza od lažnih vijesti, ali današnje društvene mreže, *Facebook*, *Google* predstavljaju se kao platforme upravo iz razloga da se izbjegne bilo kakva medijska odgovornost, a da se ne ugrozi profitna korist. Problem lažnih vijesti nije nastao zbog brzine protoka informacija ili činjenice da u distribuciji sudjeluje sve više (ne) obrazovanoga građanstva, nego u namjeri da se diskreditira i smanji kredibilitet u ozbiljne medije i objektivno novinarstvo. Nastojanja platformi da poslože izvore na tražilicama prema onim medijima koji imaju najtočnije informacije, a ne prema najpopularnijim izborima, nije jedino rješenje u ovoj borbi. Nedostatak je u tome što se uvijek iznova pitamo tko je autoritet (*gatekeeper*) koji određuje što je dobro ili nije. Lažne vijesti neće nestati same od sebe. Potreban je ljudski angažman i napor u razotkrivanju, sprečavanju i širenju istih. Medijska pismenost, u tom pravcu, može se steći. Ona je stalan proces koji zahtijeva angažiranu svijest pojedinca o korištenju medija i kontrole nad njim. Ona ne traži pristranost, slaganje s nekom idejom, porukom, nego zahtijeva naše kritičko promišljanje sadržaja, pri čemu uključujemo visokokvalitetnu saznavnu reakciju, a to znači da imamo ili formiramo svoj jasan stav (bilo da se ne slažemo s nekom medijskom temom, sadržajem ili da ga prihvaćamo).

Prema tome, ključno je medijsko opismenjavanje kako bi pojedinac mogao tragati za ozbiljnim medijima, a u isto vrijeme i prepoznati nerelevantne izvore i lažne i manipulativne sadržaje, te su potrebni profesionalni i obrazovani novinari koji će svoje izvještavanje temeljiti na objektivnosti i profesionalnim standardima koje struka zahtijeva. Koliko će sve to služiti u potrazi za pravim informacijama i kako prepoznati arbitera istine u masi medijskih sadržaja kojima je pojedinac svakodnevno izložen, ostaje ključno pitanje i dalje u suvremenim razmatranjima medijske pismenosti.

⁹ Agencija, između ostalih, poduzima i mjere na sprečavanju prisutnoga govora mržnje, kao i zaštite djece i maloljetnika od štetnih sadržaja, te promovira medijsku pismenost s ciljem podizanja svijesti u javnosti o odgovornom i sigurnom korištenju medijskih usluga. Agencija surađuje s Centralnom izbornom komisijom BiH i provodi relevantne odredbe Izbornoga zakona BiH, kao i Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata.

LITERATURA:

- Alvin, Day Louis (2006). *Ethics in Media Communications: Cases and a Controversies*. Beograd: Klub Plus
- Aufderheide, Patricia (1992). *Media literacy: A Report of The National Leadership Conference on Media Literacy*. Massachusetts: The Aspen Institute Communications and Society Program 1755 Massachusetts Avenue
- Boban, Marija (2012). Pravo na privatnost i pravo na pristup informacijama u suvremenom informacijskom društvu. *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, 49 (3), Split: Pravni fakultet Sveučilišta u Splitu
- Chayko, Mary (2018). *Superconnected, The Internet, Digital Media, and Techno-Social Life*. SAD: SAGE Publications
- Ciboci, Lana; Kanižaj, Igor; Labaš, Danijel (2018). *Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef
- Đukić, Marina (2019). Odgovor Europske Unije na problem lažnih vijesti- regulativni okvir u nastanku. *Vjerodostojnost medija: doba lažnih informacija, Zbornik radova devete regionalne konferencije Vjerodostojnost medija*, Tuzla: Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli
- Gazibara, Senka (2016). Aktivno učenje u multimodalnom okruženju. *Školski vjesnik: Časopis za pedagogiju, teoriju i praksu*, 65 (Tematski broj), Split: Filozofski fakultetu u Splitu
- Hodžić, Sanela; Petković, Brankica; Hrvatin Bašić, Sandra (2019). *Medijska i informacijska pismenost u Bosni i Hercegovini: brojne inicijative civilnog sektora i nedostatak javnih politika*. Sarajevo: Mediacentar
- Ibrahimović Tihak, Vanja (2015). *Medijska pismenost u digitalnom dobu*. Sarajevo: Internews u Bosni i Hercegovini
- Ivezić, Vesna (2016). Lica cenzure. Sloboda mišljenja i kreativnosti u uvjetima tržišno orijentiranog društva. In *mediasres: časopis filozofije medija*, 5 (9), Zagreb: Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja
- Klaić, Bratoljub (2014). *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Nakladni zavod Matice Hrvatske
- Kurtić, Najil (2016). *Odnosi s javnošću*. Sarajevo: University Press
- Malović, Stjepan (2005). *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden Marketing- Tehnička knjiga
- McLuhan, Marshall (2012). *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*. Beograd: Karpos Loznica
- Pfaff-Rüdiger, Senta; Riesmeyer, Claudia; Kümpel, Anna (2012). Media literacy and develop mental tasks: a case study in Germany. *Medijske studije*, 3 (6), Zagreb: Fakultet političkih znanosti
- Ruddock, Andy (2013). *Youth and Media*. London: SAGE Publication
- Sapunar, Marko (2004). *Osnove znanosti o novinarstvu*. Zagreb: Vlastita naklada autora
- Tajić, Lea (2013). *Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Internews
- Talanga, Josip (1991). Marulić i Kant o problemu laži. *Prilozi za istraživanje hrvatske filozofske baštine*, 16 (1-2), Zagreb: Institut za filozofiju
- Zgrabljić Rotar, Nada (2005). Mediji, medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaj. *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: Mediacentar
- Žiljak, Tihomir (2004). Politike cjeloživotnog učenja u Europskoj uniji i Hrvatskoj. *Analiz Hrvatskog politološkog društva: časopis za politologiju*, 1 (1), Zagreb: Hrvatsko politološko društvo

Mrežni izvori:

- Allcot, Hunt; Gentzkow, Matthew (2017) Social media and fake news in the 2016 election, *Journal of economic perspectives* 31 (2), <<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>>, pristupljeno 7. 12. 2019.
- Feau Meigs, Divine (2019) Medijska pismenost ključna za očuvanje demokracije, <<https://europa.ba/?p=64268>>, pristupljeno 3. 11. 2019.
- Katunarić, Dražen (2012) Mediji: od cenzure do sensure, Zagreb, Centar za vizualne studije, <https://www.vizualni-studiji.com/skupovi/mss_katunaric.html>, pristupljeno 12. 12. 2019.
- Katunarić, Dražen (2019) Hrvatski mediji između cenzure i sensure, Zagreb, Hrvatsko novinarsko društvo, <<https://www.hnd.hr/drazen-katunaric-hrvatski-mediji-između-cenzure-i-sensure>>, pristupljeno 12. 12. 2019.
- Livingstone, Sonia (2004) What is Media Literacy, *Intermedia*, 32 (3), <[http://eprints.lse.ac.uk/1027/1/What_is_media_literacy_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/1027/1/What_is_media_literacy_(LSERO).pdf)>, pristupljeno 20. 11. 2019.
- Mediacentar Sarajevo (2019) Media and Information Literacy in the Western Balkans, Unrealized Emancipatory Potential, <https://www.media.ba/sites/default/files/media_and_information_literacy_in_the_western_balkans_unrealized_emancipatory_potential_final.pdf>, pristupljeno 16. 11. 2019.
- Medijska pismenost. hr. (2018) Kodeks dobre prakse u suzbijanju dezinformacija, <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>>, pristupljeno 16. 11. 2019.
- Memorandum o cjeloživotnom učenju: radni materijal komisije (2000) Bruxelles, <<file:///C:/Documents%20and%20Settings/Sivri%C4%87/My%20Documents/Downloads/21-100.pdf>>, pristupljeno 3. 12. 2019.
- Snelling, Jennifer (2012) What media literacy means in the age of alternative facts, Center for media literacy, International society for technology in education, <<http://www.medi-alit.org/reading-room/what-media-literacy-means-age-alternative-facts>>, pristupljeno 18. 12. 2019.
- Spratt, E. Hannah; Agosto, E. Denise (2017) Fighting Fake News: Because we all deserve the truth: Programing ideas for teaching teen media literacy, Young adult library services, <<https://www.questia.com/library/journal/1G1-498995707/fighting-fake-news-because-we-all-deserve-the-truth>>, pristupljeno 13. 11. 2019.
- Ventimiglia; Phil; Pullman, George (2016) From Written to Digital: The New Literacy, Why It Matters to Higher Education, *Educause Review*, <er.educause.edu/articles/2016/3/from-written-to-digital-the-new-literacy>, pristupljeno 16. 11. 2019.

Ostali izvori:

- Europa EU (2018) Akcioni plan protiv dezinformacija Europske unije, <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/action-plan-against-disinformation>>, pristupljeno 9. 11. 2019.
- European Commission (2018) Final results of the Eurobarometer on fake news and online disinformation, <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-results-eurobarometer-fake-news-and-online-disinformation>>, pristupljeno 13. 12. 2019.
- European Commission (2018) Media literacy, <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/media-literacy>>, pristupljeno 11. 11. 2019.
- European Court of human rights (1953) Council of Europe, F-67075 Strasbourg cedex, <http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_BOS.pdf>, pristupljeno 10.11. 2019.
- Unesco BiH (2019) Informacije i komunikacije, <<http://www.unescobih.mcp.gov.ba/mandat/Default.aspx?id=14261>>, pristupljeno 2. 12. 2019.
- Vijeće/Savjet Europe u Bosni i Hercegovini (2019) Vijeće/Savjet Europe u BiH i regiji, Misija BIH, <<http://www.coe.int/bs/web/sarajevo/ve-u-bih-i-regionu>>, pristupljeno 21. 11. 2019.

MEDIA LITERACY: A HYBRID WARFARE AGAINST THE FAKE NEWS AND MISINFORMATION

ABSTRACT

The first concepts of the modern notion of media literacy were developed in the 1970s and followed by a series of initiatives that supported the better recognition of the importance of learning and necessity to develop media literacy. During the 1990s, the institutionalization of media literacy began, and its basic guidelines and elements were defined. Then, media literacy continued to develop and was implemented in society.

Since then, the concept of media literacy has been changing rapidly. The dynamic and accelerated development of information and communication technologies, the emergence of new media and media habits of consumers have led to a change in the concept and understanding of media literacy. Until then, the media literacy was recognized first as an instrument for protecting consumers from negative media messages and content (most of the children and young people), and then as an instrument for protecting consumers from technology, and better civil participation.

Today, we interpret the concept of media literacy both depending on the society and the context in which media literacy is used and how it is developed. Consequently, the concept and application depends on the geographical and technological approach to the media, and therefore on the evaluation and communication through the media. Today's concept of the media literacy would be a weapon or tool for combating negative media content, manipulation, fake news, deception, propaganda, misinformation, for the purpose of critical and creative expression and better civil participation.

Keywords: media literacy, fake news, misinformation, critical and creative expression