

novinarstvo

odgovorno

novinarstvo

odgovorno

novinarstvo

odgovorno

novinarstvo

odgovorno

novinarstvo

odgovorno

novinarstvo

odgovorno

novinarstvo

odgovorno

Odgovorno
novinarstvo:
Kompendij
dobrih praksi
borbe protiv
dezinformacija

Kurziv, Zagreb, 2025.

Sadržaj

6 Uvod

Paško Bilić

12 Destabilizacija informacija, "znanja" i društvene uloge medija

Matko Vlahović

18 U potrazi za izgubljenom stvarnošću

Jelena Berković

26 Teorijski i povijesni okvir *fact-checkinga*

Petar Vidov

40 O medijima, *fact-checkingu* i *prebunkingu*: nova imena za stare ideje

Dario Pavičić

48 Dezinformacije u doba umjetne inteligencije

Jelena Prtorić

54 Pazi što analiziraš: gdje se susreću data novinarstvo i *fact-checking*?

Lara Marković

62 *Fact-checking* kao etička praksa

Tijana Cvjetičanin

68 *Fact-checking* i rodno zasnovane dezinformacije

Sara Gurdulić

82 Rodno osjetljiv pristup *fact-checkingu*

Helena Popović

88 Diskurzivne konstrukcije o migrantima u hrvatskim medijima

Marija Krstanović

104 Prema složenijim narativima: Migracije izvan stereotipa

Vlado Vince

112 MechaHitler i Isus od škampa: Platforme, politika i AI

122 Autori

Uvod

Novinarstvo koje razumijemo kao odgovorno ne počiva samo na prenošenju točnih i provjerenih informacija, već na nastojanju da ih se stavi u kontekst, protumači i učini društveno relevantnima. Provjera činjenica u tom smislu nije izdvojena vještina, već temeljni dio novinarske prakse. Međutim, u današnjim uvjetima obilježenima informacijskim poremećajem i slabljenjem institucionalne podrške medijima, ta je praksa sve češće svedena na tehničku korekciju, često prekasnu i nevidljivu.

Uloga *fact-checkinga* u javnom prostoru danas je pomalo paradoksalna. S jedne strane, od njega se očekuje da bude prva linija obrane od sve prisutnijih dezinformacija i općenito korektiv informacijskih poremećaja, dok istovremeno ostaje bez resursa i sistemske podrške. U toj napetosti između nužnosti i marginalizacije, jasno je da provjera činjenica sama po sebi nije dovoljna. Ono što nam treba je šira promjena perspektive – pomak od razumijevanja dezinformacija kao izoliranih pogrešnih tvrdnji, prema sagledavanju uzroka i mehanizama koji omogućuju njihov nastanak i širenje. Tek tada možemo govoriti o obnovi povjerenja i osnaživanju novinarstva koje zaista odgovara na potrebe javnosti.

Upravo iz te pozicije nastala je ova publikacija. Kroz tekstove okupljenih autorica i autora pokušali smo rasvijetliti različite aspekte informacijskog poremećaja, kao i mogućnosti koje, unatoč ograničenjima, ostaju otvorene za odgovornu medijsku praksu.

U prvom dijelu publikacije, Paško Bilić i Matko Vlahović razmatraju širi kontekst destabilizacije znanja i gubitka zajedničkih referentnih okvira. Bilić se pritom usredotočuje na institucionalne, tržišne i tehnološke uvjete koji su doveli do urušavanja društvene uloge medija kao stabilizatora znanja, dok Vlahović promatra kulturne, jezične i afektivne pomake koji oblikuju naše razumijevanje stvarnosti. Obojica problematiziraju duboku epistemičku krizu suvremenog društva i ukazuju na potrebu za društvenom promjenom koja bi omogućila obnovu povjerenja u zajedničke izvore znanja.

U tom kontekstu, tekst Jelene Berković otvara pitanje što zapravo znači odgovorno novinarstvo i kako izgleda institucionalni okvir u kojem povjerenje u informacije postaje moguće. Kroz prikaz pravnih, povijesnih i teorijskih temelja provjere činjenica, autorica pokazuje da *fact-checking* nije izolirana specijalizacija, već oblik novinarske odgovornosti koji pretpostavlja razumijevanje šireg društvenog interesa. Polazeći od ideje da bez povjerenja nema zajedničke stvarnosti, Berković postavlja temelje za razmišljanje o institucionalnim uvjetima pod kojima mediji mogu djelovati u javnom interesu.

Petar Vidov u svom se tekstu fokusira na konkretne okolnosti koje su dovele do urušavanja povjerenja u medije. Prateći povijesni i tehnološki razvoj medijskog sustava, pokazuje kako su društvene mreže preoblikovale javnu sferu, a algoritamska logika istisnula javni interes iz medijske proizvodnje. U tom kontekstu, *fact-checking* se javlja kao privremeni odgovor na dubinsku krizu – flaster na otvorenoj rani – dok se s pojavom *prebunkinga* otvara prostor za promišljanje preventivnih pristupa suzbijanju dezinformacija. Vidov pritom podsjeća da nijedna tehnika ne može zamijeniti temeljne uvjete profesionalnog novinarstva: vrijeme, znanje i resurse za proizvodnju pouzdanih i pravodobnih informacija.

Uz sve veći broj alata koji se koriste u borbi protiv dezinformacija, pitanja povjerenja i vjerodostojnosti prelaze iz domene društvene i političke infrastrukture u domenu tehnologije i metodologije. Na tom tragu, tekst Prtorić istražuje mjesto na kojem se susreću *fact-checking* i *data* novinarstvo – dva pristupa koja dijele slične standarde provjere, ali koriste različite putanje do istine. U fokusu su alati, metode i opasnosti analize velikih količina podataka, pri čemu Prtorić upozorava na zamke površnog tumačenja i posljedice koje takva praksa ima za novinarsku odgovornost u digitalnom okruženju. Nadovezujući se na to, Lara Marković podsjeća na etičke aspekte *fact-checkinga* koji često ostaju u drugom planu, osobito u odnosu prema izvorima i zajednicama o kojima

se izvještava. Na toj liniji Dario Pavičić otvara temu izazova koje širenje generativne umjetne inteligencije postavlja pred postojeće pristupe borbi protiv dezinformacija, uključujući i prijetnju tzv. algoritamskih halucinacija koje dodatno destabiliziraju već zasićen informacijski prostor.

U drugom dijelu publikacije, fokus se premješta na diskurzivne konstrukcije koje oblikuju način na koji percipiramo stvarnost, a onda i formiramo stavove, osobito u odnosu na marginalizirane i isključene društvene skupine. Tijana Cvjetičanin analizira rodno i identitetski uvjetovane dezinformacije utemeljene na stereotipima i ideološkim obrascima koji podupiru sustavno isključivanje i društvenu nejednakost. Na temelju recentnih istraživanja i primjera iz regije razlaže specifične mehanizme rodno i identitetski uvjetovanih dezinformacija – od moralne panike do normalizacije mizoginije – koje nisu usmjerene samo na iskrivljavanje činjenica, već i na učvršćivanje društvenih hijerarhija i potkopavanje prava manjinskih i marginaliziranih grupa. Tragom tih uvida, Sara Gurdulić na primjeru pionirskog projekta FemFacts razlaže principe rodno osjetljivog pristupa *fact-checkingu* – pristupa koji nadilazi tehničku provjeru točnosti i usmjerava se na prepoznavanje i razgradnju štetnih obrazaca medijskog izvještavanja.

Kao i rodno uvjetovane dezinformacije, i medijski narativi o migrantima često se oblikuju unutar uskih ideoloških okvira koji služe reprodukciji straha, isključivanja i društvene polarizacije. Helena Popović analizira prikaze migracije u hrvatskim medijima te razotkriva obrasce stereotipizacije, dehumanizacije i normalizacije nasilja. Na primjerima iz vijesti i komentara pokazuje kako mediji sudjeluju u stvaranju društvenih granica, legitimirajući represivne politike i usmjeravajući javnu percepciju prema marginalizaciji i društvenim podjelama. O diskurzivnim pomacima koji otvaraju prostor za složenije promišljanje migracija piše Marija Krstanović, analizirajući e-ERIM – mrežu pojmova o migracijama u europskom tranzitnom prostoru – kao konceptualni alat za

razgradnju ustaljenih medijskih narativa.

Na oblikovanje medijskih narativa utječu ne samo institucionalni uvjeti i diskurzivne borbe, nego i tehnološki razvoj koji ubrzano mijenja načine proizvodnje, distribucije i recepcije sadržaja. O tim promjenama i njihovim posljedicama piše Vlado Vince, analizirajući transformacije društvenih mreža koje svojim poslovnim strategijama snažno utječu na oblikovanje javnog prostora. U takvom okruženju, provjera činjenica ostaje važan, ali ne i dovoljan alat za učinkovito suprotstavljanje dezinformacijama.

Kompendij *Odgovorno novinarstvo* ne pretendira ponuditi gotova rješenja, niti katalogirati “ispravne” odgovore na dezinformacije. Umjesto toga, nastoji osvijetliti uvjete u kojima je dijeljena stvarnost postala stvar prijepora. U tom fragmentiranom prostoru, odgovorno novinarstvo podrazumijeva više od puke provjere činjenica – uključuje kritičko promišljanje struktura, jezika i odnosa moći koji oblikuju informacije i način na koji ih razumijemo.

Paško Bilić

Destabilizacija
informacija,
"znanja" i
društvene uloge
medija

Suvremena su društva paradoksalna. S jedne se strane nalazimo u doba tehnološki posredovane dostupnosti informacija bez presedana, dok smo s druge strane suočeni s dubokom destabilizacijom znanja kao temelja racionalnog djelovanja i političke deliberacije. U tom kontekstu, mediji stvaraju ne samo faktografski (ne)točne informacije nego i specifična subjektivna iskustva i značenja koja oblikuju društveno djelovanje (Bilić, 2021; 2023).¹

"Svakodnevno znanje" društveno je konstruiran fenomen koji uključuje vanjske elemente normativne verifikacije, institucionalne regulacije i simboličke moći medija. Ono je rezultat procesa usuglašavanja i stabilizacije značenja. Legitimirano znanje oblikuje se unutar odnosa koji određuju što se priznaje kao istina, tko je ovlašten govoriti i koje se metode smatraju validnima.

Mediji su jedna od institucija koja strukturira uvjete pod kojima određeni informativni iskazi mogu postati svakodnevno znanje. Mediji selektiraju, interpretiraju i distribuiraju informacije u javnoj sferi te time oblikuju granice prihvatljivog. Kada djeluju u okviru profesionalnih normi, javnog nadzora i institucionalne autonomije, moguće je uspostaviti relativno stabilan društveni okvir svakodnevnog znanja. Međutim, u uvjetima tržišne dominacije, tehnološke medijacije i političke instrumentalizacije dolazi do poremećaja u sposobnosti medija da vrše funkciju stabilizatora kolektivnog znanja.

1 Znanje se u ovom tekstu ne odnosi samo na akademsko znanje provjerenih tvrdnji na temelju stabilnih legitimacijskih procedura (npr. recenzentski postupak) niti na potrošeni koncept "društva znanja". Odnosi se na kontinuum različitih oblika znanja (Park, 1940), uključujući i znanje ophođenja u suvremenoj svakodnevnici. Informacija je fragment, podatak o događaju, tvrdnja bez zajamčenog statusa vjerodostojnosti. Znanje pretpostavlja društvenu validaciju i integraciju u interpretativne okvire koji omogućuju orijentaciju, formiranje stavova i kolektivno djelovanje. Stoga, govoriti o medijima kao o proizvođačima znanja znači razumjeti da oni sudjeluju u konstruiranju stvarnosti, a ne samo u neutralnom, faktografski točnom ili netočnom informiranju.

Strukturalna destabilizacija svakodnevnog znanja

Destabilizacija svakodnevnog znanja ne može se razumjeti izvan šireg političko-ekonomskog i institucionalnog konteksta. Liberalizacija i komercijalizacija medija, koja je zahvatila većinu europskih medijskih sustava od posljednje četvrtine 20. stoljeća (Bilić, 2024; Car i Bilić, 2023), rezultirala je premještanjem kriterija medijske proizvodnje s javnog i kolektivnog interesa na tržišnu isplativost. U tom procesu profesionalne novinarske norme potisnute su logikom oglašivačkog tržišta, brzine i maksimalizacije vidljivosti. Pojava platformi dodatno je destabilizirala tradicionalne medijske strukture (Bilić i Primorac, 2018).

Algoritamska logika digitalnih sustava organizira hiper-vidljivost sadržaja prema modelima angažmana, a ne prema epistemološkoj vrijednosti. Time platforme preuzimaju funkciju selekcije, dok tradicionalni mediji gube monopol nad ponudom informacija. Zajedno s krizom povjerenja u znanstvene, obrazovne i političke institucije, ti procesi proizvode uvjete u kojima više nije jasno koji su kriteriji za vrednovanje određenog iskaza ili informacije kao znanja.

Znanje postaje kontingentan, promjenjiv i ideološki polariziran konstrukt, podložan instrumentalizaciji u borbi za simboličku i političku dominaciju. Više ne djeluje kao zajednički okvir društvene orijentacije, već kao heterogeni repertoar konkurentskih interpretacija strateških komunikatora.

Mediji između normativne i tehno-ekonomske determinacije

U normativnoj teoriji javne sfere (Habermas, 1996) javni mediji su zamišljeni kao infrastruktura (Doyle i dr., 2025) racionalne deliberacije. Omogućuju pristup informacijama od javnog interesa, potiču participaciju građana i osiguravaju pluralizam perspektiva. No u praksi ta je uloga uvelike oslabljena institucionalnim, ekonomskim i tehnološkim promjenama, osobito vidljivima u razdobljima kriza (Bilić i dr. 2018; Bilić i dr., 2023).

Komercijalni pritisci dovode do degradacije uredničkih standarda, a oskudnost resursa potiče standardizaciju i senzacionalizam. Istodobno, normativni zahtjevi poput provjere činjenica, višestrukih izvora i političke nepristranosti postaju teško održivi u uvjetima koji su podložni tržišnim imperativima i vremenskim ograničenjima. Posljedično, mediji sve češće postaju kanali proturječnih informacija koje destabiliziraju društvenu zbilju. Iako pojedini tradicionalni mediji i dalje teže očuvanju profesionalnih normi, sistemski uvjeti u kojima djeluju onemogućuju dugoročnu reprodukciju njihove društvene uloge. U tom je smislu pozivanje na odgovornost medija bez adresiranja strukturalnih faktora u kojima mediji djeluju normativno sterilno.

Interpretacijske prakse i građanska (dez)orijentacija

U destabiliziranom okruženju proizvodnje znanja građani sve više djeluju kao samostalni interpretatori dostupnih informacija. Ta situacija u teoriji implicira veću autonomiju, ali u praksi često rezultira preopterećenjem, nesigurnošću i osloncem na afekte i grupne identifikacije. Prakse interpretacije više nisu usidrene u relativno stabilne referentne okvire, već su oblikovane algoritamskim filterima, digitalnim zajednicama i emocionalnim odgovorima. Proizvodnja i recepcija znanja postaje decentralizirana, ali i dodatno destabilizirana. Pojavljuju se paralelni svjetovi znanja, čije granice ne određuju racionalni i strukturirani kriteriji nego prešutni i nesvjesni oblici znanja (Bilić i Brajdić Vuković, 2023).

Koncept medijske pismenosti, često promoviran kao rješenje, nije dovoljan ako se reducira na tehničku sposobnost neoliberalnog subjekta i individualne navigacije digitalnim (dez-)informacijama. Potrebna je sposobnost razumijevanja uvjeta proizvodnje (različitih oblika) znanja, uloge institucija i granica vlastite interpretacije. No ta se sposobnost ne može razviti bez institucionalne podrške i univerzalno dostupne obrazovne politike.

Prema institucionalnoj obnovi kolektivnog znanja

Znanje utemeljeno na pouzdanim informacijama mora postati kolektivno dobro jer je njegova stabilnost narušena povijesnim okolnostima, političko-ekonomskim silnicama i promjenama u načinu distribucije i interpretacije informacija. U uvjetima informacijske nesigurnosti i fragmentacije znanja, pitanje društvene uloge medija postaje ključno za održivost demokratskih poredaka. Ako informacije i znanje više ne mogu služiti kao zajednički okvir djelovanja, otvara se prostor za krize legitimiteta, institucionalnu paralizu i autoritarnu regresiju.

Rješenje se ne nalazi u moraliziranju profesionalne odgovornosti novinara i građana, već u dubinskoj institucionalnoj reformi. Potrebni su modeli održivog financiranja medija, regulatorni mehanizmi za transparentnost i opozivanje digitalnih platformi, te obrazovne politike koje afirmiraju znanje kao javnu i kolektivnu vrijednost. Bez konsolidiranih mehanizama za stabilizaciju znanja, medijska javna sfera postaje surova arena vidljivosti i promocije, a dezinformacija jedan od mehanizama hvatanja digitalne pozornosti i angažmana.

Reference

- Bilić, P., Furman, I. i Yildirim, S. (2018). The refugee crisis in the Croatian digital news: Towards a computational political economy of communication. *Political Economy of Communication* 6(1): 59-82.
- Bilić, P. i Primorac, J. (2018). The digital advertising gap and the online news industry in Croatia. *Medijske studije* 9(18): 62-80.
- Bilić, P. (2021). *Sociologija medija: rutine, tehnologija i moć*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Bilić, P. (2023). Frankfurt School Legacy and the Critical Sociology of Media: Lifeworld in Digital Capitalism. *Critical Sociology*, 50(4-5), 615-628.
- Bilić, P. i Brajdić-Vuković, M. (2023). Being media literate in Croatia: Characteristics and selected dimensions of media literacy as a social practice. *Revija za sociologiju* 53(2): 241-270.
- Bilić, P., Dukić, D., Arambašić, L., Gjurković, M., Šnajder, J., & Furman, I. (2023). Digital news media as a social resilience proxy: A computational political economy perspective. *New Media & Society*, 0(0).
- Bilić, P. (2024). Media pluralism and market competition in Croatia. U: Puljiz, J. i Butković, H. (ur.) *Crisis era European integration: economic, political and social lessons from Croatia*. London: Routledge.
- Car, V. i Bilić, P. (2023). Critical Junctures in the Croatian Media System: Privatisation, Liberalisation and Commercialisation between 1990 and 2020. *Southeastern Europe*, 47(1): 27-53.
- Doyle, G., Barr, K., & Boyle, R. (2025). Public service media as critical media infrastructure for the digital era. *Media, Culture & Society*, 0(0).
- Habermas, J. (1996). *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Park, R. E. (1940). News as a form of knowledge: a chapter in the sociology of knowledge. *American journal of sociology* 45(5): 669-686.

Matko Vlahović

U potrazi za
izgubljenom
stvarnošću

Sada već davne 2004. godine, neimenovani dužnosnik američke vlade predbacio je reporteru *New York Timesa* da pripada “zajednici temeljenoj na stvarnosti” (engl. *reality-based community*), odnosno skupini ljudi koji vjeruju da je stvarnost mjerilo istine. “Svijet više ne funkcionira tako”, pojasnio je dužnosnik i nastavio: “Mi smo sada carstvo i kada djelujemo, stvaramo vlastitu stvarnost. I dok vi proučavate tu stvarnost – razborito, kako god hoćete – mi ćemo ponovno djelovati, stvarajući druge nove stvarnosti, koje vi možete proučavati, i tako će se stvari riješiti. Mi smo protagonisti povijesti, a vama, svima vama, preostat će samo proučavanje onoga što mi radimo”.¹

Ovaj neočekivano hegelijanski uvid naišao je na osudu i podsmijeh javnosti i medija, iako se iz njega možda moglo štošta naučiti – ako ni o čemu drugom onda barem o imperijalnom cinizmu. Ipak, za potrebe ovog teksta usredotočit ćemo se samo na otvoreno pitanje odnosa stvarnosti i istine. Kao što neimenovani dužnosnik daje naslutiti, klasični modeli proizvodnje i medijacije informacija, temeljeni na ideji konsenzualne stvarnosti i racionalnog subjekta, nalaze se u krizi. Sposobnost institucija i medija da strukturiraju zajednički horizont značenja čini se sve slabijom. No za razliku od dužnosnika koji je stvarnost promatrao kao predmet političkog djelovanja, objašnjena aktualne epistemičke krize gotovo se isključivo iscrpljuju algoritamskoj logici digitalnih medija i navodnoj nedostatnosti medijske pismenosti. Drugim riječima, složen strukturalni problem reducira se na individualne nedostatke i tehnološki determinizam.

Od eho-komora do novih stvarnosti

Kako bismo izbjegli tehnološki redukcionizam, nužno je preoblikovati način na koji govorimo o suvremenoj infor-

1 Citirano prema: Ron Suskind, *Faith, Certainty and the Presidency of George W. Bush*, *The New York Times*, 17. listopada 2004. Dostupno na: <https://www.nytimes.com/2004/10/17/magazine/faith-certainty-and-the-presidency-of-george-w-bush.html>

macijskoj, odnosno epistemičkoj krizi. Potrebno je analizirati kako algoritamski mediji strukturiraju javni prostor te koje ekonomske i materijalne pretpostavke takva infrastruktura podrazumijeva. Umjesto da tehnologiju promatramo kao neutralan alat ili izvor svih problema, valja je razumjeti kao sastavni dio šire mreže društvenih, političkih i klasnih odnosa koji zajednički uvjetuju načine na koje se proizvodi, širi i vrednuje ono što nazivamo istinom.

Kako smo vidjeli i u prethodnom poglavlju, suvremena epistemička kriza nije tek “kriza istine” izazvana lažnim vijestima i algoritmima, već rezultat dugotrajnog slabljenja povjerenja u medije, politički angažman i institucije. Iako digitalne platforme i nove tehnologije zasigurno utječu na društvene odnose, taj se utjecaj ne može svesti na jednostavan uzrok i posljedicu – tehnologija nije ni neutralna ni autonomna, već dio šireg socioekonomskog konteksta. Ključno je stoga pitanje: kako misliti ulogu tehnologije u epistemičkoj krizi bez da padnemo u zamku tehnološkog solucionizma ili tehnodeterminističke paranoje?

Kao što je to dao naslutiti naš neimenovani dužnosnik iz uvoda – ali i filozofske tradicije pragmatističke orijentacije – činjenice nisu vječni i objektivni odrazi stvarnosti, već proizvodi kolektivnog rada epistemičkih zajednica, čija se “istinitost” potvrđuje kroz praktičnu djelotvornost u konkretnim situacijama. Upravo u ovoj točki leži specifična moć digitalnih prostora: za razliku od masovnih medija s centraliziranim kanalima distribucije, uređivačkom strukturom i klasičnom proizvodnjom konsenzusa,² novi medijski ekosustav omogućuje brzo i efikasno formiranje zajednica okupljenih oko alternativnih vizija stvarnosti, neovisno o njihovoj empirijskoj utemeljenosti. Platforme, forumi i *messaging* servisi, kao i mreže pseudomedijskih portala, funkcioniraju kao

2 Više o suvremenoj primjenjivosti knjige *Manufacturing Consent* Noama Chomskog i Edwarda S. Hermana vidi u intervjuu s Mattom Taibbijem: Hamburger, J. (2018). Matt Taibbi on the Fair Way to Manufacturing Consent. *Jacobin*. Dostupno na: <https://jacobin.com/2018/10/matt-taibbi-interview-fairway-manufacturing-consent>

paralelni sustavi za proizvodnju značenja, neopterećenih tradicionalnim kriterijima provjere informacija.

Međutim, namjera ovog teksta nije predstaviti te zajednice kao eho-komore nastale zbog nedostatne medijske pismenosti, unatoč svim sličnostima. Funkcija tih zajednica nije samo epistemička, već afektivna i materijalna: nude osjećaj pripadnosti, interpretativne okvire, predloške za političko djelovanje, kao i prilike za ostvarivanje materijalnih interesa.

Vajb, zajednice i ekonomija prijevare

Proizvodnja značenja i stvaranje zajednica ne odvija se na neutralnom terenu ili u nekoj idealnoj javnoj sferi, već u prostoru strukturiranom algoritamskom logikom velikih tehnoloških kompanija. Algoritmi ne igraju samo ulogu filtera koji oblikuju vidljivost sadržaja, već strukturiraju načine identifikacije, percepcije i izražavanja. U takvom informacijskom okruženju, navigacija sadržajem sve se manje temelji na svjesnom ili racionalnom odabiru, a sve više na afektivnim signalima i brzim orijentacijskim obrascima – to jest, heuristikama koje omogućuju brzo donošenje dojma o vjerodostojnosti, tonu ili “namjeri” sadržaja.

Primjer digitalne heuristike je koncept *vibe* – afektivnog signala koji prenosi značenje bez diskurzivne artikulacije. Platforme poput TikToka, Spotifyja i Netflix-a odavno funkcioniraju po toj logici: sadržaj se sve češće preporučuje ne prema žanru, već prema osjećaju koji proizvodi – od “*teen angst thursday afternoon*” ili “*ethereal and crying*” Spotify *daylista* do sličnih tonalitetskih Netflix preporuka. *Vibe* zamjenjuje žanr, autorstvo, ali i ideološku poziciju, kao metriku evaluacije. U takvom informacijskom ekosustavu prevladavaju estetski kodirane subkulture – od *core* stilova do me-mičkih identiteta – a afektivna prepoznatljivost postaje ključna za vidljivost (Segalovich, 2023).

Drugim riječima, algoritamska logika *online* prostora zamućuje granice između stvarnog i fikcionalnog, originalnog i

generiranog, ljudskog i neljudskog autorstva. Generativni alati za slike, video, glazbu i tekst dodatno brišu te granice. Razlika između istinitog i neistinitog gubi jasne konture; sadržaj je uvjerljiv samo ako nosi *vajb* autentičnosti. Raskrinkavanje dezinformacija u takvom epistemičkom režimu ima minimalan učinak, ostaje nam samo estetski kompas *vajba*.

Ovdje dolazimo do ključnog, ali često zanemarenog aspekta epistemičke krize: njezine materijalne osnove. Dok se mnogo pažnje posvećuje ideološkim manipulacijama i geopolitičkim strategijama, znatno se rjeđe problematizira činjenica da je proizvodnja dezinformacija često profitabilna djelatnost, savršeno uklopljena u ekonomije prijevara koje počivaju na narativima – poput kriptovaluta, *meme* dionica ili špekulativnih tržišta financijskog kapitala. Prijevara i skemovi (engl. *scam*) pritom nisu patologija digitalnih platformi, već njihova strukturna logika, oblikovana dinamikom financijalizacije i špekulativnih modela rasta (Zitron, 2023). Pogonjen oglašivačkim modelima, SEO optimizacijom i gejmficiranim sustavima nagrađivanja, informacijski ekosustav platformi konstruira uvjete u kojima epistemička nesigurnost funkcionira kao materijalni resurs.

Fyre Festival bio je luksuzni glazbeni festival koji se trebao održati 2017. na Bahamima, a reklamiran je kao “Woodstock za milenijalce”. Pokrenuo ga je mladi američki poduzetnik Billy McFarland. Kampanja se temeljila na influencerima i glamuroznim videozapisima koji su obećavali ekskluzivno iskustvo: privatne vile, *catering*, jahte i nastupe slavних izvođača. U stvarnosti, festival nije bio organiziran, a posjetitelji su dočekali šatori za katastrofe i kruh sa sirom umjesto gurmanskih obroka. Međutim, festival je u svom neuspjehu postao mem. Točnije rečeno, profitabilan mem (Samman i Gammon, 2023). Inspirirao je Netflixov dokumentarac, suvenire, kao i neizbježne NFT-ove. *Fyre* nije anomalija, već primjer digitalne ekonomije koja kapitalizira na monetizaciji pažnje i špekulativnoj ekonomiji. Ponekad čak i samo raskrinkavanje prijevara povećava njezinu tržišnu vrijednost.

Dezinformacije stoga nisu devijacija, nego žanrovska forma sadržaja; prijevara nije iznimka, nego poslovni model.

Jezik, politika i mogućnost obnove stvarnosti

Prema tome, produkcija značenja danas se odvija unutar informacijskog okvira koji više ne jamči zajednički referentni prostor, već ga zamjenjuje korporativno strukturirana infrastruktura vidljivosti. Granice onoga što se uopće može izreći i čuti određuju logike optimizacije, angažmana i monetizacije. Čak i sam jezik sve rjeđe funkcionira kao sredstvo komunikacije, već kao signal pripadnosti – algoritamski prepoznatljiv kod dizajniran za cirkulaciju, a ne za razumijevanje. Kako upozorava Naomi Klein u svojoj knjizi *Doppelganger* (2023), takav pomak ima duboke političke implikacije: govor više ne pretpostavlja dijalog, već funkcionira kao performativna gesta unutar zatvorenog sustava afektivnog prepoznavanja. Referirajući se na poznati “bla, bla, bla” komentar aktivistkinje Grete Thunberg,³ Klein napominje da to nije bila puka ironijska gesta prema ispraznoj retorici moći, nego pokušaj obrane jezika – štednja riječi za prostore u kojima one još uvijek mogu nešto značiti. U tome se možda krije i ključno pitanje aktualne epistemičke krize: kako ponovno uspostaviti uvjete u kojima jezik ne samo da cirkulira, već komunicira, artikulira, povezuje i, najvažnije, mijenja stvarnost.

U tom smislu, zadatak nije nostalgična obnova izgubljenog konsenzusa, nego izgradnja novih epistemičkih praksi koje ne uzmiču pred fragmentacijom stvarnosti, već je prepoznaju kao politički teren. Jer jedino u uvjetima u kojima istina ponovno može imati posljedice postaje moguće govoriti ne samo o obnovi stvarnosti, nego o njezinoj transformaciji. Drugim riječima, trebamo graditi zajednice temeljene na stvarnosti upravo zbog toga da bi stvarnost mogli promijeniti.

3 Referenca se odnosi na poznati govor Grete Thunberg na samitu *Youth4Climate* u Milanu 2021. godine, u kojem je ismijala prazna obećanja svjetskih čelnika. Vidi: <https://www.bbc.co.uk/newsround/58731698>

Reference:

- Cartner-Morley, J. (2024). 'It's game over for facts': How vibes came to rule everything from pop to politics. *The Guardian*. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/culture/2024/dec/14/how-vibes-came-to-rule-everything-from-pop-to-politics>
- Davies, W. (2016). The Age of Post-Truth Politics. *The New York Times*. Dostupno na: <https://www.nytimes.com/2016/08/24/opinion/campaign-stops/the-age-of-post-truth-politics.html>
- Gammon, E. i Samman, A. (ur.) (2023). *Clickbait Capitalism: Economies of Desire in the Twenty-First Century*. Manchester: Manchester University Press.
- Gogarty, K. (2025). *The right dominates the online media ecosystem, seeping into sports, comedy, and other supposedly nonpolitical spaces*. Media Matters. Dostupno na: <https://www.mediamatters.org/google/right-dominates-online-media-ecosystem-seeping-sports-comedy-and-other-supposedly>
- Hamburger, J. (2018). Matt Taibbi on the Fair Way to Manufacture Consent. *Jacobin*. Dostupno na: <https://jacobin.com/2018/10/matt-taibbi-interview-fairway-manufacturing-consent>
- Hern, A. (2017). Google acts against fake news on search engine. *The Guardian*. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/25/google-launches-major-offensive-against-fake-news>
- Lada, A., Li, J. i Ding, S. (2017). New Signals to Show You More Authentic and Timely Stories. *Meta Newsroom*. Dostupno na: <https://about.fb.com/news/2017/01/news-feed-fyi-new-signals-to-show-you-more-authentic-and-timely-stories/>
- Morozov, E. (2013). *To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism*. New York: PublicAffairs.
- Philosophy Tube (2024). *Social Media Vs Democracy*. YouTube. Dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=4F9QzXjUB10>
- Press, A. (2019). *On the Origins of the Professional-Managerial Class: An Interview with Barbara Ehrenreich*. Dissent. Dostupno na: https://www.dissentmagazine.org/online_articles/on-the-origins-of-the-professional-managerial-class-an-interview-with-barbara-ehrenreich/

- Segalovich, I. (2023). TikTok's "Corecore" Is Where Men Scream Their Anguish. *Hyperallergic*. Dostupno na: <https://hyperallergic.com/802093/tiktok-corecore-is-where-men-scream-their-anguish/>
- Tooze, A. (2025). *Chartbook 343: Polycrisis & the critique of capitalocentrism. A world at "loose ends" mini-series #1*. Substack. Dostupno na: <https://adamtooze.substack.com/p/chartbook-343-polycrisis-and-the>
- Vance, J.D. (2016). How Donald Trump seduced America's white working class. *The Guardian*. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/sep/10/jd-vance-hillbilly-elegy-donald-trump-us-white-poor-working-class>
- Zitron, E. (2023). The Rot Economy. *Where's Your Ed At*. Dostupno na: <https://www.wheresyoured.at/the-rot-economy/>

Jelena Berković
Teorijski i
povijesni okvir
fact-checkinga

Tekst je napisan na temelju predavanja “Uvod u profesionalno provjeravanje činjenica” u sklopu radionice za jačanje kapaciteta Radio Rojca, Kurziva i K-Zone za neovisno provjeravanje točnosti informacija održane u Društvnom centru Karlo Rojc u Puli od 6. do 8. studenoga 2023. Sadržaj uključuje opise novinarske teorije, uključujući fact-checking kao specijalizaciju, te pravne propise koji su na snazi u Republici Hrvatskoj, Europskoj uniji i Vijeću Europe. Obraduju se pojmovi poput novinarstva, informacije, činjenične tvrdnje, vrijednosnog suda i javnog interesa, objašnjava se razlika između zabranjenog i štetnog govora, a nude se i neki uvidi u potencijalne intervencije radi smanjenja štete od informacijskih poremećaja.

Teorijski okvir

Prilikom dodjele Nobelove nagrade za mir 2001., Maria Ressa, istraživačka novinarka specijalizirana za provjeravanje činjenica, istaknula je:

“Bez činjenica ne možete imati istinu.
Bez istine ne možete imati povjerenje.
Bez povjerenja nema zajedničke stvarnosti, nema demokracije i postaje nemoguće nositi se s egzistencijalnim problemima našeg svijeta: klimom, koronavirusom, borbom za istinu.”¹

U teoriji, u demokratskim političkim sustavima sloboda izražavanja uključuje i prakticiranje novinarstva kao svojevrsnog “javnog nadzora” sve tri grane vlasti, kao i ostalih nositelja moći.

¹ Video s dodjele i govor Marie Resse dostupan je na poveznici: <https://www.nobelprize.org/prizes/peace/2021/ressa/lecture/>; razgovor s Mariom Ressim *Defending Truth in the Age of Disinformation: A Conversation with Maria Ressa* pogledajte ovdje: <https://www.youtube.com/watch?v=XTX5Hfn-Fsk>

U Hrvatskoj se sloboda mišljenja i izražavanja misli štiti 38. člankom Ustava iz 1990. koji zabranjuje cenzuru i jamči pravo na ispravak, dok dopuna iz 2010. jača pravo na pristup informacijama koje posjeduju tijela javne vlasti. To se ne odnosi samo na informacije ili ideje koje su blagonaklono prihvaćene, nego i na one koje vrijeđaju, šokiraju ili uznemiruju (Ustavni sud U-III-2553/2023).

Novinarstvo

Akt novinarstva može počinuti bilo tko, a novinarsku profesiju definiraju oni koji je prakticiraju.

U teoriji postoje principi djelovanja oko kojih se novinari i novinarkе slažu, a koje građani i građanke imaju pravo očekivati, što su opisali američki novinari Bill Kovach i Tom Rosenstiel u *Elementima novinarstva* iz 2001.:

“Prva obaveza novinarstva je prema istini.
 Njegova prva lojalnost su građani.
 Njegova bit je disciplina verifikacije.
 Njegovi praktičari moraju zadržati neovisnost o onima koje pokrivaju.
 Mora služiti kao neovisni promatrač moći.
 Mora osigurati forum za javnu kritiku i kompromis.
 Mora težiti da ono značajno ostane zanimljivo i relevantno.
 Mora zadržati vijesti sveobuhvatnima i proporcionalnima.
 Njegovim praktičarima mora biti dopušteno da koriste svoju osobnu savjest.
 I građani imaju prava i obaveze kada su u pitanju vijesti.”²

2 Studija Billa Kovacha i Toma Rosenstiel *Elementi novinarstva* dostupna je na engleskom jeziku u 4. izdanju, a zaključci su dostupni ovdje: <https://www.tomrosenstiel.com/essential/the-elements-of-journalism/>

I dok u SAD-u sudska praksa proizlazi iz prvog amandmana na Ustav iz 1791. godine, u Europi se ta praksa razvija nakon Drugog svjetskog rata, prvenstveno kroz Vijeće Europe i Europsku konvenciju za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda.

Tako Europski sud za ljudska prava u Strasbourgu, u svom Vodiču o članku 10. Europske konvencije ističe da “povećana zaštita koja se pruža ‘psima čuvarima javnosti’, a posebno tisku prema članku 10. podliježe uvjetu da ispunjavaju dužnosti i odgovornosti povezane s funkcijom novinara, te posljedičnom obavezom ‘odgovornog novinarstva’”.³

Od 2009. kad je stupila na snagu i Povelja o temeljnim pravima EU-a sa svojim 11. člankom, o tome odlučuje i Sud (pravde) EU-a prema kojem novinarske aktivnosti imaju za “cilj otkrivanje javnosti informacija, mišljenja ili ideja, bez obzira na medij koji se koristi za njihov prijenos. Nisu ograničene na medijska poduzeća i mogu se poduzeti u svrhu stvaranja profita.”⁴

Hrvatsko novinarsko društvo primjenjuje Kodeks časti hrvatskih novinara.⁵

Informacija

U informacijskim i komunikacijskim znanostima raspravlja se o podacima na kojima se temelje informacije iz kojih proizlazi znanje koje je pak temelj mudrosti.⁶ U pravnim propisima, međutim, nema jednoznačne definicije.

3 Vidi: Vodič kroz članak 10. Europske konvencije o ljudskim pravima: sloboda izražavanja <https://ks.echr.coe.int/web/echr-ks/article-10>

4 Vidi: presuda Suda Europske unije u predmetu C-73/07. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:62007CJ0073>

5 Vidi: Hrvatsko novinarsko društvo, Kodeks časti hrvatskih novinara <https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinara>

6 DIKW piramida je model koji prikazuje hijerarhijske odnose između podataka, informacija, znanja i mudrosti, vidi više: https://en.wikipedia.org/wiki/DIKW_pyramid

Primjerice, Zakon o medijima (ZoM, članak 2) kaže da je informacija “podatak, tekst, fotografija, crtež, karikatura, film, usmeno izvješće, vrijednosni sud ili drugi prilog objavljen u mediju”. Širu definiciju nudi Zakon o pravu na pristup informacijama (ZPPI, članci 5 i 7) prema kojem je informacija “svaki podatak koji posjeduje tijelo javne vlasti u obliku dokumenta, zapisa, dosjea, registra, neovisno o načinu na koji je prikazan (napisani, nacrtani, tiskani, snimljeni, magnetni, optički, elektronički ili neki drugi zapis), koji je tijelo izradilo samo ili u suradnji s drugim tijelima ili dobilo od druge osobe, a nastao je u okviru djelokruga ili u vezi s organizacijom i radom tijela javne vlasti”.

U novinarskoj praksi za pristup informacijama se korisnijim pokazao ZPPI jer definira rokove tijelima javne vlasti za davanje odgovora, kao i inspekcijske ovlasti neovisnog državnog tijela – Povjerenice za informiranje te specijaliziranu i relativno brzu proceduru na upravnim sudovima. Istovremeno, ZoM propisuje tek “primjeren rok” za davanje zatražene informacije, a u slučaju nepoštivanja, nema neovisnog tijela koje bi nadziralo provođenje zakona, nego preostaje obraćanje “nadležnom sudu” i nepoznata sudska praksa.

Makar bili neuspješni, pokušaji pristupanja mogu postati elementi sudskih postupaka, s obzirom na Ustavno “pravo na ispravak svakomu komu je javnom viješću povrijeđeno Ustavom i zakonom utvrđeno pravo”. Naime, medijski nakladnik trebao bi biti zaštićen od odgovornosti za štetu ako je informacija kojom je šteta učinjena, među ostalim, “utemeljena na točnim činjenicama ili na činjenicama za koje je autor imao osnovani razlog povjerovati da su točne i poduzeo je sve potrebne mjere za provjeru njihove točnosti”(ZoM, članak 1).

Činjenična tvrnja, vrijednosni sud

Hrvatska enciklopedija činjenicu definira kao “ono što je učinjeno, dogođeno; suprotnost: mišljeno (cogitum) ili kazano (dictum)”.⁷

Dok se postojanje činjenica može dokazivati, u sudskoj praksi istinitost vrijednosnih sudova nije podložna dokazivanju, pa “posljedično uživa i znatno širi opseg pravne zaštite, posebice kad se radi o javnim osobama i raspravi o pitanjima od javnog interesa”.⁸ U pravilu, kako bi se razlikovalo činjeničnu tvrdnju i vrijednosni sud, potrebno je uzeti u obzir okolnosti i opći ton primjedbi svakog pojedinog slučaja.

Tako, primjerice, Ustavni sud u odluci povodom autorizirane izjave o “prodavačici magle i kontracepcijskih pilula” (USUD U-III-2553/2023) napominje da “kada se radi o vrijednosnim sudovima, razmjernost ograničenja slobode izražavanja može ovisiti o tome postoji li dostatna činjenična osnova koja te sudove podržava, u suprotnom se ti sudovi mogu smatrati ‘pretjeranima’”.

Nadalje, u slučaju korištenja izraza *closet Nazi* Europski sud za ljudska prava (ECHR Scharsach and News Verlagsgesellschaft v. Austria) zaključuje da “gospođa Rosenkranz je političarka, koja se nikada nije javno ogradila od političkih stavova svog supruga, ali je u javnim izjavama kritizirala Zakon o prohibiciji, koji zabranjuje nacionalsocijalističke aktivnosti. U tom kontekstu treba napomenuti da je bit osporenog članka bila upravo zamjerka da se političari FPÖ-a nisu jasno distancirali od ekstremne desnice. Stoga je skup dostupnih činjenica predstavljao dovoljnu činjeničnu osnovu za ospora-

7 Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2025. <https://www.enciklopedija.hr/clanak/cinjenica>

8 Vesna Alaburić, Telegram, “Zašto je za razvoj Hrvatske izuzetno važno da se ne kažnjavaju ljudi koji političare nazivaju idiotima”, objavljeno 5. lipnja 2023. Dostupno na: <https://www.telegram.hr/politika-kriminal/zasto-je-za-razvoj-hrvatske-izuzetno-vazno-da-se-ne-kaznjavaju-ljudi-koji-politicare-nazivaju-idiotima/>

vanu izjavu, shvaćenu u gore navedenom smislu, naime da je stav gđe Rosenkranz prema političkim stavovima ekstremne desnice bio u najmanju ruku nejasan.”

Javni interes

I ovaj pojam podložen je tumačenjima od slučaja do slučaja. Izvorni opis dolazi iz enciklopedijskog članka Jurgena Habermasa iz 1964. *The Public Sphere*: “Pod ‘javnom sferom’ prije svega podrazumijevamo područje našeg društvenog života u kojem se može formirati nešto što se može približiti javnom mnijenju. Pristup je zajamčen svim građanima. Dio javne sfere javlja se u svakom razgovoru u kojem se privatni pojedinci okupljaju kako bi formirali javno tijelo. Oni se tada ne ponašaju niti kao poslovni ili profesionalni ljudi koji obavljaju privatne poslove, niti kao članovi ustavnog poretka koji podliježu pravnim ograničenjima državne birokracije. Građani se ponašaju kao javno tijelo kada na neograničen način – odnosno uz jamstvo slobode okupljanja i udruživanja te slobode izražavanja i objave mišljenja – raspravljaju o stvarima od općeg interesa.”

Kada se prakticira novinarstvo u javnom interesu ono bi trebalo biti zaštićeno, anonimnost njegovih potencijalno tajnih izvora trebala bi ostati sačuvana, a prilikom svakog ograničavanja pristupa informacijama to bi se ograničenje prvo trebalo dobro izvagati u odnosu na druge zaštićene interese.

Primjerice, nakon što je Carole Cadwalladr, novinarka *The Guardian*a, u *Ted Talku* 2019. pod nazivom “Facebookova uloga u Brexitu – i prijetnja demokraciji” rekla “Neću ni ulaziti u laži koje je Arron Banks izrekao o svom tajnom odnosu s ruskom vladom”, od optužbe za klevetu mogla se pred sudom u UK obraniti pozivanjem na javni interes.

Ilegalan i štetan govor

Granice legalnosti javnog izražavanja povlači koloplet zakona, kako u stvarnom životu tako i na internetu.

Kazneni zakon definira kaznena djela poput lažne uzbune (316), klevete (149) i sramoćenja (148). Zakon o prekršajima protiv javnog reda i mira definira prekršajne kazne za izmišljanje i širenje lažnih vijesti (16), remećenje javnog reda i mira (5), omalovažavanje ili vrijeđanje službene osobe (17). Relevantan je i Zakon o suzbijanju diskriminacije koji štiti od stavljanja u nepovoljniji položaj bilo koje osobe na osnovi rase ili etničke pripadnosti ili boje kože, spola, jezika, vjere, političkog ili drugog uvjerenja, nacionalnog ili socijalnog podrijetla, imovnog stanja, članstva u sindikatu, obrazovanja, društvenog položaja, bračnog ili obiteljskog statusa, dobi, zdravstvenog stanja, invaliditeta, genetskog naslijeđa, rodnog identiteta, izražavanja ili spolne orijentacije.

Izraz "govor mržnje" podrazumijeva sve oblike izražavanja koji šire, raspiruju, potiču ili opravdavaju rasnu mržnju, ksenofobiju, antisemitizam ili druge oblike mržnje zasnovane na netoleranciji, uključujući i netoleranciju izraženu u formi agresivnog nacionalizma i etnocentrizma, diskriminacije i neprijateljstva prema manjinama, migrantima i ljudima imigrantskog porijekla. Istovremeno, izvještavanje o rasizmu, ksenofobiji, antisemitizmu ili drugim oblicima netolerancije u potpunosti je zaštićeno Europskom konvencijom o ljudskim pravima.⁹

Međutim, postoji govor koji nije eksplicitno zabranjen, ali može činiti štetu posebno bitnim interesima ili ranjivim osobama i skupinama, poput primjerice maloljetnih osoba s poremećajima u prehrani, ovisnika o alkoholu i igrama na sreću, izbjeglica... Priručnici za medijsku pismenost (Letinić et al., 2018) ističu i neprihvatljivost korištenja stereotipa, pogrdnih izraza, ponižavajuće ili dehumanizirajuće prikazivanje, kao i opravdavanje i veličanje političkih ideja i tvorevina koje u svojem temelju imaju isključivost, diskriminaciju, mržnju i neravnopravnost te isticanje njihovih simbola. Pri tome, ima smisla voditi računa o konstantnoj potrebi za osvještavanjem kognitivnih pristranosti koje utječu na to

9 Vidi: Vijeće Europe, *Preporuka o govoru mržnje* (97)20, 1997.

kako ljudi interpretiraju podatke, formiraju zaključke i prilagođavaju ponašanje.¹⁰

Objavljivanje sadržaja se iz opravdanih razloga može ograničiti, kao što se odlučuje ograničiti i vođenje izborne kampanje na dan uoči i dan održavanja izbora. No, dok su ograničenja tradicionalnim medijima oblikovana kroz desetljeća, regulacija tek počinje za nove tehnologije poput društvenih mreža i AI chat-botova koji sebe niti ne smatraju medijima.

Oblici informacijskih poremećaja

Informacijski poremećaji nastaju i u analognom i u digitalnom dobu – od tiskarskog stroja do interneta. Na tom tragu je i kategorizacija kakvu je definirala grupa autora za Vijeće Europe (Wardle i Derakhshan, 2017), a koju koriste i razni dokumenti EU-a (npr. European Democracy Action Plan, 2020).

“Misinformacije su informacije koje su pogrešne, ali nisu stvorene s namjerom da izazovu štetu (netočne veze, zavaravajući sadržaj).

Malinformacije su informacije koje se temelje na stvarnosti, a koristi ih se za nanošenje štete osobi, organizaciji ili zemlji (curenje podataka, uznemiravanje, govor mržnje).

Dezinformacije su informacije koje su pogrešne i namjerno stvorene kako bi nanijele štetu osobi, društvenoj grupi, organizaciji ili zemlji (netočan kontekst, lažni, manipulativni i izmišljeni sadržaj).”

Smanjenje štete od informacijskih poremećaja

Globalne društvene mreže donose i globalni informacijski eko-sustav te pokušaje njegovog uređivanja. Primjerice, pre-

¹⁰ Vidi: *List of cognitive biases*. Dostupno na: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_cognitive_biases. Za vizualni prikaz tipova pristranosti pogledaj dijagram *Cognitive Bias Codex*: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/65/Cognitive_bias_codex_en.svg

dlažu se intervencije poput dodavanja oznaka na sadržaje i korisničke profile (*tags, flags, labels*), dodavanja provjerenih te kontekstualnih informacija (*verified information, relevant context*), moderacije sadržaja (*downranking, reducing interactions, banning,...*) i povećanja medijske i digitalne pismenosti. Rezultati ovise o specifičnim kontekstima u kojima se provode i njihovu učinkovitost teško je neovisno mjeriti zbog otežanog pristupa podacima globalnih tehnoloških kompanija.¹¹

Među prvim jurisdikcijama koje su krenule u regulaciju Europska unija fokusirala se na svoje digitalno tržište i digitalne usluge koje pružaju vrlo velike *online* platforme. Nametnuti su minimalni standardi transparentnosti, kao i analize rizika, poput negativnog utjecaja na temeljna ljudska prava, građanski diskurs, izborne procese, javnu sigurnost i zdravlje, rodno uvjetovano nasilje, maloljetnike te fizičku i mentalnu dobrobit. Kako bi smanjile te rizike, platforme se mogu obavezati na industrijske standarde koji sadrže konkretne mjere, poput Kodeksa prakse o dezinformacijama koji preporuča korištenje profesionalnog provjeravanja činjenica za pružanje dodatnih informacija i konteksta korisnicima društvenih mreža (*labels and notices*).¹²

I Hrvatska od 2025. implementira Akt o digitalnim uslugama¹³ prema kojem su neka tijela javne vlasti dobila ovlasti da nalože *online* platformama uklanjanje ilegalnog sadržaja, a uloga nacionalnog koordinatora za digitalne usluge predana je Hrvatskoj regulatornoj agenciji za mrežne djelatnosti (HAKOM).

11 Vidi: International Panel on the Information Environment, *Strategies for Improving the Global Information Environment*, 2023. https://assets-global.website-files.com/643ecb10be528d2c1da863cb/6501cdoc24e19e6d68abc565_SFP2023.1.pdf

12 Vidi: Europska komisija, Code of Practice on Disinformation <https://disinfocode.eu/>

13 Vidi: Berković, J. (2025). Hrvatski sabor usvojio Akt o digitalnim uslugama – DSA, udruga Faktograf 31.3.2025. <https://udruga.faktograf.hr/2025/03/3/hrvatski-sabor-usvojio-akt-o-digitalnim-uslugama-dsa/>

Od 2022. kada je osnovana, Europska mreža organizacija za provjeravanje činjenica definira *fact checking* kao “provjeravanje, prikupljanjem i analizom dokaza, činjenične točnosti tvrdnji u javnoj sferi”.¹⁴

Pokret je krenuo iz SAD-a sredinom 2000-ih gdje je isprva bio fokusiran na govore političara, osobito tijekom izbora. U međuvremenu, oblikovao se i *debunking*, kao specijalizacija u temama ili metodama rada, a razvija se i *prebunking* kojeg obilježava preventivni pristup zamišljen kao cjepivo protiv dezinformacija.

14 Vidi: EFCSN Code of Standards.

Reference:

- Berković, J. (2024). Uvod u teoriju Akta o digitalnim uslugama (DSA), *Faktograf*, 17. listopada. Dostupno na: <https://udruga.faktograf.hr/2024/10/17/uvod-u-teoriju-akta-o-digitalnim-uslugama-dsa/>.
- Cadwalladr, C. (2019). Facebook's role in Brexit and the threat to democracy. *TED Talk*. Dostupno na: https://www.ted.com/talks/carole_cadwalladr_facebook_s_role_in_brexit_and_the_threat_to_democracy.
- European Fact-Checking Standards Network (EFCSN) (2022). Code of Standards. Dostupno na: <https://efcsn.com/code-of-standards/>.
- Europska komisija (2018). *Code of Practice on Disinformation*. Dostupno na: <https://disinfocode.eu/>.
- Europski sud za ljudska prava (2003). *Scharsach i News Verlagsgesellschaft mbH protiv Austrije*, zahtjev br. 39394/98, presuda od 13. studenoga 2003., konačna 13. veljače 2004. Dostupno na: <https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-61441>.
- Europski sud za ljudska prava (1950). *Europska konvencija o ljudskim pravima: tekst izmijenjen Protokolom br. 14 (CETS 194) od 1. lipnja 2010. i Protokolom br. 15 (CETS 213) od 1. kolovoza 2021.* Strasbourg: Vijeće Europe. Dostupno na: https://www.echr.coe.int/documents/d/echr/convention_hrv.
- Graves, L., Bélaire-Gagnon, V. i Larsen, R. (2023). From Public Reason to Public Health: Professional Implications of the “Debunking Turn” in the Global Fact-Checking Field, *Journalism Studies*, 24(10): 1417–1436. doi:10.1080/1461670X.2023.2223118.
- Habermas, J., Lennox, S. i Lennox, F. (1974). The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964), *New German Critique*, 3(Autumn): 49-55. doi:10.2307/487737.
- International Panel on the Information Environment (2023). *Strategies for Improving the Global Information Environment: Results from a Systematic Review and Meta-Analysis. Summary for Policy Makers 2023.1*. Dostupno na: https://assets-global.website-files.com/643ecb10be528d2c1da863cb/6501cdoc24e19e6d68abc565_SFP2023.1.pdf.
- Kovach, B. i Rosenstiel, T. (2001). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press. Dostupno na: <https://www.tomrosenstiel.com/essential/the-elements-of-journalism/>

- Letinić, A., Horvat, M., Sesar, J. i Mrakovčić, M. (ur.) (2018). Čitajmo između redaka: Priručnik za razvoj medijske pismenosti. Zagreb: Gong i KURZIV. Dostupno na: <https://kulturpunkt.hr/wp-content/uploads/2012/09/2018-Citajmo-između-redaka-drugo-izdanje.pdf>.
- Ured zastupnika Republike Hrvatske pred ESLJP (2022). *Vodič kroz članak 10. Europske konvencije o ljudskim pravima: sloboda izražavanja*. Dostupno na: <https://sljeme.usud.hr/Usud/Praksaw.nsf/>.
- Uredba (EU) 2022/2065 Europskog parlamenta i Vijeća od 19. listopada 2022. o jedinstvenom tržištu digitalnih usluga i izmjeni Direktive 2000/31/EZ (Akt o digitalnim uslugama), SL L 277, 27.10.2022., str. 1–102. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R2065>
- Ustavni sud Republike Hrvatske (2023). Odluka U-III-2553/2023. Dostupno na: <https://sljeme.usud.hr/Usud/Praksaw.nsf/C12570D30061CE54C1258C980027217E/%24FILE/U-III-2553-2023.pdf>.
- Ustav Republike Hrvatske, NN 56/90, 135/97, 8/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10. Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2010_07_85_2422.html.
- Wardle, C. i Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Strasbourg: Vijeće Europe.
- Wiggin, E. (2022). A victory for public interest journalism. *Law Gazette*, 15. srpnja. Dostupno na: <https://www.lawgazette.co.uk/legal-updates/a-victory-for-public-interest-journalism/5113180.article>.
- Zakon o medijima, NN 59/04, 84/11, 81/13, 114/22. Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/38/zakon-o-medijima>.
- Zakon o pravu na pristup informacijama, NN 25/13, 85/15, 69/22. Dostupno na: <https://pristupinfo.hr/pravni-okvir/>.
- Zakon o provedbi Uredbe (EU) 2022/2065 Europskog parlamenta i Vijeća od 19. listopada 2022. o jedinstvenom tržištu digitalnih usluga i izmjeni Direktive 2000/31/EZ (Akt o digitalnim uslugama), NN 67/2025. Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2025_04_67_857.html.

Petar Vidov

O medijima,
fact-checkingu
i prebunkingu:
nova imena za
stare ideje

U svojoj goloj osnovi, dezinformacije su buka, šum u komunikacijskom kanalu. Maskiraju se kao informacije, često bivaju i prezentirane u formi novinarske vijesti. Međutim, ne samo da su lišene stvarne informacijske vrijednosti, već je njihova svrha upravo suprotna. Dezinformacije služe da u javni razgovor unesu nesporazume i neslaganja, da otežaju širenje informacija i posljedično postizanje društvenog konsenzusa oko tema dovoljno važnih da se oko njih u javnosti pokrene rasprava. Ponašaju se, dakle, upravo onako kako se buka ponaša u komunikacijskom kanalu; što je buka glasnija, komunikacija je teža. Što je šum izraženiji, informacije se kroz kanal teže prenose i smanjuje se šansa da će stići do primatelja u svom originalnom obliku.

U pitanju je robusno informacijsko oružje, koje se na opisani način koristi barem onoliko dugo koliko postoje masovni mediji, posrednici u prijenosu relevantnih informacija do široke publike. U ne tako davnoj prošlosti, komunikacijski kanal nije bilo jednostavno zaglušivati bukom. Prilikom za tako nešto imao je relativno mali broj ljudi; da bi osoba utjecala na sadržaj medija, dakle na informacije koje ulaze u komunikacijski kanal, bila je potrebna određena razina političke ili ekonomske moći. Sposobnost utjecaja zahtijevala je pristup uslugama ili novcu kojima se može trgovati te je stoga ostala privilegija malobrojnih. A onda je tehnološki napredak poremetio stare odnose moći, demokratiziravši pristup komunikacijskom kanalu.

Proces je trajao oko dva desetljeća. Počeo je komercijalizacijom interneta, nastavio se izumom pametnih telefona i usponom društvenih mreža (tj. društvenih medija) i doveo do skoro pa potpune globalne povezanosti. Danas na svijetu ima oko 5,7 milijardi internetskih korisnika i ta brojka ubrzano raste. Pitanje je vremena kad će svaka osoba na svijetu imati telefon s pristupom internetu. Na svakom od tih telefona nalaze se aplikacije koje svakom pojedinom korisniku otvaraju ulazna vrata najutjecajnijih globalnih kanala za razmjenu informacija.

Od demokratizacije kanala do bujanja dezinformacija

Neko vrijeme se činilo da će se time ostvariti vizija izvornog interneta: neograničen pristup informacijama i znanju, pravo svakog pojedinca da slobodno razmišlja i izrazi svoje mišljenje. U ne tako davnoj prošlosti, dok su društvene mreže i pametni telefoni još bile nove tehnologije, percepcija opće javnosti o ovim komunikacijskim novotarijama bila je skoro pa unisono pozitivna. Facebook i Twitter bili su poprište okupljanja i organiziranja progresivnih društvenih snaga, potakli su širenje tzv. "arapskog proljeća", niza masovnih prosvjeda na Bliskom istoku i sjeveru Afrike čiji su najistaknutiji akteri priželjkivali demokratizaciju, jednakost i građanska prava.

U godinama koje su uslijedile, pozlata se izlizala. Suvremene komunikacijske tehnologije pokazale su svijetu svoje naličje, razotkrivši se kao idealan alat za demagoge i populiste, prevarante i opsjenare, trolove i provokatore, informacijske i kulturne ratnike. Drugim riječima, za sve one koji od bombardiranja komunikacijskog kanala dezinformacijama i propagandom mogu izvući neku osobnu korist, bilo financijsku ili političku. Najbolje se to vidi u razdobljima izbornih procesa ili kriznih situacija (poput npr. elementarnih nepogoda ojačanih klimatskim promjenama ili tijekom pandemije covida-19), kada društveni mediji postaju preplavljeni dezinformacijama, od kojih neke mogu biti životno ugrožavajuće.

Do preokreta u percepciji i načinu korištenja suvremenih komunikacijskih tehnologija dovela je neobuzdana želja za profitom. Vlasnicima društvenih medija nije bila dovoljna pozornost koju su već imali; trebalo im je još. Još više korisnika njihovih usluga, još više pozornosti tih korisnika, još više vremena provedenog pred ekranom. Da bi to ostvarili, počeli su usvajati spoznaje znanstvenika koji izučavaju obrasce u ljudskim navikama i ponašanju, prvenstveno psihologa i sociologa.

Društveni mediji na razini programskog koda prilagođivani su da korisnike što dulje drže uz ekran. Sadržaj se pretao prikazivati kronološki, već se uz pomoć tada još primitivnog oblika tehnologije strojnog učenja (tzv. AI tehnologije) počeo raditi urednički probir, sa samo jednim ciljem: privući što više pažnje. Tako su rođeni *engagement based* algoritmi, optimizirani da korisnicima prikazuju sadržaj koji će ih natjerati na maksimalni mogući angažman, na lajkanje, komentiranje i dijeljenje. Vrlo brzo se pokazalo da do najvećeg angažmana dovodi najkontroverzniji sadržaj, priče koje polariziraju javnost, kod ljudi bude snažne emocije i potiču svađu. Najveći doseg donosi ono što stvara najviše buke. Bilo je to idealno okruženje za bujanje dezinformacija.

Mediji u slobodnom padu

U svom izvornom obliku, algoritmi društvenih mreža nisu se bavili uredničkim probirom i kuriranjem sadržaja. Korisnicima su objave prikazivane kronološki, onim redoslijedom kojim su objavljivane. Iz perspektive internetskih medija, bilo je to zlatno doba. Kroz Facebook i Twitter dobili su logistički nezahtjevne, iznimno učinkovite i praktički besplatne kanale za distribuciju svog sadržaja. Posrnuloj je medijskoj industriji takva tehnologija bila nasušno potrebna. Otprilike istovremeno svijet je potresla tzv. Velika recesija, financijska kriza koja je krenula iz Sjedinjenih Američkih Država i proširila se planetom. Mediji su bili među najvećim žrtvama te krize.

Oslonjeni prvenstveno na prihode od oglašavanja, gledali su kako im se budžeti prepolovljavaju. Novinari i drugi medijski radnici masovno su ostajali bez posla. Najteže su stradali najskuplji (dakle društveno najrelevantniji) oblici novinarstva, poput istraživačkog i reportažnog. Najgore su prošli mali, lokalni mediji; brojne su regije gubile svoje lokalne redakcije, ustrojene sa svrhom da društvenokorisnim informacijama servisiraju relativno mali prostor, odnosno broj stanovnika. Počele su se stvarati tzv. medijske pustinje, prostori bez

profesionalnih novinara na kojima važne informacije ostaju nezabilježene. Sjajan primjer ovog problema pronalazimo baš u Hrvatskoj; preostali lokalni mediji preživljavaju uglavnom zahvaljujući financijskoj milosti jedinica lokalne samouprave, ali zauzvrat plaćaju visoku cijenu. Pristali su postati informacijski servis političara koji ih financiraju.

Kriza je promijenila i samu prirodu novinarske profesije. Posao koji je nekad bio terenski, dakle spor i skup, počeo je postajati sve više uredski, brži i jeftiniji. Rezanje troškova uzrokovalo je pad kvalitete sadržaja, što je pak dovelo do urušavanja povjerenja u medije. Čitatelji, gledatelji i slušatelji u medijskom su prostoru sve rjeđe pronalazili informacije iz vlastitog okruženja, životno važne i uvjerljive, donesene s terena, oblikovane u razgovoru s pripadnicima zainteresirane javnosti. Izgubivši taj referentni okvir, građani su počeli gubiti povjerenje u medije. Mnogi su počeli izbjegavati vijesti.

U bijegu od konvencionalnih medija, počeli su se okretati onim društvenima. Facebook je 2007. godine, kad je počela financijska kriza, imao oko 50 milijuna korisnika. Par godina kasnije, kad se rasplamsalo "arapsko proljeće", bilo ih je oko 500 milijuna. Do 2012. godine, broj korisnika probio je milijardu. Danas Facebook ima više od tri milijarde korisnika. Ova promjena navika nije mogla proći neopaženo u oglašivačkoj industriji, glavnom izvoru prihoda konvencionalnih medija. Kako se pozornost javnosti preselila na društvene mreže, tako je u njihovom smjeru migrirao i novac za plasman reklama, dakle zaokupljanje i monetiziranje te pozornosti.

Vlasnici medija očekivali su da će se oglašavanje u nekom trenu dominantno preseliti na internet. Međutim, nadali su se da će od toga profitirati njihovi portali, njihova digitalna izdanja. Tehnološki napredak sasvim je obezvrijedio tu računicu. Glavninu globalnog prihoda od digitalnog oglašavanja danas prikupljaju dvije američke kompanije, a nijedna nije medijski izdavač. Na prvom mjestu je Alphabet, vlasnik

Googlea i YouTuba, s oko 200 milijardi dolara. Na drugom je Meta, u čijem vlasništvu su Facebook i Instagram, a prihodi od oglašivača iznose im oko 180 milijardi dolara. Svima ostalima ostaju mrvice.

Gledajući unatrag, sasvim je jasno da njihov dobitak u tržišnoj igri nulte sume predstavlja gubitak za konvencionalne medije. Samim je medijima dugo trebalo da to počnu prihvaćati. Svoje poslovanje uvelike su oslonili na društvene mreže, promatravši ih kao tehnologiju koja im omogućuje da do čitatelja dolaze brže, lakše i jeftinije. Algoritmima društvenih mreža prilagođavano je i uredničko oblikovanje sadržaja. Utrka za prikupljanjem klikova i angažmana na društvenim mrežama utjelovljena je u *clickbait* naslovima i senzacionalizmu, fokusiranju na kontroverze i prioritiziranju kolumnističkih mišljenja nad kvalitetno obrađenim informacijama od javnog interesa. Takvo je razmišljenje možda doprinijelo kratkoročnim materijalnim interesima vlasnika, ali dugoročno je dodatno doprinijelo padu povjerenja javnosti u medije. Kvaliteta informacija u javnom prostoru je opadala, a zajedno s njom i razina medijske pismenosti građana. Vrlo brzo se pokazalo da neinformirano građanstvo nije doraslo informiranoj javnoj raspravi te da taj demokratski deficit znatno otežava donošenje kvalitetnih zajedničkih odluka.

Flaster na otvorenoj rani

U takvim je okolnostima populariziran *fact-checking*, tj. provjeravanje činjenične točnosti tvrdnji u javnom prostoru, kao relativno nova novinarska forma. U boljim vremenima, kad su novinari i urednici imali znatno više novca tj. vremena za svoj rad, *fact-checking* se odvijao unutar redakcija, kao dio procesa redakture. No kako su redaktori i lektori često bili među prvim žrtvama kriznih “mjera štednje”, tako se pojavila potreba za drugačijim, vanjskim oblikom *fact-checkinga*. Izvorno su *fact-checking* mediji primarno provjeravali točnost tvrdnji koje u javnost iznose političari i konvencionalni mediji, da bi se kasnije u većoj mjeri preorijentirali na provje-

ravanje točnosti viralnog sadržaja distribuiranog putem društvenih mreža. Takav se rad kolokvijalno naziva *debunking*.

Pokazao se to kao vrlo težak posao. Za plasiranje dezinformacija putem društvenih mreža potrebno je vrlo malo vremena i truda. Prikupljanje činjenica kojima će se te dezinformacije razotkriti kao netočne znatno je dugotrajnije i mukotrpnije. Istina uglavnom kaska za lažima. Usprkos tom hendikepu, razna znanstvena istraživanja pokazuju da *fact-checking* ima društveno koristan učinak: može osjetno smanjiti vjerovanje u činjenično netočne tvrdnje te doprinijeti razvoju kritičkog mišljenja i medijskom opismenjavanju građana. Oduvijek je, međutim, bilo jasno da se radi tek o flasteru na otvorenoj rani, tj. da se problemi tzv. informacijskih poremećaja amplificiranih suvremenim kanalima digitalne komunikacije ne mogu rješavati univerzalnom panacejom. Dodatne intervencije potrebne su kroz obrazovanje, kojim se trebaju promicati kritičko mišljenje i medijsko opismenjavanje, a kao najnoviji alat za borbu protiv dezinformacija često se spominje i *prebunking*. Pojam je to pomalo maglovitog značenja, čiju djelotvornost najviše promiče Google.

Svrha *prebunkinga* je preduhitriti dezinformatore, tj. javnosti isporučiti kvalitetne informacije prije nego naiđu na nekvalitetne. U praksi to može značiti jednu od dvije stvari: 1) educiranje javnosti o tehnikama stvaranja i širenja uspješnih dezinformacija, ili 2) pravodobno prepoznavanje trenutka u kojem će javnost biti izložena obmanjujućim tumačenjima određenih događaja, dakle pričama odnosno narativima, te upozoravanje na manipulacije kakve se može očekivati od zainteresiranih aktera. U stvarnom svijetu, to bi značilo npr. prepoznavanje da će rusku invaziju na Ukrajinu pratiti narativ prema kojem se radi o opravdanoj intervenciji isprovociranoj pritiscima ideoloških protivnika sa Zapada, ili da će se izraelske ratne zločine nad palestinskim civilima opravdati terorističkim aktivnostima Hamasa, s ciljem da se javnost na neosnovanost takvih narativa upozori prije nego se ukorijene.

Baš kao i u slučaju *fact-checkinga* odnosno *debunkinga*, postoje različita istraživanja koja ilustriraju korisnost *prebunkinga*. Neka od tih istraživanja rađena su pod pokroviteljstvom Googlea, neka su provođena nezavisno od *big tech* kompanije koja je vodeći promotor *prebunkinga*. Logika iza teorije o korisnosti *prebunkinga* toliko je evidentna da ju je nemoguće osporiti: što su građani bolje informirani i educirani, to ih je teže obmanuti dezinformacijama te narativima koji se oko njih konstruiraju. Na istoj logici bila je utemeljena i ideja o profesionalnom novinarstvu kao nužnom faktoru za funkcioniranje demokratskih kolektiva. Ispada tako da je Google potvrdio nešto što je medijskim profesionalcima odavno jasno: demokratskim društvima potrebno je da kvalitetne informacije pravodobno dospjevaju u javni prostor. Potrebno im je da postoje novinari koji imaju dovoljno vremena za kvalitetno prikupljanje i obradu informacija te mediji koji su taj rad sposobni platiti. Dakle, da se vrate upravo ona radna mjesta koja su morala nestati kako bi se *big tech* mogao basnoslovno obogatiti.

Dario Pavičić
Dezinformacije
u doba umjetne
inteligencije

U dinamičnoj, razgranatoj i informacijama zasićenoj digitalnoj sferi, problem prisutnosti i širenja dezinformacija već dugo privlači javni interes, a kampanje i inicijative za provjeru vjerodostojnosti informacija i njihovih izvora afirmirane su i kroz EU zakonodavstvo. Još 2018. Europska komisija izdala je Kodeks dobre prakse u suzbijanju dezinformacija, a Aktom o digitalnim uslugama iz 2022. uveden je niz strožih obveza za velike internetske platforme.

U Hrvatskoj je 2024. godine Agencija za elektroničke medije pokrenula platformu *Točno tako*, koja prikuplja informacije s raznih portala koji se bave provjerom vjerodostojnosti informacija, odnosno *fact-checkingom*. Ipak, teško se oteti dojmu da se kontaminacija interneta obmanjujućim sadržajem nesmetano nastavlja, i to još brže nego prije.

Alati obmane

Novi alati generativne umjetne inteligencije (UI), čijem pojačanom razvoju svjedočimo još od kraja 2022., uz sve potencijalne benefite koje donose, proširili su spektar zamislivog u domeni dezinformiranja. *Deepfake* slika i video već su neko vrijeme dio digitalne svakodnevice, a botovi vođeni umjetnom inteligencijom preplavili su društvene mreže. Upravo zato rasprava o statusu *fact-checkinga* u novinarstvu danas neminovno uključuje i pitanje generativne umjetne inteligencije te njezine uloge u širenju, a potencijalno i suzbijanju dezinformacija.

Kako sve više dezinformacijskih kampanja koristi alate umjetne inteligencije, pritisak na fact-checkere kontinuirano raste. U Carnegiejevom preglednom *policy* dokumentu o dezinformacijama (Bateman i Jackson, 2024.) ističe se kako lakoća upotrebe tih alata omogućuje brzo generiranje dezinformacija, koje od kreatora više ne iziskuje uvjerljivost, sposobnost produkcije i uređivanja sadržaja pa ni vrijeme koje je ranije ipak bilo potrebno kako bi se dezinformacija uspješno plasirala.

Doduše, unatoč tome što alati UI za generiranje slika ili zvuka iznimno pojednostavljaju produkciju obmanjujućeg sadržaja, odnosno *deepfakeova*, u spomenutom dokumentu pokazalo se da je moć fabriciranja i obmane u političkoj sferi ograničena, bez obzira na razinu realističnosti obmanjujućeg sadržaja. Točnije, oni koji smjeraju obmanjivanju pomoću alata UI za generiranje slika i videa rijetko će se odlučiti za plasman potpuno izmišljene vijesti. Nasuprot tome, puno češće vidimo određena iskrivljenja u smjeru preuveličavanja stvarnih vijesti i događaja.

Odnedavno možemo vidjeti da su alati UI sve popularniji i u sferi visoke politike. Ipak, tamo se više koriste za druge oblike propagande, koji ne smjeraju na obmanjivanje, nego na efektniji plasman političkih poruka. U tom pogledu posebno su aktivni aktualni predsjednik SAD-a Donald Trump, ali i službeni profil Bijele kuće na platformi X.¹

Povrh toga, s porastom uporabe generativne umjetne inteligencije sve se više povećava i broj *botova* na društvenim mrežama. Nekad smatrana teorijom zavjere, tzv. *dead internet theory*, prema kojoj većinu interneta danas čine aktivnosti i interakcije *botova*, danas ima sve veće uporište u realnosti. Međusobne interakcije dvaju neživih *botova* ponekad mogu rezultirati autoreplikacijom, odnosno kružnim ponavljanjem iste interakcije, čemu na kraj može stati samo ljudska intervencija (Stenzel et al., 2024).

Ljudskom se intervencijom, uostalom, botovi i stvaraju, a njihova jednostavna i masovna uporaba dodatno olakšava tzv. *astroturfing* – *botovima* potpomognutu lažnu predstavu o masovnoj javnoj podršci nekoj inicijativi ili organizaciji koja je, zapravo, izdašno sponzorirana prikrivenim političkim ili tržišnim interesima (Guggenberger i Salib, 2023).

¹ Vidi npr. izvještaj o Trumpovoj objavi AI-generiranog videa o Gazi kao političkoj satiri: <https://www.theguardian.com/technology/2025/mar/06/trump-gaza-ai-video-intended-as-political-satire-says-creator>; vidi i primjer AI *memea* objavljenog na Trumpovom Truth Social profilu: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/trump-king-ai-meme-truth-social-b2716666.html>

Od sabotaze do halucinacije

Drugi izazov za *fact-checkere* predstavljaju i određene manjkavosti samih alata UI – neki od njih su pokazuju sklonost generiranju pogrešnih odgovora i čestom oslanjanju na neproverene ili nepostojeće izvore – tzv. halucinacije umjetne inteligencije (Sun et al., 2024). Raširenost i količina netočnih i apsurdnih odgovora, čudnih, nadrealnih slika i videa, sumnjivo generične glazbe – sve to osigurava da se alati UI nastavljaju “učiti”, između ostalog, i na tim sadržajima, čime se cijeli proces autosabotira i UI na kraju počinje “jesti samu sebe” (Rao, 2023).

Takav razvoj situacije mogao bi rezultirati internetom koji postaje sve manje pouzdan i upotrebljiv, u kojemu je sve teže razlikovati vjerodostojne informacije od besmislenih ili umjetno generiranih sadržaja. Ako se takav trend nastavi, njegovi raniji problemi, poput komercijalizacije, senzacionalizma, političke polarizacije i *old school* dezinformiranja mogli bi iz takve budućnosti u retrospektivi djelovati kao obične fusnote.

Otvorenih pitanja je mnogo, a implikacija nove tehnologije je još više, i one daleko nadilazi pitanje informiranja, iako je mnogo toga zapravo tematski povezano. Jedna stvar je jasna: novo poglavlje u kratkoj, ali intenzivnoj povijesti parasocijalnih odnosa već je započelo: Mark Zuckerberg kaže kako će Meta AI sa svojim *chatbot* alatom, surogatom pravog, živog sugovornika, adresirati problem rastuće usamljenosti.²

Osim *botova* “prijatelja”, nude se i *botovi* koji će sastaviti ili sažeti poruke koje šaljemo, odnosno primamo od drugih ljudi kroz *chat*,³ što u suštini znači uvođenje posrednika u

2 Marcus, J. (2025). Mark Zuckerberg says don't worry about loneliness epidemic because he can just recreate all your friends in AI. *The Independent*, 2. svibnja 2025. Dostupno na: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/zuckerberg-ai-loneliness-chatbot-llama-b2743409.html>

3 Matei, A. (2025). Would you let ChatGPT choose your words for you? *The Guardian*, 30. lipnja 2025. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/wellness/ng-interactive/2025/jun/30/ai-chatgpt-personal-messages>

privatnu komunikaciji koja tako gubi na ljudskosti i autentičnosti, dodatno udaljavajući već izolirane pojedince. Osim što potencijalno ugrožava privatnost i stvara ovisnost, ova kvo posredovanje fragmentira i rastače društveno tkivo koje je već prilično načeto redukcijom pozornosti i koncentracije, ekonomijom nadzora i rastom kulture slike i generične reakcije nauštrb pisane riječi, izražavanja i argumentacije.

Brzinu diskursa koja se odvija na novim digitalnim platformama Kyla Scanlon (2025) smatra uzrokom nestanka prostora za diskusiju; struktura naprosto sve manje podržava duže i složenije oblike reakcije.

S određenom dozom sigurnosti može se reći da *fact-checkeri* i ostali koji rade na suzbijanju informacijskih poremećaja i unaprjeđenju (ili očuvanju) medijske pismenosti zadnjih godina sve više plivaju protiv struje, svoj institucionalnoj pomoći i afirmaciji unatoč. Posla je sve više, a kako je tvrdnje teže demantirati nego iznijeti, svaka pojedina provjera iziskuje komparativno puno vremena, znanja i resursa.

Ipak, kako u svom istraživanju ističu Pilati i Venturini (2025), praksa u nizu organizacija svjedoči kako, ukoliko ih se koristi na odgovoran i usmjeren način, neki alati UI mogu i pomoći u borbi protiv dezinformacija. Nastavno na to autori spominju i kako Meta i Google već dugo koriste UI za prepoznavanje obmanjujućeg i ilegalnog sadržaja, dok su neke *fact-checking* inicijative, kao što su *Full Fact* i *NewsGuard*, razvile alate koji prepoznaju obmanjujuće narative.

Iako je niz mehaničkih aspekata u poslu provjere informacija danas moguće prenijeti umjetnoj inteligenciji, što doprinosi brzini i pojednostavljuje postupak, u raspravi se navodi i da taj pristup nosi određene rizike, primarno zbog mogućih pristranosti alata, ali i potencijalnog hakiranja, odnosno manipulacije sustava.

Reference:

- Bateman, J. i Jackson, D. (2024). *Countering Disinformation Effectively: An Evidence-Based Policy Guide*. Washington, DC: Carnegie Endowment for International Peace. Dostupno na: <https://carnegieendowment.org/research/2024/01/countering-disinformation-effectively-an-evidence-based-policy-guide?lang=en>
- Guggenberger, N. i Salib, P.N. (2023). From Fake News to Fake Views: New Challenges Posed by ChatGPT-Like AI. *Lawfare*. Dostupno na: <https://www.lawfaremedia.org/article/fake-news-fake-views-new-challenges-posed-chatgpt-ai>
- Mahari, R. i Pataranutaporn, P. (2024). We need to prepare for addictive intelligence. *MIT Technology Review*. Dostupno na: <https://www.technologyreview.com/2024/08/05/1095600/we-need-to-prepare-for-addictive-intelligence/>
- Pilati, F. i Venturini, T. (2025). The use of artificial intelligence in counter-disinformation: a world wide (web) mapping. *Frontiers in Political Science*, 7. Dostupno na: <https://doi.org/10.3389/fpos.2025.1517726>
- Rao, R. (2023). AI-Generated Data Can Poison Future AI Models. *Scientific American*. Dostupno na: <https://web.archive.org/web/20250130113001/https://www.scientificamerican.com/article/ai-generated-data-can-poison-future-ai-models/>
- Scanlon, K. (2025). *The Parallel Economy and the New Rules of American Power*. Substack. Dostupno na: <https://kyla.substack.com/p/the-parallel-economy-and-the-new>
- Stenzel, G., Zorn, M., Altmann, P., Mansky, M.B., Kölle, M. i Gabor, T. (2024). *Self-Replicating Prompts for Large Language Models: Towards Artificial Culture*. In: *Proceedings of the Artificial Life Conference 2024*. 9 pp. Dostupno na: https://doi.org/10.1162/isal_a_00813
- Sun, Y., Sheng, D., Zhou, Z., et al. (2024). AI hallucination: towards a comprehensive classification of distorted information in artificial intelligence-generated content. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 1278. Dostupno na: <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03811-x>

Jelena Prtorić

Pazi što

analiziraš: gdje
se susreću *data*
novinarstvo i
fact-checking?

Godine 2016. mediji diljem svijeta prenijeli su zaključke istraživanja *Panama Papers* koje je otkrilo kako je panamska pravna tvrtka Mossack Fonseca pomogla klijentima, među kojima je bilo i 140 političara iz 50 zemalja, otvoriti račune u *offshore* oazama kako bi izbjegli plaćanje poreza.¹ Istraživanje se temeljilo na više od 11,5 milijuna financijskih i pravnih dokumenata koje je anonimni zviždač inicijalno dostavio novinaru njemačkog *Süddeutsche Zeitung*a, nakon čega je Međunarodni konzorcij istraživačkih novinara (ICIJ) koordinirao globalnu analizu podataka i istraživanje.

Ovo nije bilo ni prvo ni zadnje međunarodno istraživanje o poreznim oazama – isti je ICIJ 2013. objavio *Offshore Leaks*, 2017. *Paradise Papers*, a 2021. *Pandora Papers*, sve na temu funkcioniranja poreznih oaza i bilijuna koje bogate elite u njima skrivaju.² Međutim, malo se istraživanja može pohvaliti time da su poslužila kao predložak za film – u ovom slučaju za Netflixovu produkciju *The Laundromat* (2019.), u kojem nas Meryl Streep upozorava na problem utaje poreza – a u isto vrijeme popularizirali potencijal *data* novinarstva u obradi i analizi velikih količina podataka.

Analiza podataka uz pomoć računala nije novost. Već je 1967. američki novinar Philip Meyer upotrijebio znanje računarstva u pokrivanju rasnih nereda u Detroitu za *Detroit Free Press*.³ Kasnih osamdesetih govorilo se o “istraživanjima potpomognutim računalom” (*computer assisted reporting*), a razvojem računala termin se uvriježio, proširio i naposljetku transformirao u *data* novinarstvo (*data journalism*).

Data novinarstvo je, laički rečeno, metoda analiziranja podataka uz pomoć računala tj. alata koji variraju od Excela,

- 1 Vidi: Međunarodni konzorcij istraživačkih novinara (ICIJ), *Panama Papers*. Dostupno na: <https://www.icij.org/investigations/panama-papers/>
- 2 Za srodne projekte vidi: <https://offshoreleaks.icij.org/>
- 3 *Philip Meyer, NF '67, Nieman Reports*. Dostupno na: <https://niemanreports.org/philip-meyer-nf-67/>

programskih jezika za analizu podataka (Python, R, JavaScript) do velikih jezičnih modela (*Large language models* ili *LLMs*). Iako mnogima na spomen termina *data* na pamet možda padaju *Excel* tablice i kodiranje (a na oči mrak!), podaci mogu doći i u obliku teksta ili fotografije; iz službenih izvora, kao što su katastar, statističkih baza ili sudski registri, ili pak s društvenih mreža.

Za *data* novinarstvo moglo bi se reći da je prije svega oruđe, te nije i ne bi trebalo biti samo sebi cilj. Može nam pomoći pronaći trag koji će nas dovesti do istraživačke priče – analizom tendera možemo otkriti tvrtke koje konstantno dobivaju velike, unosne poslove iako imaju tek nekoliko zaposlenika – ili obogatiti već postojeću priču. Primjerice, ako radimo na priči o rastu cijena stanova, povijesni podaci nam mogu pomoći da analiziramo i vizualiziramo trend rasta cijene u proteklih deset godina.

I dok samo *data* novinarstvo nema nužno izravnu poveznicu s *fact-checkingom*, računalna analiza velike količine podataka i njezina automatizacija itekako mogu ubrzati i/ili ojačati proces *fact-checkinga*. Istodobno, principi provjere podataka koje *fact-checking* novinari upotrebljavaju, korisni su za provjeru osnove svake *data* priče – baze podataka.

Traženje veza: gdje računalo pomaže

U procesu *fact-checkinga*, ako primjerice analiziramo autentičnost fotografije, provjerit ćemo njezine metapodatke tj. informacije o tome kada je, gdje i čime snimljena. Ako želimo utvrditi vremenske okolnosti u kojima se neki događaj zbio, posegnut ćemo za arhivima lokalnih meteoroloških izvještaja. Ako pak želimo utvrditi postojanje divljih odlagališta otpada u nekoj regiji, koristit ćemo satelitske snimke. Tehnike *data* novinarstva omogućuju nam da mnoštvo takvih i sličnih informacija prikupimo, sistematiziramo i analiziramo u kratkom vremenu.

Kako bi provjerila točnost izjava političara o gospodarskom rastu, rastu imigracije ili stopama kriminala, *fact-*

-*checkerica* sa znanjem *data* analize i pristupom relevantnim bazama podataka može relativno brzo i lako pronaći relevantne brojke i provjeriti točnost same tvrdnje, ali i staviti te brojke u kontekst i objasniti trendove. Također, iako je sveprisutnost umjetne inteligencije u mnogim aspektima otežala život *fact-checkera* koji se bore s poplavom *deep-fakeova*, generiranih fotografija i “halucinacija” ChatGPT-jeva i inih neuronskih mreža, razvoj AI-a donio je i neke nove alate za *fact-checkere* te dodatno olakšao pronalazak obrazaca i anomalija u velikim bazama podataka.

Uzmimo za primjer gorespomenuti *fact-checking* političkih izjava. Veliki jezični modeli mogli bi nam pomoći usporediti izjave s predizbornim programima kandidatove stranke ili s drugim bazama podataka – primjerice, provjeriti slaže li se izjava o funkcioniranju zdravstvenog sustava s nalazima relevantnih znanstvenih istraživanja.

U istraživanju Europskog novinarskog centra (EJC) o stanju *data* novinarstva objavljenom 2023. godine, čak je 45 % novinara (od 1800 ispitanika) izjavilo da umjetnu inteligenciju koristi za pretraživanje velikih baza podataka, pronalaznje obrazaca ili izdvajanje relevantnih informacija.⁴ Dvanaest posto sudionika umjetnu inteligenciju koristilo je za *fact-checking* i verifikaciju sadržaja. Neki su ispitanici pritom istaknuli kako AI *fact-checking* alati često nisu *open source* (softveri otvorenog koda), te nose troškove pretplate ili licence. Osim cjenovne barijere, veliki jezični modeli imaju i manu da često “haluciniraju” pa njihove analize nije preporučljivo uzimati zdravo za gotovo.

“Kako ne pogriješiti?”

Međutim, greške se mogu nalaziti i u samoj bazi podataka ili misaonom procesu koji nas vodi u njihovoj analizi.

U članku *How not to be wrong* objavljenom na portalu Globalne mreže za istraživačko novinarstvo (GIJN), *data* novinarka Winny de Jong upozorava da se u pričama koje se te-

4 Vidi EJC, *State of Data Journalism* 2023.

melje na podacima (*data-driven stories*) treba posebno paziti na to da dobiveni rezultati ne samo imaju smisla nego i da su potpuno točni. Naime, činjenica da radimo s brojkama može nas (krivo) navesti na zaključak da je naša hipoteza ispravna ako su brojevi kojima se bavimo točni.⁵

Autorica napominje da iako naš rezultat može biti matematički točan, možemo pogriješiti u tumačenju konteksta. Ako uzorak koji analiziramo nije dovoljno velik ili nam kontekst nije dovoljno dobro poznat, zaključci mogu biti pogrešni. De Jong navodi nekoliko principa koje je potrebno imati na umu kako bismo izbjegli greške. Prije sveta, važno je izbjegavati selektivni odabir (*cherry picking*) vremenskog perioda na koje se analiza odnosi, kako bismo bili sigurni da je trend koji promatramo doista dugotrajan. Također, iako neki trend prilikom analize izgleda statistički značajno, to ne znači da se iza njega nužno krije priča. Primjerice, ako podaci pokažu nagli porast presuda za silovanje u određenoj godini, to ne mora upućivati na stvarno povećanje u odnosu na prethodnu godinu, već može biti posljedica promjene kaznenog zakona kojom je proširena definicija tog kaznenog djela.

Vodič za *fact-checkere* projekta *The Truth in Journalism* podsjeća *fact-checkere* koji se koriste podacima nečijeg istraživanja da se uvijek trebaju zapitati koja je metodologija korištena u analizi podataka (kako su podaci analizirani i interpretirani) te, ako koriste podatke iz drugog novinarskog teksta, kroz kakvu su prizmu ti podaci prikazani.⁶ Slična pravila vrijede i za analizu baza podataka koje koristimo u *data* novinarstvu. Novinari se trebaju zapitati što podaci u bazi predstavljaju (na koji se period odnose, radi li se o ograničenom uzorku, koje su bitne kategorije podatka zastupljene i slično) te na koji ih se način prikuplja (tko ih prikuplja, koliko se često ažuriraju itd.)

U priručniku o *data* novinarstvu, Giannina Segnini, *data* novinarka i profesorica na Sveučilištu Columbia, ističe da ba-

5 Vidi de Jong (2017).

6 Vidi Baker i Fairbank (n.d.).

ze podataka kompiliraju i održavaju ljudi prema ljudskim – *ergo*, pogrešivim – kriterijima.⁷ Budući da podaci trebaju odgovarati određenim fizičkim realnostima, tek će nas daljnja provjera i istraživanje dovesti do zaključka odgovaraju li oni stvarnoj situaciji na terenu.

Autorica savjetuje novinarima “da sumnjaju u sve i svakoga”, pa čak i u službene baze podataka koji se inače smatraju “sigurnima”, poput onih Svjetske banke. Je li baza podataka potpuna? Sadrži li dvostruke zapise? Je li točna i podudara li se s drugim izvorima koje možemo provjeriti? Znamo li na što se točno podaci u bazi odnose?

Čak i ako su podaci pouzdani, nakon prve analize, Segnini savjetuje odlazak na teren. “Čak ni najbolja analiza podataka ne može zamijeniti izvještavanje s terena i terensku verifikaciju”, zaključuje.

7 Vidi Silverman (ur., 2014).

Reference:

- de Jong, W. (2017). *How Not To Be Wrong*. Global Investigative Journalism Network. Dostupno na: <https://gijn.org/stories/how-not-to-be-wrong/>.
- European Journalism Centre (2023). *State of Data Journalism 2023 results: AI and OSINT*. Dostupno na: <https://ejc.net/state-of-data-journalism-survey-2023/ai-and-osint>.
- Silverman, C. (ur.) (2014). *Verification Handbook for Investigative Reporting*. Maastricht: European Journalism Centre. Dostupno na: <https://verificationhandbook.com/book2/>.
- The Truth in Journalism Project (n.d.). *The Truth in Journalism Fact-Checking Guide*. Carleton University: Future of Journalism Initiative. Dostupno na: <https://thetijproject.ca/guide/introduction/>

Lara Marković
Fact-checking
kao etička
praksa

U svijetu u kojem informacije neprestano kruže i u kojem su nam goleme količine podataka u svakom trenutku nadohvat ruke, važno je ne samo doći do činjenica, nego i razumjeti kako im pristupamo. Način na koji odlučujemo što je relevantno, pouzdano i istinito oblikuje ne samo pojedinačne priče, nego i širi okvir povjerenja u javnom prostoru. Upravo su zato metodologija i etika provjere podataka važan oslonac odgovornog novinarstva.

Jedan od pokušaja da se ta pitanja sustavno razmotre nudi vodič *The Truth in Journalism Fact-Checking Guide*, nastao na temelju višegodišnjeg istraživanja i prakse *fact-checking* urednika i urednica u sjevernoameričkim redakcijama. Autorice Allison Baker i Viviane Fairbank polaze od ideje da se točnost i cjelovitost izvještavanja ne može svesti na puku tehničku provjeru, nego podrazumijeva i etičku odgovornost prema izvorima i zajednicama o kojima se izvještava. Vodič nudi pregled temeljnih principa i postupaka *fact-checkinga*, ali i razmatra izazove koji se javljaju kada priče uključuju traumatična iskustva, pitanja identiteta ili odnose moći.

U svojim analizama Baker i Fairbank podsjećaju na razdoblje u kojem su magazini poput *Timea* ili *The New Yorkera* imali cijele odjele posvećene provjeri činjenica. Iako se takva praksa s vremenom prorijedila pod pritiskom rezova u redakcijama, zahtjeva za sve bržom proizvodnjom vijesti i prelaska na fleksibilnije, a često i površnije modele rada, ona pokazuje kako je *fact-checking* u izvornom smislu bio zamišljen kao sastavni dio uredničkog procesa. Nasuprot tome, današnje razumijevanje tog pojma najčešće se povezuje s provjerom političkih izjava i viralnih tvrdnji – praksom koja ima važnu *watchdog* funkciju, ali se primarno bavi provjerom tvrdnji nakon što su one već ušle u javni prostor. Upravo zato autorice vodiča naglašavaju važnost povratka uredničkoj provjeri činjenica, jer ona osigurava da se standardi vjerodostojnosti primjenjuju i na same medije, a ne samo na aktere o kojima izvještavaju.

U idealnim uvjetima, provjera uključuje detaljnu dokumentaciju svakog izvora, ponovno kontaktiranje sugovornika, pregled svih navedenih dokumenata i njihovu širu kontekstualizaciju. Iako današnji mediji rijetko raspolažu resursima za takvu temeljitost, autorice naglašavaju da je važno zadržati barem metodološki okvir i vrijednosti na kojima ona počiva. One se svode na tri temeljna načela – točnost, transparentnost i integritet. Točnost znači da svaka tvrdnja mora biti potkrijepljena, čak i ako djeluje banalno ili samorazumljivo. Transparentnost podrazumijeva otvorenost u vezi s metodama i ograničenjima novinarskog rada, kako prema kolegama tako i prema čitateljima i samim izvorima. Integritet pak uključuje poštovanje prema svim sudionicima priče i svijest o širem društvenom kontekstu u kojem novinarstvo djeluje.

Provjera činjenica i osobna iskustva

Jedno od najosjetljivijih područja provjere činjenica odnosi se na osobna iskustva. Ako se provode mehanički, tradicionalne metode provjere mogu zvučati kao osporavanje tuđe stvarnosti i dovesti do dodatne stigmatizacije ili sekundarne viktimizacije. No, kada se rade pažljivo, mogu se čitati kao znak poštovanja: potvrda da se nečija priča shvaća ozbiljno i da je vrijedna jednako rigorozne pažnje kao i bilo koji drugi izvor informacija. Ključ je u razlikovanju onog što autorice nazivaju unutarnjim i vanjskim činjenicama. Unutarnje činjenice, poput osjećaja i doživljaja, uvijek se provjeravaju u dijalogu s osobom koja ih iznosi. Vanjske činjenice, primjerice događaji, izjave ili postupci drugih aktera, zahtijevaju dodatne izvore kako bi se izbjegla pogrešna tumačenja. Na taj se način održava jednaka razina odgovornosti prema svakoj objavljenom tvrdnji, bez obzira na njezino podrijetlo.

Autorice vodiča naglašavaju da pitanje nije *treba li* provjeravati osobna iskustva, nego *kako* to učiniti. Provjera u tom smislu mora biti suradnički proces, a ne ispitivanje. Kada nije moguće utvrditi jedinu “istinu”, dovoljno je procijeniti

vjerodostojnost i dosljednost iskaza, a svaka činjenica koja uključuje više osoba treba biti potvrđena i s njima, u skladu s načelom da svatko ima autoritet nad vlastitim iskustvom.

Takav pristup zahtijeva razumijevanje različitih perspektiva i priznavanje da se ljudi mogu sjećati ili tumačiti iste događaje na različite načine. Umjesto da umanjuje vjerodostojnost priče, pažljivo bilježenje tih razlika može pridonijeti njezinoj slojevitosti i realističnosti. U konačnici, provjera osobnog iskustva štiti same izvore: osigurava da se njihova svjedočanstva prenesu odgovorno, bez dodatne štete, a čitateljima pruža potpuniju i vjerodostojniju sliku stvarnosti.

Posebnu pažnju zahtijevaju priče koje uključuju iskustva traume. U takvim slučajevima provjera činjenica ne smije dovesti do retraumatizacije. Umjesto da se od izvora traži ponavljanje teških iskustava ili pružanje dokaza na način koji može biti invazivan, naglasak je na pažljivom i obzirnom razgovoru.

Pristup koji vodič naziva *trauma-informed* temelji se na razumijevanju da provjera nije neutralan čin, već proces koji može snažno utjecati na osobu. Zato je važno jasno objasniti svrhu provjere, dogovoriti način komunikacije i dati izvorima mogućnost da sami odrede granice razgovora. Takav pristup smanjuje rizik od nanošenja štete i pokazuje da novinarstvo može biti i prostor podrške i osnaživanja.

Osnovni cilj na koncu ostaje isti: potvrditi da je priča vjerodostojno predstavljena, no to se može postići i suradnjom i empatijom, a ne samo strogo birokratskim inzistiranjem na dokazima. Umjesto traženja apsolutne "istine", važno je uskladiti različite fragmente iskustva i konteksta u cjelinu koja je istinita i ujedno osjetljiva na ranjivost onih koji su je odlučili podijeliti.

Provjera činjenica i odnosi moći

Provjera činjenica nikad se ne odvija u vakuumu – kao i svaka druga ljudska aktivnost, oblikuju je odnosi moći, bilo da se radi o odnosu između različitih izvora, između *fact-checkera* i

pojedinačnog izvora ili pak čitavih zajednica. Načelo odnosa moći (*Power Principle*) na koje se pozivaju autorice podsjeća da provjera činjenica može biti i način vraćanja moći onima čije su priče često istrgnute iz konteksta ili predstavljene bez uvažavanja njihove perspektive. Kada se provodi kao suradnički proces, provjera činjenica otvara prostor za više transparentnosti i poštovanja, a ne antagonističko ispitivanje u kojem se od izvora očekuje da “dokazuje svoju istinu”. Zanimarivanje tih dimenzija, naprotiv, prijeti ponavljanjem postojećih nepravdi i produblivanjem nepovjerenja prema medijima.

Istodobno, važno je osvijestiti i asimetrije unutar medijskih kuća. U redakcijama koje imaju posebne jedinice za provjeru činjenica, *fact-checkeri* su često potplaćeni ili isključeni iz uredničkih odluka, iako upravo njihov rad uvelike određuje vjerodostojnost medija. Time se stvara paradoks u kojem se očekuju visoki standardi, ali se rijetko osiguravaju uvjeti za njihovu dosljednu primjenu.

U konačnici, ključno je pitanje kome proces provjere služi i na koji način uravnotežuje odnose moći. Kada štiti vjerodostojnost medija i osigurava da se glasovi izvora prenesu točno i pravedno, *fact-checking* nadilazi tehničku proceduru te postaje praksa koja povezuje profesionalne standarde s društvenom odgovornošću. Upravo ta perspektiva predstavlja osnovnu nit vodilju ovog priručnika.

Naravno, u praksi postoje ograničenja – rijetko koja redakcija si može priuštiti dugotrajan i zahtjevan proces kao što je sustavna urednička provjera činjenica. No upravo zato autorice naglašavaju važnost načina razmišljanja koji se može primijeniti i izvan specijaliziranih *fact-checking* jedinica. Suradnja između različitih dionika, uz jasno razumijevanje njihovih uloga i odgovornosti, preduvjet je da novinarstvo bude utemeljeno u integritetu i javnom interesu. Vrijednost vodiča leži u tome što načela ne ostavlja na apstraktnoj razini, nego ih prevodi u konkretne metodološke smjernice i praktične savjete. Time pokazuje da *fact-checking* može biti

više od tehničkog postupka: alat za izgradnju povjerenja, etičke odgovornosti i pravednijeg predstavljanja stvarnosti.

Tijana

Cvjetićanin

Fact-checking i

rodno

zasnovane

dezinformacije

Fact-checking (provera ili utvrđivanje činjenica) je poseban “žanr” novinarstva fokusiran na proveru tačnosti tvrdnji iznesenih u javnom prostoru.¹ Intenzivno se razvijao u protekloj deceniji sa porastom svesti o problemu informacijskih poremećaja, prisutnih naročito u *online* prostoru. Značajan faktor u tom razvoju bilo je i umrežavanje *fact-checking* inicijativa, prvenstveno kroz Međunarodnu mrežu za proveru činjenica (International Fact-Checking Network – IFCN) koju je 2015. godine osnovao Poynter Institute (SAD), a zatim i kroz regionalne mreže, formirane većinom nakon izbijanja pandemije Covid-19, događaja bez presedana u pogledu obima i intenziteta širenja dezinformacija.² Osim kroz saradnju, podršku i razmenu iskustava, mreže su značajno oblikovale ovaj “pokret” i kreiranjem kodeksa profesionalnih standarda. IFCN-ov *Code of Principles* (2016) i EFCSN-ov *Code of Standards* (2022) definisali su precizne kriterije za utvrđivanje transparentnosti, nepristrasnosti i kvaliteta rada *fact-checking* inicijativa. Njihove potpisnice prolaze detaljnu godišnju (IFCN) ili dvogodišnju (EFCSN) evaluaciju kojom se proverava da li se pridržavaju ovih standarda.³

Iako *fact-checking* redakcije imaju zajedničke standarde kada su u pitanju tačnost, ponovljivost rezultata istraživanja, korišćenje izvora, politike ispravki i slično, njihove metodologije i prioriteta su različiti i definisani specifičnim okolnostima svake od njih. Neke *fact-checking* inicijative se bave samo izjavama političara/ki, neke “viralnim” sadržajima, dok su neke specijalizovane za proveru tvrdnji iz određenih oblasti, najčešće nauke i medicine.⁴

- 1 Za razliku od provere pre objavljivanja, koja predstavlja standardnu novinarsku dobru praksu.
- 2 Neke od značajnih regionalnih mreža su: LatamChequea u Latinskoj Americi; Arab Fact-checkers Network (AFCN) (2020), SEE Check (2020); European Fact-Checking Standards Network (EFCSN) (2022).
- 3 Više u izveštaju *State of Disinformation in the SEE Region* (SEE Check, 2024, str. 33).
- 4 Lucas Graves, akademski istraživač i hroničar razvoja *fact-checking*

Feministički pristupi *fact-checkingu*

U širokom spektru *fact-checking* inicijativa malo je onih sa feminističkim predznakom. Jedan od retkih primera bio je FemFacts, kratkotrajan eksperimentalni program pokrenut 2018. na platformi NewsMavens, koji je prestao sa radom već 2019. godine.⁵ Na FemFacts je objavljeno 90 analiza rodno zasnovanih dezinformacija koje su targetirale žene i seksualne/rodne manjine, poteklih iz 24 evropske države.

Iako su specijalizovani projekti ove vrste malobrojni,⁶ *fact-checking* “zajednica” sve više prepoznaje rodno i identitetarno zasnovane dezinformacije (RID) kao posebnu kategoriju informacijskih poremećaja sa štetnim posledicama ne samo po targetirane grupe, već i po društvo u celini.

U zemljama regije poslednjih godina objavljeno je više analiza koje se bave rodnim dezinformacijama. Među prvima je izveštaj *Preko margine: Dezinformacije o marginaliziranim grupama u bh. medijima* (2020), nastao analizom materijala bosanskohercegovačke *fact-checking* platforme Raskrinkavanje. Četiri godine kasnije, analize ove platforme poslužile su kao osnova i za pregled *Rodno i identitetarno zasnovane dezinformacije u Bosni i Hercegovini* (2024).⁷

U Srbiji, Novosadska novinarska škola (NNŠ) objavila je izveštaj *Rodne dezinformacije: koncept i preporuke* (2024) na

“pokreta”, izdvaja tri međusobno povezana “centra gravitacije” u razvoju *fact-checkinga*: novinarstvo, civilno društvo i akademske institucije (citirano prema diskusiji na panelu *Fact-checking: dead or alive?*, Međunarodni festival novinarstva, april 2024. Dostupno na: <https://www.journalismfestival.com/programme/2025/fact-checking-dead-or-alive>).

- 5 NewsMavens (2017-2019) je bio projekat poljske Gazete Wyborcze koji je, pod sloganom “žene biraju vesti”, prenosio vesti koje su birale urednice i novinarkе iz raznih evropskih država.
- 6 Među njima su Maldito Feminismo (2019) sekcija na španskom *fact-checking* sajtu Maldita, te GenderFacts (2024), rubrika hrvatskog feminističkog portala Libela.
- 7 Stranica Raskrinkavanje.ba ima i posebnu rubriku posvećenu dezinformacijama o marginalizovanim grupama: <https://raskrinkavanje.ba/analize/preko-margine>

osnovu materijala nastalog radom njihove *fact-checking* stranice FakeNews Tragač.⁸ U 2025. godini je u Hrvatskoj, u sklopu projekta GenderFacts, objavljena studija *Rodni aspekti informacijskog poremećaja*, a crnogorsko Raskrinkavanje objavilo je izveštaj *Rod, mediji i društvene mreže: Kako dezinformacije vode u mržnju i mizoginiju*. Slične inicijative sreću se i u drugim regijama. Recimo, u Gruziji su na osnovu materijala *fact-checking* stranice Myth Detector objavljena četiri izveštaja o rodno i identitarno zasnovanim dezinformacijama.⁹

Pojavni oblici rodno zasnovanih dezinformacija¹⁰

Instrumentalizacija RID najintenzivnija je i najočiglednija kod “antirodnih pokreta” ukorenjenih u religijskom fundamentalizmu i usmerenih na ograničavanje ljudskih prava žena i LGBTIQ osoba. Termin *rodna ideologija* koristi se u tom diskursu kao “prazan označitelj” (Kuhar, 2024) čija je svrha da demonizuje konsenzus o legitimnosti zaštite ljudskih prava ovih grupa i prikaže ga kao zaveru protiv “prirodnog” ili “božanskog” poretka. Shodno tome, države s naprednim pravnim okvirima za rodnu jednakost često se nastoje prikazati kao distopije u kojima je tradicionalna porodica progonjena (Livančić-Milić, 2019a), a bezbednost dece ugrožena “rodnom ideologijom” ili “trans ideologijom” (Karađuz, 2024; Manojlović i Zulejhić, 2022; Salkanović, 2023a).

- 8 O projektu “Ravnopravno i istinito: dekonstruisanje rodni dezinformacija u medijima” više na: <https://novinarska-skola.org.rs/ravnopravno-i-istinito-dekonstruisanje-rodni-dezinformacija-u-medijima/>
- 9 Vidi izvještaje o dezinformacijama zasnovanim na rodu i identitetu: Khomeriki i Kintsurashvili, *Anti-gender and anti-LGBTQI mobilization*; Kintsurashvili, *Gendered disinformation*; Kekenadze, Gogoladze i Giunashvili, *Sexist language and gendered disinformation*; Kintsurashvili, *Gender and identity-based disinformation*.
- 10 Primeri i zaključci u ovom tekstu primarno se zasnivaju na iskustvu uređivanja *fact-checking* platformi Raskrinkavanje i FemFacts.

Zagovaračke kampanje usmerene protiv društvenih i zakonskih normi koje nisu u skladu s patrijarhalnim konceptima roda, porodice i seksualnosti, često proizvode i koriste dezinformacije za fabrikovanje “argumenata” protiv prava na abortus,¹¹ zaštite žena od seksualnog, partnerskog i nasilja u porodici, zabrane fizičkog kažnjavanja dece i seksualnog obrazovanja u školama i sl. Koriste se i za mobilizaciju podrške javnosti kreiranjem moralne panike, naročito kroz prikazivanje LGBTIQ prava kao opasnosti za zajednicu, posebno za decu (Karađuz, 2021; Manojlović, 2023; Šehović, 2022a).

Elementi “antirodnh” dezinformacija često se prepliću sa drugim dezinformacijskim narativima iz eshatoloških teorija zavere kao što je QAnon, antizapadnih geopolitičkih paradigmi, antidemokratskih ideologija i etnopolitike, gde se pripadnost etničkoj zajednici i heteronormativni identitet prikazuju kao pozitivni, a etnička, rodna ili seksualna “drugost” kao negativne. U svim tim diskursima sreću se slični izmišljeni dokazi “moralne propasti Zapada” – priče o pokušajima da se “ponište” pojmovi majka i otac, primoravanju dece da učestvuju u povorkama ponosa, “promociji” promene pola kroz obrazovni i zdravstveni sistem, pa čak i o normalizaciji seksualnog zlostavljanja i eksploatacije dece i njihovom vrbovanju za prostituciju u državnim institucijama.¹² Zemlje poput skandinavskih, sa posebno “liberalnom” reputacijom, posebno su čest predmet kampanja u kojima se, paradoksalno, istovremeno prikazuju kao “nemoralne” i promiskuitetne i kao represivne prema seksualnosti – jer silovanje definišu kao izostanak izričitog pristanka na seks.¹³ Ovakve i slične dezinformacije su posebno popularizovane tokom kampanje protiv ratifikovanja Konvencije Veća Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama (*Istanbulska konvencija*) u Hrvatskoj (Cvjetičanin, 2018).

11 Vidi, recimo: Hasanbegović-Vukas et al, 2022; Šehović, 2022c, 2022d.

12 Vidi: Čeliković, 2020; Lakić, 2023a; Šehović, 2022e, 2023a.

13 Vidi: Lakić, 2023b; Zulejhić. 2018.

Rodno i identitetarno zasnovane dezinformacije javljaju se i izvan ovakvih ideoloških i “zaveroloških” okvira, kao sredstvo za ostvarivanje komercijalne dobiti, ili instrument za političke obračune. U prvom slučaju, najčešće se radi o komercijalnoj eksploataciji mizoginije, gde se seksualizacija i/ili sramoćenje žena koriste kao klikbejt taktike. Naslovi koji najavljuju seksualno eksplicitne sadržaje, ili “skandalozno” i “sramotno” ponašanje žena, potiču publiku na komentarisanje – obično u osuđujućem, agresivnom ili vulgarnom tonu – čime se povećava vidljivost i profitabilnost takvih objava.¹⁴ Slični postupci sramoćenja sa fokusom na “seksualni moral” koriste se i kao instrument političke diskreditacije (Lakić, 2020, 2021; Šehović, 2022b).

Homofobne i transfobne dezinformacije su retke u klikbejt člancima, ali nisu u političkom kontekstu, gde se uglavnom pojavljuju kao neosnovano povezivanje političkih protivnika/ca sa podrškom ili pripadnošću LGBTIQ+ zajednici, polazeći od pretpostavke da je takva veza inherentno štetna za njihovu reputaciju (Lakić, 2025). Ta vrsta RID se, recimo, u bosanskohercegovačkom kontekstu često pojavljuje pred održavanje Povorke ponosa, kada je širenje homofobnih dezinformacija najintenzivnije (Ćosić, 2022).

U publikaciji Novosadske novinarske škole se napominje da u RID ne spadaju samo eksplicitno netačne tvrdnje, već i druge vrste informacijskih poremećaja utemeljenih u postojećim rodnim stereotipima. Takvi fenomeni često nisu prepoznati u *fact-checking* kontekstu jer se ne manifestuju kao “klasične” dezinformacije, već se radi o iskrivljavanju činjenica koje odražava nesvesne predrasude osobe koja kreira informaciju. Ilustrativan je nalaz da su brojni *online* mediji iz regije više puta predstavljali inostrane autorke naučnih studija kao muškarce, pogrešno tumačeći njihova imena kao muška (Cvjetičanin, 2019). Osim što svedoči o raširenoj praksi neprofesionalnog preuzimanja i prenošenja informacija bez provere, takvo izveštavanje doprinosi

¹⁴ Vidi, recimo: Murić, 2020

nevidljivosti žena u nauci i pokazuje kako su usvojeni i nepropitani rodni stereotipi – poput onih o nauci kao “muškoj” sferi – nekada dovoljni da proizvedu štetnu posledicu i bez namere da se ona izazove.

Različite “kategorije” RID u praksi nisu uvek jasno razdvojene i ponekad je teško odrediti da li su rezultat neosvešćenih predrasuda ili eksplicitne mizoginije/homofobije, te da li se pojavljuju samo kao sredstvo za monetizaciju online sadržaja ili iza njih stoje politički i/ili ideološki motivi. Ilustrativan je primer izuzetno popularne – a potpuno izmišljene – izjave pripisane glumcu Keanu Reevesu, u kojoj on navodno lamentira nad savremenim “nemoralom” i svetom u kom “muškarci svoje žene oblače kao prostitutke” (Livanić-Milić, 2018). Apokrifni citat već skoro deceniju kruži društvenim mrežama i internet portalima širom regije, obično uz egzaltirane pozive publici da se upozna sa glumčevim “snažnim porukama”. Da li je njihov entuzijazam izraz autentične podrške i nostalgije za *izgubljenim rajem* patrijarhalnog rodnog poretka, ili samo taktika privlačenja pažnje bombastičnim naslovima, teško je proceniti.

Slični primeri u kojima online mediji osciliraju između autentične mizoginije i klikbejt senzacionalizma sreću se i u izveštavanju o slučajevima nasilja nad ženama, bilo da se radi o porodičnom nasilju, silovanjima ili ubistvima.¹⁵ Medijski sadržaji kojima se banalizuje, senzacionalizuje ili opravdava nasilje, koriste različite manipulativne taktike usmerene na privlačenje pažnje publike, ali mogu služiti i za diskreditaciju žena koje progovore o nasilju, naročito kada su počinioci muškarci koji su javne ličnosti (Šehović, 2021 i 2022f).

Komercijalna eksploatacija antinaučnih teorija zavere i dezinformacija o zdravlju žena takođe je značajno prisutna na mrežama i *online* portalima (Beširević, 2023; Šehović, 2023c).

15 Vidi: Ćosić, 2021; Krupalija, 2020; Livanić-Milić, 2019b; Salkanović, 2023b; Šehović, 2023b.

Na kraju, i samo bavljenje *fact-checkingom* ima rodnu dimenziju. Brojni akteri koji koriste dezinformacije za ostvarivanje svojih političkih ili ekonomskih interesa provode kampanje uznemiravanja i zastrašivanja *fact-checking* medija koje nisu rodno “neutralne”. Prema istraživanju provedenom 2023, u 82 % slučajeva kada je uznemiravanje bilo usmereno na konkretne osobe u *fact-checking* redakcijama, primarne mete su bile žene, dok su u rodnoj strukturi počinitelja uznemiravanja činile tek 8 % (Cvjetićanin, 2023).

Reference:

- Beširević, A. (2023) *Vakcine protiv HPV-a ne sadrže grafenov oksid*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/vakcine-protiv-hpv-a-ne-sadrze-grafenov-oksid>
- Cvjetičanin, T. (2019). *A Scientist? Must Be a Man!*, NewsMavens / FemFacts. Dostupno na: <https://web.archive.org/web/20190502150059/https://newsmavens.com/special-review/1133/a-scientist-must-be-a-man>.
- Cvjetičanin, T. (2023). *Harassment of Fact-checking Media Outlets in Europe*. Zagreb: Faktograf. Dostupno na: <https://faktograf.hr/wp-content/uploads/2023/06/harrasment-emif-report-final.pdf>.
- Cvjetičanin, T. (ur.). (2020). *Preko margine: Dezinformacije o marginaliziranim grupama u bh. medijima*. Sarajevo: Udruženje građana "Zašto ne". Dostupno na: https://zastone.ba/app/uploads/2020/10/Preko-margine_Istra%C5%BEivanje.pdf.
- Cvjetičanin, T. (2018). *The truth about the Istanbul Convention*. NewsMavens / FemFacts. Dostupno na: <https://web.archive.org/web/20190121022408/https://newsmavens.com/special-review/843/the-truth-about-the-istanbul-convention>
- Čeliković, A. (2020). *Ni Švedska ni Njemačka nisu legalizirale brakove djece sa pedofilima*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/ni-svedska-ni-njemacka-nisu-legalizirale-brakove-djece-sa-pedofilima>
- Ćosić, M. (2021) *Seksualno nasilje kao povod za klikbejt naslove*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/seksualno-nasilje-kao-povod-za-klikbejt-naslove>
- Ćosić, M. (2022) *Homofobija kao sredstvo politički motivisanog obračuna*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/homofobija-kao-sredstvo-politicki-motivisanog-obracuna>
- EFCSN. (2022). *European Code of Standards for Independent Fact-Checking Organisations*. Dostupno na: <https://efcsn.eu/the-code/>.
- Hasanbegović-Vukas, D. Krupalija, R. i Šehović, N. (2022). *Društvene mreže kao "obecavajuće" polje za protivnike abortusa u BiH*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/drustvene-mreze-kao-obecavajuce-polje-za-protivnike-abortusa-u-bih>
- IFCN. (2016). *Code of Principles*. Dostupno na: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/>.

- Jovanović, J. i Vukajlović, M. (2025). *Rod, mediji i društvene mreže: Kako dezinformacije vode u mržnju i mizoginiju*. Podgorica: Centar za demokratsku tranziciju. Dostupno na: <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://www.cdtmn.org/wp-content/uploads/2025/06/Rod-mediji-i-drustvene-mrezei.pdf&hl=en>.
- Karađuz, A. (2021). "Podgrijavanje" homofobije izmišljenom LGBT podrškom pedofiliji. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/podgrijavanje-homofobije-izmišljenom-lgbt-podrskom-pedofiliji>
- Karađuz, A. (2024). *Američke škole ne omogućavaju vršenje nužde u pijesku*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/americke-skole-ne-omogucavaju-vrsenje-nuzde-u-pijesku>
- Kekenadze, N., Gogoladze, T., i Giunashvili, S. (2023). *Sexist language and gendered disinformation*. Tbilisi: Media Development Foundation. Dostupno na: <https://mdfgeorgia.ge/uploads//Gender1%20Report-ENG.pdf>.
- Khomeriki, L., i Kintsurashvili, T. (2023). *Anti-gender and anti-LGBTQI mobilization in Georgia*. Tbilisi: Media Development Foundation. Dostupno na: <https://mdfgeorgia.ge/uploads//Gende-31%20Report-ENG.pdf>
- Kintsurashvili, T. (2023). *Gender and identity-based disinformation*. Tbilisi: Media Development Foundation. Dostupno na: <https://mdfgeorgia.ge/uploads//Gender-%20and%20Identity-Based%20Disinformation.pdf>
- Kintsurashvili, T. (2023). *Gendered disinformation*. Tbilisi: Media Development Foundation. Dostupno na: <https://mdfgeorgia.ge/uploads//Gender1%20Report-ENG.pdf>
- Krupalija, R. (2020). *Nasilje kao "ljubavna drama": Banalizacija i smještanje problema u privatnu sferu*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/nasilje-kao-ljubavna-drama-banalizacija-i-smjestanje-problema-u-privatnu-sferu>
- Kuhar, R. (2024). Ipak je potreban urgentan pristup. U: Čengić, R. (ur.). *Čitanka antirodnog djelovanja u Bosni i Hercegovini*. Banjaluka: Helsinški parlament građana Banjaluka. Dostupno na: <https://ba.boell.org/sites/default/files/2025-01/citanka-antirodnog-djelovanja-u-bih-web.pdf>
- Lakić, M. (2020). *Depo portal "mjeri" dužinu suknje kandidatkinje za lokalne izbore – i to pogrešno*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/depo-portal-mjeri-duzinu-suknje-kandidatkinje-za-lokalne-izbore-i-to-pogresno>

- Lakić, M. (2021). *Ako si žena, ne smiješ plesati: "Prljavo izvještavanje" o političarkama*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/ako-si-zena-ne-smijes-plesati-prljavo-izvjestavanje-o-politicarkama>
- Lakić, M. (2023a). *Svjetski ekonomski forum ne "naređuje vladama da legalizuju brak sa djecom"*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/svjetski-ekonomski-forum-ne-nareduje-vladama-da-legalizuju-brak-sa-djecom>
- Lakić, M. (2023b). *Ne, seks nije sport u Švedskoj*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/ne-seks-nije-sport-u-svedskoj>
- Lakić, M. (2025). *Draško Stanivuković na ovogodišnjem Oslo Prideu? Fotografija je nastala prije osam godina u San Franciscu*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/drasko-stanivukovic-na-ovogodisnjem-oslo-prideu-fotografija-je-nastala-prije-osam-godina-u-san-franciscu>
- Livančić-Milić, B. (2018) *Seksističke izjave pripisane Keanu Reevesu - ni krivom ni dužnom*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/seksisticke-izjave-pripisane-keanu-reevesu-ni-krivom-ni-duznom>
- Livančić-Milić, B. (2019a). *Ne postoji "plan za demontiranje porodice"*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/ne-postoji-plan-za-demontiranje-porodice>
- Livančić-Milić, B. (2019b). *Kada mediji od ubistva naprave "seks skandal"*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/kada-mediji-od-ubistva-naprave-seks-skandal>
- Manojlović, M. i Zulejhić, E. (2022). *Izmišljene priče o učenicama koje se "identifikuju kao mačke" kao pokriće za transfobiju*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/izmisljene-price-o-ucenicama-koje-se-identifikuju-kao-macke-kao-pokrice-za-transfobiju>
- Manojlović, M. (2023). *Je li njemačka policija oduzela djecu roditeljima zbog njihovih stavova o homoseksualnosti?* Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/je-li-njemacka-policija-oduzela-djecu-roditeljima-zbog-njihovih-stavova-o-homoseksualnosti>
- Miloš, B., Šipić, J. i Bošnjak, K. (2024). *Rodni aspekti informacijskog poremećaja. Medijske studije*, 15(30): 132-150. Dostupno na: <https://doi.org/10.20901/ms.15.30.7>

- Murić, E. (2020). *Klikbejt "specijalnost" portala Novi: Lažno moralisanje i javno sramoćenje žena*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/klikbejt-specijalnost-portala-novi-lazno-moralisanje-i-javno-sramocenje-zena>
- Salkanović, M. (2023a). *Vrtić otvoren u Berlinu nije samo za "homoseksualce i lezbijke"*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/vrtic-otvoren-u-berlinu-nije-samo-za-homoseksualce-i-lezbijke>
- Salkanović, M. (2023b). *Preuranjene i neprovjerene informacije medija o ubistvima u Gradačcu*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/preuranjene-i-neprovjerene-informacije-medija-o-ubistvima-u-gradaccu>
- Salkanović, M. i Šehović, N. (2024). *Rodno i identitarno zasnovane dezinformacije u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Udruženje građana "Zašto ne". Dostupno na: <https://zastone.ba/app/uploads/2024/03/rodno-i-identitarno-zasnovane-dezinformacije-u-bosni-i-hercegovini-3.pdf>
- SEE Check. (2024). *State of Disinformation in the SEE Region*. Sarajevo: SEE Check. Dostupno na: https://seecheck.org/index.php/2024/12/31/state_of_disinformation_see_region/
- Subotić, I. i Sigeći, V. (2024). *Rodne dezinformacije: koncept i preporuke*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://novinarska-skola.org.rs/wp-content/uploads/2024/08/Publikacija-Rodne-dezinformacije.pdf>
- Šehović, N. (2021). *Kompleksna mreža medijskih manipulacija o slučaju "Štajnfeld-Lečić"*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/kompleksna-mreza-medijskih-manipulacija-o-slucaju-stajnfeld-lecic>
- Šehović, N. (2022a). *Izmišljena priča "sestre Milke" kao opravdanje za protivljenje EuroPrideu*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/izmišljena-prica-sestre-milke-kao-opravljanje-za-protivljenje-europrideu>
- Šehović, N. (2022b). *Recikliranje "satire": Maca Diskrecija nije se kandidovala ni na izborima ove godine*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/recikliranje-satire-maca-diskrecija-nije-se-kandidovala-ni-na-izborima-ove-godine>
- Šehović, N. (2022c). *Šta se krije iza snimka o "abortusu do 18. godine djeteta"?* Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/sta-se-krije-iza-snimka-o-abortionu-do-18-godine-djeteta>

- Šehović, N. (2022d). *Dezinformacije o abortusu pod krinkom "savjetovanja i podrške"*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/dezinformacije-o-abortusu-pod-krinkom-savjetovanja-i-podrske>
- Šehović, N. (2022e). *Fotografije sa ruskih foruma nisu dokaz da Zapad promovise pedofiliju*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/fotografije-sa-ruskih-foruma-nisu-dokaz-da-zapad-promovise-pedofiliju>
- Šehović, N. (2022f). *Slučaj "Karleuša-Tošić": Još jedan primjer medijske eksploatacije nasilja*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/slucaj-karleusa-tosic-jos-jedan-primjer-medijske-eksploatacije-nasilja>
- Šehović, N. (2023a). *Njemačka ne upućuje djecu na prostituciju*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/njemacka-ne-upucuje-djecu-na-prostituciju>
- Šehović, N. (2023b). *Partnersko nasilje u medijskim izvještajima: Opravdanja za nasilnika dio su problema*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/partnersko-nasilje-u-medijskim-izvjestajima-opravljanja-za-nasilnika-dio-su-problema>
- Šehović, N. (2023c). *Mamografija nije "zločin", već provjeren način da se spase životi žena*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/mamografija-nije-zlocin-vec-provjeren-nacin-da-se-spase-zivoti-zena>
- Zulejhić, E. (2018) *Ni švedanima nije potreban papir za seks*. Raskrinkavanje. Dostupno na: <https://raskrinkavanje.ba/analiza/ni-svedanima-nije-potreban-papir-za-seks>

Sara Gurdulić
Rodno osjetljiv
pristup
fact-checkingu

Rodno zasnovane dezinformacije zauzimaju sve istaknutije mjesto među suvremenim oblicima informacijskih poremećaja. Kako pokazuje analiza Tijane Cvjetičanin, najčešće su usmjerene prema ženama i rodnim manjinama, a karakterizira ih ponavljanje seksističkih stereotipa, diskreditacija feminističkih zahtjeva, poticanje moralne panike i normalizacija govora mržnje. Iako takvi obrasci u medijima nisu nova pojava, u posljednjih nekoliko godina razvijaju specifični alati i metodologije za njihovo sustavno prepoznavanje i adresiranje u okviru provjere činjenica.

Ovaj tekst donosi pregled strategija i pristupa kojima se rodno uvjetovane dezinformacije prepoznaju, analiziraju i javno adresiraju, prvenstveno unutar okvira *fact-checking* prakse. U fokusu je ranije spomenuti pionirski projekt FemFacts, jedan od rijetkih pokušaja sustavnog i rodno osjetljivog pristupa provjeri medijskih sadržaja. Kroz njegovu metodologiju, ali i primjere srodnih inicijativa i alata, nastojimo mapirati načine na koje feministički orijentirani pristupi mogu doprinijeti borbi protiv rodno uvjetovanih dezinformacija, ne samo na razini ispravljanja netočnih tvrdnji, već i kroz prepoznavanje štetnih obrazaca izvještavanja koji utječu na šire društvene percepcije rodnih uloga i prava.

Projekt FemFacts pokrenut je 2018. godine kao eksperimentalna inicijativa na europskoj razini, s ciljem identifikacije i razotkrivanja medijskih dezinformacija vezanih uz ženska prava, rodnu ravnopravnost i srodne društvene teme. Nastao u okviru platforme NewsMavens, projekt se oslanjao na mrežu dopisnica i dopisnika iz cijele Europe i do kraja 2019. objavio je 90 analiza dezinformacija iz 24 zemlje.

Za razliku od klasičnih modela *fact-checkinga* koji prvenstveno ocjenjuju točnost tvrdnji, FemFacts je razvio dvostruki analitički okvir: s jedne strane, evaluirao je točnost sadržaja, a s druge, njegov kontekstualni utjecaj s obzirom na štetne reprezentacije žena i rodnih pitanja. Ovaj pristup ne samo da je otkrivao netočne informacije, već je omogućio i

identifikaciju šireg ideološkog konteksta unutar kojeg se te informacije pojavljuju, posebno onih koji podržavaju i reproduciraju seksističke i rodno isključujuće narative.

Metodologija proširenog *fact-checkinga*

Rad platforme FemFacts bio je strukturiran kroz četiri osnovna koraka *fact-checking* metode – selekciju sadržaja, provjeru činjenica, ocjenjivanje te objavu rezultata – koja je pritom nadograđena specifičnim fokusom na rodna pitanja i štetne medijske narative.

Proces je započinjao selekcijom sadržaja koji će biti podvrgnut analizi. U fokusu su bili medijski članci, ali i viralni internetski sadržaji koji su uključivali tvrdnje o ženama i rodnim temama, a koji su sadržavali sumnjive, neproverene ili ideološki obojene navode. Materijali za analizu dolazili su putem preporuka uredništva, doprinosa suradnika i suradnica, kao i prijedloga samih čitatelja i čitateljica.

Nakon selekcije, slijedio je proces provjere činjenica koji je uključivao konzultiranje vjerodostojnih i provjerljivih izvora, poput službenih podataka, znanstvenih istraživanja i dokumentiranih novinarskih priloga. U slučaju potrebe, kontaktirali su se i relevantni akteri kako bi se prikupile dodatne informacije. Temelj ove faze je transparentnost: svi korišteni izvori bili su jasno navedeni, a zaključci obrazloženi na način koji omogućuje njihovu neovisnu provjeru.

Ono što je specifično za pristup FemFactsa je to što nije ostajao u okviru binarne kategorizacije “istinito” / “lažno”, već je primjenjivao nijansiran sustav klasifikacije koji preciznije odražava kompleksnost medijskih manipulacija. To se ogledalo u načinu ocjenjivanja sadržaja: FemFacts je koristio dva skupa oznaka (*ratinga*).

Prvi se odnosio na vrstu manipulacije ili dezinformacije, uključujući: lažne vijesti, djelomične dezinformacije (kombinaciju točnih i netočnih tvrdnji), manipulaciju činjenicama, teorije zavjere, pseudonaučne tvrdnje, pristrano

izvještavanje, spin, cenzuru, klikbejt naslove i prikriveno oglašavanje. Drugi set oznaka služio je za kontekstualno označavanje sadržaja, s naglaskom na njihov štetan utjecaj na žene i rodna pitanja. Ove oznake obuhvaćale su kategorije poput nasilja nad ženama, seksualne objektifikacije, biološkog determinizma, ekonomske nejednakosti, interseksijske diskriminacije i antifeminističkog otpora.

Završni tekstovi sadržavali su sve elemente provjere: pregled izvorne tvrdnje, ocjenu točnosti, analitički kontekst i dodijeljene oznake. Pritom su redovno isticane i dobre prakse – tekstovi koji su odgovorno izvještavali o rodним temama označavani su tagom *FemFacts Approved*.

Kroz ovu praksu jasno se pokazuje da rodno zasnovane dezinformacije nisu isključivo pitanje cirkulacije “netočnih činjenica”, već prije svega odraz sistemskih pristranosti, duboko ukorijenjenih stereotipa i normalizacije društvenih nejednakosti koje se reproduciraju i kroz jezik medijskog izvještavanja. U tom kontekstu, provjera činjenica nije i ne mora biti samo tehnička procedura, već može uključivati i primjenu analitičkih okvira koji uzimaju u obzir društveni kontekst i posljedice izvještavanja.

Umještenost i kontekst

Ovakav pristup proizlazi iz šireg skupa feminističkih istraživačkih načela koja preispituju odnose moći – ne samo u temama koje se istražuju, već i u samim istraživačkim procesima. Kako ističe Bianca Parry (2020), cilj takvih pristupa je “stvoriti prostore i prilike za razotkrivanje svakodnevnih realnosti nejednakosti i proizvesti znanje koje može služiti njihovom razgradnji”. Feminističke metodologije polaze od pretpostavke da znanje nije neutralno, već utemeljeno na društvenim i političkim pozicijama, zbog čega ne teže “objektivnosti” u tradicionalnom smislu, već transparentnosti, refleksiji i etičkoj odgovornosti. Takav pristup potiče uključivanje glasova onih koji su u dominantnim narativima sustavno isključeni ili pogrešno prikazani.

Feministički okvir u *fact-checkingu* temelji se upravo na ideji da je svaka spoznaja – kako tvrdi Donna Haraway (1988) – uvijek umještena, odnosno oblikovana perspektivom onih koji je proizvode. Rodno osjetljivi pristupi provjeri činjenica zato ne nastoje pružiti “neutralan” ili “nepristran” pogled na informaciju, već se fokusiraju na društveni kontekst, posljedice izvještavanja i pozicioniranost samih aktera. U tom smislu, feministički pristup ne predstavlja tek metodološki dodatak, već razvoj alternativnog istraživačkog okvira koji omogućuje prepoznavanje sistemskih obrazaca isključivanja i nejednakosti u samoj strukturi medijskog sadržaja.

Uz prepoznavanje važnosti umještenog znanja i kontekstualnog pristupa, feministički okvir naglašava i način na koji se takvo znanje proizvodi – kroz suradnju, razmjenu i povezivanje različitih perspektiva. Feministička perspektiva u *fact-checkingu* tako se ostvaruje ne samo kroz analizu sadržaja, nego i kroz organizaciju rada – kroz partnerstva između novinarki, *fact-checkera*, istraživačica i aktivista, kao i kroz razvoj kolaborativnih platformi koje omogućuju zajedničko praćenje, analiziranje i suzbijanje rodno uvjetovanih dezinformacija. U vremenu sve snažnijih napada na rodnu ravnopravnost, takvi oblici suradnje postaju ključni elementi otpora i gradnje uključivijeg informacijskog prostora.

Reference:

- Cvjetičanin, T. (2019). *How misinformation, fake news and misogyny affect the rights of women in Europe*. NewsMavens / FemFacts. Dostupno na: <https://web.archive.org/web/20191229135718/https://newsmavens.com/special-review/1203/how-misinformation-fake-news-and-misogyny-affect-the-rights-of-women-in-europe>.
- NewsMavens. (2018). *#FemFacts: Combatting media disinformation*. Dostupno na: <https://web.archive.org/web/20190121040956/https://newsmavens.com/femfacts-methodology>
- Haraway, D. (1988). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14(3): 575–599.
- Parry, B. (2020). *Feminist research principles and practices*. U: S. Kramer, S. Laher, A. Fynn i H. H. Janse van Vuuren (ur.), *Online Readings in Research Methods*. Johannesburg: Psychological Society of South Africa.

Helena Popović

Diskurzivne konstrukcije o migrantima u hrvatskim medijima¹

- 1 Ovaj tekst sadrži dijelove sljedećih publikacija nastalih na temelju istraživanja o medijskim reprezentacijama fenomena migracija: Popović, H., Kardov, K. i Župarić-Iljić, D. (2022). *Medijske reprezentacije migracija: Diskurzivne konstrukcije migranata, izbjeglica i tražitelja azila u hrvatskim medijima*. Zagreb: Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Vlade RH.; Popović, H., Župarić-Iljić, D. i Kardov, K. (2022). »Nas nitko niš' ni' pital«: Medijske reprezentacije slučaja pokušaja uspostave prihvatilišta za tražitelje azila kod Petrinje. *Revija za sociologiju*, 52(2): 153-181.; Kardov, K. i Popović, H. (2025). Kinegetička moć i mediji. Lovački diskurs u medijskim izvještajima o iregulariziranim migrantima. *Socijalna ekologija*, 34(1) (u postupku objavljivanja).

U suvremenom kaotičnom informacijskom ekosustavu profesionalni mediji, barem u normativnom smislu, osiguravaju garanciju određenih standarda u odnosu na društvene medije, jer se od njih razlikuju po tome što, u okviru profesionalnog novinarskog rada, postoji set mehanizama koji osiguravaju da mediji odgovorno izvještavaju: od rada profesionalnih novinarskih udruženja i postojanja etičkih kodeksa preko zakonskog okvira koji regulira medijsko-novinarske prakse. No, produbljeniji uvidi u novinarske prakse usmjeravaju na ponešto drugačije interpretacije koje upućuju na to da su mediji sve samo ne pouzdani i odgovorni čuvari javnog interesa.

Pokušaji razumijevanja čestih odstupanja od profesionalnih novinarskih načela usmjereni su na uključivanje strukturalnih odrednica kojima se djelomično mogu objasniti ti negativni procesi. Tako ukazujemo na narav kapitalističkog sustava unutar kojega mediji primarno slijede profitnu logiku; pronalazimo uzroke u tehnološkim promjenama koje znatno mijenjaju narav novinarske produkcije, objašnjavamo trendove padom standarda u okviru obrazovnog sustava... Ukratko, nalazimo različite argumente za razumijevanje stanja u medijima kojima se odmičemo od konkretnog djelovanja aktera prema strukturalnim odrednicama.²

No, rezultati istraživanja koje se odnosilo na sistematičnu analizu medijskih reprezentacija fenomena migracija u hrvatskim medijima, teško mogu amnestirati novinare i novinarku i konkretne medije od odgovornosti za ono što dominantno proizvode: diskurzivno konstruiraju migrante kao sigurnosni problem, nekritički slijede hegemonijske diskurse, perpetuiraju rodne stereotipe, te reproduciraju biološki i

2 Primjerice Popović, H., Kardov, K. i Župarić-Iljić, D. (2022). *Preporuke za medijsko izvještavanje o migrantima i izbjeglicama*. Zagreb: Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Vlade RH. Dostupno na: <https://pravamanjina.gov.hr/UserDocsImages//dokumenti//Preporuke%20za%20medijsko%20izvje%C5%Artavanje%20o%20migranti%20i%20izbjeglicama.pdf>

kulturni rasizam, o čemu će biti više riječi u nastavku teksta.

Sam fenomen migracija u suvremenom društveno-političkom kontekstu zauzima centralno mjesto u političkim raspravama, te predstavlja jedno od ključnih mjesta razdvajanja različitih političkih pozicija, a kao tema koja se, među ostalim, odnosi na različite aspekte identiteta, nerijetko izaziva političko-ideološke prijepore na kontinuumu tih ideoloških pozicija. Mediji, definiranjem formata i selekcijom, kodiranjem i uokvirivanjem sadržaja, te proizvodnjom značenja, figuriraju kao neizostavni akteri kreiranja javnog mnijenja, stoga mogu djelovati u smjeru razrješenja ili pak potenciranja društvenih napetosti ili sukoba. Oni s jedne strane odražavaju dominantne stavove kreatora javnog mnijenja unutar specifičnog sociokulturnog konteksta, a s druge, iz perspektive medijske konstrukcije zbilje, predstavljaju važno oruđe za potencijalnu promjenu dominantnih stavova ili pak zadržavanja statusa *quo*. Kao što ističe Stuart Hall (2003), analiza načina na koje mediji reprezentiraju društvenu zbilju relevantni su s obzirom na to da se radi o polju gdje se fragmenti ideologije artikuliraju, transformiraju i elaboriraju.

Medijska konstrukcija migranata kao sigurnosni problem

Hrvatski su mediji sve do 2015. godine tek rubno izvještavali o migracijama, iako je prvi Zakon o azilu donesen još 2003. godine, a prvi status azila odobren 2006. Nagli rast medijskog interesa javlja se 2015. zbog dolaska i prolaska izbjeglica hrvatskom dionicom Balkanskog koridora (Popović et al., 2022b). Mediji su prvenstveno bili fokusirani na masovnost dolaska, humanost hrvatskog pristupa i na diskurse o kratkotrajnom ostanku izbjeglica na hrvatskom teritoriju, pri čemu su pažnju usmjerili na dramatične i ekspresivne scene straha, kaosa, mase i očaja (Hameršak i Pleše, 2017). Zatvaranje Balkanskog koridora, što je postupno uslijedilo nakon potpisivanja Sporazuma EU-Turska u ožujku 2016., rezultiralo je pro-

mjenom politika prema migrantima, a promjene europskih politika prati zaokret od humanitarnog prema sekuritizacijskom diskursu.

To znači da se s tim prijelazom migranti konstruiraju kao društveni problem, bilo kao “ekonomski migranti” koji se lažno predstavljaju kao ratne izbjeglice da bi se “dokopali” Europske unije, ili pak kao teroristi koji dolaze sa destruktivnim agendama. No, budući da je Hrvatska u okviru EU politika i međunarodnog prava dužna postupati prema načelima solidarne raspodjele odgovornosti država članica prema raseljenima, onda ona tražiteljima azila mora omogućiti institucionalnu podršku, a obavezala se i na prihvaćanje određene kvote osoba pod međunarodnom zaštitom putem programa preseljenja (Popović et al., 2022b). Navedene promjene u političkom polju prate i promjene u medijskim reprezentacijama dotičnog fenomena.

Istraživanje³ medijskih reprezentacija migranata u hrvatskim nacionalnim, regionalnim i lokalnim medijima, o kojemu će ovdje biti više riječi, provedeno je u sklopu projek-

- 3 Istraživanje je provedeno na Odsjeku za sociologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu (Helena Popović, Kruno Kardov, Drago Župarić-Iljić). Analizirani su hrvatski nacionalni, regionalni i lokalni mediji, specifičnije internetski portali televizija s nacionalnom koncesijom i najvećim udjelom publike (hrt.hr, dnevnik.hr, rtl.hr), internetski portali informativnog dnevnog tiska s najvećim udjelom publike (24sata.hr, jutarnji.hr, vecernji.hr), internetski portali elektroničkih publikacija s najvećom posjećenošću (net.hr, tportal.hr, index.hr), regionalni mediji (slobodnadalmacija.hr, glas.hr) i lokalni mediji (kaportal.hr, karlovacki.hr, o34portal.hr, pozega.eu, quirinusportal.com, portal53.hr, brodportal.hr, sbplus.hr, regionalni.com, varazdinske-vijesti.hr, zadarski.hr, zadarskilist.hr). Mediji su locirani na temelju rejting analiza (AdScanner za Agenciju za elektroničke medije, Ipsos Mediapuls, Gemius, SimilarWeb), te na temelju procjena voditelja lokalnih ogranaka HND-a (odabir lokalnih medija). Članci su identificirani u bazi press-clipping agencije i to na temelju ključnih riječi: »migrant« kao generalna kategorija te »izbjeglica« i »azil(ant)«, a odabrani su oni članci u kojima su migracijski fenomeni glavna tema članka te u kojima se sadržaj odnosi na Hrvatsku. Analizirano je 3044 članaka objavljenih od 01.01.2018. do 31.12.2019. godine. Prilikom obrade podataka jedinicu analize činio je medijski sadržaj

ta “INCLuDE – Međuresorna suradnja u osnaživanju državljana trećih zemalja”, Ureda za ljudska prava i prava nacionalnih manjina (2020-2022). Tematska analiza je pokazala da mediji fenomen migracija primarno smještaju u tematski okvir sigurnosti (33,87 % svih medijskih članaka) koji uključuje suzbijanje kriminala, spašavanje migranata od nedaća i zaštitu lokalnog stanovništva u područjima kojima prolaze migranti na svome putu. Pored sigurnosti, bitno je zastupljen i tematski okvir politike (30,39 % članaka), kako institucionalne (nadmetanje između različitih političkih stranaka, kao i nadmetanje ili suradnja na lokalnoj, regionalnoj ili nacionalnoj razini) tako i izvaninstitucionalne (akteri civilnog društva u opoziciji spram institucionalnih političkih aktera).⁴

U medijskim reprezentacijama migranata primjetno je da se, dobrim dijelom i kao rezultat strateških orijentacija nacionalne migracijske politike na rubu Schengena, u medijima konstruiraju inovativne distinkcije jer se pokušavaju pomiriti nastojanja zaustavljanja migracija na granicama, te istovremeno primanje i integracija poželjnih profila izbjeglica koje se smješta u lokalne zajednice unutar europskog programa preseljenja. To podrazumijeva diskurzivno “klesanje” razlika između “prijetećih migranata” i “istinskih izbjeglica”, dok su “tražitelji azila” u svojevrsnom limbu (Popović et al., 2022a).

koji kao glavnu temu uključuje migrante/izbjeglice/azilante, a koji se može izdvojiti i analizirati kao samostalna cjelina (članak/objava na portalu s pripadajućim naslovom, podnaslovima i fotografijama). Podaci su analizirani kvantitativnom i kvalitativnom analizom sadržaja s ciljem utvrđivanja učestalost pojavljivanja medijskog sadržaja o migrantima, ključnih tematskih kategorija te dominantnih značajki izvještavanja o migrantima koje bi mogle oblikovati stav opće populacije, dok je u drugoj fazi analize primijenjena kritička analiza diskursa.

- 4 Pored njih, prema zastupljenosti slijede teme: međunarodni odnosi (15,44 %), migrantska ruta (7,06 %) i integracije (7,00 %), te minorno zastupljene teme vezane uz medije i društvene mreže (2,40 %), pravosuđe (1,81 %), humanitarne aktivnosti (1,68 %) i ostalo (0,35 %).

Promatranje i uokvirivanje tražitelja azila i migranata općenito kao sigurnosnog problema dio je širih diskurzivnih praksi koje naglašavaju zaštitu državnih granica i prostora EU od “ilegalnih” migranata od kojih se treba braniti:

“Migranti kontinuirano navaljuju. Samo nekoliko dana nakon što je Sirijac u zaleđu Biokova ukrao Opel Astru, skupina migranata pokušala je provaliti u dva kombija u samom središtu Vrgorca, piše Slobodna Dalmacija. Puna ruka posla ima policija s obje strane granice.” (rtl.hr, 2.II.2019)

Na djelu je svojevrsan povratni učinak šire nacionalne migracijske politike odnosno reprodukcija dominantnog diskursa u medijima u kojem se migranti konstruiraju kao društveni problem, pri čemu srednjestrujaški mediji u Hrvatskoj, umjesto da u ime javnosti propituju djelovanje političkih aktera, nekritički uglavnom reproduciraju glas hegemonije.

Konzervativne medijske reprezentacije roda u kontekstu migracija

Medijske reprezentacije roda i rodnih uloga u kontekstu migracija imaju konzervativna obilježja. Migracije se vezuju uz muškarce koji su, u arhetipskom smislu, dinamični i aktivni, dok su žene statične, pasivne, slabe, ranjive i krhke.

Kada je riječ o *ulogama* u kojima se žene pojavljuju, one su tradicionalne: žene-supruge, žene-majke i žene kao dio obitelji. Nešto se rjeđe pojavljuje i tradicionalna uloga žene u svojstvu pomagačice – migrantima spravljaju sendviče, opskrbljuju ih odjećom itd. U rijetkim izvještavanjima gdje su žene u ulozi “negativki”, diskurzivno se konstruiraju kao prijetvorne lažljivice, ili kao “pomagačice” u krijumčarskom lancu, pri čemu se naglašava iznimnost takvih slučajeva.

Naslov: *Krijumčari migranata: Uhićeno 13 osoba, među njima i jedna žena. Zasadili oko 700 tisuća kuna* (rtl.hr, 28.8.2019.)

Žene, a posebno žene s djecom, u medijskim izvještavanjima pojavljuju se kao “umirujuće” svojstvo: ako žene i djeca migriraju, za to postoji razumijevanje jer sigurno ne bi kretale na put da ih nije natjerala nužda. Osim toga žene se ne povezuju s nasiljem, ratom, sukobom, stoga je njihova prisutnost poželjna. One su bezazlene i svojom prisutnošću jamče da je razlog za migriranje opravdan dok se migriranje mladih muškaraca samaca vidi kao opasnost i kao prodiranje i osvajanje “našeg” teritorija:

“To je vojska. Samo mladi, između 20 i 30 godina. Niti jedne žene, niti jednog starca. Samo muškarci. Ima ih u grupama i 30-ak – ispričali su nam prije susjedi u Mrzloj Vodici. I to odzvanja u ušima, što ako se sad pojavi 30 ljudi iz šume? Izade van. Ili što ako su sada u toj kući. Što činiti. Čekamo hoće li tko izaći iz kuće.” (večernji.hr, 19.5.2019.)

Dakako, medijske reprezentacije ne ograničavaju se isključivo na navedene diskurzivne konstrukcije, ali su one, bez dvojbe, dominantno prisutne u izvještavanju.

Rasizam u medijima: animalizacija migranata

Analiza reprezentacija migranata objelodanila je brutalan način na koji mediji migrante reprezentiraju kao lovinu. Ovo se posebno odnosi na izvještavanja o kretanjima iregulariziranih migranata kroz nacionalni teritorij na putu prema ciljanom odredištu, koje prati skrivanje i izbjegavanje naspram traganja i hvatanja. Vidljiva je sustavna dehumanizacija migranata uz direktne ili indirektne analogije sa životinjskim svijetom:

“Migranti se kreću u grupama od 15 do 20, no u šumama su zatečene i veće grupe od 50-ak migranata. (...) Moja punica ih je hranila neko vrijeme i pomagala im dok nije dobila upute od policije da ih prestane hraniti.” (24sata.hr, 20.6.2019.)

Naslov: “Danas je mirno, ali sinoć su migranti postali agresivni” (jutarnji.hr, 25.10.2018.)

“Danju spavaju, a noću vrebaju kako će prijeći u Hrvatsku, koja im očito nije krajnje odredište, već tranzit jednako kao i Čapljina.” (slobodnadalmacija.hr, 17.12.2018.)

“Šume na ovom području pune su migranata koji često prelaze granicu. To je postala prava pošast. Znae kako, nije mu bilo svejedno, bio je potresen“, izjavio je predsjednik jasenovačkog Lovačkog društva Patak.” (net.hr, 3.4.2019.)

“Ne zna se tko je više pritisnuo na granicu, vukovi ili migranti, kao da u nas teku med i mlijeko – zamišljeno će Udiljak.” (slobodnadalmacija.hr, 23.11.2019.)

“Ima ih jako puno, ko mrava, nema gdje ih nema – ova-ko o migrantima govori jedna mještanka naselja Jezerce.” (večernji.hr, 30.10.2018.)

Ponašanje migranata u prirodi reprezentirano je kao slično životinjama, no u naseljenim područjima ponašanje slično ljudima također se konstruira kao problematično jer se “slobodno šecu”. Time se ukazuje na to da se pojavljuju ondje gdje ne pripadaju te da se ponašaju na način koji nije u skladu s njihovom prirodom. Prirodni poredak je time narušen jer se slobodno kreću oni čije kretanje ne bi trebalo biti slobodno, oni odbijaju djelovati u skladu sa svojom prirodom. Kako argumentira Chamayou “u konačnici odgovor na teorijski problem lova na ljude je sama praksa lova na ljude, s paradoksom da je potonje legitimirano na temelju navodnih prirodnih

razlika čija je neprirodnost neodvojiva od njene uspostave” (Chamayou, 2012:8, u Kardov i Popović, 2025).

Naslov: “Migranti slobodno šetali Metkovićem, policiji pomogla kamera” (večernji.hr, 2.II.2018.)

“U naselju Gabela polje slobodno se prošetavaju migranti, a tako je i kod Doljana i Dračeva u čapljinskoj općini.” (slobodnadalmacija.hr, 4.II.2018.)

U medijskoj proizvodnji i legitimiranju pothvata traganja i hvatanja migranata lov se ne pojavljuje samo implicitno, nego je eksplicitno prisutan kroz izraze koji se u medijskom izvještavanju koriste ili kroz prisutnost lovaca kao ključnih građanskih aktera koji pomažu policiji (Kardov i Popović, 2025):

”Oni svakog dana pokušavaju prijeći na naš teritorij, u čemu ih mi uspješno sprječavamo. Mi smo jako dobro organizirani s lovcima i ostalim udrugama, uspostavili smo dobru komunikaciju i s građanima.” (rtl.hr, 25.3.2019.)

“Prijelaz koji su migranti koristili dio je puta za divljač, a migranti kroz Liku prolaze zato što je to najuži dio Hrvatske kroz koji je najbrže doći do Slovenije, što migrantima većinom ne uspijeva zbog dobre suradnje građana i policije.” (slobodnadalmacija.hr, 6.II.2018.)

“Vlahović je i – lovac. ‘Nisam siguran što ću ako sretnem migrante u šumi. Što ako me napadnu? Razgovaramo o tome mi lovci, ne znamo što nam je raditi. Znali su ih i u čeki pronaći, po četvoricu kako provale i spavaju’.” (večernji.hr, 19.5.2019.)

“Uz kopnenu granicu postavljeno je i više promatračnica, nalik na lovačke čeke, s kojih je moguće promatrati velik dio teritorija. Kako kaže voditelj službe za granicu pri Policijskoj upravi Alemko Vrđuka, pri izgradnji pro-

matračnica policiji su veliku pomoć pružile Hrvatske šume u materijalu te lovci u njihovoj izgradnji.” (jutarnji.hr, 23.7.2019.)

Naslov: “Lovac kod Jasenovca ustrijelio čaglja, ali i iračkog migranta.” (tportal.hr, 3.4.2019.)

Naslov: “Policajac u šumi lovio divljač pa ‘ulovio’ trideset migranata” (24sata.hr, 6.10.2019.)

Naslov: “Kako uloviti migrante iz helikoptera? Ekipa RTL Direkta s policijom u zračnom nadzoru granice” (rtl.hr, 20.11.2019.)

Materijalni ostaci migrantskih kretanja nisu stavljeni u funkciju reprezentacije migrantskog iskustva gladi, žeđi, siromaštva ili patnje, nego su stavljeni u funkciju tragova u prirodi i dokaza brojnosti i nepripadanja (Kardov i Popović, 2025). Tragovima koje ostavljaju nagrđuju nacionalni teritorij i proizvode štetu lokalnom stanovništvu:

“Stanovnici i vikendaši u Generalskom Stolu i okolnim mjestima ove godine intenzivno vidaju migrante. Kažu da im nije svejedno jer kad znaju ići u šumu vidaju smeće koja ostavljaju migranti, ruksake, tenisice.” (24sata.hr, 20.10.2018.)

Naslov: “Stanovnici juga Dalmacije u sve većem strahu od ilegalnih migranata: policija tvrdi da ih nema, no ostaci hrane, odjeća i papiri na arapskom razbacani po pješačkim stazama pričaju drugu priču.” (slobodnadalmacija.hr, 18.1.2019.)

“No, ono što ostavljaju iza sebe, na tom putu, izgleda grozno. Još lako za potrgane tanjure, prevrnutе kuće ili vatre koje pale ljudima usred sobe. Nelagoda i strah proteklih mjeseci postali su svakodnevnica u Gorskom kotaru. Tu je problem. Gorani, ni krivi ni dužni, žive pod novim okolnostima.” (večernji.hr, 19.5.2019.)

“Direktor Parka prirode pokreće akciju čišćenja obala od odjeće i smeća koje migranti ostave za sobom. ‘Ne odgovara nam ni ova žica, ne odgovara nam ni dolazak migranata, ali jedno i drugo je neka realnost koju moramo živjeti’, kaže Boris Grabrijan, direktor Parka Prirode Kupa Kolpa.” (hrt.hr, 30.4.2018.)

Kulturni rasizam: “ponašaju se kao na Divljem zapadu!”

Budući da se migranti diskurzivno konstruiraju kao prijeteći Drugi, oni ne mogu biti uključeni u simbolički poredak nacionalne zajednice, stoga idejno reprezentiraju ono što nacionalna zajednica *nije* – i tu se otvara prostor za konstrukciju migranata u suprotnosti sa normativnim sociokulturnim obilježjima hrvatskog kulturnog identiteta. Konstruiraju se inicijalne nejednake pozicije uz pomoć nacionalnog i rasnog kulturnog registra divljaka, neciviliziranosti i stranca. Diskurzivno se oblikuju kao kulturno radikalno drugačija vrsta, pri čemu su te razlike redovito negativno vrednovane i primarno se odnose na kulturne prakse, običaje, jezik i druga obilježja. U tom smislu se skupine konstruiraju kao nekompatibilne, ovdje ne u biološkom nego u kulturnom smislu tradicija, životnih stilova, kontrole tjelesnih i bioloških procesa (Kardov i Popović, 2025). Primjerice:

“Ti ljudi kada su na putu oni nemaju, ne idu oni na javni wc ni nigdje nego tamo gdje se nađu tu i vrše nuždu.” (rtl.hr, 21.5.2019.)

“Kristijan Kolar koji čuva motel Jezero u Lokvama kaže nam da su migranti provalili u motel. Razbili su prozor i ušli unutra. Ukrali su odjeću, tablet, sve stvari porazbacali, izvršili nuždu nasred prostorija i otišli. Također, nisu im se sviđjela niti raspela na zidu koja su potrgali kaže Kristijan.” (24sata.hr, 20.6.2019.)

“Prljave žlice i vilice bile su po cijelom tepihu, čikove su gasili po tepihu. Orahe su razbijali po drvenom stolu

na kojem obično imamo obroke. Čikove su gasili i u spavaćim sobama, po podu, po društvenim igrama”, kaže Barbara Riman Plazibat, vlasnica kuće. To je svih najviše uznemirilo. Ne to što su migranti ušli u kuće, najvjerojatnije da se sklone od nevremena, već način na koji su se u njima ponašali.” (rtl.hr, 1.II.2018.)

“Evo, pogledajte koliko ima praznih boca piva. Unutra su ležali i opijali se. A što je najgore, u toj istoj sobi gdje su spavali vršili su nuždu – govori nam Vera.” (slobodnadalmacija.hr, 17.II.2018.)

“Očajna Mirna pali prljavi veš i odjeću koju su migranti i ostavili nakon provale. Gore i deke koje su neznanci koristili. Ukrali su joj odjeću, cipele i putne torbe, razbili dvoje vrata, ormar, ali puno više, kaže, bole poderane slike djece s pričesti i slomljeni križ. ‘Od mene više pomoći nema’.” (rtl.hr, 5.5.2019)

“Migranti ne iskazuju agresiju i ne želimo reći da su opasni, no nije uopće ugodno u šumama nacionalnog parka susresti takve skupine ljudi iz drugih zemalja potpuno kulturološki različitih od naše’, rekao je jedan od izvora za portal Riječanin.” (rtl.hr, 23.8.2018.)

“Kada odem u neki drugi grad, ponašam se kako se ponašaju ljudi u tome gradu, a za migrante naši zakoni ne vrijede, ponašaju se kao na Divljem zapadu, napadaju prolaznike, demoliraju izloge, krađu po trgovinama i nitko im ništa ne može – ogorčen je Asmir.” (večernji.hr, 19.8.2018.)

Van Gorp (2007) razlikuje uokvirivanje *od strane medija* i uokvirivanje *kroz medije*. Prvo se odnosi na okvire koje konstruiraju novinari prilikom reprezentacije događaja, dok se drugo odnosi na okvire koji nastaju kroz iskaze drugih društvenih aktera, u navedenim primjerima najčešće su to iskazi policije, lovaca, lokalnog stanovništva... Perfidni mehanizmi citiranja rasističkih komentara kao oblik “neutralnosti” medija

koji “samo” prenose što ljudi govore, prikriva uokvirivanje od strane medija, budući da oni vrlo selektivno odabiru određeni iskaz koji nipošto ne reprezentira ono opće. U tom smislu mediji zauzimaju ključnu ulogu u konstrukciji okvira koji usmjeravaju načine na koje interpretiramo zbilju te stoga snose i odgovornost za rasizam u medijima.

Umjesto zaključka

Analiza načina na koje profesionalni mediji u Hrvatskoj reprezentiraju migrante zorno pokazuju koliko je profesionalno novinarstvo, barem ono što se u normativnom smislu razumije kao takvo, u krizi. Eklatantna je međupovezanost dominantnih medija i struktura političke moći, što dakako, nije ništa novo. Mediji, umjesto da kritički propituju poteze vlasti uglavnom služe kao njezin portparol. Vidljivo je to kod zaokreta u izvještavanju koje je vrlo jasno slijedilo zaokret službene politike prema migrantskim pitanjima. Djelomično se ovo može objasniti time što se mediji u izvještavanju primarno oslanjaju na službene izvore kako kvantitativno (u smislu broja članaka koji prenose pozicije predstavnika vlasti) tako i kvalitativno (u smislu da se te pozicije uglavnom ne propituju), čime se nekritički podržava dominantna službena politika aktera na vlasti.

I dok je donekle razumljivo da će se pratiti rad aktera koji su dio institucionalne politike, s obzirom na to da je u normativnom temelju novinarske profesije da u ime javnosti vrše svojevrsan “nadzor” nad izabranim predstavnicima na vlasti (prema liberalnom normativnom modelu)⁵, to “praćenje” rada trebalo bi uključiti više od neobrađenih objavljivanja cijelih priopćenja (koja su rezultat odnosa s javnošću pojedinih institucija) ili izjava koje se navode u člancima, a koje se uglavnom ne propituju. Ta se strategija može povezivati sa strukturalnom vezom između medija i aktera na poziciji moći, ali i s načinima medijske proizvodnje u kojoj se, u svakodnevnom rutiniranom ruhu ponavljaju ustaljene prakse.

5 Vidi Popović i Rodik (2021).

Kako tumačiti biološki i kulturni rasizam koje mediji perpetuiraju u izvještavanjima o migrantima? Ovdje, kao što ističu Balibar i Wallerstein (1991), nije samo riječ o strahu ili preziru prema drugoj skupini definiranoj setom kriterija, već se radi o važnoj ponašajnoj konzekvenci odbacivanja barbar-skog iz fizičkog lokusa zajednice i stvaranje "čistog" okruženja, što je dio institucionalnih procesa koji su započeli raspadom Jugoslavije, ratom i uspostavom samostalne države. Proizvedene razlike između "nas" i "njih" prikazuju se kao determinirane i nepromjenjive – kao razlike utemeljene u prirodi (Balibar i Wallerstein, 1991).

Medijski se tekstovi strukturiraju, sekvencijalno organiziraju i narativiziraju strateški, shodno uređivačkoj politici medija, stoga bi razne oblike isključivosti prema migrantima, rasizam i rodne stereotipizacije više mogli očekivati u medijima konzervativne ideološke orijentacije. No, analiza je pokazala da rasističke konstrukcije možemo pronaći u svim srednjestrujaškim medijima. Iako su one češće u konzervativno orijentiranim medijima (Večernji list, 24sata), u odnosu na neke liberalne (index.hr, tportal, dnevnik.hr, jutarnji.hr), to nipošto ne možemo uzeti kao jednoznačno pravilo.

Naime, portali poput slobodnadalmacija.hr, net.hr te rtl.hr obiluju rasističkim konstrukcijama, što upućuje na to da je ideološka orijentacija medija kao dio uređivačke politike sekundarna u odnosu na profitnu logiku koja usmjerava medijsku proizvodnju prema beskrupuloznim senzacionalističkim konstrukcijama. Pritom se napušta bilo kakva koherentna politička uređivačka logika, a napuštaju se očigledno i etička načela struke.

Pored uređivačke politike, medijski se tekstovi proizvode i neosviješteno – na temelju kulturnih repertoara, individualnih svjetonazora, profesionalnih rutina te organizacijskih struktura. I ovdje nalazi istraživanja odražavaju društvene procese retradicionalizacije društva kojemu možemo naći ishodište u promjenama društvenog uređenja

1990-ih godina i praksama različitih društvenih institucija koje obilježava rast nacionalizma i konzervativizma, kao i legitimacija fašizma.

Naglasimo još jednom da su mediji, kroz reprezentacije društvene zbilje, konstitutivni za polje gdje se fragmenti ideologije artikuliraju, transformiraju i elaboriraju (Hall, 2003). Dakle, oni u sinergiji s vladajućim strukturama moći igraju ključnu ulogu u legitimaciji i (re)strukturiranju ovdje naznačenih političkih, ekonomskih, kulturnih i društvenih konstelacija.

Reference:

- Balibar, E. i Wallerstein, I. (1991). *Race, Nation, Class. Ambiguous Identities*. London: Verso.
- Hall, S. (2003). The Whites of Their Eyes: Racist Ideologies and the Media. U: G. Dines i J. Humez (ur.), *Gender, Race, and Class in Media* (89-93). Thousand Oaks: Sage.
- Chamayou, G. (2012). *Manhunts. A Philosophical History*. Princeton: Princeton University Press.
- Hameršak M. i Pleše I. (2017). Zarobljeni u kretanju: O hrvatskoj dionici balkanskog koridora. U: Bužinkić E. i Hameršak M. (ur.). *Kamp, koridor, granica: studije izbjeglištva u suvremenom hrvatskom kontekstu*: 9-39. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, Centar za mirovne studije i Fakultet političkih znanosti – CEDIM.
- Kardov, K. i Popović, H. (2025). Kinegetička moć i mediji. Lovački diskurs u medijskim izvještajima o iregulariziranim migrantima. *Socijalna ekologija*, 34(1) (u postupku objavljivanja).
- Popović, H., Kardov, K. i Župarić-Iljić, D. (2022a). *Medijske reprezentacije migracija: Diskurzivne konstrukcije migranata, izbjeglica i tražitelja azila u hrvatskim medijima*. Zagreb: Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Vlade RH.
- Popović, H., Župarić-Iljić, D. i Kardov, K. (2022b). "Nas nitko niš' ni' pital": Medijske reprezentacije slučaja pokušaja uspostave prihvatilišta za tražitelje azila kod Petrinje. *Revija za sociologiju*, 52(2): 153-181.
- Popović, H. i Rodik, P. (2021). Novinarstvo i politika: novinari o komunikacijskim praksama s političkim akterima. *CM-Communication and Media*, 16(1): 27-52.
- Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication* 57 (2007): 60-78.

Marija

Krstanović

Prema

složenijim

narativima:

Migracije izvan

stereotipa

Medijsko izvještavanje o migrantima i izbjeglicama u hrvatskom kontekstu, kako pokazuje analiza Helene Popović, često se temelji na površnom oslanjanju na službene izvore, senzacionalizmu te ponavljanju rasističkih i rodno stereotipnih narativa. Umjesto da pruže višedimenzionalan pristup koji uključuje glasove migranata i smješta njihova iskustva u širi društveni i politički kontekst, mediji nerijetko nude pojednostavljene i iskrivljene prikaze koji učvršćuju postojeće stereotipe i dominantne stavove.

Odgovorno izvještavanje o migracijama, iako dio profesionalnih i etičkih standarda, u hrvatskoj medijskoj praksi i dalje ostaje na margini. Uz senzacionalizam i nedostatak konteksta, analize ukazuju i na strukturne prepreke – manjak kapaciteta u redakcijama, izostanak političke volje za unapređenje medijske sfere te dominaciju tržišnih logika koje potiču klikabilnost umjesto kvalitete. U takvom okruženju, migranti i izbjeglice u medijima se rijetko pojavljuju kao akteri sa stvarnim glasom, a još rjeđe su njihove priče smještene u širi društveni, pravni i politički kontekst.

Jedan od najtemeljitijih uvida u način na koji hrvatski mediji oblikuju migracijske narative donosi istraživanje *Medijske reprezentacije migracija: Diskurzivne konstrukcije migranata, izbjeglica i tražitelja azila u hrvatskim medijima* koje su 2022. godine proveli Helena Popović, Krno Kardov i Drago Župarić-Iljić. U njemu autori analiziraju ne samo obrasce izvještavanja – poput nekritičkog prenošenja službenih izvora i tendencioznog predstavljanja migranata kao prijetnje – već i šire uvjete u kojima novinari rade. Na temelju takve analize izrađene su i konkretne preporuke za unapređenje medijskog izvještavanja o migrantima i izbjeglicama, koje upućuju na potrebu za većom pažnjom prema izboru izvora, jeziku, pristupu temi i uključenosti samih migranata, ali i na nužnost dostupnosti pouzdanih resursa i kontinuirane edukacije novinara.

Preporuke proizašle iz istraživanja nastoje ponuditi smjer odgovornog izvještavanja koje neće dodatno stigma-

tizirati, već osnažiti javnu raspravu o migracijama. Autori naglašavaju potrebu za oslanjanjem na raznovrsne i vjerodostojne izvore, uključujući same migrante i stručnjake, kao i za izbjegavanjem prenaplašenih, kriminalizirajućih i stereotipnih prikaza. Posebno upozoravaju na praksu prenošenja izjava bez konteksta, što nerijetko rezultira nekritičkim širenjem političkih interpretacija i govora mržnje.

U sadržajnom smislu, preporuke potiču povezivanje individualnih iskustava migranata sa širim društvenim, ekonomskim i političkim okolnostima, kako bi se spriječilo pojednostavljivanje i depolitizacija migracijskih tema. U formi, to znači odmak od senzacionalističkih naslova, stereotipnih vizualnih prikaza i sezonskog “humanitarnog” izvještavanja. Ističe se i važnost dosljednog poštivanja etičkih normi – od zaštite identiteta do izbjegavanja jezika koji migracije prikazuje kao prijetnju ili prirodnu nepogodu.

Na institucionalnoj razini, preporuke prepoznaju potrebu za stvaranjem dostupnih izvora informacija i jačanjem edukacijskih kapaciteta za novinare. Jedan od prijedloga je izrada *web* platforme s temeljnim zakonodavnim, analitičkim i istraživačkim materijalima relevantnima za izvještavanje o migracijama, s ciljem da novinari i novinarka na jednom mjestu mogu pristupiti provjerenim, kontekstualiziranim i aktualnim podacima.

Iako takav sveobuhvatan resurs koji bi na jednome mjestu objedinio sve relevantne informacije za novinarsko izvještavanje o migracijama u hrvatskom kontekstu još ne postoji, pojedine inicijative pokazuju kako bi mogao izgledati. Jedan od primjera je e-ERIM – mreža pojmova europskog režima iregulariziranih migracija na periferiji EU, razvijena u okviru znanstveno-istraživačkog projekta “Europski režim iregulariziranih migracija na periferiji EU: od etnografije do pojmovnika”, pod vodstvom Instituta za etnologiju i folkloristiku. Za razliku od uobičajenih novinarskih alata, e-ERIM nudi problemski strukturiran i teorijski utemeljen uvid u ključne pojmove povezane s migracijama kroz tranzitni pro-

stor jugoistočne Europe, uključujući Srbiju, Bosnu i Hercegovinu, Hrvatsku i Sloveniju.

Platforma e-ERIM zamišljena je kao dugoročni, suradnički resurs koji se razvija u okviru znanstveno-istraživačkog rada i kontinuirano nadopunjuje novim uvidima i pojmovima. Nastaje u okviru projekta koji okuplja istraživače i istraživačice iz različitih disciplina – od etnologije i antropologije do sociologije i književnosti – koji kroz terenski rad i analizu doprinose oblikovanju sadržaja. Konceptciju platforme osmislili su Marijana Hameršak, Bojan Mucko, Mojca Piškor, Iva Pleše i Tea Škokić, a urednički je vode Marijana Hameršak, Iva Pleše i Tea Škokić. Stranica je pokrenuta 2022. godine i strukturirana tako da svaka natuknica donosi analitički i kontekstualiziran prikaz jednog pojma, aktera, mjesta ili fenomena.

Pojmovi su tematski i konceptualno povezani, a mogu se pretraživati abecedno, putem interaktivne karte te kroz mrežni prikaz odnosa među pojmovima. Svaka natuknica donosi tekstualno razrađeni prikaz pojma, često popraćen fotografijama ili videozapisima, a takva organizacija sadržaja omogućuje ne samo preglednost, već i dublje uranjanje u kompleksne fenomene povezane s migracijama. Pojmovi koji su u javnom diskursu često pojednostavljeni ili pogrešno interpretirani, na platformi dobivaju višeslojnu analizu.

Uzmimo za primjer pojam *gejm*, koji Helena Popović u svojoj analizi prepoznaje kao dio procesa animalizacije migranata, pri čemu se izbjeglice prikazuju kao lovina, a granične službe kao lovci. U e-ERIM pojmovniku, *gejm* se obrađuje kao puno složeniji fenomen čije značenje ne proizlazi samo iz medijskih ili sigurnosnih diskursa, već i iz iskustava samih ljudi u pokretu.¹ Pojam se koristi među izbjeglicama, krijumčarima, volonterima i novinarima, a njegova upotreba upućuje na šire sociološke i političke implikacije.

1 Mucko, Bojan, Iva Pleše i Tea Škokić. 2022. "Gejm". 29. 12. 2022. e-ERIM: mreža pojmova europskog režima iregulariziranih migracija na periferiji EU, <https://e-erim.ief.hr/pojam/p-gejm-p-2307ccc9-f8c2-44b8-a3e1-609ccc46f44c?locale=hr> (ISSN 2991-8065)

Natuknica pokazuje kako taj kolokvijalni izraz istovremeno oslikava brutalnost migracijskog iskustva i mehanizme kojima ga ljudi u pokretu pokušavaju pojmovno obraditi, normalizirati i preživjeti. Prikazi iz njihove perspektive kompliciraju sliku – *gejm* označava ponavljanje, upornost, vjeru u ishod. Kako kaže jedan sugovornik: “Ako netko igra igru i uvijek gubi, neće izbrisati aplikaciju – pokušavat će ponovno, sve dok ne pobijedi.” Ta stilizacija nije tek metafora, već obuhvaća kompleksnu logistiku, planiranje, navigaciju, improvizaciju i kolektivno znanje, koje autori povezuju s pojmom prostorne taktike. U tom smislu, *gejm* nije samo simptom nasilja režima granica, već i izraz otpornosti i pokušaja da se zadrži kontrola nad vlastitim kretanjem u iznimno nesigurnim uvjetima.

Ovaj primjer razotkriva kako medijski diskurs pojednostavljuje i iskrivljuje kompleksnu stvarnost migracijskog iskustva. Sličnu tendenciju pokazuje i način na koji se prikazuje rodna dimenzija, na što upozorava Popović. U novinskim narativima žene su često predstavljene kao pasivne, bez glasa i moći da utječu na vlastitu sudbinu, izdvojene iz političkog i društvenog konteksta. Time se učvršćuju rodni stereotipi i održava binarna slika migracija – muškarac kao nositelj prijetnje, žena kao simbol ranjivosti.

U e-ERIM pojmovniku, natuknica *Rodna dimenzija izbjeglištva* razrađuje ovu temu iz drugačije, etnografske i feminističke perspektive.² Umjesto da rodnu ranjivost uzima zdravo za gotovo, tekst istražuje kako rod oblikuje izbjegličko iskustvo, ali i kako samo migracijsko kretanje preoblikuje rodne uloge, odnose i identitete. Poseban fokus stavlja se na svakodnevne odluke i strategije žena u pokretu – od načina preživljavanja u kampovima, preko odnosa unutar obitelji, do mogućnosti za redefiniranje društvenih uloga u novim

2 Škokić, Tea. 2022. “Rodna dimenzija izbjeglištva”. 5. 3. 2022. e-ERIM: mreža pojmova europskog režima iregulariziranih migracija na periferiji EU, <https://e-erim.ief.hr/pojam/p-strong-rodna-dimenzija-prisilnih-migracija-strong-p?locale=hr> (ISSN 2991-8065)

okolnostima. Ovakav pristup nadilazi generalizirajuće prikaze i omogućuje složenije razumijevanje iskustava žena izbjeglica, uključujući i njihove želje, ciljeve i promjene koje izbjegličko stanje može potaknuti. U skladu s feminističkom i intersekcijskom analizom, natuknica se ne zaustavlja na rodu, već uključuje i druge faktore poput klase, rase i dobi, koji zajednički oblikuju poziciju osoba u pokretu.

Pomicanje perspektive – s dominantnih institucionalnih i medijskih narativa prema uvidima koji proizlaze iz iskustava ljudi u pokretu – ključno je za razumijevanje i prikazivanje složenosti migracijskih procesa. Takav pristup omogućuje propitivanje stereotipa, otvara prostor za glasove koji su inače marginalizirani te potiče odgovornije, preciznije i humanije izvještavanje i djelovanje. Platforma e-ERIM, oslonjena na etnografski rad i teorijski okvir, nudi alate za takvo promišljanje migracija, nudeći pojmovne razrade koje kompliciraju pojednostavljene slike i razotkrivaju strukture moći koje oblikuju svakodnevicu ljudi u pokretu.

Dostupna na hrvatskom, srpskom, slovenskom te engleskom jeziku, namijenjena je ne samo akademskoj zajednici, već i novinarima, aktivistkinjama i svima onima koji žele steći dublji uvid u stvarnost i izazove migracija u ovom dijelu Europe.

Reference:

e-ERIM, Mreža pojmova europskog režima iregulariziranih migracija na periferiji EU, Institut za etnologiju i folkloristiku. Dostupno na: <https://eerim.ief.hr/>

Popović, H., Kardov, K., Župarić-Iljić, D. (2022). *Preporuke za medijsko izvještavanje o migrantima i izbjeglicama*. Zagreb: Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Vlade RH. Dostupno na: <https://pravamanjina.gov.hr/UserDocsImages//dokumenti//Preporuke%20za%20medijsko%20izvještavanje%20o%20migrantima%20i%20izbjeglicama.pdf>

Vlado Vince

MechaHitler i

Isus od škampa:

Platforme,

politika i AI

Stanje na društvenim mrežama u 2025. gotovo je neprepoznatljivo u usporedbi s onim prije 2020. godine. Dok se o regulaciji društvenih mreža u zapadnim demokracijama počelo ozbiljno govoriti nakon američkih izbora 2016. i skandala Cambridge Analytica, prvi značajni zakonodavni koraci poput Digital Services Acta (DSA) u EU i Online Safety Acta u UK doneseni su tek u posljednjih nekoliko godina, a pitanje učinkovitog suzbijanja dezinformacija na mrežama i dalje ostaje otvoreno. DSA prvi put na razini EU omogućuje mehanizam sankcioniranja tehnoloških kompanija u slučaju kršenja pravila o distribuciji ilegalnog sadržaja i dezinformacija, te drugih zakonskih obaveza poput pravila o transparentnosti i praksama manipulativnog dizajna. Iako pruža vrlo detaljan zakonodavni okvir za sankcioniranje prekršitelja, njegovo provođenje ipak ovisi o kapacitetu Europske komisije da uđe u direktni sukob s velikim tehnološkim kompanijama.

S druge strane Atlantika, nedavni primjer pokušaja regulacije društvenih mreža je američki zakon o zabrani TikToka koji je neslavno završio u limbu i još uvijek se ne primjenjuje. Zakon je izglasan još za vrijeme Bidenove administracije, a trebao je natjerati kineski ByteDance da proda TikTok američkom vlasniku. Nominalni cilj zakona bio je spriječiti prikupljanje osobnih podataka 170 milijuna američkih korisnika zbog prijetnji nacionalnoj sigurnosti. Međutim, provedba zakona ovisi o suglasnosti kineske vlade za prodaju američkom vlasniku, što dovodi do direktnog konflikta dviju globalnih sila oko kontrole nad tom društvenom mrežom. Nakon inauguracije, američki predsjednik Trump odgodio je provođenje zakona izvršnom odredbom koja je već tri puta produljena. Tekuća odgoda vrijedi do rujna 2025.

Stanje s društvenim mrežama u 2025. nemoguće je odvojiti od stanja demokratskih institucija i vladavine prava, prvenstveno u Sjedinjenim Američkim Državama, ali i u ostatku zapadnih demokracija. Društvene mreže, odnosno tehnološke kompanije koje njima upravljaju, posljednjih nekoliko godina postaju poprište ključnih globalnih političkih i

ekonomskih sukoba, a od 2022. i pojave ChatGPT-a preko njih se distribuiraju i sadržaji nastali uz pomoć velikih jezičnih modela (*large language model*, LLM) i generativne AI tehnologije (tehnologije umjetne inteligencije sposobne za stvaranje teksta, slike ili zvuka).

S obzirom na opseg događanja na različitim društvenim mrežama posljednjih nekoliko godina, u ovom ćemo se tekstu ograničiti na dvije – Facebook i X . Na primjeru tih dviju mreža ćemo pokazati kako su se njihovi prioriteti i algoritmi mijenjali, te kako te promjene korespondiraju s pojačanom cirkulacijom dezinformacija i manipulativnog sadržaja. Trendovi koje pritom opisujemo prisutni su i na drugim mrežama poput Instagrama i TikToka.

Od društvene mreže do generatora kaosa

Počnimo s Facebookom, daleko najstarijom među društvenim mrežama koje su još uvijek u širokoj upotrebi. Prema istraživanju Katherine Schaeffer (2024), iako je Facebook i dalje najraširenija društvena mreža u Sjedinjenim Državama, njegovi korisnici su sve stariji. Najveći udio korisnika je danas u dobnoj skupini od 30 do 49 godina, među kojima 75 % barem povremeno koristi tu mrežu. Međutim, navike korištenja drastično su drugačije u odnosu na one prije 20 godina. Dok je Facebook u početku služio ponajprije mladima kao komunikacijsko sredstvo za dogovaranje izlazaka, druženja i dijeljenje fotografija iz privatnog života, Facebook 2025. teško je definirati zbog niza različitih funkcionalnosti – *Messenger* (aplikacija za slanje poruka i video pozive), *Marketplace* (platforma za prodaju), *Pages* (stranice) i *Groups* (platforma najbližnja internetskom forumu) samo su neke od funkcija zbog kojih korisnici i dalje gravitiraju ovoj, danas već ostarjeloj, društvenoj mreži.

Najproblematičnija funkcija u kontekstu širenja dezinformacija je i dalje *Feed* (originalno *News Feed*), jedna od najstarijih Facebookovih funkcija, pokrenuta davne 2006. godine, koja odlučuje što će korisnici vidjeti kad otvore početnu

stranicu Facebooka. *Feed* je u početku korisnicima pokazivao što njihovi prijatelji rade, koje fotografije postavljaju na mrežu i sl. S vremenom se fokus sve više pomicao prema vijestima i objavama službenih stranica. Početkom 2010-ih se radilo o legitimnim izvorima – novinama, televiziji, *news* portalima, no Facebookova taktika manipulacije formatom sadržaja već je tada počela utjecati na distribuciju vijesti. Facebook je sve više prioritzirao sadržaj koji bi korisnike zadržao na njihovoj platformi i ograničavao dijeljenje linkova. Sredinom 2010-ih prioritizacija video sadržaja na ovoj mreži radikalno je transformirala novinske redakcije koje su stihijski investirale ogromna sredstva u produkciju videa kako bi se bolje pozicionirali na Facebooku, nauštrub drugih odjela poput istraživačkog novinarstva.

Godine 2025. *Feed*om dominiraju sumnjivi izvori informacija – od objava u grupama koje su sve češće izvorišta teorija zavjere, do stranica (*Pages*) koje masovno generiraju i šire senzacionalističke dezinformacije i manipulativne sadržaje radi monetizacije. Upravo je pandemijska 2020. bila ključna za masovni rast količine dezinformacija na Facebooku, što smo mogli vidjeti i u Hrvatskoj. Istraživanje Debunka iz 2022. pronašlo je više od 1330 Facebook grupa na prostoru Balkana koje šire dezinformacije o Rusiji, NATO-u, LGBTQIA+ osobama i koronavirusu.¹ No čak i te masovne dezinformacijske mreže iz perioda prije 2022. pokazuju se kao zastarjele s obzirom na radikalni rast AI generiranog sadržaja koji sve više preuzima primat na Facebooku.

Povrh samog razvoja i popularizacije alata poput Chat GPT-a, dvije stvari su pritom ključne – prva je odluka Mete da nakon pobjede Donalda Trumpa na izborima 2024. ukine suradnju s nezavisnim *fact-checkerima*, a druga je njihova poslovna strategija usmjerena na popularizaciju vlastitih AI alata u svim proizvodima, od Facebooka, Instagrama do WhatsAppa. Ovaj tekst se ne bavi kompleksnošću i širim utjecajem AI tehnologije, ali za razumijevanje efekata tih alata na

1 Vidi Ognjenović i Vukčević (2022).

društvene mreže poput Facebooka važno je razumijeti ekonomski pritisak koji vlada u tehnološkom sektoru da se ti alati šire i postanu ključni za funkcioniranje ne samo njihovih proizvoda, već i čitave globalne ekonomije.

Otkako je Open AI izbacio ChatGPT 2022., sve velike tehnološke kompanije investiraju enormna sredstva u vlastite AI alate kako bi pokazale investitorima da su spremne preuzeti vodstvo u toj novoj tehnološkoj revoluciji. Odnos između uloženog i stvarnih rezultata tu je manje bitan. Poput *tech* kompanija 2010-ih – Ubera, Airbnb-a, WeWork-a – niti jedna AI kompanija u koje se danas ulažu milijarde nije profitabilna, ali investitori ulažu enormna sredstva u nadi da će jedna od njih pobijediti i vratiti im uloženo. Facebook je tako počeo aktivno promovirati AI generiran sadržaj u svome *Feedu*, isto kao što je prije desetak godina “gurao” video.

Za sad je to dovelo do iznimno bizarnih i grotesknih situacija, poput širenja sadržaja kao što je “shrimp Jesus”, serije AI generiranih slika Isusa sastavljanog od gomile škampa. Takve slike se šire *spam* stranicama na Facebooku i često imaju na stotine komentara korisnika. Istraživanje medijske platforme 404 media pokazalo je da se radi o monetizaciji Facebookove promocije AI sadržaja – te objave sadrže poveznice na stranice prepune Google AdSense reklama, na koje klikaju naivni korisnici željni bizarnih slika Isusa.² S obzirom na tisuće objava i milijune reakcija, grupe povezane s takvim kampanjama zarađuju ozbiljan novac manipulacijama AI sadržajem.

Monetizacija nije jedini problem ovog fenomena. Kompanije poput Mete agresivnim forsiranjem AI sadržaja korisnicima koji nisu navikli razlikovati stvarno od generiranog postepeno brišu granicu između stvarnog i nestvarnog. I dok je *shrimp Jesus* bizaran, ali relativno bezazlen fenomen sam po sebi, manipulativan AI sadržaj je postao rutinski propagandni alat u globalnim sukobima, uključujući i ratove u Ukrajini i Gazi. S obzirom na novu politiku Mete koja je odu-

2 Vidi Koebler (2024).

stala od nezavisnih *fact-checkera* na Facebooku i Instagramu, procjena točnosti informacija sada pada na same korisnike i volontere koji drugim korisnicima moraju objašnjavati da se ne radi o vjerodostojnim sadržajima. Koliko je taj model edukacije (ne)uspješan nažalost možemo vidjeti kroz primjer stotina milijuna interakcija s AI-generiranim sadržajem na Facebooku, koje su u svojem istraživanju iz 2024. godine analizirali Renee DiResta i Josh A. Goldstein.

Muskova informacijska distopija

Iako Isus-škamp možda zvuči kao vrhunac apsurdna 2020-ih, situacija na X-u (bivšem Twitteru) je daleko kaotičnija. Otkako je Elon Musk preuzeo Twitter 2022., mreža je postala personifikacija najbogatijeg čovjeka na svijetu koji se nakon kupnje izravno uključio u američku političku sferu – najprije investicijom od 288 milijuna dolara koje je donirao Trumpovoj predsjedničkoj kampanji,³ a potom kroz tzv. DOGE, grupaciju u koju je regrutirao vojsku stažista i zaposlenika svojih kompanija, uključujući i X, s ciljem dekonstruiranja ključnih birokratskih funkcija američke savezne vlade. Nakon čistki u kojima su tisuće zaposlenika dobile otkaze, a neke ključne agencije poput USAID-a u potpunosti ugašene, Musk najavljuje da će njihove funkcije preuzeti AI. Preciznije, želi da taj AI, koji bi trebao obavljati birokratske funkcije jedne države, bude upravo “njegov” AI s X-a – Grok.

Grok se na X-u pojavio kao *bot* krajem 2023. U početku je bio dostupan samo *premium* korisnicima, a do 2025. je postao dostupan svima. Rane verzije Groka često su davale odgovore koje su konzervativni korisnici X-a označavali kao “woke ideologiju”. Početkom lipnja 2025. Musk se ozbiljnije zainteresirao za taj “problem” nakon što je Grok korisnicima dao točne odgovore o terorističkim napadima koje su izveli desni ekstremisti, citirajući službene američke izvore.⁴ To je rezultiralo ažuriranjem Grokovog koda, u kojem je AI popri-

3 Vidi Thadani, Morse i Reston (2025).

4 Vidi Klee (2025).

mio antisemitske obrasce, sam sebe nazivajući “Mecha-Hitlerom” te reproducirajući sadržaje temeljene na Muskovim vlastitim objavama.⁵ Nakon nekoliko sati divljanja tokom kojih je Grok slavio Hitlera i širio antisemitske teorije, ta verzija je ugašena, ali ovaj skandal bez presedana je prošao bez ikakvih sankcija od strane država i organizacija poput EU-a, koje su prethodnih godina isticale regulaciju društvenih mreža i umjetne inteligencije te naglašavale borbu protiv antisemitizma. Jedva tjedan dana nakon tog incidenta, Musk je najavio ugovor vrijedan 200 milijuna dolara s američkim Ministarstvom obrane kojem će Grok pružati AI usluge.

Što nam ostaje?

Ovi primjeri tek su djelić slike koja opisuje stanje na ove dvije društvene mreže sredinom 2020-ih. Facebook i bivši Twitter, društvene mreže koje su na sceni preko dvadeset godina, postale su personifikacijama svojih vlasnika koji ih oblikuju po uzoru na sebe i koriste algoritme i nove AI tehnologije kako bi promovirali vlastite interese. Gdje su u svemu tome sami korisnici? Iz primjera Isus-škampa na Facebooku vidimo da je korisnicima sve teže razlikovati stvarno od nestvarnog, a sve je veći broj *botova* koji se također teško razlikuju od stvarnih ljudi.

Pokret ka decentraliziranim društvenim mrežama koji je dobio zamah 2022. nakon prodaje Twittera je također usporio. Mastodon, najuspješniji decentralizirani protokol, nije se uspio probiti van niše IT stručnjaka, a najpoznatija Mastodon instanca je Truth Social, društvena mreža Donalda Trumpa. Bluesky se nametnuo kao alternativa za liberale i one koji naginju lijevo, ali se zasad ne može usporediti s Twitterom prije prodaje. Bluesky mreža nije razvila svoj decentralizirani protokol, ali zato minimalno koristi algoritme kako bi rangirala postove, te nudi korisnicima pomalo anahrono iskustvo gdje se postovi rangiraju kronološki. Instagram i TikTok postali su marketinški najunosnije mreže kojima do-

5 Vidi O'Brien (2025).

miniraju sponzorirani *postovi* i *web shopovi*, ali zbog specifičnosti formata kratkih videa trebalo bi im posvetiti poseban tekst.

Mogu li se korisnici društvenih mreža “spasiti” od ogromne količine dezinformacija koje istovremeno šire i ljudi i AI *botovi*? Iz zakonodavne perspektive, regulative poput DSA pružaju okvir za sankcije tako da Europska komisija trenutno provodi istrage protiv X-a, Facebooka, Instagrama i Tik-Toka.⁶ Međutim, zbog neujednačenih kapaciteta državnih tijela s jedne strane i velikih tehnoloških kompanija s druge, prakse i algoritmi društvenih mreža mogu se tijekom trajanja istraga više puta izmijeniti. Trenutna istraga Komisije protiv X-a zbog kršenja DSA traje već skoro dvije godine, a vidjeli smo da su se manipulativne prakse na toj mreži značajno pogoršale od 2023. Stoga pri svakom korištenju društvenih mreža preuzimamo rizik da ćemo naići na nekog Isusa-škampa ili MechaHitlera.

6 Vidi Kroet (2025).

Reference:

- DiResta, R. and Goldstein, J.A. (2024). *How spammers, scammers and creators leverage AI-generated images on Facebook for audience growth*. Stanford: Cyber Policy Center. Dostupno na: <https://cyber.fsi.stanford.edu/news/ai-spam-accounts-build-followers>
- Klee, M. (2025). *Musk says Grok will be fixed after it tells the truth about right-wing terrorism*. Rolling Stone. Dostupno na: <https://www.rollingstone.com/culture/culture-news/elon-musk-grok-right-wing-terrorism-fail-1235367661/>
- Koebler, J. (2024). *Facebook's Shrimp Jesus, Explained*. 404 Media. Dostupno na: <https://www.404media.co/email/1cdf7620-2e2f-4450-9cd9-e041f4foc27f/>
- Kroet, C. (2025). *EU Commission ramping up digital platform enforcement*. Euronews. Dostupno na: <https://www.euronews.com/next/2025/04/14/eu-commission-ramping-up-digital-platform-enforcement>
- O'Brien, M. (2025). *Musk's latest Grok chatbot searches for billionaire mogul's views before answering questions*. Associated Press. Dostupno na: <https://apnews.com/article/grok-4-elon-musk-xai-colossus-14d575fb490c2b679ed311a1c83f857>
- Ognjenović, R. i Vukčević, D. (2022). *Otkriveno više od 1 330 FB grupa i stranica koje šire dezinformacije na prostoru Balkana*. Debunk. Dostupno na: <https://www.debunk.org/sr/otkriveno-vise-od-1-330-fb-grupa-i-stranica-koje-sire-dezinformacije-na-prostoru-balkana>
- Schaeffer, K. (2024). *5 facts about how Americans use Facebook, two decades after its launch*. Pew Research Center. Dostupno na: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/02/02/5-facts-about-how-americans-use-facebook-two-decades-after-its-launch/>
- Thadani, T., Morse, C. E. i Reston, M. (2025). *Elon Musk donated \$288 million in 2024 election, final tally shows*. The Washington Post. Dostupno na: <https://www.washingtonpost.com/politics/2025/01/31/elon-musk-trump-donor-2024-election/>

Autori

Paško Bilić je viši znanstveni suradnik na Institutu za razvoj i međunarodne odnose u Zagrebu, gdje vodi Centar za sociologiju medija i digitalno društvo. Autor je i suautor knjiga iz područja sociologije medija i političke ekonomije digitalnih platformi, među kojima su *The Political Economy of Digital Monopolies* (Bristol University Press, 2021) i *Sociologija medija* (Jesenski i Turk, 2020). Doktorirao je sociologiju na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu (2013), a od 2015. vodi hrvatski tim projekta Media Pluralism Monitor. Njegovi istraživački interesi uključuju online suradničke kulture te političke i ekonomske dimenzije digitalnih monopola.

Matko Vlahović je diplomirao filozofiju na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, završio Školu ljudskih prava Centra za mirovne studije. Autorski surađivao s više tiskanih i *online* medija u kulturi. S Goethe Institutom surađivao na višegodišnjem projektu EthicAI=Artificial Intelligence and Ethics. Od 2021. do 2024. radio je kao novinar i urednik na portalu Kulturpunkt.hr.

Jelena Berković je koordinatorica za zagovaranje i javne politike u udruzi Faktograf. Radila je kao izvršna direktorica Gongga od 2015. godine, kada je Faktograf.hr pokrenut, do 2020. godine. Prethodno je radila kao novinarka i urednica na Radiju 101 te autorica u drugim medijima. Diplomirala je novinarstvo na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu i magistrirala Globalne politike na London School of Economics and Political Science. Bila je suosnivačica Zbora istraživačkih novinara Hrvatskog novinarskog društva, a 2001. dobila je HND-ovu nagradu Marija Jurić Zagorka za radijsko novinarstvo.

Petar Vidov je glavni urednik Klimatskog portala. Bio je glavni urednik portala Faktograf.hr od njegovog pokretanja 2015. godine do listopada 2023. godine. Od 2006. do 2015. godine radio je kao novinar i urednik na portalu Index.hr. Suradivao je s tjednikom Novosti i neprofitnim internetskim portalom Lupiga.com. Član je Zbora istraživačkih novinara Hrvatskog novinarskog društva (HND). Autor je publicističke knjige *Opasne priče* i koautor istraživačke studije *Zarobljavanje plinom*.

Dario Pavičić magistrirao je filozofiju i sociologiju na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu 2024. godine. Godine 2021. završio je Kulturpunktovu novinarsku školicu, nakon čega kontinuirano surađuje s portalom gdje prati teme iz medijskog sektora, kulturnih i medijskih politika te društvene učinke novih tehnologija. Radi kao nastavnik sociologije u Zagrebu.

Jelena Prtorić je nezavisna novinarka sa sjedištem u Berlinu, koja piše na engleskom, francuskom i hrvatskom jeziku. U svom radu primarno se bavi temama okoliša, migracija i ljudskih prava, često u sklopu istraživačkih, prekograničnih projekata. Od 2020. surađuje s neprofitnom organizacijom Arena for Journalism in Europe, koja podržava istraživačko i data novinarstvo diljem Europe i šire, gdje organizira Dataharvest konferenciju o istraživačkom i data novinarstvu te sudjeluje u istraživanjima u okviru Climate Arena mreže.

Lara Marković je apsolvantica komparativne književnosti i fonetike pri Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Volontirala je u Centru za dokumentiranje nezavisne kulture, 2024. godine završila edukativni program Kultivisit u organizaciji Operacije grad, a 2025. godine završila je Kulturpunktovu novinarsku školicu i stažirala u redakciji portala.

Tijana Cvjetičanin je programska direktorica udruženja građana i građanki Zašto ne iz Sarajeva. Više od deset godina bavi se fact-checkingom te je učestvovala u kreiranju i vođenju pionirskih projekata u BiH – Istinomjera (2010) i Raskrinkavanja (2017). Vodila je i međunarodni projekat FemFacts (2018–2019), posvećen analizi medijskog izvještavanja o ženama, a od 2019. članica je Savjetodavnog odbora Međunarodne mreže za provjeru činjenica (IFCN). Autorica je i koautorica radova o političkoj odgovornosti, analizi medija i diskursa, medijskim slobodama, pismenosti i EU integracijama BiH.

Sara Gurdulić je absolventica nederlandistike i bibliotekarstva pri Filozofskom fakultetu u Zagrebu. U Centru za dokumentiranje nezavisne kulture volontira 2021. godine, a potom nastavlja surađivati s književnim klubom Booksa gdje 2022. radi kao asistentica u produkciji javnih programa. Godine 2021. upisuje Kulturpunktovu novinarsku školicu, a od 2023. surađuje s portalom Kulturpunkt.hr kao novinarka.

Helena Popović je izvanredna profesorica na Odsjeku za sociologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, gdje vodi Katedru za sociologiju kulture i predaje kolegije iz područja sociologije medija, kulture i kvalitativnih istraživačkih metoda. Doktorirala je komunikologiju na Fakulteti za društvene vede Sveučilišta u Ljubljani (2011), a znanstveno se usavršavala na sveučilištima u Berlinu, Budimpešti, Londonu i Philadelphiji. Vodila je niz istraživačkih projekata o novinarskoj profesiji, medijskim politikama i integraciji migranata, te objavila tridesetak znanstvenih radova o ulozi medija u demokratskim sustavima, medijskim publikama, popularnoj kulturi i rodu.

Marija Krstanović je magistrica komparativne književnosti i knjižničarstva, voditeljica Društveno-kulturnog centra MaMa, prostora Multimedijalnog instituta. Područje njezina interesa su umjetničke prakse s naglaskom na filmsku kritiku, te kulturno-političke prakse s naglaskom na položaj socijalno ugroženih skupina.

Vlado Vince diplomirao je povijest umjetnosti na Reed Collegeu u Portlandu, Oregon. Iskusan je tehnolog s više od deset godina rada u kulturnoj administraciji, a u svom pisanju istražuje sjecišta tehnologije, umjetnosti i politike.

NAKLADNIK: Kurziv – Platforma za pitanja kulture, medija i društva
Ulica baruna Trenka II,
HR-10000 Zagreb
+385 1 78 98 732
kurziv.platforma@gmail.com,
kurziv.kulturpunkt.hr

AUTORI: Jelena Berković, Paško Bilić, Tijana Cvjetičanin,
Sara Gurdulić, Marija Krstanović, Lara
Marković, Dario Pavičić, Helena Popović, Jelena
Prtorić, Petar Vidov, Vladimir Vince, Matko
Vlahović.

UREDNICIA: Ivana Pejić

OBLIKOVANJE: Dejan Dragosavac Ruta

PISMA: Brioni (Nikola Gjurek)
Chairman Faux Mono (Nikola Gjurek)

Zagreb, lipanj 2025.

ISBN 9789538378034

CIP zapis je dostupan u računalnome katalogu
Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu
pod brojem 001280268.

Publikacija je nastala u okviru projekta Odgovorno novinarstvo: uspostava provjere činjenica kao standarda dobre prakse koji provode tri medija zajednice – Radio Rojc (Savez udruga Rojca), VoxFeminae.net (K-zona) i Kulturpunkt.hr (Platforma za pitanja kulture, medija i društva).

Projekt se financira bespovratnim sredstvima Mehanizma za oporavak i otpornost – NextGenerationEU, koja je dodijelila Agencija za elektroničke medije.

Stavovi i mišljenja izneseni u publikaciji isključiva su odgovornost autora i ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije, Europske komisije niti Agencije za elektroničke medije. Europska unija, Europska komisija i Agencija za elektroničke medije ne mogu se smatrati odgovornima za njihov sadržaj.

**odgovorno
novinarstvo**


Kulturpunkt.hr

VOX
FEMINAE

RADIO ROJC
87,7FM

 **Financira**
Europska unija
NextGenerationEU

 **AGENCIJA ZA
ELEKTRONIČKE
MEDIJE**

