

Kako se nositi s dezinformacijama?

Javne politike EU



dr. sc. Iva Nenadić, *Fakultet političkih znanosti i
Europski observatorij digitalnih medija*

studeni, 2021.

Sadržaj

1

DEZINFORMACIJE – što su i koliki su zapravo problem?

2

EU politike protiv dezinformacija – na čemu se temelje, od čega se sastoje i u kojem smjeru se razvijaju?

3

EU politike – između poželjnog i mogućeg

4

Sloboda izražavanja kao temeljno pravo – medijska pismenost kao ključna vještina

Dezinformacije – sve samo ne jednostavan fenomen

Akteri

Platforme

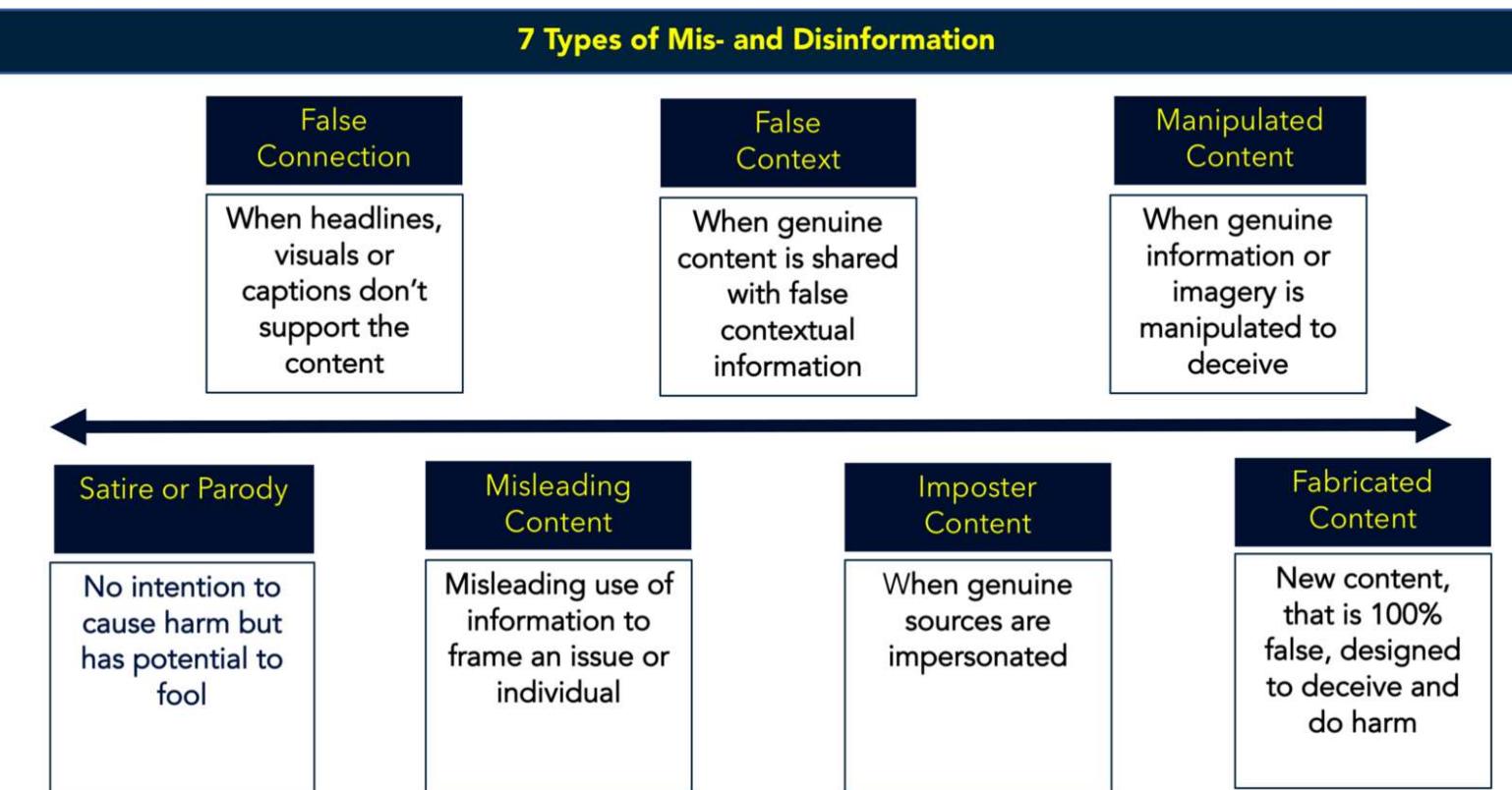
Tehnologije

Utjecaj

Što su dezinformacije?

	DEFINICIJA	NAMJERA	TOČNOST	POJAVNOST
Lažne vijesti	Objave i članci temeljeni na lažnim informacijama upakirani da izgledaju kao prava vijest s ciljem da zavaraju čitatelje radi finansijske ili ideološke dobiti (Tandoc i dr. 2018: 674).	Obmana	Lažne informacije Prezentirane kao činjenice	Imitiraju vijesti
Dezinformacije	Lažne, netočne ili zavaravajuće informacije dizajnirane, predstavljene i promovirane s ciljem namjernog izazivanja štete i/ili ostvarenja osobne dobiti (HLEG 2018: 10).	Obmana	Lažne informacije prezentirane kao činjenice	U različitim oblicima , uključujući i poput vijesti
Misinformacije	Informacije koje su neistinite, ali nema namjere nanošenja štete; i zavaravajuće ili netočne informacije koje ljudi dijele bez da ih prepoznaju kao takve (vjeruju im) (HLEG 2018: 10).	Pogreška	Pogrešne informacije prezentirane kao činjenice	U različitim oblicima, uključujući i poput vijesti

Što su dezinformacije?

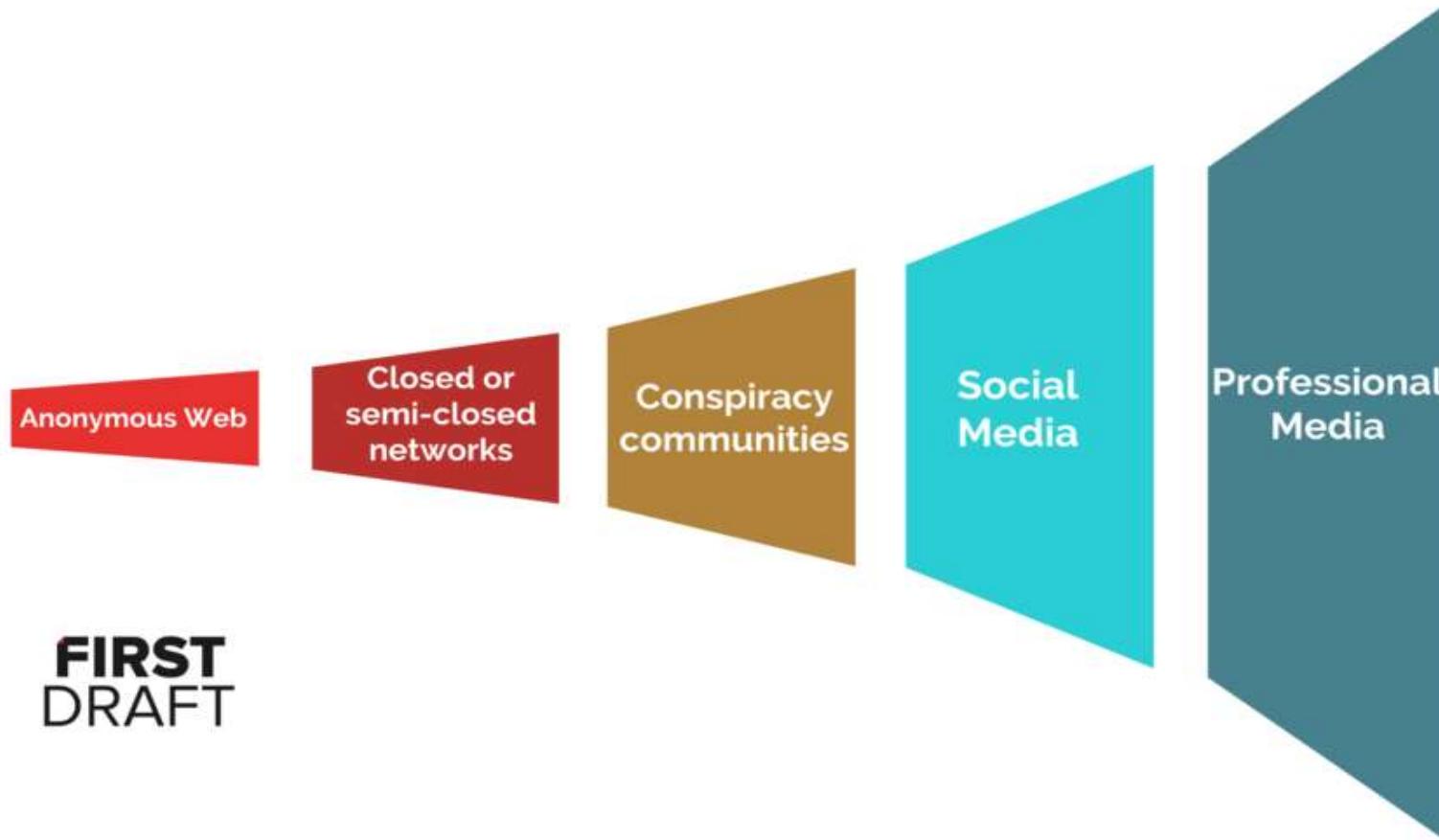


Source: Wardle, First Draft, Feb 16, 2017

AKTERI: Tko kreira i dijeli, a tko najčešće nasjeda na dezinformacije?

- **Kreatori** – nalogodavci i izvršitelji koji „kreiraju“ dezinformacijsku kampanju kako bi ostvarili neki interes (politički, ekonomski); najveći potencijal stvaranja utjecajnih obmanjujućih kampanja imaju politički akteri, pogotovo vladajući (financijski i drugi resursi)
- **Djelitelji** – botovi ili ljudi koji svjesno pridonose dezinformacijskoj kampanji; ili nesvjesno – kada i sami nasjednu na dezinformaciju i, vjerujući da je istinita, dijele ju dalje (manjak medijske pismenosti)
- **Primatelji** – svi smo mi podložni dezinformacijama, u različitoj mjeri, zbog naših kognitivnih pristranosti; primatelji mogu postati i djelitelji – bilo da amplificiraju netočnu informaciju, bilo da je komentiraju kao lažnu, daju joj dodatni kisik i vidljivost

Kako se dezinformacije šire?



TEHNOLOGIJE DEZINFORMACIJA

- **Botovi** - softverske aplikacije koje obavljaju jednostavne i ponavljačne automatizirane zadatke, tako da oponašaju ljudsko ponašanje, ali djeluju puno brže nego što bi to mogao čovjek; botovi čine gotovo 40% cijelog internetskog prometa; mogu teme prikazati važnijima i vidljivijima
- **Profiliranje, automatizirani sustavi preporuke sadržaja, mikrotargetiranje** – online platforme prikupljaju ogromne količine podataka o korisnicima; personaliziraju ponudu; prodaju njihovu pažnju i znanje o njima oglašivačima – uključujući za mikrotargetirano oglašavanje i mračne oglase
- **deepfakes (duboke krivotvorine)** – duboko učenje + lažno; sintetički, najčešće audiovizualni, materijali u kojima je osobi zamijenjeno lice (da predstavlja nekog drugog) ili govor (da ispada da govori nešto što originalno nije izgovorila); audiovizualnim sadržajima ljudi i dalje najviše vjeruju, pa je time i veći potencijal za obmanu (Kietzmanni dr. 2020); Obama primjer

UTJECAJ DEZINFORMACIJA

- **DEMOKRATSKI PROCESI / IZBORI** – slučaj Cambridge Analytica; manipulacija biračima; filter bubbles; polarizacija
- **POVJERENJE JAVNOSTI U INSTITUCIJE I MEDIJE** – hraneći postojeće podjele i stereotipe; širiti što više proturječnih poruka kako bi zbunili publiku i uvjerili je da je previše verzija događaja i da ne postoji samo jedna istina
- **JAVNO ZDRAVLJE** – covid-19 i „infodemija“ - prevelika količina informacija koje cirkuliraju javnim prostorom, pri čemu su neke pogrešne, a neke namjerno manipulativne (dezinformacije) - što ljudima otežava pronađak pouzdanih izvora i nužnih uputa, a pogrešne informacije u takvoj situaciji mogu izravno ugroziti živote

EU politike protiv dezinformacija

„Izloženost građana velikoj količini dezinformacija, uključujući obmanjujuće i potpuno lažne informacije, jedan je od glavnih izazova s kojima se Europa suočava.“

Europska komisija (2018): *Suzbijanje dezinformacija na internetu: europski pristup*

„Europski pristup“ suzbijanju dezinformacija

Fokus je na “online platformama koje distribuiraju sadržaj, posebice društvenim mrežama, uslugama za dijeljenje videa i tražilicama”, jer one “imaju ključnu ulogu u širenju i dosegu online dezinformacija”

- Samoregulacija: **Kodeks djelovanja protiv dezinformacija** (trenutačno ključni instrument EU politike protiv dezinformacija)

Kodeks djelovanja protiv dezinformacija

Dezinformacije

Prekinuti monetizaciju računa i stranica koji se kontinuirano lažno predstavljaju

Limitirati zloupotrebu platformi od strane neautentičnih korisnika (npr. zloupotreba botova)

Implementirati sistem prioritiziranja vjerodostojnih izvora i omogućiti prijavu lažnih sadržaja

Educirati korisnike o tome kako prepoznati i ograničiti širenje lažnih sadržaja

Političko oglašavanje

Jasno označiti oglašavanje i odvojiti ga od uredničkog sadržaja

Javno objaviti političko oglašavanje, uklj. sponzore i potrošeni iznos

Omogućiti korisnicima da razumiju zašto su targetirani određenim oglasom

Omogućiti istraživačkoj zajednici pristup podacima za proučavanje fenomena

Oglašavanje temeljeno na društvenim pitanjima

Od samoregulacije do regulacije

- samoregulacija je pokazala značajne manjkavosti (nedovoljna transparentnost i pristup podacima, nejasne i neujednačene definicije, itd.)
- U prosincu 2020. EK objavila je prijedlog **Zakona o digitalnim uslugama (DSA)** i **Europski akcijski plana za demokraciju (EDAP)**, koji sadrži neke neposredne radnje za poboljšanje uvjeta za informirano građanstvo
 - Očekuje se da će DSA omogućiti horizontalni okvir za regulatorni nadzor i osiguranje odgovornost i transparentnost platformi
 - EDAP već sadrži mјere koje na snagu stupaju odmah – npr. revizija i jačanje Kodeksa djelovanja protiv dezinformacija i njegovu transformaciju iz samoregulatornog u koregulatorni instrument (širi opseg djelovanja, novi potpisnici, mjerljivost rezultata, vanjski nadzor)

EDMO



- **EDMO** djeluje od ljeta 2020. kao transnacionalna i multidisciplinarna zajednica nezavisnih fact-checkera, znanstvenika i istraživača, koji surađuju s relevantnim dionicima u analizi problema dezinformacija, odgovarajućih regulatornih intervencija, ali i kao platforma za povezivanje i razmjenu znanja i iskustva.

EU politike: između poželjnog i mogućeg

POŽELJNO:

- Prekogranična dimenzija online dezinformacija čini europski pristup nužnim kako bi se osiguralo učinkovito i koordinirano djelovanje.

MOGUĆE:

- Medijska politika i zaštita izbornog procesa (izborne dezinformacije) prvenstveno su u nadležnosti država članica;
- Dok neke zemlje proširuju pravnu osnovu za regulatore kako bi djelovali na dezinformacije (npr. Njemačka, Francuska), većina nacionalnih regulatora još uvijek nema mandat u ovom području;
- Često dolazi do sukoba i preklapanja nadležnosti između različitih regulatora, jer je pitanje dezinformacija višedimenzionalno i često zadire u sva ta područja.

Umjesto zaključka...

Sloboda izražavanja - temeljno pravo

medijska pismenost - ključna vještina

Hvala na pozornosti.
Iva.nenadic@fpzg.hr

Izvori:

- Code of Practice on Disinformation (September 2018). <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>
- European Commission (EC). (2018). Tackling online disinformation: a European Approach, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. COM/2018/236. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=EN>
- Kalsnes, B.; Falasca, K.; Kammer, A. (2021). Scandinavian political journalism in a time of fake news and disinformation. In E. Skogerbø, Ø. Ihlen, N. N. Kristensen & L. Nord (Eds.) *Power, communication, and politics in the Nordic countries*. Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg.
- Kietzmann, J.; Lee, L. W.; McCarthy, I. P.; Kietzmann, T. C. (2020). „Deepfakes: Trick or treat?”. *Business Horizons*. 63(2): 135–146.
- Wardle, C. (2018). 5 Lessons for Reporting in an Age of Disinformation. First Draft (December 27). <https://firstdraftnews.org/latest/5-1>