

# Dezinformacije u medijima

---

**Vojnović, David**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:951346>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-23**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU  
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU  
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT  
SVEUČILIŠNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ

DAVID VOJNOVIĆ

# **DEZINFORMACIJE U MEDIJIMA**

ZAVRŠNI RAD

izv. prof. dr. sc. IVICA ŠOLA

Osijek, 2024.

## SAŽETAK

Ovaj rad analizira fenomen dezinformacija u medijima s posebnim naglaskom na njihov utjecaj u Republici Hrvatskoj. Dezinformacije, definirane kao namjerno plasirane lažne ili manipulativne informacije, predstavljaju značajnu prijetnju demokratskim procesima, povjerenju u institucije i društvenoj koheziji. Rad istražuje ulogu medija, posebice digitalnih platformi i društvenih mreža, u širenju dezinformacija te kako one postaju alat političke moći za manipulaciju javnim mnijenjem i polarizaciju društva. Također, rad se bavi pojavom govora mržnje u medijskom prostoru analizirajući pravnu regulaciju i izazove u suzbijanju takvog sadržaja. Kroz analizu konkretnih primjera dezinformacija i govora mržnje u Hrvatskoj istaknuta je potreba za jačanjem medijske pismenosti, odgovornim novinarstvom i učinkovitijom regulacijom digitalnih platformi kako bi se smanjio njihov negativan utjecaj na društvo i očuvale demokratske vrijednosti.

**Ključne riječi:** dezinformacije, mediji, govor mržnje, politička manipulacija, društvene mreže, medijska pismenost, Hrvatska

# SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. DEFINICIJA DEZINFORMACIJA .....	2
2.1. Važnost istraživanja dezinformacija u suvremenom društvu.....	3
3. ULOGA MEDIJA U ŠIRENJU DEZINFORMACIJA .....	4
3.1. Digitalno doba i mediji: izazovi i prijetnje.....	5
4. DEZINFORMACIJE KAO ALAT POLITIČKE MOĆI.....	7
4.1. Politička manipulacija i propaganda .....	7
4.2. Uloga društvenih mreža u širenju političkih dezinformacija .....	9
5. GOVOR MRŽNJE I DEZINFORMACIJE .....	11
5.1. Definicija govora mržnje u kontekstu dezinformacija .....	11
5.2. Analiza slučajeva govora mržnje kroz medijske kanale .....	13
5.3. Pravna regulacija govora mržnje i izazovi .....	14
7. ZAKLJUČAK.....	19
8. LITERATURA .....	20

# 1. UVOD

U današnjem svijetu, mediji imaju presudnu ulogu u oblikovanju javnog mišljenja i prijenosu informacija između događaja i publike. Međutim, s razvojem digitalne tehnologije i širenjem interneta, medijski krajolik se značajno promijenio. Mediji više nisu samo pasivni posrednici informacija, već i aktivni sudionici u kreiranju i oblikovanju narativa koji mogu imati dalekosežne posljedice na društvo.

Jedan od najvažnijih fenomena koji je postao sveprisutniji u ovoj digitalnoj eri su dezinformacije. Dezinformacije nisu samo lažne ili pogrešne informacije, one su namjerno kreirane s ciljem manipulacije javnošću, stvaranja konfuzije, polarizacije društva ili postizanja specifičnih političkih, ekonomskih ili društvenih ciljeva. S obzirom na njihovu štetnost i potencijal da destabiliziraju društvene strukture, istraživanje dezinformacija postaje ključni zadatak za akademsku zajednicu, novinare i kreatore politika.

Cilj ovog rada je istražiti fenomen dezinformacija u medijima, analizirati njihove oblike, metode širenja i utjecaj na suvremeno društvo. Proučavanje dezinformacija bitno je za razumijevanje kako one utječu na percepciju stvarnosti i donošenje odluka te za razvoj strategija koje će smanjiti njihov štetan utjecaj na društvo.

Kroz analizu uloge medija u širenju dezinformacija, ulogu društvenih mreža te pravne i etičke aspekte ovog fenomena, rad će pružiti uvid u složenost medijskog krajolika u digitalnom dobu i izazove s kojima se suočavamo u borbi protiv dezinformacija. Na kraju, rad će ponuditi zaključak i potencijalne mjere koje bi mogle pomoći u suzbijanju širenja dezinformacija i jačanju medijske pismenosti.

## 2. DEFINICIJA DEZINFORMACIJA

Dezinformacije predstavljaju kompleksan fenomen koji obuhvaća različite oblike manipulacije informacijama s ciljem zavaravanja i nanošenja štete. U literaturi se dezinformacije definiraju na nekoliko načina, a različiti autori ističu specifične aspekte ovog fenomena.

Prema Europskoj komisiji (2018), dezinformacije se definiraju kao namjerno stvorene, lažne ili obmanjujuće informacije koje se šire s ciljem ostvarivanja ekonomske koristi ili svjesnog zavaravanja javnosti, pri čemu mogu uzrokovati značajnu štetu društvu. Ova definicija naglašava namjeru i potencijalnu štetu dezinformacija, što ih razlikuje od nehotičnih pogrešnih informacija.

Prema Wardle i Derakhshan (2017: 8) dezinformacije se odnose na „lažne informacije koje se namjerno stvaraju i dijele s ciljem nanošenja štete.” Ova definicija naglašava namjernost i štetne posljedice dezinformacija što ih razlikuje od pogrešnih informacija (eng. *misinformation*) koje se dijele nenamjerno.

Ciboci i suradnici (2018: 7) ističu kako dezinformacije obuhvaćaju lažne i zavaravajuće informacije koje prikazuju događaje koji se nisu dogodili ili prenose izjave koje nikada nisu bile izrečene, a čime se narušava povjerenje u društvo te vjerodostojnost medija.

Kada govorimo o vezi između lažnih vijesti i dezinformacija, važno je napomenuti da su dezinformacije širi pojam koji obuhvaća i lažne vijesti, često povezane s političkim diskursom. Dezinformacije se mogu širiti i nehotice, što se može dogoditi putem računalnih algoritama koje koriste legitimni mediji. Ovi algoritmi personaliziraju prikaz informacija, prilagođavajući ih korisniku kako bi mu ponudili sadržaj koji će ga zainteresirati i koji bi mogao dijeliti s drugima. Takav način širenja čini dezinformacije uvjerljivijima, budući da dolaze iz izvora bliskih korisniku ili se temelje na informacijama u koje većina ljudi već vjeruje (CERT, 2019).

## 2.1. Važnost istraživanja dezinformacija u suvremenom društvu

U suvremenom društvu, istraživanje dezinformacija postaje ključnim ne samo zbog sve većeg broja lažnih informacija koje kruže digitalnim medijima, već i zbog njihovog utjecaja na sve aspekte društvenog života, uključujući politiku, ekonomiju i javno zdravlje. Dezinformacije se šire brže i šire nego ikada prije, zahvaljujući društvenim mrežama koje omogućavaju svakom pojedincu da postane izvor informacija, čime se povećava rizik od narušavanja javnog znanja i društvenog povjerenja.

Popovac (2020) ističe da su društvene mreže omogućile širenje dezinformacija koje su postale ozbiljna prijetnja demokratskim procesima i javnom zdravlju. On naglašava da su dezinformacije posebno opasne jer polariziraju društvo i potiču radikalizaciju čime destabiliziraju društvene strukture i narušavaju povjerenje u institucije. Kako pokazuje studija iz 2020. godine, dezinformacije na društvenim mrežama mogu značajno smanjiti povjerenje u državne institucije, potičući političku polarizaciju i destabilizaciju društva (Surjatmodjo i sur., 2024). Također, istraživanje Chatham Housea iz 2019. godine ističe da dezinformacije, posebno u kontekstu političkog diskursa, predstavljaju prijetnju ljudskim pravima jer podrivaju istinu i povjerenje kao ključne društvene vrijednosti (Jones, 2019). Kako bi se učinkovito borili protiv tih izazova, potrebna su sustavna istraživanja i implementacija strategija temeljenih na dokazima, kako bi se zaštitile demokratske institucije i obnovilo javno povjerenje.

Pored toga, istraživanje dezinformacija važno je i zbog njihovog utjecaja na političke procese. Kako ističu Milas, Dunđer i Odak (2023), dezinformacije u obliku lažnih vijesti igraju značajnu ulogu u oblikovanju javnog mnijenja, često s namjerom manipulacije u političkim krugovima. Ova manipulacija može imati dalekosežne posljedice na izborni proces i demokratske institucije.

Naposljetku, istraživanje dezinformacija ključno je za izgradnju otpornosti društva na ove prijetnje. Kako bi se uspješno borili protiv dezinformacija, potrebno je razviti medijsku pismenost i educirati građane o tome kako prepoznati i suprotstaviti se lažnim informacijama. Samo kroz kontinuirano istraživanje i edukaciju možemo smanjiti utjecaj dezinformacija i osigurati zdravu demokratsku raspravu.

### 3. ULOGA MEDIJA U ŠIRENJU DEZINFORMACIJA

Mediji igraju ključnu ulogu u oblikovanju javnog mnijenja, ali istovremeno mogu postati i kanal za širenje dezinformacija. U suvremenom društvu, gdje informacijski prostor postaje sve složeniji, uloga medija u širenju dezinformacija postaje sve vidljivija i problematičnija.

Mediji su povijesno bili važni za informiranje javnosti, no s razvojem novih oblika medija, kao što su društvene mreže i digitalne platforme, uloga medija se značajno promijenila. S jedne strane, tradicionalni mediji i dalje predstavljaju vjerodostojan izvor informacija za velik dio populacije, no s druge strane, sve veći broj ljudi informacije prima preko društvenih mreža, gdje je lakše širiti dezinformacije. Prema Pupovcu (2020), društvene mreže značajno olakšavaju širenje dezinformacija jer omogućavaju da informacije dođu do široke publike u vrlo kratkom vremenu, bez adekvatne provjere činjenica.

Osim toga, istraživanja pokazuju da su mediji, posebno u kontekstu lažnih vijesti, često instrumentalizirani kako bi se manipuliralo javnim mnijenjem i postigli specifični politički ili ekonomski ciljevi. Marić Tokić (2023) ističu da se mediji sve više koriste kao sredstvo za ostvarivanje političke dominacije kroz širenje dezinformacija, posebno u kriznim situacijama kada je javnost podložnija manipulaciji. Njihovo istraživanje također pokazuje kako dezinformacije mogu oblikovati prostor javnog znanja i utjecati na percepciju stvarnosti, što dodatno ističe ulogu medija kao ključnih aktera u ovom procesu.

Mediji također mogu biti korišteni za širenje specifičnih narativa koji služe interesima određenih skupina ili pojedinaca. Primjerice, tijekom političkih kampanja, mediji su često korišteni za plasiranje lažnih vijesti s ciljem diskreditacije političkih protivnika ili mobilizacije određenih biračkih skupina. Takva praksa dodatno potkopava povjerenje u medije i demokratske procese u cjelini.

Jedan od ključnih problema vezanih uz ulogu medija u širenju dezinformacija jest smanjena vjerodostojnost informacija. Milas, Dunđer i Odak (2023) naglašavaju da lažne vijesti, koje se često šire putem medija, mogu ozbiljno ugroziti legitimitet novinarstva i oslabiti povjerenje građana u demokratske procese. Njihova istraživanja pokazuju da dezinformacije, čak i kada su



jasno prepoznate kao lažne, mogu imati dugotrajne negativne posljedice na društveno povjerenje i stabilnost.

Tanta (2007) u svom radu ističe da mediji, kroz svoje prikaze i interpretacije, često oblikuju javno mnijenje na način koji je blizak manipulaciji. Mediji oblikuju informacije kako bi bile prihvatljivije i razumljivije široj publici, ali taj proces često uključuje prilagodbu informacija koja može voditi do iskrivljenja stvarnosti. Odnosi s javnostima i mediji blisko surađuju, pri čemu mediji često služe kao prenositelji poruka koje odnosi s javnostima žele plasirati u javni prostor, što može rezultirati stvaranjem narativa koji favoriziraju određene interese.

Karabuva (2021) dodatno naglašava kako mediji oblikuju javnu percepciju osjetljivih tema poput imigracije, koristeći specifične metafore i jezik koji može imati dubok utjecaj na javno mnijenje. Njegovo istraživanje pokazuje kako medijski diskurs oko imigracije često koristi metafore koje stvaraju negativne asocijacije, što oblikuje percepciju imigranata na način koji može potaknuti strah ili netrpeljivost.

Zaključno, mediji imaju dvostruku ulogu u suvremenom društvu: s jedne strane, oni su ključni za informiranje javnosti, ali s druge strane, oni također mogu biti alat za širenje dezinformacija. Ova dvosmislenost naglašava potrebu za odgovornim novinarstvom i strožim etičkim standardima kako bi se spriječilo da mediji postanu oruđe manipulacije. Samo kroz sustavno praćenje, regulaciju i edukaciju moguće je smanjiti negativan utjecaj dezinformacija i obnoviti povjerenje u medije.

### 3.1. Digitalno doba i mediji: izazovi i prijetnje

Digitalno doba donijelo je značajne promjene u medijskom krajoliku, stvarajući nove prilike, ali i izazove i prijetnje. Razvoj tehnologije i interneta omogućio je neviđeni pristup informacijama, ali je također stvorio okruženje u kojem dezinformacije mogu brzo i široko cirkulirati, često bez odgovarajuće provjere ili odgovornosti.

Jedan od ključnih izazova u digitalnom dobu je konvergencija medija, gdje se različiti oblici medija spajaju u integrirane platforme. Ova konvergencija zahtijeva od novinara i medijskih profesionalaca da se prilagode novim načinima rada i komunikacije, često u vrlo kratkom vremenu.

Međutim, brzina kojom se informacije sada prenose može ugroziti profesionalne novinarske standarde, jer se pritisak na brzu objavu često suprotstavlja potrebi za temeljitom provjerom činjenica. To povećava rizik od širenja lažnih vijesti što dodatno podriva povjerenje javnosti u medije (Grmuša i Prelog, 2020).

Uz to, publika u digitalnom dobu postaje aktivniji sudionik u stvaranju i dijeljenju medijskog sadržaja, što stvara dodatne izazove u održavanju vjerodostojnosti medija. Kako navode Grmuša i Prelog (2020), promjena uloge publike i priljev lažnih informacija stvorili su “komunikacijsku krizu” koja zahtijeva novu razinu etičke odgovornosti medijskih organizacija i razvoj sofisticiranih tehnologija; poput umjetne inteligencije za borbu protiv dezinformacija.

Prijetnje u digitalnom medijskom krajoliku ne dolaze samo iz same tehnologije nego i iz ekonomskih i političkih interesa koji koriste medije za širenje specifičnih narativa ili manipulaciju javnim mnijenjem. Zgrabljic Rotar (2020) ističe da digitalna kultura donosi promjene koje, ne samo da izazivaju tradicionalne medijske strukture, već i omogućavaju širenje dezinformacija na način koji je teško kontrolirati ili regulirati.

Zaključno, medijski krajolik u digitalnom dobu predstavlja kompleksan splet izazova i prijetnji koje zahtijevaju prilagodbu novinarske prakse, razvoj novih tehnologija i jačanje medijske pismenosti kako bi se osiguralo da mediji i dalje služe kao pouzdan izvor informacija u društvu. Samo kroz kontinuiranu edukaciju, odgovorno novinarstvo i učinkovitu regulaciju moguće je adresirati ove izazove i minimizirati prijetnje koje digitalno doba donosi.

## 4. DEZINFORMACIJE KAO ALAT POLITIČKE MOĆI

Prema studijama koje analiziraju povezanost dezinformacija i političke moći, politički akteri koriste dezinformacije kako bi stvorili lažnu percepciju stvarnosti, često služeći se emocionalnim retorikama koje mobiliziraju birače na temelju lažnih informacija (Milas, Dunder i Odak, 2023). Ove informacije ne moraju nužno biti u obliku lažnih vijesti; ponekad su to djelomične istine ili manipulativno predstavljeni podaci, čime se stvara lažna slika stvarnosti.

Jedna od najvažnijih uloga dezinformacija u političkom kontekstu je njihova sposobnost da djeluju kao alat političke moći. Političari i drugi moćnici koriste dezinformacije za jačanje vlastite pozicije, napade na političke protivnike i širenje specifičnih ideoloških stavova (Popovac, 2020). U takvom kontekstu, dezinformacije često prelaze granicu između političke propagande i otvorene manipulacije.

### 4.1. Politička manipulacija i propaganda

Politička manipulacija kroz dezinformacije i propaganda ima dugu povijest, no u digitalnom dobu ona dobiva nove oblike i metode. Ove metode koriste se ciljem oblikovanja političkog diskursa, polarizacije javnosti te poticanja podrške određenim političkim ili ideološkim ciljevima. Manipulacija informacijama putem medija i društvenih mreža jedan je od glavnih instrumenata političke moći, a zbog brzine širenja digitalnih sadržaja, njezin učinak je često trenutani i široko rasprostranjen (Popovac, 2020).

Jedno od ključnih istraživanja koje naglašava utjecaj političke propagande i manipulacije na biračko tijelo provedeno je tijekom američkih predsjedničkih izbora 2016. godine. Studija koju su proveli Allcott i Gentzkow (2017) analizirala je učinak lažnih vijesti koje su kružile putem društvenih mreža poput Facebooka. Rezultati su pokazali da su lažne vijesti imale značajan utjecaj na birače, osobito na one koji su već bili skloni određenim političkim idejama. Ova istraživanja upućuju na to da dezinformacije služe kao alat za jačanje političkih preferencija, osobito kod birača koji su već dijelili slične stavove, čime se dodatno polarizira društvo.

Osim toga, istraživanje provedeno u Velikoj Britaniji tijekom referenduma o izlasku iz Europske unije (Brexit) također pokazuje koliko su dezinformacije instrumentalizirane u svrhu političke propagande. Analiza dezinformacija u medijima i na društvenim mrežama tijekom kampanje pokazala je da su mnoge informacije o EU bile lažne ili manipulativno predstavljene, uključujući tvrdnje o financijskim koristima izlaska iz EU koje su kasnije opovrgnute. Međutim, te dezinformacije već su imale značajan utjecaj na biračko tijelo i potaknule donošenje odluka temeljenih na lažnim informacijama (Howard i Kollanyi, 2016). Propaganda i politička manipulacija također se oslanjaju na emocionalne reakcije publike. Korištenje dezinformacija za izazivanje straha ili mržnje prema određenim skupinama postalo je ključno sredstvo manipulacije u političkim kampanjama. Kroz povijest, propaganda je često bila povezana s kontrolom medijskog narativa, ali u suvremenom digitalnom dobu, politička moć sve više koristi društvene mreže za širenje ovih narativa (Musladin, 2012).

Istraživanje koje su proveli Vosoughi i suradnici (2018) otkrilo je da lažne vijesti, uključujući političke dezinformacije, putuju brže i dosežu širu publiku od točnih informacija. Ova viralnost lažnih informacija omogućava političkim akterima da kontroliraju javnu percepciju kroz pažljivo kreirane dezinformacijske kampanje. Posebno je opasno to što su političke dezinformacije često usmjerene na ranjive skupine, poput manjinaca, čime se dodatno destabilizira društvena kohezija i povjerenje u demokratske institucije (Grmuša i Prelog, 2020). U tom kontekstu, jedna od najpoznatijih metoda političke manipulacije jest stvaranje lažnih narativa koji imaju jasne političke ciljeve. Takvi narativi mogu uključivati lažne optužbe protiv političkih protivnika, izmišljene skandale ili manipulaciju činjenicama o političkim događajima. Primjerice, tijekom predsjedničke kampanje u Francuskoj 2017. godine, protiv kandidata Emmanuela Macrona, lansirane su brojne dezinformacije s ciljem diskreditacije, uključujući lažne vijesti o njegovim financijskim poslovima. Premda su mnoge od tih informacija brzo opovrgnute, one su već izazvale sumnju među dijelom birača (Ferrara, 2017).

Propaganda se često oslanja i na tzv. „dark ads“ ili ciljano oglašavanje na društvenim mrežama, gdje se korisnicima prikazuju personalizirane političke poruke temeljene na njihovim preferencijama. Takvo ciljano oglašavanje omogućava političkim akterima precizno targetiranje

određene demografske skupine, pri čemu lažne ili manipulativne informacije imaju veći utjecaj na birače nego općenite poruke. Studije su pokazale da je ova taktika posebno učinkovita kod neodlučnih birača, koji mogu biti osjetljiviji na emocionalno nabijene ili senzacionalističke poruke. Ovakav pristup političkoj propagandi i manipulaciji zahtijeva povećanu svijest o ulozi medija i društvenih mreža u širenju dezinformacija, kao i potrebu za regulacijom ovih platformi kako bi se smanjio njihov negativan utjecaj na političke procese. Edukacija građana o prepoznavanju dezinformacija te razvoj kritičkog mišljenja postaju ključni koraci u borbi protiv političke manipulacije u digitalnom dobu (Bradshaw i Howard, 2019).

## 4.2. Uloga društvenih mreža u širenju političkih dezinformacija

Društvene mreže revolucionirale su način na koji se informacije šire, ali su također postale plodno tlo za političke dezinformacije. Zbog svoje decentralizirane prirode i kapaciteta za brzo širenje sadržaja, društvene mreže omogućavaju političkim akterima širenje lažnih informacija na masovnoj razini, često s malo ili bez odgovornosti. Političke dezinformacije na društvenim mrežama mogu brzo dobiti na vidljivosti, a korisnici, nerijetko nesvjesno, postaju kanali za njihovo daljnje širenje.

Algoritmi društvenih mreža, poput Facebooka, Twittera i YouTubea, dizajnirani su kako bi potaknuli angažman korisnika, što znači da prioritet daju sadržajima koji izazivaju emocionalne reakcije, bilo pozitivne ili negativne. Prema istraživanju Cinellija i suradnika (2021), lažne vijesti, pogotovo politički nabijen sadržaj, imaju veći potencijal za viralnost jer su često oblikovane kako bi izazvale intenzivne emocije poput straha, bijesa ili zgražanja. Taj emocionalni naboj potiče korisnike na interakciju, bilo putem komentara, lajkova ili dijeljenja, čime se dezinformacije šire brže nego točne informacije. Jedan od ključnih mehanizama širenja političkih dezinformacija na društvenim mrežama su botovi. Botovi su automatizirani računi dizajnirani da repliciraju i dijele određene sadržaje na platformama poput Twittera i Facebooka. Botovi mogu stvoriti privid masovne podrške ili protivljenja određenim političkim temama, što dodatno potiče širenje dezinformacija. Istraživanja o utjecaju društvenih mreža tijekom izbora u SAD-u 2016. godine pokazala su da su političke dezinformacije, uključujući lažne vijesti i ciljane kampanje lažnih oglasa, imale značajan utjecaj na političke preferencije birača. Ferrara (2017) ističe kako su lažni

profili i botovi igrali ključnu ulogu u širenju lažnih informacija, uključujući teorije zavjere i lažne vijesti o kandidatima (Popovac, 2020). Ovakve taktike, ne samo da iskrivljuju politički diskurs, već i potkopavaju povjerenje u demokratske institucije.

U Hrvatskoj su društvene mreže također postale platforma za širenje političkih dezinformacija. Tijekom parlamentarnih izbora 2020. godine, određene političke stranke koristile su društvene mreže za plasiranje lažnih informacija o svojim protivnicima, što je utjecalo na percepciju kandidata među biračima. Prema izvješću CERT-a (2020), dezinformacije na društvenim mrežama bile su usmjerene na diskreditaciju političkih protivnika i mobilizaciju određenih biračkih skupina putem manipulativnih sadržaja (Popovac, 2020).

U rujnu 2018. godine u Bruxellesu, Facebook, Twitter te nekoliko vodećih društvenih mreža, oglašivača i predstavnika oglašivačke industrije potpisali su Kodeks dobre prakse u borbi protiv dezinformacija. Cilj ovog kodeksa bio je osigurati transparentne, poštene i vjerodostojne online kampanje tijekom europskih izbora u proljeće 2019. godine. Kodeks je naglašavao nužnost poštivanja temeljnih europskih vrijednosti poput slobode izražavanja, slobode medija i pluralizma. Kodeks naglašava važnost poticanja kritičkog razmišljanja među korisnicima društvenih mreža i razvoja digitalne medijske pismenosti. Povećana osviještenost korisnika o činjenici da nije sve što pročitaju na društvenim mrežama točno, mogla bi značajno pridonijeti smanjenju utjecaja dezinformacija (Medijska pismenost, 2018).

Uloga društvenih mreža u širenju političkih dezinformacija ne može se zanemariti. Njihov utjecaj na politički diskurs, izborne procese i percepciju političkih aktera postao je centralni izazov moderne demokracije. Potrebne su temeljite promjene u regulaciji društvenih mreža i bolja edukacija javnosti kako bi se smanjio negativan utjecaj političkih dezinformacija na društvene procese.

## 5. GOVOR MRŽNJE I DEZINFORMACIJE

Govor mržnje predstavlja jedan od ključnih izazova suvremenog medijaliziranog društva gdje internet, kao dominantni izvor informacija u Hrvatskoj, omogućava njegovo brzo širenje. Za razliku od tradicionalnih medija, internetske platforme pružaju mogućnost izravne interakcije korisnika kroz komentare, što dodatno povećava učestalost govora mržnje.

Eksponencijalni rast internetskih platformi doveo je do pojave sve većeg broja portala koji svakodnevno objavljuju vijesti. Neki od tih portala djeluju kao proizvođači tradicionalnih medija, dok drugi funkcioniraju isključivo u digitalnom obliku, služeći kao samostalni mediji (Benković i Balabanić, 2010). Zbog dostupnosti i brzine širenja sadržaja, internet postaje mjesto gdje se govor mržnje širi lakše nego ikad prije, a korisnici, često anonimno, slobodno izražavaju netrpeljivost prema određenim društvenim skupinama.

S obzirom na prisutnost govora mržnje na internetskim portalima, istraživanje je pokazalo da su te teme često povezane s lokalnim i nacionalnim kontekstom. U nekim slučajevima, govor mržnje postaje politički alat koji se koristi za stvaranje podjela u društvu, osobito u kontekstu nacionalnih manjina i političkih protivnika (Miculinić, 2018). Također, visok stupanj nezaposlenosti u Hrvatskoj često se povezuje s demografskim problemima i iseljavanjem, a to dodatno stvara plodno tlo za rast govora mržnje jer se krivnja za socioekonomske probleme često prebacuje na ranjive skupine (Rančić i Durbić, 2016).

### 5.1. Definicija govora mržnje u kontekstu dezinformacija

Govor mržnje smatra se društveno štetnim oblikom komunikacije, a može se pojaviti u usmenom ili pisanom obliku (Labaš i Grmuša, 2011). Iako ne postoji jedinstvena i općeprihvaćena definicija ovog pojma, njegov sve veći porast u svakodnevnoj komunikaciji i štetne posljedice na društvo i javni prostor, čine ga temom koja zahtijeva kontinuirano istraživanje (Gardašević, 2016). Pitanje govora mržnje izaziva duboku društvenu polarizaciju, sučeljavajući pristalice slobode govora i izražavanja, koji ovu slobodu smatraju ključnim preduvjetom za očuvanje medijskih sloboda (Carlsson, 2016), s onima koji zagovaraju sankcioniranje komunikacijskih obrazaca koji

uključuju neprimjereni govor. Ovo pitanje čini raspravu o regulaciji i samoregulaciji medija uvijek aktualnom (Đukić i Sić, 2021).

Razvoj interneta i novih tehnologija značajno je transformirao medijsku komunikaciju, postavljajući konzumente u središte tog procesa. Medijski sadržaji sve su češće prilagođeni preferencijama publike, pri čemu se često naglašavaju senzacionalističke i tabloidne teme, što nerijetko dovodi do kompromitacije etičkih standarda (Vilović, 2011). Uspon društvenih mreža dodatno je promijenio komunikacijsku paradigmu, posebno u pogledu identifikacije izvora informacija i moderiranja sadržaja (Ostrički, 2017). Pandemija COVID-19 je dodatno pridonijela rastu govora mržnje na društvenim mrežama, koje su postale glavni alat za sukobe s neistomišljenicima (Haapoja i sur., 2020).

Prema međunarodnom pravu o ljudskim pravima, ne postoji univerzalno prihvaćena formalna definicija govora mržnje. Međutim, Europska unija temelji svoje preporuke na definiciji koja obuhvaća „sve oblike izražavanja koji javno potiču na nasilje ili mržnju usmjerenu prema skupini ljudi ili pojedincima na temelju njihove rase, etničke pripadnosti, boje kože, religije ili nacionalnog porijekla“ (Baider, 2019). Ova definicija naglašava javni karakter govora mržnje, čime se stvaraju uvjeti za potencijalno nasilje i diskriminaciju prema određenim skupinama.

U Hrvatskoj, Kazneni zakon definira govor mržnje kao javno poticanje na nasilje ili mržnju usmjereno prema skupini ljudi ili pojedincima na temelju njihove pripadnosti određenoj skupini, pri čemu su naglašena tri ključna elementa: poticanje na nasilje ili mržnju, usmjerenost prema specifičnoj skupini ili pojedincu te javna priroda takvih poziva (Kazneni zakon RH, 2024). Ovakva definicija ističe opasnost govora mržnje, osobito u kontekstu društvenih podjela i mogućih nasilnih posljedica. Istraživanja pokazuju da stavovi prema određenim skupinama ovise o nizu čimbenika, uključujući društvene, klasne i kulturne varijable. Baider (2019) ističe da postoje „teške varijable“ poput klase, etničke pripadnosti i spola, koje su teško promjenjive, te „iskustvene varijable“ poput obrazovanja, građanskog angažmana i izloženosti kulturnim razlikama, koje mogu pozitivno utjecati na stavove i smanjiti širenje govora mržnje.



Na digitalnim platformama, upravljanje govorom mržnje često pruža korisne uvide. Chandrasekharan i suradnici (2017) istraživali su zatvaranje određenih podplatformi na Redditu zbog govora mržnje, pri čemu je zabilježen pad govora mržnje među korisnicima za čak 80%. S druge strane, Carlson i Rouselle (2020) analizirali su politiku Facebooka prema govoru mržnje i zaključili da pravila o ponašanju često nisu dovoljno dosljedno provođena, a financijski interesi često nadilaze etičke obveze.

Seksizam i mizoginija su također prisutni oblici govora mržnje na internetu, osobito na platformama poput YouTubea i Twittera. Doring i Mohseni (2019) ukazali su na češću objektivizaciju žena na YouTubeu, dok su Fuchs i Schafer (2020) analizirali napade na političarke na Twitteru, koristeći korpus lingvističke metode, i ukazali na visoku učestalost mizoginističkog govora mržnje prema ženama u politici.

## 5.2. Analiza slučajeva govora mržnje kroz medijske kanale

Govor mržnje u digitalnim medijima, osobito na internetskim portalima i društvenim mrežama, jedan je od najvidljivijih oblika neprihvatljive komunikacije. U Hrvatskoj, prisutnost govora mržnje najčešće je zabilježena u kontekstu etničkih manjina, migranata i političkih diskursa, a potpomognuta je anonimnošću na internetu i nedostatkom adekvatne regulacije.

Prema istraživanju Agencije za elektroničke medije (2020), govor mržnje na internetskim portalima u Hrvatskoj usmjeren je prema etničkim manjinama, osobito Srbima i Romima, te pripadnicima LGBT zajednice. Komentari čitatelja na takvim portalima često sadrže mrzilački sadržaj, a nedostatak moderacije otežava njegovo suzbijanje. U političkom kontekstu, govor mržnje intenzivira se tijekom predizbornih kampanja, pri čemu se koriste retorički napadi na manjinske skupine kako bi se diskreditirali politički protivnici.

Centar za mirovne studije (Lalić i Senta, 2020) istražio je govor mržnje u medijskom izvještavanju o izbjeglicama i migrantima te utvrdio da su senzacionalistički naslovi i negativni tonovi prema migrantima povećali širenje predrasuda i mržnje. Komentari čitatelja na takvim člancima često uključuju dehumanizirajući jezik i pozive na nasilje, posebno u anonimnim internetskim objavama.

GONG (2020) ukazuje na slične obrasce govora mržnje tijekom političkih kampanja. Društvene mreže, poput Facebooka i Twittera, postale su glavni kanali za širenje govora mržnje, gdje su homofobični, seksistički i ksenofobični izrazi često korišteni za napade na manjine i političke protivnike. Istraživanje je pokazalo da nedostatak adekvatne moderacije na ovim platformama omogućava brzu i široku diseminaciju takvih poruka, čime se povećava polarizacija društva.

Dodatno, istraživanje Hadžić i suradnika (2021) analiziralo je učinak govora mržnje u internetskom prostoru u Hrvatskoj te utvrdilo kako je online komunikacija u velikoj mjeri postala platforma za izražavanje neprijateljskih stavova prema određenim društvenim skupinama. Istraživanje ukazuje na to da su najčešći ciljevi govora mržnje političke, etničke i seksualne manjine, a posebno je izražen seksizam prema ženama u javnom prostoru. Zaključuje se da društvene mreže i portali doprinose normalizaciji takvog govora, što utječe na društvene norme i pogoršava društvene odnose.

Zaključno, analiza slučajeva govora mržnje kroz medijske kanale pokazuje da su digitalni mediji, osobito društvene mreže, postali glavni prostori za širenje govora mržnje. Iako postoje mehanizmi za prijavu i moderaciju sadržaja, istraživanja pokazuju da su ti sustavi često neadekvatni, čime se omogućava daljnje širenje mrzilačkog govora i povećava polarizacija društva.

### 5.3. Pravna regulacija govora mržnje i izazovi

Pravna regulacija govora mržnje jedan je od ključnih mehanizama kojim se nastoji suzbiti širenje mržnje i netrpeljivosti u javnom prostoru, a istovremeno zaštititi temeljna ljudska prava poput slobode govora. No, usklađivanje tih dvaju principa predstavlja velik izazov, osobito u kontekstu digitalnih medija, gdje se govor mržnje širi brže nego ikad prije.

Pravni okvir za regulaciju govora mržnje u Republici Hrvatskoj temelji se na nizu zakona i međunarodnih konvencija. Članak 39. Ustava Republike Hrvatske izričito zabranjuje „svako pozivanje ili poticanje na rat i uporabu nasilja, nacionalnu, rasnu ili vjersku mržnju, kao i bilo koji oblik nesnošljivosti” (Ustav RH, 1990). Ova ustavna odredba služi kao temelj za regulaciju govora

mržnje na nacionalnoj razini. Kazneni zakon Republike Hrvatske također jasno inkriminira govor mržnje kroz članak 325., koji zabranjuje „javno poticanje na nasilje i mržnju usmjerenu prema skupini ljudi ili pojedincima na temelju njihove rase, vjere, etničke pripadnosti, spola, spolne orijentacije ili druge osobine” (Kazneni zakon RH, 2024). Ove odredbe služe kao temelj za kazneno gonjenje počinitelja govora mržnje, no izazov ostaje u primjeni i dosljednoj provedbi zakona.

Jedan od najvećih izazova u regulaciji govora mržnje u Hrvatskoj i šire odnosi se na digitalni prostor. Internet, osobito društvene mreže, omogućava širenje govora mržnje brže i šire nego tradicionalni mediji. Platforme poput Facebooka i Twittera često imaju vlastita pravila o moderiranju sadržaja, ali su ta pravila nedovoljno dosljedno primjenjivana, što je potvrdilo i istraživanje Agencije za elektroničke medije (2020). Ovo istraživanje ukazuje na to da unatoč pravilima o zabrani govora mržnje, komentari i objave na društvenim mrežama često prolaze bez sankcija, čime se potiče daljnje širenje mrzilačkog sadržaja.

Pravna regulacija govora mržnje suočava se s još jednim važnim izazovom - učinkovitost u provedbi. Unatoč postojanju zakonskih okvira, provedba zakona često ovisi o tumačenju i primjeni pravosudnih institucija, što može varirati od slučaja do slučaja. Istraživanje Centra za mirovne studije (CMS, 2023) ukazuje na to da u Hrvatskoj postoji nedostatak dosljednosti u primjeni zakonskih odredbi o govoru mržnje, pri čemu mnogi slučajevi prolaze bez sankcija ili adekvatne reakcije.

Osim problema nedostatka jasne definicije govora mržnje, dodatna poteškoća u regulaciji ovog područja leži u različitim shvaćanjima slobode govora i govora mržnje. Opća deklaracija o ljudskim pravima ne spominje eksplicitnu obvezu država da štite od govora mržnje, već se u članku 19. navodi pravo na slobodno očitovanje misli, što je jedno od temeljnih ljudskih prava istaknutih u brojnim međunarodnim dokumentima. No, to pravo nije apsolutno. Europski sud za ljudska prava, u članku 10. stavku 2., predviđa mogućnost ograničavanja slobode izražavanja zbog različitih razloga, uključujući interese državne sigurnosti, zaštitu javnog reda, sprečavanje kriminala, zaštitu zdravlja ili morala, te očuvanje ugleda i prava drugih. Govor mržnje također je istaknut kao jedan od razloga za takva ograničenja (Mijić Vulinović, 2020).

Jedan od ključnih izazova u regulaciji govora mržnje je razlika između europskog i američkog modela regulacije. Prema Ziccardiju, iskustvo Drugog svjetskog rata u Europi pridonijelo je snažnijem interesu za reguliranje govora mržnje, jer su ratna stradanja pokazala destruktivnu moć mržnje. Zbog toga je u Europi naglasak stavljen na jaču zakonsku regulaciju. S druge strane, američki pristup temelji se na ideji da bi se govor mržnje trebao suzbijati argumentima, a ne zakonskim ograničenjima. Zagovornici ovog modela smatraju da slobodno izražavanje ideja može oblikovati društvene norme, dok bi prekomjerno ograničavanje slobode govora moglo dovesti do autoritarizma i državne kontrole (Kulenović, 2016).

U europskom kontekstu, zakonska regulacija govora mržnje ima prvenstveno ekspresivnu funkciju. Cilj ovih zakona nije isključivo sankcioniranje onih koji šire mržnju, već slanje jasne poruke da država neće ostati neutralna u situacijama kada su napadnuti dostojanstvo i prava pojedinaca ili skupina.

Iako Hrvatska ima uspostavljen pravni okvir za regulaciju govora mržnje, ključni izazovi ostaju u provedbi zakona, usklađivanju slobode govora s regulacijom mrzilačkog sadržaja i prilagodbi zakona digitalnom dobu. Digitalni mediji predstavljaju novo područje u kojem je potreban napredniji pristup moderiranju sadržaja i jačanju pravnih mehanizama kako bi se spriječilo širenje govora mržnje bez narušavanja temeljnih prava (Kulenović, 2016).

## 6. Analiza konkretnih primjera dezinformacija u Republici Hrvatskoj

Dezinformacije su postale ključan problem u suvremenom informiranju, osobito u Hrvatskoj, gdje se šire najbrže tijekom političkih događaja, izbora i kriznih situacija poput pandemije COVID-19. Njihovo širenje dodatno je ubrzano kroz društvene mreže, koje često služe kao platforme za širenje lažnih ili iskrivljenih informacija. Zbog manjka adekvatne reakcije nadležnih institucija i nedostatka koordinirane komunikacije s građanima, prostor za dezinformacije znatno se širi, što može izazvati paniku i polarizaciju.

Pandemija COVID-19 nije samo zdravstvena kriza, već i informacijska, uz pojavu “infodemije”, odnosno preplavljenosti javnog prostora dezinformacijama. Prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji (SZO) (2020), infodemija podrazumijeva prekomjernu količinu informacija, od kojih su mnoge pogrešne ili manipulativne. U Hrvatskoj, dezinformacije o koronavirusu su često bile usmjerene na minimiziranje ozbiljnosti virusa ili osporavanje učinkovitosti epidemioloških mjera i cjepiva. Tvrdnje, poput onih da maske ne štite ili da je virus izmišljen, kružile su društvenim mrežama što je dovelo do nepovjerenja prema institucijama i mjerama javnog zdravstva.

Tonković i suradnici (2021) utvrdili su da se četvrtina ispitanika u Hrvatskoj slaže s teorijama zavjere o COVID-19. Ovi stavovi najčešće su povezani s nižom razinom obrazovanja, lošijom ekonomskom situacijom i većom sklonošću religiji. Ovo istraživanje ukazuje na važnost analize odnosa između populizma i podložnosti teorijama zavjere u budućim studijama.

Političke dezinformacije postaju osobito ozbiljan problem tijekom izbornih kampanja. Istraživanje Eurobarometra iz jeseni 2019. pokazalo je da 73 % ispitanika iz Hrvatske vjeruje kako često dolaze u kontakt s vijestima koje iskrivljuju stvarnost. Ta je brojka narasla na 80 % u istraživanju iz 2021. godine. Dezinformacije tijekom političkih kampanja često su usmjerene na diskreditaciju kandidata putem lažnih tvrdnji o korupciji, kriminalu ili izjavama izvučenima iz konteksta. Tijekom parlamentarnih izbora 2020. godine, dezinformacije na društvenim mrežama bile su usmjerene na diskreditaciju političkih stranaka i vođa, što je dodatno pojačavalo društvene podjele. Dezinformacije su također korištene za mobilizaciju glasača i manipulaciju njihovim percepcijama, posebno u vezi s pitanjima migracija, sigurnosti i vanjske politike. Istraživanje koje

je proveo Levak (2024) potvrđuje da fenomen dezinformacija i lažnih vijesti nije nov, već potječe iz ranih faza ljudske komunikacije, a povijesne analize potvrđuju njihovu prisutnost još od starorimskog doba. Međutim, suvremene tehnologije, društvene mreže i računalni algoritmi ubrzali su širenje dezinformacija, pri čemu su Brexit i američki predsjednički izbori 2016. godine označili prekretnicu. Sudionici dubinskih intervjuja ističu da dezinformacije nisu prolazna pojava, već trajan problem koji ostavlja dublji trag u društvu. Uz promjene u medijskom okruženju i pluralizaciju medijskih publika, širenje dezinformacija dodatno je potaknuto algoritmima koji određuju vidljivost vijesti. Također, porast političke polarizacije, osobito afektivne polarizacije, dodatno pogoršava širenje lažnih informacija. Iako je ovaj problem prisutan i u Hrvatskoj, on nije specifičan samo za nju, već je sličan izazovima u razvijenim zemljama.

Analize pokazuju da dezinformacije imaju izravan utjecaj na povjerenje građana u institucije i demokratske procese. Prema istraživanju Eurobarometra iz godine 2021. / 2022., 90 % hrvatskih ispitanika smatra da lažne vijesti predstavljaju prijetnju demokraciji. Iako se 73 % građana u Hrvatskoj izjasnilo da može prepoznati lažne informacije, sama prisutnost dezinformacija destabilizira povjerenje u medije i političke institucije.

## 7. ZAKLJUČAK

Dezinformacije su postale nezaobilazan problem u suvremenom medijskom krajoliku, osobito s razvojem digitalnih tehnologija i društvenih mreža. Ovaj rad detaljno je analizirao različite aspekte dezinformacija, uključujući njihove definicije, metode širenja i utjecaj na društvo, s posebnim naglaskom na hrvatski kontekst.

Prvo, važno je istaknuti da dezinformacije nisu samo obične pogreške u medijskom izvještavanju, već namjerno plasirane informacije s ciljem manipulacije javnošću i postizanja specifičnih političkih, ekonomskih ili društvenih ciljeva. U Hrvatskoj, političke dezinformacije, osobito tijekom izbora i drugih važnih događaja, predstavljaju ozbiljnu prijetnju demokratskim procesima. Analize su pokazale da su dezinformacije često usmjerene na polarizaciju društva, diskreditaciju političkih protivnika i širenje nepovjerenja prema institucijama. Također, pandemija COVID-19 bila je globalni primjer „infodemije“ - preplavljenosti javnog prostora lažnim i manipulativnim informacijama. U Hrvatskoj, dezinformacije povezane s pandemijom, uključujući teorije zavjere o cjepivima i epidemiološkim mjerama, dodatno su ugrozile povjerenje građana u zdravstveni sustav i institucije.

Analiza govora mržnje kroz medijske kanale pokazuje da su internetske platforme, osobito društvene mreže, postale glavna mjesta za širenje mrzilačkog govora. Nedostatak adekvatne moderacije na ovim platformama, zajedno s anonimnošću korisnika, omogućava da se govor mržnje brzo širi i dodatno potiče društvene podjele. S obzirom na pravnu regulaciju govora mržnje, Hrvatska ima uspostavljen pravni okvir, ali izazovi ostaju u njegovoj provedbi, osobito u digitalnom prostoru. Iako su zakoni jasno definirani, njihova primjena često je nedosljedna, što otežava učinkovitu borbu protiv širenja mržnje u javnom prostoru. Kako bi se smanjio utjecaj dezinformacija i govora mržnje, ključni koraci uključuju jačanje medijske pismenosti, poboljšanje regulacije digitalnih platformi i poticanje odgovornog novinarstva. Samo kroz suradnju svih sudionika - medija, regulatornih tijela i građana - moguće je izgraditi otpornost društva na ove prijetnje i očuvati demokratske vrijednosti.

## 8. LITERATURA

1. Allcott, H., Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, Vol.31(2), 211-236.
2. Baider, F. (2019). Double speech act - Negotiating intercultural beliefs and intracultural hate speech. *Journal of Pragmatics*, Vol.151, str. 155-166.
3. Benković, V. i I. Balabanić (2010). Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala. *Medijska istraživanja*, Vol.16 (2), 43-57.
4. Bradshaw, S., Howard, P. N. (2019). *The global disinformation order: 2019 global inventory of organised social media manipulation*. University of Oxford.
5. Carlson, C. i Rousselle, H. (2020). Report and repeat - Investigating Facebook's hate speech removal process. *First Monday*, Vol.25(2).
6. Carlsson, U. (2016). *Opening speech: Freedom of Expression in Transition. A Media Perspective*. U: M. Edström, A. T. Kenyon i E.M. Svensson (ur.): *Blurring the Lines Market-Driven and Democracy-Driven Freedom of Expression*. Gothenburg: Nordicom.
7. Centar za mirovne studije (2023). *Mržnja na internetu: bolje moderiranje sadržaja - manje govora mržnje*. Dostupno na <https://www.cms.hr/hr/suzbijanje-diskriminacije/mrznja-na-internetu-bolje-moderiranje-sadrzaja-manje-govora-mrznje> [pristup: 16.08.2024]
8. CERT.hr (2019). *Dezinformacije i propaganda na internetu*, dostupno na: <https://www.cert.hr/dezinformacije-i-propaganda-na-internetu/> [pristup: 30.7.2024.]
9. Chandrasekharan, E. i Pavalanathan, U. i Srinivasan, A. Glynn, A. Eisenstein, J. Gilbert, E. (2017). You Can't Stay Here - The Efficacy of Reddit's 2015 Ban Examined Through Hate Speech. *PACM on Human-Computer Interaction*, 1(CSCW), str. 1-22.
10. Ciboci, L., Kanižaj, I. i Labaš, D. (2018). *Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti*. Agencija za elektroničke medije i Unicef.
11. Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Vol.118(9).
12. Dokler, A. (2018). *Medijska pismenost. Facebook, Twitter i Google prvi put zajedno protiv dezinformacija*. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/facebook-twitter-i-google-prvi-put-zajedno-protiv-dezinformacija/> [pristup: 12.8.2024.]



13. Doring, N. & Mohseni, M. (2019) Fail videos and related video comments on YouTube - a case of sexualization of women and gendered hate speech, *Communication Research Reports*, 36, str. 1-11.
14. Đukić, M. i D. Sić (2021). Regulation of fake news and hate speech on social networks, 51–73. U: M. Đukić (ur.): *4th International Science Conference „European Realities – Movements“, Conference Proceedings 2019*. Osijek: Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
15. Eurobarometar, Standard 96 (2022.). Standardni Eurobarometer 96 (2021.-2022.). <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2553> [pristup: 16.08.2024]
16. Eurobarometer (2019). Standard Eurobarometer 92. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2255> [pristup: 16.8.2024.]
17. European commission (2018). Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation, dostupno na: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation> [pristup: 30.8.2024.]
18. Ferrara, E. (2017). Disinformation and social bot operations in the run up to the 2017 French presidential election. *First Monday*, Vol.22(8).
19. Fuchs, T. & Schafer, F. (2020) Normalizing misogyny - hate speech and verbal abuse of female politicians on Japanese Twitter, *Japan Forum*, str. 1-27.
20. Gardašević, Đ. (2016). *Govor mržnje i hrvatski ustavnopravni okvir*. U: E. Kulenović (ur.): *Govor mržnje u Hrvatskoj*. Zagreb: Biblioteka Političke analize.
21. GONG. (2020). *Govor mržnje tijekom predizbornih kampanja*.
22. Grmuša, T., Prelog, L. (2020). Uloga novih tehnologija u borbi protiv lažnih vijesti – iskustva i izazovi hrvatskih medijskih organizacija, *Medijske studije*, Vol. 11(22), dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/368197>
23. Haapoja, J., Laakosonen, S. M. i A. Lampinen (2020). Gaming Algorithmic Hate Speech Detection: Stakes, Parties and Moves. *Social Media Society*, Vol.1–10.
24. Hadžić, S., Šilić, A., Grmuša, T. (2022). Izgradnja jezičnog korpusa govora mržnje na hrvatskom medijskom prostoru društvenih mreža. *Medijska istraživanja*, Vol.28(2), 63-85.
25. Howard, P. N., Kollanyi, B. (2016). Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational propaganda during the UK-EU referendum. *SSRN Electronic Journal*.

26. Jones, K. (2019). Online Disinformation and Political Discourse Applying a Human Rights Framework. Chatham house, dostupno na: <chrome-extension://gphandlahdpffmccakmbngmbjnjiihp/https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/2019-11-05-Online-Disinformation-Human-Rights.pdf> [pristup: 26.08.2024]
27. Karabuva, Ž. (2021). Uloga medija u stvaranju javne percepcije imigranata, *Fluminensia: časopis za filološka istraživanja*, Vol. 33, Br. 1., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/fluminensia/article/view/21199> [pristup: 26.08.2024]
28. Kazneni zakon RH, NN 125/11, 144/12, 56/15, 61/15, 101/17, 118/18, 126/19, 84/21, 114/22, 114/23, 36/24 na snazi od 02.04.2024.
29. Kovačić, S., Musa, I. i Z. Tomić (2019). Online mediji i novinarstvo na društvenim mrežama – istraživanje na primjeru društvene mreže Facebook. *Hum*, Vol.14 (22), 7–28.
30. Kulenović, E. (ur.). (2016). *Govor mržnje u Hrvatskoj*. Zagreb: Biblioteka političke analize
31. Labaš, D. i T. Grmuša (2011). Istinitost i objektivnost u informaciji i društveno štetne komunikacijske forme. *Kroatologija: časopis za hrvatsku kulturu*, Vol.2(2), 87–121.
32. Lalić, S., Senta, C. (2020). *Narativi mržnje u internetskim medijima i internetskoj komunikaciji u Hrvatskoj*. Ljubljana: Centar za mirovne studije.
33. Levak, T. (2024). *Obilježja širenja dezinformacija i lažnih vijesti posredstvom internetskih društvenih mreža i komunikacijskih platformi* (Doktorska disertacija). Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Osijek.
34. Marić Tokić, S. (2023). Lažne vijesti kao dio (dez)informacijske strategije s ciljem utjecaja na javno znanje, *South Eastern European Journal of Communication*, Vol. 5 No. 1, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/309909>
35. Miculinić, A. (2018). Valovi demokratizacije i korupcija: Kvantitativni uvid u razinu korupcije u svijetu. *Mali Levijatan*, Vol. 5(1), 70–94.
36. Mijić Vulinović, I. (2021). Ograničenja slobode izražavanja u Republici Hrvatskoj u odnosu na međunarodno pravo, s posebnim osvrtom na presude Europskog suda. *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, Vol. 58(3), 967-988.
37. Milas, A. J., Dunder, I., Odak, M. (2023). Lažne vijesti kao oblik dezinformacije, *Hum : časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*, Vol. 18 No. 29, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/313381>

38. Musladin, M. (2012). Utjecaj društvenih mreža na nacionalnu sigurnost. *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, Vol.6(11), 69-85.
39. Ostrički, I. (2017). Medijski tekst kao pokretač digitalnih gomila. *In medias res: časopis filozofije medija*, Vol.6 (10), 1601–1627.
40. Popovac, J. (2020). Dezinformacije u digitalnom dobu: Borba za istinu, *Medijska istraživanja : znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, Vol. 26 No. 2, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/250788>
41. Rančić, N. i J. Durbić (2016). Uzroci nezaposlenosti i utjecaj na smanjenje nezapo-slenosti kroz institucionalno-strukturne reforme u Republici Hrvatskoj. *Pravnik*, Vol. 50(100), 39–54.
42. Surjatmodjo, D., Alimuddin Unde, A., Cangara, H. i Febri Sonni, A. (2024). Information Pandemic: A Critical Review of Disinformation Spread on Social Media and Its Implications for State Resilience. *Soc. Sci.* 2024, 13(8), dostupno na: <https://www.mdpi.com/2076-0760/13/8/418> [pristup: 26.08.2024]
43. Tanta, I. (2007). Oblikovanje mnijenja ili nužnost manipulacije, *MediAnali : međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, Vol. 1 No. 2, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/41448>
44. Tonković, M., Dumančić, F., Jelić, M., Čorkalo Biruški, D. (2021). Who believes in COVID-19 conspiracy theories in Croatia? Prevalence and predictors of conspiracy beliefs. *Frontiers in Psychology*, Vol.12.
45. Vilović, G. (2011). Politološki pojmovnik: Govor mržnje. *Političke analize*, Vol.2(6). 68-70.
46. Vosoughi, S., Roy, D., Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, Vol.359(6380), 1146-1151.
47. Wardle, C.; Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Strasbourg, dostupno na: chrome-extension://gphandlahdpffmccakmbngmbjnjiihp/<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> [pristup: 26.08.2024]
48. World Health Organization (2020). Infodemics. Dostupno na: [https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1) [pristup: 26.08.2024]

49. Zgrabljic Rotar, N. (2020). Digitalno doba: Masovni mediji i digitalna kultura, *Kroatologija*, Vol. 11 No. 1., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/247708>