

*Tamara Zadravec*³⁴

POUZDANOST INFORMACIJA – UTJECAJ NA DRUŠTVENI SUSTAV

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/PPHU7991>

Sažetak

Društveni su sustavi jedinstveno uređeni dijelovi formirani u cjelinu. Oni su skup povezanih načela koja čine jedinstvenu društvenu cjelinu koja je organizacijski ustrojena, čiji pojedini elementi bitno definiraju društvo kao cjelinu. Razvoj novih komunikacijskih tehnologija potpuno može promijeniti svaki element društvenog sustava. U društvo kao cjelinu informacije ulaze kao ulazne veličine putem tiskanih medija, radija, televizije, a u novije vrijeme i putem svjetske internetske mreže. Ulazne veličine u društvene sustave imaju svoju pouzdanost koju možemo vrednovati, a pritom i definirati kroz omjer istine i neistine. U radu spoznajemo pojam informacija i dezinformacija koristeći se modelom analogije kroz povijesno razdoblje. Postavljamo metodu analize putem anketnog listića te slučajno odabranu skupinu anketiramo na općem načelu informacija – dezinformacija. Rezultati su obrađeni snažnim statističkim testom, t-testom, koristeći se analizom aritmetičke sredine, a sve kroz postavljene hipoteze da većina informacija koje ulaze u društveni sustav imaju atribut istinitosti, tj. visoke pouzdanosti. Posebno poglavlje ovoga rada jest utjecaj prisutnosti informacija niske pouzdanosti na društvenim mrežama te njihova implementacija na opći fenomen u društvenom sustavu.

Ključne riječi: dezinformacija, društvene mreže, društveni sustav, informacija, pouzdanost

³⁴ Filozofski fakultet u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, tzadravec@ffos.hr

Uvod

Sam nastanak world wide web-a bila je ideja Tim Berners Lee-ja kako bi ljudi mogli međusobno komunicirati i razmjenjivati podatke. Tek nakon pojave weba omogućen je razvoj društvenih mreža. Društvene mreže temelje se na web 2.0 tehnologiji koja korisnike stavljala u središte zbivanja te mu omogućuje da sam stvara sadržaj i nudi ga drugim korisnicima. Jedna od modernijih društvenih stranica je bila „Sixdegrees“ koja je na internet izašla 1997 godine i imala je preko milijun korisnika. Stranica je dozvoljavala korisnicima da izrade osobni profil i da imaju listu prijatelja. Stranice društvenih mreža počele su se sve više razvijati ulaskom u novo stoljeće. Friendster je nastao 2002. godine, nedugo nakon toga izlazi LinkedIn (poslovno-orijentirana mreža) i MySpace 2003. godine. Facebook izlazi 2004. godine na sveučilištu Harvard i Zuckerberg je definitivno promijenio svijet društvenih mreža. U 2005. godini je izašla stranica YouTube, a 2006. godine Twitter.

Vrijeme u kojemu živimo danas opisuje se kao informacijsko doba, u kojemu informacija ima glavnu ulogu. Potrebne informacije pronalazimo u tiskanim i elektroničkim medijima, ali i na društvenim mrežama, a količina informacija raste eksponencijalno. Informacija se oblikuje u procesu komunikacije, a s brojem korisnika raste joj vrijednost. Međutim, to ne znači da su ljudi u informacijskom društvu dobro i kvalitetno informirani. Zbog velikog i brzog protoka informacija, teško je pronaći kvalitetnu informaciju. Sve je veća pojava lažnih i obmanjujućih informacija. Iako se o problemu dezinformacija više govori od 2016. godine, prvi oblici dezinformacija i lažnih vijesti počeli su se pojavljivati prije više stotina godina. „Povećanje broja dezinformacija i ozbiljnost prijetnje utječu na sve veću osviještenost i zabrinutost civilnog društva u državama članicama EU-a i na međunarodnoj razini.“ (Europska komisija, 2018).

Informacija, dezinformacija i lažna vijest

Društvo, a s time i sam čovjek svakodnevno je izložen velikom broju informacija koje pristižu u različitim oblicima. Informacija je ključan pojam, temelj svakog razvoja, a u posljednjih pola stoljeća biva značajan resurs za napredak društva u cjelini. „Na temelju njih i uz njihovu pomoć ljudi

donose velike odluke, usmjeravaju svoje aktivnosti, obavljaju svakodnevne poslove i zadatke, planiraju budućnost, uspostavljaju međusobne odnose, sporazumijevaju se, rješavaju probleme.“ (Javorović, Bilandžić, 2007, 19). Osnovna zadaća informacije je informirati namjernike o određenim temama koje ih interesiraju. „Nasuprot informaciji, imamo dezinformaciju. Dezinformacija označava širenje lažnih ili obmanjujućih informacija“ (Gojmerac, Mikić, 2013, 10). Dezinformacije su zavaravajuće, izmišljene, netočne informacije koje govore o događajima koji se nikada nisu dogodili ili izjavama koje nikada nisu bile izrečene, a mogu nastati nenamjerno ili slučajno. (Ciboci i sur., 2018). Iste mogu biti i izravne i neizravne. Izravna dezinformacija se odnosi na laž ili prevaru, a neizravna označava suptilno prikrivanje provjerenih činjenica ili prikrivanje istine u svrhu uzrokovanja krivih prosudbi. Dezinformacije ne uključuju pogreške u izvješćivanju, satiru i parodiju, kao ni jasno naznačene stranačke vijesti i komentare. (Europska komisija, 2018). Kod netočnih informacija prepoznamo još i lažne vijesti³⁵, informacije koje ne odgovaraju činjenicama.³⁶ „Karakteristika lažnih vijesti su da su one često namjerno izmišljene i distribuirane radi zavaravanja u cilju da potrošači povjeruju u neistinu ili sumnjaju u prave činjenice.“ (Biloš, 2020, 169).

Pojavnost lažnih vijesti u Europi i Hrvatskoj

Prema istraživanju portala Statista (2020), lažne vijesti najzastupljenije su u Španjolskoj, a najmanje učestale u Finskoj. Čak 37% stanovnika Europe svakodnevno se susreće s lažnim vijestima. „Velike probleme s lažnim vijesti imaju Cipar, Bugarska, Grčka, Rumunjska, Italija i Malta, dok je u Danskoj, Luksemburgu, Irskoj i Velikoj Britaniji to umjereno prisutno.“ (McCarthy, 2018). Prema McCarthy (2018) 43% ispitanika smatra kako su lažne vijesti u Hrvatskoj veliki problem i isto toliko smatra da je to umjereni problem. Rezultati globalnog istraživanja upućuju da se najviše lažnih vijesti pronalazi na društvenim mrežama, njih 61 %, zatim na televiziji njih 51 %, a najmanje u tiskanim medijima, njih 44%. „Značajno je kako se u istom istraživanju Hrvatska ističe kao zemlja u kojoj će konzumenti izbjegavati lažne vijesti.“ (Watson, 2020).

35 engl. *fake news*

36 Nepostojeće ili iskrivljene činjenice

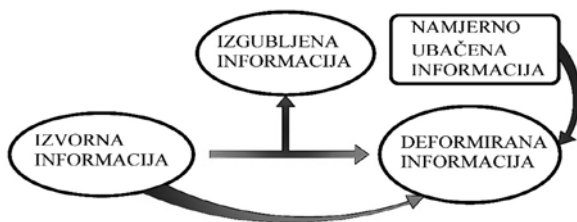
Vrednovanje informacija

Prilikom pretraživanja informacija što na internetu, što u klasičnim medijima kao što su novine, televizija i sl., moramo biti spremni na činjenicu da nisu sve informacije istinite. Danas je internet glavni komunikacijski kanal i izvor informiranja. Društvene mreže koristi sve veći broj ljudi zbog održavanja kontakata i komuniciranja, dijeljenja sadržaja, te poslovnih prilika. Digitalni mediji omogućuju jednostavno i brzo kreiranje, dijeljenje i komentiranje različitih sadržaja što doprinosi njihovoj popularnosti, ali istovremeno rezultira nizom problema, kao što je pojava informacijskih poremećaja. Prilikom informiranja o određenoj temi važno je pripaziti na nekoliko kriterija putem kojih možemo zaključiti je li informacija koju primamo istinita ili ne. „Evaluaciji izvora valja pristupiti kritički, što znači njihovo sustavno provjeravanje i procjenjivanje.“ (Žerjav, 1982, 8). Kako bi korisnik ocijenio jesu li informacije koje pronalazi prikladne za njegove potrebe, bitno je da ih zna evaluirati. Jednom kada korisnik pronađe informacije koje odgovaraju temi i zahtjevima istraživanja, mora se pozabaviti evaluacijom i analizom izvora. Evaluacija informacija potiče kritičko razmišljanje o pouzdanosti, validnosti, točnosti, autorstvu, aktualnosti informacije ili izvora te potencijalnoj pristranosti izvora. Iako se knjiga, članak ili mrežna stranica mogu doimati relevantnima ne znači nužno i da su pouzdan izvor informacija“. Relevantnim se smatra ono što ima dokaziv utjecaj na određeni sadržaj“. (Saračević, 2007, 1). Ovisno o temi i svrsi pretraživanja, različiti kriteriji evaluacije informacija zauzimaju veću ulogu. Jedan od prvih bitnih elemenata je ažurnost informacije. Bitno je znati kada je informacija objavljena, je li prošla reviziju, je li ažurna, odgovara li starost informacije ili informacijskog izvora temi koja korisnika zanima, odnosno jesu li i stariji izvori dovoljno relevantni. Sljedeći je element evaluacije sama relevantnost, odnosno važnost informacije za potrebu korisnika. Kod evaluacije relevantnosti informacije korisnik se mora zapitati je li informacija dovoljno povezana uz temu koja ga zanima, i odgovara li na pitanja koja korisnik postavlja, koja je ciljana publika pronađene informacije, je li informacija na prikladnoj razini, odnosno nije li previše pojednostavljena ili previše napredna za potrebe korisnika koji ju potražuje, je li pregledan dovoljan broj različitih izvora prije odabira i slično. Nakon toga bitno je razmisliti o autorstvu, odnosu izvoru same informacije. Bitno je znati tko je autor informacije, odnosno tko ju je objavio, je

li autor vjerodostojan, s kakvim je organizacijama ili ustanovama povezan, je li autor uopće kvalificiran da piše o odabranoj temi, jesu li dostupne informacije za kontaktiranje autora ili objavljivača, te ako je informacija pronađena na internetu, može li se prema URL-u otkriti o kakvom se autoru ili izvoru radi, odnosno o prirodi samog sadržaja stranice. Na primjer .com se odnosi na komercijalne domene, .edu na edukacijske, .gov na vladine, a .org na različite organizacije. Neki od načina za provjeravanje točnosti informacija i izvora su zapitati se odakle je informacija došla, je li potkovana dokazima, je li recenzirana, može li se potvrditi pomoću drugih pouzdanih izvora ili iz osobnog znanja, je li pisana nepristrano i bez utjecaja emocija, postoje li leksičke, gramatičke ili tipografske greške. Na posljetku treba razmisliti o samoj svrsi postojanja promatrane informacije. Je li informacija napisana da informira, podučiti, prodaje, zabavi ili uvjeri korisnika u nešto, je li namjera autora jasna, je li informacija činjenica, mišljenje ili propaganda, doima li se informacija objektivnom te otkriva li ikakve političke, ideološke, kulturne, religijske, institucijske ili osobne pristranosti. Kod evaluacije knjiga i članaka, dobra je praksa pregledati njihove bibliografske zapise u *online* katalozima knjižnica ili bazama podataka koje sadržavaju članke. Ti zapisi sadrže informacije o autoru, nakladniku i vremenskom okviru u koji se informacija može smjestiti.

Pouzdanost informacija

Svojstvo informacija za obavljanje određenih funkcija koje su mu dodijeljene, uz održavanje karakteristika performansi unutar određenih granica promatranog informacijskog sustava, koje odgovaraju određenim načinima i uvjetima korištenja definiraju pouzdanost informacija. Pokazatelji pouzdanosti mogu biti vrlo različiti, ali kvaliteta definirane informacije, slijedi iz prikaza.



Slika 1.
Izvor autorica

Ulazne veličine u društvene sustave, imaju svoju pouzdanost koju možemo vrednovati, a pritom i definirati kroz omjer istine i neistine. U radu spoznajemo pojam informacija i dezinformacija koristeći se modelom analogije kroz povijesno razdoblje. Postavljamo metodu analize putem anketnog listića te slučajno odabranu skupinu anketiramo na opći princip informacija – dezinformacija. Kao ulazna varijabla u društveni sustav.

Vrednovanje informacija na društvenim mrežama

Kod evaluacije izvora na društvenim mrežama vrijede svi elementi evaluacije kao i kod ostalih vrsta izvora, no zbog beskrajne količine informacija te lakoće objavljivanja istih koju pružaju bespuća interneta, potreban je dodatan oprez. Kritička evaluacija izvora na društvenim mrežama temelji se na elementima izvornosti, aktualnosti, nezavisnosti te objektivnosti. Ti su elementi, uz minimalne razlike, ranije već razjašnjeni. Izvornost se odnosi na vjerodostojnost izvora, aktualnost na to postoje li noviji izvori koji odgovaraju korisničkim potrebama, nezavisnost govori o zavisnosti informacija o drugim izvorima, a objektivnost o eventualnoj pristranosti koja se iz informacija može iz iščitati.

Na društvenim mrežama dostupne su različite vrste izvora koje zahtijevaju individualne pristupe kada je riječ o evaluaciji. Kod evaluacije teksta na društvenim mrežama može se dijelove teksta provjeriti pomoću dostupnih tražilica te tako i na drugim mrežnim mjestima provjeriti njihovu vjerodostojnost. Kada je riječ o slikama korisno je pretražiti ih takozvanim

„reverse search“-om, uslugom dostupnom na tražilici Google te tako provjeriti informacije o slici, te vidjeti gdje je sve korištena. Audiozapise na mreži je teško evaluirati, no može se pretražiti naziv datoteke te ju tako pokušati provjeriti. Videozapisi trebaju biti kvalitetne grafike te mora biti jasno istaknuto tko je autor ili tko je zapis prenio na mrežu. Kod svih navedenih vrsta izvora bitno je razmišljati o njihovoj pristranosti. Budući da su društvene mreže mjesto gdje je svatko slobodan izraziti svoje mišljenje bez recenzentskog postupka većina je informacija na mreži pristrana do neke mjere. Kod evaluacije takvih informacija i izvora bitno je obratiti pozornost radi li se o sadržaju koji je nastao u svrhu obmane, zabave, oglašavanja, lažnog poslovanja ili kao glasina. Na mreži postoje i alati koji korisniku mogu olakšati evaluaciju mrežnih izvora, poput služenja DNS-om (domenskom sustavu imena). Skraćivanjem poveznice može se dobiti adresa sjedišta izvora na kojem je često moguće pronaći više informacija o samome izvoru. Postoji i baza podataka whois.com pomoću koje je moguće doći do informacijama o registriranim domenama i njihovim nositeljima. Ako korisnik želi istražiti tko je još citirao izvor koji želi koristiti, u polje tražilice treba utipkati ključnu riječ poveznice te dvotočku nakon koje slijedi URL te tako doći do informacija o broju stranica koje su povezane s izvorom koji se pretražuje.

Metodologija istraživanja

Za potrebe istraživanja u cilju utvrđivanja načina informiranja; tiskani mediji, radio, televizija, web stranice, društvene mreže, te subjektivni osjećaj pouzdanosti definiranog medija dizajniran je anketni upitnik koji se distribuirao u (III i IV) mjesecu 2021. godine u tiskanoj formi. Upitnik čine 2 skupine pitanja. U prvom dijelu prikupljali su se opći o ispitanicima, zatim su slijedila pitanja o medijima putem kojih se ispitanici informiraju i dana je ocjena pouzdanosti na definirane medije. Ciljana skupina istraživanja bile su osobe u dobi od 18 do 28 godina koje studiraju (studenti), a istraživanju se odazvalo njih 35. Prikupljeni podatci obrađeni su korištenjem metode deskriptivne statistike, dok su definirane hipoteze testirane primjenom t-testa za zavisne uzorke. Od 35 ispitanika u uzorku, 42 % ih je muškog, a 58 % ženskog spola. Ispitanici dolaze iz 5 različitih županija među kojima je najzastupljenija Osječko baranjska županija (62 %). Rezultati deskriptivne statistike na pitanja o učestalosti

i načinima informiranja ne razlikuju se iz već poznatih rezultata za RH. Najveći udio ispitanika o aktualnim događajima, novostima u zemlji i svijetu, te temama od interesa informira se svakodnevno i više od 80% putem elektroničkih medija. Dobiveni rezultati su slični rezultatima istraživanja agencije Ipsos koja je provela istraživanje o medijskim navikama Hrvata u 2019. godini na uzorku od 1023 ispitanika i utvrdili su da je internet glavni izvor informacija za 78 % ispitanika, a 91,6 % ispitanika koristi ga više puta dnevno (Poslovni.hr, 2019). Ispitanici su dali odgovor na ključno pitanje „Kolika je pouzdanost dobivenih informacija kroz medije koje koristite“ odgovori su ponderirani u rasponu od 1 do 5 te su prikazani u tablici koja slijedi kao i vrijednosti učestalosti s medijanom i standardnom devijacijom.

Tablica broj 1.

Pitanje	Ponudeni odgovori	%	M	SD
Kolika je pouzdanost dobivenih informacija kroz medije koje koristite	1 – niske razine	15,4	3,2	0,62
	2 – srednje razine	24,7		
	3 – srednje visoke razine	36,7		
	4 – visoke razine	16,5		
	5 – iznimno visoke razine	6,7		

Rezultati istraživanja

Prvom hipotezom (H1) želi se utvrditi postoji li kod studenata statistički značajna razlika u korištenju tradicionalnih-tiskovnih medija, radija i televizije u odnosu na digitalne medije u procesu informiranja. Odgovori ispitanika o korištenju tiskanih medija, te televizije i radija upućuju na uporabu tradicionalnih medija, dok odgovori o korištenju informativnih portala i web-a, kao i društvenih mreža upućuju na uporabu digitalnih medija za informiranje.

Analizom t-testa za dva zavisna uzorka utvrđeno je da postoji statistički značajna razlika u korištenju tradicionalnih i digitalnih medija za informiranje ($t = 5,54$; $p < 0,01$). Studenti značajno više koriste digitalne medije ($M = 2,48$) za informiranje u usporedbi s tradicionalnim medijima ($M = 0,56$).

Drugom hipotezom (H2) želi se utvrditi postoji li statistički značajna razlika između percipirane pouzdanosti studenata u stvaranju subjektivne stvarnosti o pouzdanosti tradicionalnih medija i elektroničkih medija. Stvarna sposobnost osjećaja pouzdanosti je jedan snažni unutarnji osjećaj pouzdanosti, koji je doista potvrđen analizom srednjih vrijednosti definiranih skupina.

Primijenivši t-test za dva zavisna uzorka-skupina jedna skupina je spoznavala društveni sustav kroz tradicionalne medije; tiskovine, radio i televizija, a druga skupina je spoznavala svijet koji je okružuje kroz elektroničke medije utvrđeno je da postoji statistički značajna razlika između percipirane i stvarne sposobnosti osjećaja pouzdanosti definiranih skupina ($t = 2,32$; $p < 0,01$). Dobiveni rezultat nesporno daje jedinstveni zaključak da studenti koji koriste više tradicionalne medije u te medije više vjeruju tj. imaju subjektivni osjećaj da je njihova pouzdanost veća. Iako sam rezultat je tijesan statistički gledano on je „značajan“, a ta činjenica dovoljno govori sama za sebe. Rezultati deskriptivne statistike na pitanja o učestalosti i načinima informiranja ne razlikuju se iz već poznatih rezultata za RH.

Zaključak

Društveni sustavi su jedinstveno uređeni dijelovi formirani u cjelinu. Oni su skup međusobno povezanih načela koje čine jedinstvenu društvenu cjelinu koja je organizacijski ustrojena, čiji pojedini elementi bitno definiraju društvo kao cjelinu. Razvoj novih komunikacijskih tehnologija potpuno mogu promijeniti svaki elementne društvenog sustava. U društvo kao cjelinu informacije ulaze kao ulazne veličine putem tiskanih medija, radija, televizije, a u novije vrijeme i putem svjetske internetske mreže. Ulazne veličine u društvene sustave, imaju svoju pouzdanost koju možemo vrednovati, a pritom i definirati kroz omjer istine i neistine. Svojstvo informacija za obavljanje određenih funkcija koje su mu dodijeljene, uz održavanje karakteristika performansi unutar određenih granica promatranog informacijskog sustava, koje odgovaraju određenim načinima i uvjetima korištenja definiraju pouzdanost informacija. Postavljenom hipotezom (H2) u radu želi se utvrditi postoji li statistički značajna razlika između percipirane pouzdanosti studenata u stvaranju subjektivne stvarnosti o pouzdanosti tradicionalnih medija i elektroničkih medija. Rezultati istraživanja

ne dvojbeno upućuju da postoji značajna razlika u percepciji pouzdanosti informacija kod promatrača koji egzistiraju u okruženju tradicionalnih medija i elektroničkih medija.

Literatura

- Biloš, A. (2020). Izazovi internetskog informacijskog prostora: Kako stanovnici Republike Hrvatske doživljavaju problem lažnih vijesti. *CroDim: International Journal of Marketing Science*, 3 (1). URL: <https://hrcak.srce.hr/236267> [pristup: 28.8.2022.]
- Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti. *Razvoj medijske pismenosti*. Agencija za elektroničke medije i UNICEF. Zagreb. URL: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/lazne-vijesti.pdf> [pristup: 28. 8. 2022.]
- Europska komisija (2018). Suzbijanje dezinformacija na internetu: evropski pristup. Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regije. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/ALL/?uri=CELEX%3A52018DC023> [pristup:1.9. 2022.]
- Gojmerac, M., Mikić, P. (2013). Informacija i dezinformacija u rječniku. *Hum: časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*, 10 URL: <https://hrcak.srce.hr/227468> [pristup: 2.9.2022.]
- Javorović, B., Bilandžić, M. (2007). *Poslovne informacije i business intelligence*, Gold marketing-Tehnička knjiga Zagreb
- McCarthy, N. (2018). Gdje se lažne vijesti smatraju problemom u EU. Statista. URL: <https://www.statista.com/grafikon/13285/gdje-se-fake-news-is-seen-as-a-problem-in-the-eu/> [pristup: 29. 8. 2022.]
- Saračević, T. (2007). Relevance and how it was studied. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 50, (½) URL: <https://hrcak.srce.hr/16937> [pristup: 29. 8. 2022.]
- Statista (2020). Lažne vijesti u Europi – statistika i činjenice. Istraživački odjel Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/5833/fake-news-in-europe/> [pristup: 2.9.2022.]
- Žerjav, F. (1982). Relevantnost informacija i kriteriji za ocjenjivanje efikasnosti sistema za pretraživanje informacija. *Journal of Information and Organizational Sciences* 6. URL: <https://hrcak.srce.hr/80958> [pristup: 3.9.2022.]
- Watson, A. (2020). Lažne vijesti diljem svijeta – statistika i činjenice. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/6341/fake-news-wide-wide/> [pristup: 2.9. 2022.]

RELIABILITY OF INFORMATION – IMPACT ON THE SOCIAL SYSTEM

Abstract

Social systems are uniquely ordered parts formed into a whole. They are a set of inter-related principles that make up a unique social entity that is organized organizationally, whose individual elements essentially define society as a whole. The development of new communication technologies can completely change every element of the social system. Information enters society as a whole as input quantities via printed media, radio, television, and more recently via the worldwide Internet network. Input quantities in social systems have their own reliability, which we can evaluate, and at the same time define through the ratio of truth and untruth. In this paper, we learn about the concept of information and misinformation using the analogy model through the historical-time period. We set up a method of analysis through a questionnaire and survey a randomly selected group on the general principle of information – misinformation. As an input variable in the social system. The results were processed with a powerful statistical test, the t-test, using arithmetic mean analysis, and all through the hypothesis that most of the information entering the social system has the attributes of truth, i.e. high reliability. A special chapter of this paper is the impact of the presence of low reliability information on social networks and their implementation on the general phenomenon in the social system.

Keywords: misinformation, social networks, social system, information, reliability