

Jadranka Polović

UMAS
Zagrebačka 3, 21 000 Split

"Lažne vijesti" kao politički alat sistemske krize liberalne demokracije i korporativnih medija

Sažetak

Fenomen lažnih vijesti i neprovjerenih informacija vrlo je ozbiljan izazov suvremenih, osobito online medija u kojima je etički relativizam postao općeprihvaćena kategorija, a istina vrlo često izložena pritisku komercijalnih vrijednosti. U 2016. godini politički se establishment Sjedinjenih Država kao i Europske unije po prvi put suočio s činjenicom da komunikacijska revolucija ubrzava širenje laži i dezinformacija, ali i da dominantni liberalni sustav društvenih vrijednosti, nekritički podržan od strane mainstream medija, zapravo gubi podršku. Jesu li lažne vijesti tek dio ruske propagande i hibridnog ratovanja pokrenutih s ciljem podrivanja vrijednosti zapadnih demokracija ili su najutjecajniji liberalni mediji glavni izvori lažnih i pristranih vijesti? U radu se propituju razlozi zbog kojih klasični mediji, čak i svojim online izdanjima, gube presudan utjecaj na kreiranje stavova javnosti, te posljedično na usmjerenje društvenih procesa.

Ključne riječi: lažne vijesti, propaganda, mainstream mediji, online mediji, vrijednosti liberalnih demokracija, sistemska kriza.

Uvod

Početak 2018. godine Europska je unija formirala ekspertnu radnu skupinu za borbu protiv lažnih vijesti i dezinformacija na internetu koja je već u svojem prvom izvješću¹⁷⁶ predložila niz ciljanih mjera protiv hibridnog djelovanja i strategije širenja lažnih vijesti. Tim od 39 stručnjaka koji je okupio vrlo različite *stakeholderse*, uključujući predstavnike najvećih tehnoloških kompanija, novinare, znanstvenike, te aktiviste nevladinog sektora, ima neobično zahtjevan zadatak- u obilju informacija kojima nas svakodnevno zapljuskuju društvene mreže i on line mediji, eksperti bi trebali identificirati one lažne, dakle izmišljene, ali i problematične sadržaje koji mogu (ili već jesu) utjecati na izbore u zemljama članicama EU-a. Izostavljajući izraz „lažne vijesti“ (*fake news*), ekspertna je skupina, složeni, često fluidni pojam dezinformacija definirala kao „lažne, netočne ili obmanjujuće informacije koje se smišljaju, iznose i šire kako bi se ostvarila dobit ili svjesno nanijela šteta javnosti, te ugrozili demokratski procesi i vrijednosti“. Skupina preporučuje promicanje medijske pismenosti, razvijanje alata koji bi korisnicima, kao i novinarima omogućio prepoznavanje dezinformacija, čime bi se poboljšala vidljivost pouzdanih i vjerodostojnih vijesti. Nakon provedene javne rasprave pokazalo se da su namjerne dezinformacije s ciljem utjecaja na ishod izbora i migracijsku politiku dvije najvažnije kategorije u kojima lažne vijesti mogu nanijeti štetu društvu, zapravo ugroziti demokraciju.

Fake news ili propaganda: mainstream mediji kao prostor ograničene istine

Posvećenost istini zasigurno je najstariji i najcjenjeniji etički princip civilizacije, stoga je ideja istine kao pozitivne vrijednosti duboko usađena u filozofiju morala, ali i u anglosaksonsko kao i kontinentalno pravo.¹⁷⁷ U Sjedinjenim Državama, svaki sudski postupak započinje pitanjem: „Zaklinjete li se da ćete govoriti istinu i samo istinu, tako vam Bog pomogao?“, dok europski zakoni o kleveti prejudiciraju da se medije ne smije kažnjavati zbog istinitog izvještavanja. Načelno, istina je suštinski značajna za demokratski proces, zbog čega su stereotipne tvrdnje- *demokracija ovisi o informiranosti građana*, ili- *mediji potiču analitičko razmišljanje*- još uvijek neodvojivi i neupitni dio obrazovnih curriculumata svih zapadnih društava. Jedan od najutjecajnijih filozofa druge polovice 20. stoljeća, Jürgen Habermas¹⁷⁸, javnu sferu promatra kao područje emancipacije i otvorenog dijaloga, prostor u kojem se javno mnijenje oblikuje temeljem razumne i široke rasprave, te koji kao takav služi za legitimaciju vlasti. Javna sfera posreduje između vlasti i društva, u idealnoj situaciji uspostavlja demokratsku kontrolu nad aktivnostima države. Međutim, „strukturalna preobrazba“ javne sfere ili opadanje njenog utjecaja događa se usporedo s usponom masovne potrošnje i komodifikacijom kulture, procesima koje oblikuju masovni mediji. Inženjering odnosa s javnošću

176 *Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation*, EC, 12 March 2018, dostupno na <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>, zadnji pristup 10. 12. 2018.

177 Louis Alvin Day, *Primeri i kontraverze*, Medija centar, Beograd; Plus, Beograd, 2004., str. 101.

178 Habermas, Jürgen, *The Structural transformation of the Public Sphere*, Cambridge, Polity, 1989.

postao je ozbiljna prijetnja javnoj sferi, *PR (Public Relations)* ugrožava istinu i kriterije racionalnosti koji su nekada oblikovali javne argumente.

Edward Barnays¹⁷⁹, jedan od prvih teoretičara propagande, otac industrije odnosa s javnošću, još daleke 1928. godine u svom djelu *Propaganda* piše kako je "svjesna i inteligentna manipulacija organiziranim navikama i mišljenjima važan element demokratskog društva". Propagandu definira kao „dosljedan, trajan napor uložen u kreiranje ili oblikovanje događaja da bi se utjecalo na odnos javnosti prema nekom poduhvatu, ideji ili grupi“. Autor, inače bliski rođak Sigmunda Freuda, smatra da oni koji manipuliraju ovim nevidljivim mehanizmom društva, koji razumiju mentalne procese i društvene obrasce ponašanja masa upravljaju našim životima, oblikuju naše navike, razmišljanja i stavove u bilo kojem segmentu, ne samo u području biznisa ili politike. Barnays ih smatra istinskim vladarima društva. Autor je razvio sustav propagande koji je postao matrica marketinške strategije svih budućih ratova, a njegov se ideološki koncept temelji na "proizvodnji pristanka", odnosno na „discipliniranju“ i pristajanju masa na poredak moći i moćnika¹⁸⁰

Prema Noamu Chomskom¹⁸¹, suvremena propaganda niče iz „divovske djelatnosti odnosa s javnošću“, a kako navodi, riječ je o doktrinarnim karakteristikama sustava moći kojima je cilj potaknuti poslušnost i pasivnost građana. Iako sam pojam asocira na Josefa Goebbelsa, Hitlerovog ministra propagande ili na Staljinovu boljševičku ideologiju, ipak propaganda nije izum tek autoritarnih, totalitarnih diktatura. Naime, kako navodi Chomsky, moderna je propaganda stvorena u demokraciji u najslobodnijim zemljama svijeta- Sjedinjenim Državama i Velikoj Britaniji. Za razliku od nacističke propagande, filozofija korporatizma kao vladajućeg društvenog poretka i uočljivo totalitarnog sustava otvorila je prostor „postmodernističkom relativizmu u kojem vrijednosna težina istine ustupa mjesto obmani“¹⁸² Prema Alvinu Dayu¹⁸³ etički je relativizam u medijima pored istine ustoličio i obmanu (laž) koja uključuje zavodjenje, netočne formulacije i ima vrlo duboku povijest. Korporacijski su mediji postali usmjereni na tržište i maksimiranje prihoda od oglašavanja, a sadržaj kao kulturni proizvod postaje tek roba koja se može kupiti ili prodati. Ugledni njemački filozof Zygmunt Bauman¹⁸⁴ smatra da je u razdoblju postmoderne etike u kojoj istina postaje vrlo relativna kategorija sve više sumnji „u istinu o stvarnosti“ koja je suprotna onoj koja nam je rečena. Jednako tako, i engleski autor Colin Crouch¹⁸⁵ govori o postdemokraciji ili entropiji demokracije u kojoj izbori postaju „igre oko brendova“, a izražavanje političke volje građana sve sličnije marketinškim kampanjama već otvoreno temeljenim na manipulacijskim tehnikama kakve se koriste pri prodaji robe. Živimo u vremenu duboke „krize istine“¹⁸⁶ ili u eri *post-istine* u kojoj se pojam propagande, često negativno

179 Barnays, Edward, *Propaganda*, Ammonite, Beograd, 2015:27.

180 Milardović, Anđelko, *Proizvodnja pristanka i pakiranje politike*, Zagreb, Vjesnik, 19. listopada 2009.

181 Chomsky, Noam, *Sustavi moći*, Naklada Ljevak d.o.o., Zagreb, 2013., str. 36.

182 Vujić, Jure, *Doba post-istine*, Matica Hrvatska, Vijenac 627, Društvo, Zagreb, 15.03.2018.

183 Alvin Day, *Etika u medijima: Primeri i kontraverze*, str. 102.

184 Bauman, Zygmunt, *Postmoderna etika*, AGM, Zagreb, 2009., str. 44.

185 Crouch, Colin, *Postdemokracija. Političke i poslovne elite u 21. stoljeću*, Izvori, Zagreb, 2007.

186 Ivan Pavao II, *Veritas Splendor. Sjaj istine*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2008.

određen, prometnuo u vrlo *otmjén* izraz- odnose s javnošću (*Public Relations*). PR u funkciji je kontrole ljudskog ponašanja, odnosno manipulacije javnošću. Svrha propagande u demokraciji je uklanjanje svake racionalne kritičke diskusije, a apsurdnost unifikacije informacija koju nam odašilju mainstream mediji vodi nas masovnom usvajanju korporatistički prihvatljivih političkih stavova. Usprkos glorifikaciji znanosti, masovni su mediji, obrazovanje, kao i religijski sustavi sasvim posvećeni oblikovanju neznanstveno nastrojenih građana koji ne razmišljaju niti kritički, niti analitički.¹⁸⁷ Totalitarno društvo budućnosti (ili naše sadašnjosti) kojim upravlja „Veliki Brat“ opisano je u Orwellovom distopijskom romanu *1984*.¹⁸⁸, kao i u *Vrlom novom svijetu* Aldousa Huxleya¹⁸⁹ koji oslikava moguće globalizirano društvo sretnih, zdravih i tehnološki naprednih ljudi kojim upravlja svjetska vlada. „Pranje mozga“, pod utjecajem propagande koja glorificira konzumerizam i promiskuitetno seksualno ponašanje te farmaceutsku kontrolu emocija, izloženo u Huxleyevom romanu, preslika je „skrivenog protuslovlja“ ili fiktivne stvarnosti suvremenih društava koja se oblikuje pod utjecajem „sveprisutne apsurdnosti medijskih informacija“¹⁹⁰

Pojam *fake news* (lažne vijesti), danas u svakodnevnoj uporabi politike i medija, postao je popularan zahvaljujući američkom predsjedniku Donaldu Trumpu koji u svojim *twittovima* nastoji diskreditirati medijsko izvještavanje američkih *mainstream*¹⁹¹ medija nepodudarno s njegovim stavovima. Uslijedio je i odgovor medija, pa je tako Washington Post uveo praksu kontekstualiziranja Trumpovih twittova, a istinitost predsjednikovih tvrdnji može se provjeriti u preglednicima *Cromea* i *Fireboxa*. Tijekom parlamentarnih izbora 2017. godine koji su održani u zemljama članicama Europske unije uporaba termina proširila se neobično brzo. Nesumnjivo, fenomen lažnih vijesti i neprovjerenih informacija vrlo je ozbiljan izazov suvremenih medija u kojima etički imperativ više ne postoji, u kojima je vrlo tanka linija između istine i laži. Moralni relativizam obilno prisutan u medijima postao je općeprihvaćena kategorija u medijskom izvještavanju, a istina vrlo često izložena „pritisku komercijalnih vrijednosti“¹⁹². Alvin Day smatra da bi mediji trebali podijeliti moralnu odgovornost za srozavanje demokracije. Kada mediji nisu odani demokratskom mandatu niti žele da opslužuju politički i demokratski sustav koji im je omogućio da postoje, oni postaju kulturno disfunkcionalni i demokratskom sustavu uskraćuju vitalnost.

Američki predsjednik, Donald Trump, o medijima govori kao o „neprijateljima naroda“, dok ga oni optužuju za kontinuirane napade i zatiranje medijskih sloboda. „Poremećaj informacija“ zaista upućuje da bi novinari, time i medijske korporacije trebali raditi na razvoju alata i servisa za provjeru informacija, te svakako obnoviti znanja iz etike u medijima. Snažan rast dezinformacija

187 Grupp, Jeffrey, *Korporatizam. Tajna vlada novog svjetskog poretka*, TELEdisk, Zagreb, 2011., str.153

188 Orwell, George, 1984., *Alfa*, Zagreb, 2008.

189 Huxley, Aldous, *Vrli novi svijet*, Izvori, Zagreb, 1998.

190 Grupp, Jeffrey, *Korporatizam. Tajna vlada novog svjetskog poretka*, str. 153.

191 Mainstream, eng. izraz označava masovne medije koji odražavaju prevladavajuća mišljenja. Noam Chomsky ih naziva elitnim korporativnim medijima koji uspostavljaju okvir unutar kojeg svi ostali djeluju, vidjeti „*Medija, propaganda, sistem*“, Što čitaš?, Zagreb, 2006.

192 Alvin Day, *Etika u medijima. Primeri i kontraverze*, str.105.

na društvenim medijima a s ciljem ostvarenja političkih ciljeva, upućuje na usku povezanost lažnih vijesti s propagandom. Dok su lažne vijesti „fabricirane informacije bez provjerenih činjenica, izvora i citata“¹⁹³, propaganda se definira kao „selektivno korištenje argumenata i informacija s ciljem proizvodnje političkog učinka i potkopavanja političkih ideala¹⁹⁴. Dezinformacije također predstavljaju politički motivirane poruke ciljano dizajnirane da stvore javno nepovjerenje, apatiju i paranoju, te mobiliziraju javnost za društvenu i političku promjenu. Naime, kad društvena ili politička poruka koja proizlazi iz „vijesti“ počinje ciljano i manipulativno mijenjati društvenu realnost, mediji napuštaju svoju tradicionalnu ulogu, te počinju djelovati na područje propagande.

Liberalne demokracije i izazovi socioekonomskih nejednakosti - gdje je nestala moć mainstream medija?

U 2016. godini politički se *establishment* Sjedinjenih Država kao i Europske unije po prvi put suočio s činjenicom da komunikacijska revolucija ubrzava širenje laži i dezinformacija, ali i da dominantni liberalni sustav promoviranih društvenih vrijednosti, nekritički podržan od strane mainstream medija, zapravo gubi podršku. Izbor američkog predsjednika, Donalda Trumpa te Brexit, bili su prijelomni događaji koji su u prvi plan istakli opasnosti od *post-truth* ere kao temeljnog izazova etičkog novinarstva ali i vladajuće politike. Eskalirajući pad povjerenja u institucije sustava prisutan diljem Europe, uspon populističkih stranaka, elastičnost populističke propagande, protuimigracijska retorika, sve upitnija podrška identitetskim politikama, suočili su političke elite u okcidentalnim demokracijama s mogućnošću radikalne promjene, odnosno političkog preokreta. Nakon što se pokazalo da Fukuyamina¹⁹⁵ teza o „kraju povijesti“ ili uspostavljenom konsenzusu o liberalnoj demokraciji kao konačnom obliku ljudske vladavine više ne „drži vodu“, zapadni se *establishment* odjednom zapitao zbog čega opada utjecaj Zapada, zbog čega liberalne vrijednosti više nisu beskompromisno prigrljene od strane javnosti. „Mi smo u informativnom ratu, Sjedinjene Države gube taj rat“, zaključila je Hillary Clinton,¹⁹⁶ bivša američka državna tajnica već 2011. godine, što se pokazalo sudbonosnim po njenu kandidaturu na američkim predsjedničkim izborima 2016. godine. Budući da su društvene mreže razvile pristup alternativnim izvorima informacija, formatiranje stavova javnosti više nije bilo isključivo pod utjecajem *mainstream* medija. Prema istraživanju znanstvenog tima NiemanLaba¹⁹⁷ sa Sveučilišta Harvard, tijekom kampanje za američke predsjedničke izbore 2016. godine, 360 tiskanih medija u SAD-u pozvalo je svoje čitatelje da

193 „Fake News“, *Lies and propaganda: How to Sort Fact from Fiction*, Research Guides, University of Michigan <https://guides.lib.umich.edu/fakenews>, zadnji pristup 16.12.2018.

194 *Issue Brief: Distinguishing Disinformation from Propaganda, Misinformation and „Fake News“*, National Endowment for Democracy, October 17, 2017, dostupno na <https://www.ned.org/issue-brief-distinguishing-disinformation-from-propaganda-misinformation-and-fake-news>, zadnji pristup 16.12.2018.

195 Fukuyama, Francis, *Kraj povijesti i posljednji čovjek*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 1994.

196 Hilary Clinton: *The US is losing „an information war“*, <https://www.youtube.com/watch?v=m1p-E2xmpjA>, zadnji pristup 10.12.2018.

197 <http://www.niemanlab.org>

glasaju za Hillary Clinton. Svega 11 ih je odlučilo podržati Trumpa.¹⁹⁸ Unatoč do detalja razrađenoj marketinškoj kampanji i već „dovršenom“ *imageu* Hillary kao predsjednice, Donald Trump je ipak pobijedio. Ovaj neočekivani izbor proizveo je zabrinutost oko budućnosti novinarstva, mogućnosti utjecaja medija, ali i sve češćeg propitivanja vrijednosti liberalnih demokracija. *Gdje je nestala moć mainstream medija* - zapitali su se mnogi!

Postoje najmanje dva relevantna razloga zbog kojih klasični mediji čak i svojim online izdanjima gube presudan utjecaj na kreiranje stavova javnosti, te posljedično na usmjeravanje društvenih procesa.

Kao prvo, sve je više otvorenih pitanja koja proizlaze iz korporativne snage internetskih kompanija. Naime, upravo preko novih tehnologija medijske platforme poput Googlea i Facebooka, siromaše utjecaj tradicionalnih izdavačkih i medijskih kuća te tako postaju prijetnja budućnosti industrije vijesti. Istovremeno, postalo je očito da ove tehnološke platforme nisu spremne poštivati već naveliko načete postulate etike u medijima, kao niti uzeti u obzir javnu svrhu novinarstva. Nakon što se u javnom diskursu uvriježila pretpostavka prema kojoj su lažne vijesti koje su se proširile Facebookom znatno utjecale na ishod američkih predsjedničkih izbora 2016. godine, Mark Zuckerberg, „osumnjicheni“ vlasnik ove društvene mreže, zaključio je da se radi o „prilično ludoj ideji“. Zuckerberg smatra kako je Facebook tek *tech company* ili platforma, nikako izdavač. Ipak, budući da vodi poslovanje vrijedno 325 milijardi dolara, te da je Facebook šesta po veličini svjetska kompanija, *golijat* u svijetu vijesti na društvenim mrežama, Zuckerberg je za mnoge najmoćniji urednik na svijetu. Prema *Pew Research Centeru* više od 50% građana informira se na društvenim medijima, u SAD čak više od 60%.¹⁹⁹

Odjednom je postalo očito kako Facebook platformu prije svega koristi s ciljem privlačenja oglašivača, te kada je riječ o informativnim sadržajima bez stvarnog je interesa za izgradnju ugleda i povjerenja. Algoritmi Facebooka ograničavaju raspon sadržaja informacija, međutim oni nisu niti mogu biti zamjena za ljude koji su i u vremenu automatizacije prijeko potrebni za analizu konteksta i prosuđivanje onog što se objavljuje. Sve je više suglasja da uređivačke odluke trebaju donijeti ljudi koji razumiju sadržaje od javnog interesa i koji razumiju vrijednosni sustav u kojem djeluju mediji. Međutim, usmjereni isključivo profitom, mediji su se odlučili za „oštre rezove“, odnosno bitno zanemarili ulaganje u ljudske resurse i istraživačko novinarstvo. *Mainstream* mediji kao dio vrlo utjecajne korporativne medijske industrije sve više prate agendu političkih i korporativnih elita, zbog čega su evidentno postali nepovezani s *medijskom publikom* ili javnošću.

198 Prema Pablo Boczkowski: *Has Election 2016 been a turning point for the influence of the news media*, Nov 8, 2016; dostupno na <http://www.niemanlab.org/2016/11/has-election-2016-been-a-turning-point-for-the-influence-of-the-news-media/>; zadnji pristup 10.12.2018.

199 Aidan White: *Fake News Facebook and Matters of Fact in the Post-Truth Era Ethics in the News EJN Report on Challenges for Journalism in the Post-truth Era* <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/publications/ethics-in-the-news/fake-news/>; zadnji pristup 10.12.2018.

Drugi razlog je možda i važniji! U trenutku kada je liberalni mit o *kraju povijesti* i *kraju ideologija* postao naširoko propitivan uslijed ispraznosti obećanja postdemokratskog društva, kampanja usmjerena na zaustavljanje navodno lažnih vijesti i ruske propagande u zapadnim je demokracijama postala medijski vrlo eksponirana tema. Naime, globalna financijska kriza i kriza eurozone 2008. godine jasno su pokazale da je dominirajući model ekonomske politike vrlo odgovoran za recesiju, veliku nezaposlenost, kao i pad prihoda milijuna zaposlenih širom zapadnih društava. Sve ovo oštetilo je reputaciju liberalne demokracije kao pobjedničkog sustava, postalo je očito da se radi o dubokoj sistemskoj krizi, dok je politički i gospodarski uspon autoritarnih zemalja- Rusije i Kine pokazao da se one možda spremnije nose s izazovima globalizacije. Neke zemlje koje su bile uspješne liberalne demokracije (Mađarska, Poljska, Tajland, Turska) „skliznule“ su natrag prema autoritarnosti. Uspon populističkog nacionalizma u neupitnim liberalnim demokracijama- Velikoj Britaniji i SAD šokirao je političke elite. No, lijeve liberalne vrijednosti poput (vrlo upitne) jednakosti pred zakonom ili identitetskih politika, nisu rezultirale solidarnošću, ekonomskom i socijalnom jednakošću, zapravo pravednim društvom. Unatoč ukupnom povećanju svjetskog bogatstva u proteklih 30 godina enormno su povećane dohodovne su nejednakosti. Značajni dijelovi zapadnih društava doživljavaju stagnaciju dohodaka ili silaznu društvenu mobilnost, a prijetnja ekonomskom statusu dijelom objašnjava narastanje populističkog nacionalizma u SAD-u i Europi. Politike zaštite svakovrsnih identiteta donijele su nove kulturne norme, oblikovane su i institucionalizirane vrlo konkretne javne politike, ali su političke elite (vladajuće, kao i opozicijske) u potpunosti zapostavile izazove socioekonomske nejednakosti. Trenutna disfunkcija američkog i europskog političkog sustava²⁰⁰ povezana je s ekstremnom i brzorastućom društvenom polarizacijom, a preko ideološkog spektra političke korektnosti koji oblikuju mediji, politika identiteta postala je ogledalo preko kojeg se zrcali većina društvenih problema. Novi populisti nostalgично naglašavaju svoju etničku pripadnost ili religiju, vrijednosti koje su procvale u društvima uglavnom bez imigranata.

Ipak, unatoč suvremenim *James Bondovima* koji tragaju za lažnim vijestima, *fake news* su odavno prisutne na medijskom tržištu, vrlo su korišten alat zapadnih liberalnih demokracija u uspostavljanju globalnog poretka. Kao što smo naveli, pojam je popularizirao predsjednik Trump koji je ovom kovanicom osporavao vijesti suprotne njegovim interesima, ali je time samo pojačao percepciju da su informacije bilo lažne, bilo istinite, tek oružje u nečijim rukama. Opće je poznato da u izvještavanju o ratnim sukobima zapadni *mainstream* mediji primjenjuju dvostruke standarde, te da su odnosi s javnošću u funkciji realizacije zapadnih strateških interesa.

200 Američke političke elite, kao i europske, o Donaldu Trumpu i usponu europskih populističkih stranaka, uglavnom razmišljaju u kontekstu trenutne sistemske "greške". Po mišljenju autorice, jačanje konzervativnih i antisistemskih stranaka koje se protive daljnjem slabljenju nacionalnih suvereniteta, nekontroliranom priljevu migranata, te zalažu za obnovu zapadne tradicije i kulture, nezaustavljivo će oblikovat novi ideološko – politički spektar, kao i vrijednosni sustav u okcidentalnim demokracijama.

Još od „Pustinjske oluje“ (1990.), kao prvog rata „u živo“ čiji smo prijenos mogli pratiti zavaljeni u svoje naslonjače, mediji su, bez pretjerivanja, dio *globalne zavjere*. Naime, svjedočanstvo mlade Kuvajćanke (*Nayirah testimony*)²⁰¹ koja je navodno radila kao volonterka u bolnici i koja je svjedočila pred zapanjenom svjetskom javnošću o užasima ubojstava beba u inkubatorima koje su počinili irački vojnici, bilo je presudno za mobilizaciju međunarodne javnosti u potpori Sjedinjenim Državama u okupljanju vrlo široke koalicije, te poslije u pokretanju invazije na Irak. Iako je njezinu priču potvrdio Amnesty International, ubrzo se pokazalo da je *fake*. Djevojka koja je svjedočila nije bila nikakva bolnička volonterka, već kćer kuvajtskog veleposlanika u Washingtonu.

Ako se prisjetimo, invazija na Irak 2003. pokrenuta je temeljem *fake newsa* tj. lažnih informacija koje je plasirao predsjednik Bush, a prema kojima je tadašnji irački predsjednik, Saddam Hussein, posjedovao oružje za masovno uništenje²⁰². Stradali su milijuni ljudi i nikome ništa! Romantičarski narativ o Arapskom proljeću, 2011. razbijen je u „paramparčad“ nakon što je postalo jasno da su CIA-e i druge američke obavještajne službe upravljale društvenim mrežama Twitterom i Facebookom tijekom demonstracija²⁰³. Opće je poznato da je CNN lider u lažnom i iskrivljenom ratnom izvještavanju javljanje uživo iz sigurnog okruženja često „začinio“ pozadinskim audiovizualnim efektima, tj. kazališnom scenom. Na medijske „lažnjake“ stradale djece, ubijenih ljudi, manipulacije slikama u svrhu ratne propagande, valjda smo već oguglali.

Proučavajući izvještavanje korporativnih medija o suvremenim sukobima, američki autor, Florian Zollman²⁰⁴ zaključuje da zapadni mediji uglavnom predstavljaju glavne izvore lažnih i pristranih vijesti. U proteklih nekoliko desetljeća američki, britanski i drugi zapadni *mainstream* mediji bili su pratitelji razornih vojnih intervencija, te iznimno angažirani u oblikovanju selektivnog i navijačkog diskursa. Autor navodi kako su tijekom priprema za vojnu intervenciju u Libiji zapadni mediji ciljano otvorili medijski prostor za čelnike američkih, britanskih i vlada država članica EU-a, zapadnih eksperata, kao i glasnogovornike libijskih oporbenih skupina koji su zahtijevali vojnu intervenciju te uspostavljanje zone zabrane leta. Glavni argument ove kampanje bio je sadržan u *fake* informaciji prema kojoj su Gaddafijeve zrakoplovne snage namjeravale neselektivno gađati vlastite građane. Dodatno, zapadni su mediji plasirali vijest o zločinima nad ženama koje su silovale libijske regularne postrojbe. Središnja uloga zapadnih *mainstream* medija bila je uvjeriti zapadnu javnost u promovirani stereotip- *Gaddafi je čudovište koje mora odstupiti*. Amnesty International, Human Rights Watch kao i Odbor UN-a odlučili su se za šutnju, te tek nakon što je libijski predsjednik ubijen, a rat na terenu eskalirao objavili su kako nisu pronašli nikakve dokaze o silovanju.

201 Jack, Xiong, The Fake News in 1990 that Propelled the U.S. into the First Gulf War, May 7.2018, dostupno na <https://citizentruth.org/fake-news-1990-that-ignited-gulf-war-sympathy>, zadnji pristup 16.12.2018.

202 Chomsky, Noam, *Promašene države: Zlouporaba vlasti i napad na demokraciju*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2008.

203 Stuart Jeanne Bramhall, *The Arab Spring: Made in the USA*, dostupno na <https://www.globalresearch.ca/the-arab-spring-made-in-the-usa/5484950>, zadnji pristup 16.12.2018.

204 Zollman, Florian, *Media, Propaganda and the Politics of Intervention*, New York: Peter Lang, 2017.

Kako navodi Zollman, i prilikom „pokrivanja“ sirijskog rata zapadni su mediji usvojili isti model izvještavanja koji su već institucionalizirali u Libiji. Medijske vijesti o Siriji jako su se oslanjale na izvore iz druge ruke koje su pružili službeni zapadni i sirijski oporbeni izvori. Propaganda zapadnih medija u potpunosti je naglasila krivnju sirijske vlade i osobno predsjednika Bashara al- Assada. Izvještavanje iz Sirije uvijek je imalo ekskluzivu licence Al-Qaede koja nije tolerirala balansirane informacije, zbog čega su se kampanje sastojale od nevjerojatne količine manipulativnih informacija koje su imale maksimalni politički učinak.

U tom, ali i u svim narednim (uključujući ratove na prostoru bivše Jugoslavije), CNN kao i druge velike globalne medijske korporacije postali su nedjeljivi čimbenici ratovanja, zapravo predvodnici ratnih kampanja. Izvještavanje u realnom vremenu, na žalost, nije neposredna spoznaja istinitih zbivanja, radi se o primarnoj medijskoj manipulaciji, masovnoj obmani, koja kod gledatelja izostavlja vlastito analitičko razmišljanje. CNN-ove spektakularne snimke iračkog rata 1990., a zatim 2003. („live from Bagdad“), kojima je Amerika poslala poruku svijetu, udarale su na naše emocije kombinacijom različitih pristupa²⁰⁵. Manipulacija krvavim snimkama ljudskih tragedija, rat kao televizijski spektakl u režiji CNN-a, uspješno su konstruirali lažnu stvarnost. Propaganda, namjerna manipulacija informacijama koje se sastoje od istinitih, ali pažljivo odabranih činjenica koje mediji mogu prikazati kao pozitivne ili ih sotonizirati, oduvijek je bila središnja komponenta ratovanja. Naime, istina u *mainstreamu* uvijek je selektivna!

Naravno, novi zapadni *makartizam*²⁰⁶ započeo je s Ukrajinom i ruskom aneksijom Krima, 2014. godine, međutim nakon neočekivane pobjede Donalda Trampa. poprimio je razmjere masovne hysterije. Bliski suradnici kao i sam predsjednik našli su se pod optužbama za „petljanje“ s Rusijom i zavjeru protiv SAD-a. U problemima su se našli i Facebook, Twitter i Google koji su optuženi da su otvaranjem svog oglašivačkog prostora ruskim medijima (RT i Sputnjik) zapravo pomogli pobjedu „neželjenog“ predsjednika. Rusi su potom optuženi i za Brexit, „organizirali“ su neredu u Kataloniji, a o njihovom „malignom“ utjecaju na Balkanu sve je više-manje poznato.

Fake news, ruska propaganda i širenje dezinformacija koje bi mogle detronizirati europske čelnike pred izbore za Europski parlament koji će se održati u svibnju 2019. godine postaju zaglušujuća top tema. U Francuskoj zaista nije uobičajeno da šef države odlučuje jesu li informacije koje mediji prenose dobre ili loše, osobito je krajnje neobično da nadzire donošenje novih zakona kojima se regulira rad audiovizualnih medija. Međutim, Francuska je u studenom 2018. godine usvojila zakon kojim se nastoje suzbiti lažne vijesti tijekom predizbornih kampanja²⁰⁷. Iako francuski zakon o slobodi medija već odavno prepoznaje kategoriju lažnih vijesti (kazna je 45 000 eura), novi zakon ciljano je usmjeren na „lažne vijesti, klevetničke glasove ili druge lažne manevre koji djeluju na preusmjeravanje glasova tijekom izbora“. U fokusu novih zakona je blaćenje političara i javnih osoba,

205 Klein, Naomi, *Doktrina šoka. Uspón kapitalizma katastrofe*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb, 2008, str. 318.-332.

206 Sinonim za atmosferu političkog progona neistomišljenika (komunista) kakvu je u razdoblju 1950. – 1954. U Sjedinjenim Državama pokrenuo senator McCarthy, podržan od strane tada najutjecajnijih medijskih trustova.

207 <https://www.euronews.com/2018/11/22/france-passes-controversial-fake-news-law>, zadnji pristup 10.12.2018.

a pod posebnim nadzorom naći će se oglašivački sadržaji „stranih“ medija (misli se na RT France i Sputnik) koji se mogu ograničiti ili zabraniti. Naravno, u „normalnim“ neoliberalnim okolnostima komercijalni interesi medija našli bi se ispred zakona o cenzuri ulaganja, međutim tinjajući hibridni rat upućuje njihove vlasnike na oprez.²⁰⁸

Nadalje, u studenom 2018. godine francuski predsjednik Emanuel Macron predstavio je i *Parišku inicijativu za povjerenje i sigurnost u cyber prostoru*²⁰⁹, dokument koji reafirmira ideju regulacije interneta s pozicije zaštite ljudskih prava. Ovo je nova/stara inicijativa francuskog predsjednika koja se nastavlja na već postojeću ideju Tima Bernersa Lea, izumitelja weba čija je zaklada *World Wide Web Foundation* nedavno predstavila „Ugovor za bolji web“²¹⁰ koji sadržava temeljne principe (slobode, otvorenosti, neograničenog pristupa, sigurnosti...), koji bi trenutni internet trebali učiniti boljim.

Ugovor je namijenjen vladama, velikim korporacijama, ali i pojedinačnim korisnicima budući da svi zajedno snose odgovornost za kvalitetu online sadržaja. Berners Lee smatra da mreža „tapka u mjestu“ jer to više nije otvorena ni konstruktivna platforma kakvu je zamislio prije 29 godina. Naveo je niz razloga za zabrinutost poput- nezadovoljstva korisnika komercijalnim oglašavanjem, narušavanjem privatnosti, te širenjem govora mržnje i lažnih vijesti. Ugovor o webu zahtijeva od vlada da tretiraju privatnost kao temeljno ljudsko pravo, a tu ideju podupiru i vodeće tehnološke korporacije, poput Googlea, Facebooka, Applea i Microsofta.

Ugovor je otvorio raspravu o potrebi regulacije mreže budući da se radi o cyber prostoru kojim se koristi polovica čovječanstva, a trenutno njime upravlja tehnička zajednica privatnih igrača. „Ako ne reguliramo odnos prema podacima korisnika, kakav onda smisao imaju demokratske izabrane vlade“, zapitao se Macron. Rusija i Kina već su odbile potpisati slične prijedloge u okviru UN-a budući da one naglašavaju državni suverenitet iznad ljudskih prava pojedinaca, što znači da inzistiraju na vlastitom suverenom pravu da prikupljaju podatke o svojim državljanima ili definiraju standarde govora mržnje različito od zapadnog vrijednosnog sustava.

Njemačka je već usvojila *Zakon protiv govora mržnje i lažnih vijesti na internetu*²¹¹ prema kojem društvenim mrežama (Facebook, Twitter) ali i programima za komunikaciju poput WhatsApp-a, platformama za elektroničku poštu te video komunikaciju, prijete iznimno visoke kazne do 50 milijuna eura. Radi se o komercijalnim platformama koje imaju više od dvije milijarde korisnika, a čiji su vlasnici prinuđeni preuzeti ulogu pravosuđa te razmatrati žalbe korisnika na „govor mržnje“. Facebook je, suočen s optužbama da potiče ruski upliv u demokratske izbore (ne samo američke),

208 http://www.lemonde.fr/emmanuel-macron/article/2018/01/04/emmanuel-macron-veut-un-projet-de-loi-contre-les-fake-news_5237491_5008430.h, zadnji pristup 10.12.2018.

209 *Cybersecurity: Paris Call of 12 November 2018 for Trust and Security in Cyberspace*, dostupno na <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/digital-diplomacy/france-and-cyber-security/article/cybersecurity-paris-call-of-12-november-2018-for-trust-and-security-in>, zadnji pristup 16.12.2018.

210 vidjeti <https://webfoundation.org/about/board/tim-berners-lee>, zadnji pristup 16.12.2018.

211 *Germany: Flawed Social Media Law*, <https://www.hrw.org/news/2018/02/14/germany-flawed-social-media-law>, zadnji pristup 14.12.2018.

napokon formirao tzv. „war room“²¹² u kojoj regimenta inženjera, znanstvenika i drugih stručnjaka svakodnevno radi na zaustavljanju širenja dezinformacija i ruske propagande.

Nadalje, sloboda izražavanja na internetu ugrožena je već odavno i ugradnjom specijalnih softwera koji temeljem otiska prstiju mogu filtrirati i brisati neželjene sadržaje. Facebook zbog pritužbi policije već odavno uklanja postove o policijskom nasilju u SAD-u. Ovakvi softwari postaju digitalni instrumenti cenzure koji su se do sada primjenjivali isključivo za uklanjanje pornografskih sadržaja s djecom a manje sadržaja s „terorističkom propagandom“. Sjetimo se da se upravo ISIL godinama obilato koristio uslugama zapadnih internetskih platformi putem kojih je nesmetano plasirao svoje *horror filmiće* odrubljivanja glava i slao poruke pritajenim spavačima koji su time inspirirani počinili stravične zločine u Europi.

Novi njemački zakon uvodi i „kontrolore činjenica“! *Korektiv*, tim istraživačkih novinara koji tragaju za lažnim vijestima, osnovan je 2014.g. tijekom velikog pada kredibilitnosti mainstream medija koji su izvještavali o zbivanjima u Ukrajini. *Korektivom* predsjedja Bodo Hombach, bivši njemački ministar, koordinator Pakta za stabilnost jugoistočne Europe, te urednici Der Spiegla, Sterna i Die Zeita, dakle „medijski mainstream dobio je monopol na procjenu istine od koje je zaštitio najprije sam sebe. Naime, *Korektiv* je priopćio kako neće procjenjivati istinitost vijesti vodećih medijskih kuća i etabliranih medija. Po načelu - istina to smo mi.²¹³

Pod pritiskom sadržaja koje zapadne vlade smatraju dezinformacijama i propagandom, a koje su prema njima utjecale na tijek američkih, njemačkih i drugih europskih izbora, Facebook je sklopio sporazum s FactCheck.org, PolitFactom, ABC Newsom, The Associated Pressom, Snopes.com, Liberationom i nizom drugih medijskih korporacija o izgradnji „alata“ koji omogućavaju korisnicima tih društvenih mreža da prijave lažni sadržaj.²¹⁴ Trenutno se u okviru projekta Odjela za primijenjenu etiku Sveučilišta Santa Klara u Sjedinjenim Državama, testiraju i „indikator povjerenja“ (trust indicators)²¹⁵, putem kojih će korisnici dobiti podatke o autoru i korištenim izvorima. Washington Post, The Economist, The Globe, neki su od početne skupine izdavača koji koriste indikatore. Pored toga, Facebook i Twitter, koji su se našli pod snažnim kritikama američke *duboke države*, najavili su planove za „povećanje transparentnosti“ kada je u pitanju oglašavanje npr. ruskih medija.

Što se tiče zapadnih vlada u tijeku su značajni naponi za zaustavljanjem lažnih vijesti i ruske propagande koja se služi širokom lepezom sredstava i instrumenata (soft power) kao što su skupine za strateško promišljanje, specijalne zaklade (*Ruski mir*), televizijske i multimedijske kuće (*RT i Sputnik*), vjerske skupine, a sve s ciljem potkopavanja demokratskih vrijednosti

212 Casey Newton, *Inside Facebook's election war room*, dostupno na <https://www.theverge.com/2018/10/18/17991924/facebook-election-war-room-misinformation-fake-news-whatsapp>, zadnji pristup 14.12.2018.

213 www.dw.com/hr/velika-borba-za-istinu/a-38062252

214 Elle Hunt, *Disputed by multiple fact-checkers: Facebook rolls out new alert to combat fake news*, Mar 22 2017, <https://www.theguardian.com/technology/2017/mar/22/facebook-fact-checking-tool-fake-news>, zadnji pristup 10.12.2018.

215 <https://www.scu.edu/ethics/focus-areas/journalism-ethics/programs/the-trust-project/trust-project-launches-indicators/> zadnji pristup 14.12.2018.

Europe, te pridobivanja podrške europske javnosti. Medijska pismenost kao sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija stoga postaje jedna od najvažnijih kompetencija u 21. st.²¹⁶

Međutim, kampanja borbe protiv lažnih vijesti praćena je politikama usmjerenim na cenzuru alternativnih medija i demontažu propisa o neutralnosti mreže. Zapadni novinari u *mainstream* medijskim korporacijama izloženi su snažnim političkih pritiscima kako bi prevladali „osobna uvjerenja“ i „etičke ideale“ te svojim izvještavanjem ili analitikom zapravo podržali postojeći sustav odnosa moći²¹⁷. Vijestima dominiraju službeni izvori i vladine perspektive društvene realnosti. Američki znanstvenik W. Lance Bennet ²¹⁸ ističe kako su mediji zapravo *papagaji vlade* (ova je kovanica široko citirana u znanstvenoj javnosti) zbog čega profesionalni novinari usklađuju svoja stajališta i uređivačke politike prema rasponu mišljenja vlade. Kada je riječ o predsjedniku Trumpu sve što se ne slaže s vrijednosnim sustavom *duboke* ili korporativne države medijski je sotonizirano, ali njegova militaristička politika uopće nije predmet interesa niti istrage medija budući da je u suglasnosti s vizijom, ne samo republikanaca, već i demokrata u Washingtonu.

Kako navodi Zollman²¹⁹, većina liberalnih demokracija je već početkom 20. stoljeća „institucionalizirala *free market* ekonomski model. Izuzev javnih medija, gotovo svi vrlo ugledni informativni mediji ovisе o korporativnom sponzorstvu putem financiranja oglašavanja. Posljedica je da informativni sektor mora podržavati ključne interese poslovne zajednice, a ta je praksa vidljiva i u hrvatskim *mainstream* medijima. O tome piše i Thomas Ferguson²²⁰ koji navodi kako mediji pod kontrolom velikih investitora koji teže maksimiziranju profita ne potiču širenje vijesti koje mogu dovesti do masovnog nezadovoljstva vladinim politikama. Slijedom toga mnogi problemi zapadne populacije (uključujući i trenutnu migrantsku krizu) neće biti objektivno prikazani. Benjamin I. Page²²¹ definira takvo izvještavanje kao *elite-mass gaps* (jaz između elite i masa). U izvještavanju o nekim pitanjima taj je jaz tako velik da javni diskurs može biti vrlo daleko od vrijednosti i zabrinutosti građana.

Digitalna tehnologija potencijalno podržava različite tijekove informacija, načelno je to prostor slobode, međutim, pokazalo se da je okružje starog medijskog sustava ostalo žilavo i neporaženo. U knjizi *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*, američki autor Robert McChesney²²² navodi da su još sredinom devedesetih godina kao rezultat političkog

216 Zgrabljic Rotar Nada, *Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji*, Media Centar, Sarajevo, 2005, Dušan Reljić, *Bukvar medijske pismenosti*, Akademska knjiga, Beograd, 2018.

217 Warren Breed, *Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis*, *Social Forces* 33(4), 1955, pp 332.

218 W. Lance Bennet, *Toward a Theory of Press-State Relations in the United States*. *Journal of Communication*, 40(2), 1990, pp103-125.

219 Zollman izvija New York Times, Washington Post i Guardian.

220 Ferguson Thomas, *Golden Rule: The Investment Theory of Party Competition and the Logic of Money Driven Political Systems*, Chicago and London: University of Chicago Press, 1995.

221 Benjamin I. Page, *Who Deliberates? Mass Media in Modern Democracy*, Chicago: The University of Chicago Press, 1996.

222 McChesney, Robert, W. *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy* New York, The New Press, 2013 prema Zollman Florian Fake news by design: Mainstream news media reporting and the manufacture of bloodbaths in Libya and Syria.

dogovora "svi aspekti javne usluge interneta zapravo privatizirani i preobraženi u slobodno tržište, naravno, uz nelagodu znanstvenika (pa i čuvenog Tima Bernersa Lea) koji su internet i moderne komunikacijske tehnologije stvorili javnim novcem. Nakon institucionalizirane privatizacije, alati i prostor za oglašavanje postali su glavna pokretačka snaga razvoja internet tehnologije. Stoga je temeljna funkcija digitalnog komunikacijskog sustava praćenje korisničkih podataka, a online oglašavanje je nezaustavljivo otvorilo prostor za globalno masovno nadgledanje građana od strane komercijalnih korporacija i obavještajnih službi. Monopolske su korporacije, usko vezane uz zapadne korporativne (strateške) interese učinkovito kolonizirale mrežno okruženje, zbog čega je sasvim izvjesno da će nova regulacija smanjiti prostor slobode, te povećati kontrolu i nadzor.

Zaključak:

U 2016. godini politički se *establishment* zapadnih liberalnih demokracija, po prvi put suočio s činjenicom da komunikacijska revolucija ubrzava širenje laži i dezinformacija, ali i da dominantni liberalni sustav promoviranih društvenih vrijednosti, nekritički podržan od strane *mainstream medija*, gubi podršku. Izbor američkog predsjednika Donalda Trumpa te rezultati britanskog referenduma o izlasku Velike Britanije iz EU, bili su prijelomni politički događaji koji su pokrenuli rasprave o kredibilitetu i utjecaju tradicionalnih *mainstream* medija u digitalnom okruženju društvenih mreža i drugih online izvora koji redefinišu političku komunikaciju, demokratsko upravljanje i politiku. Informacijski medijski prostor *post-truth* ere postao je temeljni izazov etičkog novinarstva ali i liberalnih politika. Naime, eskalirajući pad povjerenja u institucije sustava prisutan diljem Europe rezultirao je snažnim nepovjerenjem građana u *mainstream* medije, te njihovim usmjeravanjem prema alternativnim izvorima vijesti koji su postali dostupni razvojem internetskih platformi. Društveni su mediji mijenjajući komunikacijsku dinamiku između političara, novinara i javnosti otvorili prostor za političku raspravu, nakon čega je postalo vidljivo da su liberalne demokracije i pridruženi *mainstream*, korporativni mediji zapali u *sistemsku krizu* iz koje tradicionalnim i poznatim načinima ne mogu izaći.

Potruga za "lažnim vijestima" definitivno će rezultirati smanjivanjem prostora slobode kao temeljne vrijednosti liberalne demokracije, te povećati cenzuru, kontrolu i nadzor. S druge strane, dekonstrukcija političkog (Fukuyaminog) poretka - sprege liberalne demokracije i korporativnih medija, već je započela. Stoga je vrlo utemeljeno pitanje ima li korporativni poredak snage za vlastito preispitivanje, sprječavanje entropije i mogućnost promjene oligarhijsko uspostavljenog sustava!

Literatura:

- Alvin Day, Luis, *Etika u medijima. Primeri i kontraverze*, Media centar, Beograd, Plus, Beograd, 2004.
- Barnays, Edward, *Propaganda*, Ammonite, Beograd, 2015.
- Bauman, Zygmunt, *Postmoderna etika*, AGM, Zagreb, 2009.
- Bennet W. Lance, *Toward a Theory of Press-State Relations in the United States*. *Journal of Communication*, 40 (2), 1990.
- Boczkowski, Pablo, „*Has Election 2016 been a turning point for the influence of the news media*“, Nov 8, 2016; <http://www.niemanlab.org/2016/11/has-election-2016-been-a-turning-point-for-the-influence-of-the-news-media>; zadnji pristup 10. 12. 2018.
- Bramhall, Stuart Jeanne, „*The Arab Spring: Made in the USA*“, <https://www.globalresearch.ca/the-arab-spring-made-in-the-usa/5484950>, zadnji pristup 10.12.2018.
- Breed Warren, *Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis*, *Social Forces* 33(4), 1955.
- Chomsky, Noam, *Promašene države. Zlouporaba vlasti i napad na demokraciju*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2008.
- Chomsky, Noam, *Sustavi moći*, Naklada Ljevak d.o.o., Zagreb, 2013.
- Crouch, Colin, *Postdemokracija. Političke i poslovne elite u 21. stoljeću*, Izvori, Zagreb, 2007.
- Ferguson Thomas, *Golden Rule: The Investment Theory of Party Competition and the Logic of Money Driven Political Systems*, Chicago and London: University of Chicago Press, 1995.
- Fukuyama, Francis, *Kraj povijesti i posljednji čovjek*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 1994.
- Grupp, Jeffrey, *Korporatizam. Tajna vlada novog svjetskog poretka*, TELEdisk, Zagreb, 2011.
- Habermas, Jürgen, *The Structural transformation of the Public Sphere*, Polity, Cambridge, 1989
- Huxley, Aldous, *Vrli novi svijet*, Izvori, Zagreb, 1998.
- Hunt, Elle, „*Disputed by multiple fact - chechers: Facebook rolls out new alert to combat fake news*“, Mar 22 2017, <https://www.theguardian.com/technology/2017/mar/22/facebook-fact-checking-tool-fake-news>, zadnji pristup 10.12.2018.
- Ivan Pavao II, *Veritas Splendor. Sjaj istine*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2008.
- Klein, Naomi, *Doktrina šoka. Uspon kapitalizma katastrofe*, Grafički zavod Hrvatske, 2008.
- McChesney, Robert, W. *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*, The New Press, New york, 2013.

Milardović, Anđelko, *Proizvodnja pristanka i pakiranje politike*, Zagreb, Vjesnik, 19. listopada 2009.

Orwell, George, 1984., Alfa, Zagreb, 2008.

Page, Benjamin I., *Who Deliberates? Mass Media in Modern Democracy*, Chicago: The University of Chicago Press, 1996.

Reljić Dušan, *Bukvar medijske pismenosti*, Akademska knjiga, Beograd, 2018.

Vujić, Jure, *Doba post-istine*, Matica Hrvatska, Vijenac 627, Društvo, Zagreb, 2018.

White, Aidan, „Fake News Facebook and Matters of Fact in the Post-Truth Era Ethics in the News EJN Report on Challenges for Journalism in the Post-truth Era“ <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/publications/ethics-in-the-news/fake-news>, zadnji pristup 10.12.2018.

Zgrabljčić Rotar Nada, *Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji*, Media Centar, Sarajevo, 2005.

Zollman, Florian, *Media, Propaganda and the Politics of Intervention*, Peter Lang, US, 2017.

Zollman, Florian, „Fake news by design: Mainstream news media reporting and the manufacture of bloodbaths in Libya and Syria“, Mar 07, 2018, <https://mronline.org/2018/03/07/fake-news-by-design/>, zadnji pristup 10.12. 2018.

Internetski izvori:

France passes controversial „fake news“ law <https://www.euronews.com/2018/11/22/france-passes-controversial-fake-news-law>, zadnji pristup 10.12.2018.

Cybersecurity: Paris Call of 12 November 2018 for Trust and Security in Cyberspace, <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/digital-diplomacy/france-and-cybersecurity/article/cybersecurity-paris-call-of-12-november-2018-for-trust-and-security-in>, zadnji pristup 10.12.2018.

<https://webfoundation.org/about/board/tim-berners-lee>, zadnji pristup 16.12.2018.

Velika „borba za istinu“ www.dw.com/hr/velika-borba-za-istinu/a-38062252, zadnji pristup 10.12.2018.

Issue Brief: Distinguishing Disinformation from Propaganda, Misinformation and „Fake News“, National Endowment for Democracy, October 17, 2017, dostupno na <https://www.ned.org/issue-brief-distinguishing-disinformation-from-propaganda-misinformation-and-fake-news>, zadnji pristup 10.12.2008.

„Fake News“, *Lies and propaganda: How to Sort Fact from Fiction*, Research Guides, University of Michigan <https://guides.lib.umich.edu/fakenews>, zadnji pristup 16.12.2018.

Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation, EC, 12 March 2018 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>.

“Fake news” as a Political Tool of the Systemic Crisis in Liberal Democracy and Corporate Media

Abstract

The phenomenon of fake news and unverified information represents a serious challenge to modern media, especially online media where ethical relativism has become the accepted norm, and truth is often suppressed under commercial values. In 2016 the political establishment of the United States and the EU for the first time had to face the fact that the communication revolution has been speeding up the spread of lies and misinformation, and the dominant liberal system of social values uncritically supported by mainstream media has actually been losing supporters. Are fake news merely part of Russian propaganda and hybrid wars started with the aim of undermining the values of western democracies or are the most influential liberal media the main sources of fake and biased news? This work analyses the reasons why traditional media, even in their online form, have lost their crucial impact on creating public opinion and consequently on directing social processes.

Key words: *fake news, propaganda, mainstream media, online media, liberal democratic values, systemic crisis.*



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.