

Fake News in the Digital Age: Problems and Strategies of Information Education in the Field of Media Literacy

Pengfei Sun^{1,2} and Xuan Duan²

¹Universiti Utara Malaysia, School of Multimedia Technology and Communication

²Anqing Normal University, School of Communication

Abstract

Fake news today is a global problem; an adequate and effective response can only be universal media literacy. This study aimed to determine the specifics of the information education strategy in countering fake news. The study uses statistical data from the Reuters Institute, Open Society Institute, Statista, Pew Research Center, Digital 2023 Global Overview Report, and Global Statistics. Based on these data, the article shows the ratio of Internet users to the total population in the world and China and the impact of modern technologies on news dissemination. The role of social networks, among other news information sources, was also determined. The study concludes that technical means have low efficiency in recognising fake news. Therefore, media education plays the leading role in countering fake news. The study also analyses reports by international institutions and the guidelines of the 20th Congress of the Communist Party of China on media and education. The analysis reveals the main strategic provisions for developing media education curricula: technical, psychological, communicative, and evaluative. The study results can aid in preparing educational programs in media literacy.

Key words: critical thinking; educational programs; fake news; fact-checking; media education

Introduction

Fake news is not a new phenomenon. Even before the advent of printing, people used fake information to achieve their own goals (Burkhardt, 2017). At the same time, fake information distribution was limited for objective reasons – the lack of a

developed communication system. Modern technologies have fundamentally changed approaches to the dissemination of information, affecting this process from different sides. The risks associated with the spread of fake information are the global problems of our time. Fake information can impact the economy, politics, public opinion, and social norms and can become a source of prejudice and an instrument of political manipulation (Aïmeur et al., 2023). All these issues have devastating consequences for both individuals and society as a whole. The delegitimisation of news information deprives the population of a reliable information base for decision-making, leading to disorientation and loss of trust in the media (Orhan, 2023). That is why the spread of fake news directly threatens democratic processes. It is an instrument of influence on political and economic decision-making (Buckingham, 2019).

Social networks occupy a special place in the process of spreading fake news. An example is the 2016 presidential campaign in the United States, which is believed to have begun the ongoing process of widespread fake news dissemination on social networks (Olan et al., 2022). In turn, social networks can also exert pressure on official media through a so-called collective negative response, thus seeking to force the media to change their position. This process creates a split between official media and social networks (Al-Rawi, 2019) and leads to the lack of a source of legitimate information in society. The second striking example of the massive spread of fake news was the COVID-19 pandemic. In this period, the novelty of the problem and the situation of uncertainty made society especially vulnerable to misinformation and speculation. At the same time, distrust of official sources gradually increased (Corona-Rodríguez, 2022). The mass use and peculiarities of information dissemination through social networks deserve special attention in the context of countering the spread of fake news.

Critical perception of information and adequate response to it has become one of the most important skills today. As a result, a new concept has emerged: *homo medialiteratus* – a person who can realistically assess the flow of information in the digital world (Robinson & Fassbender, 2023). Thus, media literacy is considered today as a fundamental condition for countering fake news (Bugler & Davison, 2018). Improving media literacy is a challenging and complex task that requires coordinated actions by the political community, the education sector, society, and academia (Rojas-Estrada et al., 2023). This issue somewhat concerns all segments of the population and all age groups. However, at the same time, a special place in this process belongs to the use of media education to direct the political activity of young people and the rational use of social media opportunities by young people (Kahne & Bowyer, 2019). The development and integration of information literacy programs into the educational process is a necessary condition for the education of a modern citizen. The latter is able to evaluate information critically and make informed, adequate decisions, flexibly responding to the constantly changing situation in the media space (Rojas-Estrada et al., 2023). In this case, students and teachers must be the object of attention in developing appropriate programs (Simons et al., 2020).

In the context of media education for the younger generation, it is necessary to consider the factors influencing the personalities of modern young people. Unlike the older generation, modern youth were born and grew up in the Internet era. This fact formed a unique attitude among young people to the perception of information, which mainly implies superficial studying without in-depth analysis. Technical means are typically powerless in detecting fake news. Therefore, one of the main tools that can assist in the independent identification of fakes is the understanding of algorithms and the psychological processes underlying the perception of information (Burkhardt, 2017). The ability to identify information and share it must become a primary skill in information education.

There is a significant gap in information education between Western countries and China. While Western information education has already gained half a century of experience, Chinese information education only has a few decades of experience (Lee, 2020). Moreover, the latter is evolving much slower and not finding much popularity (Han, 2022). Research has failed to find any significant impact of information education on students' technical skills and ability to assess information critically (Zhang et al., 2024). This situation requires a revision of the strategy in the field of media education to form new approaches to the construction and content of educational programs.

The study hypothesises that media literacy is a powerful tool for countering fake news in the digital age. The study aims to identify the specifics of media education strategies for countering fake news. Achieving the research goal required solving several tasks through separate stages of the study.

Literature review

Modern academic research on disseminating information (including fake news) and media education includes various topics reflecting this issue's various aspects.

Academic literature pays considerable attention to *the history of digital media*. Previous researchers have highlighted the central role of digitalisation in modern society. The very paradigm of media resources has changed. Therefore, it is crucial to broadly understand media education as the ability to use the Internet in terms of algorithm and information evaluation. Social networks play a unique role as an instrument of individual and collective self-presentation (Aguaded et al., 2022). The development of digital media themselves, as well as changing the collective portrait of the consumer of the information they provide, are important factors. Understanding their dynamics is critical for preparing strategies to counter fake information.

Research aimed at studying the reaction of academia to the problem of fake news plays an important role. Educational institutions (particularly universities) are tasked with adequately educating the population to respond to the modern world's challenges. This task also includes critically assessing the information received in conditions of information overload. In this case, the role of the teaching staff in this process is constantly increasing. At the same time, university professors' research on the understanding of

fake news shows a lack of consensus on the concept of fake news. This gap can have negative consequences for the educational process. In this regard, universities should provide students with factual knowledge and develop their thinking abilities regarding assessing information (Weiss et al., 2020). Scientific developments should become the basis of the strategy underlying modern media education. Therefore, there is a need for a consolidated position of national educational institutions based on local media culture and legislation.

A special place belongs to research on the practical aspects of recognising fake news, the motives underlying the desire to spread certain information, and the role of media literacy in this process. Studies have shown that special knowledge about fake news recognition does not guarantee the ability to recognise false information. Nevertheless, this knowledge increases this probability. Moreover, increasing this knowledge leads to a decrease in the possibility of spreading fake information. These conclusions justify the expediency of including a program for identifying the authenticity of information in the primary educational modules (Dame Adjin-Tettey, 2022). As the most extensive environment for disseminating information, including fake information, social networks are a separate object of study. Social media literacy is defined as a special set of competencies (Polanco-Levicán & Salvo-Garrido, 2022). Accordingly, literacy in social networks is a separate module in media education programs.

Comparative studies in information education show that China is lagging in this area (Han, 2022). The differences in European and Asian approaches to media education mainly stem from fundamentally different approaches to media activities. At the same time, these studies draw attention to the increasing importance of exchanging experience and studying foreign experience in this field (Zhenzhena, 2022). This approach is entirely reasonable due to the global nature of modern media and, therefore, has a potential regarding strategies in the field of media education.

Thus, modern academic research covers various areas related to the dissemination of information in the digital age. Previous studies have tackled the issues of spreading fake news; a significant part of the publications considers media education and its specifics in China. At the same time, there is no comprehensive description of organising media education to counter fake news. This aspect can be a separate module in the system of media education curricula. The purpose of the research presented in this paper is to clarify the specifics of the media education strategy as a tool to counter fake news.

Methodology

Defining a media education strategy from the perspective of countering fake news in the digital age required a consistent consideration of each of these components. The research design includes studying issues related to news dissemination in the digital age. The study investigates the concept and features of fake news, describes social networks as a leading means of disseminating information (including fake), and considers approaches to developing a strategy to counter fake news in the information

education system. The study rests on the indicators of the USA, the European Union, and China, presented in analytical and special reports. Statistical data from the Reuters Institute (2023) and the Open Society Institute (2022) became the basis for assessing the situation with the latest technologies and their impact on disseminating news information. To determine approaches to the development of a media education strategy as a means of countering fake, the study utilised the following resources: working materials on consultations in the field of media and information education of the OSCE (OSCE, 2022), guidelines on the development of modern education and mass media of the 20th National Congress of the Communist Party of China (Cyberspace Administration of China, 2023).

The first task was to consider the specifics of information spreading through modern technologies and the ratio of news information dissemination via the Internet and traditional sources (print media, television). Accordingly, it was necessary to select criteria for searching for information using the latest technologies and criteria for the availability of news sources and means of communication. The study analysed the indicator of public involvement in the search for information using the latest technologies based on an assessment of statistical data on the spread of Internet use worldwide (We Are Social, 2023). The analysis showed the overall ratio of Internet users to the world's population. It also examined the use of the Internet as a source of information. A comparison of statistical data on the spread of Internet use in the world (We Are Social, 2023) and in China (Statista, 2024b) revealed the prevalence of Internet use in China compared to the rest of the world's population. At the same time, Internet use involves three-quarters of the country's population. In the analysis of accessibility of communication tools, the authors studied statistical data from the Open Society Institute (for Europe) (Open Society Institute, 2022), Pew Research Center (for the USA) (Pew Research Center, 2023a, 2023b), and data from Statista website (for China) (Statista, 2024a). These data showed preferences for using traditional sources of information and the Internet to obtain news information. The study also compared the use of mobile and stationary means of Internet access (We Are Social, 2023).

The second stage of the study was exploring the concept of fake news and its features. Using the deductive method, methods of analysis and synthesis, based on the definition of the concept of news, the study determined the main and additional characteristics of fake news as a special type of news content. The purpose and objects of fake news were also specified. It is proposed that consumers' reactions to fake news be separated into active and passive. The paper also highlights the risks and the negative impact of fake news. Based on statistical data from the Statista website, the research investigated the attitude of consumers of a news product to their ability to identify fake news among European consumers (Statista, 2022) and American consumers (Statista, 2020). The study also shows that the level of world press freedom influences consumer anxiety about the possibility of obtaining false information (based on data from the Open Society Institute, 2022).

The third stage was an analysis of social networks as a source of news information. Statistical data (We Are Social, 2023) showed that social networks occupy a leading place among the ways of sharing content. Data from the Reuters Institute demonstrated a change in the dynamics of appeals to social networks and specialised news channels as sources of news information (Reuters Institute, 2023). The study considered social networks compared to other sources of news information on the Internet and highlighted factors that additionally impact the perception of news as genuine or fake. According to statistics (We Are Social, 2023), the purpose of using social networks as a source of news information does not depend much on the age groups of consumers, but the reaction to such news differs.

As is known, technical methods are inefficient, and information education plays the leading role in countering fake news. Therefore, the fourth stage of the study addressed the role of information education in countering fake information and approaches to developing an information education strategy. The study analysed reports by international institutions (OSCE, 2022) and media and education development guidelines of the 20th National Congress of the Communist Party of China (Cyberspace Administration of China, 2023). The analysis identified the main directions of the media education strategy and the mandatory components of educational programs. It found that countering fake news is only one of the structural components of the media literacy strategy.

Research limitations

The data of this research are limited since it mainly focused on disseminating fake information through social networks, which is the most common way of sharing news today. Therefore, the study does not fully cover the specifics of information dissemination in the digital age.

Results

The impact of modern technologies on the dissemination of information

Modern technologies have significantly affected the functioning of the information space. Statistical data show that the involvement of the broad masses is one of the main characteristics of their influence on obtaining and distributing information. In 2023, the global population was 8.01 billion people, more than half of whom (5.16 billion) are Internet users (64.4 % of the total population). Among the purposes of using the Internet, the search for information accounts for more than half of the cases (57.8 %), and the search for news information accounts for half (50.9 %) (We Are Social, 2023). Thus, 32.79 % of the world's population searches for news information online. In China, the growth of Internet users from December 2022 to June 2023 alone amounted to 11 million people. In 2023, the total number of Internet users in China reached 1.08 billion (Statista, 2024e), which is 76 % of the total population of the country (1.41 billion) (Statista, 2024b) (Figure 1).

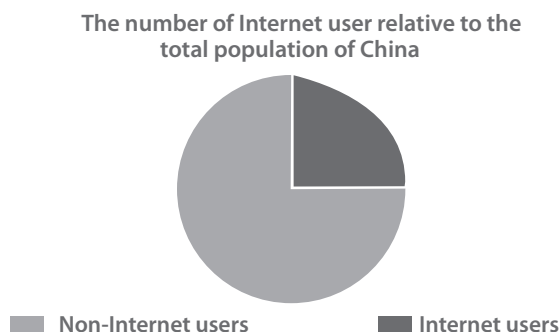


Figure 1. The number of Internet users relative to the total population of China

The second factor is the availability of communication tools that help create and distribute information content. Digital information sources today occupy a significant place among the means of obtaining news information. The Open Society Institute has surveyed European users. Thus, 43 % of respondents prefer online news platforms, and 26 % of respondents also mention social media as news sources, while 21 % prefer print news publications (Open Society Institute, 2022). In the United States, there is also a persistent tendency to reduce the use of traditional sources for obtaining news information. Surveys by the Pew Research Center have shown that the consumption of news products provided by the print press has decreased by 32 % over the past five years (2018-2023) (Pew Research Center, 2023a). In addition, 86 % of respondents confirmed using Internet resources to receive news (Pew Research Center, 2023b). At the same time, in China, state-owned media remain a leading source of news information (Statista, 2024a).

Statistical data indicate that the overwhelming majority of Internet users have permanent access to the network. Thus, 92 % of Internet users use mobile phones to gain access, with an annual increase in such users by an average of 0.2 %. In comparison, 59.1 % use personal stationary devices, with a tendency to an annual decrease of 8.4 % (We Are Social, 2023). In one way or another, the official mass media operating system was guided by the rules regarding the verified reliability of information and the principles of journalistic ethics. Today, this system has a competitor in the face of numerous bloggers who confidently occupy the position of opinion leaders but often do not fall under the legislation regulating media activities. The activities of bloggers in China are under government control, which causes controversy regarding the right to freedom of speech (Lee, 2012). Nevertheless, this fact does not negate the possibility of spreading fake news.

Communication availability makes it possible to share information, including fake information quickly. Modern communication technologies act as information distributors to creators and consumers, changing their communication roles. This process leads to a constant increase in the number of consumers of the same information. Thus, although modern technologies are not the reason for the appearance of fake news, they nevertheless make them an effective tool for influencing public consciousness.

The concept and features of fake news

Fake news is a *special type of content* characterised by several features. Thus, this content *corresponds to the concept of news*. The most common definition of news is a report on events that is official information aimed at a specific target audience (Oxford Reference, 2024). Accordingly, the information in fake news is presented to the consumer as accurate and official.

At the same time, fake news contains information with varying degrees of inaccuracy, up to complete fiction, and lacks evidence of its authenticity. Therefore, another feature of fake news is its purpose, which is to mislead or deceive the consumer. The motivation for such deception may differ and depend on the personal goals of the creator and distributor of fake news.

The most significant topics for society are typically the object of fake news. It is noted that fake news mainly has a political or economic direction and aims to exert a certain influence on society. For example, as of February 2023, 42 % of respondents from the United States, 41 % from Slovakia, and 26 % from the United Kingdom indicated politics as the most common topic of fake news. Respectively, 42 %, 34 % and 31 % of respondents in these countries reported fake information about COVID-19, while 35 %, 17 % and 22 % mentioned climate change (Statista, 2024c).

Fake news can carry an additional technical burden when it functions as a “clickbait.” Clickbait allows creators to receive additional income from advertising while sharing fake news (Buckingham, 2019). Another characteristic of fake news is a special style of presenting fake information, which has an increased emotional colouring (Orhan, 2023). Fake news is also understood as *a set of approaches and strategies* and one of the *information pathologies* (Weiss et al., 2020).

Thus, fake news can be defined as content with the external characteristics of official news. It contains false or distorted information concerning significant areas of public life. The primary purpose of this content is to influence the population’s adoption of significant decisions.

The main danger of fake news is that it leads to a reaction from society based on false information. This reaction can be passive and active. A passive reaction implies the deterioration of the consumer’s psychological state. An example of an active reaction is the active action of the consumer (participating in voting in one way or another, buying or selling shares of an enterprise, etc.). It can be argued that it does not matter in principle whether fake news is positive or negative. The consequences for the consumer are the same – making decisions based on false assumptions, which in any case leads to disorientation and loss of confidence in the media.

It is also necessary to pay attention to two indicators: the ability of users to identify fake news and the level of concern about the possibility of obtaining false information. Thus, according to the Statista website, only 12 % of European consumers of a news product declared their ability to identify fake news (Statista, 2022). Among American users, 39.3 % of respondents reported high confidence in their ability to identify fake information, 54 % reported moderate confidence, and 6.6 % reported an inability to

identify such information (Statista, 2020). Despite the subjectivity of data based on self-assessment, it is significant that more than half of all consumers of a news product declare their insufficient ability to identify fake news. The second important factor influencing the consumer's understanding of the dangers of fake news is freedom of the press. Thus, data from the Open Society Institute show that consumer concern about fake news decreases when the press has less freedom. Accordingly, the level of concern amounts to 61.4 % of respondents in Northern and Western Europe, 42.7 % in Eastern Europe and 38.1 % in Central Asia (Open Society Institute, 2022). The assessment of one's ability to identify fake information and the attitude towards fake information, in general, are important prerequisites for mastering media literacy. At the same time, they differ by country and region, and this difference may be decisive when developing national media literacy strategies to counter fake news.

Social networks as a source of news information

The primary digital news sources today are social media (90.63 %), video sites (52.71 %), online newspapers (62.07 %), television (49.09 %) and private news portals (38.43 %) (Gogus et al., 2023). Social media is one of the most common ways of sharing news content. They account for 94.6 % of the total number of visits to Internet websites, while news sites are also visited by 41.4 % of the total number of users. In total, 4.76 billion people are active users of social networks, which is 92.3 % of the total number of Internet users. Over the past ten years, social media users have been continuously growing. Watching or reading news is the main reason 34.2 % of users visit social networks (We Are Social, 2023). Statistics on accessing social networks and specialised news channels as a news source show that from 2018 to 2023, the number of users choosing social networks as a news source has a steady upward trend (7 % over five years). In turn, the number of users choosing specialised news channels as a news source has decreased (10 % in five years) (Reuters Institute, 2023).

The choice of social networks differs by country. Facebook, the world's most popular social network, can serve as an example. Thus, 221.71 million of the 226 million active users of social networks in the United States choose this network (The Global Statistics, 2024c). Of 68.26 million social media users in Germany, 47.36 million are Facebook users (The Global Statistics, 2024b). At the same time, these data differ significantly for China: 3.4 million people out of 983.3 million social media users are Facebook users as of 2023 (Statista, 2024d). The ratio of Facebook users to the total number of social network users is 98.1 % in the USA, 69.38 % in Germany, and 0.35 % in China. The number of users of national social networks in China ranges from 240.72 million (Douyin Huoshan) to 716.04 million (Douyin) users (The Global Statistics, 2024a). In other words, the specifics of using social networks in China is a clear preference for national social networks under the control of the Chinese government (Cyberspace Administration of China, 2023). This feature also affects the possibility, scope, and content of fake news distributed on social networks.

In addition to regular news feeds, social networks have several features that put additional pressure on the perception of news as genuine or fake. In particular, such

features include a subscription system for sources that arouse sympathy and trust, the ability to add strangers to friends, and a reposting option. The latter facilitates the rapid and often spontaneous dissemination of fake news among friends and subscribers (secondary distribution). The criticality of evaluating information often remains low, since the source of dissemination is typically a trusted entity for users (Orhan, 2023). An important characteristic of social networks in the context of spreading fake news is the active participation of users in information sharing. The academic literature describes this phenomenon as a departure from the linear dissemination of information (Yao & Cui, 2023). These features of social networks make them a special type of fake news distribution and require consideration when developing media literacy curricula.

Like any news type, fake news has its target audience. At the same time, the ability of the target audience to critically evaluate the information in the news depends on several factors. In this case, the age dynamics of receiving news by users on social networks show a slight increase among users from 16 to 35 years old, then remains almost unchanged (Figure 2).

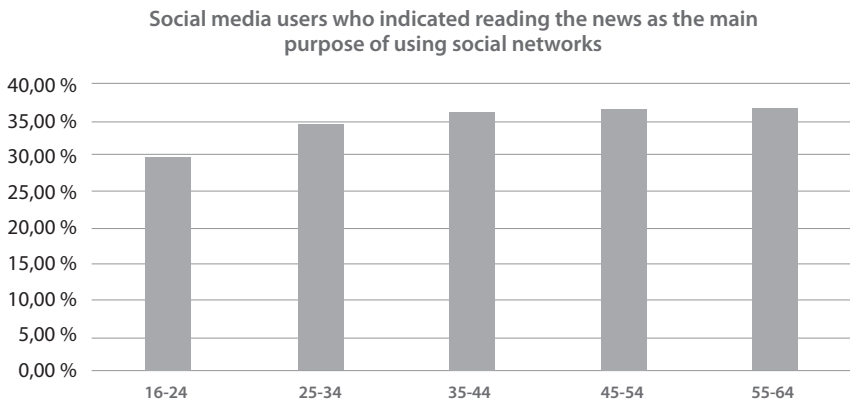


Figure 2. Social networks as a source of news for different age groups (We Are Social, 2023)

Despite the relatively equal interest of different age categories of social media users in receiving news content, their reactions are different. In this case, in the context of younger user perception, the term “younger users” refers to a generation born and growing up in the digital age. The availability of large amounts of information is natural for this category of users, while their value system and ability to critically evaluate information and responsibility are still in the process of formation (Han, 2022). Therefore, this group is relatively vulnerable to fake news. At the same time, social responsibility and digital ethics indicators tend to increase with age (Li, 2024). The second most vulnerable group is the elderly. They are more susceptible to fake news, as they often have a lower level of digital literacy. This lack of knowledge can have serious consequences for the elderly since they often demonstrate greater involvement in socio-political processes, in particular, in elections. Consequently, this age category can become the object of manipulation (Moore & Hancock, 2022).

Academic research also shows that the assessment of media literacy indicators demonstrates the possibility of its demographic characteristics. Thus, when comparing different age groups, younger people tend to have a higher media literacy level. At the same time, within this group, the share of bachelor's degree graduates is higher than that of school graduates. This fact shows the influence of education on the ability to critically perceive and evaluate information. The income level assessment demonstrates the same ratio. The media literacy level varies with the region of residence: it is higher in areas with a higher population density and a more developed economy. At the same time, there are no significant differences in gender or marital status (Gogus et al., 2023). The education level generally stands out as a factor influencing the ability to identify news as fake (Soetekouw & Angelopoulos, 2022). Although media literacy programs mainly focus on working with children and youth, they are equally important for other age groups. However, it is necessary to consider the characteristics of each age group when developing appropriate programs (Bugler & Davison, 2018). Other characteristics of users who most often participate in the further (secondary) dissemination of fake news include low awareness and religiosity (An et al., 2023).

The specificity of the social network audience is that they can act both as consumers and secondary distributors of news. As a result, the roles of recipients, producers, and distributors of information intermingle in the context of fake news (Yao & Cui, 2023). Thus, *educational programs must pay attention not only to the ability to critically evaluate information but also to teaching social responsibility for producing and distributing information.*

Media education as a means of countering fake news

Having created factors contributing to the generation and dissemination of fake news, digital technologies have proved ineffective in combating them. This also applies to such a modern tool as artificial intelligence, which also proved unable to solve this problem. Being a trainable (and self-learning) system, artificial intelligence still uses available content for learning, which can be both truthful and fake (Aïmeur et al., 2023).

Since the problem of spreading fake news is global today, both national and international institutions are participating in the search for a solution. It is interesting to examine the conclusions announced by the OSCE Representative on Freedom of the Media for the National Consultations on Media and Information Literacy Policies and Strategies in March 2022. It was pointed out that the solution to the problem of spreading fake news may have several options. The first is to strengthen regulation and block possible sources of fake news distribution. However, this approach can be ineffective from a technical point of view and contrary to international principles of freedom of speech from a legal point of view. Thus, when choosing a way to combat fake news, it is crucial to maintain a balance between countering fake information and guaranteed media freedom. The second means of countering is the self-regulation of the media, including strengthening ethical standards. However, the source of fake

news may have nothing to do with the media. The third approach is to spread media literacy. This approach is considered capable of reaching the maximum audience and is the most promising long-term. At the same time, this option is the most resource-intensive and complex in terms of implementation (OSCE, 2022).

As for the Chinese specifics of choosing and developing an information education strategy in media literacy, the country's media education rests on ideological approaches. Thus, Article 6 of the Law on Cybersecurity of the People's Republic of China, dated November 7, 2016, indicates the need to form the network behaviour of users based on socialist values (People's Republic of China, 2016). In the context of modern education development, the report of the 20th National Congress of the Communist Party of China pays special attention to the practice of working with news. The latter aims to promote the ideology of the Communist Party of China and stabilise the political situation. According to the report, the mass media are traditional media such as newspapers, magazines, and websites. The report contains several important provisions to consider when developing information education strategies. Firstly, there is a need to ensure that the Communist Party leadership manages the news space. The second essential task is to increase the attractiveness of mass media and such approaches to their functioning that stimulate public activity, including those aimed at creating and distributing high-quality content. The report also indicates the need to create an environmentally friendly Internet environment, develop the latest technologies, and explore the possibilities of artificial intelligence (Cyberspace Administration of China, 2023). These provisions should underlie a strategy for developing media education in China and building educational modules to counter fake news. Secondly, the fight against fake news in China has a pronounced administrative character. For example, in April 2023, the Ministry of Public Security of China announced a large-scale campaign to combat fake information on the Internet (The State Council of the Republic of China, 2023). According to data from the Cyberspace Administration of China (CAC), as a result of the campaign, 107,000 accounts that spread fake information were deactivated (Reuters News, 2023).

Thus, Western countries employ fundamentally different approaches to the media education strategy. Nevertheless, some elements of the strategy are common to the Western and Chinese approaches. In this case, it is reasonable to use the most general definition of a strategy as a detailed plan for achieving success in certain areas or a specific goal (Cambridge Dictionary, 2024). From the perspective of fake news, the goal of media education can be defined as the formation of skills to counter fake news. It is necessary to note that media literacy levels depend on several factors. For instance, the Open Society Institute employs the Media Literacy Index to identify the level of media literacy among the population of 41 European countries. The Index indicates consumer resistance to fake news based on criteria of media freedom, education (specifying indicators are reading skills, scientific literacy, mathematical literacy, and university education) and the level of interpersonal trust (Open Society Institute, 2022).

The education sector plays a special role in ensuring society's readiness to counteract

fake information. This is due to the primary function of educational institutions, which lies in providing educational services. Accordingly, the ability of students to identify fake information is an important indicator of education quality. Based on the most general definition, media literacy is a set of skills based on developed critical thinking (Bugler & Davison, 2018). This education's expected result is a specific behaviour pattern in the media space. This pattern includes a critical evaluation of available information, a negative attitude toward the independent creation of fake news and its dissemination, as well as respect for the rights and privacy of other users (Zhenzhena, 2022).

An important component of the information education strategy is the structure of its content. The media education system encompasses technical, psychological, and communicative components (Burkhardt, 2017). It is important to note that each of these components must be accessible; that is, the formation of a skill for using them does not involve special education.

The technical components aim to form a general understanding of different information platforms and their algorithms and technical means of verifying information. An essential task of media education is to familiarise students with the process of creating news. This knowledge increases their technical skills, as well as the level of confidence in the methods that students are recommended to use when evaluating information (Corona-Rodríguez, 2022). There are simple techniques that allow users to significantly reduce the risk of receiving fake news. The techniques are the following: approaches to ranking search engines, when users mainly rely on information reflected at the top of search results; the need to be critical of friends on social networks, including by avoiding adding bots to friends; reading material before sharing it (in fake news, the title may not match content); verification of information using fact-checking sites; evaluation of information by its source and by comparing sources; scepticism; use of educational tools regarding verification of information; checking the verification of the source (Burkhardt, 2017). These techniques require the user to develop intellectual skills, employ a conscious approach to processing information, and master algorithms for evaluating information. *The psychological components* of the educational program involve learning the methods used by the creators of fake news to increase their influence on users and their decisions and manipulate user behaviour in general (increased emotional colouring of texts, NLP tools). *The communicative components* include educating students to be responsible for their information behaviour, a negative attitude towards creating fake news, and a responsible attitude towards disseminating news in general. An important part of the communicative component of media literacy is knowledge about the media's principles and legal foundations. This knowledge allows consumers to develop a more demanding approach to the quality of the information product (OSCE, 2022).

One of the important tasks of media literacy programs is *the development of media literacy assessment criteria*. The academic literature indicates that standard testing approaches are inefficient in media literacy assessment (Schilder et al., 2016). Therefore, developing criteria for assessing media literacy is integral to the information education

strategy. It is also necessary to include the assessment of individual components, such as the ability to evaluate information and identify fake news.

Discussion

The academic literature contains several provisions concerning various aspects of information literacy that are debatable and deserve attention. The first is the ambiguity in assessing the vulnerability of social network users to fake information. For example, Yan and Pan (2023) point out, based on the results of data shown by the Chinese audience, that social media users mostly accurately identify fake news. On the other hand, the researchers note the influence of other users' approval on the news perception as reliable (Yan & Pan, 2023). On the other hand, Zhang and Wu (2023) indicate some research limitations on media literacy level in terms of time and sample. Statistics also show that users assess their ability to evaluate the reliability of information differently. Users showed a significant gap in their assessment of their ability to recognise fake information: from 12 % of respondents in EU member states to 39 % in the United States. This fact emphasises the need to develop more advanced systems of assessing media literacy. In addition, as statistics show, restrictions on press freedom serve as a factor influencing the level of consumer concern about the possibility of obtaining fake information. Thus, with a high degree of control by the Chinese government over the media, Chinese users treat the information they receive less critically. The latest documents, particularly Notice on Strengthening the Management of "Self-media", 2023, have further increased control over media. This creates the risk of further reducing Chinese users' critical assessment of information.

Academic research on information dissemination, fakes, and media education mainly focuses on news sources that have become traditional today. Among these sources, Carter and Nguyen (2024) identify a special one – research blogs, which can be defined as a kind of professional blogs. Describing this phenomenon, the researchers underline its separation from cultural characteristics and existence within a certain virtual community. These provisions can serve as the basis for the advancement of the Third Space Theory (Carter & Nguyen, 2024). Zheng (2019) also indicates that those mass media that are characterised as new today, including the so-called network media, are not the pinnacle of development in this field. Consequently, media education issues require consideration with a focus on the speed of technology development (Zheng, 2019). The above conclusions suggest the first signs of new-level information communities. These communities do not have a national or even international character since they will go beyond any non-technical regulation. At the same time, the study showed that the international community considers technical controls a restriction on freedom of speech (OSCE, 2022). Thus, media education, as indicated in the current study, is the primary means of countering fake news, and it is even more relevant for the further development of the media space. On the other hand, the study showed that China has a special policy in the field of Internet regulation, in particular, the functioning

of social networks. Today, the architecture of China's social networks mainly rests on national products under the authorities' complete control. It would be premature for China to give the masses access to a certain "supra-media level".

It is also necessary to pay attention to the conclusion of Yao and Cui (2023) on the need to provide ideological guidance to students regarding assessing the information they receive. The researchers mentioned methods of improving media literacy, such as raising awareness about media literacy in general and ways to master it. The authors also emphasised the importance of measures to improve relevant curricula. In addition, cooperation between the government and society can form a media environment and monitor information available to the population (Yao & Cui, 2023). These measures are unlikely to be effective in unregulated information communities, but nevertheless, they ensure the necessary level of user readiness for the subsequent expansion of the information space. In this regard, Long et al. (2023) have explored the role of media education among students in ensuring their information security. The authors point out that relying only on media education is ineffective in solving this issue (Long et al., 2023). In addition, there is a thesis indicating another vector of media education development. For instance, J. Fu studied the participation of young people in national social platforms (such as Weibo). The author considers digital literacy a recognised practice, suggesting the need to form the identity of members of digital communities and develop their civil position in the media space (Fu, 2020). Thus, media education is an essential part of government policy to create a safe cyberspace for citizens. However, with such a general definition, it is necessary to recognise the fundamental difference between Western and Chinese approaches to regulating the media space. In the first case, the basis is a balance between information security and freedom of speech. In turn, the Chinese approach rests on ideological foundations covering media education and state control.

It is critical to underline the importance of an academic approach to the media education strategy in countering fake information. This task refers to the problem of the insufficiently coherent academic position regarding the media in general. Yue et al. (2020) consider media research an important tool for education, the popularisation of legal norms, and the familiarisation of consumers with other socially significant areas. However, there is a preponderance of practical research and the absence of a theoretical foundation or a stable academic system (Yue et al., 2020).

The existence of different approaches to the methodology of teaching media literacy also deserves attention. Zhang et al. (2020) point to the possibility of developing a separate media literacy course, using an interdisciplinary or subject-based approach, and organising media literacy training in the form of extracurricular activities. Neag et al. (2022) insist on applying a more inclusive and interdisciplinary approach to media education. The current study shows that, given the importance of a particular set of skills for students, choosing a compulsory basic course model seems to be the most rational approach. This approach can maximise the implementation of all tasks

that media education faces. The curriculum must include all components – technical, psychological, and communicative. At the same time, models based on an interdisciplinary approach and extracurricular activities can become tools for deepening the acquired knowledge according to the educational goals of a particular educational institution.

Conclusions

Fake news can be defined as content with the external characteristics of official news. This content contains false or distorted information related to significant areas of public life and aims to influence the population's adoption of significant decisions. Fake news is a special type of content that has an external similarity to official information and often contains the emotional colouring of the message. These peculiarities can mislead many people, causing negative consequences of personal, political, and economic nature. As a tool for the mass dissemination of fake news, modern technologies, including artificial intelligence, have proved unable to identify fake news completely. Legislative regulation also fails to always work due to the boundlessness of the Internet. In such conditions, the only effective way to counteract this problem is to teach the population how to identify information.

Solving the problem of countering fake news requires the consolidated efforts of government authorities, the education sector, society, and the academic community. Countering fake news is a component of the information security module in the media literacy curriculum. The choice of methods for communicating knowledge remains within the competence of educational institutions. Nevertheless, the mandatory components of this module must include the following: issues related to technical tools for evaluating information and recognising fake information; psychological knowledge and knowledge about mind manipulation methods that a user of social networks may encounter; communicative knowledge, including ethical provisions, allowing the user to adjust their behaviour during the creation and distribution of news. A separate program component must be a knowledge assessment system for countering fake news.

Acknowledgment

This work was funded by The Key Project of Excellent Young Scholars Support Program of Higher Education of Anhui Province (gxyqZD2022061); The Key Project of Scientific research preparation plan of Anhui Province "Algorithmic Recommendation and the Construction of Mainstream Ideology" (2022AH051007); The Project of New Era Education Quality Engineering (Graduate Education) of Anhui Province "Teaching Casebook on Journalism and Communication Ethics and Regulations for Journalism and Communication Degrees" (2022zyxwxalk135); The Project of Social Science Innovation and Development Research of Anhui Province "Research on Computing Propaganda and Network Ideological Security Governance" (2023CX147); The Project of New Era Education Quality Engineering (Graduate Education) of Anhui Province "Overseas Visits of Graduate Supervisor" (2023dshwxy022).

References

- Aguaded, I., Civila, S., & Vizcaíno-Verdú, A. (2022). Paradigm changes and new challenges for media education: Review and science mapping (2000-2021). *Profesional de la Información*, 31(6), 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.06>
- Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: A review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 30. <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>
- Al-Rawi, A. (2019). Gatekeeping fake news discourses on mainstream media versus social media. *Social Science Computer Review*, 37(6), 687-704. <https://doi.org/10.1177/0894439318795849>
- An, Y., Huang, Y., Danjuma, N. U., Apuke, O. D., & Tunca, E. A. (2023). Why do people spread fake news? Modelling the factors that influence social media users' fake news sharing behaviour. *Information Development*, in press. <https://doi.org/10.1177/02666669231194357>
- Buckingham, D. (2019). Teaching media in a “post-truth” age: Fake news, media bias and the challenge for media/digital literacy education. *Culture and Education*, 31(2), 1-19. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1603814>
- Bugler, M., & Davison, P. (2018). The promises, challenges and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 1-21. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-1-1>
- Burkhardt, J. M. (2017). *Combating Fake News in the Digital Age*. Chicago, IL, USA: American Library Association. <https://journals.ala.org/index.php/ltr/issue/view/662>
- Cambridge Dictionary (2024). *Strategy*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/strategy>
- Carter, S., & Nguyen, T. T. T. (2024). Doctoral pedagogy in digital third space: An investigation of academic blogging. *Innovations in Education and Teaching International*, 61(2), 276-287. <https://doi.org/10.1080/14703297.2022.2157303>
- Corona-Rodríguez, J. M. (2022). Media literacy as a solution to the Edu-communicative challenges of the pandemic: Paradoxes, questions and alternatives. *Research on Education and Media*, 14(2), 82-89. <https://doi.org/10.2478/rem-2022-0025>
- Cyberspace Administration of China (2023). *Notice on Strengthening the Management of “Self-media”*. http://www.cac.gov.cn/2023-07/10/c_1690638496047430.htm
- Dame Adjin-Tettey, T. (2022). Combating fake news, disinformation, and misinformation: Experimental evidence for media literacy education. *Cogent Arts & Humanities*, 9(1), 2037229. <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2037229>
- Fu, J. (2020). Digital literacy in Chinese young people's engagement on Weibo. *Beijing International Review of Education*, 2(3), 420-434. <https://doi.org/10.1163/25902539-00203008>
- Gogus, A., Geçkin Onat, S., & Yücel, S. (2023). General approaches of adults on new media literacy: A national survey study. *Education and Information Technologies*, in press. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12205-6>
- Han, Z. (2022). Comparison of media literacy education between Chinese and Western Students. In Z. Tong, J. Yan (Eds.), *2021 International Conference on Education, Language and Art (ICELA 2021)* (pp. 295-298). Beijing: Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220131.053>
- Kahne, J., & Bowyer, B. (2019). Can media literacy education increase digital engagement in politics? *Learning, Media and Technology*, 44(2), 211-224. <https://doi.org/10.1080/17439884.2019.1601108>

- Lee, A. Y. (2020). The development of media literacy in Chinese societies: From grassroots efforts to institutional support. In D. Frau-Meigs, S. Kotilainen, M. Pathak-Shelat, M. Hoechsmann, S. R. Poyntz (Eds.), *The handbook of media education research* (pp. 309–325). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781119166900.ch29>
- Lee, J. A. (2012). Regulating blogging and microblogging in China. *Oregon Law Review*, 91, 609. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/orglr91&div=20&id=&page=>
- Li, L. (2024). University social responsibility, the level of digital ethics and knowledge about data security: The case of first-year and fifth-year students. *Education and Information Technologies*, in press. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12443-8>
- Long, S., Zhu, T., & Chen, X. (2023). With high new media literacy, can we prevent problematic internet use?--A case study of Chinese college students. *Digital Education Review*, 44, 33–44. <https://doi.org/10.1344/der.2023.44.33-44>
- Moore, R. C., & Hancock, J. T. (2022). A digital media literacy intervention for older adults improves resilience to fake news. *Scientific Reports*, 12(1), 6008. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-08437-0>
- Neag, A., Bozdağ, Ç., & Leurs, K. (2022). Media literacy education for diverse societies. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication* (pp. 1). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.1268>
- Olan, F., Jayawickrama, U., Arakpogun, E. O., Suklan, J., & Liu, S. (2022). Fake news on social media: The impact on society. *Information Systems Frontiers*, in press. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10242-z>
- Open Society Institute (2022). *Media Literacy Index*. <https://www.osce.org/files/f/documents/0/4/534146.pdf>
- Orhan, A. (2023). Fake news detection on social media: The predictive role of university students' critical thinking dispositions and new media literacy. *Smart Learning Environments*, 10(1), 29. <https://doi.org/10.1186/s40561-023-00248-8>
- OSCE (2022). *National Consultation on Media and Information Literacy Policies and Strategies*. <https://www.osce.org/files/f/documents/2/f/514015.pdf>
- Oxford Reference (2024). *News*. <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110903094737194#:~:text=In%20the%20mass%20media%2C%20formal,information%20about%20them%20becomes%20available>
- People's Republic of China (2016). *Cyber Security Law of the People's Republic of China*. https://www.gov.cn/xinwen/2016-11/07/content_5129723.htm
- Pew Research Center (2023a). *Audiences are declining for traditional news media in the U.S. – with some exceptions*. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/11/28/audiences-are-declining-for-traditional-news-media-in-the-us-with-some-exceptions/>
- Pew Research Center (2023b). *News Platform Fact Sheet*. <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/news-platform-fact-sheet/>
- Polanco-Levicán, K., & Salvo-Garrido, S. (2022). Understanding social media literacy: A systematic review of the concept and its competencies. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14), 8807. <https://doi.org/10.3390/ijerph19148807>
- Reuters Institute (2023). *Reuters Institute Digital News Report*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf
- Reuters News (2023). *China shuts 100000 fake news social media accounts, ramps up content cleanup*. <https://www.reuters.com/world/china/china-shuts-100000-fake-news-social-media-accounts-ramps-up-content-cleanup-2023-05-17/>

- Robinson, B., & Fassbender, W. J. (2023). Homo medialiteratus and the media literacy proxy war: Mapping the US response to digital dismisinfo. *Learning, Media and Technology*, in press. <https://doi.org/10.1080/17439884.2023.2234286>
- Rojas-Estrada, E. G., Aguaded, I., & Garcia-Ruiz, R. (2023). Media and information literacy in the prescribed curriculum: A systematic review on its integration. *Education and Information Technologies*, in press. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12154-0>
- Schilder, E., Lockee, B., & Saxon, D. P. (2016). The challenges of assessing media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 8(1), 32–48. <https://doi.org/10.23860/jmle-8-1-3>
- Simons, M., Smits, T. F., & Janssenswillen, P. (2020). Newspapers as teaching tools for media literacy education: What makes teachers use newspapers in their classrooms? *Educational Media International*, 57(4), 332-352. <https://doi.org/10.1080/09523987.2020.1848510>
- Soetekouw, L., & Angelopoulos, S. (2022). Digital resilience through training protocols: Learning to identify fake news on social media. *Information Systems Frontiers*, in press. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10240-7>
- Statista (2020). *Level of confidence in distinguishing between real news and fake news among adults in the United States*. <https://www.statista.com/statistics/657090/fake-news-recognition-confidence/>
- Statista (2022). *Level of confidence in identifying disinformation in EU member states*. <https://www.statista.com/statistics/1076890/identifying-fake-news-eu-countries/>
- Statista (2024a). *Brand index of largest news media brands in China*. <https://www.statista.com/statistics/1322960/china-strongest-news-media-brands/>
- Statista (2024b). *Demographic of China - statistics & facts*. <https://www.statista.com/topics/1276/population-in-china/#topicOverview>
- Statista (2024c). *News consumers who saw false or misleading information about key topics in the last week in selected countries worldwide as of February 2023*. <https://www.statista.com/statistics/1317019/false-information-topics-worldwide/>
- Statista (2024d). *Number of Facebook users in China from 2017 to 2023*. <https://www.statista.com/statistics/558221/number-of-facebook-users-in-china/>
- Statista (2024e). *Number of internet users in China from 2013 to June 2023*. <https://www.statista.com/statistics/265140/number-of-internet-users-in-china/>
- The Global Statistics (2024a). *China Social Media Statistics*. https://www.theglobalstatistics.com/china-social-media-statistics/?expand_article=1
- The Global Statistics (2024b). *Germany Social Media Statistics*. <https://www.theglobalstatistics.com/germany-social-media-statistics/>
- The Global Statistics (2024c). *US Social Media Statistics*. <https://www.theglobalstatistics.com/united-states-social-media-statistics/>
- The State Council of the Republic of China (2023). *China launches crackdown on fake information in cyberspace*. http://english.www.gov.cn/news/202304/15/content_WS6439e59fc6d03ffcca6ec51c.html
- We Are Social (2023). *Digital 2023 Global Overview Report*. <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>

- Weiss, A. P., Alwan, A., Garcia, E. P., & Garcia, J. (2020). Surveying fake news: Assessing university faculty's fragmented definition of fake news and its impact on teaching critical thinking. *International Journal for Educational Integrity*, 16, 1. <https://doi.org/10.1007/s40979-019-0049-x>
- Yan, W., & Pan, Z. (2023). Believing and sharing false news on social media: The role of news presentation, epistemic motives, and deliberative thinking. *Media Psychology*, 26, 743-766. <https://doi.org/10.1080/15213269.2023.2208363>
- Yao, C., & Cui, X. (2023). Research on media literacy education for college students in the new era. *Journal of Contemporary Educational Research*, 7(11), 209-214. <https://ojs.bbwpublisher.com/index.php/ICER/article/download/5521/4801>
- Yue, X., Hu, P., & Ji, R. (2020). Applying new media in education of mainland China: A systematic review of the researches. *American Research Journal of Humanities & Social Science*, 3(11), 80-88. <https://www.arjhss.com/wp-content/uploads/2020/11/L3118088.pdf>
- Zhang, D., & Wu, Y. (2023). Becoming smart “digital natives”: cultivating Chinese English majors' new media literacy via journalism English reading and listening. *Journal of China Computer-Assisted Language Learning*, 3(2), 263-286. <https://doi.org/10.1515/jccall-2022-0029>
- Zhang, H., Zhu, C., Sang, G., & Questier, F. (2024). Effects of digital media literacy course on primary school students' digital media literacy: An experimental study. *International Journal of Technology and Design Education*, 34(1), 1-17. <https://doi.org/10.1007/s10798-023-09824-y>
- Zhang, L., Zhang, H., & Wang, K. (2020). Media literacy education and curriculum integration: A literature review. *International Journal of Contemporary Education*, 3(1), 55-64. <https://doi.org/10.11114/ijce.v3i1.4769>
- Zheng, Z. (2019). Research on new media literacy of college students under the background of mobile internet. In Y. Zhang (Ed.), *4th International Social Sciences and Education Conference* (pp. 224-228). London: Francis Academic Press. <https://doi.org/10.25236/issec.2019.047>
- Zhenzhena, L. (2022). Comparison of Chinese and Malaysian media literacy: An analytical study. *Research Ambition: An International Multidisciplinary e-Journal*, 7(3), 19-21. <https://doi.org/10.53724/ambition/v7n3.06>

Pengfei Sun

Universiti Utara Malaysia
School of Multimedia Technology and Communication
06010 Sintok Kedah Darul Aman, Kedah Darul Aman, 06050,
Malaysia
Anqing Normal University
School of Communication
1318 Jixian North Road, Anqing Anhui, 246133, China
pengfeisun6@onmail.com, sunpengfei@aqnu.edu.cn

Xuan Duan

Anqing Normal University
School of Communication
1318 Jixian North Road, Anqing Anhui, 246133, China
xuanduan52@outlook.com, duanxuan@aqnu.edu.cn

Lažne vijesti u digitalnom dobu: izazovi i strategije informacijskoga obrazovanja u polju medijske pismenosti

Sažetak

Danas su lažne vijesti globalan problem na koji jedini adekvatan i učinkovit odgovor može biti univerzalna medijska pismenost. Cilj ovoga istraživanja bio je utvrditi specifičnosti strategije informacijskoga obrazovanja u području suprotstavljanja lažnim vijestima. Studija koristi statističke podatke iz Reuters Instituta, Instituta Otvorenoga društva, Statiste, Istraživačkoga centra Pew, Digitalnoga globalnog izvješća o 2023. godini i Global Statisticsa. Na temelju tih podataka, članak prikazuje omjer korisnika interneta prema ukupnoj populaciji u svijetu i Kini i utjecaj moderne tehnologije na širenje vijesti. Utvrđena je i uloga društvenih medija kao izvora vijesti i informacija. U studiji se zaključuje o niskoj učinkovitosti tehničkih sredstava za prepoznavanje lažnih vijesti. Medijsko obrazovanje stoga igra vodeću ulogu u suprotstavljanju lažnim vijestima. U studiji se također analiziraju izvješća međunarodnih organizacija i smjernice 20. kongresa Komunističke partije Kine o medijima i obrazovanju. Analiza otkriva glavne strateške odredbe razvoja kurikula za medijsko obrazovanje: tehničke, psihološke, komunikacijske i evaluacijske. Rezultati studije mogu pomoći u pripremi obrazovnih programa o medijskoj pismenosti.

Ključne riječi: kritičko razmišljanje; lažne vijesti; medijsko obrazovanje; obrazovni programi; provjera činjenica

Uvod

Lažne vijesti nisu nova pojava. Čak i prije pojave tiska, ljudi su koristili lažne podatke kako bi postigli vlastite ciljeve (Burkhardt, 2017). Istodobno, širenje lažnih informacija bilo je ograničeno iz objektivnih razloga – zbog nedostatka razvijenoga komunikacijskog sustava. Suvremene su tehnologije radikalno promijenile pristupe širenju informacija, utječući na taj proces iz različitih kutova. Rizici povezani sa širenjem lažnih informacija globalni su problemi našega doba. Lažne informacije mogu utjecati na ekonomiju, politiku, javno mnijenje i društvene norme, a mogu biti i izvor predrasuda i alat za političku manipulaciju (Aïmeur i sur., 2023). Svi ovi problemi imaju razorne posljedice kako za pojedince, tako i za društvo u cjelini. Delegitimizacija informacija o vijestima

lišava stanovništvo pouzdane informacijske baze za donošenje odluka, što dovodi do dezorijentacije i gubitka povjerenja u medije (Orhan, 2023). Zbog toga širenje lažnih vijesti izravno prijeti demokratskim procesima. Ono predstavlja instrument utjecaja na donošenje političkih i ekonomskih odluka (Buckingham, 2019.).

Društvene mreže zauzimaju posebno mjesto u procesu širenja lažnih vijesti. Primjer je predsjednička kampanja 2016. u Sjedinjenim Državama, za koju se vjeruje da je pokrenula tekući proces širenja lažnih vijesti na društvenim mrežama (Olan i sur., 2022). Zauzvrat, društveni mediji također mogu vršiti pritisak na službene medije putem takozvanoga kolektivnog negativnog odgovora, nastojeći tako prisiliti medije da promijene svoj stav. Ovaj proces stvara razdor između službenih medija i društvenih medija (Al-Rawi, 2019) i rezultira nedostatkom izvora legitimnih informacija u društvu. Drugi upečatljiv primjer masovnoga širenja lažnih vijesti bila je pandemija virusa COVID-19. Tijekom toga razdoblja, novitet problema i situacija neizvjesnosti učinili su društvo posebno ranjivim na dezinformacije i nagađanja. Istodobno je nepovjerenje u službene izvore postupno raslo (Corona-Rodriguez, 2022). Masovna uporaba i specifičnosti širenja informacija putem društvenih mreža zaslužuju posebnu pozornost u kontekstu suprotstavljanja širenju lažnih vijesti.

Kritička percepcija informacija i odgovarajući odgovor na njih postali su danas jedne od najvažnijih vještina. Kao rezultat toga, pojavio se novi koncept: *homo medialiteratus* – osoba sposobna realno procijeniti protok informacija u digitalnom svijetu (Robinson i Fassbender, 2023). Stoga se medijska pismenost danas smatra temeljnim uvjetom za suprotstavljanje lažnim vijestima (Bugler i Davison, 2018). Poboljšanje medijske pismenosti složen je zadatak koji zahtijeva koordinirano djelovanje političke zajednice, obrazovnoga sektora, društva i akademske zajednice (Rojas-Estrada i sur., 2023). Ovo se pitanje u određenoj mjeri odnosi na sve segmente stanovništva i sve dobne skupine. Međutim, u isto vrijeme, posebno mjesto u ovom procesu pripada primjeni medijskoga obrazovanja za usmjeravanje političkoga aktivizma mladih i njihovom racionalnom korištenju mogućnosti društvenih mreža (Kahne i Bowyer, 2019). Razvoj i integracija programa za povećanje informacijske pismenosti u obrazovni proces nužan je uvjet za odgoj suvremenoga građanina. Suvremeni je građanin u stanju kritički procijeniti informacije i donositi informirane, adekvatne odluke, fleksibilno reagirajući na stalno promjenjivu situaciju u medijskom prostoru (Rojas-Estrada i sur., 2023). U tom bi slučaju učenici i učitelji trebali biti u centru pozornosti prilikom dizajniranja odgovarajućih programa (Simons i sur., 2020).

U kontekstu medijskoga obrazovanja mlađe generacije potrebno je uzeti u obzir čimbenike koji utječu na formiranje osobnosti moderne mladeži. Za razliku od starije generacije, moderni su mladi rođeni i odrasli u doba interneta. Ta je činjenica kod njih stvorila jedinstven stav prema percepciji informacija, što u osnovi podrazumijeva površno proučavanje bez dubinske analize. Tehnička su sredstva obično nemoćna u otkrivanju lažnih vijesti. Stoga je jedan od glavnih alata koji može pomoći u samostalnoj identifikaciji lažnih informacija razumijevanje algoritama i psiholoških procesa na

kojima se temelji percepcija informacija (Burkhardt, 2017). Sposobnost prepoznavanja i dijeljenja informacija morala bi biti temeljna vještina u informacijskom obrazovanju.

Postoji značajan jaz u informacijskom obrazovanju između zapadnih zemalja i Kine. Iako je zapadno informacijsko obrazovanje već steklo pola stoljeća iskustva, kinesko informacijsko obrazovanje seže samo nekoliko desetljeća unatrag (Lee, 2020). Štoviše, potonje se razvija mnogo sporije i ne uživa veliku popularnost (Han, 2022). Studije nisu utvrdile značajniji utjecaj informacijskoga obrazovanja na tehničke vještine studenata i sposobnost kritičke procjene informacija (Zhang i sur., 2024). Ova situacija zahtijeva preispitivanje strategije u području medijskoga obrazovanja kako bi se stvorili novi pristupi izgradnji i sadržaju obrazovnih programa.

Ovo istraživanje pretpostavlja da je medijska pismenost moćan alat za suzbijanje lažnih vijesti u digitalnom dobu. Cilj istraživanja je otkriti specifičnosti medijskih obrazovnih strategija za suzbijanje lažnih vijesti. Postizanje cilja istraživanja zahtijevalo je rješavanje više zadataka u pojedinim fazama istraživanja.

Pregled literature

Suvremena akademska istraživanja o širenju informacija (uključujući lažne vijesti) i medijskom obrazovanju uključuju različite teme koje odražavaju različite aspekte ovoga problema.

Znanstvena literatura posvećuje značajnu pozornost *povijesti digitalnih medija*. Prethodni istraživači naglasili su središnju ulogu digitalizacije u suvremenom društvu. Promijenila se sama paradigma korištenja medijskih resursa. Stoga je ključno široko razumjeti medijsko obrazovanje kao sposobnost korištenja interneta u smislu algoritma i procjene informacija. Društvene mreže igraju jedinstvenu ulogu kao alat za individualnu i kolektivnu samoprezentaciju (Aguaded i sur., 2022). Važni čimbenici su razvoj samih digitalnih medija, kao i promjena kolektivnoga portreta potrošača informacija koje oni pružaju. Razumijevanje njihove dinamike ključno je za razvoj strategija za suzbijanje lažnih informacija.

Važnu ulogu igraju istraživanja usmjerena na proučavanje reakcije znanstvenih krugova na problem lažnih vijesti. Obrazovne institucije (posebno sveučilišta) imaju zadatak adekvatno educirati stanovništvo o tome kako odgovoriti na izazove suvremenoga svijeta. Ovaj zadatak također uključuje kritičku procjenu primljenih informacija u uvjetima preopterećenja informacijama. U ovome slučaju uloga nastavnoga osoblja u ovom procesu neprestano raste. Istodobno, istraživanja sveučilišnih profesora o razumijevanju lažnih vijesti pokazuju nedostatak konsenzusa o konceptu lažnih vijesti. Ovaj jaz može imati negativne posljedice na obrazovni proces. S tim u vezi, sveučilišta bi trebala studentima pružiti činjenično znanje i razviti njihove sposobnosti razmišljanja u vezi s procjenom informacija (Weiss i sur., 2020). Znanstveni razvoj trebao bi biti temelj strategije koja stoji iza modernoga medijskog obrazovanja. Stoga postoji potreba za konsolidiranim položajem nacionalnih obrazovnih institucija temeljenim na lokalnoj medijskoj kulturi i zakonodavstvu.

Posebno mjesto zauzimaju istraživanja koja se bave praktičnim aspektima prepoznavanja lažnih vijesti, motivima koji stoje iza želje za širenjem određenih informacija i ulogom medijske pismenosti u tom procesu. Istraživanja su pokazala da specijalističko znanje o prepoznavanju lažnih vijesti ne jamči sposobnost prepoznavanja lažnih informacija. Ipak, ovo znanje povećava tu vjerojatnost. Štoviše, širenje ovoga znanja dovodi do smanjenja mogućnosti širenja lažnih informacija. Ovi nalazi opravdavaju izvedivost uključivanja programa za utvrđivanje autentičnosti informacija u primarnim obrazovnim modulima (Dame Adjin-Tetty, 2022). Kao najopsežniji medij za širenje informacija, uključujući i lažne, društvene su mreže zaseban predmet istraživanja. Društvenomrežna pismenost definirana je kao poseban skup kompetencija (Polanco-Levicán i Salvo-Garrido, 2022). Sukladno tome, pismenost na društvenim mrežama zaseban je modul u programima medijskoga obrazovanja.

Usporedna istraživanja informacijskoga obrazovanja pokazuju da Kina zaostaje u ovom području (Han, 2022). Razlike u europskom i azijskom pristupu medijskom obrazovanju uglavnom proizlaze iz bitno različitih pristupa medijskim aktivnostima. Istodobno, ove studije skreću pozornost na sve veću važnost razmjene iskustava i istraživanja inozemnih iskustava u ovom području (Zhenzhena, 2022). Ovaj je pristup dobro utemeljen zbog globalne prirode suvremenih medija i stoga ima značajan potencijal u kontekstu razvoja strategije medijskoga obrazovanja.

Stoga suvremena akademska istraživanja pokrivaju različita područja koja se odnose na širenje informacija u digitalnom dobu. Prethodna su se istraživanja bavila pitanjima širenja lažnih vijesti; značajan se dio publikacija bavi medijskim obrazovanjem i njegovim specifičnostima u Kini. Istodobno, ne postoji sveobuhvatan opis organiziranja medijskoga obrazovanja koje bi se suprotstavilo lažnim vijestima. Ovaj aspekt može postati zaseban modul u sustavu kurikula za medijsko obrazovanje. Cilj istraživanja predstavljenoga u ovom članku jest razjasniti specifičnosti strategije medijskoga obrazovanja kao alata za suzbijanje lažnih vijesti.

Metodologija

Definiranje strategije medijskoga obrazovanja u smislu suzbijanja lažnih vijesti u digitalnom dobu zahtijevalo je dosljedno razmatranje svake od ovih komponenti. Dizajn istraživanja uključuje ispitivanje pitanja vezanih uz širenje vijesti u digitalnom dobu. Studija istražuje pojam i značajke lažnih vijesti, opisuje društvene mreže kao vodeće sredstvo širenja informacija (uključujući i lažne) i razmatra pristupe razvoju strategije za suzbijanje lažnih vijesti u sustavu informacijskoga obrazovanja. Studija se temelji na pokazateljima SAD-a, Europske unije i Kine predstavljenim u analitičkim i specijalnim izvješćima. Statistički podaci Instituta Reuters (2023) i Instituta Otvorenoga društva (2022) postali su osnova za procjenu situacije s najnovijim tehnologijama i njihovoga utjecaja na širenje vijesti. Kako bi se utvrdili pristupi razvoju strategije medijskoga obrazovanja kao sredstva za suzbijanje lažnih vijesti, u studiji su korišteni sljedeći resursi: radni materijal o savjetovanju o medijima i informacijskom obrazovanju OEES-a

(OESS, 2022) te preporuke za razvoj suvremenoga obrazovanja i medija 20. Nacionalnog kongresa Komunističke partije Kine (Kineska uprava za nadzor kiberprostora, 2023).

Prvi je zadatak bio razmotriti specifičnost širenja informacija pomoću suvremenih tehnologija i odnos širenja vijesti putem interneta i tradicionalnih izvora (tiska i televizije). U skladu s tim, bilo je potrebno odabrati kriterije za pronalaženje informacija pomoću najnovije tehnologije i kriterije za dostupnost izvora vijesti i komunikacijskih sredstava. U studiji je analizirana mjera angažmana javnosti u potrazi za informacijama koristeći najnovije tehnologije na temelju procjene statističkih podataka o širenju korištenja interneta širom svijeta (We Are Social, 2023). Analiza je pokazala ukupni omjer broja korisnika interneta i broja stanovnika svijeta. Analizirano je i pitanje uporabe interneta kao izvora informacija. Usporedba statističkih podataka o rasprostranjenosti korištenja interneta u svijetu (We Are Social, 2023) i Kini (Statista, 2024b) otkrila je rasprostranjenost korištenja interneta u Kini u usporedbi s ostatkom svjetskoga stanovništva. Istovremeno, internet koristi tri četvrtine stanovništva Kine. Pri analizi dostupnosti sredstava komunikacije autori su proučavali statističke podatke Instituta Otvorenoga društva (za Europu) (Institut Otvorenoga društva, 2022), Istraživačkoga centra Pew (za SAD) (Pew Research Center, 2023a, 2023b) te podatke s mrežne stranice Statista (za Kinu) (Statista, 2024a). Ti su podatci ukazali na sklonost uporabi tradicionalnih izvora informacija i interneta za dobivanje vijesti. Studija je također uspoređivala uporabu mobilnih i fiksnih sredstava za pristup internetu (We Are Social, 2023).

Druga faza istraživanja bila je proučavanje koncepta lažnih vijesti i njegovih značajki. Koristeći deduktivnu metodu te metode analize i sinteze temeljene na definiciji pojma vijesti, istraživanjem su se odredila glavna i dodatna obilježja lažnih vijesti kao posebne vrste vijesti. Također su navedeni svrhe i ciljevi širenja lažnih vijesti. Predlaže se da se reakcije korisnika na lažne vijesti podijele na aktivne i pasivne. U članku se također naglašavaju rizici i negativan utjecaj lažnih vijesti. Na temelju statističkih podataka s mrežne stranice Statista, studija je ispitala stavove korisnika vijesti o njihovoj sposobnosti prepoznavanja lažnih vijesti među europskim (Statista, 2022) i američkim korisnicima (Statista, 2020). Studija također pokazuje da razina slobode tiska u svijetu utječe na zabrinutost potrošača zbog mogućnosti dobivanja lažnih informacija (na temelju podataka Instituta Otvorenoga društva, 2022).

Treća faza bila je analiza društvenih mreža kao izvora vijesti. Statistički podatci (We Are Social, 2023) pokazali su da društvene mreže zauzimaju vodeće mjesto među načinima dijeljenja sadržaja. Podatci Instituta Reuters pokazali su promjenu dinamike pristupa društvenim mrežama i specijaliziranim kanalima kao izvorima vijesti (Institut Reuters, 2023). U studiji su razmatrane društvene mreže u usporedbi s drugim izvorima informacija i vijesti na internetu i istaknuti su čimbenici koji dodatno utječu na percepciju vijesti kao autentične ili lažne. Prema statistikama (We Are Social, 2023), svrha korištenja društvenih mreža kao izvora vijesti ne ovisi u velikoj mjeri o dobnim skupinama korisnika, no reakcije na takve vijesti se razlikuju.

Kao što je poznato, tehničke metode su neučinkovite, a informacijsko obrazovanje igra vodeću ulogu u suzbijanju lažnih vijesti. Stoga se u četvrtoj fazi studije ispitala ulogu informacijskoga obrazovanja u suzbijanju lažnih informacija i pristupima razvoju strategije informacijskoga obrazovanja. U studiji su analizirana izvješća međunarodnih organizacija (OESS, 2022.) i smjernice za razvoj medija i obrazovanja usvojene na 20. Nacionalnom kongresu Komunističke partije Kine (Kineska uprava za nadzor kiberprostora, 2023). Analizom su utvrđeni glavni smjerovi strategije medijskoga obrazovanja i obvezne komponente obrazovnih programa. Utvrđeno je da je suprotstavljanje lažnim vijestima samo jedna od strukturnih komponenata strategije za poboljšanje medijske pismenosti.

Ograničenja istraživanja

Podatci iz ove studije ograničeni su jer se istraživanje uglavnom usredotočilo na širenje lažnih informacija putem društvenih mreža, što je daleko najčešći način dijeljenja vijesti. Studija stoga ne obuhvaća u potpunosti specifičnosti širenja informacija u digitalnom dobu.

Rezultati

Utjecaj moderne tehnologije na širenje informacija

Suvremene tehnologije značajno su utjecale na funkcioniranje informacijskoga prostora. Statistički podatci pokazuju da je uključivanje širokih masa jedna od glavnih karakteristika njihovoga utjecaja na primanje i širenje informacija. U 2023. godini svjetska je populacija iznosila 8,01 milijardu stanovnika, od kojih više od polovice (5,16 milijardi) rabi internet (64,4 % ukupnoga stanovništva). Među ciljevima uporabe interneta, više od polovice slučajeva odnosi se na potragu za informacijama (57,8 %), a polovica u potrazi za vijestima (50,9 %) (We Are Social, 2023). Dakle, 32,79 % svjetske populacije traži vijesti na internetu. Samo u Kini porast broja korisnika interneta od prosinca 2022. do lipnja 2023. iznosio je 11 milijuna stanovnika. U 2023. godini ukupan broj korisnika interneta u Kini dosegao je 1,08 milijardi (Statista, 2024e), što iznosi 76 % ukupnoga stanovništva države (1,41 milijarda) (Statista, 2024b) (Slika 1).

Slika 1

Drugi čimbenik je dostupnost komunikacijskih alata koji pomažu u stvaranju i distribuciji informacijskoga sadržaja. Digitalni izvori informacija danas zauzimaju značajno mjesto među sredstvima za primanje vijesti. Institut Otvorenoga društva proveo je istraživanje europskih korisnika. Tako 43 % ispitanika preferira mrežne portale za vijesti, a 26 % ispitanika spominje i društvene mreže kao izvore vijesti, dok 21 % preferira tiskane vijesti (Institut Otvorenoga društva, 2022). U Sjedinjenim Državama također postoji stalan trend smanjenja uporabe tradicionalnih izvora za dobivanje vijesti. Ankete Istraživačkoga centra Pew pokazale su da je u posljednjih pet godina (2018. – 2023.) potrošnja novinskih proizvoda koje pruža tiskani tisak pala za 32 % (Istraživački centar Pew, 2023). Osim toga, 86 % ispitanika potvrdilo je korištenje

internetskih resursa za dobivanje vijesti (Istraživački centar Pew, 2023b). Istodobno, u Kini državni mediji ostaju vodeći izvor informacija o vijestima (Statista, 2024a).

Statistički podatci sugeriraju da velika većina korisnika interneta ima stalan pristup mreži. Dakle, 92 % korisnika interneta koristi mobilne telefone za pristup, a godišnji rast takvih korisnika u prosjeku iznosi 0,2 %. Za usporedbu, 59,1 % korisnika koristi osobne fiksne uređaje, s trendom od 8,4 % godišnjega pada (We Are Social, 2023). U svakom slučaju, službeni sustav rada medija bio je vođen pravilima koja se odnose na provjeru istinitosti informacija i načelima novinarske etike. Danas ovaj sustav ima konkurenta u licu brojnih blogera koji samouvjereno zauzimaju pozicije lidera javnoga mnijenja, ali često ne podliježu zakonodavstvu koje regulira medijske aktivnosti. Aktivnosti blogera u Kini pod nadzorom su vlade, što izaziva kontroverzu u vezi s pravom na slobodu govora (Lee, 2012). Ipak, ta činjenica ne negira mogućnost širenja lažnih vijesti.

Dostupnost komunikacije omogućuje brzu razmjenu informacija, uključujući i lažnih. Suvremene komunikacijske tehnologije djeluju kao distributeri informacija među stvarateljima i korisnicima, mijenjajući njihove komunikacijske uloge. Ovaj proces dovodi do stalnoga povećanja broja potrošača istih informacija. Dakle, iako moderna tehnologija nije uzrok lažnih vijesti, ipak je čini učinkovitim alatom za utjecaj na javnu svijest.

Pojam i značajke lažnih vijesti

Lažne vijesti su *posebna vrsta sadržaja*, koju karakterizira nekoliko značajki. Ovaj sadržaj *odgovara pojmu vijesti*. Najčešća definicija vijesti je izvještavanje o događajima, što je službena informacija usmjerena na određenu ciljanu publiku (Oxford Reference, 2024). Sukladno tome, informacije sadržane u lažnim vijestima prikazuju se korisniku kao točne i službene.

Istodobno, lažne vijesti sadrže informacije s različitim stupnjevima netočnosti, sve do potpune fikcije, i nemaju dokaze o njihovoj autentičnosti. Stoga je još jedna značajka lažnih vijesti njihova svrha, a to je dovesti korisnike u zabludu ili ih obmanuti. Motivacija za takvu obmanu može biti različita i ovisi o osobnim ciljevima tvorca i distributera lažnih vijesti.

Najvažnije teme za društvo, u pravilu, postaju predmetom lažnih vijesti. Primjećuje se da lažne vijesti uglavnom imaju politički ili ekonomski fokus i imaju za cilj ostvariti određeni utjecaj na društvo. Primjerice, od veljače 2023. godine 42 % ispitanika iz Sjedinjenih Država, 41 % iz Slovačke i 26 % iz Ujedinjenog Kraljevstva navelo je politiku kao najčešću temu lažnih vijesti. U skladu s tim, 42 %, 34 % i 31 % ispitanika u tim zemljama prijavilo je lažne podatke o virusu COVID-19, dok je 35 %, 17 % i 22 % spomenulo klimatske promjene (Statista, 2024c).

Lažne vijesti mogu nositi dodatno tehničko opterećenje kada funkcioniraju kao „mamac za skupljanje klikova” (engl. *clickbait*). *Clickbait* omogućuje tvorcima da ostvare dodatni prihod od oglasa dok šire lažne vijesti (Buckingham, 2019). Još jedno obilježje lažnih

vijesti je poseban stil predstavljanja lažnih informacija, koji ima pojačanu emocionalnu boju (Orhan, 2023). Lažne vijesti također se shvaćaju kao *komplet* pristupa i strategija i kao jedna od inačica *informacijske patologije* (Weiss i sur., 2020).

Stoga se lažne vijesti mogu definirati kao sadržaj koji ima vanjska obilježja službenih vijesti. Sadrže lažne ili iskrivljene informacije koje se odnose na važna područja društvenoga života. Glavna svrha ovakvoga sadržaja je utjecaj na donošenje važnih odluka stanovništva.

Glavna opasnost od lažnih vijesti je da izazivaju reakciju društva koja se temelji na lažnim informacijama. Ova reakcija može biti pasivna i aktivna. Pasivna reakcija povlači za sobom pogoršanje psihološkoga stanja korisnika. Primjer aktivne reakcije je aktivno djelovanje korisnika (sudjelovanje u glasovanju na ovaj ili onaj način, kupnja ili prodaja dionica poduzeća itd.). Može se tvrditi da u načelu nije važno jesu li lažne vijesti pozitivne ili negativne. Posljedice za korisnike su iste – donošenje odluka na temelju lažnih pretpostavki, što u svakom slučaju dovodi do dezorijentacije i gubitka povjerenja u medije.

Također je potrebno obratiti pažnju na dva pokazatelja: sposobnost korisnika da prepoznaju lažne vijesti i razinu zabrinutosti zbog mogućnosti primanja lažnih informacija. Tako je, prema podacima mrežne stranice Statista, samo 12 % europskih korisnika vijesti izjavilo da može prepoznati lažne vijesti (Statista, 2022). Među američkim korisnicima, 39,3 % ispitanika izvijestilo je o visokom povjerenju u svoju sposobnost identificiranja lažnih podataka, 54 % je izvijestilo o umjerenom povjerenju, a 6,6 % izvijestilo je o nemogućnosti identificiranja takvih podataka (Statista, 2020). Unatoč subjektivnosti podataka koji se temelje na samoprocjeni, važno je da više od polovice svih korisnika vijesti tvrdi da nemaju dovoljno sposobnosti da uoče lažne vijesti. Drugi važan čimbenik koji utječe na razumijevanje potrošača o opasnostima lažnih vijesti je sloboda tiska. Dakle, podaci Instituta Otvorenoga društva pokazuju da se zabrinutost potrošača zbog lažnih vijesti smanjuje kada tisak ima manje slobode. Sukladno tome, stopa zabrinutosti iznosi 61,4 % ispitanika u Sjevernoj i Zapadnoj Europi, 42,7 % u Istočnoj Europi i 38,1 % u Srednjoj Aziji (Institut Otvorenoga društva, 2022). Procjena nečije sposobnosti prepoznavanja lažnih informacija i općenito postupanje s njima važni su preduvjeti za ovladavanje medijskom pismenošću. Istodobno se razlikuju ovisno o zemlji i regiji, a ta se razlika može pokazati presudnom u razvoju nacionalnih strategija za povećanje medijske pismenosti u borbi protiv lažnih vijesti.

Društvene mreže kao izvor vijesti

Glavni digitalni izvori vijesti danas su društvene mreže (90,63 %), videostranice (52,71 %), mrežne novine (62,07 %), televizija (49,09 %) i privatni portali s vijestima (38,43 %) (Gogus i sur., 2023). Društveni mediji jedan su od najčešćih načina dijeljenja sadržaja vijesti. Oni čine 94,6 % ukupnih posjeta mrežnim stranicama, dok novinske stranice također posjećuje 41,4 % ukupnih korisnika. Ukupno je 4,76 milijardi aktivnih korisnika društvenih mreža, što čini 92,3 % ukupnih korisnika interneta. U posljednjih

deset godina broj korisnika društvenih mreža neprestano raste. Gledanje ili čitanje vijesti glavni je razlog zbog kojeg 34,2 % korisnika posjećuje društvene mreže (We Are Social, 2023). Statistika pristupa društvenim mrežama i kanalima specijaliziranim za vijesti kao izvoru vijesti pokazuje da je od 2018. do 2023. godine broj korisnika koji odabiru društvene mreže kao izvor vijesti u stalnom porastu (7 % u pet godina). Zauzvrat, broj korisnika koji su odabrali specijalizirane kanale vijesti kao izvor vijesti smanjio se (za 10 % u pet godina) (Institut Reuters, 2023).

Izbor društvenih mreža ovisi o zemlji. Primjer je Facebook, najpopularnija društvena mreža na svijetu. Dakle, 221,71 milijuna od 226 milijuna aktivnih korisnika društvenih mreža u SAD-u odabire ovu mrežu (The Global Statistics, 2024c). Od 68,26 milijuna korisnika društvenih mreža u Njemačkoj, 47,36 milijuna su korisnici Facebooka (The Global Statistics, 2024b). Istodobno, Kina se značajno razlikuje u tim podacima: od 2023. godine, samo 3,4 milijuna ljudi od 983,3 milijuna korisnika društvenih mreža su korisnici Facebooka (Statista, 2024d). Omjer korisnika Facebooka i ukupnoga broja korisnika društvenih mreža iznosi 98,1 % u SAD-u, 69,38 % u Njemačkoj i 0,35 % u Kini. Broj korisnika nacionalnih društvenih mreža u Kini kreće se od 240,72 milijuna (Douyin Huoshan) do 716,04 milijuna (Douyin) korisnika (The Global Statistics, 2024a). Drugim riječima, specifičnost korištenja društvenih medija u Kini leži u jasnoj sklonosti nacionalnim društvenim medijima pod nadzorom kineske vlade (Kineska uprava za nadzor kiberprostora, 2023). Ova značajka također utječe na mogućnost, opseg i sadržaj lažnih vijesti koje se šire na društvenim mrežama.

Uz uobičajene tekuće vijesti, društveni mediji imaju niz značajki koje vrše dodatni pritisak na percepciju vijesti kao autentične ili lažne. Konkretno, takve značajke uključuju sustav pretplate na izvore koji izazivaju suosjećanje i povjerenje, mogućnost dodavanja stranaca kao prijatelja te mogućnost ponovnoga objavljivanja. Potonje potiče brzo i često spontano širenje lažnih vijesti među prijateljima i pretplatnicima (sekundarna distribucija). Kritičnost procjene informacija često je i dalje niska jer je izvor distribucije obično organizacija kojoj korisnici vjeruju (Orhan, 2023). Važno je obilježje društvenih mreža u kontekstu širenja lažnih vijesti aktivno sudjelovanje korisnika u razmjeni informacija. U znanstvenoj literaturi ovaj se fenomen opisuje kao odmak od linearnoga širenja informacija (Yao i Cui, 2023). Ove značajke društvenih mreža čine ih posebnom vrstom širenja lažnih vijesti i zahtijevaju razmatranje prilikom izrade kurikula o medijskoj pismenosti.

Kao i svaka druga vijest, lažne vijesti imaju svoju ciljanu publiku. Istodobno, sposobnost ciljne publike da kritički procijeni informacije sadržane u vijestima ovisi o nekoliko čimbenika. U ovom slučaju, dobna dinamika primanja vijesti od strane korisnika društvenih mreža pokazuje blagi porast među korisnicima u dobi od 16 do 35 godina, nakon čega ostaje gotovo nepromijenjena (Slika 2).

Slika 2

Unatoč relativno jednakom interesu različitih dobnih skupina korisnika društvenih mreža za primanje vijesti, njihove reakcije su različite. U ovom slučaju, u kontekstu

percepcije mladih korisnika, pojam „mladi korisnici” odnosi se na generaciju koja je rođena i odrasla u digitalnom dobu. Dostupnost velikih količina informacija prirodna je za ovu kategoriju korisnika, dok su njihov sustav vrijednosti, sposobnost kritičkoga procjenjivanja informacija i odgovornost još uvijek u procesu formiranja (Han, 2022). Stoga je ova skupina relativno ranjiva na lažne vijesti. Istodobno, mjere društvene odgovornosti i digitalne etike imaju tendenciju povećanja s godinama (Li, 2024). Druga najugroženija populacija su starije osobe. Oni su osjetljiviji na lažne vijesti jer često imaju nižu razinu digitalne pismenosti. Ovaj nedostatak znanja može imati ozbiljne posljedice za starije osobe jer često pokazuju veću uključenost u društveno-političke procese, posebno u izbore. Stoga bi ova dobna kategorija mogla postati predmetom manipulacije (Moore i Hancock, 2022).

Akadska istraživanja također pokazuju da procjena mjera medijske pismenosti pokazuje mogućnost njezinih demografskih karakteristika. Dakle, kada se uspoređuju različite dobne skupine, mladi ljudi uglavnom imaju višu razinu medijske pismenosti. Istodobno, u ovoj je skupini udio studenata s bakalaureatom veći od udjela studenata koji su maturirali. Ova činjenica ukazuje na utjecaj obrazovanja na sposobnost kritičkoga opažanja i procjene informacija. Procjena razine dohotka pokazuje isti omjer. Razina medijske pismenosti varira ovisno o regiji prebivališta: veća je u područjima s većom gustoćom naseljenosti i razvijenijom ekonomijom. U isto vrijeme, nema značajnih razlika u spolu ili bračnom statusu (Gogus i sur., 2023). Razina obrazovanja obično se ističe kao faktor koji utječe na sposobnost prepoznavanja vijesti kao lažnih (Soetekouw i Angelopoulos, 2022). Iako su programi medijske pismenosti uglavnom usmjereni na rad s djecom i mladima, oni su jednako važni i za ostale dobne skupine. Međutim, prilikom razvoja relevantnih programa moraju se uzeti u obzir specifičnosti svake dobne skupine (Bugler i Davidson, 2018). Ostale karakteristike korisnika koji su najčešće uključeni u daljnje (sekundarno) širenje lažnih vijesti uključuju nisku svijest i religioznost (An i sur., 2023).

Specifičnost publike društvenih medija jest u tome što njezini pripadnici mogu djelovati i kao korisnici i kao sekundarni distributeri vijesti. Kao rezultat toga, uloge primatelja, proizvođača i distributera informacija isprepliću se u kontekstu lažnih vijesti (Yao i Cui, 2023). Dakle, *obrazovni se programi moraju usredotočiti ne samo na sposobnost kritičkoga procjenjivanja informacija, već i na poučavanje društvene odgovornosti za proizvodnju i distribuciju informacija.*

Medijsko obrazovanje kao sredstvo za suzbijanje lažnih vijesti

Stvaranjem čimbenika koji doprinose stvaranju i širenju lažnih vijesti, digitalna se tehnologija pokazala neučinkovitom u borbi protiv njih. To se odnosi i na tako moderan alat kao što je umjetna inteligencija, koji se također pokazao nesposobnim riješiti ovaj problem. Budući da se radi o sustavu koji se može trenirati (i koji uči), umjetna inteligencija i dalje koristi dostupan sadržaj za učenje koji može biti istinit ili lažan (Aïmeur i sur., 2023).

Budući da je problem širenja lažnih vijesti danas globalan, i nacionalne i međunarodne institucije uključene su u pronalaženje rješenja. Zanimljivo je razmotriti zaključke koje je glasnogovornik OEES-a za slobodu medija iznio tijekom Nacionalnih konzultacija o politici i strategijama u području medijske i informacijske pismenosti u ožujku 2022. Primijećeno je da se rješavanje problema širenja lažnih vijesti može provesti kroz nekoliko opcija. Prva je pojačati regulaciju i blokirati moguće izvore širenja lažnih vijesti. Međutim, ovaj pristup može biti tehnički neučinkovit i u suprotnosti s međunarodnim načelima slobode govora s pravnoga stajališta. Stoga je pri odabiru načina borbe protiv lažnih vijesti ključno uspostaviti ravnotežu između suprotstavljanja lažnim informacijama i zajamčene slobode medija. Druga opcija uključuje samoregulaciju medija, uključujući i jačanje etičkih standarda. Međutim, određeni izvori lažnih vijesti možda nemaju nikakve veze s medijima. Treći pristup uključuje širenje medijske pismenosti. Smatra se da je ovaj pristup sposoban dosegnuti maksimalnu publiku i da je dugoročno najperspektivniji. Istodobno, ova je opcija najintenzivnija i najsloženija u smislu provedbe (OEES, 2022).

Što se tiče kineske specifičnosti izbora i razvoja strategije informacijskoga obrazovanja u području medijske pismenosti, medijsko obrazovanje u zemlji temelji se na ideološkim pristupima. Tako, članak 6 Zakona o kibernetičkoj sigurnosti Narodne Republike Kine od 7. studenoga 2016. godine ukazuje na potrebu formiranja mrežnoga ponašanja korisnika na temelju socijalističkih vrijednosti (Narodna Republika Kina, 2016). U kontekstu razvoja suvremenoga obrazovanja, izvješće 20. Nacionalnog kongresa Komunističke partije Kine posvećuje posebnu pozornost praksi rada s vijestima. Potonja je usmjerena na propagandu ideologije Komunističke partije Kine i stabilizaciju političke situacije. Prema ovome izvješću, masovni mediji su tradicionalni mediji poput novina, časopisa i mrežnih stranica. Izvješće sadrži nekoliko važnih odredbi koje treba uzeti u obzir prilikom izrade strategija informacijskoga obrazovanja. Prvo, mora se osigurati da vodstvo Komunističke partije upravlja novinskim prostorom. Drugi najvažniji zadatak je povećanje privlačnosti medija i pristupa njihovom funkcioniranju koji potiču društvenu aktivnost, uključujući i one usmjerene na stvaranje i distribuciju kvalitetnoga sadržaja. Izvješće također ukazuje na potrebu stvaranja ekološki prihvatljivoga mrežnoga okružja, razvoja najnovijih tehnologija i istraživanja mogućnosti umjetne inteligencije (Kineska uprava za nadzor kiberprostora, 2023). Ove bi odredbe trebale biti temelj kineske strategije za razvoj medijskoga obrazovanja i stvaranje obrazovnih modula za suzbijanje lažnih vijesti. Drugo, borba protiv lažnih vijesti u Kini izrazito je administrativna. Primjerice, u travnju 2023., kinesko Ministarstvo javne sigurnosti najavilo je masovnu kampanju za borbu protiv lažnih informacija na internetu (Državno vijeće Republike Kine, 2023). Prema podacima Kineske uprave za nadzor kiberprostora, kampanja je deaktivirala 107 000 računa koji su širili lažne informacije (Reuters News, 2023).

Dakle, zapadne zemlje koriste bitno drugačije pristupe strategiji medijskoga obrazovanja. Ipak, neki su elementi strategije zajednički zapadnom i kineskom

pristupu. U ovom je slučaju razumno koristiti najopćenitiju definiciju strategije kao detaljan plan za postizanje uspjeha u određenim područjima ili određenom cilju (Cambridge Dictionary, 2024). U pogledu lažnih vijesti, cilj medijskoga obrazovanja može se definirati kao izgradnja vještina suprotstavljanja lažnim vijestima. Treba napomenuti da razina medijske pismenosti ovisi o nekoliko čimbenika. Na primjer, Institut Otvorenoga društva koristi indeks medijske pismenosti za određivanje razine medijske pismenosti stanovništva 41 europske zemlje. Indeks pokazuje otpornost potrošača na lažne vijesti na temelju kriterija slobode medija, obrazovanja (konkretni pokazatelji su vještine čitanja, znanstvena pismenost, matematička pismenost i visoko obrazovanje) i razine međuljudskoga povjerenja (Institut Otvorenog društva, 2022).

Obrazovni sektor igra posebnu ulogu u osiguravanju spremnosti društva da se suprotstavi lažnim informacijama. Razlog tomu jest glavna funkcija obrazovnih institucija, a to je pružanje obrazovnih usluga. Sukladno tome, sposobnost učenika i studenata da prepoznaju lažne informacije važan je pokazatelj kvalitete obrazovanja. Na temelju najopćenitije definicije, medijska pismenost je skup vještina koje se temelje na razvijenom kritičkom razmišljanju (Bugler i Davidson, 2018). Očekivani rezultat takvoga obrazovanja je razvoj određenoga obrasca ponašanja u medijskom prostoru. Ovaj obrazac uključuje kritičku procjenu dostupnih informacija, negativan stav prema samostalnom stvaranju lažnih vijesti i njihovom širenju te poštivanje prava i privatnosti drugih korisnika (Zhenzhena, 2022).

Važna komponenta strategije informacijskoga obrazovanja je struktura njegovoga sadržaja. Sustav medijskoga obrazovanja uključuje tehničke, psihološke i komunikacijske komponente (Burkhardt, 2017). Važno je napomenuti da svaka od ovih komponenti mora biti dostupna, odnosno da formiranje vještine njihove uporabe ne zahtijeva posebno obrazovanje.

Tehničke komponente usmjerene su na formiranje opće ideje o različitim informacijskim platformama, njihovim algoritmima i tehničkim sredstvima za provjeru informacija. Najvažniji zadatak medijskoga obrazovanja je upoznati studente s procesom stvaranja vijesti. Ovo znanje povećava njihove tehničke vještine, kao i razinu povjerenja u metode koje se studentima savjetuje da koriste u procjeni informacija (Corona-Rodriguez, 2022). Postoje jednostavne metode koje korisnicima omogućuju značajno smanjenje rizika od primanja lažnih vijesti. Metode su sljedeće: pristupi rangiranju tražilica pri čemu se korisnici uglavnom oslanjaju na informacije koje se odražavaju na vrhu rezultata pretraživanja; potreba za kritikom prema prijateljima na društvenim mrežama, uključujući izbjegavanje dodavanja botova kao prijatelja; čitanje materijala prije dijeljenja (u lažnim vijestima naslov možda ne odgovara sadržaju); provjera podataka pomoću stranica za provjeru činjenica; ocjenjivanje informacija prema izvoru i uspoređivanjem izvora; skepticizam; korištenje obrazovnih alata u vezi s provjerom podataka; provjera valjanosti izvora (Burkhardt, 2017). Ove metode zahtijevaju od korisnika da razvije intelektualne vještine, svjestan pristup obradi informacija i ovladavanje algoritmima za njihovu procjenu. *Psihološke komponente* obrazovnih programa uključuju proučavanje

metoda koje tvorci lažnih vijesti rabe kako bi ojačali svoj utjecaj na korisnike i njihove odluke i manipulirali ponašanjem korisnika općenito (povećana emocionalna obojenost tekstova, NLP alati). *Komunikacijske komponente* uključuju odgoj učenika i studenata da budu odgovorni za svoje informacijsko ponašanje, negativan stav prema stvaranju lažnih vijesti i odgovoran stav prema širenju vijesti općenito. Važan dio komunikacijske komponente medijske pismenosti je poznavanje načela i pravnih osnova rada medija. Ovo znanje omogućuje potrošačima da razviju zahtjevniji pristup kvaliteti informacijskoga proizvoda (OESS, 2022).

Jedan od važnih zadataka programa za poboljšanje medijske pismenosti jest *razvoj kriterija za procjenu medijske pismenosti*. Znanstvena literatura ukazuje na to da standardni pristupi testiranju nisu učinkoviti u procjeni medijske pismenosti (Schilder i sur., 2016). Stoga je razvoj kriterija za procjenu medijske pismenosti sastavni dio strategije informacijskoga obrazovanja. Također je potrebno uključiti procjenu pojedinih komponenti, kao što je sposobnost procjene informacija i uočavanja lažnih vijesti.

Rasprava

Znanstvena literatura sadrži nekoliko odredbi koje se odnose na različite aspekte informacijske pismenosti, a koje su diskutabilne i vrijedne pažnje. Prva je dvosmislenost u procjeni ranjivosti korisnika društvenih mreža u pogledu lažnih informacija. Primjerice, Yan i Pan (2023), na temelju rezultata analize podataka koje je predstavila kineska publika, primjećuju da korisnici društvenih mreža uglavnom točno prepoznaju lažne vijesti. S druge strane, istraživači primjećuju utjecaj odobrenja drugih korisnika na percepciju vijesti kao vjerodostojnih (Yan i Pan, 2023). S druge strane, Zhang i Wu (2023) ukazuju na neka ograničenja istraživanja u pogledu razine medijske pismenosti u smislu vremena i uzorkovanja. Statistika također pokazuje da korisnici različito ocjenjuju svoju sposobnost procjene valjanosti informacija. Korisnici su pokazali značajan jaz u procjeni njihove sposobnosti prepoznavanja lažnih podataka, od 12 % ispitanika u zemljama članicama EU do 39 % u Sjedinjenim Državama. Ova činjenica naglašava potrebu za razvojem boljih sustava za procjenu medijske pismenosti. Osim toga, kako pokazuju statistike, ograničenja slobode tiska služe kao faktor koji utječe na razinu zabrinutosti potrošača zbog mogućnosti dobivanja lažnih informacija. S visokim stupnjem kontrole kineske vlade nad medijima, kineski korisnici su stoga manje kritični prema informacijama koje dobivaju. Najnoviji dokumenti, posebno Obavijest o pojačanom upravljanju „samo-medijima» iz 2023. godine, dodatno su pojačali kontrolu medija. To predstavlja rizik daljnjega smanjenja kritičke procjene informacija od strane kineskih korisnika.

Znanstvena istraživanja o širenju informacija, lažiranju i medijskom obrazovanju uglavnom su usredotočena na izvore vijesti koji su danas postali tradicionalni. Među tim izvorima Carter i Nguyen (2024) ističu i jedan poseban – istraživačke blogove, koji se mogu definirati kao vrsta profesionalnih blogova. Opisujući ovaj fenomen, istraživači naglašavaju njegovu odvojenost od kulturnih osobina i postojanje unutar

određene virtualne zajednice. Te bi odredbe mogle poslužiti kao osnova za razvoj Teorije trećega prostora (Carter i Nguyen, 2024). Zheng (2019) također ističe da oni mediji koji su danas okarakterizirani kao novi, uključujući takozvane mrežne medije, nisu vrhunac razvoja na ovom području. Stoga pitanja medijskoga obrazovanja zahtijevaju razmatranje s naglaskom na brzinu razvoja tehnologije (Zheng, 2019). Navedeni zaključci ukazuju na prve znakove formiranja informacijskih zajednica nove razine. Te zajednice nemaju nacionalni ili čak međunarodni karakter jer su izvan svake netehničke regulative. Istodobno, studija je pokazala da međunarodna zajednica tehničku kontrolu vidi kao ograničenje slobode govora (OESS, 2022). Stoga je medijsko obrazovanje, kako je istaknuto u trenutačnoj studiji, glavno sredstvo za suzbijanje lažnih vijesti, a još je relevantnije za daljnji razvoj medijskoga prostora. S druge strane, studija je pokazala da Kina provodi posebne politike u području regulacije interneta, posebno funkcioniranja društvenih mreža. Danas se kineska arhitektura društvenih medija uglavnom temelji na nacionalnim proizvodima pod potpunom kontrolom vlasti. Prerano je da Kina masama omogući pristup određenoj „supramedijskoj razini”.

Također je potrebno obratiti pažnju na zaključak Yao i Cui (2023) o potrebi pružanja ideoloških smjernica studentima u vezi s procjenom informacija koje dobivaju. Istraživači su spomenuli metode za povećanje medijske pismenosti, kao što je povećanje svijesti o medijskoj pismenosti općenito i kako njome ovladati. Autori su također naglasili važnost mjera za poboljšanje relevantnih kurikula. Uz to, suradnja između vlade i društva može oblikovati medijsko okruženje i pratiti informacije dostupne stanovništvu (Yao i Cui, 2023). Te mjere vjerojatno neće biti učinkovite u nereguliranim informacijskim zajednicama, ali ipak pružaju potrebnu razinu spremnosti korisnika za naknadno širenje informacijskoga prostora. S tim u vezi, Long i sur. (2023) istraživali su ulogu medijskog obrazovanja među studentima u osiguravanju njihove informacijske sigurnosti. Oslanjanje samo na medijsko obrazovanje za rješavanje ovoga problema neučinkovito je, napominju autori (Long i sur., 2023). Osim toga, postoji teza koja ukazuje na još jedan vektor razvoja medijskoga obrazovanja. Primjerice, J. Fu je proučavao sudjelovanje mladih na nacionalnim društvenim platformama (kao što je Weibo). Autor smatra da je digitalna pismenost općepriznata praksa koja pretpostavlja potrebu za formiranjem identiteta članova digitalnih zajednica i razvojem njihove građanske pozicije u medijskom prostoru (Fu, 2020). Stoga je medijsko obrazovanje sastavni dio javne politike stvaranja sigurnoga kibernetičkog prostora za građane. Međutim, s ovom općom definicijom mora se prepoznati temeljna razlika između zapadnoga i kineskoga pristupa regulaciji medijskoga prostora. U prvom slučaju, temelj predstavlja ravnoteža između informacijske sigurnosti i slobode govora. S druge strane, kineski se pristup oslanja na ideološke temelje koji obuhvaćaju medijsko obrazovanje i državnu kontrolu.

Ključno je naglasiti važnost akademskoga pristupa strategiji medijskoga obrazovanja u borbi protiv lažnih informacija. Ovaj je zadatak povezan s problemom nedovoljno dosljednoga akademskog stava prema medijima općenito. Yue i sur. (2020) smatraju

da su istraživanja u području medija važan alat za obrazovanje, popularizaciju pravnih normi i upoznavanje potrošača s drugim društveno značajnim područjima. Međutim, prevladavaju praktična istraživanja i nedostaje teorijski okvir ili stabilan akademski sustav (Yue i sur., 2020).

Postojanje različitih pristupa metodologiji poučavanja medijske pismenosti također je vrijedno pažnje. Zhang i sur. (2020) ukazuju na mogućnost razvijanja zasebnoga tečaja medijske pismenosti korištenjem interdisciplinarnoga ili predmetnoga pristupa i organiziranja nastave medijske pismenosti u obliku izvannastavnih aktivnosti. Neag i sur. (2022) inzistiraju na uključivijem i interdisciplinarnijem pristupu medijskom obrazovanju. Trenutačna studija pokazuje da se, s obzirom na važnost određenoga skupa vještina za studente, odabir modela obveznoga osnovnog tečaja čini najracionalnijim pristupom. Ovaj pristup omogućuje da se što učinkovitije riješe svi izazovi s kojima se suočava medijsko obrazovanje. Kurikul bi trebao sadržavati sve komponente – tehničku, psihološku i komunikacijsku. Istodobno, modeli koji se temelje na interdisciplinarnom pristupu i izvannastavne aktivnosti mogu postati alati za produbljivanje stečenoga znanja u skladu s obrazovnim ciljevima određene obrazovne ustanove.

Zaključci

Lažne se vijesti mogu definirati kao sadržaj koji ima vanjske karakteristike službenih vijesti. Ovaj sadržaj sadrži netočne ili iskrivljene informacije koje se odnose na važna područja javnoga života i ima za cilj utjecati na donošenje važnih odluka stanovništva. Lažne vijesti posebna su vrsta sadržaja koja izvanjski sličí službenim informacijama i često sadrži emocionalnu obojenost poruke. Te značajke mogu dovesti u zabludu mnoge korisnike, uzrokujući negativne posljedice osobne, političke i ekonomske prirode. Suvremene tehnologije, uključujući umjetnu inteligenciju, kao alat za masovno širenje lažnih vijesti, pokazale su se nesposobnima u potpunosti identificirati lažne vijesti. Zakonska regulativa također ne funkcionira uvijek zbog neograničenosti interneta. U takvim uvjetima, jedini je učinkovit način da se suprotstavi ovom problemu educirati stanovništvo o načinima identifikacije informacija.

Rješavanje problema suprotstavljanja lažnim vijestima zahtijeva zajedničke napore javnih vlasti, obrazovnoga sektora, društva i akademske zajednice. Suzbijanje lažnih vijesti sastavni je dio modula informacijske sigurnosti u kurikulumu medijske pismenosti. Izbor metoda prijenosa znanja ostaje u nadležnosti obrazovnih institucija. Međutim, obvezne komponente ovoga modula moraju uključivati sljedeće: pitanja koja se odnose na tehnička sredstva za procjenu informacija i prepoznavanje lažnih informacija; psihološko znanje i znanje o tehnikama psihološke manipulacije s kojima se korisnik društvenih mreža može susresti te komunikacijsko znanje, uključujući etičke norme koje omogućuju korisniku da prilagodi svoje ponašanje prilikom stvaranja sadržaja i širenja vijesti. Zasebna komponenta programa trebala bi uključivati sustav procjene znanja za suzbijanje lažnih vijesti.