

Kako se odbraniti: uloga informacione i medijske pismenosti u zaštiti od medijske manipulacije

Jovana Davidović¹

Univerzitet Crne Gore, Fakultet političkih nauka

DOI: 10.5937/cm17-34211

Sažetak: Tehnike medijske manipulacije u eri post-istine dominantno karakteriše izazivanje emotivne reakcije medijske publike. Lažne vesti, kao jedan od pojavnih oblika post-istine, predstavljaju fabrikovanu informaciju koja je usmerena ka ostvarivanju medijskog cilja, neretko sa vrlo jasnom ekonomskom i političkom namerom. Istovremeno, o medijskoj i informacionoj pismenosti se često govori kao o logičnom rešenju za medijsku manipulaciju, koje zagovara kritičku evaluaciju sadržaja kojem se izlažemo. Međutim, teorijski okvir još uvek nema adekvatan odgovor na efektivnost medijske i informacione pismenosti u odbrani od medijske manipulacije. U ovom preglednom radu tvrdimo da informaciona pismenost, u poređenju sa medijskom pismenošću, predstavlja neophodan i važniji prvi korak ka odbrani od fabrikovanih informacija fokusiranih na emotivan odgovor publike. Analizom literature izlažemo tehnike koje mogu biti korisne u zaštiti od različitih vidova manipulacije u medijskom prostoru. One pre svega predstavljaju sposobnost registrovanja i istraživanja verodostojnosti sadržaja, osvešćenost o alternativnim informacijama, kao i mogućnost njihove etičke upotrebe i diseminacije.

Ključne reči: post-istina, lažne vesti, medijska manipulacija, informaciona i medijska pismenost

1. Uvod

Era post-istine, kako i sam naziv sugeriše, predstavlja period izmenjenog shvatanja standarda istinitosti u novinarstvu. Definisana kao niz strategija koji-

¹ Kontakt sa autorom: jovanad@ac.me

ma se dominantno deluje na emocije konzumenata medija, a zanemaruju činjenice², post-istina je izazvala čitav niz istraživačkih reakcija koje nastoje objasniti kako se svi članovi društva mogu zaštititi od medijske manipulacije. Naime, medijska manipulacija zapravo predstavlja namerno plasiranje sadržaja sa ciljem uticaja na svest i ponašanje pojedinaca, zarad ostvarenja specifičnih (medijskih) interesa, čija bi realizacija bila onemogućena da medijski konzumenti imaju potpune i istinite informacije (Levitskaya i Fedorov 2020). Medijska i informaciona pismenost se, stoga, tretiraju kao panacea³. Zarad utvrđivanja načina na koji se konzumenti medijskog sadržaja mogu odbraniti od medijske manipulacije, nužno je ponuditi konceptualno određenje i medijske i informacione pismenosti. U ovom radu, kroz pregled teorijskog okvira, tvrdimo da informaciona pismenost predstavlja niz veština neophodnih za procesuiranje, verifikaciju i etičku diseminaciju informacija (Hoobs, 2006b, nav. prema: Kol-tay, 2011: 215), dok nas medijska pismenost čini sposobnim za procenu medijskog okruženja, formi, sadržaja i kreaciju alternativnih oblika medija (Kellner i Share, 2005: 372). Naime, informaciona pismenost predstavlja „detektor” za prepoznavanje manipulacije u medijima, koji bi trebalo da prethodi tumačenju konteksta u kojem mediji deluju (kao jednog dela medijske pismenosti). Informaciona pismenost je dakle, usmerena na samu kredibilnost informacije i njenih kreatora, dok je medijska pismenost fokusirana na kontekstualni segment informacije kojoj pristupimo.

U uvodnom delu rad izučava konceptualno određenje informacione i medijske pismenosti, zatim pruža pregled literature u domenu post-istine, sa posebnim osvrtom na lažne vesti. Nakon definisanja osnovnih pojmova, izlažemo strategije odbrane od lažnih informacija. U konačnom, zaključni dio rada sumira nedostatke predstavljene veze između informacione pismenosti i odbrane od medijske manipulacije, te daje sugestije za buduća istraživanja.

2. Određenje informacione i medijske pismenosti

Termin '*informaciona pismenost*' (IP) se prvobitno vezuje za predsednika Asocijacije informacione industrije Sjedinjenih Država, Pola Zurkovskog (Paul Zurkowski), koji je 1974. godine ponudio suštinsku razliku između infor-

² Vidi: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>, posećeno: 13. decembra, 2018. godine. Prevod J.D.

³ Rešenje za sve.

macije i znanja, sugerišući da informacija predstavlja „(...) koncepte ili ideje” (Zurkowski, 1974: 1), čije procesuiranje dominantno zavisi od naših prethodno stvorenih uverenja (Zurkowski, 1974: 1). U svojoj definiciji informacijske pismenosti, Zurkovski je naglasio da je reč o veštini koja omogućava „ (...) korišćenje širokog spektra alata za informisanje, kao i (...) primenu informacionih rešenja na (...) probleme” (Zurkowski, 1974: 1).

Od definicije informacione pismenosti koju je ponudio Zurkovski, do sadašnjeg trenutka, razvijen je zavidan broj teorijskih perspektiva o ovom konceptu. Jedan deo teorijskog okvira, dominantno tretira IP kao sposobnost vezanu za bibliotetske radnike, kao i članove/ce akademske i poslovne zajednice (Marcum, 2002; Elmborg, 2006; Travis, 2017). Drugačija perspektiva naglašava važnost IP za *sve*, odnosno ukazuje na sve veći priliv i dostupnost informacija u digitalnom dobu (Virkus, 2003: 6), njihov značaj i uticaj na *svaku* sferu života, *svakog* čoveka, nezavisno od profesije kojom se bavi (Grafstein, 2002; Tyner, 2014; Coiro et. al. 2014)⁴. Ta perspektiva je fokus ovog rada. Naime, dometi informacione pismenosti ne mogu biti pravilno istraženi ukoliko posmatramo svega jedan dio društva. Štaviše, nedostatak saglasnosti oko toga šta IP jeste i na koga se odnosi, stvara prepreke „ (...) kritičkom promišljanju o važnosti [IP]” (Elmborg 2006, 193).

U okviru teorijskih gledišta koja prepoznaju značaj IP za *sve*, izdvojili smo dve perspektive. U prvoj, tzv. *dvodimenzionalnoj*, gde su pristupi Zurkovskog poslužili kao osnova, IP se posmatra kroz procese inputa i outputa. Preciznije, u dvodimenzionalnoj teorijskoj perspektivi, IP predstavlja oruđe za procesuiranje (*prva dimenzija-input*) i primenu informacija (*druga dimenzija-output*) na konkretne probleme (ALA 1989; Eisenberg 2008). Dakle, u okviru dvodimenzionalnog gledišta, IP se fokusira na proces prijema i upotrebe informacija, što nesumnjivo predstavlja neizostavan segment u definisanju IP. Međutim, ovoj vrsti definicije suštinski nedostaju *personalni aspekti, verifikacija i etičnost*.

Značaj ova tri dela IP vrlo je rano prepoznat (Doyle 1994; Bruce 1999; Campbell 2004) i on čini drugu, *multidimenzionalnu perspektivu*, u kojoj je IP definisana kao „sposobnost kritičkog mišljenja i donošenja uravnoteženih zaključaka o bilo kojoj informaciji koju pronađemo i upotrebimo. [IP] omogućava

⁴ Vidi Proklamaciju u Aleksandriji: http://www.unesco.org/new/en/brasilia/about-this-office/single-view/news/alexandria_proclamation_on_information_literacy_and_lifelong/, posjećeno: 10. decembra, 2018. godine.

va *nama* kao građanima da razvijamo informisanost i u potpunosti učestvujemo u društvu” (CILIP 2018, 3; kurziv J.D).⁵ Naime, IP nas, prije svega, oprema „alatima” neophodnim za kritičku evaluaciju informacija kojima smo pristupili. IP, stoga, razvija sposobnost „meta-kognicije i proceduralnog znanja” (Hobs 2006b, nav. prema: Koltay 2011, 215), koja dovodi do realizacije najvažnije funkcije informacione pismenosti – „prepoznavanje kvaliteta, autentičnosti i kredibilitnosti poruke” (Koltay 2011, 215).

Dakle, personalni aspekti, verifikacija i etičnost u korišćenju, prenošenju, odnosno diseminaciji informacija, predstavlja važne činioce IP, kojima se jasno naglašava da se posledice informacione (ne)pismenosti tiču svih, što će naročito biti vidljivo u okviru diskusije o post-istini. Novije teorijske perspektive o IP, stoga, naglašavaju da svaki pojedinac mora prvo prepoznati sopstvenu potrebu za informacijom (Doyle 1994, 3), kao i izvore u kojima može pronaći željenu informaciju, mora kritički evaluirati informaciju (UNESCO 2008, 12)⁶, organizovati je (SCONUL 2011, 10)⁷ i etički iskoristiti i preneti drugima (UNESCO 2008, 12), odnosno „(...) mudro upotrebiti informaciju u korist drugih” (Bruce 1999, 42). Ovakva konceptualizacija podrazumijeva da informaciono pismen pojedinac/ka neće biti pasivan primalac informacija, niti će se njegov proces upotrebe informacija svesti isključivo na rešavanje ličnih problema. Naime, pojednicima se kroz IP podiže svest o tome šta prenose od informacija koje dobiju, koliko često to rade i na kojim osnovama – što podrazumeva vraćanje na početak: koja nam je informacija bila potrebna, gde smo je tražili, zašto baš tu i na koji način je bila verifikovana.

Kada je o medijskoj pismenosti (MP) reč, u literaturi ne postoji saglasnost da li se ona tretira samo kao druga strana medalje. Naime medijska pismenost, određena kao veština koja „ (...) pomaže ljudima da postanu sofisticirani građani, prije nego li sofisticirani konzumenti [medija]” (Lewis i Jhally 1998, 1), u jednom delu se smatra podvrstom IP (Boekhorst 2012), u drugom ona je ta koja sažima IP (Livingstone 2004), dok se u trećem ova dva koncepta tretiraju neraskidivo (UNESCO 2012)⁸. Da bi odnos među dvema vrstama pismenosti

⁵ Vidi na: <https://infolit.org.uk/ILdefinitionCILIP2018.pdf>, posećeno: 10. decembra, 2018. godine.

⁶ Vidi na: <https://dspace.stir.ac.uk/bitstream/1893/2119/1/cattsandlau.pdf>, posećeno: 10. decembra, 2018. godine.

⁷ Vidi na: <https://www.sconul.ac.uk/sites/default/files/documents/coremodel.pdf>, posećeno: 10. decembra, 2018. godine.

⁸ Vidi: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>, posećeno: 10. decembra, 2018. godine.

bio jasniji, neophodno je pružiti eksplicitniju konceptualizaciju medijske pismenosti. Kellner i Šer (2005) navode da medijska pismenost zapravo predstavlja sposobnost ljudi da „inteligentno koriste medije, (...) procenjuju medijske sadržaje, kritički razlikuju medijske forme, istražuju medijske efekte i upotrebu, te konstruišu alternativne medije” (Kellner i Share 2005, 372). Već u ovom trenutku možemo uočiti da i informaciona i medijska pismenost podrazumevaju kritički pristup sadržaju. Dakle, ishod kojem teže se poklapa. Međutim, nesaglasnost o tome koju konkretno funkciju vrše i IP i MP, kao i šta su tačke njihovog mimoilaženja, počela je da se u pojavljuje uz „razvoj digitalnih tehnologija” (Lee i So 2014, 2). Naime, medijska konvergencija, razvoj novih oblika medija i tehnika komunikacije, odnosno „veština 21. veka” (Gretter i Yadav 2016, 510), dovela je do toga da se pojam pismenosti značajno rekonstruiše, odnosno da danas govorimo o „novoj medijskoj pismenosti” (Lee i drugi 2015, 84). Promene u tehnologiji, kao i medijskom i društvenom okruženju, dovele su do toga da se oba koncepta pismenosti moraju prilagođavati jedan drugome. Tačnije, pobornici ideje o MP kao podvrsti IP, veruju da bez informacije ne možemo govoriti o medijskoj pismenosti, ali i da se znanju o informacijama nužno mora dodati razumevanje o funkcionisanju medija (Lee i So 2014, 2).

Istovremeno, oni koji MP razumiju kao širi pojam od IP, tvrde da se u konceptu MP ništa suštinski nije promenilo, osim što on mora biti otvoren za promene digitalnog sveta, te se samo širiti, ne nužno i redefinisati (Druick 2016). U konačnom, na izazove i promene u medijima i društvu, zagovornici MIP (medijska i informacijska pismenost) pristupa, odgovaraju jednostavno – pismenost u 21. veku nužno podrazumeva i informacijske i medijske vještine.

Nesumnjivo je tačno da složenost digitalnog doba nameće potrebu za uporednom upotrebom dve vrste pismenosti, međutim, informaciona i medijska pismenost i dalje ostaju suštinski različite u određenim segmentima. Prije svega, informaciona pismenost kreće od razumijevanja *informacije*, medijska od razumevanja *medija*. U informacionoj pismenosti, kontekst nema težinu koja postoji kod MP. Naime, svežije teorijske perspektive, naglašavaju da je suština medijske pismenosti razumeti „medije kao okruženje” (Mason et al. 2018, 2), odnosno analizirati „prostor” u kojem mediji funkcionišu i spoznati da mediji menjaju društvene navike, te u značajnoj meri oblikuju društvene odnose. Dakle, dok je u IP fokus na verifikaciji i kredibilnosti sadržaja, MP insistira na njegovoj kritičkoj evaluaciji, koja prodire u uređivačku politiku, ekonomsku

poziciju medija, odnosno uzima u obzir medijsku pozadinu i način na koji mediji vrše svoju funkciju. Jednostavnije rečeno – dok IP odgovara na pitanje *da li* je određena informacija manipulativna ili tačna, MP nam govori *zbog čega* je ta informacija manipulativna, odnosno netačna.

U konačnom, u raspravu o odnosu između IP i MP, nužno je uključiti jasnu predstavu o njihovoj primeni u odnosu na konkretne pojave. MP nam dopušta da ovladamo kontekstom, ali u ovom radu tvrdimo da IP pruža konkretnije, upotrebljivije i prikladnije vještine za odbranu od medijske manipulacije. Time govorimo u prilog tvrdnji da relacija između IP i MP (superiornosti, inferiornosti ili ravnoteže) mora biti dominantno analizirana kroz sposobnost ovih vještina da reše konkretne probleme, kao što je post-istina, o kojoj govorimo u sljedećem poglavlju.

3. Post-istina

Težnja za istinom nije novina niti je imanentna medijskom kontekstu. Istinita informacija je neophodna svakom pojedincu/ki da bi na utemeljen način donosio odluke o svom životu. Međutim, iako potreba za istinitom informacijom ima univerzalistički karakter, ona se neretko diskutuje u domenu medija, imajući u vidu njihovu zastupljenost u svakodnevnom životu, kao i sposobnost medija da informacijom utiču na stvarnost. Stoga, suštinska važnost se pripisuje vezi medija i istine, upravo imajući u vidu posledice koje može da izazove medijski prenijeta iskrivljena informacija.

Uprkos tome što medijska manipulacija sadržajem ne predstavlja specifičnost 21. veka⁹, našim diskursom sve češće dominira pojam *post-istine*, kao koncept kojim se pokušava nagovestiti da se u medijskom načinu obraćanja javnosti nešto promenilo. Oksfordski rečnik je 2016. godine, *post-istinu* proglasio za reč godine, definišući je kao „(...) pridev koji se odnosi ili označava okolnosti u kojima su objektivne činjenice manje uticajne za oblikovanje javnog mnjenja, u odnosu na emocije i lična uverenja”.¹⁰ *Post-istina* se dominantno vezuje za „Tramp eru”, odnosno političku scenu Sjedinjenih Država (Bluemle 2018, 266) i Bregzit (McIntyre 2018, 1), ali ovaj koncept svoje posledice emituje global-

⁹ Vidi: Scheufele, D.A., (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication & Society*, 3(2-3), pp.297-316.

¹⁰ “(...) an adjective defined as ‘relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief’”, vidi: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>, posećeno: 13. decembra, 2018. godine. Prevod J.D.

no. One variraju od pada poverenja u medije (Fisher 2016), preko društvene anksioznosti (Tsipursky 2017), do izmenjene uloge novinara i novinarstva kao profesije (Waisbord 2018).

Oksfordski rečnik je unio komponentu emocije, koja upućuje na to da se u post-istini zamagljuje tačna informacija i to na način koji će kod pojedinca/ke da isprovocira iracionalnu reakciju. Dakle, u post-istini ne verifikujemo, ne evaluiramo, već apsorbujeemo i prenosimo. Međutim, kako identifikovati post-istinu? Koje sve vrste iskrivljenog sadržaja spadaju u ovaj koncept? Levandovski i drugi (2017) govore o tome da bi svođenje post-istine na tzv. misinformaciju zamaskiralo njen uticaj, odnosno da ne možemo tretirati post-istinu kao „mr-lju” (Lewandowsky 2017, 11) koju tek tako možemo da korigujemo. Naime, post-istina nije kratkotrajna distorzija stvarnosti, već njena alternativna forma (Lewandowsky 2017, 11) u kojoj postoji „spremnost da se istraje u određenom uverenju, bilo u potpunom neznanju ili uz potpuno zanemarivanje stvarnosti” (Bradner 2017, nav. prema: Strong 2017, 137). Post-istina zato ne predstavlja vremensku odrednicu koja sugerise da postoji nešto što dolazi *poslije istine* (Harsin 2018, 1), već eru tehnika kojima se dominantno deluje na emocije, a produkuju činjenice koje nemaju utemeljenje u stvarnosti. Fokusiranjem na emocije, mediji prenose informacije brže i intezivnije, te transformišu svoju ulogu u tzv. „empatične medije” (Bakir i McStay 2018, 154).

3.1. Pojavni oblici post-istine: lažne „vesti”

Prateći Harsinovu (2018) klasifikaciju, važno je naglasiti da post-istina ne obuhvata samo misinformaciju, već i druge oblike devijacije informacije, poput dezinformacije, odnosno „lažnih vijesti i trač bombi (...)” (Harsin 2018, 6). Precizirati šta spada u post-istinu, tačnije koje pojavne oblike ona ima, neophodno je zarad identifikacije tehnika koje su potrebne za njihovo razotkrivanje.

U prvom redu potrebno je napraviti razliku između *misinformacije* i *dezinformacije*. Naime, Stahl (2006) navodi da je osnovna karakteristika misinformacije i dezinformacije to da su netačne, za razliku od informacije, koju karakteriše tačnost (Stahl 2006, 86). Međutim, ono što ih dominantno razlikuje jeste namera (Harsin 2018, 6). Dakle, misinformacija predstavlja nenamernu, slučajno iskrivljenu informaciju, dok dezinformacija predstavlja svesnu i namerno prenešenu iskrivljenu informaciju (Stahl 2006, 86). U kontekstu medijske manipulacije, a naročito kada govorimo o formama fotografskog novinarstva, dezinformacija, stoga, predstavlja sadržaj koji ima za cilj da isprovocira emotiv-

nu reakciju kod publike namernom izmenom tog sadržaja. Misinformacija, sa druge strane, ima isto svojstvo kao dezinformacija – netačna je, ali svest o njenoj netačnosti, nije imao njen kreator.

Lažne vesti predstavljaju specifičnu formu post-istine, čiju srž čini „veštačka” informacija koja je „upakovana” u seriju „činjenica ili detalja” (Harsin 2018, 8). Terminološko određenje lažnih vesti je vrlo problematično, budući da vest ne može da bude lažna, a ako jeste – onda nije vest (Malović 2005, 19, nav. prema: Ružić 2018, 198). Veštački stvorene informacije, stoga, nemaju i nisu imale nikakvo utemeljenje u stvarnosti, a interpretirane su kroz seriju tačnih informacija, kako bi njihova manipulacija bila manje vidljiva.

Nadalje, kada je reč o trač bombama, one predstavljaju „izjave čija je istinitost nepoznata ili neproverljiva” (Harsin 2018, 7), dok izraz “bomba” upućuje na njihovu mogućnost da proizvedu brze i nepredvidive posledice (Harsin 2018, 7). Osnovna razlika između lažnih vesti i trač bombi je vidljiva već na osnovu njihovih definicija. Naime, kako Harsin (2018) navodi trač se, u jednom trenutku, može ispostaviti tačnim, dok sa lažnim vestima to nikada ne može biti slučaj, budući da sadrže informacije koje su veštački stvorene. Lažne vesti, kao posebna vrsta medijske manipulacije, usmerene su na tzv. „ekonomiju emocija” (Bakir and McStay 2018, 1) i predstavljaju vrlo racionalno i instruirano sredstvo za postizanje ekonomskog cilja, odnosno rast tiraža i gledanosti, što u konačnom rezultira povećanim prihodima od oglašavanja (Bakir i McStay 2017). Istovremeno, ne treba zanemariti dominantnu tendenciju u literaturi da fenomen lažnih vesti posmatra kroz političku dimenziju (Guess et al. 2018; Lazer et al. 2018; Farkas i Schou 2018; Reilly 2012), koja ne mora nužno biti suprotstavljena ekonomskim ciljevima. Povezanost lažnih vesti i glasaškog izbora još uvek nije dovoljno utemeljena, ali lažne informacije u medijskom prostoru predstavljaju važnu nezavisnu ili posredujuću varijablu političkog ponašanja konzumenata, koje u krajnjem može rezultirati cinizmom, apatijom i ekstremizmom (Lazer et al. 2018, 1095).

Vrlo važna emocionalna karaktersitika lažnih vesti pomaže detaljnije razlikovanje ove vrste informacije od „pravih vesti”. Nastojanje da se utiče na emocije vidljivo je od samog naslova objave (Paschen 2019) ili kako sugerise Betteridžov zakon (Betteridge Law, Betteridge 2009) – „*kada naslov postavlja pitanje, odgovor bi trebalo da bude ne*” (Betteridge 2009, nav. prema: Paschen 2019). Pretpostavka je da naslovi u formi pitanja imaju diskutabilnu informa-

tivnu vrednost i nameru, budući da predstavljaju jedan od indikatora nedovoljne informisanosti i pripreme novinara/ke koji objavljuje priču (Paschen 2019). Nadalje, problematični naslovi ukazuju na težnju da informacija što pre izazove reakciju, odnosno emotivno rezonovanje koje rezultira brзом diseminacijom. Lažne informacije prevashodno polaze od dobrog poznavanja senzibiliteta publike, kojoj se nameće sadržaj „koji želi da čuje” (Rochlin 2017, 1).

Karakter lažnih vijesti, kao i ostalih oblika post-istine, sugerise da je prostor za manipulaciju medijskim sadržajem širok i da se on prevashodno može odnositi na bilo koji oblik prenosa informacije – tekst, zvuk, slika. Imajući u vidu pojavne oblike post-istine, jasno je da tehnologija pruža onu vrstu alatki koja je potrebna da bi se sadržaj što suptilnije izmenio. Ovde ne sugerišemo da tehnološki napredak nužno vodi ka manipulaciji, već da ostavlja niz mogućnosti koje proširuju opseg i cilj tehnološke primjene. Taj cilj nužno ne mora biti manipulacija, već i odbrana od nje.

4. Kako se odbraniti?

Odbrana od različitih formi medijske manipulacije predstavlja centralnu temu u diskusiji o generalnom uticaju medija na njihove konzumente. U ovom radu tvrdimo da informaciona pismenost, u procesu razotkrivanja fabrikovanih informacija poput lažnih vesti, ima jasniju i važniju ulogu od medijske pismenosti. Naime, informaciona i medijska pismenost se preklapaju u domenu opismenjavanja konzumenata medija, odnosno i IP i MP zagovaraju kritičku analizu medijskog sadržaja. U medijskoj pismenosti, kako smo i prethodno naglasili, fokus je na razumevanju medija i promišljenom pristupu njihovoj uređivačkoj politici, odnosno „društvenoj stvarnosti” (Mihailidis i Thevenin 2013, 1615) u kojoj mediji deluju. Dakle, medijska pismenost nam pomaže da shvatimo da cilj post-istine i njenih derivata jeste ili finansijski ili politički (Watson 2018, 93). Međutim, tumačenje pozadine u kojoj medij deluje, iako nesumnjivo važno, nije od velike pomoći kada je pred nama sadržaj koji nismo sposobni da verifikujemo. Jasno je da medijska pismenost stvara svojevrsnu „opreznost”, tačnije, priprema nas na to da su jednim medijima više, a drugim manje svojstvene manipulacije. Sa druge strane, informaciona pismenost je ta koja nam daje veštine da proverimo da li je sadržaj kredibilan ili ne (Ružić 2018).

U ovom radu smo strategiju odbrane od lažnih informacija sveli na tri segmenta: *prepoznavanje*, *verifikacija* i *diseminacija*, pri čemu prvi segment

predstavlja *conditio sine qua non*¹¹ ostvarivanja poslednjih koraka, koji su dominantno izvedeni iz informacione pismenosti:

a) Prepoznavanje

Osvešćenost o postojanju manipulacije informacijom i interes da se ta manipulacija istraži, predstavlja najzahtevniji momenat u procesu odbrane od neistinitih i netačnih informacija. Prvenstveno jer čini preduslov za realizaciju ostalih segmenata. Cook i drugi (2017) su uz tzv. strategiju inakulacije, došli do nalaza da izlaganje ispitanika naučno potkrepljenoj argumentaciji, koja se suprotstavlja misinformaciji, dovodi do doslovnog „neutralisanja” (Cook et al. 2017, 1) efekata misinformacije. Naime, inakulacija podrazumeva dva neizostavna koraka: upozorenje na efekte misinformacije i argumentovano alternativno objašnjenje koje upućuje na nedostatke u argumentima prisutnim u misinformaciji (Cook et al. 2017, 4).

Jednostavnije rečeno – pojedinac/ka mora obratiti pažnju na način na koji je informacija konstruisana, koji su izvori korišćeni, kakva je stručnost tih izvora, šta je naučni pogled na određeno pitanje i na koji način drugi mediji izveštavaju o istom slučaju. Prvi dio strategije inakulacije – upozorenje na efekte misinformacije, naročito predstavlja važan korak u prevazilaženju individualne pasivnosti. Kada se pojedincima predoči uticaj konkretne informacije na njih, oni će biti motivisani da tu informaciju istraže. Međutim, ono što predstavlja daleko izazovniji korak, u ovom segmentu odbrane od post-istine, jeste osvešćenost o sopstvenim predubedjenjima. Levandovski i drugi (2005) tvrde da naknadna modifikacija informacije utiče na ljude u onoj meri u kojoj su oni već prethodno sumnjali u nju (Lewandowsky et al. 2005, 194). Intuitivno, način na koji selektujemo i interpretiramo informacije koje dobijamo, u velikoj meri zavisi od našeg formiranog kognitivnog okvira. Zato se u okviru diskusije o dometima post-istine govori o tzv. konfirmacijskoj pristrasnosti (*confirmation bias*)¹², koja podrazumeva da ćemo nove podatke o onome što nas okružuje, interpretirati kroz naša postojeća i izgrađena uvjerenja (Nic-

¹¹ Neizostavan uslov

¹² Osim konfirmacijske pristrasnosti, u ovom kontekstu se pominje i motivacijsko zaključivanje (*motivated reasoning*), koje podrazumeva interpretaciju određene informacije u skladu sa ciljem koji nam saznanje o njoj ispunjava, kao i zaključivanje na osnovu dostupnih prečica (*availability heuristic*), koje podrazumeva da najbolje pamtimmo informacije koje su kratke, a više su nam puta ponovljene, vidi: <https://en.unesco.org/fightfakenews>, str. 92, posećeno: 13. decembra, 2018. godine.

kerson 1998). Dakle, zapravo potvrđujemo ono što već mislimo. Važnost u subjektivnoj percepciji informacija ima i kognitivna disonanca, kao nelagoda koju pojedinac/ka oseća kada je suočen sa vestima drugačijim od njegovih predubeđenja, što dodatno usložnjava interpretaciju alternativnih informacija (Scheufele i Krause 2018).

Kada je reč o tehnikama za prevazilaženje konfirmacijske pristrasnosti i kognitivne disonance, u domenu post-istine i medija, one se neretko svode na uključivanja konzumenata informacija u njihovo kreiranje (koncept građanskog novinarstva, vidi: Kurpius 2002), kao i na već pomenuta izlaganja suprotstavljenim mišljenjima. Tehnologija nam u ovom smislu pruža jednu vrstu odgovora na kontra-argument: šta ako pojedinac/ka jednostavno ne želi da se izlaže alternativnim sadržajima, uprkos tome što ga se to tiče? Upotrebom tzv. *sistema preporuke*, koji predstavljaju mehanizam za filtriranje informacija, konzumentima se mogu, prilikom pregleda sadržaja, automatizovano predstavljati informacije koje nesu konzistentne sa njihovim stavovima (Schwind et al. 2012). Međutim, opravdane kritike sugerišu da će se izlaganjem alternativnim stavovima onih koji su percipirani kao “out-group”¹³, podstaći još veći otpor “in-group” konzumenata da prihvate drugačije stavove (Scheufele i Krause 2019). U tom kontekstu, preporuka je da algoritmi prikažu alternativne stavove među pripadnicima istih grupacija, koji će imati više poverenja i manje skepticizma jedni prema drugima (Scheufele i Krause 2019).

b) Verifikacija

Verifikovanje sadržaja kojem pristupamo predstavlja segment strategije odbrane od lažnih vijesti gde je uticaj IP najvidljiviji. Naime, IP nam omogućuje da „skeniramo” informacije, primetimo nedoslednosti i proverimo ih. Proces testiranja autentičnosti informacije, u literaturi nazivan „digitalnom forenzikom” (Farid 2008) ili „tehnokognicijom” (Lewandowsky 2017), ima za cilj da nas osvesti o tome koliko manipulacija može biti neuočljiva.

Novinarski priručnik o strategijama za savladavanje ere lažnih vesti, koji je sačinio UNESCO (2018)¹⁴, navodi verifikacione tehnike koje se odnose na različite vrste manipulacije, a koje mogu biti korisne konzumentima sadržaja. Naime, proveravanje činjenica (*fact checking*) iznesenih u sadržaju kojem pri-

¹³ Odnosno oni koji nisu pripadnici „naše grupe“.

¹⁴ <https://en.unesco.org/fightfakenews>, posjećeno: 14. decembra, 2018. godine.

stupamo (UNESCO 2018, 84-100), najčešće se vezuje za fact checking sajtove. U početku dominantno vezani za područje Sjedinjenih Država (Gilchrist 2018, 21), ovi sajtovi obrađuju pitanja na globalnom nivou (vidi: PolitiFact, Washington Post Fact Checker, Poynter, FactCheck)¹⁵, a postaju prisutni i na nivou država Balkana (Raskrinkavanje.me, Faktograf.hr, Istinomer.rs). Fact checking sajtovi moraju imati jasno definisane kriterijume na osnovu kojih mere verodostojnost informacije i prevashodno biraju informaciju za proveru. Pomenuti sajtovi, stoga, sadrže principe rangiranja istinitosti informacije, utvrđuju ko vrši tu procenu, kao i podatke o tome koja vrsta sadržaja je uključena u analizu.¹⁶ Za konzumente informacija, naročito je važno to što oni mogu biti ti koji će prijaviti sadržaj, u čiju istinitost sumnjaju.¹⁷

Sledeći segment analize koji se ističe kao važan u verifikaciji sadržaja jeste *autorstvo i autentičnost medija*. Dakle, kada pristupamo sadržaju nužno je da obratimo pažnju na to ko je taj sadržaj kreirao. Watson (2018, 5) navodi da neophodni koraci uključuju analizu samog autora/ke, dakle – da li postoji, šta su njegovi prethodno objavljeni materijali, kao i da li stranica na kojoj je objavljen sadržaj, ima odeljak koji objašnjava njihovo delovanje (tzv. „O nama”), u suprotnom, imamo „razloga za sumnju” (Watson 2018, 5). Autentičnost medija podrazumeva zapravo razumevanje „arhitekture platformi” (Pangrazio 2018, 16) na kojima se objavljuje sadržaj. Naime, konzumenti medija moraju spoznati da struktura sadržaja na digitalnim platformama nije slučajna i da je prisustvo lažnih sajtova očigledan derivat post-istine. Alatka za evaluaciju autentičnosti platforme na kojoj je sadržaj objavljen, predstavlja analizu internet adrese (Watson 2018, 5). Naime, na lažnim sajtovima postoji tendencija da se web adresa suptilno izmeni promenom određenih slova ili znakova, kako bi što više podsećala na pravu.¹⁸ Kao i kod fact checking sajtova, takođe postoje onlajn baze u kojima se automatski može proveriti da li je sajt autentičan, poput: Google Transparency¹⁹, Whois²⁰, Ionos²¹.

¹⁵ <https://www.politifact.com/>, <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/>, <https://www.poynter.org/news/fact-checking/>, <https://www.factcheck.org/>, posećeno: 15. decembra, 2018. godine.

¹⁶ Vidi: <https://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2018/feb/12/principles-truth-o-meter-politifacts-methodology-i/>, <https://www.raskrinkavanje.me/metodologija>, posećeno: 18. decembra, 2018. godine.

¹⁷ Vidi: <https://www.raskrinkavanje.me/sugestija>, posećeno: 18. decembra, 2018. godine.

¹⁸ Vidi: <https://www.malwarefox.com/verify-legit-site/>, posećeno: 17. decembra, 2018. godine.

¹⁹ <https://transparencyreport.google.com/?hl=en>, posećeno: 17. decembra, 2018. godine.

²⁰ <https://whois.icann.org/en>, posećeno: 17. decembra, 2018. godine.

²¹ <https://www.ionos.com/tools/website-checker>, posećeno: 17. decembra, 2018. godine.

U uskoj vezi sa autentičnošću sajtova je i autentičnost vizuelnih sadržaja koji predstavljaju vrlo podložan teren za medijsku manipulaciju. Tehnike izmene vizuelnih sadržaja su postale toliko sofisticirane da ih je jako teško uočiti bez osvešćenosti o njihovom postojanju i načinu na koji njihova upotreba može biti identifikovana. Stoga, sajtovi poput FotoForensics²² i Wolfram Alpha²³, omogućavaju automatizovanu proveru sadržaja slike. FotoForensics prostim otpremanjem slike, vrši skeniranje njenog sadržaja i otkriva da li postoji bilo koja forma digitalne manipulacije. Wolfram Alpha, sa druge strane, proverava da li se vremenske prilike zabeležene na fotografiji poklapaju sa stvarnim vremenskim prilikama u preciziranom periodu, čime se može utvrditi autentičnost određene slike i u tom segmentu.²⁴ Ovim naprednijim tehnikama otkrivanja digitalne manipulacije pre svega prethodi naša prva vizuelna analiza, čiji su neizostavni elementi uočavanje tzv. „vrištećih naslova” (Watson 2018, 5), kao i grafičkog dizajna koji ukazuje na ozbiljnost i kredibilnost sajta. Šindler i drugi (2017) su, u analizi uticaja grafičke prezentacije političkog sadržaja u medijima, došli do eksperimentalno testiranog zaključka da je prezentacija imala dominantan efekat na način na koji su ispitanici evaluirali političke poruke (Schindler et al. 2017, 362-363). Veštine otkrivanja digitalne manipulacije, iako u određenoj meri zahtevne, jesu efektivne. Shen i drugi (2018) su u svom onlajn eksperimentu ispitanke izložili različitim vrstama manipulativnih fotografija i zaključili da je na tzv. „evaluacije kredibilnosti fotografije” (Shen et al. 2018, 20) daleko manje uticao sam sadržaj fotografije, u poređenju sa digitalnim veštinama, koje su imale značajan efekat (Shen et al. 2018, 20).

c) Diseminacija

Ovaj poslednji segment u strategiji odbrane od fabrikovanih informacija, ujedno i predstavlja posebni dio IP²⁵, koji je od suštinske važnosti. Prvenstveno jer upućuje na dalekosežnost posledica koje informaciona (ne)pismenost može imati. Biti informaciono pismen znači biti sposoban za etičnu upotrebu informacije koju primamo i posjedujemo. Kako smo i naglasili u definiciji post-istine, ona dominantno deluje na emocionalnu komponentu. Stoga, emocionalna

²² Vidi: <http://fotoforensics.com/>, posećeno: 18. decembra, 2018. godine.

²³ Vidi: <https://www.wolframalpha.com/>, posećeno: 18. decembra, 2018. godine.

²⁴ <https://en.unesco.org/fightfakenews>, posećeno: 14. decembra, 2018. godine.

²⁵ Vidi str. 5.

reakcija može podrazumevati zloupotrebu informacije, kao i njeno nekontrolisano širenje, bez poimanja posledica tog širenja.

U svojoj analizi etičkih problema u informacionom dobu, Mason (2017) navodi privatnost kao jedan od istaknutih izazova. Naime, zarad etične upotrebe informacije, moraju se postaviti sledeća pitanja: „Koju informaciju (...) treba otkriti drugima, pod kojim uslovima (...), šta ljudi mogu da zadrže za sebe i ne budu prisiljeni da otkriju (...)?” Informaciono pismen pojedinac, stoga, ne prenosi informaciju kao odraz ličnog emocionalnog doživljaja, već uvek preispituje cilj tog prenosa. Kako je i navedeno u UNESCO-vom (2008) priručniku o indikatorima za informacijsku pismenost, oni koji poseduju IP, bi trebalo da, u prenosu informacija, „ukažu na potencijalnu manipulaciju u originalnoj informaciji, pre nego li da prenose tvrdnje bez provere.” Dakle, etička diseminacija informacija ne podrazumeva samo negativnu obavezu, odnosno *ne*prenošenje netačnih informacija. Naprotiv, ona uključuje pozitivnu obavezu – upućivanje na distorziju u informaciji.

U kontekstu posledica diseminacije informacije, Šulc-Džons (2017) navodi tzv. princip „nečinjenja štete” (nonmaleficence, Schultz-Jones 2017, 23), koji podrazumeva da moramo „preuzimati odgovornost za naša dela i razumeti uticaj naših informacijskih interakcija, nezavisno od okruženja u kojem se one dešavaju” (Schultz-Jones 2017, 23). To preuzimanje odgovornosti bi značilo da informacijski pismeni pojedinci poseduju svest o tome da postoje različiti načini prenosa informacija i da odabir načina govori o svrsi koja se diseminacijom želi postići (Schultz-Jones 2017, 19)²⁶. Takođe, IP podrazumeva da pojedinci „poštuju (...) ideje drugih, vide sebe kao one koji doprinose, a ne samo konzumiraju informacije, (...) da poštuju etičke i pravne smjernice prilikom upotrebe informacije [i] identifikuju i diskutuju pitanja cenzure i slobode govora” (Schultz-Jones 2017, 18-20). Dakle, suština diseminacije, kao važnog segmenta odbrane od medijske manipulacije, jeste da se sam pojedinac i drugi članovi društva zaštite od uticaja koji informacija može imati. Informacija ne postoji ako nije prenešena, ako nije doprla do svog cilja. Stoga, odgovornost u tom cirkularnom procesu je neizostavna i tiče se svih. Zato ga i nazivamo cirkularnim jer se ishodi diseminovane informacije, na kraju, vraćaju ne samo njenim primaocima, već i prenosiocima.

²⁶ Smernice o kojima govori Schultz-Jones izvedene su iz etičkih principa američke Asocijacije koledža i istraživačkih biblioteka (Association of College and Research Libraries), vidi: <http://www.ala.org/acrl/standards/ilframework>, posećeno: 19. decembra, 2018. godine.

5. Zaključci i ograničenja

U ovom radu je ispitan uticaj informacione pismenosti na odbranu od medijske manipulacije. Počevši od teorijskih određenja pojmova informacione i medijske pismenosti, tvrdili smo da dervati post-istine, poput lažnih vesti, u prvom redu zahtevaju informacijske vještine, svedene na tri segmenta: *prepoznavanje*, *verifikaciju* i *diseminaciju*. Medijska pismenost predstavlja nesumnjivo važan segment opismenjavanja pojedinca, ali smo u ovom radu tvrdili da ona odgovara na pitanje *zbog čega* postoji manipulacija u određenom sadržaju – tačnije pruža kontekst, dok informaciona pismenost predstavlja nužan prvi korak – daje nam alatke koje odgovaraju na pitanje *da li* postoji medijska manipulacija u sadržaju ili ne. Informaciona pismenost, stoga, pomaže osveščivanju pojedinca o postojanju medijske manipulacije i alternativnih izvora informacija (prepoznavanje), oprema ga veštinama za proveravanje istinitosti sadržaja (verifikacija) i uči ga etičnoj upotrebi i prenosu informacija (diseminacija). Uprkos tome što je veza između informacione pismenosti i odbrane od post-istine u ovom radu jasno predstavljena, važno je naglasiti nedostatke te argumentacije.

Pre svega, segment prepoznavanja je kontinuirano problematičan u studijama o medijskoj manipulaciji. Otpor ka alternativnim izvorima informacija, kao i podložnost lažnim vestima, predstavljaju vrlo složene koncepte koji su uglavnom internalizovani, odnosno dominantno zavisni od individualnih sociokognitivnih frejmova (Van Dijk 2017). Napor u realizovanju tog prvog koraka mora biti kontinuiran i prisutan od formativnih faza pojedinca/ke, čime se dodatno potvrđuje značaj uključivanja različitih formi pismenosti u ranu edukaciju.

Drugo, strategija verifikacije se može smatrati pogodnom za mlađe generacije, tačnije one koji su *informatički*²⁷ pismeni, te redovno koriste digitalne medije. Stoga, postoji opravdana bojazan da informaciona pismenost kao takva, nije pogodna za jedan značajan stariji dio stanovništva. Međutim, starije generacije, ukoliko nisu upoznate sa novim tehnologijama ne pokazuju otpor da to učine (Zadrazilova 2018, 10), štaviše, čim prepoznaju da novije tehnologije olakšavaju njihov život na dnevnom nivou, neće imati problem da ih redovno koriste (Zadrazilova 2018, 10). Proces prilagođavanja informacijskim vještinama je naročito olakšan ukoliko u tome učestvuje njihovo blisko okruženje,

²⁷ Pojam koji ima drugačije značenje u odnosu na informacionu pismenost i odnosi se na poznavanje računarskog i softverskog rada (Horton, 1983).

poput porodice (Schreuers et al. 2017, 24-25) i ako se prilagođavanje vrši kroz posebno osmišljene kurseve (Hausknecht et al. 2018). Nezavisno od trenutnih nalaza, proces prilagođavanja starijih veštinama informatičke i informacione pismenosti, zahteva kontinuiranu naučnu pažnju, zbog čega bi buduća istraživanja trebalo da akcentuju pitanje motivacije ovog dela stanovništva da koriste napredne tehnike verifikacije sadržaja.

Nadalje, strategije odbrane od fabrikovanih informacija iznesene u ovom radu, zahtevaju aktivno učešće konzumenata informacija, čemu se može pripisati očigledan nedostatak – te strategije iziskuju previše vremena. Sa druge strane, pojedinci/ke koji su informaciono pismeni svedoče upravo suprotnom procesu – dužina pretrage i provere informacija se skratila upravo zahvaljujući veštinama koje su razvili (Andretta 2005, 85-94). Proces osveščivanja i učenja tehnika verifikacije zahteva vreme, ali nakon što su tehnike naučene i informaciona pismenost stečena – njena primena olakšava informisanje, što i predstavlja jedan od ciljeva. To je naročito vidljivo i u procesu diseminacije informacije – informaciono pismeni pojedinci/ke, upućivanjem drugih na manipulaciju u informaciji, skraćuju njihovo vreme za procesuiranje i verifikaciju sadržaja.

U konačnom, u ovom radu je naglašeno da medijska i informaciona pismenost imaju tačke preseka, poput kritičke evaluacije sadržaja. U tom smislu se može nametnuti pitanje zbog čega obe veštine, tačnije integrisani pristup različitim vrstama pismenosti (MIL), nije bolja solucija od fokusiranosti na jednu. Međutim, važno je naglasiti da se u ovom radu ne negira uticaj medijske pismenosti, već se insistira na važnosti IP ili MP u odnosu na konkretan predmet primene. Dakle, medijska pismenost jeste neizostavna za otvoreno i kritički nastrojeno društvo, ali njoj mora prethoditi razumevanje informacije kao takve. Razvijanjem informacione pismenosti, pojedinac/ka je značajno bliže kritičkoj evaluaciji medijskog okruženja, uređivačke politike i društvenog konteksta. Informaciona pismenost nije zamena za MP, niti to nastoji biti, ali značajno smanjuje „nivo nesigurnosti“ (Walton i Hepworth 2011, 24) koji pojedinci/ke imaju kada su suočeni sa informacijama koje ne znaju da tumače. U kontekstu odnosa između informacione i medijske pismenosti, buduća istraživanja bi trebalo da istraže da li napredan nivo MP može postojati bez IP, kao i demografsku i socio-ekonomsku pozadinu informacijski sofisticiranih pojedinaca.

Literatura

- Alexandria Proclamation on Information Literacy. (2005). Posećeno: 10.12.2018. URL: American Library Association (2018). Posećeno 30.09.2018. URL: Andretta, S., 2005. *Information literacy: A practitioner's guide*. Elsevier. Bakir, V. and McStay, A., (2018). Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6(2), pp. 154-175.
- Bent, M., Stubbings, R. (2011). *The SCONUL Seven Pillars of Information Literacy*. Posećeno: 01.10.2018. URL:
- Berghel, H., (2017). Alt-News and Post-Truths in the "Fake News" Era. *Computer*, (4), pp. 110-114.
- Bluemle, S.R., (2018). Post-Facts: Information Literacy and Authority after the 2016 Election. *portal: Libraries and the Academy*, 18(2), pp. 265-282.
- Boekhorst, A.K., (2012), June. IL and its Kind. In *International Conference of the Media and Information Literacy for Knowledge Society (Moscow)* (pp. 32-40).
- Bruce, C.S., (1999). Workplace experiences of information literacy. *International journal of information management*, 19(1), pp.33-47.
- Campbell, S., (2008). Chapter I – Defining Information Literacy in the 21st Century. *IFLA publications*, 131, p. 17.
- Catts, R., Lau, J. (2008). *Towards Information Literacy Indicators*. Posećeno 01.10.2018. URL:
- CILIP the Library and Information Association (2018). *CILIP Definition of Information Literacy*. Posećeno 30.09.2018. URL: Coiro, J., Knobel, M., Lankshear, C. and Leu, D.J. eds., (2014). *Handbook of research on new literacies*. Routledge.
- Cook, J., Lewandowsky, S. and Ecker, U.K., (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PloS one*, 12(5).
- Doyle, C.S., (1994). *Information literacy in an information society: A concept for the information age*. Diane Publishing.
- Druick, Z., (2016). The myth of media literacy. *International Journal of Communication*, 10, p. 20.

- Eisenberg, M.B., (2010). Information literacy: Essential skills for the information age. *DESIDOC journal of library & information technology*, 28(2), pp. 39-47.
- Elmborg, J., (2006). Critical information literacy: Implications for instructional practice. *The journal of academic librarianship*, 32(2), pp. 192-199.
- Fact Check. Posećeno: 23.10.2019. URL: [Fact Checking](#). Posećeno: 21.10.2019. URL: [Farid, H., \(2008\). Digital image forensics. *Scientific American*, 298\(6\), pp. 66-71.](#)
- Farkas, J. and Schou, J., (2018). Fake news as a floating signifier: Hegemony, antagonism and the politics of falsehood. *Javnost-The Public*, 25(3), pp. 298-314.
- Fisher, C., (2016). The trouble with 'trust' in news media. *Communication Research and Practice*, 2(4), pp. 451-465.
- Fotoforensics. Posećeno: 20.10.2019. URL: [Gilchrist, A., \(2018\). Post-truth: an outline review of the issues and what is being done to combat it. *Ibersid*, 12\(2\).](#)
- Google Transparency Report. Posećeno: 10.10.2018. URL: [Grafstein, A., \(2002\). A discipline-based approach to information literacy. *The Journal of Academic Librarianship*, 28\(4\), pp. 197-204.](#)
- Gretter, S. and Yadav, A., (2016). Computational thinking and media & information literacy: An integrated approach to teaching twenty-first century skills. *TechTrends*, 60(5), pp. 510-516.
- Harsin, J. (2018). Post-truth and Communication. *Oxford Encyclopedia of Communication and Critical Studies*. Ed. Dana Cloud. New York: Oxford University Press.
- Hausknecht, S. and Kaufman, D., (2018), June. Increasing digital literacy skills of older adults through a digital storytelling project-based course. *EdMedia+ Innovate Learning* (pp. 1692-1699). Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).
- Horton Jr, F.W., (1983). Information literacy vs. computer literacy. *Bulletin of the American Society for Information Science*, 9(4), pp. 14-16.
- IONOS Website Checker. Posećeno: 20.10.2019. URL: [Kellner, D. and Share, J., \(2005\). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: studies in the cultural politics of education*, 26\(3\), pp. 369-386.](#)

- Koltay, T., (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), pp. 211-221.
- Kurpius, D.D., (2002). Sources and civic journalism: Changing patterns of reporting?. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(4), pp. 853-866.
- Lazer, D.M., Baum, M.A., Benkler, Y., Berinsky, A.J., Greenhill, K.M., Menczer, F., Metzger, M.J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D. and Schudson, M., (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), pp. 1094-1096.
- Lee, A.Y. and So, C.Y., (2014). Media literacy and information literacy: Similarities and differences. *Comunicar*, 21(42).
- Lee, L., Chen, D.T., Li, J.Y. and Lin, T.B., (2015). Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument. *Computers & Education*, 85, pp. 84-93.
- Levitskaya, A., & Fedorov, A. (2020). Typology and mechanisms of media manipulation. *International Journal of Media and Information Literacy*, 5(1), 69-78.
- Lewandowsky S, Stritzke WG, Oberauer K, Morales M. Memory for Fact, Fiction, and Misinformation The Iraq War 2003. (2005). *Psychological Science*. 16(3), 190–195.
- Lewandowsky, S., Ecker, U.K. and Cook, J., (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), pp. 353-369.
- Lewis, J. and Jhally, S., (1998). The struggle over media literacy. *Journal of communication*, 48(1), pp. 109-120.
- Livingstone, S., (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), pp. 3-14.
- Marcum, J.W., (2002). Rethinking information literacy. *The Library Quarterly*, 72(1), pp. 1-26.
- Mason, L.E., Krutka, D. and Stoddard, J., (2018). Media Literacy, Democracy, and the Challenge of Fake News. *Journal of Media Literacy Education*, 10(2), pp. 1-10.
- Mason, R.O., (2017). Four ethical issues of the information age. In *Computer Ethics* (pp. 41-48). Routledge.
- McIntyre, L., (2018). Fighting post-truth. *The Humanist*, 78(2), pp. 20-22.

- Mihailidis, P. and Thevenin, B., (2013). Media literacy as a core competency for engaged citizenship in participatory democracy. *American Behavioral Scientist*, 57(11), pp. 1611-1622.
- Nickerson, R.S., (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of general psychology*, 2(2), p. 175.
- Paschen, J., (2019). Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions. *Journal of Product & Brand Management*.
- Politifact. Posećeno: 21.10.2019. URL:<https://www.politifact.com/>
- Raskrinkavanje. Posećeno: 21.10.2019. URL: Registration data lookup tool. Posećeno: 20.10.2019. URL: Reilly, I., (2012). Satirical fake news and/as American political discourse. *The Journal of American Culture*, 35(3), pp. 258-275.
- Ružić, N. (2018) Uloga medijske i informacione pismenosti u eri dezinformacija i lažnih vijesti. *Zbornik u čast prof. dr Dubravki Valić Nedeljković MEDIJI BALKANA*. Filozofski fakultet Novi Sad.
- Scheufele, D.A. and Krause, N.M., (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), pp. 7662-7669.
- Scheufele, D.A., (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication & Society*, 3(2-3), pp. 297-316.
- Schindler, J., Krämer, B. and Müller, P., (2017). Looking left or looking right? Effects of newspaper layout style on the perception of political news. *European Journal of Communication*, 32(4), pp. 348-366.
- Schreurs, K., Quan-Haase, A. and Martin, K., (2017). Problematizing the digital literacy paradox in the context of older adults' ICT use: Aging, media discourse, and self-determination. *Canadian Journal of Communication*, 42(2), p. 1.
- Schultz-Jones, B., (2017). Teaching the Ethical Use of Information as an MIL Skill. In *Media and Information Literacy in Higher Education* (pp. 13-35).
- Schwind, C., Buder, J., Cress, U. and Hesse, F.W., (2012). Preference-inconsistent recommendations: An effective approach for reducing confirmation bias and stimulating divergent thinking?. *Computers & Education*, 58(2), pp. 787-796.

- Shen, C., Kasra, M., Pan, W., Bassett, G.A., Malloch, Y. and O'Brien, J.F., (2018). Fake images: The effects of source, intermediary, and digital media literacy on contextual assessment of image credibility online. *New media & society*.
- Stahl, B.C., (2006). On the Difference or Equality of Information, Misinformation, and Disinformation: A Critical Research Perspective. *Informing Science*, 9.
- Strong, S.I., (2016). Alternative facts and the post-truth society: meeting the challenge. *U. Pa. L. Rev. Online*, 165, p. 137.
- Travis, T.A., (2017). From the classroom to the boardroom: the impact of information literacy instruction on workplace research skills. *Education Libraries*, 34(2), pp. 19-31.
- Tsipursky, G., (2017). Towards a post-lies future: Fighting" alternative facts" and" post-truth" politics. *The Humanist*, 77(2), p. 12.
- Tyner, K., (2014). *Literacy in a digital world: Teaching and learning in the age of information*. Routledge.
- UNESCO. (2016). *MIL as Composite Concept*. Posećeno: 12.10.2021. URL: UNESCO. (2018). *Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training*. Posećeno: 01.01.2018. URL: Van Dijk, T.A., (2017). Socio-cognitive discourse studies. In *The Routledge handbook of critical discourse studies* (pp. 26-43). Routledge.
- Virkus, S., (2003). Information literacy in Europe: a literature. *Inf. Res*, 8(4), pp. 1-56.
- Waisbord, S., (2018). Truth is What Happens to News: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism studies*, 19(13), pp. 1866-1878.
- Walton, Geoff and Hepworth, Mark (2011) A longitudinal study of changes in learners' cognitive states during and following an information literacy teaching intervention. *Journal of Documentation*, 67 (3). pp. 449-479.
- Washington Post Fact Checker. Posećeno: 21.10.2019. URL: Watson, C.A., (2018). Digital Literacy: Detecting Fake News in a Post-Truth Era.
- Watson, C.A., (2018). Information Literacy in a Fake/False News World: An Overview of the Characteristics of Fake News and its Historical Development. *International Journal of Legal Information*, 46(2), pp.93-96.
- Wolfram Alpha Computational Intelligence. Posećeno: 20.10.2019. URL: Word of the Year (2016). Posećeno: 29.09.2018. godine. URL: Zdražilová,

I., (2017), September. Information Literacy of Elderly People: Bridging the Digital Gap. In *European Conference on Information Literacy* (pp. 545-554). Springer, Cham.

Zurkowski, P.G., (1974). The Information Service Environment Relationships and Priorities. Related Paper No. 5.

Jovana Davidović
Univeristy of Montenegro,
Faculty of Political Sciences

ON HOW TO DEFEND ONESELF AGAINST MEDIA MANIPULATION: THE ROLE OF THE INFORMATIONAL AND MEDIA LITERACY

Abstract: *Post-truth media manipulation techniques dominantly provoke the emotional response in media audience. Fake news, as a specific post-truth subtype, present fabricated information directed to a specific media goal, usually motivated by clear economic and political intentions. Media and information literacy, thus, as a logical response to media manipulation, advocate a critical evaluation of the media content. However, in this paper, we argue about information literacy as the first and foremost strategy of defense against fabricated information focused on emotional reaction. We use literature framework to outline techniques which serve as protectors against various forms of media manipulation, such as the ability to observe and investigate the credibility of content, awareness of the alternative information, as well as the possibilities for ethical dissemination of information.*

Key words: *post-truth, fake news, media manipulation, information and media literacy*