

# ANALIZA SADRŽAJA DEZINFORMACIJA O COVID-u 19 NA FACEBOOKU: TEME, IZVORI I DISKURSI

dr. MARIJANA  
GRBEŠA  
ZENZEROVIĆ

dr. MILICA  
VUČKOVIĆ

IZVJEŠTAJ

## IMPRESUM

### Autorice:

Dr. Marijana Grbeša Zenzerović, Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu

Dr. Milica Vučković, Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu

### Kodiranje (objave s Facebooka)

Laura Crnić, Ana Igrec, Sara Jurički, Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu

### Kodiranje (Facebook stranice)

Marko Roško, Odjel za komunikologiju Sveučilišta u Dubrovniku

### Računalno potpomognuto uzorkovanje

Ana Barić i Sara Borzić, Fakultet elektrotehnike i računarstva, Sveučilište u Zagrebu

### Grafički dizajner

Sven Sorić

Izdavač: Gong

Izvršna direktorica:

Oriana Ivković Novokmet

Mihanovićeve 14

10000 Zagreb

e-mail: [gong@gong.hr](mailto:gong@gong.hr)

web: [www.gong.hr](http://www.gong.hr)

Zagreb, kolovoz 2022.

Pro-fact: Istraživanje, edukacija, provjera činjenica i razotkrivanje dezinformacijskih narativa o COVID-u 19 u Hrvatskoj

Koordinator Pro-Facta: Gong

Partneri: Fakultet političkih znanosti u Zagrebu, Sveučilište u Dubrovniku,

Fakultet elektrotehnike i računarstva i Faktograf.hr

Ovaj izvještaj odražava isključivo stajališta autorica i Europska komisija nije odgovorna za bilo kakvu upotrebu informacija koje sadrži. Ovaj je projekt financiran iz Programa rada Europske unije za 2020., prema Ugovoru o dodjeli bespovratnih sredstava br. LC-01682252

# ANALIZA SADRŽAJA DEZINFORMACIJA O COVID-U 19 NA FACEBOOKU: TEME, IZVORI I DISKURSI

dr. **MARIJANA GRBEŠA  
ZENZEROVIĆ**

dr. **MILICA VUČKOVIĆ**

PRO-FACT

EDMO  
European Digital Media Observatory

Učlanjena  
Evropska unija

FER

fpzg  
Fakultet za političke i društvene nauke  
Sveučilište u Zagrebu

FAKTDORAP-HR

F

GAJ

GONG

## POVJERENJE JAVNOSTI, COVID-19 I DEZINFORMACIJE U HRVATSKOJ

U siječnju 2020., nakon izbijanja koronavirusa (COVID-19), Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) proglasila je javnozdravstveno hitno stanje od međunarodnog značaja (eng. PHEIC, odnosno Public health emergency of international concern). Svijet se našao u krizi bez presedana. Prvi slučaj zaraze koronavirusom u Hrvatskoj zabilježen je u veljači 2020. Brza reakcija hrvatskih institucija i povoljna medijska praćenost osoba zaduženih za upravljanje krizom okupljenih u Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske izazvali su iznenađujući skok povjerenja javnosti u ranoj fazi pandemije. To je bilo neočekivano s obzirom na to da je povjerenje u institucije u Hrvatskoj općenito među najnižima u EU (Henjak, 2017.). Prema Eurobarometru (zima 2021.-2022.), samo 21% ispitanika u Hrvatskoj vjeruje Vladi, dok Saboru vjeruje njih 22%. Za usporedbu, prosječno povjerenje u nacionalne vlade i parlamente u EU iznosi 35%, odnosno 36%.

U veljači 2020., neposredno prije izbijanja pandemije COVID-a 19, 70% ispitanika uključenih u redovno mjesečno istraživanje IPSOS-a smatralo je da Hrvatska ide u pogrešnom smjeru.<sup>1</sup> No, mjere poduzete u pandemiji u Hrvatskoj tijekom veljače, ožujka i travnja 2020. općenito su percipirane kao „pravodobne, primjerene i uspješne, dok rad Stožera gotovo da nije osporavan ili dovođen u pitanje“ (Grbeša, 2020: 63). U travnju 2020. IPSOS je zabilježio iznenađujući porast optimizma javnosti: 51% ispitanika mislilo je da zemlja ide u dobrom smjeru.<sup>2</sup> Prema Grbeši (2020.), razlog tomu vjerojatno je bilo povjerenje u institucije i njihovo upravljanje krizom. U istom mjesecu, ministar zdravlja Vili Beroš za 29,2% ispitanika postao je najpopularniji političar u državi, u usporedbi sa samo 2% u ožujku 2020. To je najveći porast osobnog rejtinga u povijesti CRO Demoskopa, redovitog mjesečnog istraživanja popularnosti političara i stranaka.<sup>3</sup>

---

1 Dnevnik.hr (25. ožujka 2020.), Imaju li Vlada i predsjednik podršku građana u borbi protiv koronavirusa. <https://dnevnik.hr/vijesti/koronavirus/crobarometar-imaju-li-vlada-i-predsjednik-podrsku-gradjana-u-borbi-protiv-koronavirusa---599087.html>

2 Dnevnik.hr (24. travnja 2020.), HDZ povećao prednost pred SDP-om, popularnost raste i Plenkoviću i Milanoviću. <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/crobarometar-popularnost-stranaka-i-politicara-u-vrijeme-korona-krize---602923.html>

3 Maretić Žonja, Petra (5. travnja 2020.) Nakon tri mjeseca HDZ ponovno prvi izbor građana, a Beroš najpozitivniji političar. *Večernji list*. <https://www.vecernji.hr/vijesti/neocekivana-promjena-u-jeku-krize-politicari-ce-morati-opravdati-velika-ocekivanja-1392018>

No, čim je javnost uvidjela da bi odluke Stožera mogle biti vođene političkim razlozima, a ne stručnim prosudbama, u javnosti se imidž ključnih komunikatora počeo pogoršavati. Javnost je ponovno postala pesimistična, pa je u svibnju 2020. 61% ispitanika smatralo da država ide u pogrešnom smjeru, a u lipnju 2020. taj je broj porastao na 70%.<sup>4</sup> Naglo je pao i osobni rejting ministra Vilija Beroša - u svibnju je bio najpozitivniji političar za 15,4% ispitanika u svibnju, a u lipnju 2020. popularnost mu pada na 8,1%.<sup>5</sup>

Opravdano je pretpostaviti da je nepovjerenje u institucije izazvalo i nepovjerenje određenih skupina građana u dominantni službeni narativ i politike povezane s pandemijom COVID-a 19, osobito tijekom kasnijih faza pandemije. Time se otvara put širenju namjernih i slučajnih dezinformacija te „alternativnih“ narativa. Neki podaci i studije snažno podupiru ovu pretpostavku.

Prvo, procijepljenost u Hrvatskoj je među najnižima u Europskoj uniji. U kolovozu 2022. godine, prema službenim podacima potpuno je cijepljeno 68,83% stanovništva. Za usporedbu, u Irskoj, Francuskoj, Danskoj ili Njemačkoj ta brojka prelazi 90%. Prema istraživanju Eurobarometra iz zime 2021.-2022., 17% ispitanika iz Hrvatske izjavilo je da se uopće ne žele cijepiti protiv COVID-a 19, što je jedan od najviših postotaka u EU. Prosjek Europske unije je svega 8%.

Druugo, tijekom pandemije smanjilo se povjerenje u zdravstvene radnike u Hrvatskoj. Prema istraživanjima Eurobarometra iz proljeća 2021. i zime 2021.-2022., 66% hrvatskih ispitanika vjeruje zdravstvenim djelatnicima, dok im 32% ne vjeruje, što je pad od nekoliko posto u odnosu na ranija mjerenja. Prosječno povjerenje u zdravstvene radnike na razini cijele EU iznosi oko 80%.

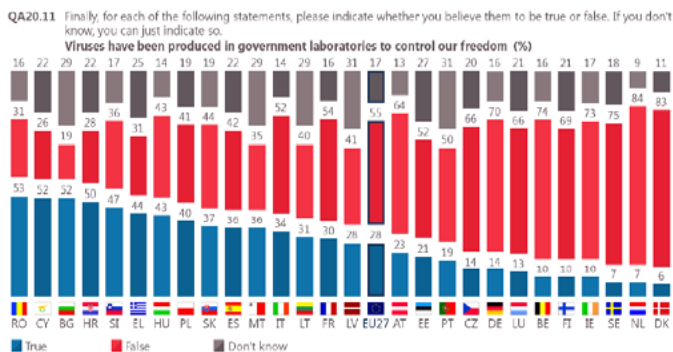
Treće, neka istraživanja pokazuju da je određeni postotak građana u Hrvatskoj sklon teorijama urote (vidi npr. Tonković i dr., 2021). Na primjer, Posebno izvješće Eurobarometra br. 516: Znanje i stavovi europskih građana prema znanosti i tehnologiji iz rujna 2021. sugerira da 50% hrvatskih građana vjeruje kako se virusi proizvode u vladinim laboratorijima s ciljem kontrole naših sloboda (vidi Grafikon 1).

---

4 [Dnevnik.hr \(25. svibnja 2020.\): Crobarometar otkriva odnos snaga mjesec dana prije izbora. HDZ ispred Restart koalicije, Škoro treći. https://dnevnik.hr/vijesti/parlamentarni-izbori-2020/crobarometar-za-svibanj-hdz-na-vrhu-ali-im-je-restart-za-petama--606754.html](https://dnevnik.hr/vijesti/parlamentarni-izbori-2020/crobarometar-za-svibanj-hdz-na-vrhu-ali-im-je-restart-za-petama--606754.html)

[Dnevnik.hr \(26. lipnja 2020.\) Hrvatska u završnici izbora. https://dnevnik.hr/vijesti/parlamentarni-izbori-2020/hrvatska-u-završnici-izbora-hdz-biraju-stariji-muskarci-a-restart-koaliciji-sklonije-zene--610790.html](https://dnevnik.hr/vijesti/parlamentarni-izbori-2020/hrvatska-u-završnici-izbora-hdz-biraju-stariji-muskarci-a-restart-koaliciji-sklonije-zene--610790.html)

5 [Gregoret, Damira \(7. lipnja 2020.\), Novi CRO Demoskop: Preokret na vrhu, Restart u prednosti pred HDZ-om! Milanović najnegativniji. RTL. https://www.rtl.hr/vijesti-hr/novosti/hrvatska/parlamentarni-izbori-2020/3829890/najnoviji-cro-demoskop-preokret-na-vrhu-restart-koalicija-u-prednosti-nad-hdz-om-milanovic-najnegativniji](https://www.rtl.hr/vijesti-hr/novosti/hrvatska/parlamentarni-izbori-2020/3829890/najnoviji-cro-demoskop-preokret-na-vrhu-restart-koalicija-u-prednosti-nad-hdz-om-milanovic-najnegativniji)



**Grafikon 1: Slaganje s tvrdnjom da su virusi proizvedeni u vladinim laboratorijima. Izvor: Posebno izvješće Eurobarometra br. 516:**

Četvrto, povjerenje u mainstream medije u Hrvatskoj među najnižima je u Europskoj uniji. Prema Eurobarometru (proljeće 2021.), samo 28% hrvatskih ispitanika reklo je da vjeruje medijima, u usporedbi s 41% na razini cijele Europske unije. Premda hrvatski građani više vjeruju tradicionalnim medijima (televiziji, radiju i tisku) nego društvenim mrežama, povjerenje u tradicionalne medije u Hrvatskoj ispod je prosjeka EU, dok je povjerenje u društvene mreže iznad prosjeka EU (vidi Tablicu 1).

**Tablica 1. Povjerenje u medije. Izvor: Standardni Eurobarometar g2, jesen 2019. / Standardni Eurobarometar g6, zima 2021.-2022.)**

%	2019.		2021. - 2022.	
	Hrvatska	EU	Hrvatska	EU
Radio	50	57	46	56
Televizija	47	49	43	49
Tiskani mediji	39	46	36	49
Društvene mreže	32	20	27	20

Konačno, 2019. godine 73% ispitanika Eurobarometra iz Hrvatske smatralo je često nailaze na „vijesti“ koje iskrivljuju ili lažno prikazuju stvarnost. U zimi 2021.-2022. (Eurobarometar g6, 2021.-2022.) taj je postotak iznosio 80%. Nepovjerenje u službene izvore informacija i tradicionalne institucije koje su iskazali hrvatski građani tijekom pandemije COVID-a 19, uz dojam da su dezinformacije izrazito prisutne u hrvatskom javnom prostoru, sugerira da Hrvatska mora uložiti ozbiljne resurse u izgradnju povjerenja u institucije i jačanje otpornosti na dezinformacije.

## CILJ I DIZAJN ISTRAŽIVANJA

Glavni cilj ovog istraživanja bio je analizirati sadržaj dezinformacija povezanih s COVID-om 19 na Facebooku u Hrvatskoj. Konkretno, cilj je bio utvrditi kako se konstruira dezinformacija te koje su njezine glavne komponente i privlačne točke. Koristili smo se kvalitativnom i kvantitativnom analizom sadržaja kako bismo identificirali prevladavajuće teme, pokretače i izvore dezinformacija te ispitali narative, propagandne tehnike i diskurse u objavama preuzetima sa stranica koje su dio dezinformacijskog svemira. Također smo proveli osnovnu analizu sadržaja Facebook stranica koje pripadaju dezinformacijskom svemiru kako bismo stekli ideju o profilu i logici stranica koje šire dezinformacije o COVID-u 19, a koje je razotkrio Faktograf, hrvatska organizacija za provjeru činjenične točnosti tvrdnji u javnom prostoru<sup>6</sup>.

### ANALIZA SADRŽAJA FACEBOOK STRANICA

Koristeći se alatima SNA (Social Network Analysis) i VNA (Visual Network Analysis), zabilježili smo 1528 izvora koji su se bavili sadržajem što ga je razotkrih hrvatska organizacija za provjeru činjenica Faktograf (vidi Brautović, 2022.).<sup>7</sup> Uklonili smo 625 Facebook stranica na jezicima koji se ne govore u zemljama bivše Jugoslavije (tj. stranice koje su bile na engleskom, rumunjskom, bugarskom, ruskom, ukrajinskom ili sličnom jeziku). Također smo isključili 82 internetska izvora koji nisu Facebook stranice, kao što su

- 6 Faktograf.hr jedini je hrvatski medij specijaliziran za *fact checking*, odnosno provjeru činjenične točnosti tvrdnji u javnom prostoru. Faktograf je član International Fact Checking Networka (IFCN), međunarodne mreže organizacija posvećenih *fact checkingu*. Faktograf je pokrenut 2015. godine kao zajednički suizdavački projekt Hrvatskog novinarskog društva i Gongga. Od 2018. godine Gong postaje samostalni izdavač Faktografa. U studenom 2021. godine Faktograf je postao zasebna organizacija. Od travnja 2019. Faktograf je dio Facebookova Third Party Fact Checking programa.
- 7 Prema Oliveiri i Gami (2012: 99) „društvena mreža sačinjena je od relacijskih podataka i može se definirati kao skup društvenih entiteta kao što su ljudi, grupe i organizacije, s nekim obrascem odnosa ili interakcija među njima. Te se mreže obično prikazuju grafovima, gdje vrhovi predstavljaju društvene entitete, a rubovi veze uspostavljene među njima. SNA proučava temeljnu strukturu takvih mreža.“ Ukratko, metode i tehnike alata SNA usmjerene su na otkrivanje „obrazaca interakcije između društvenih aktera na društvenim mrežama“ dok je “njegov fokus na odnosima uspostavljenim između društvenih entiteta, a ne na samim društvenim entitetima” (Oliveira i Gama, 2012.: 99). S druge strane, kao što sugerira Decuyper (2020: 74), analiza vizualne mreže (VNA) „bavi se vizualnim, a ne strukturalnim (društvenim) svojstvima mreža i nudi skup konceptualnih alata za analizu i tumačenje tih vizualnih svojstava (točnije, konkretnih forma određenih mreža) na kvalitativni način“.

stranice s vijestima, stranice za provjeru činjenica, institucionalne web stranice ili slično, te 44 izvora koji više nisu bili dostupni (npr. stranice su ugašene). Istraživački korpus koji je generirao SNA tako je uključivao 779 Facebook stranica uglavnom na hrvatskom, srpskom, slovenskom, crnogorskom, makedonskom i bosanskom jeziku. Te su stranice zatim razvrstane prema dva kriterija: 1) „superširitelji“ - stranice/grupe/profil koji su najviše dijelili tuđe sadržaje i 2) „najutjecajniji“ - stranice/grupe/profil čiji se sadržaj najviše dijelio. Prema Brautoviću (2022.) „utjecajni“ su uglavnom posvećeni stvaranju sadržaja dok su superširitelji usredotočeni na dijeljenje poveznica s alternativnih medija, mainstream medija i objava pojedinaca. Komunikacija superširitelja uglavnom je jednosmjerna i primarno usmjerena na osnaživanje određenih narativa i diskursa.

Kodni list sastojao se od 10 kategorija. Stranice su najprije kodirane prema vrsti (profil, javna ili privatna grupa, zajednica ili poslovna stranica). SNA i VNA analize već su utvrdile da su stranice iz dezinformacijskog svestira koji utječe na hrvatski digitalni, a posljedično i javni prostor, različitoga geografskog porijekla (Brautović, 2022.). Stoga smo kodirali stranice prema zemlji njihova porijekla. Potom smo pokušali pobliže profilirati stranicu ispitujući njezinu svrhu, odnosno radi li se o fan stranici podrške nekoj osobi (npr. političaru, liječniku ili slično), stranici „specijaliziranoj“ za COVID-19 ili neku drugu temu, političkoj stranici, satiričnoj stranici, stranici s „vijestima“ te aktivističkoj ili stranici posvećenoj „transcendentalnim i/ili vjerskim“ temama. Iako se određene kategorije mogu preklapati, primjerice kad su posrijedi „političke“ i „aktivističke“ stranice, pilot analiza pokazala je da postoji razlika između stranica uglavnom posvećenih politici (npr. Vučić ti laže, ne vjeruj što ti kaže) i stranice koje nadilaze političke teme (npr. Borba protiv okupacije).

Stranice su zatim kodirane prema prisutnosti standardnih teza urote poput protivljenja cijepljenju općenito, digitalne kontrole, teorija zavjere o migrantima, veličanja Vladimira Putina i njegova križarskog rata protiv Zapada, snažnih antiameričkih osjećaja itd. I na kraju, istražili smo prisutnost određenih diskursa. Kodirali smo stranice prema prisutnosti populističkog sentimenta (na koji ukazuje promicanje sukoba između naroda i elita i ukazivanje na moguću prisutnost „opasnih drugih“, poput migranata, Europske unije itd.) te prisutnosti nacionalnog odnosno nacionalističkog i religijskog znakovlja. Jedinica analize bila je jedna Facebook stranica. Slaganje između dva koda kretalo se od Cohen Kappa koeficijenta 0,65 do 1. Potpuna knjiga kodova dostupna je u Dodatku A.



Analiza sadržaja objava na Facebooku provedena je na tri skupa podataka. Početni skup podataka uključivao je dezinformacije koje je demantirao hrvatski *fact-checker* Faktograf. Sadržavao je 276 objava na Facebooku koje se odnose na COVID-19. Druga dva skupa stvorena su iz istraživačkog korpusa generiranog uz pomoć alata SNA, a uključuje 779 Facebook stranica. Te su stranice zatim razvrstane prema dva kriterija: 1) „superširitelji“ – stranice koje su najintenzivnije dijelile sadržaj i 2) „najutjecajnije“ – stranice koje su proizvodile sadržaj koji se najviše dijelio. Iz svakog od ta dva skupa automatski smo generirali 300 objava s najvećim angažmanom, mjereno brojem *dijeljenja*. Naša odluka o korištenju *dijeljenja* kao mjere angažmana temelji se na ideji da *dijeljenje* uključuje različite vrste ponašanja i veći angažman od *lajkanja* i *komentiranja*. Sve tri radnje - *dijeljenje*, *lajkanje* i *komentiranje* - pripadaju kvantitativnoj metrici koja se najčešće rabi u studijama angažmana na društvenim mrežama i njihovu utjecaju (Trunfio i Rossi, 2020.). Ipak, Kim i Yang (2017.) tvrde da „strateška implikacija“ *lajkanja*, *komentiranja* i *dijeljenja* nije jednaka te da svako ponašanje pretpostavlja različitu razinu i vrstu truda i uključenosti. Smatraju da „lajkanje zahtijeva manji trud“ od *komentiranja* i *dijeljenja* koji uključuju „dodatni trud ili kognitivni angažman“ (2017: 2). Ipak, *dijeljenje* predstavlja višu razinu obveze od *komentiranja* jer se „prilikom dijeljenja objave, ona ne pojavljuje samo na vremenskoj crti, već ostaje i na profilnoj stranici korisnika, što sugerira da dijeljena objava predstavlja dio korisnikove samoprezentacije“ (2017: 2). Stoga Kim i Yang (2017: 3) kategoriziraju „dijeljenje kao najvišu, komentiranje kao srednju, a lajkanje kao najnižu razinu“ angažmana.

U početku smo bili u mogućnosti automatski dohvatiti samo tekstualni dio objave, što je predstavljalo značajno ograničenje budući da je velik broj objava sadržavao fotografije, videozapise i poveznice. Kako bismo riješili problem, posebno razvijenim alatom za potrebe ovog istraživanja automatski smo dohvatili snimke zaslona svih objava u oba skupa. Taj je alat snimio objave u cijelosti, uključujući fotografije te pretpreglede poveznica i videozapisa. Objave na Facebooku automatski su dohvaćene s poveznicama na objave pomoću programskog jezika Python.

Isključili smo objave koje nisu bile povezane s COVID-om 19, suzivši uzorak na 200 objava iz skupa „superširitelja“ i 135 iz skupa „najutjecajnijih“. Sve objave uključene u uzorak objavljene su u razdoblju između 01.01.2021. i 03.09.2022.

Kodni list sastojao se od 37 kategorija osmišljenih za ispitivanje sljedećih parametara: 1) strukturnih značajki Facebook stranice s objavom (porijeklo, vrsta i profil stranice); 2) je li Facebook označio objavu kao lažnu; 3) razdoblja

objave (prvi, drugi, treći, četvrti ili peti val pandemije); 4) elemenata od kojih se objava sastojala (prisutnost teksta, videa, poveznice, fotografije, *memea* ili ilustracije u objavi); 5) dominantne teme objave; 6) prisutnosti različitih tema u objavi; 7) izvora i autoriteta navedenih u objavi; 8) kritika mainstream institucija i pandemijske politike (npr. znanstvenici, vlada, mainstream mediji); 9) prisutnosti određenog diskursa (nacionalistički, populistički i vjerski) i 10) prisutnosti odabranih propagandnih tehnika (*bandwagon*, eufemizam, strah, vrijeđanje) i poziva na akciju. Propagandne tehnike odabrane su na temelju pilot analize. Dvije među njima - vrijeđanje i *bandwagon* - tradicionalna su propagandna sredstva koja je još 1937. godine identificirao Institut za analizu propagande (Sproule, 2001.). Prema IAP-u, do vrijeđanja dolazi kad „propagandist izaziva mržnju ili strah etiketirajući ‘pojedince, skupine, nacije, rase, politike, prakse, uvjerenja i ideale koje želi da osudimo i odbacimo‘“. (Sproule, 2001: 136). Propagandist koji se koristi tehnikom *bandwagon* „radi na tome da ljudi ‘slijede gomilu’, da prihvate ideju ili plan jer ‘svi to rade’“ (Sproule, 2001: 136). Prato (2019: 10) objašnjava eufemizam kao „figurativni govor u kojem se prikladan izraz zamjenjuje riječima ili frazama slabijeg značenja kako bi se ublažila ili prikrla njegova pretjerana nasilnost ili grubost radi društvene svrsishodnosti ili iz vjerskih, moralnih ili čak političkih razloga“. On tvrdi kako to ljude može navesti „da povjeruju u prikaz stvarnosti govornika, čak i kad se taj prikaz ne temelji na vjerodostojnosti“, zbog čega je „opis stvarnosti često pogrešan i neistinit“ (10). Naposljetku, strah je uobičajeno propagandno sredstvo koje u značajnoj mjeri prožima suvremenu političku, javnu i korporativnu komunikaciju.

Jedinica analize bila je objava na Facebooku. Sadržaji povezani s objavom (npr. vijesti, videozapisi itd.) kodirani su samo ako sadržaj same objave nije bio dovoljan za određivanje njezina značenja. Slaganje između dva koda bilo je izraženo u svim kategorijama. Kretalo se od Cohen Kappa koeficijenta 0,74 do 1. Potpuna knjiga kodova dostupna je u Dodatku B.

## REZULTATI: FACEBOOK STRANICE

Zaključci upućuju na to da su većina stranica bile javne grupe (74,3%), dok je oko 14% od 779 stranica uključenih u analizu kategorizirano kao profili. To je očekivano jer se komunikacija, angažman i sudjelovanje najlakše postižu u javnim grupama. Osim toga, budući da je glavni cilj većine tih stranica „otkriti pravu istinu“ i doprijeti do što većeg broja ljudi, javna je grupa najlakši način za to.

Već je utvrđeno da dezinformacijski ekosustav ne poznaje nacionalne granice (Brautović, 2022.). Dezinformacije slobodno „putuju“ preko granica. Posebno brzo i efikasno putuju među zemljama koje dijele slične jezike. U

tom je smislu zanimljivo da je 41% svih pregledanih stranica bilo na srpskom jeziku, a neke od njih i na ćirilničnom pismu. Ovaj rezultat je važan jer upućuje na to da određene teme nadilaze nacionalnost i politička stajališta. Oko 34% svih analiziranih stranica potječe iz Hrvatske. Stranice porijeklom iz Bosne i Hercegovine i Slovenije prisutne su u po 5% slučajeva, dok su stranice iz Makedonije, Crne Gore i Kosova bile marginalno prisutne u analiziranom uzorku.

Analiza profila stranica otkrila je da je 44% svih pregledanih stranica bilo specijalizirano za neku drugu temu osim COVID-a 19, no na gotovo svima su prevladavale teme vezane uz COVID-19 (vidi tablicu 2.). Te su stranice često bile specijalizirane za teorije urota, poput *Ravne Zemlje* ili *Teorija zavjere*. Političke stranice koje čine 13% ispitanog uzorka često su sadržavale nacionalne reference poput *Obitelj i Domovina*, *Mi Hrvati*, *Pravda i pravo za Srbiju* ili SLOVEXIT. Gotovo 12% svih analiziranih stranica bile su posvećene određenoj osobi ili su bile osobni profili. Te su stranice također bile na vrhu lista „superširitelja“ i „najutjecajnijih“ (za primjere vidi Brautović, 2022.), dok su stranice kao poput *Glavna grupa stranke Ivana Pernara*, *Grupa podrške Ivana Pernara*, *Poštovaoci lika i djela dr. Branimira Nestorovića*, *Hoćemo Mislava Kolakušića kao ministra pravosuđa i policije!* među top deset superširitelja.<sup>8</sup> To saznanje sugerira da je personalizacija snažno prisutna u ovom svemiru, što implicira da se ljudi mogu lakše povezati s idejom ili problemom ako se poistovjećuju s utjecajnim pojedincem ili ga zastupaju.

U gotovo 10% slučajeva detektirane su aktivističke stranice poput *Građanskog buđenja* ili *Buđenja svijesti*. Na većini ovih stranica pozivalo se na „buđenje“, otpor, odbijanje cjepiva, pridruživanje prosvjedima itd. Stranice kodirane kao one posvećene transcendentnim i religijskim temama, alternativnoj medicini i duhovnim temama općenito pronađene su u 9,2% slučajeva, a uključuju, primjerice, *Biljnu ishranu - obučavanje o sirovoj biljnoj ishrani*, stranicu posvećenu bio hrani, zdravlju i virusima općenito ili *Protiv pobačaja*, stranicu izrazito posvećenu svecima i vjeri.

---

8 Branimir Nestorović srpski je liječnik koji je u početku bio član srpskoga kriznog tima za suzbijanje pandemije COVID-19. No on je uglavnom je potkopavao službene mjere koje je predložila vlada, banalizirao opasnost od COVID-a 19, vodio kampanju protiv cijepljenja itd. te je na kraju postao regionalni „guru“ za one koji odbijaju mainstream narativ o pandemiji. Ivan Pernar ekscentrični je arhitekt Živog zida, jedne od prvih populističkih stranaka u Hrvatskoj. Od 2016. do 2020. godine bio je saborski zastupnik, a njegovi su antivakcerski stavovi bili javno poznati dugo prije pandemije. Mislav Kolakušić bio je sudac Trgovačkog suda u Zagrebu koji je podnio ostavku kako bi se s nezavisnom listom mogao kandidirati na izborima za Europski parlament 2019. godine. Kolakušić je kampanju vodio prenošenjem snažnih populističkih poruka usmjerenih na nacionalne političke elite i borbu protiv korupcije. Osvojio je mandat sa 7,89% glasova, unatoč slaboj vidljivosti u mainstream medijima i obeshrabrujućim rezultatima anketa prema kojima je imao potporu od samo 2,8% svega mjesec dana prije izbora.

**Tablica 2.** Profili Facebook stranica

Profili Facebook stranica (n = 779)	%
Specijalizirane za neku drugu temu	44,2
Političke	13,7
Osobni profil ili stranica posvećena pojedincu	11,7
Aktivistička, posvećena borbi za „istinu“, „slobodu“ itd.	9,9
Transcendentalna ili religijska, posvećena alternativnoj medicini	9,2
Specijalizirana (posvećena COVID-u 19)	3,8
Nešto drugo	2,5
Stranica s „vijestima“	2,1
Satirična	1,8
Drugo	0,8
Stranica posvećena životnim stilovima	0,4

Na 57,6% tih stranica uočene su teorije zavjera. Ovo otkriće upućuje na to da možemo, barem u nekoj mjeri, govoriti o sustavu ili „svemiru“ u kojem se teme mijenjaju, ali logika i diskurs vjerojatno ostaju isti. Tablica 3. sugerira da je populistički diskurs bio uvelike prisutan na analiziranim stranicama. Na 58,2% stranica ljudi su predstavljeni kao narod protiv elita, dok se na 56% stranica spominju „opasni drugi“.<sup>9</sup> Nacionalna/nacionalistička obilježja prisutna su u 47,7% slučajeva dok su vjerske reference uočene na 26,7% stranica. Na 28,1% stranica uočeni su pozivi na djelovanje.

**Tablica 3.** Diskurs Facebook stranica

Diskurs Facebook stranica	%
Teorije zavjere	57,6
Opasni drugi	56,4
Narod protiv elite	58,2
Nacionalne/nacionalističke reference	47,7
Religijske reference	26,7

Ukratko, većina analiziranih stranica su javne grupe koje potječu uglavnom iz Srbije. Najistaknutije su stranice posvećene određenoj temi koje su se nakon izbijanja pandemije prebacile na teme vezane uz COVID-19. Na većini njih detektirane su teorije zavjere i populističke ideje.

9 Za definiciju populizma i njegovih pokazatelja vidi npr. Mudde (2004.), Hawkins i dr. (2019.).

## REZULTATI: OBJAVE NA FACEBOOKU

### PRVI SKUP: OBJAVE KOJE JE DEMANTIRAO FAKTOGRAF.HR

Očekivano, većina objava koje je demantirao Faktograf potječe s hrvatskih Facebook stranica (71%), a najviše ih je objavljeno na privatnim profilima. Značajan udio objava (18%) potječe sa srpskih Facebook stranica, dok dio objava dolazi sa stranica iz Bosne i Hercegovine (4,7%) i Slovenije (3,3%). Budući da je Faktograf.hr „treća strana za provjeru činjenica“ na Facebooku, velika većina objava u prvom skupu označena je kao lažna (83%). U smislu sadržaja, 89,5% analiziranih objava sadržavalo je tekst, 46,4% imalo je video, 25,4% *memeove*, 18,5% sadržavalo je fotografije, a 4,3% je uključivalo ilustraciju (stripovsku ili sličnu). Iako je tekst najzastupljeniji element u uzorku, analiza sugerira da je dezinformacijski sadržaj izrazito vizualan, što je uvelike u skladu s trendovima suvremene medijske i političke komunikacije Veneti i dr., 2019.). Također, analiza je mjerila samo prisutnost teksta, a ne i njegovu količinu, što znači da su neke objave možda sadržavale samo nekoliko riječi opisa vizualnog sadržaja ili poveznice. Time se dodatno naglašava važnost vizualnog sadržaja i ukazuje na to da širitelji dezinformacija razumiju zahtjeve suvremenog komunikacijskog okruženja.

Što se tiče tema, objave su prvo kodirane za dominantnu temu, što znači da su koderi trebali identificirati *jednu dominantnu* temu u objavi. Objave su zatim kodirane prema prisutnosti različitih tema. Tablica 4. prikazuje udio dominantnih tema u Faktografovom skupu.

**Tablica 4.** Prevladavajuće teme u objavama

	Dominantna tema objava
Urota protiv naroda (podjarmiti narod, oduzeti mu prava i slobode, uvesti novi svjetski poredak, uvesti „totalnu kontrolu“ i slično)	31,5%
Cjepivo (porijeklo, problemi, posljedice, učinkovitost itd.)	21%
Kritika pandemijske politike općenito	18,5%
Prosvjedi protiv epidemioloških mjera, uključujući obavezno nošenje maski, cijepljenje itd.	11,2%
Korporativne i zavjere s ciljem stjecanja profita (velike farmaceutske kompanije, Bill Gates i sl.)	6,9%
Nešto drugo	4%
Kritika nacionalnih mjera protiv pandemije	2,9%
5G mreža	2,5%
Porijeklo pandemije COVID-a 19	1,4%

Najzastupljenija tema je *urota protiv naroda* koja dominira u otprilike trećini pregledanih objava (31,5%). Slijede teme vezane uz cjepiva (21%) i kritike mjera protiv pandemije (18,5%). Što se tiče zastupljenosti tema, kritika epidemioloških mjera prisutna je u gotovo polovici objava (47,1%), spominjanje urote protiv naroda u 45,7% objava, opasno djelovanje cjepiva spomenuto je u 31,2%, a kritika farmaceutske industrije u 19,9% objava. Neučinkovitost cjepiva spomenuta je u 17,8% objava, sastav cjepiva u njih 15,6%, a porijeklo (uzroci) pandemije bili su prisutni u 13,8% objava. Bill Gates spominje se u 10,9% analiziranih objava.

Tablica 5. pokazuje autoritete (osobe) korištene kao dokaz vjerodostojnosti objava.

**Table 5. Autoriteti**

	Autoriteti korišteni kao dokaz vjerodostojnosti objave
Autoritet/osoba nije spomenut u objavi	44,5%
Inozemni liječnik ili znanstvenik	17%
Običan građanin	10,5%
Netko drugi	10,1%
Slavna osoba	7,6%
Opći pojmovi, poput „stručnjaci“, „znanstvenici“	4%
Inozemni liječnik ili znanstvenik	3,3%
Političari	2,9%

Najčešći izvori autoriteta u ovoj skupini su inozemni „odmetnuti“ liječnici i znanstvenici koji dovode u pitanje mainstream rješenja i agende koje predlažu vlade i mainstream znanstvenici. Općenito su prepoznati kao ‘guru’ Facebook zajednice koja promiče alternativne narative. Jedan je takav primjer srbijanski liječnik Branimir Nestorović čije riječi na njegovu publiku djeluju proročanski.

Kao sljedeći najrelevantniji izvor „istine“ pojavljuju se obični građani sa svojim svjedočanstvima (u 10,5% objava).

Neke od objava eksplicitno kritiziraju mainstream institucije i znanstvenike koji zagovaraju mainstream rješenja za krizu COVID-a 19: 23,6% objava sadrži kritike znanstvenika, u 14,5% objava kritiziraju se mediji, a 12,7% kritizira hrvatske institucije zadužene za suzbijanje pandemije.

Tablica 6. pokazuje da je najzastupljenija propagandna tehnika strah, prisutna u 41,3% objava.

**Tablica 6:** Propagandne tehnike

Propagandne tehnike	
Strah	41,3%
Banalizacija (eufemizam)	34,4%
Vrijeđanje	21,7%
Bandwagon	14,9%

*Banalizacija* (eufemizam) je sljedeća najzastupljenija tehnika, prisutna u 34,4% objava. Cilj joj je umanjiti ozbiljnost bolesti, obično uspoređujući je s gripom, tvrdeći da se broj smrtnih slučajeva od virusa preuveličava ili slično. Druga relativno zastupljena tehnika je *vrijeđanje*, detektirano u 21% objava. U tablici 7. navedene su neke od etiketa opaženih u sva tri skupa. Nazivi kojima se označava proces (pandemija), „mi“ (narod), „oni“ (elite) i „opasni drugi“ (ljudi koji se pridržavaju mjera ili su „krivi za izbijanje pandemije“, poput Kineza) djeluju kao snažni diskurzivni mehanizmi.

**Tablica 7.** Primjeri *vrijeđanja* (preuzeti iz sva tri skupa)

Pandemic	“Them” — elites and creators of the “pandemic”	“Dangerous others”	“The people”
Lutkarska predstava	Klika iz Davosa	<i>Homo idioti/Homo glupens</i>	Robovi
Plandemija	Globalisti	Kovidioti	Životinje u zoološkom vrtu
Korona prijevara	Capakovići (Krunoslav Capak, jedan od ključnih ljudi zaduženih za krizno komuniciranje, ravnatelj Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo)	Nindža virus	Zatočnici u koncentracijskom logoru
Pandemija laži		Emotikon ovce	
#Lažnakorona (#Fake-Corona)		Koronavakseri	
Koncentracijski logor		Pijuni	
Naci-fašistički zakoni	Đikići (Ivan Đikić, istaknuti svjetski znanstvenik, zagovornik mainstream rješenja krize)	Zombiji	
Treći Reich		Ovce	
Kabala	Đikani Rothschildova lijeka		
Diktatura	Mafija		
Korona fašizam	Virolog-masovni ubojica (Bill Gates)		
Sanitarna diktatura	Farmakomafija		
Genocid (cijepljenje)	Režimski mediji		
Žuta zvijezda (referenca na holokaust)	Trovači svijeta		
Cirkus korona	Plaćeni poltroni		
Medijska i politička maškarada	Šarlatani		
	Gestapo s maskama		
	Nacisti		
	Dekadentni zapadnjački ološ		

*Bandwagon* je propagandna tehnika usmjerena na stvaranje osjećaja masovnog angažmana - svi skaču u kolo (npr. prosvjeda protiv covid mjera). Spominje se u 14,9% analiziranih objava. Osim propagandnih tehnika, objave su kodirane prema dvije metode promatrane tijekom procesa kodiranja. Odlučeno je da se uključe u knjigu kodova te da se objave kodiraju ponovno. Stvaranje osjećaja „*ekskluzivnosti*“ među članovima grupe taktika je koja djeluje tako da uvjeri članove zajednice da imaju povlašten pristup informacijama „koje vlada želi sakriti“. Ta je taktika prisutna u 20,7% objava. *Poziv na djelovanje* taktika je uvjeravanja čiji je cilj mobilizirati pratitelje i potaknuti ih da „nešto poduzmu“ - primjerice, sudjeluju u prosvjedima, odbiju nositi maske, odbiju se cijepiti ili samo podijele objavu. Prisutan je u više od trećine objava (33,7%).

Naposljetku, analizom sadržaja ispitana je prisutnost triju diskursa – nacionalnog/nacionalističkog, religijskog i populističkog. Prva dva diskursa identificirana su kroz prisutnost nacionalnih i vjerskih referenci u objavama (spominjanje nacije, zastave, domovine, Boga, vraga itd.). Objava je označena kao pozitivna na prisutnost populističkog diskursa ako se njome impliciralo da je narod žrtva ugnjetavanja elita ili ako je suprotstavljala narod elitama. Još jedan pokazatelj populističkog diskursa bila je prisutnost „opasnih drugih“ koji su, kako je ranije objašnjeno, obično prepoznati među onima koji se pridržavaju mjera ili među manjinama koje „doprinose“ krizama (Kinezi, migranti itd.). Nacionalistički diskurs pronađen je u samo 2,9% objava, vjerski u 8,3%, dok je populistički diskurs identificiran u njih 25,7%, a „opasni drugi“ spominju se u samo 5,4% objava. Ovi nalazi upućuju na to da u priličnoj mjeri prevladava populistički diskurs, što je u skladu sa zaključkom da je „zavjera protiv naroda“ najdominantnija tema u skupu.



Ova dva dodatna uzorka uključena su u istraživanje kako bi se ispitalo imaju li stranice „zaražene“ dezinformacijama koje je demantirao Faktograf slična obilježja kao i početni uzorak. Na taj smo način proširili naš istraživački korpus izvan planiranog uzorka koji je zacrtao Faktograf. Dva dodatna primjera preuzeta su s 20 Facebook stranica klasificiranih kao „najutjecajnijih“ i 20 Facebook stranica koje su klasificirane kao „superširitelji“. Iz svakog od ta dva skupa automatski smo generirali 300 objava s najvećim angažmanom, mjereno brojem „dijeljenja“. U skupu superširitelja broj dijeljenja kretao se od 1990 do 227; u skupu „najutjecajnijih“ broj dijeljenja kretao se od 26369 do 376. Najviše dijeljena objava u skupu „superširitelja“ je *meme* sa slovenske stranice *Otrok ne damo* (Ne damo djecu), a iz skupa „najutjecajnijih“ najčešće se dijelio nativni video s „news“ portala Logično. Isključili smo objave koje nisu bile povezane s COVID-om 19, suzivši uzorak na 200 objava iz skupa „superširitelja“ i 135 iz skupa „najutjecajnijih“. Važno je naglasiti da objave iz ova dva uzorka nisu tretirane kao dezinformacije (za razliku od objava iz Faktografova skupa). Samo 5,9% objava iz skupa superširitelja i 6% objava iz skupa najutjecajnijih Facebook je označio kao lažne. Međutim, naša je početna pretpostavka bila da ti uzorci mogu pokazati slične značajke kao i objave iz Faktografovih uzoraka.

Prvo zanimljivo otkriće jest da većina objava iz skupa „superširitelja“ (SUS) i „najutjecajnijih“ (MI) potječu sa srpskih Facebook stranica (53,3%, odnosno 77,5%). Ostale objave u skupu SUS potječu sa slovenskih i hrvatskih Facebook stranica (26,7%, odnosno 20%), dok su ostale objave u skupu MI objavljene na stranicama iz Hrvatske (12%), Bosne i Hercegovine (9,5%) ili neke druge zemlje (1%).

Većina objava u oba skupa sadržavala je tekst (62,2% u skupu SUS i 67,5% u skupu MI). Dok su se „superširitelji“ pretežno oslanjali na poveznice s različitih izvora (mainstream i alternativnih medija, videozapisa s YouTubea i slično) kako bi poduprli svoje tvrdnje (u 47,6% objava), „najutjecajnije“ objave oslanjale su se prvenstveno na videozapise (u 50% analiziranih objava iz tog skupa). Zanimljivo je da je svih 20 najdjeljenijih objava iz našeg skupa MI sadržavalo native videozapise. Top 20 najčešće dijeljenih objava iz skupa SUS bilo je temeljeno na tekstu ili usmjereno na memeove, fotografije, poveznice na mainstream ili alternativne medije, a u nekoliko su slučajeva sadržavale su native video.

Ostali elementi korišteni u skupu SUS jesu fotografije (34,8%), *memeovi* (28,1%), videozapisi (13,3%) i ilustracije u 4,4% objava. Ostali elementi korišteni u skupu MI jesu *memeovi* (38,5%), poveznice (15,5%), fotografije (8,5%) i ilustracije u 1% 8,5%)

Tablica 8. prikazuje prevladavajuće teme u tim skupovima.

**Tablica 8.** Prevladavajuće teme u objavama SUS i MI

	Dominantna tema objava	
	„Superširitelji“	„Najutjecajniji“
Porijeklo pandemije COVID-a 19	1,5%	0,5%
Cjepivo (porijeklo, problemi, posljedice, učinkovitost itd.)	14,8%	20%
Prosvjedi protiv epidemioloških mjera, uključujući nošenje maski, cijepljenje itd.	22%	22,5%
Kritika pandemijske politike općenito	17%	14,5%
Kritika nacionalnih mjera protiv pandemije	11,9%	10,5%
Korporativne i zavjere s ciljem stjecanja profita (velike farmaceutske kompanije, Bill Gates i sl.)	4,4%	4,5%
Urota protiv naroda (podjarmiti narod, oduzeti mu prava i slobode, uvesti novi svjetski poredak, uvesti „totalnu kontrolu“ i slično)	17,8%	22%
5G mreža	5,2%	0,5%
Nešto drugo	5,2%	5%

Većina objava u oba skupa pretežno je bila fokusirana na prosvjede, nakon čega u oba skupa slijede zavjera protiv naroda, a zatim kritika politike pandemije u skupu SUS i teme povezane s cjepivom u skupu MI.

Prisutnost tema u objavama prikazana je u Tablici 9.

**Tablica 9.** Prisutnost tema u skupovima SUS i MI

	Prisutnost tema u objavama	
	„Superširitelji“	„Najutjecajniji“
Porijeklo pandemije COVID-a 19	12,6%	9%
Sastav cjepiva	5,9%	5,5%
Posljedice cijepljenja	14,1%	11%
Neučinkovitost cjepiva	12,6%	12,5%
Kritiziranje farmaceutske industrije	9,6%	12%
Bill Gates	5,2%	9%
Urota protiv naroda (podjarmiti narod, oduzeti mu prava i slobode, uvesti novi svjetski poredak, uvesti „totalnu kontrolu“ i slično)	28,1%	34%
Kritiziranje mjera protiv pandemije	52,6%	62,5%

Kritika pandemijskih politika i mjera prisutna je u većini pregledanih objava u oba skupa. Zavjera protiv naroda je dobro zastupljena, ali ipak znatno manje od otpora politici koja je nametnula nove okvire življenja.

Autoriteti korišteni kao dokaz vjerodostojnosti objave navedeni su u Tablici 10.

**Tablica 10.** Autoriteti korišteni kao dokaz vjerodostojnosti objave u skupovima SUS i MI

	Autoriteti korišteni za pojačavanje dojma vjerodostojnosti objave	
	„Superširitelji“	„Najutjecajniji“
Slavna osoba	4,4%	6%
Inozemni liječnik ili znanstvenik	4,4%	1,5%
Inozemni liječnik ili znanstvenik	16,3%	10%
Opći pojmovi, poput „stručnjaci“, „znanstvenici“	2,2%	1,5%
Političari	8,9%	6%
Običan građanin	8,9%	12,5%
Netko drugi	10,4%	7,5%
Autoritet/osoba nije spomenut u objavi	44,4%	55%

Većina objava u oba naša skupa ne spominje drugu osobu (autoritet) koja bi poduprla njihov argument. Valjalo bi ispitati je li takvo ponašanje pokazatelj onoga što Liesbet Van Zoonen (2012: 17) identificira kao ja-pistemologiju, ideju da u kontekstu pada povjerenja u institucije tradicionalnog znanja (politiku, medije, sveučilišta) *ja* postaje „izvor svih istina“.

Objave koje se koriste autoritetom druge osobe kako bi potkrijepile svoje argumente uglavnom se oslanjaju na inozemne liječnike i znanstvenike ili obične građane. Prvi su istaknutiji u skupu SUS, a drugi u skupu MI. To je posebno zanimljivo jer su neke od najistaknutijih superširitelja zapravo fan stranice posvećene promoviranju određenih pojedinaca, poput *Poštivaoci lika i djela Branimira Nestorovića* (vidi sliku 1).

**Slika 1.** Objavljena na stranici Poštovaoci lika i djela dr. Branimira Nestorovića: „Lijepi su dani, slobodno izlazite i družite se, najvjerojatnije svi već imate koronu, pa zašto biste se bojali.“



Oba skupa sadrže kritiku znanstvenika koji zagovaraju službena rješenja, kao i medija koji ta rješenja promoviraju, zajedno uz službeni narativ. U skupu SUS mainstream znanstvenici kritizirani su u 17,8% objava, a mediji u 11,1% objava. U skupu MI znanstvenici se kritiziraju u 22,5% objava, a mediji u 13% objava. Hrvatske institucije zadužene za upravljanje pandemijom kritiziraju se u 10,4% objava u skupu SUS i 3,5% objava u skupu MI. Ovi rezultati upućuju na to da je taktika relevantnog broja utjecajnih i superširitelja poticanje sumnje u znanost. Nepovjerenje u znanost je, prema Mirjani Tonković i dr. (2021), važan prediktor konspiratornog razmišljanja u Hrvatskoj. Štoviše, Tonković i dr. (2021: 9) pišu sljedeće: „... mnoge zavjere protiv COVID-a 19 podrazumijevaju da su za pandemiju krivi znanstvenici i znanost (npr., COVID-19 je potekao iz znanstvenog laboratorija, cjepivo protiv COVID-a 19 postoji ali se drži u tajnosti, skriva se pravi broj zaraženih itd.)”.

Tablica 11. prikazuje uporabu propagandnih tehnika u ta dva skupa.

**Tablica 11.** Propagandne tehnike

	Propagandne tehnike	
	„Superširitelji“	„Najutjecajniji“
Bandwagon	22,2%	25%
Strah	32,6%	23%
Vrijeđanje	19,3%	24%
Banalizacija (eufemizam)	29,6%	37%

U smislu propagandnih tehnika, oba ispitana skupa pokazuju slične karakteristike. Ipak, dominantna strategija utjecajnih širitelja dezinformacija je banalizacija, dok superširitelji najčešće posežu za strahom. Također, u usporedbi s Faktografovim skupom, vjerojatnije je da će koristiti bandwagon, što ima smisla s obzirom na to da su prosvjedi glavna tema u skupovima SUS i MI. Slika 2. ilustrira korištenje tehnike bandwagon u odnosu na prosvjede.

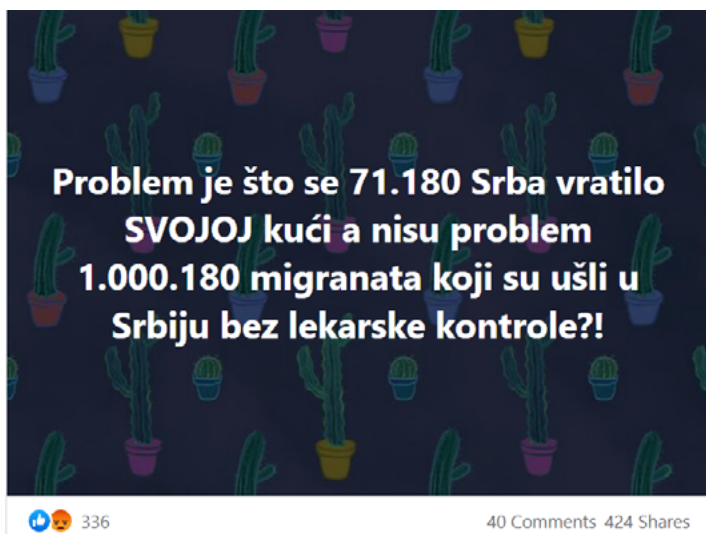
**Slika 2.** Uporaba *bandwagona*: „Trg svetog Marka DOLAZIMO SVI! Dan D. Članak 23. Ustava Republike Hrvatske: (1) Nitko ne smije biti podvrgnut bilo kakvu obliku zlostavljanja ili, bez svoje privole, liječničkim ili znanstvenim pokusima. #NEMAPREDAJE, NARODNI REFERENDUM



Poriv na djelovanje uočen je u gotovo trećini pregledanih objava u oba skupa (28,9% odnosno 28%), dok je ideja da se zajednici daje povlašćena informacija slabo zastupljena, sa 6,7% u skupu SUS i 6% u skupu MI.

Konačno, analiza je pokazala da je, kao i u početnom skupu, najistaknutiji diskurs u pregledanim objavama iz skupova SUS i MI onaj populistički. Uočen je u 22,2% objava u skupu SUS i 37% objava u skupu MI. „Opasni drugi” bili su značajno prisutniji u skupu SUS nego u skupu MI (10,4% u odnosu na 4%), što je u skladu s izborom propagandnih tehnika i dominantnim oslanjanjem superširitelja na strah (vidi Sliku 3).

**Slika 3.** „Opasni drugi“ u skupu SUS: „Problem je što se 71.180 Srba vratilo SVOJOJ KUĆI, a nisu problem 1.000.180 migranata koji su ušli u Srbiju bez liječničke kontrole?!”



Nacionalne reference uočene su u 5,9% objava u skupu SUS i 10% objava u skupu MI. Vjerske reference uočene su u 5,2% SUS objava i u 5,5% MI objava.

Ovo istraživanje jedna je od prvih analiza sadržaja dezinformacija vezanih uz COVID-19 objavljenih na Facebooku u Hrvatskoj. Cilj mu je bio razumjeti kako se konstruiraju dezinformacije te ispitati teme, aktere, propagandne tehnike i diskurse koji se pojavljuju u svemiru koji je u nekom trenutku bio preplavljen dezinformacijama. Analiza je provedena pomoću dvije jedinice - Facebook stranica i Facebook objava. Uzorak stranica i objava za analizu sadržaja sastavljen je na temelju statističkog skupa dezinformacija koje je razotkrila i demantirala hrvatska nezavisna organizacija za provjeru činjenica Faktograf. Koristili smo analizu društvenih mreža kako bismo proširili Faktografov početni skup i zabilježili svemir Facebook stranica „zaraženih“ dezinformacijama. Tim smo se proširenim svemirom poslužili za dohvaćanje uzoraka stranica i dodatnih uzoraka objava.

Analiza 779 Facebook stranica upućuje na tri glavna zaključka. Prvo, većina pregledanih Facebook stranica iz hrvatskog dezinformacijskog svemira je iz Srbije. To upućuje na značajan utjecaj srpskih dezinformacijskih centara. Drugo, analiza pokazuje da su Facebook stranice koje je zabilježio naš SNA općenito sklone teorijama zavjere. To znači da se teme mijenjaju, ali diskursi ostaju isti. Najjači u tom smislu je populistički diskurs koji je uočen na gotovo 60% stranica. To je prilično u skladu s anketnim istraživanjem Tonković i dr. (2021.). Oni su utvrdili da se gotovo četvrtina ispitanika u Hrvatskoj slaže s teorijama zavjere vezanim uz COVID-19 te da je vjerovanje u korona-zavjere povezano s nižim stupnjem obrazovanja, nižim ekonomskim standardom, većom ulogom religije i izostankom političke samoidentifikacije ispitanika (2021: 7). Dekonstrukcija odnosa između populističkog sentimenta i podložnosti teorijama zavjere predstavlja moćan smjer za buduća istraživanja. Drugi važan zaključak vezan uz Facebook stranice odnosi se na profil stranica. Najzastupljenije su stranice „specijalizirane“ za određene teme, često i za teorije zavjere, poput *Ravne zemlje*. No, zanimljiv je utjecaj privatnih profila u uzorku, kao i utjecaj stranica posvećenih idoliziranju jedne osobe (najčešće odmetnutih političara ili liječnika). Ti pojedinci obično stječu statuse „guru“ u svojim zajednicama i postaju licima otpora i borbe za „pravu istinu“. Stoga bi u budućim istraživanjima bilo ključno pozabaviti se autoritetom i moći uvjeravanja tih utjecajnih osoba.

Analiza objava na Facebooku uključivala je dezinformacije koje je razotkrila hrvatska organizacija za provjeru činjenica Faktograf, kao i dva dodatna skupa objava preuzetih s Facebook stranica „zaraženih“ dezinformacijama što ih je identificirao Faktograf. Strukturne razlike između Faktografova i dodatna dva skupa, koji uključuju najviše dijeljenih objava s „najutjecajnijih“ i „superširiteljskih“ Facebook stranica iz našeg svemira jesu sljedeće:

a) objave iz Faktografova skupa tretiraju se kao dezinformacije dok to nije slučaj s objavama iz druga dva skupa i b) Faktografov skup predstavlja statistički skup razotkrivenih objava dok druga dva skupa predstavljaju uzorak generiran alatom SNA.

Fokus većine objava koje je Faktograf demantirao uglavnom je bio na teorijama zavjere, odnosno pretpostavci da moćne elite potajno manipuliraju događajima za vlastitu korist i na taj način štete narodu. Najistaknutiji akteri u tim slučajevima, kad bi bili spomenuti, odmetnuti su liječnici ili znanstvenici koji utjelovljuju otpor mainstream politikama i pristupima. Najistaknutija propagandna tehnika u ovim objavama je strah, obično od cjepiva i drugih politika i pristupa koji se primjenjuju u borbi protiv pandemije. Vrijeđanja, uočena u oko 20% razotkrivenih objava, važan su diskurzivni mehanizam koji, čini se, jača identitet „nas“ (naroda) protiv „njih“ (elite i drugih koji narod ugrožavaju). Dok su spominjanja vjere i nacije prisutna tek ovlaš, populistički diskurs uočen je u četvrtini objava koje je Faktograf demantirao.

Druga dva skupa vjerojatno bolje opisuju čitav svemir. Zanimljivo je da su gotovo sve analizirane objave, iz sva tri skupa, dominantno usmjerene na jednu od tema iz knjige kodova, što upućuje na to da objave koje se a priori ne smatraju dezinformacijama, pokazuju slična svojstva kao i objave koje je Faktograf demantirao. Dominantne teme u skupu „najutjecajnijih“ i „superširitelja“ su prosvjedi, a zatim teorije zavjere. Ipak, u većini pregledanih objava prisutna je kritika epidemioloških mjera, što upućuje na to da su ljudi bili krajnje iziritirani „novim normalnim“ i nametnutim okvirom života koji im je poremetio rutinu i smanjio slobode. Analiza ključnih aktera i autoriteta pokazala je se da su, kao i u Faktografovom skupu, najistaknutiji autoriteti inozemni liječnici i znanstvenici iza kojih slijede „obični građani“. Ta dva skupa sadrže i kritiku mainstream aktera, prvenstveno mainstream znanstvenika, a potom i mainstream medija. Ovo otkriće sugerira da je širenje sumnje i cinizma prema znanosti indikativna karakteristika ispitanoj svemira.

U skupu „superširitelja“ najčešće korištena propagandna tehnika ponovno je strah, a zatim banalizacija ili namjera da se opasnost od pandemije umanj ili čak ismije. U skupu „najutjecajnijih“ najistaknutija tehnika bila je banalizacija, a zatim bandwagon. Populistički diskurs bio je prilično dobro zastupljen u oba skupa. Nacionalna/nacionalistička obilježja bila su znatno manje zastupljena, dok je spominjanje vjere uočeno u tek nekoliko objava.

Ukratko, rezultati analize sadržaja sugeriraju da postoje značajne sličnosti između svojstava objava s dezinformacijama koje je razotkrio hrvatski *fact-checker* i drugih sadržaja u susjednom svemiru koje je zabilježio SNA. Iz rezultata istraživanja vidljiv je regionalni karakter dezinformacijske mreže, što posljedično ukazuje na relevantnost regionalnih mreža za provjeru činjenica. Istraživanje također ukazuje na važnost određenih ličnosti koje



utjelovljuju alternativne narative. Rezultati upućuju na to da se sadržaji povezani s COVID-om 19 u ispitanoj svemiru svode na nekoliko tema i njihovih varijacija: teorije zavjere o stvaranju „novog svjetskog poretka“ i uvođenju „potpune kontrole“, cjepiva, kritiziranje epidemioloških mjera, teme vezane uz prosvjede i otpor protiv mjera te na kraju, uloga velikih farmaceutskih kompanija, Billa Gatesa i 5G mreže. Propagandne strategije koje smo testirali u ovom istraživanju pronađene su u sva tri skupa, pri čemu su strah i banalizacija (eufemizam) najistaknutije tehnike. Intenzivno oslanjanje na vizualne elemente za prenošenje poruke upućuje na to da su komunikatori u ovom svemiru itekako dobro upoznati s logikom suvremene komunikacijske matrice. Osobito je relevantno otkriće da su najčešće dijeljene objave u našem skupu podataka bili native videozapisi.

Iako zaključci sugeriraju da je zavjerenički diskurs ukorijenjen u ispitivanom svemiru, istraživanje je također zabilježilo snažan otpor i prezir prema epidemiološkim mjerama. To može značiti da su se ljudi uslijed razočaranja načinom komunikacije institucija i njihova upravljanja krizom okrenuli dezinformacijama i zavjerama.

## OGRANIČENJA

Postoji nekoliko ograničenja ovog istraživanja. Među njima je najvažnija pristupačnost i dostupnost Facebook stranica i objava, što je u domeni politike Mete. Ovim problemom bavili su se istraživači diljem svijeta. Jedan od doprinosa ovog projekta jest taj da je razvio automatizirano rješenje za pohranu snimaka zaslona objava na Facebooku, spašavajući ih tako od nestanka. Ipak, značajan dio sadržaja s Facebooka istraživačima ostaje nedostupan. Ostala ograničenja uglavnom se odnose na dizajn našeg istraživanja, kreiran za analizu Facebook stranica. Prvo, mjerili smo samo prisutnost određenih elemenata na stranici, a ne njihovu istaknutost. Na primjer, ne znamo je li se teorija zavjere pojavila samo jednom na pregledanoj stranici ili se teorije zavjere pojavljuju sustavno. Drugo, na stranici se mogu nalaziti sadržaji koji pobijaju narative i diskurse otkrivene u našem istraživanju, no u njemu se nismo bavili njima. Treće, iz istraživanja je isključen značajan broj stranica koje nisu bile na jezicima bivše Jugoslavije. Četvrto, cijelo naše istraživanje temelji se na statističkom skupu odabranih objava (filtriranih i onih koje je razotkrio Faktograf) i na uzorku dohvaćenom iz svemira što ga je zabilježio SNA, koji se opet temelji na istom skupu razotkrivenih dezinformacija. Stoga bi ovdje prikazani rezultati mogli biti pristrani i trebali bi se smatrati reprezentativnima samo za skup koji je zabilježio SNA. I na kraju, istraživanje sadržaja dezinformacija trebalo bi proširiti na druge vrste medija i platformi (npr. mainstream medije) koji pridonose širenju dezinformacija, kao što sugerira Wardleov (2018.) „*trumpet of amplification*“.

## PERSPEKTIVE ISTRAŽIVANJA

Važne perspektive istraživanja unutar i izvan projekta Pro-Fact uključuju: a) istraživanje uloge populizma u dezinformacijskom svemiru i njegova odnosa s konspiratornim razmišljanjem; b) istraživačku moć i utjecaj „gurua“ dezinformacija; c) primjenu automatizirane analize sadržaja na većem uzorku objava, na temelju knjige kodova priložene ovoj studiji (vidi Dodatak B) i d) istraživanje uloge mainstream medija u dezinformacijskom svemiru automatskim otkrivanjem svih objava sa sadržajem koji potječe iz mainstream medija (poveznice, fotografije, videozapisi itd.) i analiziranje njihove upotrebe i svrhe u objavama.

## REFERENCE

Brautović, M. (2022). Izvještaj: Mapping COVID-19 disinformation ecosystem in Croatia. Pro-Fact.

Decuyper, M. (2020.). Visual Network Analysis: a qualitative method for researching sociomaterial practice. *Qualitative research*, 20(1), 73-90.

Eurobarometar, Standard 92 (2019.). Standardni Eurobarometer 92 (jesen 2019.). <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2255>

Posebno izvješće Eurobarometra br. 516: Znanje i stavovi europskih građana prema znanosti i tehnologiji. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2237>

Eurobarometar, Standard 94 (2021). Standardni Eurobarometer 94 (proljeće 2021). <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2355>

Eurobarometar, Standard 96 (2022.). Standardni Eurobarometer 96 (2021.-2022.). <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2553>

Grbeša, M. (2020.). Komuniciranje o pandemiji COVID-19: medijsko praćenje stožera i uporaba strategija uvjeravanja u Hrvatskoj. *Anali Hrvatskog politološkog društva: časopis za politologiju*, 17(1), 57-78.

Hawkins, Kirk A., Carlin, Ryan E., Littvay, Levente, Kaltwasser, Cristobal Rovira (eds.) 2019.). *The Ideational Approach to Populism: Concept, Theory, and Analysis*. Routledge.

Henjak, Andrija (2017.). Vjera u institucije i zadovoljstvo demokracijom u Hrvatskoj: ocjene na temelju političke pristranosti nasuprot ocjenama na temelju rezultata. *Hrvatska komparativna i javna uprava*, 17(3), 343–363.

Mudde, Cas (2004.). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39 (4), 541–563.

Oliveira, M., & Gama, J. (2012). An overview of social network analysis. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*, 2(2), 99-115.

Prato, A. (2019). The Abuse of Words: the Case of Euphemism. *American International Journal of Social Science*, 8 (3), 10-13.

Sproule, J. M. (2001.). Authorship and origins of the seven propaganda devices: A research note. *Rhetoric & Public Affairs*, 4(1), 135-143.

Tonković, M., Dumančić, F., Jelić, M., Čorkalo Biruški, D. (2021.). Who believes in COVID-19 conspiracy theories in Croatia? Prevalence and predictors of conspiracy beliefs. *Frontiers in Psychology*, 12.

van Zoonen, L. (2012.). I-Pistemology: Changing truth claims in popular and political culture. *European Journal of Communication*, 27(1), 56–67.

Veneti, A., Jackson, D. & Lilleker, D.G. (Eds.) (2019.). *Visual Political Communication*. Palgrave Macmillan.

Wardle, C. (2018.). 5 Lessons for Reporting in an Age of Disinformation. First Draft (27. prosinca). <https://firstdraftnews.org/articles/5-lessons-for-reporting-in-an-age-of-disinformation/>



## KODNA LISTA: FACEBOOK STRANICE

ID \_\_\_\_\_

### 1. Set podataka

1. Najutjecajniji
2. Superširitelji

### 2. Država porijekla Facebook stranice

1. Hrvatska
2. Srbija
3. Bosna I Hercegovina
4. Slovenija
5. Ostale države (ukoliko moguće, navesti koja)

### 3. Vrsta Facebook stranice

1. Privatni profil
2. Stranica (poslovna/brend)
3. Stranica (zajednica/javna ličnost)
4. Javna grupa
5. Privatna grupa
6. Događaj

### 4. Profil Facebook stranice

1. Stranica podrške (posvećena promociji (najčešće I glorifikaciji) osobe, primjerice Mislav Kolakušić, Ivan Pernar, Branimir Nestorović)
2. Specijalizirana (posvećena koroni / COVID-19)
3. Specijalizirana za neku drugu temu (koja?)
4. Politička
5. Satirična
6. Stranica za “vijesti”
7. Stranica za životni stil
8. Aktivistička stranica (posvećena borbi za “istinu”, “slobodu”, “iskupljenje”, “oslobođenje” itd.)
9. Transcendentna ili religiozna (primjerice, posvećena transcendentnim ili religioznim temama, duhovnom rastu ili sličnome)
10. Nešto drugo

**Napomena:** Ovo nije službena Facebook kategorizacija stranica. Potrebno je samostalno utvrditi samo-identifikaciju stranice, ili što je njezin glavni focus, te kodirati sukladno tome.

## DISKURS

5. **Sadrži li stranica teorije zavjera (primjerice, chemtrails, digitalna kontrola, zavjere o migrantima, cijepljenje, SAD i slično)?**
  1. Da
  2. Ne
  
6. **Suprotstavlja li stranica građane protiv elita?**
  1. Da
  2. Ne
  
7. **Identificira li stranica “opasne druge” (primjerice, migrante, seksualne ili etničke manjine, Europsku uniju itd.)?**
  1. Da
  2. Ne
  
8. **Sadrži li stranica religiozne reference (verbalne poput “Bog”, “Sotona”, ili vizualne simbole, poput križa i sličnog)?**
  1. Da
  2. Ne
  
9. **Sadrži li stranica nacionalističke reference ili simbole (verbalne, poput “domovina”, “mi Hrvati”, “braća Srbi”, ili vizualne, poput nacionalnih zastava itd.)?**
  1. Da
  2. Ne
  
10. **Uključuje li objava poziv na akciju (primjerice, “Nemojte se cijepiti!”, “Pridružite se prosvjedu!”, “Nemojte nositi maske!”, “Naučite djecu kako da odbiju testiranje”, itd.)?**
  1. Da
  2. Ne





## KODNA LISTA: FACEBOOK OBJAVE

### STRUKTURA

ID \_\_\_\_

#### 1. Set podataka

1. Najutjecajniji
2. Superširitelji
3. Faktograf.hr

#### 2. Država porijekla Facebook stranice koja je napravila objavu

1. Hrvatska
2. Srbija
3. Bosna I Hercegovina
4. Slovenija
5. Ostale države (navesti koja)

#### 3. Vrsta Facebook stranice koja je napravila objavu

1. Privatni profil
2. Stranica (poslovna/brend)
3. Stranica (zajednica/javna ličnost)
4. Javna grupa
5. Privatna grupa
6. Događaj

#### 4. Profil Facebook stranice koja je napravila objavu

1. Stranica podrške (posvećena promociji (najčešće I glorifikaciji) osobe, primjerice Mislav Kolakušić, Ivan Pernar, Branimir Nestorović)
2. Specijalizirana (posvećena koroni / COVID-19)
3. Specijalizirana za neku drugu temu (koja?)
4. Politička
5. Satirična
6. Stranica za “vijesti”
7. Stranica za životni stil
8. Aktivistička stranica (posvećena borbi za “istinu”, “slobodu”, “iskupljenje”, “oslobođenje” itd.)
9. Transcendentna ili religiozna (primjerice, posvećena transcendentnim ili religioznim temama, duhovnom rastu ili sličnome)
10. Nešto drugo

**Napomena:** Ovo nije službena Facebook kategorizacija stranica. Potrebno je samostalno utvrditi samo-identifikaciju stranice, ili što je njezin glavni focus, te kodirati sukladno tome.

## 5. Je li Facebook označio objavu kao lažnu informaciju?

1. Da
2. Ne

## 6. Razdoblje u kojem je objava napravljena:

1. Prvi val - ožujak - lipanj 2020.
2. Drugi val - kolovoz 2020. - veljača 2021.
3. Treći val - ožujak - lipanj 2021.
4. Četvrti val - kolovoz - prosinac 2021.
5. Peti val - srpanj 2022. -

## Objava sadrži:

- |                        |       |       |
|------------------------|-------|-------|
| <b>7. Tekst</b>        | 1. Da | 2. Ne |
| <b>8. Video</b>        | 1. Da | 2. Ne |
| <b>9. Poveznicu</b>    | 1. Da | 2. Ne |
| <b>10. Fotografiju</b> | 1. Da | 2. Ne |
| <b>11. Mim</b>         | 1. Da | 2. Ne |
| <b>12. Ilustraciju</b> | 1. Da | 2. Ne |

## TEME

### 13. Dominantna tema objave je:

1. Porijeklo pandemije I COVID-19 virusa (primjerice, virus je napravljen u laboratoriju itd.)
2. Cjepivo (porijeklo, posljedice, efektivnost ili svrhovitost, odbijanje cijepljenja itd.)
3. Protestiranje protiv mjera i/ili cjepiva (protest, bojkot COVID-19 mjera, mobiliziranje radi uključivanja u proteste, "ljudi se bude" itd.)
4. Općenita kritika pandemijskih mjera
5. Kritika nacionalnih pandemijskih mjera (primjerice hrvatskih, srpskih, kritika komunikacije kriznog stožera itd.)
6. Profit i/ili globalna zavjera velikih korporacija (primjerice velike farmaceutske tvrtke, Bill Gates, George Soros)
7. Zavjere protiv građana i/ili čovječanstva, s ciljem ugnjetavanja građana i stvaranja novog svjetskog poretka ("system totalne kontrole", ili slično)
8. Uvod u 5G mreže te njene posljedice
9. Nešto drugo (što?)

**Napomena:** Iako se u objavama javlja više od jedne teme, nastojte utvrditi koja je tema najdominantnija.

**Objava spominje:**

**14. Porijeklo/izvor pandemije i COVID-19 virusa**

1. Da
2. Ne

**15. Sastav cjepiva (primjerice, čipovi, e.g., chips, fetusi)**

1. Da
2. Ne

**16. Posljedice cjepiva (primjerice, izaziva smrt i slično)**

1. Da
2. Ne

**17. Neefikasnost cjepiva**

1. Da
2. Ne

**18. Farmaceutska industrija i njezin pandemijski profit**

1. Da
2. Ne

**19. Bill Gates**

1. Da
2. Ne

**20. Globalna zavjera protiv čovječanstva**

1. Da
2. Ne

**21. Sadrži li objava kritike pandemijskih mjera (primjerice, COVID-19 potvrda, mjera zatvaranja ili sličnog)?**

1. Da
1. Ne

## IZVORI I AUTORITETI

### 22. Izvor korišten u objavi za potkrepljenje glavnog argumenta:

1. Hrvatski mainstream medij
2. Strani mainstream medij
3. Alternativni medij (izvan mainstreama)
4. Alternativni YouTube kanal
5. Facebook objava pojedinca
6. Medicinarski časopis
7. Nešto drugo
8. Bez izvora

**Napomena:** Ako kodirate 1 ili 2, napišite ime medija.

### 23. Akteri spomenuti u objavi radi potkrepljenja glavnog argumenta:

1. Poznata ličnost (primjerice, Novak Đoković, Toni Cetinski, Jordan Peterson ...)
2. Hrvatski doktor ili znanstvenik
3. Strani doktor ili znanstvenik (primjerice, Dr. Branimir Nestorović)
4. Općenito “stručnjaci” ili “znanstvenici”, bez spomena imena
5. Političar (primjerice, Marin Miletić, Mislav Kolakušić, Zoran Milanović ...)
6. “Obični ljudi” (poznanci, studenti, sudionici na demonstracijama, ljudi koji su prosljedili svoja svjedočanstva itd.)
7. Netko drugi
8. Nije naveden akter

**Napomena:** Ako kodirate 1, 2, 3 ili 4, napišite ime aktera.

### 24. Kritizira li objava znanstvenika/znanstvenice koje zagovaraju cijepljenje/mjere/tvrdnje o opasnosti COVID-19?

1. Da, kritizira njegovu/njezinu/njihovu tezu i izjave
2. Da, propituje njegov/njezin/njihov znanstveni kredibilitet
3. Da, kritizira njegove/njezine/njihove teze i izjave te propituje njegov/njezin/njihov znanstveni kredibilitet
4. Ne

**25. Kritizira li objava hrvatske institucije (krizni stožer, Vladu, Hrvatski zavod za javno zdravstvo, ministarstva...) i/ili njihove pandemijske mjere, izjave i aktivnosti?**

1. Da
2. Ne

**26. Kritizira li objava izvještaje mainstream medija (primjerice, “oni lažu”, “skrivaju istinu od tebe”...)?**

1. Da
2. Ne

## **DISKURSI I PROPAGANDNE TEHNIKE**

**27. Suprotstavlja li objava građane naspram elita (primjerice, “Oni uživaju dok ljudi pate.”)**

- Da
- Ne

**28. Sadrži li objava reference na “opasne druge” (na grupu koja navodno ugrožava ljude i “nas”, poput “migranta koji su nam donijeli COVID-19”, cijepljenih ljudi, Kineza itd.).**

1. Da
2. Ne

**29. Upotrebljava li objava “bandwagon” tehniku? (stvaranje impresije kako se svi bave jednom stvari – “skok u kola”. Primjerice, “masovna podrška”, “svi se pridružuju protestima”, “ljudi se dižu”, itd.).**

1. Da
2. Ne

**Napomena:** Obratite pažnju na vizualne aspekte objave. “Bandwagon” efekt može biti izazvan i putem fotografija.

**30. Sadrži li objava prisutnost straha, primjerice nastoji li objava zastrašiti nekoga?**

- Da
- Ne

**31. Sadrži li objava religiozne reference (verbalne poput “Bog” i “Sotona”, ili vizualne, poput križa I sličnog?**

1. Da
2. Ne

**Napomena:** Navedite ih.

**32. Sadrži li stranica nacionalističke reference ili simbole (verbalne, poput “domovina”, “mi Hrvati”, “braća Srbi”, ili vizualne, poput nacionalnih zastava itd.?)**

1. Da
2. Ne

**33. Sadrži li objava “prazne označitelje” (primjerice, sloboda, spašenje, novo normalno itd.)?**

1. Da
2. Ne

**34. Sadrži li objava “prozivanje” ili “stereotipiziranje” (primjerice, COVID-diktator, COVID-fašizam, nacisti, Treći Reich)?**

1. Da
2. Ne

**35. Teži li objava podcjenjivanju opasnosti COVID-19 virusa (primjerice, “to je gripa, stope smrtnosti su pretjerane” itd.)?**

1. Da
2. Ne

**36. Sugerira li objava da su dijeljene informacije u njoj “ekskluzivne” (primjerice, “Nećete ovo pronaći u medijima”)?**

1. Da
2. Ne

**37. Uključuje li objava poziv na akciju (primjerice, “Nemojte se cijepiti!”, “Pridružite se prosvjedu!”, “Nemojte nositi maske!”, “Naučite djecu kako da odbiju testiranje”, itd.)?**

1. Da
2. Ne



**MARIJANA GRBEŠA ZENZEROVIĆ** je docentica na Fakultetu političkih znanosti, Sveučilišta u Zagrebu, gdje vodi kolegije vezane za medije, komunikacijske istraživačke metode, politički marketing te strateško komuniciranje u politici. Bila je gostujući profesor na Penn State sveučilištu, u Lehigh Valley. Prethodno je bila voditeljica Škole novinarstva te prodekanica za međunarodne odnose Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu, kao i članica pregovaračkog tima za poglavlje 25., Znanost i istraživanje, Hrvatskog procesa pristupa EU te hrvatska predstavница u Europske znanstvene zaklade. Autorica je više od 30 knjiga, poglavljia te znanstvenih radova na temu medija, političke komunikacije i populizma. Istraživačica je u sklopu EU projekta “Pro-fact: Razotkrivanje COVID-19 dezinformacijskih narativa u Hrvatskoj istraživanjem, provjerom točnosti činjenica i edukacijom”. Radila je kao predavačica, medijska konzultantica te strategistica za izborne kampanje u nekoliko južnoeuropskih država. Glavna je urednica za znanstveni časopis Medijske studije. Dobitnica je nekoliko akademskih te profesionalnih potpora i nagrada.

**MILICA VUČKOVIĆ** je istraživačica te asistentica na Fakultetu političkih znanosti, Sveučilišta u Zagrebu. Svoj je doktorat stekla u području komunikacijskih znanosti na Fakultetu društvenih znanosti u Ljubljani, gdje se specijalizirala za digitalnu političku komunikaciju. Prethodno je diplomirala politologiju na Central European University te novinarstvo na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu.

Trenutačno vodi nekoliko kolegija: Mediji i politika; Politička komunikacija; te Propaganda i dezinformacije. Glavni istraživački interesi joj se tiču političke komunikacije na digitalnim platformama. Također surađuje na nekoliko aktualnih istraživačkih projekata. Prije dolaska na Fakultet političkih znanosti, Milica je radila kao specijalistica javnih odnosa, s fokusom na izborne kampanje.



Projekt “Pro-fact: Razotkrivanje COVID-19 dezinformacijskih narativa u Hrvatskoj istraživanjem, provjerom točnosti činjenica i edukacijom” multidisciplinarno i intersekcionalno pristupa COVID-19 dezinformacijama. Istraživanjem, jačanjem svijesti te upotrebom metoda gradnje kapaciteta, projekt sustavno pristupa društvenom, političkom i zdravstvenom problem širenja COVID-19 dezinformacijskih kampanja. Svojim aktivnostima nastoji efikasno identificirati hrvatske COVID-19 dezinformacijske kampanje, osnažiti kapaciteta hrvatskog multidisciplinarnog tima za uočavanje i suprotstavljanje dezinformacijskim kampanjama te povećati kompetencije hrvatskih novinarki i javnosti za medijsku pismenost. Koordinator projekta je Gong, a partnerice su Fakultetom političkih znanosti u Zagrebu, Sveučilištem u Dubrovniku, Faktografom, Fakultetom elektrotehnike i računarstva.

