



Broj: 03/10-50-19-124-13/18
Sarajevo, 31.07.2018.

Istraživanje broj: 282
Vrsta istraživanja: INF

LAŽNE VIJESTI - "FAKE NEWS"

Pripremila:
Nihada Jeleč

Deskriptor: komunikacija, dezinformacija

Istraživanje je namijenjeno poslanicima i delegatima, koji mogu postaviti dodatna pitanja, sugestije i komentare na email adresu: istrazivacki.sektor@parlament.ba.

Javnost Bosne i Hercegovine može komentirati radove, ali Istraživački sektor nema mogućnost da odgovara na komentare i diskutira o istraživanju.

Informacije navedene u sadržaju istraživanja važeće su u trenutku pripreme istraživanja i one se ne ažuriraju nakon objave istraživanja.

Istraživanje ne odražava zvaničan stav Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine (PSBiH).

Sadržaj

I. Uvod	3
II. Definiranje pojma „lažne vijesti”	3
III. Uzroci nastanka i utjecaja lažnih vijesti.....	5
IV. Njemački odgovor na širenje lažnih vijesti	6
V. Donošenje novih zakona i suzbijanje lažnih vijesti u Francuskoj	10
VI. Novi zakon usmjeren na suzbijanje lažnih vijesti u Irskoj	12
VII. Mjere Evropske unije za borbu protiv dezinformacija na internetu	13
VIII. Kratko objašnjenje pojmova koji su korišteni u istraživanju	14
IX. Izvori.....	15

LAŽNE VIJESTI - "FAKE NEWS"

I. Uvod

Terminom „lažne vijesti“ ili „*fake news*“ naziva se fenomen koji se na Zapadu trenutno smatra jednom od najvećih prijetnji demokraciji, slobodnim izborima i općenito društvu. Ovaj termin često koristi američki predsjednik Donald Trump. Osim toga, dva ugledna rječnika proglasila su „*fake news*“ za riječ godine - *Macquarie Dictionary* u 2016.¹ i *Collins English Dictionary* u 2017. godini.

„Lažne vijesti i govor mržnje u centru su rasprava otkako je Donald Trump pobijedio na predsjedničkim izborima 2016. Političari širom svijeta plaše se utjecaja društvenih medija i širenja lažnih vijesti, koje potiču populizam i otežavaju razlikovanje od tradicionalnih medija.”² Lažne vijesti se često povezuju s *botovima*, posebnim serverima koji ih postavljaju na društvene stranice i portale. Pored toga, u našoj regiji termin „botovi” označava i političke aktiviste koji na internetskim portalima i društvenim medijima (besplatno ili uz naknadu) pišu naručene pozitivne i negativne komentare te provode ostale *online* aktivnosti. Cilj kreiranja i širenja lažnih vijesti obično je ekonomski interes, ali i politički i ideološki.

Ovaj istraživački rad pojašnjava pojam „lažne vijesti“, objašnjava razliku između „lažnih vijesti“ i ostalih sličnih termina, navodi informacije koje su vezane za taj aktuelni fenomen, kao i planirane mjere koje Evropska unija i njene države članice uvode kao odgovor na njega, s posebnim akcentom na Njemačku, Francusku i Irsku, s obzirom na to da je u Njemačkoj donesen relevantni zakon, a u Francuskoj i Irskoj je prijedlog takvog zakona u parlamentarnoj proceduri.

II. Definiranje pojma „lažne vijesti”

Općenito se „lažne vijesti“, odnosno „*fake news*“ odnose na obmanjujući sadržaj koji se nalazi na internetu, posebno u društvenim medijima, i kojim, najčešće anonimni autori, nastoje da manipuliraju javnim mnijenjem. Iako ne postoji univerzalna definicija, navest ćemo neka pojašnjenja ovog pojma koja smo pronašli u svjetski uglednim i relevantnim izvorima.

Rječnik Univerziteta Cambridge definira lažne vijesti kao „lažne priče koje izgledaju kao vijesti, koje se šire internetom ili se koriste u drugim medijima, obično stvorene da utječu na politička mišljenja ili kao šala.”³ S druge strane, rječnik Univerziteta Oxford precizira da su to „lažni izvještaji o događajima, pisani i čitani na internetskim stranicama.”⁴

¹ Izvor: internetska stranica *The Macquarie Dictionary* <https://www.macquariedictionary.com.au/news/view/article/436/>; internetska stranica *The Collins English Dictionary* <https://www.collinsdictionary.com/woty> (datum pristupa 24. juli 2018.)

² Tekst *Internet Intermediary Liability Reloaded – The New German Act on Responsibility of Social Networks and its (In-) Compatibility with European Law*, autor prof.dr. Gerald Spindler, 8 (2017), JIPITEC – Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law.

Izvor: internetska stranica JIPITEC <https://www.jipitec.eu/issues/jipitec-8-2-2017/4567> (datum pristupa 24. juli 2018.)

³ Izvor: internetska stranica Univerziteta Cambridge <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news> (datum pristupa 24. juli 2018.)

⁴ Izvor: internetska stranica Univerziteta Oxford <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news> (datum pristupa 24. juli 2018.)

Biblioteka Univerziteta Michigan⁵ je lažne vijesti definirala kao „vijesti/priče koje su lažne: priče su same po sebi fabricirane, bez provjerljivih su činjenica, izvora ili citata.“ Lažne vijesti postoje u širem sistemu pogrešnih informacija i dezinformacija. Univerzitet Michigan objašnjava razliku između pogrešne informacije i dezinformacije: „pogrešna informacija je neistinita ili netačna, ona je greškom ili nehotice stvorena ili proširena, ali njena namjera nije da obmane“ čitaoca, dok je dezinformacija „neistinita informacija koja se namjerno kreira i širi s ciljem da utječe na javno mišljenje ili da zamagli istinu.“

Biblioteka Univerziteta John Hopkins⁶ objašnjava razliku između pojmova informacija, propaganda, pogrešna informacija (*misinformation*) i lažna informacija (*disinformation*).

- Osnovna, **obična informacija** je set podataka u određenom kontekstu. Drugim riječima, informacije nam govore nešto što je razumljivo i što ima potencijal da postane znanje kada ih kritički pogledamo u vezi s onim što već znamo. Informacije trebaju uvijek biti tačne, nepristrasne i korisne za određenu svrhu.
- **Propaganda** je obično pogrešno korišten pojam. Zbog historijskog korištenja, kao što je ime nečasnog Nacionalnog ministarstva za narodno prosvjetljenje i propagandu, kojim je rukovodio Joseph Goebbels u nacističkoj vladi Njemačke, mnogi ljudi povezuju propagandu sa zapaljivim govorom ili pisanjem koje nije utemeljeno na činjenicama. U stvarnosti, propaganda može biti izvedena iz činjenica koje su prikazane na način da izazovu željeni učinak. Propaganda je definirana kao „*sistemska širenje informacija ili ideja od strane zainteresirane strane na posebno tendenciozan način, što bi trebalo potaknuti određeni odnos ili odgovor. Propaganda su i ideje, doktrine itd., koje se šire na takav način.*“ (iz *Oxford English Dictionary*). Govori u političkim kampanjama i saopćenja političkih stranaka su često, u stvarnosti, oblik propagande.
- **Pogrešna informacija** je opisana izrekom: „Niko nije savršen“. Pogrešna informacija je definirana kao čin pogrešnog informiranja ili stanje pogrešne informiranosti. Od propagande se razlikuje po tome što se uvijek odnosi na nešto što nije istinito. Pogrešna informacija nije namjerna, samo je pogrešna. Jedan od najčešćih oblika pogrešnih informacija na internetu, posebno onih koje se šire putem e-maila, jeste širenje urbanih legendi. Urbane legende su izmišljene ili neistinite priče koje prenose ljudi koji u njih vjeruju i osjećaju potrebu da „obavijeste“ i druge. Urbane legende ponekad dolaze od ljudi sa zlim namjerama, a postaju pogrešne informacije kada ih ponavljaju zavedeni ljudi sa iskrenim namjerama.
- Posljednje pojašnjenje se odnosi na **lažne informacije ili dezinformacije**. Dezinformacija je namjerno širenje netačnih informacija. Postoje slučajevi kada su vlade na različite načine posredovale lažne informacije stranim vlastima ili medijima kako bi utjecale na politiku onih kojima su bile namijenjene. Jedna od najzlogasnijih upotreba dezinformacija je bila širenje antisemitskih govora i drugih sadržaja nacističke stranke u Njemačkoj 30-ih i 40-ih godina 20. stoljeća. Međutim, dezinformiranje se nije završilo s Drugim svjetskim ratom. U sadašnjosti, internet je postao izvrstan način za dezinformiranje.

⁵ "Fake News", *Lies and Propaganda: How to Sort Fact from Fiction*. Izvor: internetska stranica Biblioteke Univerziteta Michigan <https://guides.lib.umich.edu/fakenews> (datum pristupa 24. juli 2018.)

⁶ Izvor: internetska stranica Biblioteke Univerziteta John Hopkins <https://guides.library.jhu.edu/evaluate/propaganda-vs-misinformation> (datum pristupa 23. juli 2018.)

III. Uzroci nastanka i utjecaja lažnih vijesti

Na internetskoj stranici Univerziteta Stanford⁷ objavljena je analiza pod nazivom „Društveni mediji i lažne vijesti na izborima 2016. godine”, u kojoj se navode zanimljive informacije vezane za fenomen lažnih vijesti, koje su kreirane i dijeljene putem društvenih mreža i općenito na internetu u vrijeme predizborne kampanje za američke predsjedničke izbore 2016. godine. Ukratko, analizirane su naučene lekcije iz navedene kampanje. U nastavku navodimo najzanimljivije dijelove ove analize.

„Američka demokracija je u više navrata 'ošamarena' promjenama u medijskoj tehnologiji. ... Nedavno je fokus zabrinutosti prebačen na društvene medije. Platforme društvenih medija, kao što je *Facebook*, imaju dramatično drugačiju strukturu u odnosu na prethodne medijske tehnologije (*novine, radio i televiziju*). Sadržaj se može prenositi među korisnicima bez značajnog filtriranja treće strane, bez provjere činjenica ili uredničke procjene. Svaki korisnik bez iskustva ili reputacije, u nekim slučajevima, može doći do velikog broja čitatelja kao i *Fox News, CNN* ili *New York Times*. ... I pored duge historije lažnih vijesti, nekoliko je razloga koji govore da lažne vijesti dobijaju sve veću važnost. Barijere ulaska u medijsku industriju, koje su ograničavale lažno izvještavanje, naglo su srušene. Sada je lako postaviti internetske stranice i unovčiti internetski sadržaj putem reklamnih platformi. ... Društveni mediji, čija je upotreba naglo porasla, pogodni su za širenje lažnih vijesti. ... Istraživanja su pokazala nastavak opadanja „povjerenja“ u masovne medije, što bi moglo biti uzrok i posljedica zbog koje lažne vijesti dobijaju više pažnje.

Kreatori lažnih vijesti - Članci s lažnim vijestima potiču s nekoliko vrsta internetskih stranica, npr. neke stranice su u potpunosti uspostavljene da postavljaju namjerno izmišljene i obmanjujuće članke. ... Imena ovih stranica su često odabrana da izgledaju kao legitimne novinske organizacije. Druge satirične stranice sadrže članke koji mogu biti tumačeni kao činjenični kada se izvade iz konteksta. Neke stranice objavljuju mješavinu činjeničnih članaka, često sa pristrasnim izvrtanjem, zajedno s nekim lažnim člancima. Internetske stranice s lažnim vijestima imaju tendenciju da budu kratkotrajne i mnoge koje su bile važne do izbora 2016. godine u SAD-u više ne postoje. Odvojena istraživanja *BuzzFeed-a* i *Guardian-a* otkrila su da su tinejdžeri iz makedonskog gradića Velesa vodili više od 100 stranica koje su postavljale lažne vijesti. Endingthefed.com, stranicu koja je bila odgovorna za četiri od deset najpopularnijih priča s lažnim vijestima na *Facebook-u*, vodio je 24-godišnji Rumun.

Razlog objavljivanja lažnih vijesti - Čini se da postoje dvije osnovne motivacije za objavljivanje lažnih vijesti. Prva je novčana: članci koji postanu viralni⁸ u društvenim medijima mogu privući značajne marketinške prihode kada korisnici kliknu na originalnu stranicu. ... Druga motivacija je ideološka. ...”⁹

⁷ Analiza *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, autori Hunt Allcott i Matthew Gentzkow, *Journal of Economic Perspective*, br. 2, proljeće 2017. str. 211–236. Izvor: internetska stranica Univerziteta Stanford <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf> (datum pristupa 24. juli 2018.)

⁸ Prema internetskom rječniku Univerziteta Cambridge, pojam viralan se koristi kako bi se opisalo nešto što veoma brzo postane veoma popularno ili poznato objavom na internetu ili slanjem od osobe do osobe e-mailom, telefonom itd. Izvor: internetska stranica *Online Cambridge Dictionary* <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/viral?q=viral%2B> (datum pristupa 25. juli 2018.)

⁹ Analiza *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, autori Hunt Allcott i Matthew Gentzkow, *Journal of Economic Perspective* br. 2, proljeće 2017. str. 211–236.

IV. Njemački odgovor na širenje lažnih vijesti

S obzirom na to da su se samoregulacijski mehanizami društvenih medija, prema uvjerenju njemačke Vlade, pokazali nezadovoljavajućima, Njemačka je donijela novi zakon koji je usmjeren na borbu protiv „lažnih vijesti“ i „krivičnih djela počinjenih iz mržnje“ na društvenim mrežama - Zakon za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama.¹⁰ Na snazi je od 1. oktobra 2017. godine i, prema njegovim odredbama, nezakoniti internetski sadržaj mora biti uklonjen (tj. brisan) ili blokiran nakon podnesene žalbe. Zbog kršenja odredbi ovog zakona platforma društvene mreže može biti kažnjena novčanom kaznom do 50 miliona EUR-a.

Primjena Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama - Kako je definirano u članu 1., ovaj zakon se primjenjuje na pružatelje odnosno *provajdere* telemedijskih usluga koji, u svrhu sticanja profita, upravljaju *online* platformama koje su kreirane da korisnicima omoguće dijeljenje svakog sadržaja s drugim korisnicima ili da takav sadržaj učine dostupnim javnosti (društvene mreže). Platforme koje nude novinarske ili uredničke sadržaje, čija odgovornost leži na samom *provajderu* usluga, ne predstavljaju društvene mreže u smislu ovog zakona. Isto se primjenjuje i na platforme kreirane da omoguće individualnu komunikaciju ili širenje specifičnog sadržaja.¹¹ *Provajder* društvene mreže izuzet je iz obaveza propisanih u članu 2. i članu 3. (*obaveza izvještavanja i postupanja sa žalbama na nezakoniti sadržaj*), ukoliko društvena mreža ima manje od dva miliona registriranih korisnika u Saveznoj Republici Njemačkoj.¹²

*„Ova odredba ima cilj da izuzme iz okvira zakona profesionalne mreže, specijalističke portale, online igre, prodajne platforme i messenger usluge“.*¹³

Nezakoniti sadržaj je u smislu stava (1) člana 1. sadržaj koji ispunjava zahtjeve krivičnih djela opisanih u članovima 86, 86a, 89a, 91, 100a, 111, 126, od 129. do 129b, 130, 131, 140, 166, 184b u vezi s 184d, od 185. do 187, 241. ili 269. Krivičnog zakonika.¹⁴

Navedeni članovi Krivičnog zakonika Njemačke¹⁵ odnose se na sljedeća krivična djela:

- član 86. - širenje propagandnog materijala neustavnih organizacija,
- član 86a. - korištenje simbola neustavnih organizacija,
- član 89a. - priprema teškog krivičnog djela koje ugrožava državu,
- član 91. - poticanje počinjenja teškog krivičnog djela koje ugrožava državu,
- član 100a. - izdajničko krivotvorenje,
- član 111. - javno podsticanje na krivično djelo,
- član 126. - kršenje javnog mira prijetnjom počinjenja krivičnih djela,

¹⁰ Zakon za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama (njem. *Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken – NetzDG*). Integralni tekst njemačkog Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama nalazi se na sljedećoj internetskoj stranici Saveznog ministarstva pravde i zaštite potrošača <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/BJNR335210017.html>, a na engleskom jeziku dostupan je na https://www.bmjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (datum pristupa 11. juli 2018.)

¹¹ Član 1. st. (1) Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama

¹² Član 1. st. (2) Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama

¹³ Tekst *Network Enforcement Act in a nutshell*, 31. januar 2018. godine, autor dr. Stefan Engels. Izvor: internetska stranica <https://blogs.dlapiper.com/iptgermany/2018/01/31/network-enforcement-act-in-a-nutshell/> (datum pristupa 9. juli 2018.)

¹⁴ Član 1. st. (3) Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama

¹⁵ Integralni tekst Krivičnog zakonika Njemačke na engleskom jeziku dostupan je na internetskoj stranici Saveznog ministarstva pravde i zaštite potrošača https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_stgb/englisch_stgb.html#p0138 (datum pristupa 16. juli 2018.)

- od člana 129. do člana 129.b - osnivanje kriminalnih organizacija i osnivanje terorističkih organizacija,
- član 130. - poticanje mržnje,
- član 131. - širenje slika nasilja,
- član 140. - nagrađivanje i odobravanje krivičnih djela,
- član 166. – klevetanje religija, religijskih i ideoloških udruženja,
- član 184b. u vezi s 184d. - distribucija pornografije u vezi s distribucijom pornografskih djela prikazivanjem na televiziji, putem medijskih servisa ili telekomunikacijskih servisa,
- članovi 185. do 187. - uvreda, kleveta i namjerna kleveta,
- član 241. prijetnja počinjenjem krivičnog djela,
- član 269. falsificiranje podataka namijenjenih za pružanje dokaza.

„Njemački zakonodavac namjerno je izabrao širu definiciju pojma 'društvena mreža'. Zakon je jasno usmjeren na društvene platforme za razmjenu, koje su kreirane da omoguće individualnu komunikaciju, budući da zakon ima za cilj borbu protiv govora mržnje i dijeljenja kriminalnog sadržaja (protuustavnog, terorističkog, dječije pornografije itd, ali i klevete). Njemački zakonodavac očekuje da će se zakon primjenjivati samo na deset društvenih mreža, što je veoma malo imajući u vidu široku definiciju koja nakon toga zahtijeva bliže tumačenje“.¹⁶

Obaveza izvijestavanja za provajdere društvenih mreža - Zakon u članu 2. propisuje obavezu izvijestavanja koju imaju provajderi društvenih mreža u određenim uvjetima. Provajderi društvenih mreža koji godišnje dobiju više od 100 žalbi na nezakoniti sadržaj dužni su da pripremaju polugodišnje izvještaje na njemačkom jeziku o postupanju sa žalbama na nezakoniti sadržaj na njihovim platformama i dužni su da te izvještaje objave u Saveznim službenim novinama i na svojoj internetskoj stranici najkasnije mjesec dana poslije navedenog polugodišta. Izvještaji koji se objavljuju na internetskoj stranici moraju biti prepoznatljivi, imati direktan pristup i trajno dostupni. Minimum aspekata koje izvještaj pokriva propisan je u stavu (2) istog člana zakona.

Postupanje sa žalbama na nezakoniti sadržaj - Procedura postupanja sa žalbama na nezakoniti sadržaj, objavljen na internetu, propisana je u članu 3. zakona na sljedeći način:

- (1) *Provajder društvene mreže provodi efikasnu i transparentnu proceduru postupanja sa žalbama na nezakoniti sadržaj u skladu s članovima (2) i (3). Provajder pruža korisnicima lako prepoznatljivu, direktnu i trajno dostupnu proceduru za podnošenje žalbi na nezakoniti sadržaj.*
- (2) *Procedura osigurava da provajder društvene mreže:*
 - *odmah uzima u obzir žalbu i provjerava da li je sadržaj, prijavljen u žalbi, nezakonit i predmet uklanjanja ili da li pristup sadržaju mora biti blokiran,*
 - *uklanja ili blokira pristup sadržaju koji je očigledno nezakonit u roku od 24 sata od prijema žalbe; ovo se ne primjenjuje ako se društvena mreža dogovorila s nadležnim organom za provođenje zakona o dužem periodu brisanja ili blokiranja svakog nezakonitog sadržaja,*
 - *odmah uklanja ili blokira pristup svakom nezakonitom sadržaju, generalno u roku od*

¹⁶ Tekst *Germany's new hate speech act in force: what social network providers need to do now*, autori Andreas Splittgerber i Friederike Detmering, objavljen 2. oktobra 2017. godine. Izvor: internetska stranica *Technology Law Dispatch* <https://www.technologylawdispatch.com/2017/10/social-mobile-analytics-cloud-smac/germanys-new-hate-speech-act-in-force-what-social-network-providers-need-to-do-now/> (datum pristupa 9. juli 2018.)

7 dana od prijema žalbe; sedmodnevni rok može biti prekoračen ako:

- a) odluka o nezakonnosti sadržaja zavisi od prirode lažnih navoda ili je jasno zavisna od drugih činjeničnih okolnosti; u takvim slučajevima društvena mreža može korisniku dati mogućnost da odgovori na žalbu prije donošenja odluke;
 - b) društvena mreža upućuje odluku, koja se odnosi na nezakonnost, priznatoj samoregulacijskoj instituciji u skladu sa stavovima od (6) do (8) u roku od 7 dana od prijema žalbe i slaže se da prihvati odluku te institucije,
- u slučaju uklanjanja, zadržava sadržaj kao dokaz i čuva ga u tu svrhu na osnovu Direktive 2000/31/EZ i Direktive 2010/13/ Evropske unije u periodu od deset sedmica,
 - odmah obavještava podnosioca žalbe i korisnika o svakoj odluci i navodi im razloge za odluku.
- (3) Procedura osigurava da se svaka žalba, zajedno s poduzetom mjerom popravljjanja situacije dokumentira prema Direktivi 2000/31/EC i Direktivi 2010/13/ Evropske unije.
 - (4) Rukovodstvo društvene mreže nadzire postupanje sa žalbama kroz mjesečne provjere. Bilo kakav organizacijski nedostatak u postupanju sa žalbama odmah se popravlja. Rukovodstvo društvene mreže nudi licima zaduženim za obradu žalbi redovne obuke i programe podrške na njemačkom jeziku, najmanje jednu svakih šest mjeseci.
 - (5) Procedure u skladu sa stavom (1) može nadzirati agencija koju je za te poslove zadužio upravni organ naveden u članu 4. (*Savezni pravni ured*).¹⁷

U nastavku ovog člana zakona, u stavovima od (6) do (9) detaljno je navedeno koje samoregulirajuće institucije su priznate u smislu ovog zakona, kao i procedura njihovog priznavanja.

„Nezakonniti sadržaj je sadržaj koji se dijeli na društvenim mrežama s drugim korisnicima ili na druge načine bude učinjen javno dostupnim i čija nezakonnost je navedena u odredbama njemačkog Krivičnog zakonika, prema članu 1. Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama. Navedene odredbe odnose se na krivična djela protiv demokratske države, javnog reda, lične časti i seksualne orijentacije. Sadržaj je 'očigledno nezakonnit' ukoliko nezakonnost može biti utvrđena u roku od 24 sata bez dublje provjere i uz razumne napore, npr. odmah od strane obučenog osoblja. U praksi je teško procijeniti da li je sadržaj 'očigledno nezakonnit', posebno u vezi s namjerom korisnika. Prema zakonodavcu, u slučaju dvojbe, sadržaj se neće smatrati očigledno nezakonnitim, već će se izvršiti sveobuhvatnija procjena nezakonnosti sadržaja u roku od sedam dana.“¹⁸

Sankcije za nepoštivanje propisa - Zakon u članu 4. propisuje novčane kazne za nepoštivanje njegovih odredbi. Prekršajem u smislu ovog zakona smatra se postupanje svakog lica koje, namjerno ili nenamjerno:

- propusti da pripremi izvještaj, da ga pripremi korektno, da ga kompletira ili pripremi na vrijeme, ili propusti da objavi korektno, kompletno, objavi u propisanom obliku ili objavi na vrijeme;
- propusti da uspostavi propisanu proceduru za postupanje sa žalbama koje su dostavili organi za žalbe ili korisnici čije se mjesto boravka ili sjedište nalazi u Saveznoj Republici Njemačkoj, ili da uspostavi korektnu ili kompletnu proceduru;
- propusti da postupa sa žalbama ili da ih korektno nadzire;

¹⁷ Član 3. st. (1), (2), (3), (4) i (5) Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama

¹⁸ Tekst *Germany's new hate speech act in force: what social network providers need to do now*, autori Andreas Splittgerber i Friederike Detmering od 2. oktobra 2017. godine

- propusti da ispravi organizacijski nedostatak ili da ga ispravi pravovremeno;
- propusti da pravovremeno ponudi obuku ili podršku.

Za navedene prekršaje može biti izrečena novčana kazna do pet miliona eura.

Za prekršaje koje počini bilo koje lice može biti izrečena novčana kazna u iznosu do 500.000 eura, ukoliko, namjerno ili nenamjerno,

- propusti da imenuje ovlaštenog zastupnika u Saveznoj Republici Njemačkoj ili da imenuje lice u Saveznoj Republici Njemačkoj ovlašteno za primanje zahtjeva za informacijama od njemačkih organa za provedbu zakona; ili
- propusti da odgovori na zahtjeve za informacijama dok djeluje kao lice ovlašteno za prijem tih zahtjeva.

U članu 4. Zakona je navedeno i to da se primjenjuje član 30. stav (2) rečenica 3. Zakona o prekršajima, koji uređuje novčane kazne koje se izriču pravnim licima i udruženjima i u kojem je navedeno da će se, ako se *neki drugi zakon* poziva na tu odredbu, maksimalni iznos kazne pomnožiti sa deset. To znači da *provajderima društvenih mreža* može biti izrečena novčana kazna do 50 miliona eura.

Prekršaj može biti sankcioniran čak i ako nije počinjen u Saveznoj Republici Njemačkoj.¹⁹

„Zakon se primjenjuje na njemačke i nenjemačke društvene mreže na kojima se Nijemci mogu registrirati. U obrazloženju člana 4. stav (3) navedeno je da se obaveze predviđene zakonom i odgovarajuće kazne primjenjuju i na djelovanje stranih kompanija.“²⁰

Upravni organ u smislu člana 36. st. (1) Zakona o prekršajima je Savezni pravni ured. Savezno ministarstvo pravde i zaštite potrošača, zajedno sa Saveznim ministarstvom unutrašnjih poslova i Saveznim ministarstvom za ekonomske poslove i energetiku, propisuje opće upravne principe primjene diskrecionog prava prekršajnog organa u pokretanju procedure i izračunavanju novčane kazne.²¹

Ukoliko upravni organ želi da donese odluku oslanjajući se na činjenicu da je sadržaj, koji nije uklonjen ili blokiran, nezakonit u smislu člana 1. stav (3), prvo dobija sudsku odluku kojom se utvrđuje ta nezakonitost. Sud nadležan za predmet je sud koji odlučuje o prigovoru na rješenje o novčanoj kazni. Zahtjev za preliminarnu odluku predaje se sudu zajedno sa izjavom društvene mreže. O zahtjevu može biti donesena odluka bez usmenog saslušanja. Odluka se ne može osporavati i obavezujuća je za upravni organ.²²

„Za prekršaje koje su počinili pojedinci može biti izrečena novčana kazna do pet miliona eura i do 50 miliona eura za samog provajdera platforme.“²³

Ovlašteni zastupnik - Provajderi društvenih mreža bez odlaganja imenuju ovlaštenog zastupnika u Saveznoj Republici Njemačkoj i tu informaciju objavljuju na svojoj platformi na prepoznatljiv i direktno pristupačan način. To lice može primati dostavu (pismena) u

¹⁹ Član 4. st. (3) Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama

²⁰ Tekst *Germany's new hate speech act in force: what social network providers need to do now*, autori Andreas Splittgerber i Friederike Detmering od 2. oktobra 2017. godine

²¹ Član 4. st. (4) Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama

²² Član 4. st. (5) Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama

²³ Tekst *Germany's new hate speech act in force: what social network providers need to do now*, autori Andreas Splittgerber i Friederike Detmering od 2. oktobra 2017. godine

postupcima iz člana 4. ili u sudskim postupcima pred njemačkim sudovima u vezi sa širenjem nezakonitog sadržaja. Isto važi i za dostavljanje dokumenata kojima se pokreću ti postupci.²⁴

Kako bi omogućile prijem zahtjeva za informacijama od njemačkih organa za provođenje zakona, *društvene mreže* imenuju lice ovlašteno za prijem tih zahtjeva u Saveznoj Republici Njemačkoj. To lice je dužno da odgovori na zahtjev za informacijama u roku od 48 sati od prijema. U slučajevima u kojima nisu dostavljene detaljne tražene informacije, u odgovoru se navode i razlozi za to.²⁵

V. Donošenje novih zakona i suzbijanje lažnih vijesti u Francuskoj

U parlamentarnoj proceduri francuskog Parlamenta trenutno se nalaze dva zakona koji su usmjereni na borbu protiv lažnih vijesti na internetu, radiju i televiziji. Jedan se odnosi općenito na izbore u Francuskoj, a drugi specifično na predsjedničke izbore. Nove zakone je na novogodišnjem prijemu najavio francuski predsjednik Emmanuel Macron,²⁶ a Nacionalna skupština ih je prvi put razmatrala početkom juna 2018. godine.²⁷

U nekoliko francuskih zakona već postoje odredbe koje ograničavanju, suzbijaju i sankcioniraju širenje netačnih informacija. Međutim, zakoni koji su u parlamentarnoj proceduri usmjereni su na novu kategoriju lažnih vijesti koje trenutno nisu pokrivena postojećim propisima. Njima se „predlaže brzo prijavljivanje, identificiranje i uklanjanje lažnih vijesti uspostavljanjem posebne procedure koja omogućava jednoj strani da slučaj uputi pojedinačnom sudiji i zatraži privremenu mjeru. ... Novi zakoni nastoje da razviju nove metode ograničenja širenja lažnih vijesti i usmjereni su na to da se lažne vijesti odmah identificiraju i uklone. Nova pravila se odnose na *online* servise, uglavnom platforme sadržaja i medije drugih država.“²⁸

Nova ograničenja bi se trebala primjenjivati tri mjeseca prije održavanja izbora kako bi se iz javnih rasprava uklonile lažne vijesti koje bi mogle utjecati na slobodan izbor birača.

„Predloženo zakonodavstvo bi omogućilo izbornim kandidatima i strankama da pozovu sudiju da zaustavi širenje 'lažnih informacija' u periodu od tri mjeseca prije općih izbora - posebno na društvenim medijima. Omogućilo bi sudijama da zatvore ili blokiraju internetske stranice za koje se utvrdi da šire lažne vijesti. Sudije bi u roku od 48 sati mogle donijeti odluku o tome da li 'lažne informacije' mogu imati utjecaj na izbore. Zakon bi također odobrio Francuskom audiovizuelnom vijeću da blokira emitere iz drugih država ako pokušavaju da destabiliziraju Francusku.“²⁹

²⁴ Član 5. st. (1) Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama

²⁵ Član 5. st. (2) Zakona za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama

²⁶ Informacija preuzeta iz teksta BBC-a *Emmanuel Macron: French president announces 'fake news' law* od 3. januara 2018. godine. Izvor: internetska stranica *British Broadcasting Corporation* <https://www.bbc.com/news/world-europe-42560688> (datum pristupa 16. juli 2018.)

²⁷ Informacija preuzeta iz teksta CNN-a *As France debates fake news bill, critics see threat to free speech*, autorica Laura Smith-Spark i Saskya Vandoorne, od 7. juna 2018. Izvor: internetska stranica *Cable News Network (CNN)* <https://edition.cnn.com/2018/06/07/europe/france-fake-news-law-intl/index.html> (datum pristupa 16. juli 2018.)

²⁸ Informacije preuzete iz teksta *Macron's Fake News Solution Is a Problem*, autorice Rim-Sarah Alouanem od 29. maja 2018. godine. Izvor: internetska stranica magazina *Foreign Policy* <https://foreignpolicy.com/2018/05/29/macrons-fake-news-solution-is-a-problem/> (datum pristupa 16. juli 2018.)

²⁹ Informacija preuzeta iz teksta CNN-a *As France debates fake news bill, critics see threat to free speech*, autorica Laura Smith-Spark i Saskya Vandoorne, od 7. juna 2018.

„Digitalne platforme koje su vrlo nejasno definirane kao društveni mediji i stranice za dijeljenje video sadržaja će se suočiti sa strožijim obavezama u smislu transparentnosti i saradnje. Kompanije *online* medija morat će javno prijaviti iznose novca i identitet onih koji se nalaze iza sponzoriranog sadržaja koji je pogodan za širenje lažnih vijesti. ... Od platformi će biti zahtijevana saradnja u izvještavanju i uklanjanju lažnih vijesti, kao što je to već slučaj s borbom protiv internetske dječije pornografije i izražavanjem simpatija prema terorizmu na društvenim medijima. Osim toga, prijedlog zakona daje mogućnost sudijama da donesu mjeru kojom će zaustaviti masovno širenje lažnih vijesti.“³⁰

„Kompanije društvenih medija morat će dopustiti korisnicima da označe priče za koje smatraju da su lažne. Nakon toga će morati da izvijeste vlasti i javno objave šta su poduzele. Izborni kandidati koji uoče lažnu priču moći će pozvati sudiju da u roku od 48 sati donese odluku o tome da li će biti uklonjena ili ne. *Novi zakoni* daju nadležnost Francuskom audiovizuelnom vijeću, organu koji regulira radio i televiziju, da blokira emitere iz drugih država koji objavljuju lažne vijesti.“³¹

O novom zakonodavstvu francuski predsjednik je razgovarao i s vlasnikom *Facebook*-a Markom Zuckerbergom kada su se njih dvojica sreli u Parizu u maju 2018. godine. Iz *Facebooka* su tvrdili da oni saraduju u borbi protiv lažnih vijesti, jer ograničavaju finansijske dobitke autorima lažnih informacija, izbrisali su lažne *naloge* koji su se koristili za širenje lažnih vijesti i rade s nezavisnim trećim stranama na provjeri činjenica.³²

S druge strane, kritičari navode da će predloženi francuski zakoni ugroziti slobodu izražavanja, te da će Vladi omogućiti više kontrole nad medijima i informacijama.

Ostali francuski propisi koji uređuju širenje lažnih vijesti

„Širenje lažnih vijesti, tokom ili izvan izbornog perioda, već je predmet nekoliko francuskih zakonskih odredbi duže od jednog stoljeća. Član 27. Zakona o slobodi štampe iz 1881. godine sankcionira širenje lošeg uvjerenja, bilo kojim sredstvima, lažnih vijesti, falsificiranih dokumenata ili izjava pripisanih trećim stranama koje bi mogle uznemiriti javni mir ili 'koje će vjerovatno narušiti disciplinu ili moral vojske ili ometati ratni napor države. Nadalje, francuski Krivični zakonik kriminalizira širenje lažnih informacija koje ljudima mogu nanijeti štetu ili ugroziti sigurnost broda ili aviona. Neke lažne vijesti koje se trenutno šire putem *online* prostora očigledno bi mogle biti obuhvaćene jednom od ovih odredbi. Međutim, ove mjere mogu biti efikasne kada postoji jasan počinitelj i žrtva, ali nailaze na prepreke kada anonimni izvori nastoje da manipuliraju javnim mnijenjem, što je danas najčešći oblik lažnih vijesti koje se dijele na društvenim mrežama. Kad su u pitanju izbori, član L97 francuskog Izbornog zakona zabranjuje širenje lažnih informacija koje mogu utjecati na ponašanje birača i ugrožavati rezultate izbora, dok i dalje omogućava slobodno izražavanje.“³³

Osim navedenog, francuski medijski regulator, Francusko audiovizuelno vijeće, zahtijeva da medijski sadržaj bude tačan i pošten, prema Zakonu o slobodi komunikacija iz 1986. godine.

³⁰ Tekst *Macron's Fake News Solution Is a Problem*, autorice Rim-Sarah Alouanem od 29. maja 2018. godine

³¹ Informacije preuzete iz teksta *France Is Voting on a Law Banning Fake News. Here's How it Could Work*, magazina "Time", autorice Ciare Nugent od 7. juna 2018. Izvor: internetska stranica magazina *Time* <http://time.com/5304611/france-fake-news-law-macron/> (datum pristupa 17. juli 2018.)

³² Isto.

³³ Tekst *Macron's Fake News Solution Is a Problem*, autorice Rim-Sarah Alouanem od 29. maja 2018. godine

VI. Novi zakon usmjeren na suzbijanje lažnih vijesti u Irskoj

U parlamentarnoj proceduri Parlamenta Republike Irske trenutno se nalazi Zakon o *online* oglašavanju i (transparentnosti) društvenih medija.³⁴ Zakon je upućen Parlamentu početkom decembra 2017. godine i, prema aktuelnom prijedlogu, korištenje „*botova*“ s ciljem manipulacije političkih debata i utjecaja na izborne kampanje predstavljat će krivično djelo za koje može biti izrečena novčana kazna do 10.000 eura ili kazna zatvora do pet godina.³⁵

Prijedlog navedenog irskog Zakona je termin „*bot*“ definirao kao „bilo koju stavku softvera koja je programirana da pokreće automatizirane zadatke na nekoj *online* platformi“ i predvidio sankcije za svako lice koja svjesno koristi *botove* ili uzrokuje korištenje *botova* za višestruko *online* prisustvo usmjerenom u političku svrhu. Preciznije, sankcije su predviđene ukoliko neko putem *botova* prenosi poruku koja promovira određenog kandidata ili kandidate za javnu funkciju na izborima unutar države ili političku stranku registriranu u Registru političkih stranaka, ili ukoliko promovira poruku o pitanju koje je od političkog interesa ili važnosti ili koje se, u vrijeme kada se *online* oglašavanje provodi, nalazi pred državnim Parlamentom Republike Irske, Skupštinom Sjeverne Irske, Evropskim parlamentom ili lokalnim vlastima u okviru države ili će biti predmet referenduma ili koje ima bilo kakvu vezu s industrijskim sporom koji se odvija unutar države.

„Višestruka *online* prisutnost“ podrazumijeva 25 ili više *naloga* ili *profila* na bilo kojoj *online* platformi. „*Online* oglašavanje“ podrazumijeva svaku komunikaciju koja se postavlja ili promovira uz naknadu na *online* platformi, a „*online* političko oglašavanje“ označava internetsko oglašavanje koje je usmjerenom u političku svrhu.

Zakon je definirao „*online* platformu“ kao svaku web stranicu, web aplikaciju ili digitalnu aplikaciju (koja uključuje društvenu mrežu ili tražilicu) koja ima 10.000 ili više jedinstvenih mjesečnih posjetitelja ili korisnika u državi u najmanje šest od prethodnih dvanaest mjeseci; ili, ako je *online* platforma usmjerena na lokalnu ili regionalnu publiku, ima najmanje 1000 ili više jedinstvenih mjesečnih posjetitelja ili korisnika u državi u najmanje šest od prethodnih dvanaest mjeseci.³⁶

Osim toga, zakon bi trebao poboljšati transparentnost izvora finansiranja *online* političkog oglašavanja, jer predviđa uvođenje obaveze objavljivanja informacija koje se odnose na identitet finansijera političkog oglašavanja. Naime, prijedlog zakona precizira da svako lice koje od *online* platforme zatraži kupovinu *online* prostora u svrhu političkog oglašavanja, dužno joj je dostaviti ime i adresu lica, kompanije, organizacije ili nekog drugog subjekta koji je platio *online* političko oglašavanje te opis ciljane javnosti, kao i druge informacije koje se od njega mogu zatražiti. Ukoliko navedeno lice svjesno dostavi lažne ili obmanjujuće informacije, bit će krivo za povredu zakona, za što je također predviđena novčana kazna i kazna zatvora.³⁷

³⁴ *Online Advertising and Social Media (Transparency) Bill 2017*. Izvor: internetska stranica Parlamenta Irske <https://www.oireachtas.ie/en/bills/bill/2017/150/> (datum pristupa 18. juli 2018.)

³⁵ Član 6. st. (2) Prijedloga zakona o *online* oglašavanju i (transparentnosti) društvenih medija

³⁶ Definicije navedenih pojmova nalaze se u članu 2. Prijedloga zakona o *online* oglašavanju i (transparentnosti) društvenih medija

³⁷ Član 3. i član 5. Prijedloga zakona o *online* oglašavanju i (transparentnosti) društvenih medija

VII. Mjere Evropske unije za borbu protiv dezinformacija na internetu

U Evropskoj uniji u toku je poduzimanje mjera koje će biti usmjerene na borbu protiv dezinformacija na internetu. To bi trebao biti odgovor EU na aktuelnu situaciju i izazove koji se javljaju zbog globalnog fenomena lažnih vijesti i dezinformacija koje se objavljuju i šire internetom.

„Nedavna otkrića u vezi s *Facebookom* i kompanijom *Cambridge Analytica* jasno su pokazala kako se lični podaci mogu zloupotrijebiti u kontekstu izbora te su pravovremena opomena da je potrebno više raditi na zaštiti zdravih demokratskih procedura.“³⁸

Evropska komisija je definirala dezinformacije kao „dokazivo lažne i obmanjujuće informacije koje se kreiraju, predstavljaju i šire radi ekonomske koristi ili namjerne obmane javnosti i koje mogu prouzrokovati javnu štetu.“ Komisija je ocijenila da korištenje lažnih vijesti i dezinformacija na internetu predstavlja ozbiljnju sigurnosnu prijetnju evropskim društvima i da to zahtijeva jasan odgovor koji bi se trebao temeljiti na povećanju transparentnosti, sljedivosti i odgovornosti. Osim toga, *online* platforme imaju ključnu ulogu u sprječavanju zloupotrebe svoje infrastrukture i zaštite svojih korisnika i sigurnosti društva.

U aprilu 2018. godine Evropska komisija je predložila sveevropski pristup ovom pitanju i mjere za borbu protiv dezinformacija na internetu³⁹, koje obuhvataju sljedeće:

- **kodeks postupanja u pogledu dezinformacija** - do jula 2018. *online* platforme moraju najprije donijeti zajednički kodeks postupanja i slijediti ga, da bi:
 - osigurale transparentnost sponzoriranog sadržaja, posebno političkog oglašavanja, kao i ograničile mogućnosti ciljanog političkog oglašavanja i smanjile prihode glavnih izvora dezinformacija,
 - pružile više jasnoće o radu algoritama i verifikacije od strane trećih strana;
 - korisnicima olakšale otkrivanje i pristup različitim izvorima vijesti koje predstavljaju alternativna gledišta,
 - uvele mjere identifikacije i gašenja lažnih naloga te rješavanja problema automatskih *botova*,
 - omogućile onima koji provjeravaju činjenice, istraživačima i javnim organima da kontinuirano prate dezinformacije na internetu;
- **nezavisnu evropsku mrežu provjeravatelja činjenica** - ona bi uspostavila zajedničke radne metode, razmjenjivala najbolje prakse i radila na dostizanju najšire moguće korekcije činjenica u EU; oni bi bili izabrani iz onih država članica EU koje su članice Međunarodne mreže provjeravatelja činjenica ...;
- **sigurnu evropsku online platformu** o dezinformacijama koja bi, prikupljanjem i analizom podataka te pristupom podacima širom EU, podržala mrežu provjeravatelja činjenica i relevantnih akademskih istraživača;
- **poboljšanje medijske pismenosti** - veći stepen medijske pismenosti bi Evropljanima pomogao da prepoznaju dezinformacije na internetu i da sadržaju na internetu pristupe kritički; zato će Komisija podržati provjeravatelje činjenica i organizacije civilnog društva da školama i učiteljima osiguraju obrazovne materijale i organiziraju evropsku sedmicu medijske pismenosti;

³⁸ Saopćenje za medije Evropske komisije *Tackling online disinformation: Commission proposes an EU-wide Code of Practice* od 26. aprila 2018. Izvor: internetska stranica Evropske komisije http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3370_en.htm (datum pristupa 23. juli 2018.)

³⁹ Isto.

- **podršku državama članicama pri osiguranju otpornih izbora** protiv sve složenijih kibernetičkih prijetnji, što obuhvata i dezinformacije na internetu i *cyber*-napade;
- **promociju dobrovoljnih sistema identifikacije na internetu** kako bi se poboljšala sljedivost i identifikacija isporučilaca informacija te promoviralo povjerenje u internetske interakcije te informacije i njihove izvore kao i u njihovu pouzdanost;
- **podršku kvalitetnim i raznolikim informacijama** - Komisija poziva države članice da povećaju svoju podršku kvalitetnom novinarstvu kako bi osigurale pluralno, raznoliko i održivo medijsko okruženje;
- **usklađenu politiku strateškog komuniciranja** koju su pripremile službe Komisije, kojom se kombiniraju sadašnje i buduće inicijative EU i država članica o dezinformacijama na internetu; u okviru ove politike će biti određene aktivnosti obavještanja s ciljem sprječavanja stvaranja pogrešne slike o Evropi i rješavanja problema dezinformacija unutar i izvan EU.

Evropska komisija je saopćila da će pažljivo pratiti provođenje navedenih mjera i u slučaju nezadovoljavajućih rezultata do decembra 2018. predložiti daljnje mjere, a ako bude potrebno i mjere regulativne prirode. Važno je napomenuti da je prije donošenja ovih mjera, u martu 2018. godine, objavljen nezavisni izvještaj grupe stručnjaka o lažnim informacijama i dezinformacijama na internetu pod nazivom „Višedimenzionalni pristup dezinformacijama“.⁴⁰

VIII. Kratko objašnjenje pojmova koji su korišteni u istraživanju

„**Lažne vijesti**“ ili „**fake news**“ označavaju obmanjujući sadržaj koji se nalazi na internetu, posebno u društvenim medijima, kojim najčešće anonimni autori nastoje da manipuliraju javnim mnijenjem.

Dezinformacija ili *disinformation* je širi pojam od „lažnih vijesti“. To je neistinita informacija koja se namjerno kreira i širi s ciljem da utječe na javno mišljenje ili da zamagli istinu.

Pogrešna informacija ili *misinformation* je neistinita ili netačna informacija, ali njena namjera nije da obmane njenog primatelja.

Bot je poseban server koji postavlja komentare ili lažne vijesti na društvene stranice i portale. Osim toga, u našoj regiji termin „boto“ označava i političkog aktivistu koji na internetskim portalima i društvenim medijima (besplatno ili uz naknadu) piše naručene pozitivne i (ili) negativne komentare te provodi ostale *online* aktivnosti.

Online označava internet/internetski.

Online platforma je svaka web stranica, web aplikacija ili digitalna aplikacija, koja uključuje i društvenu mrežu ili tražilicu.

Provajder označava pružatelja telemedijskih usluga.

Viralno je nešto što veoma brzo postane veoma popularno ili poznato objavom na internetu ili slanjem od osobe do osobe e-mailom, telefonom itd.

⁴⁰ Izvještaj *A multi-dimensional approach to disinformation* dostupan je na internetskoj stranici Evropske komisije <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation> (datum pristupa 23. juli 2018.)

IX. Izvori

Internetska stranica *The Macquarie Dictionary*

<https://www.macquariedictionary.com.au/news/view/article/436/>

Internetska stranica *The Collins English Dictionary*

<https://www.collinsdictionary.com/woty>

Tekst *Internet Intermediary Liability Reloaded – The New German Act on Responsibility of Social Networks and its (In-) Compatibility with European Law*, autor prof.dr. Gerald Spindler, 8 (2017), JIPITEC

Internetska stranica *Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law* <https://www.jipitec.eu/issues/jipitec-8-2-2017/4567>

Internetska stranica Univerziteta Cambridge

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/viral?q=viral%2B>

Internetska stranica Univerziteta Oxford

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news>

"Fake News", Lies and Propaganda: How to Sort Fact from Fiction

Internetska stranica Biblioteke Univerziteta Michigan <https://guides.lib.umich.edu/fakenews>

Internetska stranica Biblioteke Univerziteta John Hopkins

<https://guides.library.jhu.edu/evaluate/propaganda-vs-misinformation>

Tekst *Issue brief: Distinguishing Disinformation from Propaganda, Misinformation, and "Fake news"*, od 17. oktobra 2017.

Internetska stranica *National Endowment for Democracy (NED)*

<https://www.ned.org/issue-brief-distinguishing-disinformation-from-propaganda-misinformation-and-fake-news/>

Analiza *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, autori Hunt Allcott i Matthew Gentzkow, *Journal of Economic Perspective* br. 2, proljeće 2017. str. 211–236.

Internetska stranica Univerziteta Stanford

<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>

Zakon za poboljšanje provođenja zakona na društvenim mrežama (njem. *Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken – NetzDG*)

Internetska stranica Saveznog ministarstva pravde i zaštite potrošača Njemačke

<https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/BJNR335210017.html>,

https://www.bmjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf?blob=publicationFile&v=2

https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_stgb/englisch_stgb.html#p0138

Tekst *Network Enforcement Act in a nutshell* od 31. januara 2018. godine, autor dr. Stefan Engels. Internetska stranica <https://blogs.dlapiper.com/iptgermany/2018/01/31/network-enforcement-act-in-a-nutshell/>

Tekst *Germany's new hate speech act in force: what social network providers need to do now*, autori Andreas Splittgerber i Friederike Detmering, objavljeno 2. oktobra 2017. godine. Internetska stranica *Technology Law Dispatch*

<https://www.technologylawdispatch.com/2017/10/social-mobile-analytics-cloud-smac/germanys-new-hate-speech-act-in-force-what-social-network-providers-need-to-do-now/>

Tekst BBC-a *Emmanuel Macron: French president announces 'fake news' law* od 3. januara 2018. Internetska stranica *British Broadcasting Corporation*

<https://www.bbc.com/news/world-europe-42560688>

Tekst CNN-a *As France debates fake news bill, critics see threat to free speech*, autorice Laura Smith-Spark i Saskya Vandoorne, od 7. juna 2018. Internetska stranica *Cable News Network* <https://edition.cnn.com/2018/06/07/europe/france-fake-news-law-intl/index.html>

Tekst *Macron's Fake News Solution Is a Problem*, autorice Rim-Sarah Alouanem od 29. maja 2018. Internetska stranica magazina *Foreign Policy*

<https://foreignpolicy.com/2018/05/29/macrons-fake-news-solution-is-a-problem/>

Tekst *France Is Voting on a Law Banning Fake News. Here's How it Could Work*, autorice Ciare Nugent od 7. juna 2018. Internetska stranica magazina *Time*

<http://time.com/5304611/france-fake-news-law-macron/>

Internetska stranica Parlamenta Irske <https://www.oireachtas.ie/en/bills/bill/2017/150/>

Saopćenje za medije Evropske komisije *Tackling online disinformation: Commission proposes an EU-wide Code of Practice* od 26. aprila 2018.

Izveštaj *A multi-dimensional approach to disinformation*

Internetska stranica Evropske komisije

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3370_en.htm

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>