

NE

OTPORNOST MLADIH

NA DEZINFORMACIJE
POLICY BRIEF

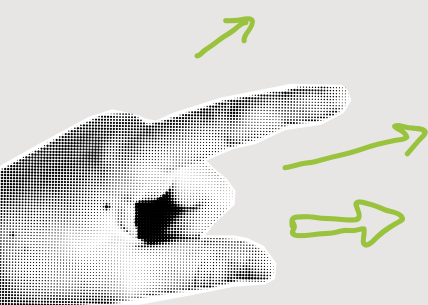


Funded by
the European Union



AUTORKE
Mija Ćorović,
Anja Vučinić i
Ajša Reković

Ovaj dokument je izrađen u okviru Erasmus+ projekta za izgradnju kapaciteta u oblasti mladih: „Učešće mladih u digitalnoj demokratiji: Od digitalnih vještina do digitalnih prava mladih sa manje mogućnosti na Zapadnom Balkanu“. Finansira Evropska unija. Međutim, izraženi stavovi i mišljenja su isključivo stavovi autora/autora i ne odražavaju nužno stavove Evropske unije ili Izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Evropska unija ni EACEA ne mogu biti odgovorne za njih.



SADRŽAJ

Uvod	4
Dezinformacije	4
2.1. Osetljivost mladih na dezinformacije	5
Medijska pismenost u Crnoj Gori	6
3.1. Prekomjerno korišćenje društvenih mreža i prezasićenost informacijama	8
3.2. Nedovoljna zastupljenost mladih u medijima	9
Preporuke	9
4.1. Preporuke za nadležne organe Crne Gore	9
4.2. Preporuke za CSO sektor	10
4.3. Preporuke za mlade	10





Uvod

U savremenom društvu, mladi se sve više udaljavaju od tradicionalnih medija, poput televizije, radija i štampanih medija, oslanjajući se na internet, a posebno društvene mreže, kao dominantno sredstvo informisanja¹. Premiještanje komunikacije u digitalni prostor omogućava brzo širenje sadržaja i znatno veći doseg među korisnicima. Velika količina informacija koja je dostupna svim korisnicima interneta otežava provjeru njihove vjerodostojnosti.

Tehnološki razvoj unosi promjene u online komunikaciju i društvene odnose, a zbog njegove dinamičnosti, teško je blagovremeno uvidjeti probleme koji u tom procesu nastaju, a zatim i prilagoditi zakonsku regulativu da ih prepozna i adresira. Brzina tehnoloških promjena takođe otežava mladima da se prilagode i razviju otpornost na negativne trendove u online prostoru. Iako su korisne za brzu komunikaciju, društvene mreže često nemaju uređivačke standarde i provjeru činjenica koje karakterišu profesionalne medije. Vlasnici društvenih mreža teže potpunoj "slobodi izražavanja" korisnika i mogućnosti da prate i objavljuju što žele, a zakonska regulativa je često usklađena sa ovim shvatanjem. Prema Regulatornom okviru EU, online platforme "imaju ključnu ulogu u organizaciji sadržaja, među ostalim automatizovanim sredstvima ili algoritmima, ali nemaju uredničku odgovornost za sadržaj kojem omogućuju pristup²". Određene medijske platforme ipak obavljaju provjere i usklađenost sa pravilima koja se na njoj primjenjuju, ali intenzitet kojim se štetan sadržaj širi često prevazilazi ove napore.

Priroda komunikacije, kreiranja i distribucije sadržaja na društvenim mrežama, kao i brzina kojom se u njega unose promjene, uz zakonski okvir koji često nije dovoljno definisan i strog – čine online prostor i društvene mreže pogodnim tlom za širenje dezinformacija.

Dezinformacije

Izvještaj Visoke stručne grupe za lažne vijesti i dezinformacije na zvaničnom sajtu Evropske komisije³ definiše dezinformacije kao „lažne, netačne ili obmanjujuće informacije, koje su osmišljene, predstavljene i promovisane s namjernom da uzrokuju štetu javnosti ili zarad ostvarivanja profita⁴". Problematizovan je pojam „lažnih vijesti“, jer se ovaj koncept odnosi na

1. Medijska asocijacija Jugoistočne Evrope. (2023). Istraživanje javnog mnjenja – Navike informisanja mladih u Crnoj Gori.

2. Evropski parlament i Savjet Evropske unije. (2024). Uredba (EU) 2024/1083 Evropskog parlamenta i Savjeta od 11. aprila 2024. o uspostavljanju zajedničkog okvira za medijske usluge na unutrašnjem tržištu (Evropski akt o slobodi medija). EUR-Lex.

3. Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology. (2018). High Level Expert Group on fake news and online disinformation [Report]. European Commission. Available at: <https://op.europa.eu/s/tRk9>

4. European Commission (2018).



niz fenomena koji ne nose jednaku vrstu rizika, niti nastaju sa istom namjerom. Malinformacije ili netačne informacije mogu biti podijeljene i slučajno, dok dezinformacije nastaju sa namjerom da uzrokuju štetu. Najčešće nisu u potpunosti lažne, već sadrže činjenice pomiješane za izmišljenim informacijama, a uključuju prakse koje nadilaze klasično izvještavanje – poput mreža lažnih pratilaca, manipuliranih video snimaka, ciljanog oglašavanja, organizovanog trolovanja, viuzelnih „meme“-ova, „astrosurfing“-a (djelatnost kojom se nastoji stvoriti lažni privid široke podrške ili simpatija koju u javnosti uživa neki proizvod, ličnost, organizacija, ideja ili politički potez).

Algoritmi društvenih mreža podstiču širenje dezinformacija, tako što favorizuju senzacionalističke i polarizujuće objave pri preporučivanju sadržaja, jer one izazivaju više reakcija kod korisnika. Dezinformacije koje izazivaju strah, iznenađenje ili bijes se na taj način šire brže od ostalih, provjerenih i pouzdanih informacija. Takođe, korisnici sami učestvuju u njihovom širenju, tako što putem svojih korisničkih naloga dijele sadržaje bez prethodne provjere njihove tačnosti i izvora – što kreira lančanu reakciju u kojoj se dezinformacije brzo prošire.

Ovaj fenomen postaje posebno problematičan u periodima društvenih kriza, poput političkih nestabilnosti, izbora, prirodnih nesreća ili javnozdravstvenih izazova, kada postoji velika potražnja za informacijama. Ljudi tragaju za brzim odgovorima i objašnjenjima, pri čemu ih najčešće prihvataju ih bez provjere njihove vjerodostojnosti. Time se narušava povjerenje u institucije, a posebno su ranjivi mladi koji digitalne platforme koriste kao primarni izvor informacija.

2.1. Osjetljivost mladih na dezinformacije

Iako se mladi često percipiraju kao digitalno pismeni zbog intenzivne upotrebe interneta i društvenih mreža, to ne znači da posjeduju vještine da kritički vrednuju online sadržaj i njegovu istinitost. Štaviše, mnogi mladi u Crnoj Gori sumnjaju u svoje sposobnosti da prepoznaju dezinformacije, a često im pristupaju površno i ne čitaju ih u cjelosti, oslanjajući se na prethodno formirana uvjerenje koja se temelje na dezinformacijama⁵.

Politički i komercijalni akteri često koriste ovu ranjivost za širenje političkog uticaja, posebno u periodima izbora ili društvenih kriza, kada društvene mreže postaju prostor intenzivne političke aktivnosti. CeMi-jev izvještaj⁶ o izborima 2020. godine je identifikovao koordinirane naloge političkih aktera i lažnih profila, koji su dijelili politički motivisan sadržaj, koji je često sadržavao Politički i komercijalni akteri često koriste ovu ranjivost za širenje političkog uticaja, posebno neprikladan, klevetnički i govor mržnje, a zabilježena je i upotreba službenih naloga

5. <https://damar.co.me/potrebna-nam-je-sveobuhvatna-reforma-obrazovanja-kako-bi-mladi-shvatili-opasnost-dezinformacija/>

6. Zrnović, M., Vukčević, I., & Simonović, V. (2020). Preoblikovanje izborne kampanje korišćenjem društvenih medija u Crnoj Gori: Finalni izvještaj. Centar za monitoring i istraživanje (CeMI).



društvenim mrežama u političke svrhe.

Dodatni izazov predstavlja i postojeći zakonski okvir u Crnoj Gori, koji još uvijek nije u potpunosti usklađen s izazovima digitalnog okruženja. Iako se u Zakonu o medijima dezinformacije pominju u kontekstu podsticanja pluralizma i promocije sadržaja koji se suprotstavlja govoru mržnje, uznemiravanju putem interneta i širenju dezinformacija (član 28), pojam dezinformacije nije precizno definisan u zakonodavnom okviru. Takođe, iako su kleveta i uvreda dekriminalizovane u Krivičnom zakoniku, njihova jasna i vjerodostojna definicija nije dovoljno razrađena kroz postojeće medijske zakone. U tom smislu, preporučuje se amandmansko djelovanje – dopuna Zakona o medijima ili donošenje posebne zakonske odredbe koja bi jasno definisala pojmove dezinformacije, manipulacije sadržajem i digitalnog uznemiravanja. Takva normativna preciznost bila bi važan korak ka zaštiti građana, a naročito mladih, u savremenom digitalnom okruženju.

Ovakvi obrasci ukazuju na problem u savremenom online prostoru, gdje izloženost informacijama ne podrazumijeva razumijevanje njihove tačnosti. Uloga mladih u digitalnom prostoru često biva instrumentalizovana, a njihovo prisustvo se koristi za širenje polarizacije, nepovjerenja i socijalne destabilizacije. Tome dodatno doprinosi nedostatak sistemskog obrazovanja o medijskoj i digitalnoj pismenosti, koja bi mladima pružila adekvatne alate za snalaženje u savremenom digitalnom okruženju.

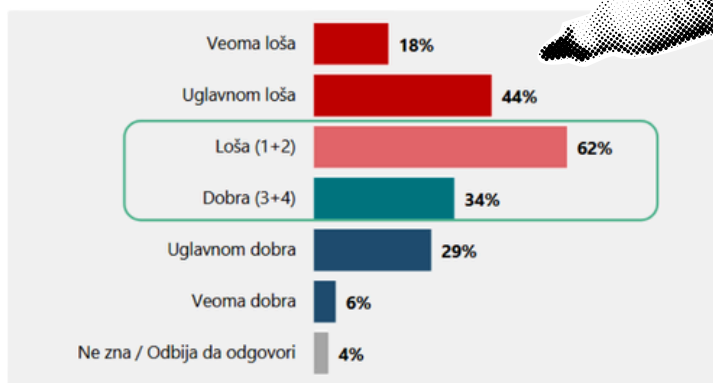
Medijska pismenost u Crnoj Gori

Crna Gora se nalazi u početnim fazama razvoja medijske pismenosti i nailazi na razne izazove u ovoj oblasti. Prema Indeksu medijske pismenosti Fondacije za otvoreno društvo, Crna Gora zauzima veoma nisko mjesto – na 32. mjestu od ukupno 35 zemalja⁷ po pitanju medijske pismenosti. Takođe, istraživanje javnog mnjenja⁸ koje je sprovedla Misija OEBS-a u Crnoj Gori pokazalo je da 62% ispitanika (Grafikon 1) ocjenjuje medijsku pismenost građana Crne Gore kao lošu. Međutim, svijest o njenoj važnosti je prisutna kod 92% građana Crne Gore (Grafikon 2), što daje dobru osnovu za dalja djelovanja i davanja na značaju ovoj temi. Ovi podaci jasno ukazuju na potrebu za nalaženjem rješenja.

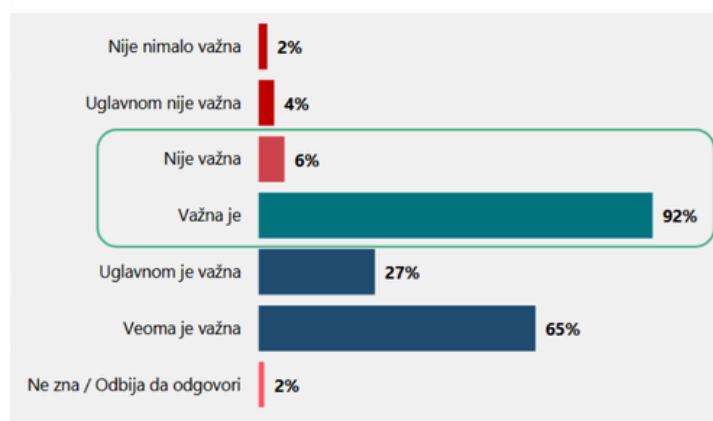


7. Open Society Foundation. (2021). Media Literacy Index. Double Trouble: Resilience to Fake News at the Time of Covid-19 Infodemic. Available at: <https://isis.bg/2p=3750&lang=en>

8. Ljubić, T., Petrović, N., Kašić, A.-A., Pejović, D., & Petričević, P. (2022). Medijska i digitalna pismenost Crne Gore [PDF]. Misija OEBS-a u Crnoj Gori. Dostupno na: <https://amu.me/wp-content/uploads/2022/11/Medijska-i-digitalna-pismenost-CG.pdf>

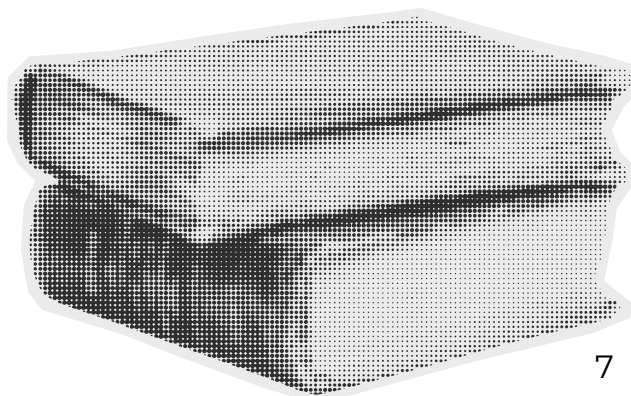


Grafikon 1.



Grafikon 2.

Prema istraživanjima, čak trećina građana ima nizak nivo medijske pismenosti, s obzirom na postignute rezultate od 10 poena ili manje. Samo petina građana je ostvarila rezultate između 16 i 20 poena, dok je tek 2% onih koji su ostvarili najviše rezultate. Zabrinjavajuća je činjenica da mlađe generacije, iako se smatraju digitalno osposobljenima, često nemaju razvijene vještine kritičkog razmišljanja i evaluacije medijskog sadržaja (Tabela 1).



Komponenta	Stavke/pitanja za građenje indeksa	Min	Maks	Prosjeck
Traganje za dodatnim informacijama/ izvorima i provjeravanje informacija	Koliko često tražite različite izvore informacija da biste uporedili i potvrdili ono što ste pročitali/čuli/vidjeli u nekim medijima?	0	4	2,45
	Zamislite da pretražujete internet i da naidete na različite informacije o nečemu što Vas interesuje. Na koji od sljedećih načina biste provjerili koja od njih je pouzdana/tačna?	0	2	0,87
Dijeljenje neprovjerenih i lažnih vijesti	Da li ste nekada podijelili (bilo u razgovoru, kroz poruke ili na društvenim mrežama) neku vijest za koju se kasnije ispostavilo da je lažna ili obmanjujuća?	0	1	0,61
	Da li ste je nekada podijelili (bilo u razgovoru, kroz poruke ili na društvenim mrežama), a da je prije toga niste pročitali/odgledali u cjelosti?	0	1	0,72
	Da li ste je nekada podijelili (bilo u razgovoru, kroz poruke ili na društvenim mrežama) bez provjere njene tačnosti?	0	1	0,67
Samoprocjena sopstvenih vještina kritičke procjene medijskih sadržaja	Koliko ste uvjereni da možete sa sigurnošću da prepoznate obmanjujuće informacije i lažne vijesti?	0	2	1,02
	Koliko ste uvjereni da možete sa sigurnošću da razlikujete propagandu i pristrasnost u izvještavanju?	0	2	1,09
	Koliko ste uvjereni da možete sa sigurnošću da razlikujete plaćene/sponzorirane od neplaćenih sadržaja?	0	2	0,94
	Koliko ste uvjereni da možete sa sigurnošću da procijenite kome ide u korist da se određene informacije objave u medijima?	0	2	1,01
Razumijevanje interneta	U kojoj mjeri se slažete sa tvrdnjom: Kada pretražujem putem Google-a, dobiću iste rezultate kao i bilo koja druga osoba na svijetu koja radi istu pretragu (koristi iste ključne riječi za pretragu).	0	1	0,5
	U kojoj mjeri se slažete sa tvrdnjom: Društvene mreže se ne finansiraju kroz reklame, kao što je to slučaj sa televizijom, radiom ili novinama.	0	1	0,32
Razumijevanje lažnih vijesti	Po Vašem mišljenju, šta su to lažne vijesti?	0	1	0,49
Razumijevanje medijske pismenosti	Šta, po Vašem mišljenju, predstavlja medijska pismenost?	0	5	1,58
Total		0	25	12,21

Tabela 1.

Medijska pismenost zahijeva kritičko razmišljanje, analiziranje i razumijevanje uticaja medijskih sadržaja, a ne samo digitalne vještine. Kritičko razmišljanje i analiziranje izvora su neophodni za razvoj otpornosti na dezinformacije u medijskom prostoru. Uprkos uvođenju medijske pismenosti kao izbornog predmeta u osnovnim i srednjim školama, mladi u Crnoj Gori su podložni manipulaciji medija kao i dezinformacijama, upravo zato što ne provjeravaju izvore sadržaja kojima pristupaju, niti porede različite medijske perspektive.

3.1. Prekomjerno korišćenje društvenih mreža i prezasićenost informacijama

Konstantno izlaganje informacijama dovodi do prezasićenosti i tzv. "straha od propuštanja" (FOMO – Fear of Missing Out), koji se opisuje kao neka vrsta anksioznosti i potreba za prelistavanjem mreža, kako bi bili 'u toku sa dešavanjima'. Prekomjerna upotreba društvenih mreža stvara iluziju o informisanosti, dok zapravo često dovodi do površnog konzumiranja sadržaja bez kritičkog razmišljanja i analiziranja.

Informacije objavljene u medijima, kao i sami mediji, ne dopiru do mladih kao što to rade društvene mreže. Uz to, algoritmi društvenih mreža pružaju personalizovani sadržaj koji često stvara tzv. "Filter bubble" (efekat filter balona), gdje se korisnicima plasira samo sadržaj koji se



podudara s njihovim već postojećim mišljenjima i stavovima, što dodatno otežava dobijanje objektivne i uravnotežene slike o društvenim dešavanjima.

3.2. Nedovoljna zastupljenost mladih u medijima

Jedan od problema je takođe nezastupljenost mladih u medijima. Mladi ispitanici istraživanja navode da i kada su zastupljeni, najčešće je to u negativnom smislu gdje se mladi prave kao negativci ili žrtve. Skreću pažnju i na problem gdje mediji nerijetko interpretiraju ponašanje, rekacije i emocije mladih. Ovakav pristup dodatno pogoršava situaciju i distancira tradicionalne medije od mladih osoba.

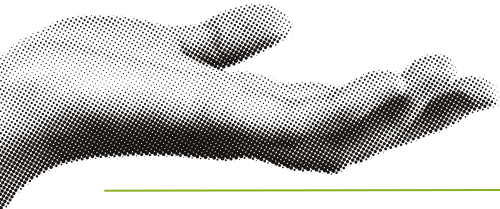
Preporuke

Za uspješnost osnaživanja medijske i digitalne pismenosti crnogorskih građana od ključne je važnosti da relevantni državni organi, nevladin sektor, kao i sektor civilnog društva zajednički rade na osnaživanju mladih i povećanju njihove otpornosti na dezinformacije u medijskom prostoru.

4.1. Preporuke za nadležne organe Crne Gore

U cilju bolje zakonske regulative i efikasnije reakcije nadležnih organa potrebno je uvesti precizne zakonske definicije pojmova "dezinformacija" i "kleveta" putem usvajanja amandmana na Zakon o medijima Crne Gore. Takođe, potrebno je jasno normativno odrediti pojam dezinformacije kao širenje lažnih, 'neistinitih ili misleading informacija koje su dizajnirane, prezentovane, ili promovisane da namjerno nanesu javnu štetu ili radi ostvarivanja profita⁹. "širenje neistinitih informacija sa naglaskom na namjeru izvršioca"¹⁰. Sa druge strane, iako je kleveta dekriminalizovana iz krivičnog zakonodavstva nekih od zemalja Savjeta Evrope (uključujući i Crne Gore), uvođenje zakonske definicije klevete u građansko zakonodavstvo mora biti adekvatno, proporcionalno i neograničavajuće u vezi sa uživanjem ostalih ljudskih prava, naročito prava na slobodu govora¹¹.

Uvođenje medijske i digitalne pismenosti u školski kurikulum obavezne nastave u sklopu već postojećih nastavnih predmeta, u osnovnim i srednjim školama (informatika/crnogorski jezik).



9. Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology. (2018). High Level Expert Group on fake news and online disinformation [Report]. European Commission. Available at: <https://op.europa.eu/s/tRk9>

10. Primjeri dobre prakse mogu se pronaći u zakonodavnoj tehnici Litvanije koja je jedina zemlja EU koja je uvela zakonsku zabranu dezinformacija i pružila jasnu definiciju dezinformacije u svom zakonodavstvu kao "namjerno širenje lažnih informacija."

Savjet Evrope. „Freedom of Expression: Defamation“. Pristupljeno: 21. maj 2025. godine. Dostupno na: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/defamation>



Škole predstavljaju jedno od esencijalnih mjesta, gdje je izuzetno važno učiti djecu i mlade o procesu kreiranja, razumijevanja i kritičke analize informacija u digitalnom ili medijskom okruženju: "Samo u školama digitalno građanstvo može početi i razvijati konstantno kritičko mišljenje mladih, a u cilju obezbjeđivanja suštinske participacije u zajednici¹²".

Razvijanje državne platforme za verifikaciju informacija uz sistemsku saradnju sa CSO sektorom i onlajn platformama, koja bi omogućila brzu provjeru i identifikaciju dezinformacija, uz pozivanje na poštovanje medijskog kodeksa etike u izvještavanju. Dobar primjer ovakve platforme je razvila Finska, a vođena je od strane nevladine organizacije Avon Yhteiskunta ry, i uključuje angažman različitih novinara, istraživača, eksperata, profesora i osoblja tehničke podrške¹³.

4.2. Preporuke za CSO sektor

Sprovođenje edukacija za različite uzraste mladih o digitalnom građanstvu: edukacije mladih o identifikovanju dezinformacija i prisutnosti propagande i pristrasnosti tokom medijskog izvještavanja na stvarnim primjerima medijskih članaka; edukacije mladih o prisutnosti AI generisanog sadržaja i dezinformacija kroz upotrebu real-life AI generisanih snimaka, fotografija ili drugih audio-vizuelnih zapisa koji u sebi sadrže zloupotrebljeni AI generisani sadržaj odnosno dezinformacije.

Kreiranje tzv. "medijskih laboratorija", odnosno interaktivnih edukativnih radionica za mlade gdje bi mladi imali priliku da sami prepoznaju lažne, neistinite vijesti ili dezinformacije, uče i koriste alate provjere tačnosti informacija, i uče o tome kako algoritmi društvenih mreža pružaju personalizovani sadržaj koji često stvara tzv. efekat filter balona, gdje se korisnicima plasira samo sadržaj koji se podudara u odnosu na njihova već postojeća mišljenja i stavove. Kreirati Young Montenegrin Media and Digital Literacy Ambassadors program, i okupiti mlade ljude zainteresovane u ovoj temi koji bi u određenim vremenskim intervalima podizali svijest o trenutnim izazovima sa kojima se mladi suočavaju u medijskom i digitalnom okruženju kroz izvještavanje, pisanje blogova, održavanje zajedničkih awareness raising radionica, monitoring trendova u Crnoj Gori, i upućivanje preporuka nadležnim organima.

4.3. Preporuke za mlade

Provjeravanje izvora informisanja i upoređivanje različitih medijskih članaka, izjava ili izvještaja radi identifikovanja dezinformacija ili pristrasnosti u izvještavanju ili drugoj distribuciji

12. Savjet Evrope. Priručnik za digitalno građansko obrazovanje – Odrastanje u digitalnom dobu. Dostupno na:

<https://www.coe.int/en/web/learning-resources/-/digital-citizenship-education-handbook-being-child-in-the-age-of-technology>

13. Faktabaari. Faktapohjaisen julkisen keskustelun puolesta. Pristupljeno: 21. maj 2025. godine. Dostupno na: <https://faktabaari.fi/english/>

informacija. U vezi sa tim, preporučuje se mladima da uvijek: provjeravaju izvore informacija, upoređuju više izvora informacija o istoj temi informisanja, provjeravaju datume objavljivanja informacija, obrate pažnju na kontekst izvještavanja i senzacionalistički pristup dijeljenju (dez)informacija, te da na taj način razvijaju svoju medijsku i digitalnu pismenost.



12. Savjet Evrope. Priručnik za digitalno građansko obrazovanje – Odrastanje u digitalnom dobu. Dostupno na: <https://www.coe.int/en/web/learning-resources/-/digital-citizenship-education-handbook-being-child-in-the-age-of-technology>
13. Faktabaari. Faktapohjaisen julkisen keskustelun puolesta. Pristupljeno: 21. maj 2025. godine. Dostupno na: <https://faktabaari.fi/in->

Literatura:

Ljubić, T., Vujadinović, N., Kašić, A.-A., Pejović, D., & Petričević, P. (2022). Medijska i digitalna pismenost Crne Gore [PDF]. Misija OEBS-a u Crnoj Gori. Dostupno na: <https://amu.me/wp-content/uploads/2022/11/Medijska-i-digitalna-pismenost-CG.pdf>

Medijska asocijacija Jugoistočne Evrope. (2023). Istraživanje javnog mnjenja – Informisanje mladih u Crnoj Gori. Dostupno na: <https://www.masee.org/images/pdf/MASEIstrazivanjeInformisanjemladihuCrnojGori.pdf>

Open Society Foundation. (2021). Media Literacy Index. Double Trouble: Resilience to Fake News at the Time of Covid-19 Infodemic. Available at: <https://osis.bg/?p=3750&lang=en>

Zrnović, M., Vukčević, I., & Simonović, V. (2020). Preoblikovanje izborne kampanje korišćenjem društvenih medija u Crnoj Gori: Finalni izvještaj. Centar za monitoring i istraživanje (CeMI). Dostupno na: <https://cemi.org.me/storage/uploads/YuB3uEJmdxFQaJbbggunzf7DWhj4HyYO036XGIzh.pdf>

Publikacije međunarodnih organa

Evropski parlament i Savjet Evropske unije. (2024). Uredba (EU) 2024/1083 Evropskog parlamenta i Savjeta od 11. aprila 2024. o uspostavljanju zajedničkog okvira za medijske usluge na unutrašnjem tržištu (Evropski akt o slobodi medija). EUR-Lex. Dostupno na: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=OJ:L_202401083

Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology. (2018). High Level Expert Group on fake news and online disinformation [Report]. European Commission. Dostupno na: <https://op.europa.eu/s/tRk9>

Savjet Evrope. „Freedom of Expression: Defamation“. Pristupljeno: 21. maj 2025. godine. Dostupno na: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/defamation>

Savjet Evrope. Priručnik za digitalno građansko obrazovanje – Odrastanje u digitalnom dobu. Dostupno na: <https://www.coe.int/en/web/learning-resources/-/digital-citizenship-education-handbook-being-child-in-the-age-of-technology>

Internet izvori:

Damar (2024). Potrebna nam je sveobuhvatna reforma obrazovanja, kako bi mladi shvatili opasnost dezinformacija. Dostupno na: <https://damar.co.me/potrebna-nam-je-sveobuhvatna-reforma-obrazovanja-kako-bi-mladi-shvatili-opasnost-dezinformacija/>

Faktabaari. Faktapohjaisen julkisen keskustelun puolesta. Pristupljeno: 21. maj 2025. godine. Dostupno na: <https://faktabaari.fi/in-english>

