

BOJ PROTI DEZINFORMACIJAM

Kako lahko novinarji in drugi akterji prispevajo
k prepoznavanju dezinformacij in omejevanju
škode dezinformacijskih kampanj



PREBERI
PREMISLI
PREVERI

#UstavimoDezinformacije

Prof. dr. Marko Milosavljević
Prof. dr. Melita Poler
Romana Biljak Gerjevič

Univerza v Ljubljani
Fakulteta za družbene vede

BOJ PROTI DEZINFORMACIJAM

Kako lahko novinarji in drugi akterji prispevajo k prepoznavanju
dezinformacij in omejevanju škode dezinformacijskih kampanj

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

070.15
174:070

BOJ proti dezinformacijam : kako lahko novinarji in drugi akterji prispevajo k
prepoznavanju dezinformacij in omejevanju škode dezinformacijskih kampanj
/ [Marko Milosavljevič, Melita Poler, Romana Biljak Gerjevič]. - Ljubljana : Urad
Vlade RS za komuniciranje, 2026

ISBN 978-961-6435-74-1
COBISS.SI-ID 268545283

Ljubljana, 2026



KAZALO

UVOD	7
DEZINFORMACIJE: KLJUČNI POJMI	8
Dezinformacije in povezani pojmi	8
Dezinformacije in umetna inteligenca	10
DEZINFORMACIJE: KLJUČNI PRAVNI AKTI	12
DEZINFORMACIJE: NASTAJANJE IN ŠIRJENJE	15
Načini širjenja dezinformacij	15
Z umetno inteligenco podprte dezinformacije	16
DEZINFORMACIJE: VPLIV NA VOLITVE IN DEMOKRACIJO	18
DEZINFORMACIJE: POMEN NOVINARSKE ETIKE IN PROFESIONALNOSTI	20
DEZINFORMACIJE: PREPOZNAVANJE	22
Temeljni postopki za ugotavljanje točnosti in verodostojnosti informacij	23
Prepoznavanje dezinformacijskih napadov, usmerjenih proti novinarjem in medijskim hišam	23
Osnovni vodnik za preverjanje spletnih vsebin	25
Pripomočki za preverjanje oziroma potrjevanje informacij	25
Vzratno iskanje podob	25
Iskalniki	25
Orodji, ki iščeta prek več iskalnikov hkrati (metaiskalnika)	26
Dodatna orodja za vzratno iskanje podob	26
Orodja za zaznavanje uporabe umetne inteligence	26
Geolokacija	27
Kronolokacija	27
Analiza metapodatkov	28
Detektorji uporabe generativne umetne inteligence	28
Ekstrakcija in analiza podatkov na družbenih omrežjih	28
Drugi uporabni viri	29
PRILOGA: DODATNI POJMOVNIK O DEZINFORMACIJAH IN POVEZANIH POJMIH	30
VIRI	32



UVOD

Živimo v svetu, katerega neizbežen del so tudi dezinformacije. Nekatere dezinformacije so globalne, nekatere so prostorsko nekoliko ožje, na primer povezane z Evropo nasploh ali pa z Evropsko unijo, Zahodnim Balkanom ter Srednjo in Vzhodno Evropo. Nekatere dezinformacije so povsem domače. V takšnem svetu je potrebno osnovno razumevanje, kaj dezinformacije sploh so, kako nastajajo in se širijo, kako jih je mogoče preprečiti in kako omejiti škodo, ki jo povzročajo.

To besedilo je namenjeno predvsem novinarjem in urednikom,* ki se v digitalnem svetu pogosto srečujejo z dezinformacijskimi kampanjami ter morajo trditve in izjave različnih virov, pa tudi fotografije in videoposnetke izdatno preverjati, četudi gre za sporočila uradnih predstavnikov državnih organov, korporacij ali drugih večjih akterjev; lahko pa ga smiselno uporabijo tudi vsi drugi.

Mnogi novinarji in uredniki o dezinformacijah že veliko vedo ter sodelujejo pri dejavnostih in projektih, ki skušajo zamejiti dezinformacije. Ker pa bo v prihodnje zaradi številnih vsebin, ki se v zadnjih letih lahko zelo prepričljivo ustvarjajo tudi z generativno umetno inteligenco, novinarstvo postavljeno v še težji položaj, ko bo šlo za preverjanje virov, smo na enem mestu zbrali in poljudno predstavili najprej ključne pojme in pravne akte s področja dezinformacij; dalje širši družbeni kontekst, v katerem dezinformacije nastajajo in se širijo (posebej smo bili tu pozorni na vlogo umetne inteligence in vpliv dezinformacij na politične procese, sploh volitve); ustavili smo se še pri pomenu novinarske etike in profesionalnosti pri soočanju z dezinformacijami ter na koncu nekoliko obširneje razložili načine prepoznavanja dezinformacij.

Besedilo *Boj proti dezinformacijam* razumemo kot enega od korakov, ki so potrebni pri obrambi celotne slovenske družbe pred dezinformacijami. Želimo si, da bi mu čim prej sledili še drugi podobni dokumenti in dobre prakse, ki nas bodo vse, ne glede na področje delovanja, dezinformacijsko čim bolj opismenili.

* V besedilu so pri poimenovanju delujočih oseb uporabljene moške slovnične oblike, ki veljajo enakovredno za vse spole.



DEZINFORMACIJE: KLJUČNI POJMI

Čeprav je bilo o dezinformacijah že veliko zapisanega in izrečenega (zlasti to velja za zadnje desetletje), je še vedno pogosto prisotna negotovost, kaj ta izraz sploh označuje. Zato najprej podajamo nekaj ključnih opredelitev dezinformacij in z njimi povezanih pojmov ter opredelitev z dezinformacijami povezanih prvin umetne inteligence.

Dezinformacije in povezani pojmi

Dezinformacije (angl. *disinformation*) so ena od oblik problematičnih vsebin.¹ Pojavljajo se na primer kot politične laži ali kot napadi na znanstvena dejstva (denimo na podatke o podnebnih spremembah), kot teorije zarote ali kot izmišljene zgodbe, namenjene poglobljanju družbenih in političnih konfliktov.²

Po eni od delitev³ obstaja sedem tipov dezinformacij in napačnih informacij:

- satira ali paradija,
- zavajajoča (angl. *misleading*) vsebina,
- sleparska (angl. *imposter*) vsebina,
- fabricirana (angl. *fabricated*) vsebina,
- napačna povezava (angl. *false connection*),
- napačni kontekst in
- manipulirana vsebina.

Ta klasifikacija sedmih tipov vendarle ni povsem točna in vsi navedeni tipi ne predstavljajo (pravih) dezinformacij. Vsaka od teh vsebin sicer lahko prinese napačno razumevanje, a pogosto iz različnih razlogov. Pri satiri ali paradiji nasploh včasih prihaja do nerazumevanja, da gre za humor, tudi zaradi nepoznavanja satiričnih medijev – takšen primer sta ameriška portala The Onion in The Borowitz Report, v naši bližini pa je bil po tovrstnih vsebinah znan tudi srbski portal Njuz. Številne njihove objave so bile napačno razumljene, kot da gre za »prave«, »resne« vsebine, čeprav je šlo za izmišljeno vsebino – satiro resničnih dogodkov.

Podobno se lahko zgodi ob objavah prvoaprilskih šal, ki so nato objavljene v drugih medijih, a brez razumevanja, da gre za objavo, povezano s 1. aprilom. V slovenskem prostoru se spomnimo niza tujih objav o nogometašu Ronaldu in postelji, v kateri je spal med bivanjem v Ljubljani – prvoaprilski šali enega od slovenskih medijev. V tujini je še danes znana prvoaprilska šala Davida Bowieja in pisatelja Williama Boyda, ki sta leta 1998 za 1. april lansirala zgodbo o izmišljenem neznanem umetniku Natu Tatu. Šlo je za skrbno pripravljeno šalo, ki pa bi jo lahko klasificirali tudi kot sleparsko ali fabricirano vsebino. Ta primer

dobro kaže, kako relativne so ločnice med posameznimi pojmi ter da gre pri tem pogosto za stvar različnih percepcij in zato tudi klasifikacij.

Zaradi pomanjkljivosti zgornje klasifikacije podajamo tudi opredelitve dezinformacij iz izbranih ključnih dokumentov. Evropska komisija je leta 2018 dezinformacije v ožjem smislu opredelila kot »dokazljivo napačne ali zavajajoče informacije, ki so ustvarjene, predstavljene in se razširjajo za pridobivanje gospodarske koristi ali za namerno zavajanje javnosti ter lahko povzročijo javno škodo, ki vključuje ogrožanje demokratičnih političnih procesov in procesov oblikovanja politik ter javnih dobrin, kot so zaščita zdravja državljanov EU, okolje ali varnost«.⁴ Tudi nedavno objavljena opredelitev dezinformacij, ki jo je podal Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje (UKOM), sledi razmišljanju Evropske komisije: dezinformacije so »dokazljivo lažne ali zavajajoče informacije, ki so ustvarjene, predstavljene in razširjene z namenom zavajanja ali doseganja ekonomske ali politične koristi in ki lahko povzročijo javno škodo«.⁵

Po opredelitvi Evropske komisije med dezinformacije ne sodijo ustvarjanje in spletno širjenje nezakonitih vsebin, ki jih urejajo pravni okviri EU in nacionalne zakonodaje (predvsem obrekovanje, sovražni govor in spodbujanje k nasilju), druge oblike namernega, vendar ne zavajajočega prikazovanja dejstev (denimo satira in paradija), zavajajoče oglaševanje, napake pri poročanju, jasno označene mnenjske novice in komentarji.⁶ Tudi UKOM-ov seznam je tu enak: med dezinformacije ne sodijo »zavajajoče oglaševanje, napake pri poročanju, satira in paradija, jasno označene mnenjske novice in komentarji«.⁷

Naj povzamemo: dezinformacije so namerne, običajno strateško ustvarjene neresnične in zavajajoče informacije, ki imajo namen povzročati zmedo ali dosego specifičnih gospodarskih, političnih ali družbenih ciljev.

V slovenskem pravnem in javnopolitičnem prostoru imamo sicer relativno malo opredelitev na tem področju, kar je tudi posledica dejstva, da v Sloveniji nimamo ustreznih uradnih dokumentov o dezinformacijah, kakršne pozna večina evropskih držav, recimo nacionalne strategije za to področje. Prav tako nimamo praktično nobenih uradnih študij tega pojava, ki bi jih pripravila ministrstva, agencije in drugi državni organi.

Z dezinformacijami povezan, a vendarle drug pojem so **napačne informacije** (angl. *misinformation*). Pri teh gre za »zavajajoče ali netočne informacije, ki jih ljudje delijo, ne da bi se zavedali, da so takšne«⁸ oziroma za »nenamerne napačne informacije, ki jih nekdo širi v dobri veri brez škodljivega namena, vendar pa vseeno lahko povzročijo škodo«.⁹



Naslednji povezani pojem so **zlonamerne informacije** (angl. *malinformation*), ki jih UKOM opredeljuje kot »informacije, ki temeljijo na dejstvih, vendar so vzete iz konteksta in enostransko predstavljene. Posledično so zavajajoče in zato potencialno škodljive. Osnovni namen napačnih informacij in informacij, vzetih iz konteksta, ni namerno zavajanje«. ¹⁰

Izraz **lažne novice** (angl. *fake news*) je bil dolgo časa izredno razširjen, a je neprimeren. Po opredelitvi Evropske komisije je »neustrezen za zajem kompleksnega problema dezinformacij, ki vključuje vsebine, ki niso dejansko ali v celoti 'lažne', temveč so izmišljene informacije, prepletene z dejstvi, ter prakse, ki daleč presegajo karkoli, kar spominja na 'novice', in vključujejo nekatere oblike avtomatiziranih računov, uporabljenih za astroturfing, mreže lažnih sledilcev, izmišljene ali manipulirane videoposnetke, ciljno oglaševanje, organizirano trolanje, vizualne meme in še mnogo več«. ¹¹ Tudi UKOM navaja, da izraz lažne novice »ni uradni termin, ker pomeni vse lažne informacije, torej FIMI, dezinformacije, napačne informacije, informacije, vzete iz konteksta, propagando in potegavščine«. ¹²

UKOM opredeljuje tudi **tuje manipuliranje z informacijami in vmešavanje** (angl. *foreign information manipulation and interference - FIMI*), in sicer kot »poskus vmešavanja iz tujine na javno mnenje neke države z lažnimi informacijami. V tem primeru tuje države ali posamezni akterji namenoma širijo dezinformacije, da bi z manipulacijami vplivali na politične procese, volitve ali splošno družbeno dinamiko posamezne države. Gre za namerno, manipulativno in usklajeno delovanje držav ali njihovih pooblaščenecov na ozemlju matične države ali izven ozemlja matične države«. ¹³

Soroden je tudi pojem **domače manipuliranje z informacijami in vmešavanje** (angl. *domestic information manipulation and interference - DIMI*). Ta se nanaša na poskuse vmešavanja domačih akterjev in je nastal kot odgovor na omejitve pojma FIMI. ¹⁴

Pri preverjanju in uporabi sumljivih oziroma dvomljivih informacij se pogosto uporablja **pridobivanje informacij iz javno dostopnih virov oziroma OSINT** (angl. *open-source intelligence*). Ta pojem je opredeljen kot »praksa zbiranja in analiziranja informacij iz odprtih virov z namenom ustvarjanja uporabnih obveščevalnih podatkov«. ¹⁵

Dezinformacije in umetna inteligenca

Generativna umetna inteligenca v zadnjih letih omogoča izredno prepričljivo ustvarjanje in predelovanje besedil ter zvočnih vsebin in videovsebin, pa tudi fotografij in drugih oblik »umetne« stvarnosti, ki imajo vse lahko značilnosti

dezinformacij. Zato navajamo naslednje opredelitve ključnih pojmov s tega področja.

Umetna inteligenca je »sistem, ki z analiziranjem svojega okolja in ukrepanjem (delno samostojnim) za doseganje posebnih ciljev kaže inteligentno ravnanje«. ¹⁶

Generativna umetna inteligenca je po slovenskem Zakonu o medijih iz leta 2025 »sistem umetne inteligence, ki lahko ustvari besedila, fotografije, slike, videe in druge programske vsebine v obliki, ki je ni mogoče zlahka razločiti od programskih vsebin, ki jih ustvarijo ljudje«. ¹⁷ Na istem mestu je v skladu z evropskim Aktom o umetni inteligenci opredeljen tudi **sistem umetne inteligence**: gre za »sistem, temelječ na napravah, ki je zasnovan za delovanje z različnimi stopnjami avtonomije in lahko po uvedbi izkaže prilagodljivost ter za eksplicitne ali implicitne cilje iz prejetih vhodnih podatkov sklepa, kako ustvariti izhodne podatke, kot so napovedi, vsebine, priporočila ali odločitve, ki lahko vplivajo na fizična ali virtualna okolja«. ¹⁸

Eden bolj razširjenih izrazov, povezanih z dezinformacijami, je tudi **globoki ponaredek** (angl. *deepfake*). V Aktu o umetni inteligenci je opredeljen kot »z umetno inteligenco ustvarjena ali manipulirana slikovna, zvočna ali video vsebina, ki je podobna obstoječim osebam, predmetom, krajem, subjektom ali dogodkom in se uporabniku lažno zdi pristna ali resnična«. ¹⁹ Po opredelitvi, ki jo prevzema UKOM, je globoki ponaredek »tehnologija, ki omogoča izdelavo, in je hkrati rezultat izdelave prepričljivih, a povsem izmišljenih slik ali posnetkov z dogodkov, ki se niso nikoli zgodili. Tehnologija globokih ponaredkov omogoča manipulacijo slik in posnetkov do te mere, da jo je s prostim očesom skoraj nemogoče odkriti«. ²⁰



DEZINFORMACIJE: KLJUČNI PRAVNI AKTI

Podobno kot pri opredelitvah dezinformacij in povezanih pojmov velja tudi pri pravnih aktih: čeprav gre za pojave, ki so izredno relevantni že vsaj zadnjih deset let (in imajo širšo večdesetletno zgodovino), so pravni akti na tem področju še vedno izjemno nejasni.

Ključni zakoni na področju dezinformacij za države Evropske unije so Akt o digitalnih storitvah, Evropski akt o svobodi medijev in Akt o umetni inteligenci. V slovenskem pravnem redu je poleg teh ključen še Zakon o medijih. Kljub navedenim štirim dokumentom ostaja področje dokaj nejasno regulirano, odprta so torej še številna vprašanja o tem, kaj je dovoljeno in kaj prepovedano, kdo mora ukrepati, kako lahko kdo ukrepa, kaj sodi pod evropsko in kaj pod nacionalno regulacijo ter kako (če sploh) sta ti regulaciji med seboj usklajeni.

Za podrobnejšo pravno analizo bi bil potrebna posebna študija in drug dokument, tu naštevamo le nekaj ključnih pravnih besedil ter relevantnih členov.

Akt o digitalnih storitvah (DSA)²¹ opredeljuje nezakonito vsebino, ki je »vsaka informacija, ki sama po sebi ali v povezavi z dejavnostjo, vključno s prodajo proizvodov ali zagotavljanjem storitev, ni skladna s pravom Unije ali pravom katere koli države članice, ki je skladno s pravom Unije, ne glede na natančen predmet urejanja ali naravo takega prava«. ²² Pri tem nezakonite vsebine »zajemajo tudi izmenjavo fotografij, ki prikazujejo spolno zlorabo otrok, protipravno izmenjavo zasebnih fotografij brez privolitve, spletno zalezovanje, prodajo neskladnih ali ponarejenih proizvodov, prodajo proizvodov ali zagotavljanje storitev, ki kršijo pravo o varstvu potrošnikov, neodobreno uporabo gradiva, zaščenega z avtorskimi pravicami, nezakonito ponudbo nastanitvenih storitev ali nezakonito prodajo živih živali«. ²³ »Nasprotno pa se videoposnetek očitnega potencialnega kaznivega dejanja ne bi smel šteti za nezakonito vsebino zgolj zato, ker prikazuje nezakonito dejanje, kadar snemanje ali razširjanje takega videoposnetka v javnost ni nezakonito na podlagi nacionalnega prava ali prava Unije«. ²⁴

DSA opredeljuje tudi škodljive informacije, in sicer v kontekstu sistemskih tveganj, ki izhajajo iz zasnove ali delovanja storitve in povezanih sistemov ponudnikov zelo velikih spletnih platform ter zelo velikih spletnih iskalnikov (člen 34). DSA dodatno in z vidika dezinformacij posebej relevantno utemeljuje, da bi morali biti ponudniki zelo velikih spletnih platform in zelo velikih spletnih iskalnikov »zlasti pozorni na to, kako se njihove storitve uporabljajo za razširjanje ali ojačevanje zavajajočih ali varljivih vsebin, vključno z dezinformacijami«. ²⁵

V tem aktu je še dodano, da lahko omenjena tveganja »izhajajo iz neavtentične uporabe storitve, kot je oblikovanje lažnih računov, iz uporabe botov ali zavajajoče uporabe storitve ter iz drugega samodejnega ali delno samodejnega vedenja, ki lahko povzroči hitro in obsežno razširjanje informacij v javnost, pri katerih gre za nezakonito vsebino ali ki so neskladne s pogoji poslovanja spletne platforme oziroma spletnega iskalnika in ki prispevajo k dezinformacijskim kampanjam«. ²⁶

DSA je sicer v slovenski pravni red prenesen z **Zakonom o izvajanju Uredbe (EU) o enotnem trgu digitalnih storitev (ZIUETDS)**. ²⁷

Za področje množičnih medijev in delovanje novinarjev je v Sloveniji ključen **Zakon o medijih (ZMed-1)**, ²⁸ ki pravi, da morajo biti informacije, ki jih zavezanec za informacije javnega značaja pošljejo medijem, »resnične, pravilne in celovite«. ²⁹ Opredeljuje tudi označevanje uporabe sistemov umetne inteligence (člen 66) in odgovornost za programske vsebine v zvezi s sistemi umetne inteligence (člen 67).

Dalje več členov **Kazenskega zakonika (KZ-1)** ³⁰ določa kazniva dejanja, ki so povezana z dezinformacijami, med drugim so to: kršitev moralnih avtorskih pravic (člen 147), razžalitev (člen 158), obrekovanje (člen 159), žaljiva obdolžitve (člen 160), opravljanje (člen 161), očitanje kaznivega dejanja z namenom zaničevanja (člen 162), lažna ustna poročanja in lažna poročila (člen 272), javno spodbujanje sovraštva, nasilja ali nestrpnosti (člen 297) ter zloraba znamenj za pomoč in nevarnost (člen 309).

Podobno tudi **Obligacijski zakonik (OZ)** ³¹ vsebuje nekatere člene, ki segajo na področje dezinformacij, in sicer člene 177, 178 in 179.

Upoštevati velja tudi **Splošno uredbo o varstvu podatkov (GDPR)**, ³² ki v načelih v zvezi z obdelavo osebnih podatkov med drugim določa, da morajo biti osebni podatki »točni in, kadar je to potrebno, posodobljeni«. ³³

Zakon o varstvu potrošnikov (ZVPot-1) ³⁴ med drugim opredeljuje tudi zavajajoče oglaševanje (člena 36 in 38).

Najomenimo še **Resolucijo o strategiji nacionalne varnosti Republike Slovenije (ReSNV-2)**, ³⁵ ki določa, da so hibridne grožnje vse dejavnosti, »usmerjene v šibke točke ciljane države ali družbe, z namenom destabilizacije, povzročanja zmede in povečanja ranljivosti, za doseganje lastnih geopolitičnih interesov in vpliva«. ³⁶ Dodatno pojasnjuje, da »akterji s svojimi hibridnimi metodami, dezinformacijami, lažnimi novicami in vpletanjem v demokratične politične procese vplivajo na stabilnost demokratično izvoljenih struktur oblasti, ustavne in družbene ureditve ter mednarodnih institucij, ovirajo in slabijo



zmožnost demokratičnega in ustavno opredeljenega političnega odločanja in oblikovanja učinkovite nacionalne politične agende, sprožajo radikalizacijo in rekrutacijo skrajnih gibanj ter vplivajo na javno mnenje v državi.³⁷ Po opredelitvi ReSNV-2 informacijsko-kibernetске grožnje med drugim zajemajo »kibernetске napade in vdore, spletno vohunjenje, krajo intelektualne lastnine, širjenje dezinformacij, kibernetски kriminal in terorizem«.³⁸

Za področje medijev je na ravni Evropske unije osrednjega pomena **Evropski akt o svobodi medijev (EMFA)**.³⁹ Ta dezinformacije omenja v kontekstu dobrega delovanja notranjega trga medijskih storitev, ki ga ogrožajo določeni ponudniki, vključno s tistimi, ki so »pod nadzorom nekaterih tretjih držav, ki sistematično širijo dezinformacije, manipulirajo z informacijami in se vmešavajo, ter zlorablajo svoboščine na notranjem trgu, s čimer ovirajo pravilno delovanje tržne dinamike«.⁴⁰ Dodatno EMFA navaja, da so »kakovostne medijske storitve tudi sredstvo proti dezinformacijam in tujemu manipuliranju z informacijami ter vmešavanju«.⁴¹ EMFA umetno inteligenco omenja v členu 18, kjer je napisano, da »ponudniki zelo velikih spletnih platform zagotavljajo funkcijo, ki prejemnikom njihovih storitev omogoča, da izjavijo, da ne zagotavljajo vsebin, ki jih ustvarijo sistemi umetne inteligence, ne da bi se nad njimi izvajal človeški pregled ali uredniški nadzor«.⁴²

Akt o umetni inteligenci⁴³ našteva prepovedane prakse uporabe umetne inteligence, med katerimi je denimo »dajanje na trg, dajanje v uporabo ali uporaba sistema umetne inteligence, ki uporablja subliminalne tehnike, ki presegajo zavest osebe, ali namerno manipulativne ali zavajajoče tehnike« in »dajanje na trg, dajanje v uporabo ali uporaba sistema umetne inteligence, ki izkorišča katere koli šibke točke fizične osebe ali določene skupine oseb zaradi njihove starosti, invalidnosti ali posebnega socialnega ali ekonomskega položaja«.⁴⁴

Akt o umetni inteligenci v slovenski pravni red sicer umešča **Zakon o izvajanju uredbe (EU) o določitvi harmoniziranih pravil o umetni inteligenci (ZIUDHPUI)**.⁴⁵

Naj povzamemo: opredelitve so pogosto precej splošne ali nenatančne, pristojnosti prav tako, mnogi nacionalni dokumenti v številnih državah Evropske unije niso usklajeni z evropskimi akti. Kljub razmeroma dolgemu seznamu še zdaleč ne gre za zakonodajo, ki bi opazno resno preprečevala širjenje dezinformacij.

K temu je treba dodati dejstvo, da se mnoge dezinformacije razširjajo na globalnih digitalnih platformah, pri katerih pogosto ni jasna možnost intervencij in pristojnosti nacionalnih regulatorjev, nacionalnih politik, pa tudi evropskih intervencij. V zadnjem času prihaja tudi do številnih globalnih geopolitičnih pritiskov iz držav, iz katerih izvirajo digitalne platforme, zato ne preseneča, da je na tem področju malo uradnih odzivov.

DEZINFORMACIJE: NASTAJANJE IN ŠIRJENJE

V digitalnem okolju dezinformacije ustvarjajo najrazličnejši akterji: politiki, voditelji gibanj, spletni vplivneži, tuje vlade, politično motivirani mediji, ki navidezno novinarske formate izrabljajo za propagando, itd.⁴⁶ Delovanje tovrstnih akterjev je vpeto v širše komunikacijsko in družbeno okolje, zaznamovano s širšo krizo javnega komuniciranja oziroma z dezinformacijskim redom, ki se je razvijal precej dlje, kot obstaja današnja oblika digitalnih dezinformacij.⁴⁷

Na razmah dezinformacij v sodobnih družbah vplivajo mnogi dejavniki, predvsem:⁴⁸

- algoritmi družbenih omrežij, ki povečujejo vidnost skrajnih vsebin in omogočajo povezovanje somišljenikov;
- politična polarizacija, rasne zamere in verska nestrpnost;
- upad zaupanja v institucije, medije in znanost;
- korporativni interesi.

Ti dejavniki se med sabo prepletajo in vzajemno krepijo, povezani pa so tudi s premiki v razumevanju resnice in védenja nasploh. Tradicionalno nezaupanje v medije se je v dobi postresnice (angl. *post-truth*) preoblikovalo v napad na temeljna razsvetljenska načela. Védenje se vse pogostejše legitimira prek emocionalnosti, pri čemer pojem postresnica nakazuje vzpostavitev novega epistemskega režima, v katerem čustveni odzivi prevladajo nad dejstvi in razumsko analizo.⁴⁹ Navedenemu se pridružujejo še strukturne spremembe v delovanju novičarskih medijev. Temeljna ekonomika medijev v razmerah digitalnega oglaševanja in izrazite platformizacije dodatno pogloblja težave novinarstva, usmerjenega v preverjanje dejstev, ki predstavlja ključno družbeno obrambo pred dezinformacijami.⁵⁰ Medijske hiše, vse bolj odvisne od monetizacije zdaj že natančno merljive pozornosti, tekmujejo za občinstvo, pri čemer lahko hitro postanejo orodje dezinformacijskih kampanj.⁵¹

Načini širjenja dezinformacij

Dezinformacije se danes širijo prek družbenih omrežij (človeški uporabniki, avtomatizirani boti, algoritmi), sporočilnih aplikacij, tradicionalnih novičarskih medijev in dezinformacijskih spletnih portalov, ki se predstavljajo kot legitimni viri novic. Ob tem ni povsem zanemarljivo tudi širjenje dezinformacij v javnih prostorih (na primer na političnih shodih) in v zasebnosti (med družinskimi člani ali prijatelji).⁵²

Problem dezinformacij sicer ni nov,⁵³ vendar so sodobni načini njihovega širjenja bistveno učinkovitejši kot pretekli. Spremenjeni so hitrost, obseg ter množična



razširjenost in potrošnja dezinformacij, ki se širijo prek digitalnih platform.⁵⁴ Študija širjenja resničnih in napačnih informacij na Twitterju (danes X) iz leta 2018 je na primer pokazala, da so se napačne informacije v vseh kategorijah novic širile bistveno hitreje in dlje kot resnične.⁵⁵

Dezinformacije po družbenih omrežjih krožijo v dvofaznem procesu – najprej v fazi sejanja in nato v fazi odmevanja. Sejanje je načrtovana in vodena dejavnost, v kateri zlonamerni akterji v objavo navržejo strateške prevare, ki se lahko prejemnikom zdijo zelo verodostojne, pri tem pa prikrivajo svoje vire in namene. Med odmevanjem se dezinformacije širijo z vpenjanjem v že obstoječe polemike, konflikte in identitetne delitve v smislu »mi proti njim«; posamezniki tu prvotne prevare prevzamejo in jih širijo naprej kot osebna stališča ali prepričanja.⁵⁶

Odmevanje dezinformacij pogosto poteka v tako imenovanih odmevnih komorah (angl. *echo chambers*), tj. okoljih, v katerih se mnenja, politična usmerjenost ali prepričanja uporabnikov o določeni temi krepijo zaradi ponavljajočih se interakcij s somišljeniki, torej uporabniki, ki imajo podobna stališča in naravnosti. Pojav odmevnih komor na družbenih omrežjih je mogoče razložiti s selektivno izpostavljenostjo in potrditveno pristranskostjo, tj. težnjo po iskanju informacij, ki potrjujejo že obstoječa mnenja. V skladu s teorijo skupinske polarizacije lahko torej odmevna komora deluje kot mehanizem za utrjevanje obstoječega mnenja znotraj skupine in posledično vodi k premiku celotne skupine proti bolj skrajnim stališčem.⁵⁷

Z umetno inteligenco podprte dezinformacije

Z umetno inteligenco podprte dezinformacije (angl. *AI disinformation*) so rezultat vpliva umetne inteligence na produkcijo, širjenje, sprejemanje in zaznavanje namerno neresničnih ali zavajajočih informacij, katerih namen je prevara. Pojem se nanaša na uporabo generativne umetne inteligence za ustvarjanje prepričljive sintetične vsebine (na primer globokih ponaredkov, kloniranega zvoka), dalje na dezinformacije, ki jih ustvari umetna inteligenca, in njihovo širjenje brez neposrednega človeškega poziva, pa tudi na strateško uporabo orodij umetne inteligence za povečanje dosega in personalizacijo (na primer boti ali priporočilni sistemi, algoritemsko ojačevanje, avtomatizirano ustvarjanje lažnih računov).⁵⁸

Dezinformacije, ustvarjene z generativno umetno inteligenco, se od tradicionalnih, človeško ustvarjenih dezinformacij razlikujejo v štirih ključnih dejavnikih:⁵⁹

1. Obseg: Orodja generativne umetne inteligence omogočajo množično produkcijo vsebin za dezinformacijske kampanje. Ustvarijo lahko številne različice istih neresničnih zgodb, jih prevajajo v različne jezike, posnemajo dialoge ipd.

2. Hitrost: V primerjavi z ročnim ustvarjanjem vsebin generativna umetna inteligenca omogoča izjemno hitro produkcijo dezinformacij. Lažne slike je na primer z določenimi orodji mogoče ustvariti le v nekaj sekundah.

3. Enostavnost uporabe: Z naraščajočo razširjenostjo orodij, v zaledju katerih deluje generativna umetna inteligenca, se znižujejo vstopne ovire za ustvarjanje dezinformacij. Posamezniki lahko s pomočjo omenjenih orodij naredijo prepričljive lažne slike in videoposnetke brez strokovnega znanja ali večjih spretnosti.

4. Personalizacija: Generativna umetna inteligenca lajša izvajanje personaliziranih dezinformacijskih kampanj, usmerjenih v specifična občinstva ali posameznike ter njihove preference ali prepričanja, in to brez poglobljenega poznavanja njihovega jezika ali kulture. Personalizirane dezinformacije lahko ciljajo ljudi različnih starosti, političnih ideologij, verskih prepričanj in osebnostnih tipov, kar lahko poveča prepričevalno moč dezinformacijskih kampanj.

Sistemi umetne inteligence problem dezinformacij tako le še poglobljajo, zlasti s povečanjem možnosti za ustvarjanje realističnih ponaredkov ter z omogočanjem razširjanja dezinformacij ciljnemu občinstvu in v velikem obsegu s strani zlonamernih akterjev.⁶⁰ Naj navedemo primer: med iransko-izraelsko vojno junija 2025 se je na spletu razširil videoposnetek, za katerega se je verjelo, da prikazuje eksplozijo na vhodu zloglasnega zapora Evin v Teheranu. Tako Izrael kot Iran sta potrdila, da se je napad res zgodil, toda sam posnetek je bil lažen, najverjetneje generiran s pomočjo stare slike vhoda, ki je bila predhodno objavljena na družbenem omrežju X. Posnetek je delil izraelski zunanji minister. O dogodku in posnetku je poročalo več znanih medijskih organizacij.⁶¹ Izvor tega posnetka ni bil nikoli potrjen, so pa tudi primeri, ko je izvor znan in celo uradni, na primer ameriška Bela hiša, ki je po poročanju londonskega The Guardian objavila ponarejeno sliko aretirane ženske, v kateri so ji spremenili obraz, da bi bilo videti, kot da joku.⁶²

Uporaba umetne inteligence odpira številna etična vprašanja in vprašanja človekovih pravic, zlasti vprašanja človekovega dostojanstva, avtonomije, demokracije in miru. Kot odziv se razvijajo sistemi umetne inteligence za zaznavanje in moderiranje dezinformacij na spletu, a tudi ti niso brez etičnih tveganj, predvsem v povezavi s svobodo izražanja in obveščanja.⁶³



DEZINFORMACIJE: VPLIV NA VOLITVE IN DEMOKRACIJO

Širjenje dezinformacij ima lahko širše družbene in politične učinke. Dezinformacije vplivajo na uresničevanje človekovih pravic in zmanjšujejo kakovost demokracije. Posegajo v več pravic: pravico do svobode mišljenja in pravico do oblikovanja mnenj brez vmešavanja; pravico do zasebnosti; pravico do svobode izražanja in pravico do sodelovanja v javnih zadevah ter pravico do volitev in glasovanja. Slabijo zaupanje v demokratične institucije, izkrivljajo volilne procese ter spodbujajo nespoštljivo komuniciranje in polarizacijo v spletnem prostoru.⁶⁴

Glavne grožnje dezinformacij za evropske demokracije lahko razdelimo v dve glavni kategoriji:⁶⁵

1. Dezinformacije povečujejo splošno nezaupanje v družbah, kar vodi v polarizacijo – na primer glede vprašanj, povezanih s politiko, ideologijo, vero, etničnostjo in spolno usmerjenostjo – ter ustvarja podlago za moralno paniko in družbeno nestabilnost.
2. Dezinformacije si prizadevajo delegitimirati položaj demokratičnih institucij in javnih oblasti – na primer z vmešavanjem v parlamentarne in druge volitve ter s spodkopavanjem veljavnosti strokovnega znanja in verodostojnosti kakovostnih novičarskih medijev.

Analiza vpliva dezinformacij, ki se širijo po družbenih omrežjih, na demokracijo,⁶⁶ izvedena v 158 državah v obdobju 2000–2019, je pokazala, da dezinformacije na družbenih omrežjih, spletna politična polarizacija in uporaba družbenih omrežij za organiziranje nasilja zunaj spleta spodkopavajo ključne demokratične norme, vključno s politično participacijo, politično strpnostjo in sprejemanjem volilnih izidov. Obenem pospešujejo mobilizacijo protidemokratičnih sil, kar zmanjšuje zaupanje javnosti v demokratične institucije in škoduje civilni družbi.

Najpogostejše oblike dezinformacij v volilnih procesih vključujejo širjenje neresničnih informacij z namenom diskreditacije političnih nasprotnikov ali vplivanja na volitve, ponarejanje ali manipulacijo podatkov javnomnenjskih poizvedb ter uporabo lažnega volilnega spremljanja in opazovanja.⁶⁷ Dezinformacijske kampanje, ki so jih izvajali ruski akterji med predsedniškimi volitvami v Združenih državah Amerike leta 2016, so denimo uporabljale antideliberativne taktike, kot so širjenje erozivnih neresnic, moralno razvrednotenje in neupravičena vključenost, kar spodkopava sposobnost politične skupnosti, da sodeluje v komuniciranju, ki temelji na dejstvih in logiki, moralnem spoštovanju ter demokratični vključenosti.⁶⁸

Pomen dezinformacij v volilnih procesih lahko ponazorimo s primerom romunskih predsedniških volitev leta 2024, ko je ustavno sodišče razveljavilo prvi krog volitev zaradi nepravilnosti v volilnem procesu. Proruski kandidat je zaradi kompleksne strategije informacijske manipulacije prejel znatno število glasov, razkriti dokumenti Vrhovnega sveta za nacionalno obrambo pa so pokazali neposredno vpletenost tujih državnih subjektov v financiranje in promocijo njegove volilne kampanje prek platform družbenih omrežij in plačanih vplivnežev. Kampanja tega kandidata se je v veliki meri opirala na širjenje napačnih informacij, ciljanje ranljivih segmentov prebivalstva in poglobljanje delitev znotraj romunske družbe.⁶⁹



DEZINFORMACIJE: POMEN NOVINARSKE ETIKE IN PROFESIONALNOSTI

Kot smo že zapisali, dezinformacije ustvarjajo in širijo različni akterji, organizirane in spontane interakcije med njimi pa tvorijo skupni vpliv dezinformacijskih kampanj. Njihovi pobudniki vnaprej računajo na vključenost drugih akterjev, tudi takih, ki morda nimajo namena zavajati – kot so na primer novičarski mediji.⁷⁰ Za številne dezinformacijske akterje je doseganje pozornosti novičarskih medijev pomemben cilj, saj zanje tako objava in s tem morebitna krepitev dezinformacije kot tudi njeno razkrinkavanje pomenita uspeh.⁷¹

Odzivi regulatorjev so pri tem večinoma precej omejeni. Nekateri nimajo kadrovskih ali tehničnih zmogljivosti za evidentiranje in odzivanje na dezinformacije, ki se širijo recimo po družbenih omrežjih, drugi so glede preprečevanja dezinformacij skeptični in se sklicujejo na omejena zakonska pooblastila, tudi postopki so lahko dolgotrajni, medtem pa dezinformacije že dosežejo množično občinstvo (ter povzročijo škodo). Nekateri regulatorji so previdni tudi zaradi globalne politične situacije, v kateri je evropski pravni okvir, predvsem Akt o digitalnih storitvah, na udaru tako mnogih izvenevropskih platform, ki se izogibajo ustrezni regulaciji (predvsem zaradi svojih ekonomskih ciljev), kakor tudi posameznih izvenevropskih vlad, ki iz takšnega ali drugačnega razloga napadajo evropsko regulacijo medijev in platform.

Zaradi omejenih možnosti odzivanja na dezinformacije, zlasti na družbenih omrežjih, imajo novinarji in drugi medijski akterji še posebej pomembno vlogo pri zagotavljanju verodostojnih informacij. Zato je nujno, da informacije dosledno preverjajo, upoštevajo profesionalno normo točnosti in spoštujejo ostale standarde novinarske profesionalnosti.

Ključna etična dilema novinarskih uredništev zadeva vprašanje, kako poročati o dezinformacijah, da jih ne bi hkrati širili in krepili. Razkrivanje namernih neresnic je v javnem interesu, vendar zahteva previdnost, saj obstaja tveganje legitimiranja dezinformacije in njenega širjenja dlje, kot bi sicer segla.⁷² Ponavljanje – tudi ko je namenjeno temu, da bi dezinformacijo ovrgli oziroma popravili – lahko prispeva k njeni utrditvi, zlasti pri teorijah zarote, ki se lahko širijo bodisi kot dezinformacije bodisi kot napačne informacije. Novinarji se soočajo z vprašanji, kot so: Kdaj in kako poročati o stališčih teoretikov zarot? Ali zavzeti nepristransko oziroma distancirano držo ali zagovorniški, protizarotniški pristop? Kako poročati o dejanjih politikov, strokovnjakov ali zvezdnikov, povezanih s teorijami zarot, ne da bi s tem povečali vidnost teorij zarot samih?⁷³

Na ta vprašanja ne obstajajo univerzalni odgovori, ampak je nanje mogoče odgovoriti le upoštevajoč okoliščine konkretnega primera. V nekaterih primerih je morda bolje prakticirati strateško tišino (angl. *strategic silence*),⁷⁴ vendar je tudi prepozno poročanje o dezinformacijah lahko škodljivo, saj se neresnice do takrat lahko že nenadzorovano razširijo. Primer zapoznelega medijskega odziva je bilo poročanje o teoriji zarote, ki je COVID-19 povezovala z omrežji 5G. Šele ko je v Združenem kraljestvu in drugod prišlo do požigov baznih postaj mobilne telefonije in nasilja nad telekomunikacijskimi tehnikami, ki so jih vzdrževali, so novičarski mediji teorijo zarote vzeli resno in začeli objavljati informacije, s katerimi jo je bilo mogoče ovreči. Tak odziv bi bil koristen že takrat, ko se je v medijih pojavil prvi val podpore tej teoriji s strani nekaterih estradnikov, četudi so nekateri od njih svoje objave z družbenih omrežij kasneje umaknili.⁷⁵

Uredništva morajo predvsem prepoznati prelomno točko (angl. *tipping point*), ko obravnava dezinformacij postane smiselna in družbeno koristna. Prelomna točka nastopi, ko se vsebina začne širiti izven posamezne skupnosti, prehaja med platformami ali se zelo hitro širi znotraj ene platforme. Pred to točko bi lahko poročanje dezinformacij zagotovilo dodatno pozornost; ko je ta točka presežena, pa je nujno hitro in široko razširiti preverjena dejstva ter dezinformacijo ovreči. Novinar se mora med drugim vprašati, ali je verjetno, da se je njegovo občinstvo s to vsebino že srečalo, kakšne so lahko posledice objave in kako naj poroča – ali naj v ospredje postavi razkritje dezinformacije, akterjev, ki jo širijo, ali platform, ki to omogočajo.⁷⁶

Generativna umetna inteligenca predstavlja poseben izziv za novinarsko etiko in profesionalnost. Pomembno je, da se novinarji in uredniki pri uporabi teh orodij zavedajo tveganj, povezanih z dezinformacijami. Kadar so temeljne novinarske naloge, kot so iskanje, preverjanje in ubesedovanje informacij, prepuščene avtomatizaciji, se izgublja uredniški nadzor. Na upad kakovosti novinarstva lahko vplivajo večje breme preverjanja, pristranskost jezikovnih modelov, napake in halucinacije ter zanemarjanje etičnih in profesionalnih standardov. Zaostrovanje ekonomskih pritiskov lahko vodi v neodgovorno uvajanje teh tehnologij. Dodatno se lahko zmanjšuje zaupanje občinstev, in sicer tako zaradi kritičnih stališč nekaterih do uporabe generativne umetne inteligence v novinarstvu kot tudi zaradi splošno nižje ravni zaupanja v (spletne) informacije.⁷⁷



DEZINFORMACIJE: PREPOZNAVANJE

Tehnološki napredek omogoča vse bolj prefinjene oblike manipulacije in hkrati spreminja uveljavljene predstave o tem, kaj šteje kot zaupanja vreden vir informacij. Napredna digitalna orodja ne omogočajo zgolj manipulacije z zvočnimi posnetki in videoposnetki, temveč tudi ustvarjanje prepričljivih posnetkov resničnih ljudi, ki izrekajo trditve, ki jih v resnici nikoli niso izrekli. To destabilizira tradicionalno hierarhijo virov, v kateri so bili zvočni posnetki in videoposnetki umeščeni na vrh lestvice zaupanja vrednih dokazov.⁷⁸

Manipulirana vsebina pomeni, da je del pristne vsebine spremenjen, najpogosteje pri fotografijah ali videoposnetkih. Vizualne vsebine so še posebej učinkovito sredstvo za širjenje napačnih informacij in dezinformacij, poleg tega je manipulirane podobe bistveno težje prepoznati kot besedilne dezinformacije. Pri poročanju o manipulirani vsebini morajo novinarji pred objavo oceniti, kako daleč in kako hitro se je vsebina že razširila ter kakšen je njen potencialni vpliv.⁷⁹

Nekatere vsebine so včasih precej očitno spremenjene in določeni posnetki so precej očitno rezultat generativne umetne inteligence. Pomislimo na prizor ameriškega predsednika Donalda J. Trumpa, ki ga je objavila Bela hiša, torej uradni vir, januarja 2026 sredi razprav o položaju Grenlandije: na posnetku je predsednik Trump, ki se po ledeni površini sprehaja s pingvinom, ta pa v roki drži ameriško zastavico. Seveda je šlo za očitno umetno ustvarjeno vizualno podobo, je pa ta imela tudi faktografsko napako: pingvini živijo samo na Antarktiki, ne na Grenlandiji ali na Arktiki.

Omenimo lahko tudi slovenski primer tovrstne generirane podobe: časnik Slovenske novice je konec leta 2025 objavil podobo, podpisano s »Simbolična slika FOTO: Delo UI«. Posnetek naj bi prikazoval požar na avtobusu Ljubljanskega potniškega prometa na Litostrojski cesti. Čeprav naj bi podpis »Delo UI« omogočal prepoznavanje, da gre za umetno generirano vsebino, je hkrati zapis »FOTO« vseeno ustvarjal vtis, da je šlo za fotografijo. Nekaj osnovnih preverjanj je precej hitro pokazalo, da ne gre za avtentično sliko: zadoščalo je poznavanje vizualnih značilnosti in tipov avtobusov Ljubljanskega potniškega prometa ter arhitekturnih značilnosti zgradb ob tej ljubljanski cesti.

Prepoznavanje neavtentičnih vsebin je torej včasih relativno lahko, vedno pa zahteva določene korake. Zaradi izjemnega razvoja umetne inteligence v zadnjih letih je prepoznavanje hkrati vedno težje in napake, kot so upodobitev pingvina na Grenlandiji ali drugačne barve avtobusa ter starost in slog zgradb na precej znani ulici v glavnem mestu, niso vedno tako očitne. Omenjenih

primerov sicer ne navajamo kot primerov dezinformacij, temveč le kot ilustracije določenih faktografskih napak, ki omogočajo prepoznavanje netočnih informacij – in to se nanaša tudi na dezinformacije. Za njihovo prepoznavanje je zato potrebno sledenje določenim postopkom, ki pomagajo novinarjem, pa tudi drugim, denimo regulatorjem, zainteresiranim državljanom, vplivnežem in politikom, da ugotovijo, ali so določene vsebine točne in verodostojne.

Temeljni postopki za ugotavljanje točnosti in verodostojnosti informacij

Pri ugotavljanju točnosti in verodostojnosti informacij novinarji (ali drugi akterji) uporabljajo naslednje postopke:⁸⁰

Fact-checking pomeni preverjanje dejstev oziroma preverjanje resničnosti trditev. Poteka naknadno (*ex post*) – na trditvah javnega pomena. Opira se na informacije strokovnjakov, znanstvenikov in raziskovalcev ter vladnih institucij. Rezultat je utemeljena ugotovitev o resničnosti trditve.

Verification pomeni verifikacijo, potrjevanje pristnosti informacij, preverjanje avtentičnosti. Poteka vnaprej (*ex ante*), večinoma pri uporabniško ustvarjenih vsebinah (angl. *UGC*). Išče primarne dokaze očitvev, uporablja geolokacijo, vzvratno iskanje podob (angl. *reverse image search*), analizira metapodatke ipd. (o tem gl. podrobneje v poglavju Pripomočki za preverjanje oziroma potrjevanje informacij). Rezultat je objava zgodbe – ali pa njena zaustavitev.

Debunking pomeni razkrinkavanje, ovržbo lažnih trditev oziroma razbijanje lažnih informacij in viralnih prevar.

Prepoznavanje dezinformacijskih napadov, usmerjenih proti novinarjem in medijskim hišam

V nadaljevanju navajamo štiri korake, ki so bili razviti za prepoznavanje dezinformacijskih kampanj proti novinarjem in medijem,⁸¹ vendar jih lahko smiselno uporabijo tudi drugi, ki se znajdejo sredi dezinformacijskih napadov.

KORAK 1: Razumeti kontekst

Cilj je razumeti, ali in kako dezinformacijski napadi odražajo širše strategije za spodkopavanje zaupanja javnosti ali za uveljavljanje določenih narativov. Običajno poskušamo prepoznati naslednje glavne elemente:

- Relevantne dogodke in izjave v obdobju napada.
- Relevanten politični in družbeni kontekst.
- Medije in družbena omrežja, ki so nagnjeni k širjenju lažnih narativov.



KORAK 2: Analizirati časovni potek, platformo in metode širjenja

Pripraviti je treba časovnico napada, kar omogoča boljše razumevanje poteka dezinformacijske kampanje. Poleg tega je treba identificirati platforme, prek katerih je bila kampanja izvedena, ter načine, s katerimi se je pospeševalo njeno širjenje, kot so ključniki (angl. *hashtags*), memi (angl. *memes*) in z generativno umetno inteligenco ustvarjeni globoki ponaredki v obliki zvočnih posnetkov ali videoposnetkov.

- Pripravimo časovnico napada: prepoznamo in opišemo ključne dogodke.
- Identificiramo kanale napadov.
- Ugotovimo, kateri elementi so bili uporabljeni za hitrejšo širjenje.
- Arhiviramo URL-naslove vseh primerov napadov ali lažnih narativov.

KORAK 3: Prepoznati vpletene akterje

Za potrebe preiskave je pomembno prepoznati akterje, ki so napad zanetili in/ali sprožili, in akterje, ki so ga izvajali. Akterji so lahko politiki, klepetalne skupine, spletne strani, anonimni profili, obrobni (angl. *fringe*) mediji idr.

- Določimo in opišemo najvplivnejše akterje, ki so zanetili dezinformacijsko kampanjo.
- Določimo in opišemo medijske akterje, ki so o napadu poročali naklonjeno in so podpirali dezinformacijske narative.
- Izvedemo infrastrukturno analizo glavnih vpletenih akterjev in njihovih spletnih mest.
- zvedemo analizo družbenih omrežij, da odkrijemo povezave, akterje in načine njihovega povezovanja.

KORAK 4: Opredeliti ključne narative

Prepoznavanje specifičnega narativa, ki se širi z dezinformacijskim napadom, lahko pomaga razkriti namen kampanje.

- Preverimo trditve, podane med napadi.
- Identificiramo dezinformacijske narative.
- Ustvarimo mreže narativov in spremljamo širjenje lažnih narativov skozi čas. Takšna analiza omogoča pregled nad tem, kako so narativi proti novinarjem med seboj povezani ter kako se širijo po istih kanalih in v istem obdobju.
- Pripravimo poročilo o preiskavi. Določimo glavne prvine, ki tvorijo dezinformacijsko kampanjo, in odgovorimo na ključna vprašanja: Kdo? Kaj? Kje? Kdaj? Kako? Zakaj?

Osnovni vodnik za preverjanje spletnih vsebin

Osnovni vodnik organizacije First Draft za preverjanje spletnih informacij navaja pet stebrov preverjanja, ki naj jim sledijo novinarji,⁸² uporabni pa so tudi za druge, ki bi radi preverili določeno spletno vsebino.

1. Izvor: Ali gledam izvirni račun, prispevek ali vsebino?
2. Vir: Kdo je ustvaril račun ali prispevek oziroma zabeležil/posnel izvirno vsebino?
3. Datiranje: Kdaj je bil prispevek ustvarjen oziroma je bila vsebina ustvarjena?
4. Lokacija: Kje je bil račun ustvarjen, spletna stran vzpostavljena ali vsebina zabeležena/posneta?
5. Motivacija: Zakaj je bil račun ustvarjen, spletna stran vzpostavljena ali vsebina zabeležena/posneta?

Pripomočki za preverjanje oziroma potrjevanje informacij

Pri preverjanju oziroma potrjevanju informacij si pomagamo z različnimi programskimi in digitalnimi orodji, kot so iskalniki, orodja za preverjanje geolokacije ali časa nastanka vsebine, orodja za detekcijo manipulacij podob s pomočjo generativne umetne inteligence itd. V nadaljevanju navajamo nekatera ključna, pri čemer izhajamo iz strokovnih in raziskovalnih izkušenj s tega področja v preteklih desetih letih in iz dognanj nedavno ali trenutno še potekajočih evropskih projektov, ki so obravnavali ali obravnavajo dezinformacije in/ali umetno inteligenco ([EMBEDDIA](#), [DIACOMET](#) in [ADMO 2.0](#)). Pri pripravi seznama so sodelovali tudi novinarji več svetovnih medijev, ki se ukvarjajo s tem področjem, deloma pa smo se oprli tudi na strokovno-znanstvene vire.⁸³

V nadaljevanju predstavljena orodja lahko torej – ob upoštevanju določenih omejitev in ob določeni previdnosti – pomagajo novinarjem in urednikom, pa tudi drugim.

Vzvratno iskanje podob

Vzvratno iskanje podob je eden najbolj razširjenih načinov preverjanja avtentičnosti podob, ko gre za vprašanja, povezana z nastankom in morebitnim predhodnim pojavljanjem podob ter s tem povezanimi možnimi oblikami manipulacije kot znaki potencialnih dezinformacij. Vzvratno iskanje podob poteka z različnimi orodji, ključna med njimi so:

Iskalniki

- [Google Lens/Images](#)



- [Yandex](#) (ruski iskalnik, ki je koristen predvsem za preverjanje podob iz Vzhodne Evrope in Rusije)
- [Baidu](#) (kitajski iskalnik, ki je koristen pri vzratnem iskanju podob predvsem za to geografsko območje; potrebna je previdnost, saj pri občutljivejših informacijah redko poda koristne zadetke zaradi tamkajšnjih državnih omejitev)
- [TinEye](#) (uporablja drugačno tehnologijo od Google Lens/Images, saj ne analizira slike in ne ponuja podobnosti, temveč išče natančno to sliko, ki jo preverjamo)
- [Bing](#) (v nasprotju z Google Lens/Images, ki je bolj moderiran – bodisi zaradi varovanja zasebnosti bodisi zaradi komercialnih interesov – so zadetki pri Bing, kakor tudi pri TinEye, manj omejeni)

Orodji, ki iščeta prek več iskalnikov hkrati (metaiskalnika)

- [imgops.com](#)
- [InVID - WeVerify](#)

Dodatna orodja za vzratno iskanje podob

Včasih imajo slike moteče elemente, na katere se iskalniki preveč ozirajo (na primer besedila ali napisi, ki jih je nekdo dodal, ali pa ljudje v ospredju, ko nas zanima ozadje in lokacija). Orodje [Cleanup.Pictures](#) omogoča hitro in učinkovito brisanje elementov na sliki, s čimer omogoča nadaljnje osredotočenje na elemente, ki nas dejansko zanimajo. Podobno orodje je [AirBrush](#).

Mogoče je tudi, da je slika, ki nas zanima, že ponarejena. Če na njej opazimo nekaj neobičajnega, recimo pri svetlobi, padanju senc, fokusu elementov ali prizoru, ki ga upodablja, lahko svoje sume preverimo z orodjem [Forensically](#). Gre za pregledovalnik slik, ki deluje na detektorju »klonov«, tj. ponavljajočih se elementov na sliki.

Orodja za zaznavanje uporabe umetne inteligence

Gre za orodja, ki prepoznajo podobe, ki jih je verjetno ustvarila ali spremenila generativna umetna inteligenca.

- [Copyseeker](#) (učinkovito orodje za preverjanje slik na spletu)
- [Lenso](#) (deluje podobno kot Copyseeker)
- [PimEyes](#) (uporaben predvsem pri identifikaciji podob ljudi)

Poleg vzratnega iskanja podob so med najbolj pogostimi načini preverjanja avtentičnosti vsebin še preverjanje geolokacije, kronolokacije, analiza metapodatkov, detektorji uporabe generativne umetne inteligence in

ekstrakcija podatkov z družbenih omrežij. V nadaljevanju predstavljamo nekaj ključnih orodij za te naloge.

Geolokacija

Geolokacija pove, kje je slika nastala oziroma kje je nastal videoposnetek. Eden najbolj znanih primerov novinarske uporabe orodij za preverjanje geolokacije je upodobljen v dokumentarnem filmu *Anatomy of a Killing*, ki ga je leta 2018 ustvaril BBC, pripoveduje pa o pobojih v Kamerunu. V filmu so s pomočjo geolokacijskih orodij natančno locirali in potrdili prizorišče poboja civilnega prebivalstva.

Orodja, ki omogočajo preverjanje geolokacije podob, so na primer:

- Google (videoposnetek z navodili za uporabo: <https://www.youtube.com/watch?v=LzRxEaSncBw>)
Google [Maps](#) in Street View
Google [Earth](#)
Google [Earth Studio](#)
- [Yandex Maps](#) (koristen predvsem, ko Googlova orodja niso dovolj ali pa za primerjavo s tam pridobljenimi podatki; vsebuje veliko uporabniško ustvarjenih vsebin (UGC); raziščite zlasti možnosti Street panoramas/photos in Mirrors)
- [Mapillary](#) (uporaben za področja, katerih ogled z Google Street View ni mogoč)
- [Copernicus](#) (uporaben za novejša, a resolucijsko manj kakovostne podobe)
- [Overpass Turbo](#) (uporaben za naprednejšo geolokacijo; videoposnetek z navodili za uporabo: <https://www.youtube.com/watch?v=bJkV3l5Haq0>)
- [Primer Bellin](#)

Kronolokacija

Kronolokacija pove, kdaj je slika na določenem kraju nastala oziroma kdaj je na določenem kraju nastal videoposnetek. Orodja, ki omogočajo preverjanje tega podatka, so na primer:

- [SunCalc](#) (omogoča ugotavljanje, kdaj in kje je bila neka podoba posneta, in to s pomočjo gibanja sonca, natančneje: s primerjavo senc na podobi)
- [WolframAlpha](#) (omogoča preverjanje, kakšno je bilo vreme na določeni lokaciji na določen datum)
- [NASA Firms](#) (omogoča ogled satelitskih podatkov in e-poštnih opozoril o aktivnih požarih in toplotnih anomalijah po svetu)



Analiza metapodatkov

Metapodatki so podatki o času in kraju nastanka podobe, pa tudi o napravi, s katero je bila podoba posneta, nastavitvah kamere ter obdelavi ali urejanju datoteke. Ti podatki se ponavadi izbrišejo, ko je vsebina objavljena na družbenih omrežjih, zato moramo do njih priti po drugi poti. Najbolj očitna pot je prošnja avtorju, naj nam pošlje izvirnik, ki še vsebuje omenjene podatke; če pa je avtor neznan ali nedosegljiv, je do metapodatkov mogoče priti z nekaterimi orodji, na primer z EXIF.tools. To orodje lahko pridobi določene podatke iz izvirnih datotek, a deluje samo, če ste datoteko dobili prek elektronske pošte, MMS-sporočila, na USB-ključu ipd., ne pa na že objavljenih slikah. Treba pa je imeti pri uporabi tega in podobnih orodij v mislih tudi dejstvo, da so bili tudi metapodatki na izvirnem posnetku lahko zmanipulirani (namenoma ročno spremenjeni v neresnične) ali nehote nastavljeni na napačne.

Detektorji uporabe generativne umetne inteligence

- Google [SynthID](#) (preverja, ali slika vsebuje generirane elemente, jih pa zazna le, če so bili ustvarjeni z Google Gemini)
- [ImageWhisperer](#) (orodje za analizo konteksta podobe)
- Primer aktualnega vodiča o detektiranju generiranih vsebin: [Henk van Ess](#)

Ekstrakcija in analiza podatkov na družbenih omrežjih

Telegram

- [Telegago](#) (omogoča iskanje med kanali na Telegramu)
- [TGStat](#) (omogoča iskanje med kanali na Telegramu in poda še druge statistične podatke)

YouTube

- [A Guide To Advanced YouTube Search Operators](#) (navodila za boljše iskanje)

Instagram

- [WhoPostedWhat](#) (prikaže objave na Instagramu na določeni lokaciji na določen datum; iskalnik za Facebook ne deluje več, odkar je Meta uvedla mehanizme proti pregledovanju njihovih strani)

X

- Iskanje s pomočjo [Boolovih operaterjev](#)

Drugi uporabni viri

- [Kanal Bendobrown](#) (eden boljših YouTube kanalov za uporabo metod OSINT)
- Seznam virov [OSINT](#) (GitHub, 2026, seznam virov za pridobivanje informacij iz javno dostopnih virov)
- [The Threat Posed by Deepfake Satellite Images](#) (Brady Africk, 2025, komentar o grožnjah, ki jih predstavljajo globoki ponaredki satelitskih posnetkov)
- [Bellingcat Online Investigations Toolkit](#) (Johanna Wild, 2024, komplet orodij za spletne preiskave)
- [What's a Picture Worth?](#) (Hany Farid, 2011, predavanje na konferenci TEDx o zaupanju v vizualne podobe)
- New York Times [Investigation](#) (New York Times, 2018, o Bašarju al Asadu in sirskih napadih na prebivalce mesta Douma s plinom)
- Bellingcat [Investigation](#) (Pieter van Huis, 2018/2019, o strmoglavljenju letala družbe Malaysia Airlines na rednem potniškem letu z oznako MH17)
- [Guide to Using TikTok](#) (Vivien Götz, vodič za uporabo TikToka za preiskovalne novinarje)
- [Fact Check Explorer](#) (Google, 2026, orodje za iskanje in brskanje po preverjenih dejstvih)
- [Google News Initiative Verification in 8 Stages Training](#) (Google, 2026, usposabljanje za uporabo Googlovih orodij za preverjanje in potrjevanje informacij)



PRILOGA: DODATNI POJMOVNIK O DEZINFORMACIJAH IN POVEZANIH POJMIH

Akter, ki predstavlja grožnjo, je »organizacija, vlada, posameznik ali skupina, ki predstavlja varnostno tveganje z izvajanjem zlonamernih dejavnosti, kot so kampanje FIMI, kibernetški napadi ali druga škodljiva dejanja. Motivi akterjev, ki predstavljajo grožnjo, so lahko različni: finančna korist, političen vpliv, vohunjenje ali namerno povzročanje motenj in oviranje delovanja določene organizacije, vlade, posameznika ali skupine«. ⁸⁴

Astroturfing je »organizirano ustvarjanje lažnih komentarjev in mnenj, ki vplivajo na mnenje ljudi o izdelkih, idejah ali o drugih ljudeh. Astroturfing pomeni, da je navidezno gibanje ljudi ali ljudska iniciativa, ki naj bi podpirala določene cilje ali stališča, v resnici lahko organizirana kampanja, ki za večji doseg in vidljivost uporablja ali množico lažnih uporabniških računov s pomočjo trolov ali pa celo plačane resnične vplivneže. Končni cilj astroturfinga je, da se ideje in mnenja, ki jih širi, zdijo avtentična in veliko bolj množično obravnavana in sprejeta, kot so v resnici«. ⁸⁵

Bot je »računalniški program, ki deluje samodejno in je v osnovi namenjen iskanju informacij na internetu. Boti so sistem skript ali programske opreme, namenjene samodejnemu klikanju. Programirani so za ustvarjanje naslovov IP in spletnih sej ter interakcijo z različnimi spletnimi funkcijami«. ⁸⁶

Dezinformacijska kampanja je »ciljno usmerjen in organiziran informacijski napad na določeno državo, vlado, organizacijo, skupine ali posameznike, o katerih akterji, ki predstavljajo grožnjo, namerno objavljajo in v velikem obsegu razširjajo številne dokazljivo napačne ali zavajajoče informacije (dezinformacije), katerih namen je manipulirati, polarizirati in vzbuditi nezaupanje«. ⁸⁷

Farma ali tovarna botov je »skupek botov, ki so lahko na isti fizični lokaciji ali pa na različnih lokacijah. Farma botov sestavljajo pametni telefoni, tablični računalniki in strežniki, ki jih povezuje nadzorna naprava. Opravljajo ponavljajoče se naloge, sodelujejo na družbenih platformah, gledajo videoposnetke ali obiskujejo spletna mesta, in povečujejo promet z ustvarjanjem lažnih klikov. Vsaka farma botov deluje po svojih algoritmih, ki so težko izsledljivi. Gre za umetno inteligenco, ki jo je težko razlikovati od človeških uporabnikov«. ⁸⁸

Hibridne grožnje so »kombinacija dejavnosti, ki jih državni in nedržavni akterji izvajajo na usklajen način, pogosto z združevanjem konvencionalnih in

nekonvencionalnih metod, pri čemer razmere ne dosežejo praga za uradno razglasitev vojne. Cilj ni le povzročitev neposredne škode in izkoriščanje ranljivosti, temveč tudi destabilizacija družbe in ustvarjanje nejasnosti za oviranje sprejemanja odločitev«. ⁸⁹ Med primere hibridnih groženj UKOM uvršča manipuliranje informacij, kibernetške napade, gospodarski vpliv ali prisilo, prikrito politično manevriranje, prisilno diplomacijo in grožnje z vojaško silo. Podobno hibridne grožnje opredeljuje Evropska komisija, in sicer kot »preplet prisilnih in subverzivnih dejavnosti ter konvencionalnih in nekonvencionalnih metod (tj. diplomatskih, vojaških, gospodarskih, tehnoloških), ki jih lahko državni ali nedržavni akterji usklajeno uporabljajo za doseganje specifičnih ciljev, pri tem pa ostajajo pod pragom formalno razglašene vojne. Obsežne dezinformacijske kampanje, ki z uporabo družbenih omrežij nadzorujejo politični narativ ali radikalizirajo, novačijo in usmerjajo posredne akterje, so lahko nosilci hibridnih groženj«. ⁹⁰ Slovenska obveščevalno-varnostna agencija **napredne kibernetške akterje** opredeljuje kot »akterje, ki jim kibernetški prostor zagotavlja strateške (obrambne, obveščevalne, gospodarske) prednosti njihove države pred tekmeci in je sodobno bojišče za pridobivanje pomembnih podatkov, širjenje dezinformacij ali izvajanje informacijskih in psiholoških operacij v ciljni tuji državi, v primeru stopnjevanja konfliktov pa tudi za uničevalno delovanje proti tujim informacijsko-komunikacijskim sistemom«. ⁹¹

Informacijska integriteta je »celovitost, točnost, doslednost in zanesljivost informacij od njihovega nastanka, shranjevanja, prenosa in uporabe. Informacijsko integriteto ogrožajo dezinformacije, napačne informacije in sovražni govor«. ⁹²

Propaganda je »javno opozarjanje na nekaj, navadno z navajanjem dobrih lastnosti, z namenom pridobiti naklonjen odnos naslovnikov do predmeta opozarjanja«, pa tudi »načrtno razširjanje, pojasnjevanje političnih, nazorskih idej z namenom, da se uresničijo« ter v slabšalnem kontekstu »namerno prikrivanje, potvarjanje česa z namenom, da se politično, ideološko vpliva«. ⁹³

Spletni trol je »oseba, ki namerno ali za lastno zabavo na spletu objavlja provokativne in nesramne zapise, da bi pri drugih osebah vzbudila močne čustvene odzive, preusmerila pogovor o obravnavane teme in vplivala na javno mnenje«. ⁹⁴



VIRI

Bader, M. (2018). *Disinformation in elections. Security and Human Rights*, 29(1-4), str. 24–35. <https://doi.org/10.1163/18750230-02901006>

Baig, R. (2025, 27. junij). Fact check: viral Evin prison blast video is likely AI fake. *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/en/fact-check-viral-evin-prison-blast-video-is-likely-ai-fake/a-73063165>

Bennett, W. L. in Livingston, S. (2020). Preface: the origins and importance of political disinformation. V W. L. Bennett in S. Livingston (ur.), *The Disinformation Age* (str. xv–xxv). Cambridge University Press.

Berg Tusinski, K. (2022). The influence of fake news: rebuilding public trust in journalism. V L. Trifonova Price, K. Sanders in W. N. Wyatt (ur.), *The Routledge Companion to Journalism Ethics* (str. 380–389). Routledge.

Bontridder, N. in Poulet, Y. (2021). The role of artificial intelligence in disinformation. *Data & Policy*, 3(32). <https://doi.org/10.1017/dap.2021.20>

Bruns, A., Hurcombe, E. in Harrington, S. (2022). Covering conspiracy: approaches to reporting the COVID/5G conspiracy theory. *Digital Journalism*, 10(6), str. 930–951. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1968921>

Cazzamatta, R. in Sarisakaloğlu, A. (2025). Mapping global emerging scholarly research and practices of AI-supported fact-checking tools in journalism. *Journalism Practice*, 19(10), str. 2422–2444. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2463470>

Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W. in Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>

Colomina, C., Sánchez Margalef, H. in Youngs, R. (2021). *The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world* (Study No. PE 653.635). Evropski parlament. [https://static1.squarespace.com/static/5b7ea2794cde7a79e7c00582/t/6754b4bb14c37a441e63ff6f/1755622758760/EXPO_STU\(2021\)653635_EN.pdf](https://static1.squarespace.com/static/5b7ea2794cde7a79e7c00582/t/6754b4bb14c37a441e63ff6f/1755622758760/EXPO_STU(2021)653635_EN.pdf)

Dahlgren, P. (2018). Media, knowledge and trust: the deepening epistemic crisis of democracy. *Javnost/The Public*, 25(1–2), str. 20–27. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418819>

Diaz Ruiz, C. in Nilsson, T. (2023). Disinformation and echo chambers: how disinformation circulates on social media through identity-driven controversies. *Journal of Public Policy & Marketing*, 42(1), str. 18–35. <https://doi.org/10.1177/07439156221103852>

Donovan, J. in boyd, d. (2021). Stop the presses? Moving from strategic silence to strategic amplification in a networked media ecosystem. *American Behavioral*

Scientist, 65(2), str. 333–350. <https://doi.org/10.1177/0002764219878229>

Evropska komisija. (2018a). *EU code of practice on disinformation*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2018-code-practice-disinformation>

Evropska komisija. (2018b). *Sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu, Evropskemu svetu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij: usklajeni načrt za umetno inteligenco (COM(2018) 795 final)*. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:22ee84bb-fa04-11e8-a96d-01aa75ed71a1.0015.02/DOC_1&format=PDF

Evropska komisija, Generalni direktorat za komunikacijska omrežja, vsebine in tehnologijo. (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. <https://data.europa.eu/doi/10.2759/739290>

Evropska komisija in Visoki predstavnik Unije za zunanje zadeve in varnostno politiko. (2018). *Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: action plan against disinformation (JOIN(2018) 36 final)*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/action-plan-against-disinformation>

Feuerriegel, S., DiResta, R., Goldstein, J. A., Kumar, S., Lorenz-Spreen, P., Tomz, M. in Pröllochs, N. (2023). Research can help to tackle AI-generated disinformation. *Nature Human Behaviour*, 7(11), str. 1818–1821. <https://doi.org/10.1038/s41562-023-01726-2>

Freelon, D. in Wells, C. (2020). Disinformation as political communication. *Political Communication*, 37(2), str. 145–156. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>

Hameleers, M. (2023). Disinformation as a context-bound phenomenon: toward a conceptual clarification integrating actors, intentions and techniques of creation and dissemination. *Communication Theory*, 33(1), str. 1–10. <https://doi.org/10.1093/ct/qtac021>

Hunter, L. Y. (2023). Social media, disinformation, and democracy: how different types of social media usage affect democracy cross-nationally. *Democratization*, 30(6), str. 1040–1072. <https://doi.org/10.1080/13510347.2023.2208355>

IPI, Taz in Faktograf. (2024). *Guide to decoding disinformation*. <https://ipi.media/wp-content/uploads/2024/07/IPI-Faktograf-Guide-to-Decoding-Disinformation.pdf>

Kazenski zakonik – KZ-1. (2008). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 1. novembra. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO5050>

Khan, S. A., Dierickx, L., Furuly, J., Vold, H. B., Tahseen, R., Linden, C. in Dang-Nguyen, D. (2025). Debunking war information disorder: a case study in



assessing the use of multimedia verification tools. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 76(5), str. 752-769. <https://doi.org/10.1002/asi.24970>

Kwan, V. (2019). *First Draft's essential guide to responsible reporting in an age of information disorder*. First Draft. https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Responsible_Reporting_Digital_AW-1.pdf

Levine, S. (2026, 22. januar). White House posts digitally altered image of woman arrested after ICE protest. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/us-news/2026/jan/22/white-house-ice-protest-arrest-altered-image>

Mantzaris, A. (2018). MODULE 5: Fact-checking 101. V C. Ireton in J. Posetti (ur.), *Journalism, Fake News & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training* (str. 81-95). UNESCO. https://webarchive.unesco.org/web/20230930104958/https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0_0.pdf

Mattis, N. in de Vreese, C. (2025). Breaking the news? Generative AI's impact on journalism and its implications for disinformation. *International Journal of Communication*, 19, str. 3602-3625.

McKay, S. in Tenove, C. (2021). Disinformation as a threat to deliberative democracy. *Political Research Quarterly*, 74(3), str. 703-717. <https://doi.org/10.1177/1065912920938143>

Nieminen, H. (2024). Why does disinformation spread in liberal democracies? The relationship between disinformation, inequality, and the media. *Javnost/The Public*, 31(1), str. 123-140. <https://doi.org/10.1080/13183222.2024.2311019>

Obligacijski zakonik – OZ. (2001). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 1. januarja 2002. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO1263>

Pickard, V. (2020). *Democracy Without Journalism? Confronting the Misinformation Society*. Oxford University Press.

Resolucija o strategiji nacionalne varnosti Republike Slovenije – ReSNV-2. (2019). Sprejeta v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 5. oktobra. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=RESO124>

Richter, A. (2025). *Resilience to foreign information manipulation and interference (FIMI): case studies in Eastern Europe, the Western Balkans and Türkiye*. Evropska avdiovizualna opazovalnica, Svet Evrope. <https://rm.coe.int/iris-extra-2025-strengthening-resilience-to-fimi-in-e-europe-w-balkans/488029863a>

Silverman, C. (2020). *Verification Handbook for Disinformation and Media Manipulation: a Definitive Guide for Investigating Platforms and Online Accounts to Reveal Inauthentic Activity and Manipulated Content*. European Journalism Centre. <https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3.pdf>

Slovenska obveščevalno-varnostna agencija. (2024). *Aktivnosti Sove v letu 2023*. <https://www.gov.si/assets/vladne-sluzbe/SOVA/Dokumenti/AKTIVNOSTI-V-LETU-2023.pdf>

Stănescu, G. C. (2024). Fake news, bots, and influencers: the impact of social media on Romania's 2024 elections. *Social Sciences and Education Research Review*, 11(2), str. 361-366. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15258337>

Steensen, S. (2019). Journalism's epistemic crisis and its solution: disinformation, datafication and source criticism. *Journalism*, 20(1), str. 185-189. <https://doi.org/10.1177/1464884918809271>

Surawy Stepney, E. in Lally, C. (2024). *Disinformation: sources, spread and impact* (POSTnote 719). UK Parliament. <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/POST-PN-0719/POST-PN-0719.pdf>

Thomson, T. J., Angus, D., Dootson, P., Hurcombe E. in Smith, A. (2022). Visual mis/disinformation in journalism and public communications: current verification practices, challenges, and future opportunities. *Journalism Practice*, 16(5), str. 938-962. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1832139>

Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje [UKOM]. (2026a, 9. januar). *Dezinformacije*. <https://www.gov.si/zbirke/projekti-in-programi/dezinformacije/>

Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje [UKOM]. (2026b, 5. januar). *Terminologija*. <https://www.gov.si/zbirke/projekti-in-programi/dezinformacije/slovarcek/>

Urad za publikacije Evropske unije. (2022, 2. maj). *What is OSINT: open-source intelligence?* <https://data.europa.eu/en/publications/datastories/what-osint-open-source-intelligence>

Uredba (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. aprila 2016 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Direktive 95/46/ES (Splošna uredba o varstvu podatkov). <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj/slv>

Uredba (EU) 2022/2065 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 19. oktobra 2022 o enotnem trgu digitalnih storitev in spremembi Direktive 2000/31/ES (Akt o digitalnih storitvah). <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/slv>

Uredba (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in o spremembi Direktive 2010/13/EU (Evropski akt o svobodi medijev). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/HTML/?uri=OJ:L_202401083

Uredba (EU) 2024/1689 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 13. junija 2024 o določitvi harmoniziranih pravil o umetni inteligenci in spremembi uredb (ES) št. 300/2008, (EU) št. 167/2013, (EU) št. 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 in (EU) 2019/2144 ter direktiv 2014/90/EU, (EU) 2016/797 in (EU) 2020/1828 (Akt o umetni inteligenci). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/>



[SL/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1689](https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/slv)

Urbani, S. (2019). *First Draft's essential guide to verifying online information*. First Draft. <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Verifying-Online-Information-Digital-AW.pdf>

Von Sikorski, C. in Hameleers, M. (2025). Disinformation in the age of artificial intelligence (AI): implications for journalism and mass communication. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 102(4), str. 941-957. <https://doi.org/10.1177/10776990251375097>

Vosoughi, S., Deb, R. in Aral, S. (2018). *The spread of true and false news online*. *Science*, 359(6380), str. 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news: on journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), str. 1866-1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>

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

Wardle, C. in Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Svet Evrope. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

Zakon o varstvu potrošnikov - ZVPot-1. (2022). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 26. oktobra. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO7054>

Zakon o izvajanju Uredbe (EU) o enotnem trgu digitalnih storitev - ZIUETDS. (2024). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 13. aprila. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO8805>

Zakon o izvajanju uredbe (EU) o določitvi harmoniziranih pravil o umetni inteligenci - ZIUODHPI. (2025). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 21. novembra. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO9225>

Zakon o medijih - ZMed-1. (2025). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 27. septembra. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO8930>

¹ Freelon, D. in Wells, C. (2020). Disinformation as political communication. *Political Communication*, 37(2), str. 145-156. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>

² Bennett, W. L. in Livingston, S. (2020). Preface: the origins and importance of political disinformation. V W. L. Bennett in S. Livingston (ur.), *The Disinformation Age* (str. xv-xxv). Cambridge University Press.

³ Wardle, C. in Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Svet Evrope, str. 17. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

⁴ Evropska komisija. (2018a). *EU code of practice on disinformation*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2018-code-practice-disinformation>; Evropska komisija in Visoki predstavnik Unije za zunanje zadeve in varnostno politiko. (2018). Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: action plan against disinformation (JOIN(2018) 36 final), str. 1. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/action-plan-against-disinformation>

⁵ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje [UKOM]. (2026a, 9. januar). *Dezinformacije*. <https://www.gov.si/zbirke/projekti-in-programi/dezinformacije/>

⁶ Evropska komisija, 2018a; Evropska komisija, Generalni direktorat za komunikacijska omrežja, vsebine in tehnologijo. (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*, str. 5 <https://data.europa.eu/doi/10.2759/739290>; Evropska komisija in Visoki predstavnik Unije za zunanje zadeve in varnostno politiko, 2018, str. 1

⁷ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026a

⁸ Evropska komisija, Generalni direktorat za komunikacijska omrežja, vsebine in tehnologijo, 2018, str. 10

⁹ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026a

¹⁰ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026a

¹¹ Evropska komisija, Generalni direktorat za komunikacijska omrežja, vsebine in tehnologijo, 2018, str. 10

¹² Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje [UKOM]. (2026b, 5. januar). *Terminologija*. <https://www.gov.si/zbirke/projekti-in-programi/dezinformacije/slovarcek/>

¹³ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026a

¹⁴ Richter, A. (2025). *Resilience to foreign information manipulation and interference (FIMI): case studies in Eastern Europe, the Western Balkans and Türkiye*. Evropska avdiovizualna opazovalnica, Svet Evrope, str. 1-2. <https://rm.coe.int/iris-extra-2025-strengthening-resilience-to-fimi-in-e-europe-w-balkans/488029863a>

¹⁵ Urad za publikacije Evropske unije. (2022, 2. maj). *What is OSINT: open-source intelligence?* <https://data.europa.eu/en/publications/datastories/what-osint-open-source-intelligence>

¹⁶ Evropska komisija. (2018b). *Sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu, Evropskemu svetu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij: usklajeni načrt za umetno inteligenco* (COM(2018) 795 final), str. 1. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:22ee84bb-fa04-11e8-a96d-01aa75ed71a1.0015.02/DOC_1&format=PDF

¹⁷ **Zakon o medijih** - ZMed-1. (2025), člen 3, točka 41. Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 27. septembra. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO8930>

¹⁸ Uredba (EU) 2024/1689 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 13. junija 2024 o določitvi harmoniziranih pravil o umetni inteligenci in spremembi uredbe (ES) št. 300/2008, (EU) št. 167/2013, (EU) št. 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 in (EU) 2019/2144 ter direktiv 2014/90/EU, (EU) 2016/797 in (EU) 2020/1828 (Akt o umetni inteligenci), člen 3, točka 1. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1689>

¹⁹ Akt o umetni inteligenci, 2024, člen 3, točka 60

²⁰ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026a

²¹ Uredba (EU) 2022/2065 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 19. oktobra 2022 o enotnem trgu digitalnih storitev in spremembi Direktive 2000/31/ES (Akt o digitalnih storitvah). <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/slv>

²² DSA, 2022, člen 3, točka h

²³ DSA, 2022, uvodna izjava, točka 12



- ²⁴ DSA, 2022, uvodna izjava, točka 12
- ²⁵ DSA, 2022, uvodna izjava, točka 84
- ²⁶ DSA, 2022, uvodna izjava, točka 84
- ²⁷ Zakon o izvajanju Uredbe (EU) o enotnem trgu digitalnih storitev – ZIUETDS. (2024). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 13. aprila. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO8805>
- ²⁸ ZMed-1, 2025
- ²⁹ ZMed-1, 2025, člen 11, točka 1
- ³⁰ Kazenski zakonik – KZ-1. (2008). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 1. novembra. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO5050>
- ³¹ Obligacijski zakonik – OZ. (2001). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 1. januarja 2002. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO1263>
- ³² Uredba (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. aprila 2016 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Direktive 95/46/ES (Splošna uredba o varstvu podatkov). <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj/slv>
- ³³ GDPR, 2016, člen 5, točka 1d
- ³⁴ Zakon o varstvu potrošnikov – ZVPot-1. (2022). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 26. oktobra. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO7054>
- ³⁵ Resolucija o strategiji nacionalne varnosti Republike Slovenije – ReSNV-2. (2019). Sprejeta v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 5. oktobra. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=RESO124>
- ³⁶ ReSNV-2, 2019, točka 4.1
- ³⁷ ReSNV-2, 2019, točka 4.1
- ³⁸ ReSNV-2, 2019, točka 4.2
- ³⁹ Uredba (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in o spremembi Direktive 2010/13/EU (Evropski akt o svobodi medijev). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/HTML/?uri=OJ:L_202401083
- ⁴⁰ EMFA, 2024, uvodna izjava, točka 4
- ⁴¹ EMFA, 2024, uvodna izjava, točka 14
- ⁴² EMFA, 2024, člen 18
- ⁴³ Akt o umetni inteligenci, 2024
- ⁴⁴ Akt o umetni inteligenci, 2024, člen 5, točka 1
- ⁴⁵ Zakon o izvajanju uredbe (EU) o določitvi harmoniziranih pravil o umetni inteligenci – ZIUODHPUI. (2025). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 21. novembra. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO9225>
- ⁴⁶ Bennett in Livingston, 2020
- ⁴⁷ Freelon in Wells, 2020
- ⁴⁸ Bennett in Livingston, 2020
- ⁴⁹ Dahlgren, P. (2018). Media, knowledge and trust: the deepening epistemic crisis of democracy. *Javnost/The Public*, 25(1-2), str. 20-27. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418819>
- ⁵⁰ Pickard, V. (2020). *Democracy Without Journalism? Confronting the Misinformation Society*. Oxford University Press.
- ⁵¹ Freelon in Wells, 2020
- ⁵² Surawy Stepney, E. in Lally, C. (2024). *Disinformation: sources, spread and impact* (POSTnote 719). UK Parliament. <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/POST-PN-0719/POST-PN-0719.pdf>
- ⁵³ Berg Tusinski, K. (2022). The influence of fake news: rebuilding public trust in journalism. V L. Trifonova Price, K. Sanders in W. N. Wyatt (ur.), *The Routledge Companion to Journalism Ethics* (str. 380-389). Routledge.
- ⁵⁴ Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news: on journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), str. 1866-1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>
- ⁵⁵ Vosoughi, S., Deb, R. in Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), str. 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- ⁵⁶ Diaz Ruiz, C. in Nilsson, T. (2023). Disinformation and echo chambers: how disinformation circulates on social media through identity-driven controversies. *Journal of Public Policy & Marketing*, 42(1), str. 18-35. <https://doi.org/10.1177/07439156221103852>
- ⁵⁷ Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrocioni, W. in Starnini, M. (2021) The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- ⁵⁸ Von Sikorski, C. in Hameleers, M. (2025). Disinformation in the age of artificial intelligence (AI): implications for journalism and mass communication. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 102(4), str. 941-957. <https://doi.org/10.1177/10776990251375097>
- ⁵⁹ Feuerriegel, S., DiResta, R., Goldstein, J. A., Kumar, S., Lorenz-Spreen, P., Tomz, M. in Pröllochs, N. (2023). Research can help to tackle AI-generated disinformation. *Nature Human Behaviour*, 7(11), str. 1818-1821. <https://doi.org/10.1038/s41562-023-01726-2>
- ⁶⁰ Bontridder, N. in Pouillet, Y. (2021). The role of artificial intelligence in disinformation. *Data & Policy*, 3(32). <https://doi.org/10.1017/dap.2021.20>
- ⁶¹ Baig, R. (2025, 27. junij). *Fact check: viral Evin prison blast video is likely AI fake*. Deutsche Welle. <https://www.dw.com/en/fact-check-viral-evin-prison-blast-video-is-likely-ai-fake/a-73063165>
- ⁶² Levine, S. (2026, 22. januar). *White House posts digitally altered image of woman arrested after ICE protest*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/us-news/2026/jan/22/white-house-ice-protest-arrest-altered-image>
- ⁶³ Bontridder in Pouillet, 2021
- ⁶⁴ Colomina, C., Sánchez Margalef, H. in Youngs, R. (2021). *The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world* (Study No. PE 653.635). Evropski parlament. [https://static1.squarespace.com/static/5b7ea2794cde7a79e7c00582/t/6754b5bb14c37a441e63ff/1755622758760/EXPO_STU\(2021\)653635_EN.pdf](https://static1.squarespace.com/static/5b7ea2794cde7a79e7c00582/t/6754b5bb14c37a441e63ff/1755622758760/EXPO_STU(2021)653635_EN.pdf)
- ⁶⁵ Nieminen, H. (2024). Why does disinformation spread in liberal democracies? The relationship between disinformation, inequality, and the media. *Javnost/The Public*, 31(1), str. 123-140. <https://doi.org/10.1080/13183222.2024.2311019>
- ⁶⁶ Hunter, L. Y. (2023). Social media, disinformation, and democracy: how different types of social media usage affect democracy cross-nationally. *Democratization*, 30(6), str. 1040-1072. <https://doi.org/10.1080/13510347.2023.2208355>
- ⁶⁷ Bader, M. (2018). Disinformation in elections. *Security and Human Rights*, 29(1-4), str. 24-35. <https://doi.org/10.1163/18750230-02901006>
- ⁶⁸ McKay, S. in Tenove, C. (2021). Disinformation as a threat to deliberative democracy. *Political Research Quarterly*, 74(3), str. 703-717. <https://doi.org/10.1177/1065912920938143>
- ⁶⁹ Stănescu, G. C. (2024). Fake news, bots, and influencers: the impact of social media on Romania's 2024 elections. *Social Sciences and Education Research Review*, 11(2), str. 361-366. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15258337>
- ⁷⁰ Hameleers, M. (2023). Disinformation as a context-bound phenomenon: toward a conceptual clarification integrating actors, intentions and techniques of creation and dissemination. *Communication Theory*, 33(1), str. 1-10. <https://doi.org/10.1093/ct/qtac021>
- ⁷¹ Wardle, C. (2018, 27. december). *5 Lessons for reporting in an age of disinformation*. First Draft. <https://firstdraftnews.org/articles/5-lessons-for-reporting-in-an-age-of-disinformation/>
- ⁷² Wardle, 2018
- ⁷³ Bruns, A., Hurcombe, E. in Harrington, S. (2022). Covering conspiracy: approaches to reporting the COVID/5G conspiracy theory. *Digital Journalism*, 10(6), str. 930-951. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1968921>
- ⁷⁴ Wardle in Derakhshan, 2017; Donovan, J. in boyd, d. (2021). Stop the presses? Moving from strategic silence to strategic amplification in a networked media ecosystem. *American Behavioral Scientist*, 65(2), str. 333-350. <https://doi.org/10.1177/0002764219878229>
- ⁷⁵ Bruns, Hurcombe in Harrington, 2022
- ⁷⁶ Kwan, V. (2019). *First Draft's essential guide to responsible reporting in an age of information disorder*. First Draft. https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Responsible_Reporting_Digital_AW-1.pdf



- ⁷⁷ Mattis, N. in de Vreese, C. (2025). Breaking the news? Generative AI's impact on journalism and its implications for disinformation. *International Journal of Communication*, 19, str. 3602-3625.
- ⁷⁸ Steensen, S. (2019). Journalism's epistemic crisis and its solution: disinformation, datafication and source criticism. *Journalism*, 20(1), str. 185-189. <https://doi.org/10.1177/1464884918809271>
- ⁷⁹ Kwan, 2019
- ⁸⁰ Mantzarlis, A. (2018). MODULE 5: Fact-checking 101. V C. Ireton in J. Posetti (ur.), *Journalism, Fake News & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training* (str. 81-95). UNESCO. https://webarchive.unesco.org/web/20230930104958/https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0_0.pdf
- ⁸¹ IPI, Taz in Faktograf. (2024). *Guide to decoding disinformation*. <https://ipi.media/wp-content/uploads/2024/07/IPI-Faktograf-Guide-to-Decoding-Disinformation.pdf>
- ⁸² Urbani, S. (2019). *First Draft's essential guide to verifying online information*. First Draft. <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Verifying-Online-Information-Digital-AW.pdf>
- ⁸³ Silverman, C. (2020). *Verification Handbook for Disinformation and Media Manipulation: a Definitive Guide for Investigating Platforms and Online Accounts to Reveal Inauthentic Activity and Manipulated Content*. European Journalism Centre. <https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3.pdf>; Thomson, T. J., Angus, D., Dootson, P., Hurcombe E. in Smith, A. (2022). Visual mis/disinformation in journalism and public communications: current verification practices, challenges, and future opportunities. *Journalism Practice*, 16(5), str. 938-962. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1832139>; Khan, S. A., Dierickx, L., Furuly, J., Vold, H. B., Tahseen, R., Linden, C. in Dang-Nguyen, D. (2025). Debunking war information disorder: a case study in assessing the use of multimedia verification tools. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 76(5), str. 752-769. <https://doi.org/10.1002/asi.24970>; Cazzamatta, R. in Sarisakaloğlu, A. (2025). Mapping global emerging scholarly research and practices of AI-supported fact-checking tools in journalism. *Journalism Practice*, 19(10), str. 2422-2444. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2463470>
- ⁸⁴ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026b
- ⁸⁵ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026b
- ⁸⁶ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026b
- ⁸⁷ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026b
- ⁸⁸ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026b
- ⁸⁹ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026a
- ⁹⁰ Evropska komisija in Visoki predstavnik Unije za zunanje zadeve in varnostno politiko, 2018, str. 2
- ⁹¹ Slovenska obveščevalno-varnostna agencija. (2024). *Aktivnosti Sove v letu 2023*, str. 16. <https://www.gov.si/assets/vladne-sluzbe/SOVA/Dokumenti/AKTIVNOSTI-V-LETU-2023.pdf>
- ⁹² Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026b
- ⁹³ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026b
- ⁹⁴ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, 2026b

BOJ PROTI DEZINFORMACIJAM, Kako
lahko novinarji in drugi akterji prispevajo k
prepoznavanju dezinformacij in omejevanju
škode dezinformacijskih kampanj

Naročnik in izdajatelj	Urad Vlade RS za komuniciranje
Direktorica	Petra Bezjak Cirman
Avtorji	Prof. dr. Marko Milosavljević, Prof. dr. Melita Poler, Romana Biljak Gerjevič
Lektura	dr. Nataša Logar
Oblikovanje	Irena Kogoj
Tisk	Collegium Graphicum d.o.o.
Število izvodov	500

Ljubljana, februar 2026



PRE**BERI**
PRE**MISLI**
PREVERI

#UstavimoDezinformacije