



UPOTREBA I STAVOVI O FACT-CHECKINGU

ISTRAŽIVANJE BY HUDI x FERIT

KLJUČNI NALAZI

- Studenti se dominantno informiraju putem **društvenih mreža i video platformi**, ali povjerenje ostaje veće u tradicionalne medije.
- Vijesti se **dijele rijetko i selektivno**; **provjera** postoji, ali **nije dosljedna**.
- **Dezinformacije u turizmu** (posebno lažne recenzije) percipiraju se kao **ozbiljna prijetnja** koja narušava povjerenje i reputaciju destinacija.
- U elektrotehnici i računarstvu dezinformacije su raširene, a posljedice uključuju pogrešne odluke, pad povjerenja i sigurnosne rizike.
- Postoji **visoka svijest i snažna podrška uvođenju fact-checkinga** u obrazovanje, iako praksa provjere ostaje nedovoljno razvijena.



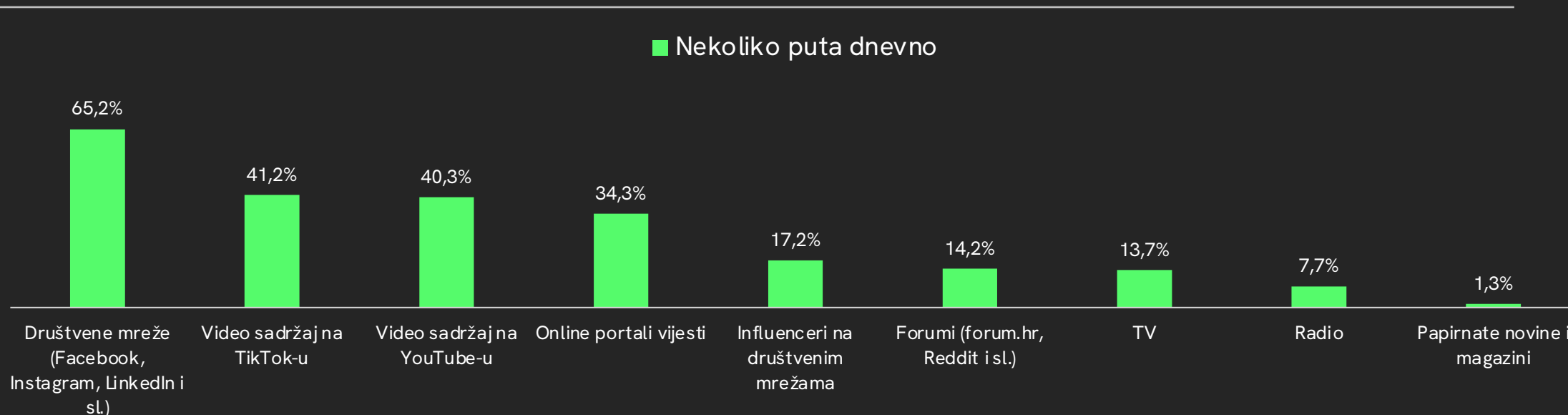
- 1. KORIŠTENJE I POVJERENJE U IZVORE INFORMACIJA**
- 2. DIJELJENJE VIJESTI**
- 3. FAKE-NEWS U TURIZMU**
- 4. FAKE-NEWS U ELEKTROTEHNICI I RAČUNARSTVU**
- 5. STAVOVI O FACT-CHECKINGU**
- 6. DEMOGRAFIJA**



1.

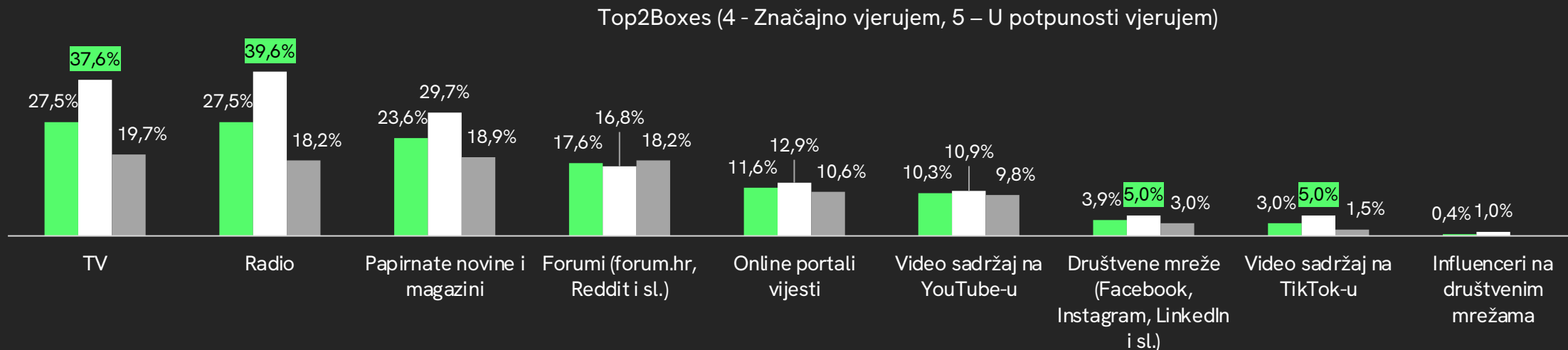
KORIŠTENJE I POVJERENJE U IZVORE INFORMACIJA

KANALI INFORMIRANJA



Društvene mreže (65,2%) najčešći su izvor informiranja, slijede TikTok (41,2%) i YouTube (40,3%), dok online portale prati 34,3% ispitanika. Znatno manje se oslanja na influencere (17,2%), forume (14,2%) i tradicionalne medije poput televizije (13,7%), radija (7,7%) i tiskanih izdanja (1,3%). Rezultati pokazuju dominaciju digitalnih i vizualnih platformi, posebno među mladima.

POVJERENJE U KANALE INFORMIRANJA



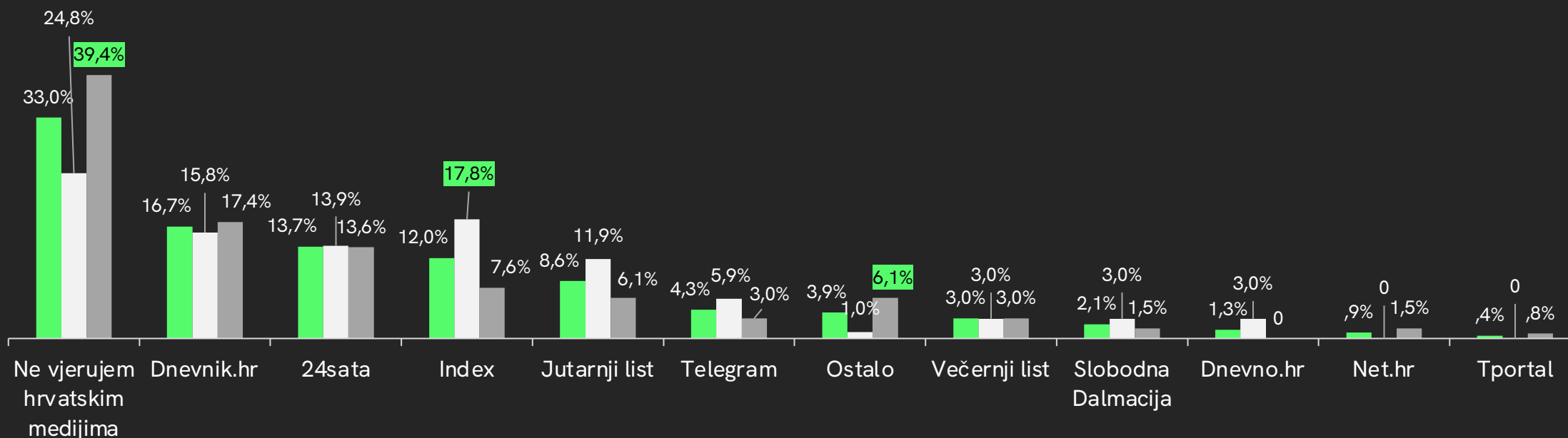
Ispitanici najviše povjerenja imaju u tradicionalne medije – televiziju i radio (27,5%) te tiskane medije (29,7%). Manje povjerenja iskazuje se prema forumima (16,8%) i online portalima (12,9%), dok je najniže povjerenje u YouTube (10,3%), TikTok (3,0%), društvene mreže (3,9%) i influencere (0,4%). Unatoč širokoj upotrebi digitalnih izvora, povjerenje u njihov sadržaj ostaje vrlo nisko, čime se ističe važnost transparentnosti i novinarskih standarda. Također, ispitanici s društveno-humanističkih studija pokazuju veće povjerenje u TV i radio u odnosu na one s prirodno-tehničkih područja.

Q: Koliko vjerujete informacijama koje dolaze iz sljedećih izvora?

N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N=101, Prirodno-tehnički studiji N=132

POVJERENJE U HRVATSKE MEDIJE

RAZINA POVJERENJA U PORTAL ODRAŽAVA RAZINU ČITANOSTI -
 PORTALI KOJI SE VIŠE ČITAJU DOBIVAJU VEĆE POVJERENJE

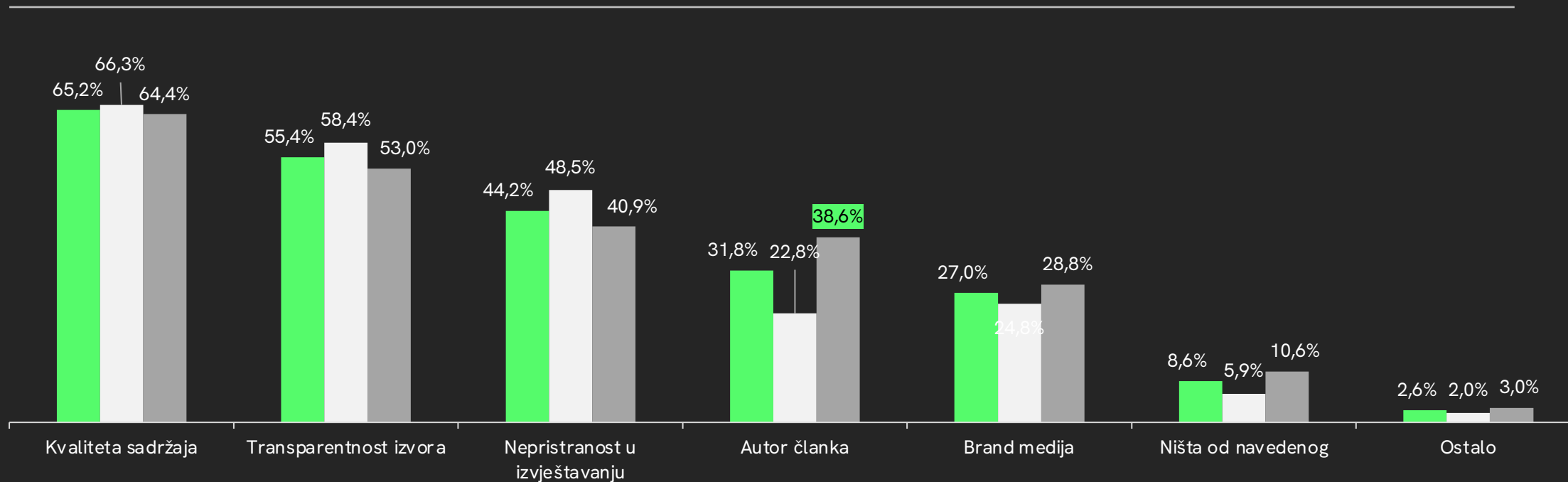


Trećina ispitanika (33%) uopće ne vjeruje hrvatskim medijima, što potvrđuje široko rasprostranjeno nepovjerenje prema domaćoj medijskoj sceni. Najviše povjerenja bilježe Dnevnik.hr (16,7%), 24sata (13,7%) i Index (12%), dok ostali portali poput Jutarnjeg lista, Telegrama, Večernjeg lista i Slobodne Dalmacije bilježe znatno manji udio povjerenja. Studenti društveno-humanističkih i umjetničkih studija više vjeruju Indexu, dok studenti prirodno-tehničkih studija češće izražavaju nepovjerenje u medije općenito.

Q: Kojem hrvatskom medijskom portalu najviše vjerujete?

N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N=101, Prirodno-tehnički studiji N=132

FAKTORI POVJERENJA U HRVATSKE MEDIJE

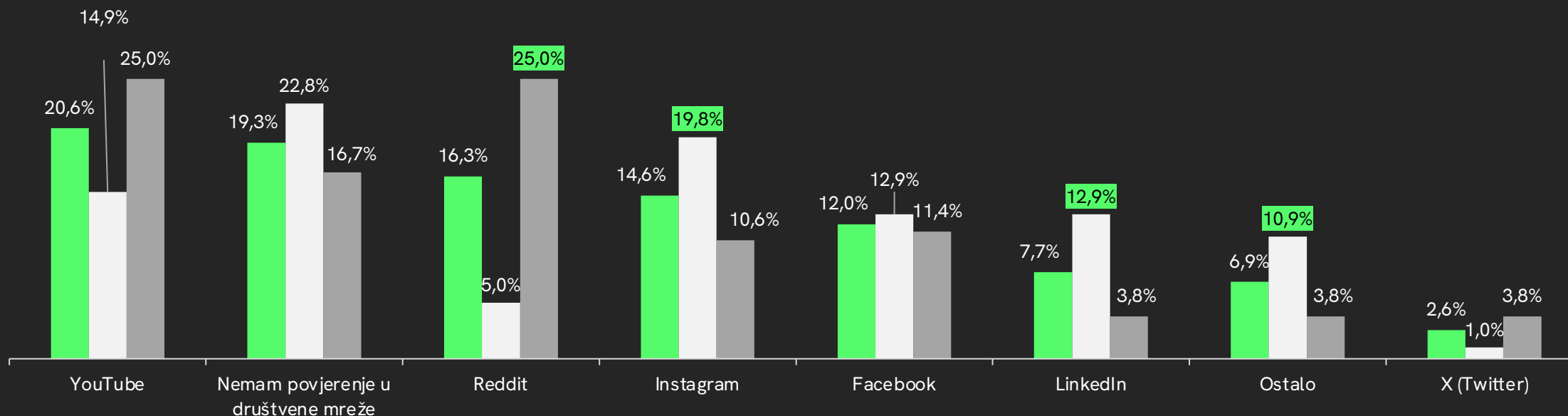


Povjerenje ispitanika u vijesti na hrvatskim medijskim portalima najviše ovisi o kvaliteti sadržaja (65,2%), transparentnosti izvora (55,4%) i nepristranosti izvještavanja (44,2%). Autorstvo članka (31,8%) i brand medija (27%) su manje važni, dok 8,6% navodi da im nijedan čimbenik nije bitan, a 2,6% ističe druge razloge. Većina publike povjerenje temelji na informiranosti, objektivnosti i transparentnosti, dok su autor i prepoznatljivost medija sekundarni. Studenti tehničkih studija više cijene autorstvo članka od društveno-humanističkih i umjetničkih studenata.

Q: Koji od navedenih faktora pridonose vašem povjerenju u vijesti na hrvatskim medijskim portalima?

N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N=101, Prirodno-tehnički studiji N=132

POVJERENJE U DRUŠTVENE MREŽE

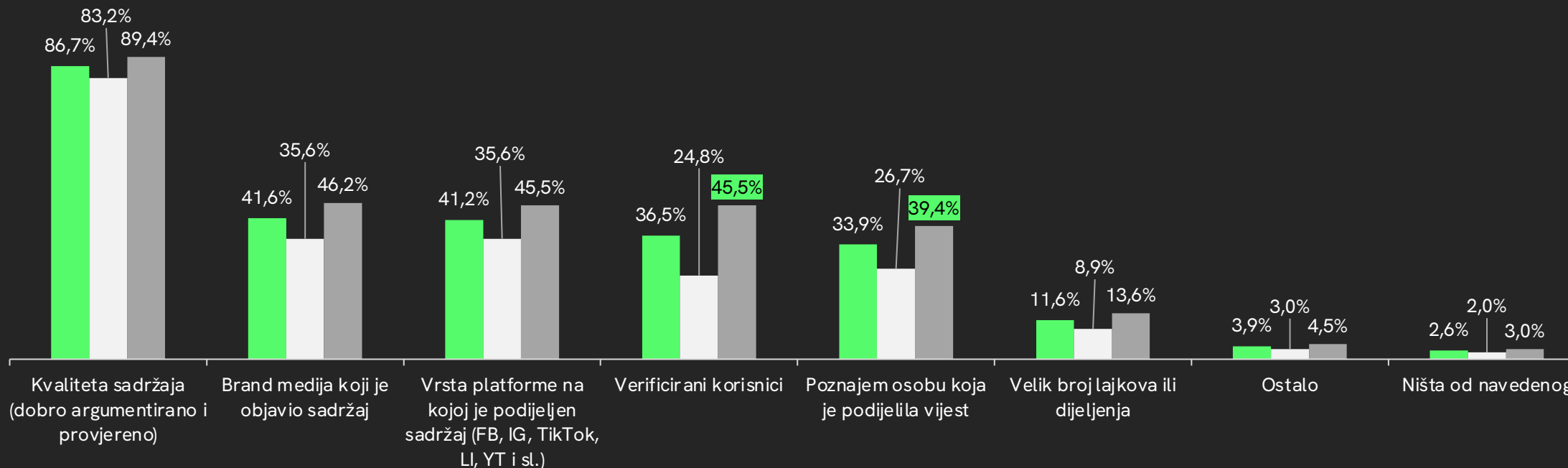


Ispitanici pokazuju ograničeno povjerenje u društvene mreže i video platforme kao izvore informacija. Najviše vjeruju YouTubeu (20,6%), dok 19,3% uopće nema povjerenja u društvene mreže. Slijede Reddit (16,3%), Instagram (14,6%) i Facebook (12,0%), a najmanje povjerenja imaju LinkedIn (7,7%), X/Twitter (2,6%) i ostale platforme (6,9%). Povjerenje varira prema studijskoj usmjerenosti – tehnički studenti više vjeruju Redditu i YouTubeu, a društveno-humanistički Instagramu i LinkedInu, uz opći nedostatak povjerenja kod svih skupina.

Q: Kojoj društvenoj mreži ili video platformi najviše vjerujete?

N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N=101, Prirodno-tehnički studiji N=132

FAKTORI POVJERENJA U VIJESTI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

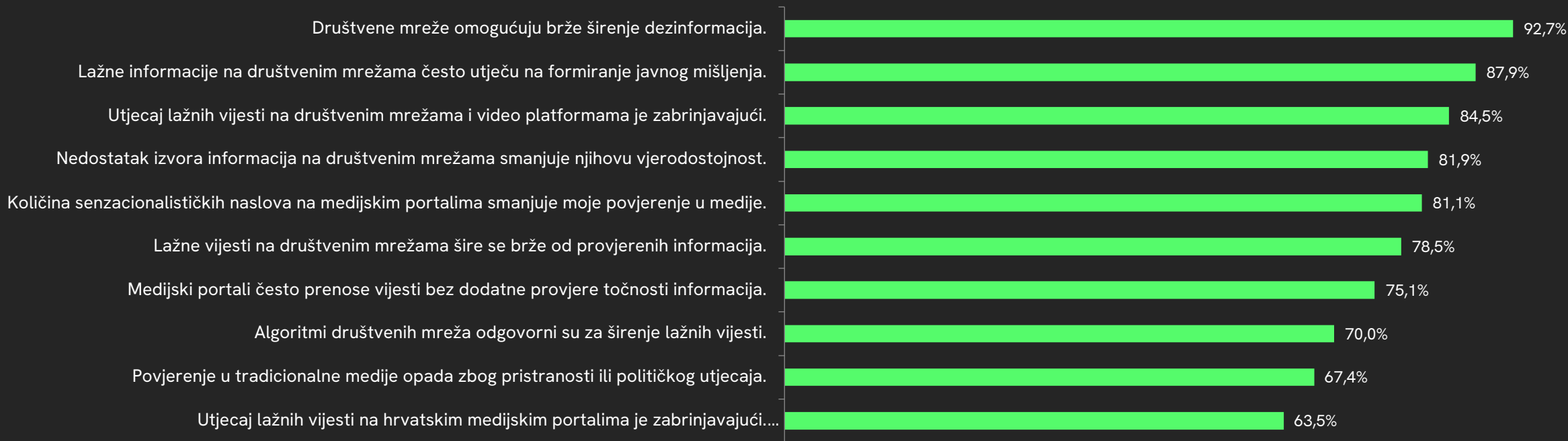


Povjerenje ispitanika u vijesti na društvenim mrežama i video platformama najviše ovisi o kvaliteti sadržaja – 86,7% smatra najvažnijim da su informacije argumentirane i provjerene. Manje važni su medijski brand (41,6%), platforma (41,2%), verificiranost autora (36,5%) i osobno poznati izvor (33,9%). Popularnost sadržaja ima minimalan utjecaj (11,6%), a 2,6% navodi da im nijedan faktor nije bitan. Rezultati pokazuju da se vjerodostojnost vrednuje više od forme i popularnosti, uz razlike među ispitanicima – studenti prirodno-tehničkih studija više povjerenja poklanjaju verificiranim korisnicima i osobno poznatim izvorima.

Q: Koji od navedenih faktora pridonose vašem povjerenju u vijesti na društvenim mrežama i video platformama?

N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N=101, Prirodno-tehnički studiji N=132

STAVOVI O LAŽNIM VIJESTIMA



Top2Boxes (4 – Slažem se, 5 – U potpunosti se slažem)

Istraživanje pokazuje visoku zabrinutost ispitanika zbog širenja dezinformacija i nepovjerenja u medije, posebno na društvenim mrežama. Većina smatra da lažne vijesti imaju snažan utjecaj na javno mišljenje te da algoritmi i mediji često potiču njihovo širenje. Ističe se potreba za boljom provjerom činjenica i odgovornijim medijskim praksama.

Q: Koliko se slažete sa sljedećim tvrdnjama?
N=233



POVJERENJE U DRUŠTVENE MREŽE I HRVATSKE MEDIJE



Ispitanici u prosjeku pokazuju nešto veće povjerenje u hrvatske medije nego u društvene mreže, s prosječnom vrijednošću od 52,3 na skali od 0 do 100, gdje 0 označava društvene mreže, a 100 hrvatske medije. Unutar studentske populacije postoje određene razlike: studenti prirodno-tehničkih studija skloniji su ukazati nešto više povjerenja društvenim mrežama (48,5), dok studenti društveno-humanističkih i umjetničkih studija izraženije vjeruju hrvatskim medijima (56,6).

Q: Vjerujete li više vijestima na društvenim mrežama te video platformama ili u hrvatskim medijima?
N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N=101, Prirodno-tehnički studiji N=132

KORIŠTENJE I POVJERENJE U IZVORE INFORMACIJA



Rezultati istraživanja pokazuju da **studenti dominantno koriste digitalne izvore informiranja**, osobito **društvene mreže i video platforme**, ali u njih imaju nisko povjerenje. Iako su društvene mreže (65,2%), TikTok (41,2%) i YouTube (40,3%) najpopularniji izvori informacija, povjerenje je daleko veće u tradicionalne medije poput televizije, radija i tiskanih izdanja.

Kvaliteta sadržaja, transparentnost izvora i nepristranost odlučujući su faktori za izgradnju povjerenja prema društvenim ili video platformama, dok su popularnost sadržaja i prepoznatljivost brenda manje važni.

Više od trećine ispitanika ne vjeruje domaćim medijima, a **najviše povjerenja** bilježe Dnevnik.hr, 24sata i Index, dok su ostali portali značajno manje prepoznati kao pouzdani.

Velika većina studenata prepoznaje problem dezinformacija što naglašava **potrebu za jačanjem edukacije o medijskoj pismenosti**, kritičkom čitanju i razvoju vjerodostojnih fact-checking mehanizama, uz podizanje standarda u novinarskoj praksi i veću odgovornost digitalnih platformi i tradicionalnih medija.

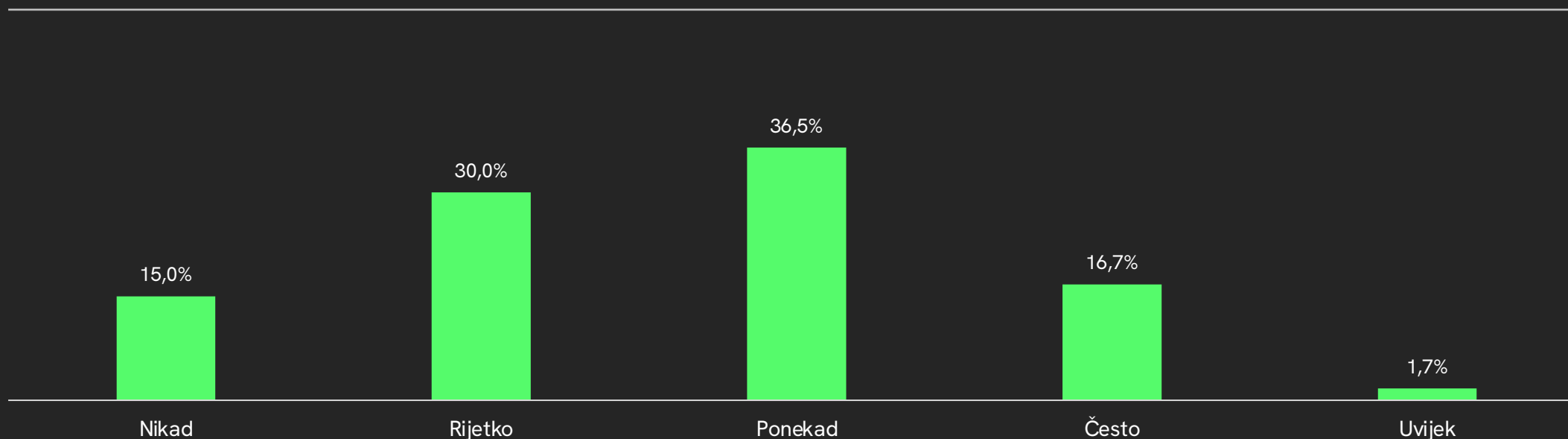
Hrvatskim medijima studenti općenito vjeruju više nego društvenim mrežama, pri čemu prirodno-tehnički studenti pokazuju veću sklonost mrežama, a društveno-humanistički medijima



2.

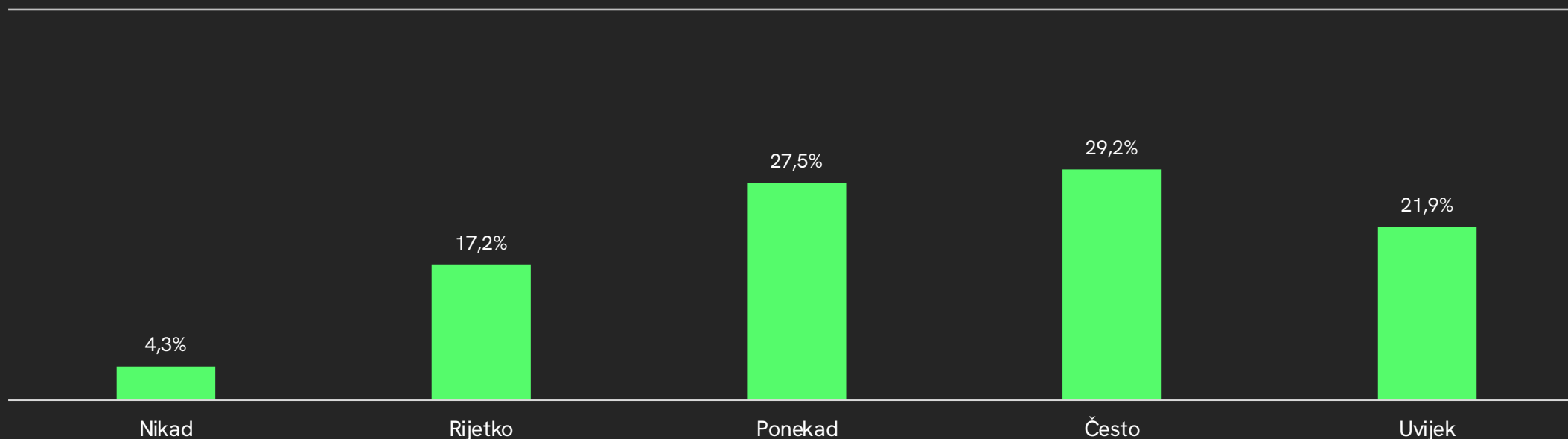
DIJELJENJE VIJESTI

DIJELJENJE VIJESTI



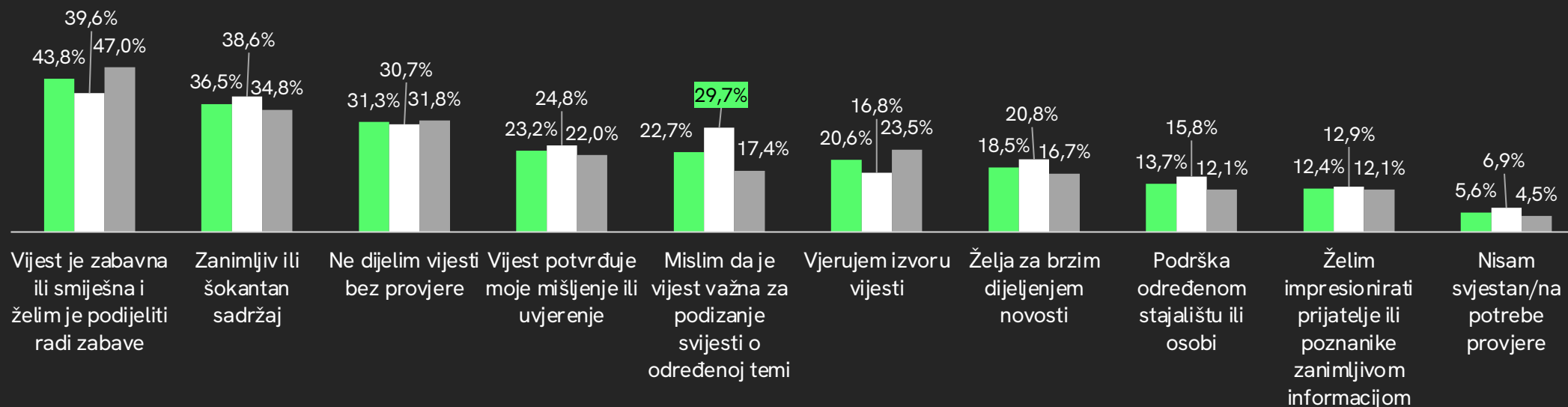
Većina ispitanika povremeno dijeli vijesti ili informacije, pri čemu čak 36,5% to čini ponekad, a dodatnih 30% rijetko. Samo 16,7% ispitanika često dijeli informacije, dok 15% to nikada ne radi, a tek 1,7% uvijek dijeli vijesti ili informacije. Ovakva raspodjela ukazuje na oprez i selektivnost u dijeljenju informacija među korisnicima – većina nije sklona čestom dijeljenju, što može biti posljedica svijesti o važnosti provjere informacija, straha od širenja dezinformacija ili jednostavno manjka potrebe za aktivnim sudjelovanjem u širenju vijesti.

PROVJERA VIJESTI



Većina ispitanika barem povremeno provjerava istinitost vijesti prije nego što ih podijeli: najviše ih to radi često (29,2%) ili ponekad (27,5%), dok ih 21,9% uvijek provjerava informacije prije dijeljenja. S druge strane, manji udio ispitanika vijesti rijetko (17,2%) ili nikad (4,3%) ne provjerava. Ovakva raspodjela ukazuje na to da je svijest o važnosti provjere informacija relativno visoka među korisnicima, ali i dalje postoji značajan udio onih koji postupak provjere zanemaruju.

FAKTORI DIJELJENJA BEZ PROVJERE

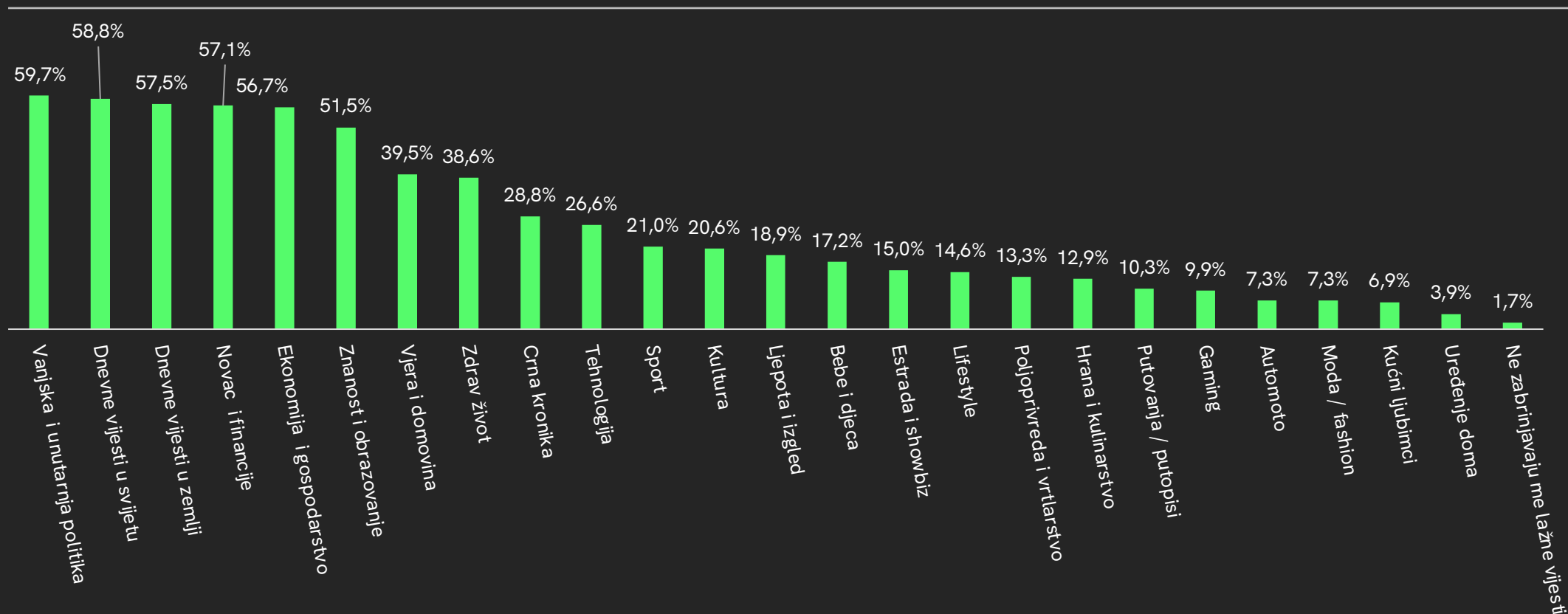


Većina ispitanika dijeli vijesti zbog zabavnog, šokantnog ili zanimljivog sadržaja, dok trećina to ne čini bez provjere. Neki dijele vijesti koje potvrđuju njihova uvjerenja ili s ciljem podizanja svijesti, a manji broj zbog povjerenja u izvor, želje za impresioniranjem ili nesvjesnosti o potrebi provjere. Studenti društveno-humanističkih studija češće dijele vijesti kako bi podigli svijest o temama.

Q: Što vas sve motivira da podijelite vijest bez provjere?

N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N =101, Prirodno-tehnički studiji N=132

PODRUČJA ZABRINUTOSTI ZA FAKE NEWS (TOTAL)

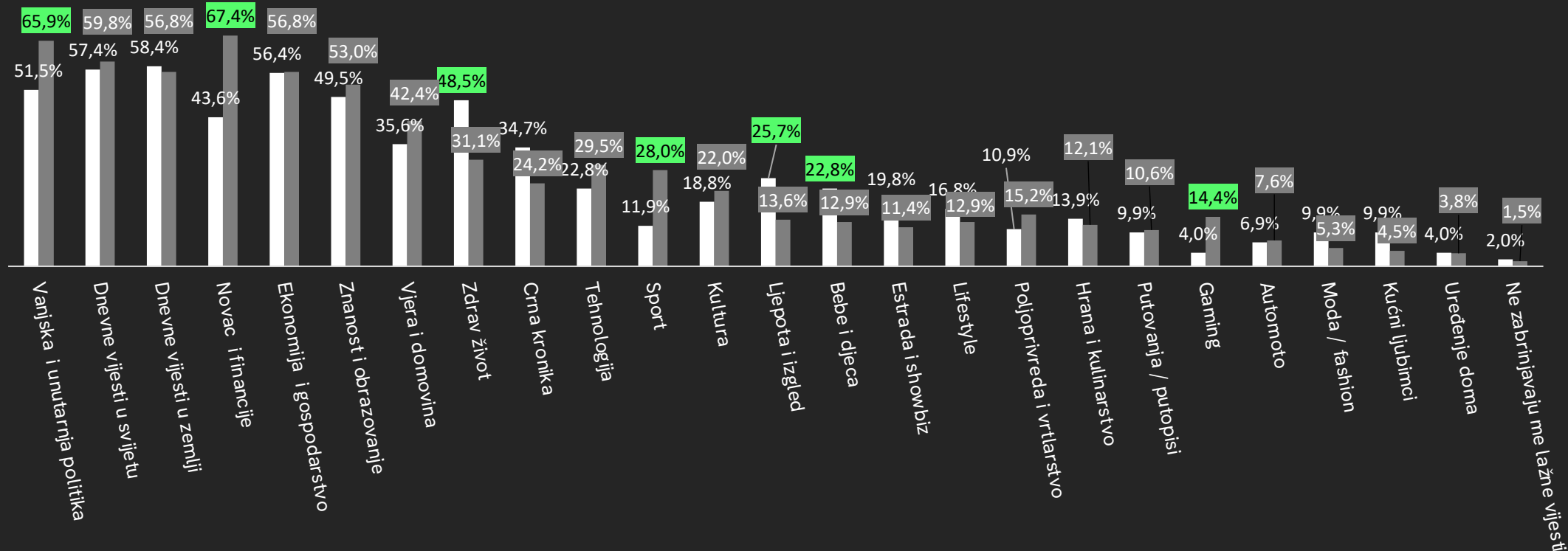


Zabrinutost zbog lažnih vijesti visoka je u svim ključnim područjima, posebno u politici, vijestima, ekonomiji i obrazovanju. Studenti društveno-humanističkih studija više brinu o temama poput zdravlja, izgleda i djece, dok studenti tehničkih studija više zabrinjavaju politika, financije, sport i gaming.

Q: U kojim sve područjima vas zabrinjavaju lažne vijesti (fake news)?

N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N =101, Prirodno-tehnički studiji N=132

PODRUČJA ZABRINUTOSTI ZA FAKE NEWS (TIPOVI STUDENATA)



Ispitanici s područja društveno – humanističkih i umjetničkih studija pokazuju značajno veću zabrinutost u područjima: Zdrav život, Ljepota i izgled, Bebe i djeca dok studenti prirodno-tehničkih studija veći stupanj zabrinutosti pokazuju u području vanjske i unutarnje politike, novca i financija, sporta i gaminga.

Q: U kojim sve područjima vas zabrinjavaju lažne vijesti (fake news)?

N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N =101, Prirodno-tehnički studiji N=132

DIJELJENJE VIJESTI



Većina ispitanika **rijetko ili samo povremeno dijeli** vijesti i informacije, što pokazuje oprez i selektivnost u komunikaciji te potencijalnu svijest o riziku širenja dezinformacija.

Iako većina ispitanika barem povremeno provjerava istinitost vijesti prije dijeljenja, značajan udio i dalje zanemaruje ovaj postupak, što otvara prostor za širenje netočnih informacija.

Najčešći **motivi za dijeljenje vijesti** su **zanimljivost, šok ili zabava**, dok značajan dio korisnika nastupa odgovorno i dijeli sadržaj tek nakon provjere – osobito studenti društveno-humanističkih studija, koji češće dijele kako bi podigli svijest o važnim temama.

Zabrinutost zbog lažnih vijesti visoko je izražena, posebno u području politike, medija, ekonomije i obrazovanja, uz razlike među skupinama studenata u drugim tematskim poljima.

Studenti društveno-humanističkih i umjetničkih studija više brinu o zdravom životu, izgledu i djeci, dok se studenti prirodno-tehničkih studija jače fokusiraju na politiku, financije, sport i gaming.

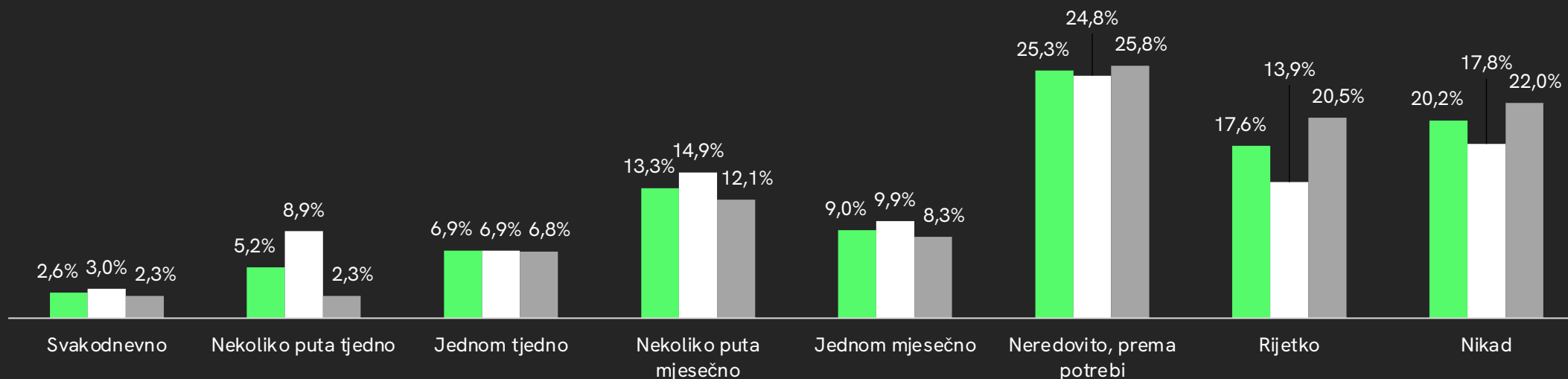




3.

FAKE-NEWS U TURIZMU

UČESTALOST PRAĆENJA VIJESTI O TURIZMU

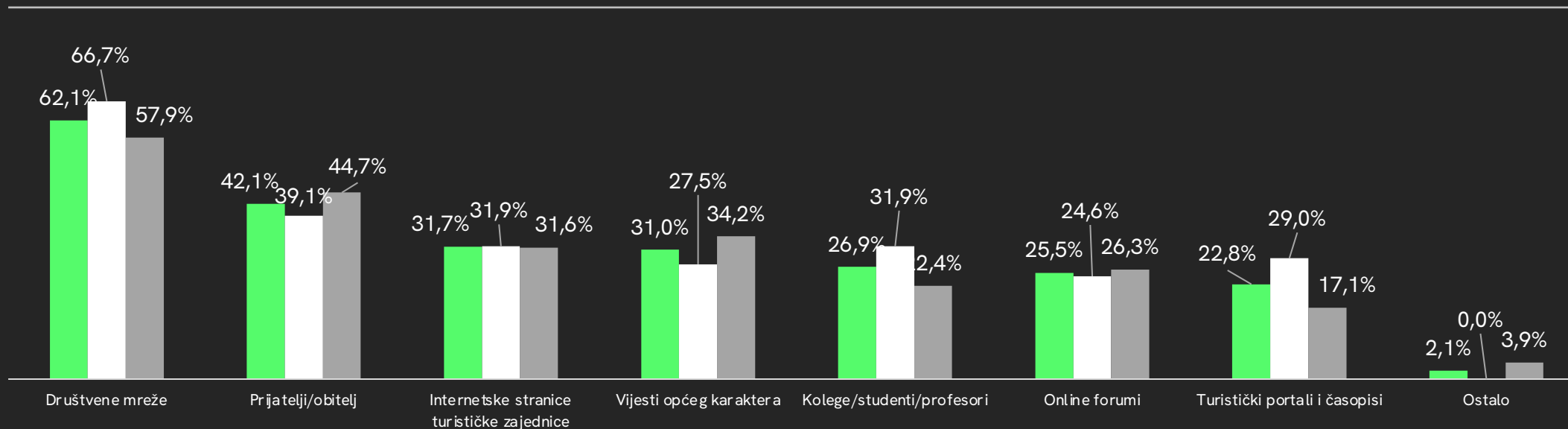


Većina ispitanika turističke vijesti prati povremeno i prema potrebi (25,3%), dok ih petina uopće ne prati (20,2%). Redovito praćenje je rijetko, a svakodnevno to čini tek 2,6%. Interes za turizam uglavnom je sporadičan i vezan uz konkretne okolnosti.

Q: Koliko često pratite vijesti povezane s turizmom?

N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N =101, Prirodno-tehnički studiji N=132

IZVORI INFORMIRANJA O TURIZMU

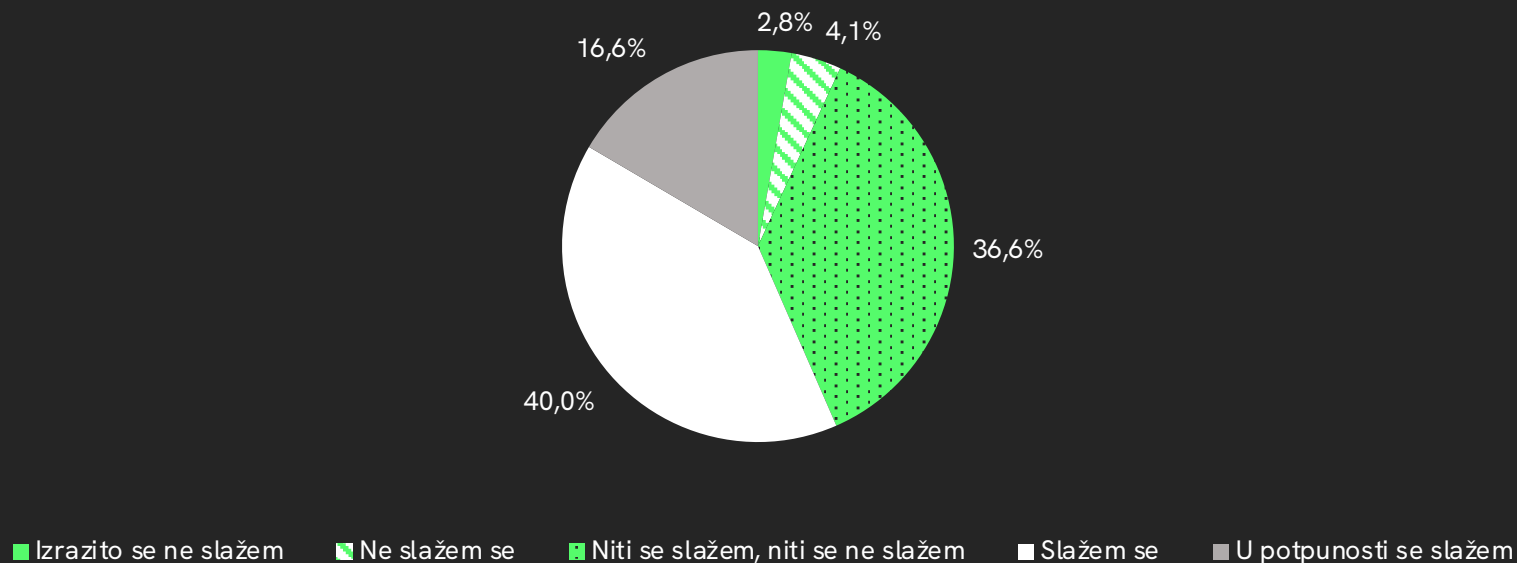


Društvene mreže su glavni izvor turističkih informacija (38,6%), slijede prijatelji i obitelj (26,2%) te web stranice turističkih zajednica (19,7%). Ostali izvori imaju manji, ali relevantan udio, dok su "ostali" izvori gotovo nevažni (1,3%). Studenti društveno-humanističkih studija značajno češće koriste turističke portale i časopise. Rezultati potvrđuju dominaciju digitalnih i osobnih izvora u informiranju.

Q: Koji su vaši najčešći izvori informacija o temama vezanima uz turizam?

N=145 (ispitanici koji prate turizam minimalno jednom mjesečno ili po potrebi), Društveno-humanistički i umjetnički studiji N =69, Prirodno-tehnički studiji N=76

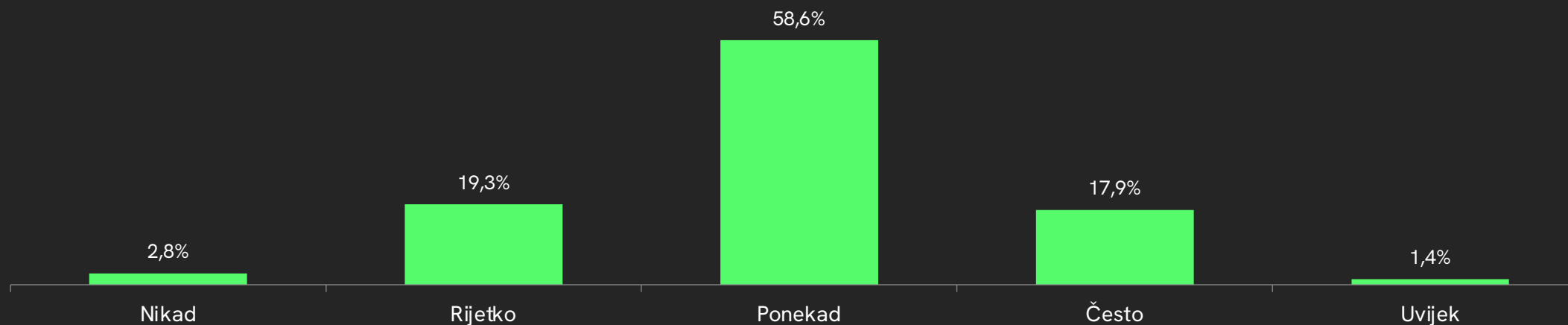
ZABRINUTOST O UTJECAJ DEZINFORMACIJA VEZANIH UZ TURIZAM



Više od polovice ispitanika (56,6%) izrazito je zabrinuto zbog dezinformacija u turizmu, posebno zbog lažnih opisa i recenzija. Rezultati ističu potrebu za većom odgovornošću u objavi i provjeri informacija radi očuvanja povjerenja i reputacije destinacija.

Q: Koliko se slažete sa sljedećom izjavom: "Utjecaj dezinformacija vezanih uz turizam je zabrinjavajući (npr. lažni opisi turističkih destinacija, recenzije)"?
N=145 (ispitanici koji prate turizam minimalno jednom mjesečno ili po potrebi)

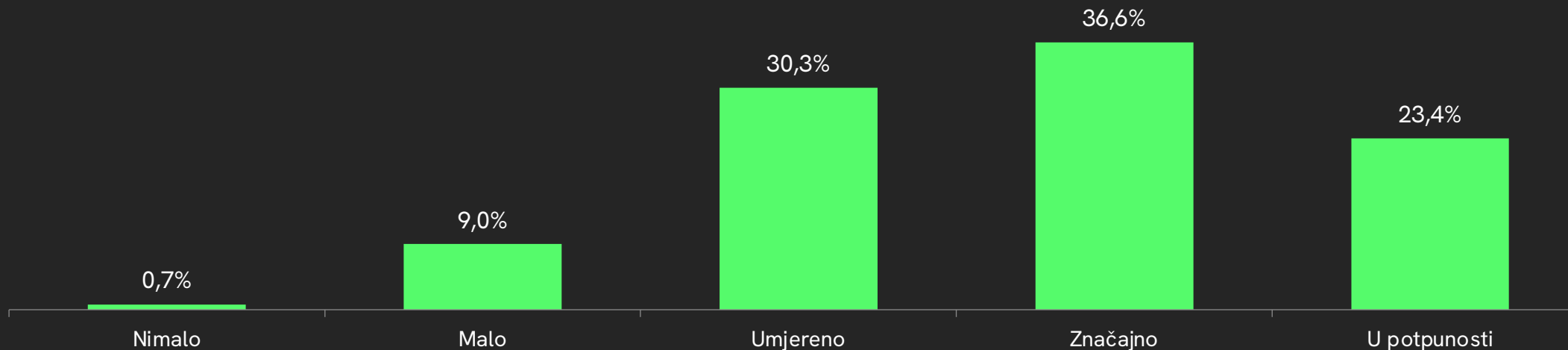
FREKVENCIJA NALASKA FAKE-NEWS-A U TURIZMU



Većina ispitanika povremeno nailazi na nepouzidane turističke informacije – 58,6% ponekad, 17,9% često, a samo 2,8% nikad. To ukazuje na raširenost dezinformacija u turizmu i potrebu za jačom provjerom činjenica i odgovornijom komunikacijom.

Q: Koliko često nailazite na vijesti ili informacije iz turizma za koje smatrate da su nepouzidane ili lažne?
N=145 (ispitanici koji prate turizam minimalno jednom mjesečno ili po potrebi)

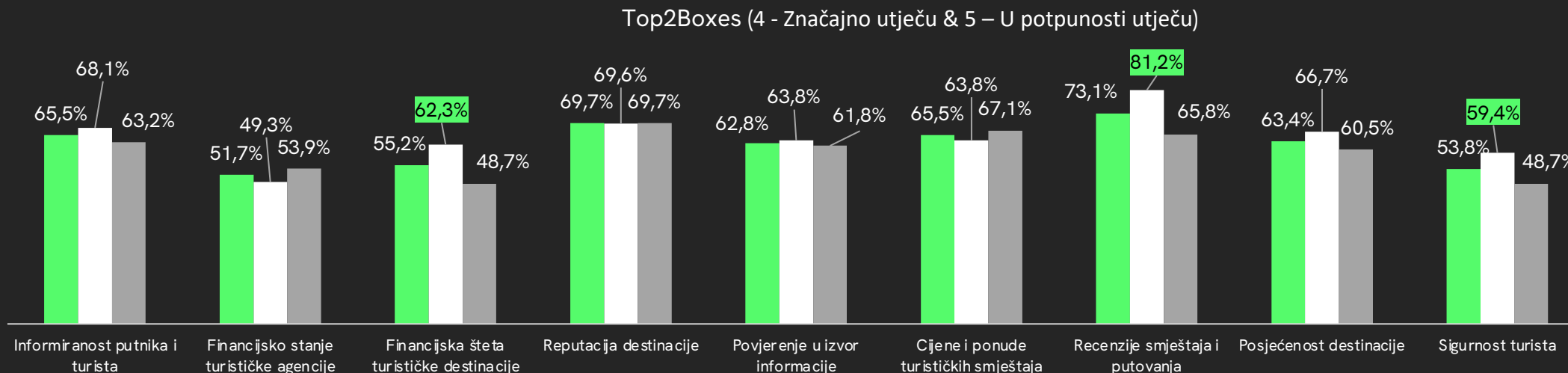
ZABRINUTOST O NEGATIVNIM POS LJEDICAMA FAKE-NEWS-A U TURIZMU



Velika većina ispitanika smatra kako dezinformacije u turizmu mogu uzrokovati ozbiljne posljedice – preko 90% ispitanika procjenjuje razinu opasnosti kao umjerenu, značajnu ili potpunu (30,3% umjereno, 36,6% značajno i 23,4% u potpunosti), dok zanemariv udio smatra da posljedice nisu ozbiljne ili su izrazito male (9% malo, 0,7% nimalo). Ova raspodjela odgovora ukazuje na visoku razinu svijesti o rizicima koje lažne ili netočne informacije predstavljaju, kao i na snažnu zabrinutost zbog mogućih negativnih utjecaja dezinformacija na društvo, institucije ili pojedince u analiziranom području.

Q: Mislite li da dezinformacije u ovom području mogu uzrokovati ozbiljne posljedice?
N=145 (ispitanici koji prate turizam minimalno jednom mjesečno ili po potrebi)

STAVOVI O UTJECAJU FAKE NEWS-A NA TURIZAM

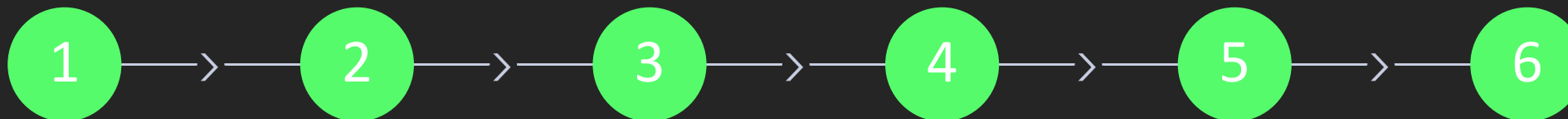


Podaci pokazuju da većina ispitanika smatra kako dezinformacije u području turizma mogu imati ozbiljne i višestruke posljedice: najviše ih ističe negativan utjecaj na recenzije smještaja i putovanja (73,1%), reputaciju destinacije (69,7%), cijene i ponude turističkih smještaja (65,5%), informiranost putnika i turista (65,5%), posjećenost destinacije (63,4%) te povjerenje u izvor informacije (62,8%). Značajan udio ispitanika prepoznaje i utjecaj dezinformacija na financijsku štetu turističke destinacije (55,2%), sigurnost turista (53,8%) i financijsko stanje turističke agencije (51,7%). Kod studenata društveno-humanističkih i umjetničkih studija izražena je značajno veća zabrinutost u domeni utjecaja lažnih vijesti na financijsku štetu turističke destinacije, recenzije smještaja i putovanja te na sigurnost putnika.

Q: Koliko mislite da dezinformacije u domeni turizma mogu utjecati na:

N=145 (ispitanici koji prate turizam minimalno jednom mjesečno ili po potrebi), Društveno-humanistički i umjetnički studiji N=69, Prirodno-tehnički studiji N=76

FAKE-NEWS U TURIZMU



Interes za turističke vijesti među studentima pokazuje se uglavnom sporadičnim i situacijskim – većina ih prati informacije o turizmu samo povremeno i prema potrebi, dok je redovito praćenje vrlo rijetko, što ukazuje da turizam nije stalni fokus već selektivna tema interesa.

Društvene mreže predstavljaju dominantan izvor turističkih informacija, što potvrđuje primat digitalnih i osobnih kanala u praćenju vijesti o turizmu, dok studenti društveno-humanističkih studija češće posežu i za specijaliziranim portalima i časopisima.

Visoka razina zabrinutosti zbog dezinformacija u turizmu –jasno upućuje na važnost vjerodostojnosti i odgovorne objave sadržaja, jer lažni opisi i recenzije mogu ozbiljno narušiti povjerenje i reputaciju turističkih destinacija.

Činjenica da većina ispitanika barem povremeno nailazi na nepouz dane turističke informacije pokazuje da je dezinformiranost u ovom području široko rasprostranjen problem, što dodatno naglašava potrebu za sustavnijom provjerom činjenica i odgovornijom komunikacijom.

Preko 90% ispitanika prepoznaje dezinformacije u turizmu kao značajnu ili potpuno ozbiljnu prijetnju, što ukazuje na visoku razinu svijesti o njihovim mogućim posljedicama te snažnu zabrinutost zbog negativnog utjecaja na društvo, institucije i pojedince.

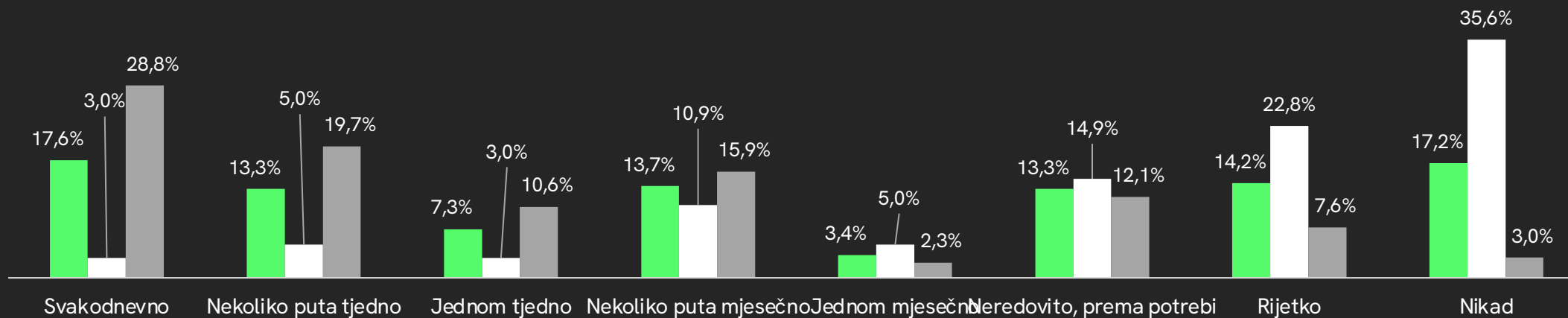
Većina studenata smatra da dezinformacije u turizmu mogu imati širok spektar negativnih posljedica – pri čemu studenti društveno-humanističkih studija pokazuju izraženiju osjetljivost na financijske i sigurnosne aspekte ovog problema.



4.

FAKE-NEWS U ELEKTROTEHNICI I RAČUNARSTVU

UČESTALOST PRAĆENJA VIJESTI O ELEKTROTEHNICI I RAČUNARSTVU

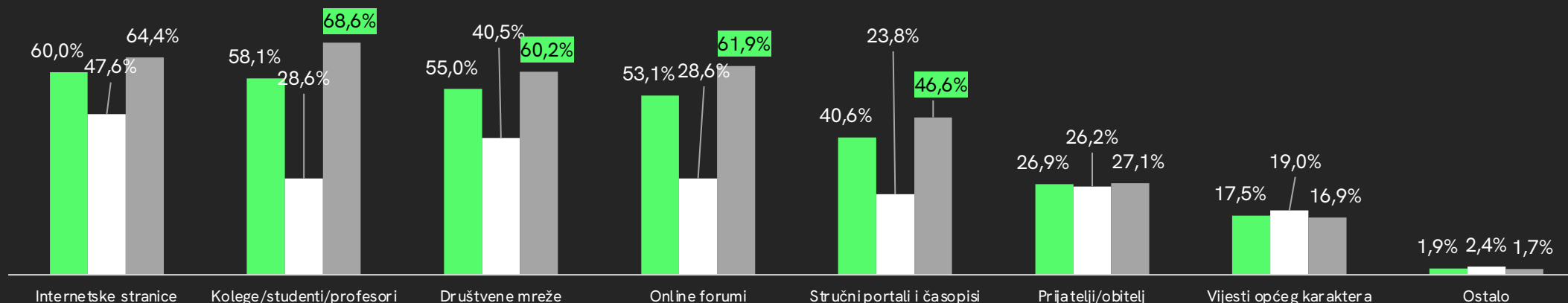


Podaci pokazuju da je praćenje vijesti iz elektrotehnike i računarstva među ispitanicima prilično raznoliko raspoređeno: otprilike svaki peti sudionik prati ove vijesti svakodnevno (17,2%) ili neredovito, prema potrebi (17,6%), dok gotovo jednak udio nikada (13,3%) ili rijetko (7,3%) prati takve sadržaje. Značajan dio ispitanika informira se nekoliko puta tjedno (14,2%) ili nekoliko puta mjesečno (13,7%), dok ih manji udio to čini jednom tjedno (13,3%) ili mjesečno (3,4%). Ova raznolika učestalost upućuje na to da interes za vijesti iz elektrotehnike i računarstva postoji kod većeg dijela sudionika, pri čemu se izdvajaju dvije skupine – oni koji informacije aktivno prate gotovo svakodnevno i oni koji se za takve sadržaje zanimaju povremeno ili samo u skladu s osobnim potrebama.

Q: Koliko često pratite vijesti povezane s elektrotehnikom i računarstvom?

N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N =101, Prirodno-tehnički studiji N=132

IZVORI INFORMIRANJA O ELEKTROTEHNICI I RAČUNARSTVU

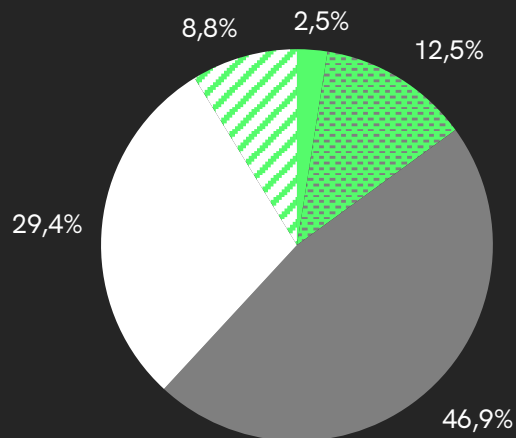


Podaci pokazuju da ispitanici najčešće prate vijesti iz elektrotehnike i računarstva putem internetskih stranica (41,2%) te kroz komunikaciju s kolegama, studentima i profesorima (39,9%), dok značajan udio informacija dolazi i s društvenih mreža (37,8%) i online foruma (36,5%). Stručni portali i časopisi koriste se rjeđe (27,9%), dok osobni izvori kao što su prijatelji i obitelj (18,5%) te vijesti općeg karaktera (12,0%) imaju manju ulogu. Ova raspodjela pokazuje da digitalni i stručni izvori imaju ključnu ulogu u informiranju o tehnološkim temama, dok tradicionalni ili neformalni izvori imaju sporednu važnost u kontekstu elektrotehnike i računarstva. Studenti prirodno-tehničkih studija, kako se i očekivalo, pokazuju znatno veći interes za teme povezane s elektrotehnikom i računarstvom u usporedbi sa studentima društveno-humanističkih i umjetničkih studija.

Q: Koji su vaši najčešći izvori informacija o temama vezanima uz elektrotehniku i računarstvo?

N=160 (ispitanici koji IT minimalno jednom mjesečno ili po potrebi), Društveno-humanistički i umjetnički studiji N=42, Prirodno-tehnički studiji N=118

ZABRINUTOST O UTJECAJ DEZINFORMACIJA VEZANIH UZ ELEKTROTEHNIKU I RAČUNARSTVO

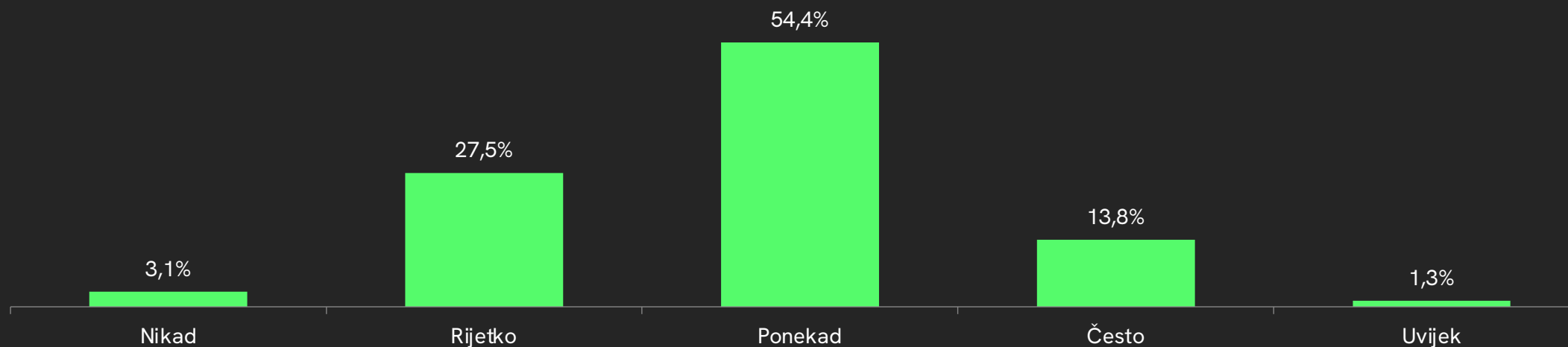


■ Izrazito se ne slažem ■ Ne slažem se ■ Niti se slažem, niti se ne slažem ■ Slažem se ■ U potpunosti se slažem

Većina ispitanika (61,9%) ne smatra utjecaj dezinformacija vezanih uz elektrotehniku i računarstvo zabrinjavajućim, dok se 38,1% slaže s tvrdnjom da je taj utjecaj razlog za zabrinutost. Ovakav odnos odgovora upućuje na to da većina sudionika ili ne prepoznaje širenje lažnih informacija i dezinformacija u ovom području kao značajnu prijetnju, ili smatra da su teme poput lažnih proizvoda i dezinformacija o softveru manje problematične u odnosu na druge domene. Ipak, udio onih koji izražavaju zabrinutost nije zanemariv, što upućuje na potrebu za daljnjim podizanjem svijesti o mogućim posljedicama dezinformacija u području tehnologije i računarstva.

Q: Utjecaj dezinformacija vezanih uz područje elektrotehnike i računarstva je zabrinjavajući (npr. lažni proizvodi, dezinformacije o softveru)?
N=160 (ispitanici koji prate elektrotehniku i računarstvo minimalno jednom mjesečno ili po potrebi)

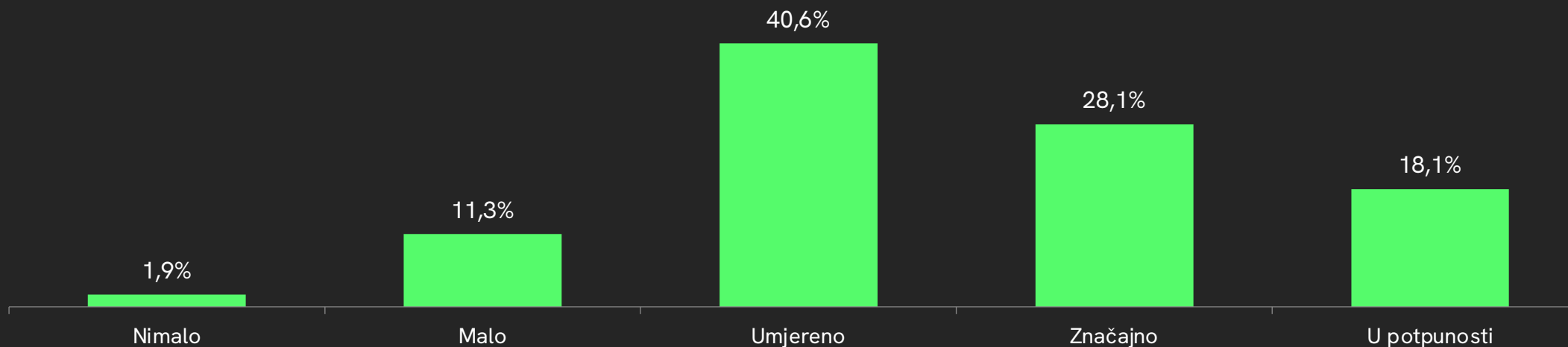
FREKVENCIJA NALASKA FAKE-NEWS-A U ELEKTROTEHNICI I RAČUNARSTVU



Podaci pokazuju da većina ispitanika barem povremeno nailazi na vijesti ili informacije iz elektrotehnike i računarstva koje smatra nepouzdanima ili lažnima – najviše ih to doživljava ponekad (54,4%), dok ih 27,5% na takve informacije nailazi rijetko, a 13,8% često. S druge strane, vrlo mali udio ispitanika tvrdi da nikad (3,1%) ili uvijek (1,3%) nailazi na nepouz dane ili lažne vijesti.

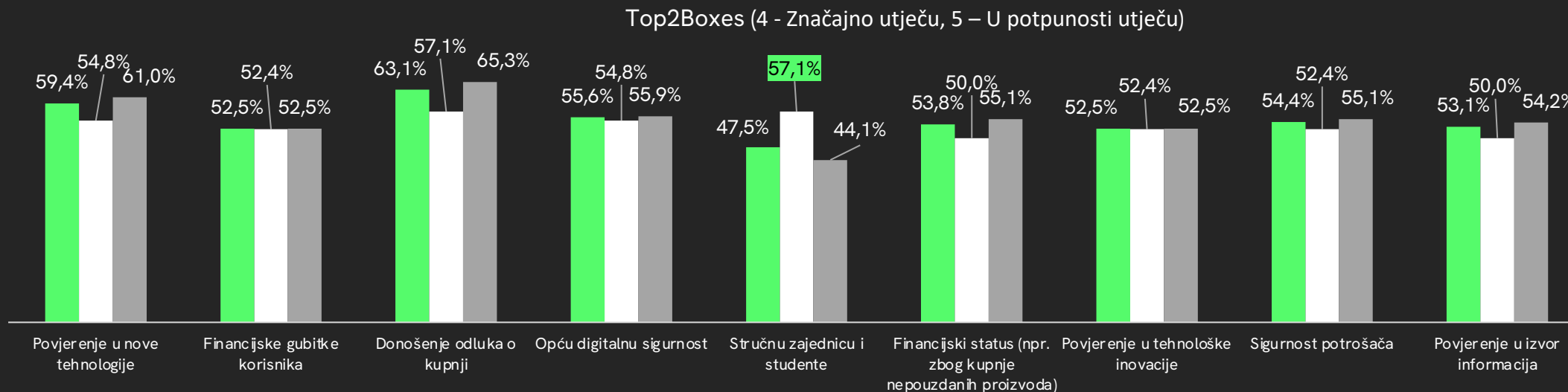
Q: Koliko često nailazite na vijesti ili informacije iz elektrotehnike i računarstva za koje smatrate da su nepouz dane ili lažne
N=160 (ispitanici koji prate elektrotehniku i računarstvo minimalno jednom mjesečno ili po potrebi)

ZABRINUTOST O NEGATIVNIM POSLJEDICAMA FAKE-NEWS-A U ELEKTROTEHNICI I RAČUNARSTVU



Na temelju provedenog istraživanja jasno je da velika većina ispitanika (86,9%) smatra kako dezinformacije u promatranom području mogu uzrokovati ozbiljne posljedice, pri čemu ih 40,6% procjenjuje utjecaj kao umjeren, 28,1% kao značajan, a 18,1% u potpunosti ozbiljan, dok tek manji udio (13,2%) drži da su posljedice neznatne ili zanemarive.

STAVOVI O UTJECAJU FAKE NEWS-A NA ELEKTROTEHNIKU I RAČUNARSTVO

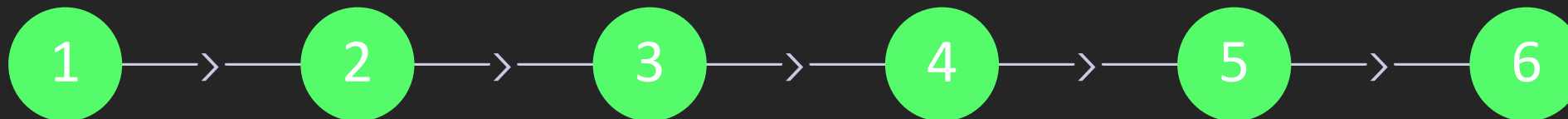


Podaci pokazuju da većina ispitanika smatra kako dezinformacije u području elektrotehnike i računarstva mogu imati ozbiljne i višestruke posljedice: najviše ih ističe negativan utjecaj na donošenje odluka o kupnji (63,1%), povjerenje u nove tehnologije (59,4%) i opću digitalnu sigurnost (55,6%), dok značajan udio ispitanika prepoznaje i rizik za povjerenje u izvore informacija (54,4%), sigurnost korisnika (53,1%), financijske gubitke (52,5%) i utjecaj na tehnološke inovacije (52,5%). Najmanji, ali i dalje relevantan udio (47,5%) navodi posljedice za stručnu zajednicu i studente, što sve zajedno ukazuje na široku svijest o složenim i ozbiljnim posljedicama širenja dezinformacija u tehničkim i tehnološkim područjima. Kod studenata društveno-humanističkih i umjetničkih studija izražena je značajno veća zabrinutost u domeni utjecaja lažnih vijesti na stručnu zajednicu i student u odnosu na ostale ispitanike.

Q: Koliko mislite da dezinformacije u domeni turizma mogu utjecati na:

N=160 (prate IT minimalno jednom mjesečno ili po potrebi), Društveno-humanistički i umjetnički studiji N=42, Prirodno-tehnički studiji N=118

FAKE-NEWS U ELEKTROTEHNICI I RAČUNARSTVU



Praćenje vijesti iz elektrotehnike i računarstva među studentima pokazuje se izrazito raznolikim – od onih koji ih prate svakodnevno do onih koji se interesiraju tek povremeno ili prema potrebi, što upućuje na postojanje dvije dominantne skupine: aktivnih i povremenih pratitelja.

Digitalni i stručni izvori imaju ključnu ulogu u informiranju o elektrotehnici i računarstvu – najčešće internetske stranice, kolege i profesori, društvene mreže i forumi – dok tradicionalni i osobni izvori imaju tek sporedno mjesto, osobito kod studenata tehničkih studija.

Većina studenata ne percipira dezinformacije u području elektrotehnike i računarstva kao veliku prijetnju, no gotovo 40% njih ipak izražava zabrinutost, što upućuje na postojeću potrebu razvoja svijesti o mogućim rizicima dezinformacija u tehnološkom kontekstu.

Nepouzđane i lažne informacije u području elektrotehnike i računarstva nisu iznimka već svakodnevna pojava – više od polovice ispitanika povremeno nailazi na takve vijesti, što naglašava nužnost jačanja kritičkog pristupa i vještina provjere činjenica.

Velika većina ispitanika smatra da dezinformacije iz elektrotehnike i računarstva mogu imati ozbiljne posljedice – čak 86,9% njih vidi umjeren, značajan ili potpun negativan utjecaj, dok samo manjina smatra suprotno.

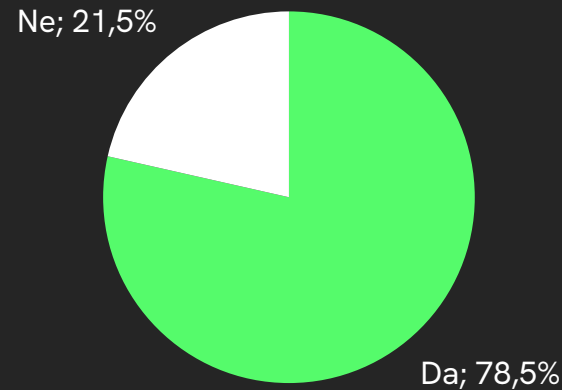
Ispitanici prepoznaju raznovrsne i ozbiljne posljedice širenja dezinformacija u području elektrotehnike i računarstva – pri čemu studenti društveno-humanističkih studija iskazuju izraženiju zabrinutost za akademski i stručni kontekst.



5.

STAVOVI O FACT-CHECKINGU

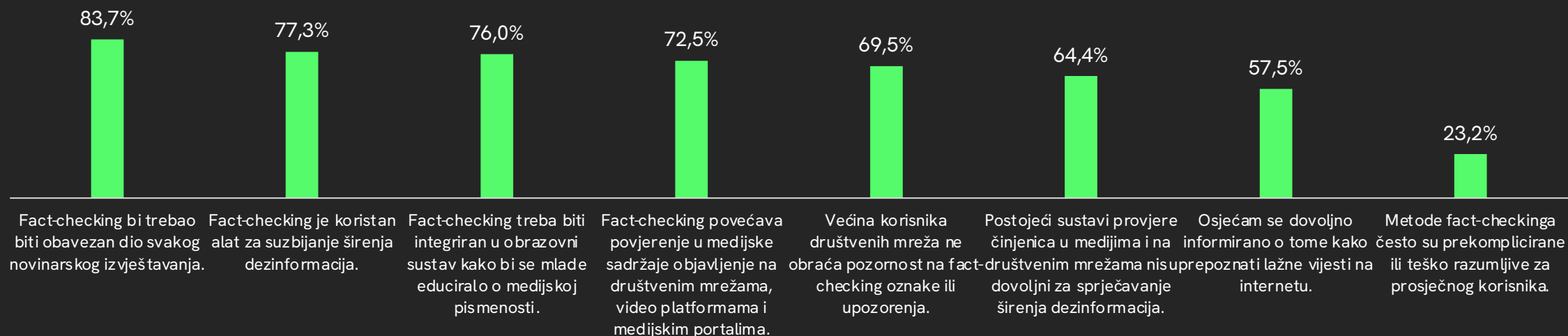
UPOZNATOST S POJMMOM "FACT-CHECKING"



Većina ispitanika upoznata s pojmom "fact-checking" i procesom provjere informacija – čak 78,5% njih navodi da zna što taj pojam znači, dok 21,5% nije upoznato s tim procesom. Ovakav rezultat ukazuje na visoku razinu svijesti o važnosti provjere činjenica među ispitanicima, što je pozitivan signal za razvoj medijske pismenosti i otpornosti na dezinformacije u društvu. Ipak, činjenica da petina ispitanika još uvijek nije upoznata s pojmom "fact-checking" sugerira potrebu za dodatnim edukacijskim aktivnostima i promocijom alata i metoda provjere informacija, kako bi se svi građani osnažili za kritičko vrednovanje izvora i sadržaja s kojima se svakodnevno susreću.

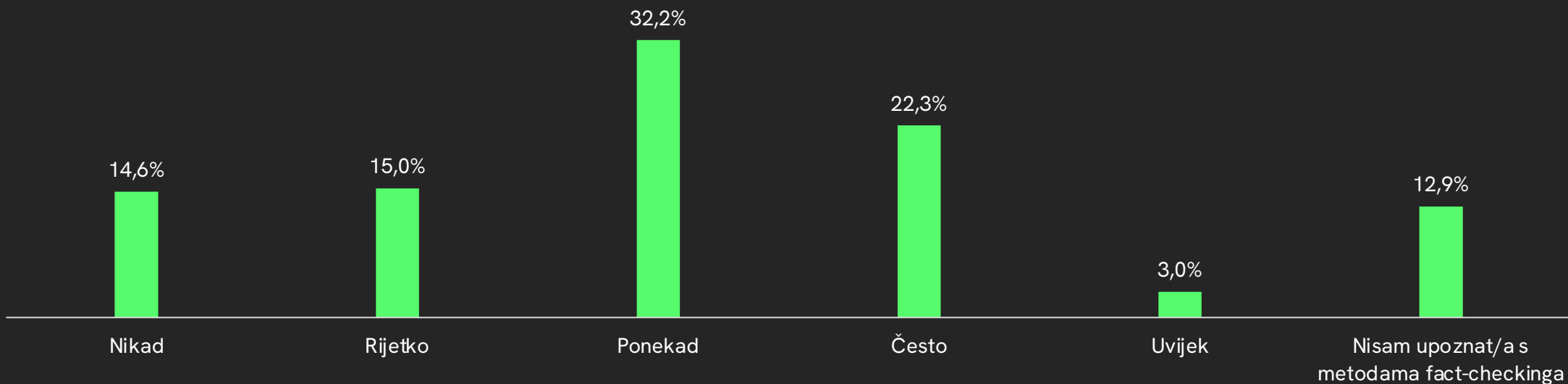
STAVOVI O FACT-CHEKINGU

Top2Boxes (4 – Slažem se, 5 – U potpunosti se slažem)



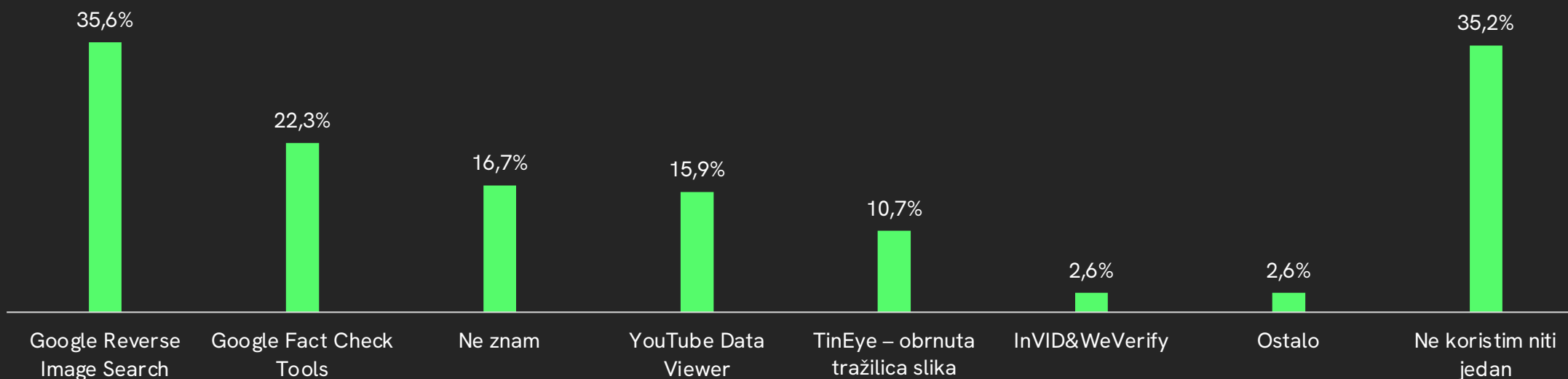
Podaci pokazuju da velika većina ispitanika snažno podržava ulogu fact-checkinga u medijima i društvu: više od 80% smatra da bi provjera činjenica trebala biti obavezan dio svakog novinarskog izvještavanja, a gotovo isto toliko ga vidi kao ključan alat za suzbijanje dezinformacija i smatra nužnim integrirati ga u obrazovni sustav radi jačanja medijske pismenosti. Povjerenje u medijske sadržaje raste kada su provjereni (72,5%), dok je osjećaj informiranosti o prepoznavanju lažnih vijesti znatno niži (57,5%), što ukazuje na potrebu za dodatnim edukacijama. Istovremeno, postojeće sustave provjere činjenica u medijima i na društvenim mrežama podržava oko dvije trećine ispitanika, dok tek manji udio smatra metode fact-checkinga prekomplikiranim ili teško razumljivim.

UČESTALOST KORIŠTENJA FACT-CHEKING METODE



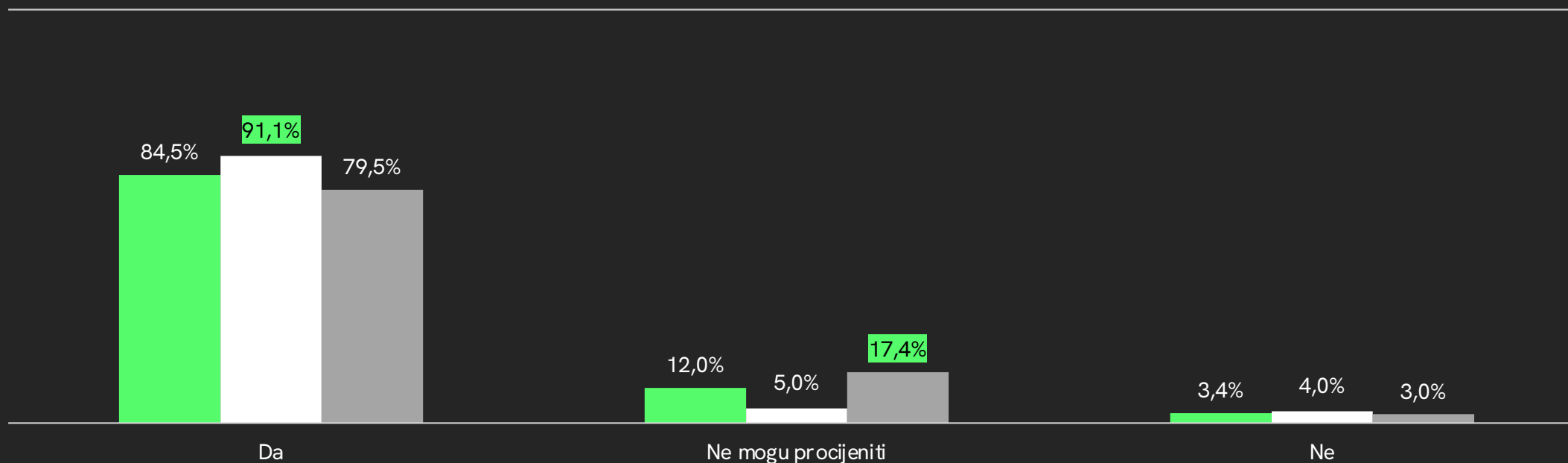
Većina ispitanika povremeno koristi metode fact-checkinga za provjeru istinitosti informacija – najviše ih to radi ponekad (32,2%) ili često (22,3%), dok ih 15% rijetko koristi takve metode, a 14,6% nikada ne provjerava informacije na taj način. Zanimljivo je da 12,9% ispitanika nije upoznat/a s metodama fact-checkinga, dok ih svega 3% uvijek provjerava informacije. Ovakva distribucija ukazuje na to da svijest o važnosti provjere činjenica postoji, ali je dosljedna primjena fact-checking metoda još uvijek ograničena, a značajan udio ispitanika ili rijetko koristi te alate ili ih uopće ne poznaje.

KORIŠTENJE FACT-CHEKING ALATA



Većina ispitanika koristila je barem neki alat za provjeru činjenica, pri čemu je najpopularniji Google Reverse Image Search (35,6%), dok gotovo jednako velik udio ispitanika ne koristi nijedan alat (35,2%). Među onima koji koriste alate, najčešće su odabrani Google Fact Check Tools (22,3%), YouTube Data Viewer (15,9%) i TinEye (10,7%), dok su specijalizirani alati poput InVID&WeVerify i ostali korišteni znatno rjeđe (po 2,6%). Zanimljivo je da 16,7% ispitanika nije sigurno koje alate koristi, što može upućivati na nedostatak informiranosti ili edukacije o dostupnim mogućnostima provjere činjenica.

STAVOVI O FACT-CHECKING EDUKACIJI



Podaci pokazuju da velika većina ispitanika smatra kako bi edukacija studenata o fact-checkingu trebala biti sastavni dio obrazovanja – čak 84,5% svih sudionika podržava ovu inicijativu, pri čemu je podrška posebno izražena među studentima društveno-humanističkih i umjetničkih studija (91,1%), dok je nešto niža, ali i dalje visoka, među studentima prirodno-tehničkih znanosti (79,5%). Istovremeno, znatno više studenata prirodno-tehničkog područja (17,4%) nije sigurno može li procijeniti potrebu za takvom edukacijom, u odnosu na društveno-humanističke studente (5%). Ovi rezultati ukazuju na široku svijest o važnosti provjere činjenica u visokom obrazovanju, ali i na razlike u percepciji i sigurnosti potrebe za edukacijom o fact-checkingu među različitim studijskim skupinama.

Q: Smatrate li da bi edukacija studenata o fact-checkingu bila korisna?

N=233, Društveno-humanistički i umjetnički studiji N =101, Prirodno-tehnički studiji N=132

STAVOVI O FACT-CHECKINGU



1
Visoka razina svijesti o fact-checkingu među ispitanicima (78,5%) pokazuje pozitivan trend u razvoju medijske pismenosti, no činjenica da petina sudionika ne poznaje ovaj pojam ukazuje na nužnost daljnje edukacije i promocije alata za provjeru informacija.

2
Velika većina ispitanika smatra da fact-checking mora biti sastavni dio novinarske prakse i obrazovanja te ključan alat za suzbijanje dezinformacija, iako niža razina samopouzdanja u prepoznavanju lažnih vijesti (57,5%) ukazuje na potrebu dodatnih edukacija i jačanja postojećih sustava provjere.

3
Iako znatan udio ispitanika koristi metode fact-checkinga barem povremeno, dosljedna primjena tih metoda ostaje ograničena, a dio sudionika ih uopće ne poznaje ili rijetko koristi, što potvrđuje jaz između svijesti o važnosti provjere i konkretne prakse.

4
Alati za fact-checking poput Google Reverse Image Search-a i Google Fact Check Tools najčešće se koriste, ali gotovo jednak broj ispitanika ne koristi nijedan alat, što ukazuje na neravnomjernu primjenu dostupnih tehnologija i potrebu za dodatnom edukacijom o njihovim mogućnostima.

5
Preko 84% ispitanika smatra da fact-checking treba uvesti u obrazovni sustav, uz izrazito snažnu podršku društveno-humanističkih studenata i nešto manju, ali i dalje vrlo visoku, podršku prirodno-tehničkih studenata, što potvrđuje široku svijest o važnosti sustavne edukacije o provjeri činjenica.



6.

DEMOGRAFIJA I METODOLOGIJA



SPOL, DOB I PODRUČJE STUDIJA

		Spol		Total
		Muško	Žensko	
Dob	od 16 do 20 godina	64	31	95
	od 21 do 25 godina	58	55	113
	od 26 do 30 godina	4	9	13
	od 31 do 35 godina	0	3	3
	od 36 do 40 godina	0	2	2
	41 i više	2	5	7
Total		128	105	233
				Total
	Društveno-humanistički i umjetnički studiji			101
	Prirodno-tehnički studiji			132
Total				233

CILJEVI

Ispitivanje stavova i ponašanja vezani uz fake news i factchecking

UPITNIK

Upitnik se sastoji od sljedećih modula:

- 1.Korištenje i povjerenje u sadržaj
- 2.Dijeljenje vijesti
- 3.Zabrinutost oko lažnih vijesti
- 4.Factchecking u turizam
- 5.Factchecking u elektrotehnici i računarstvu
- 6.Poznavanje, stavovi i korištenje factchecking metoda
- 7.Demografija

METODA PRIKUPLJANJA PODATAKA

Online istraživanje.

UZORKOVANJE

Ispitanici su regrutirani snowball metodom na hrvatskim fakultetima FERIT, VERN, ALGEBRA.

UZORAK

Studenti humanistički, društvenih, umjetničkih, prirodnih i tehničkih studija

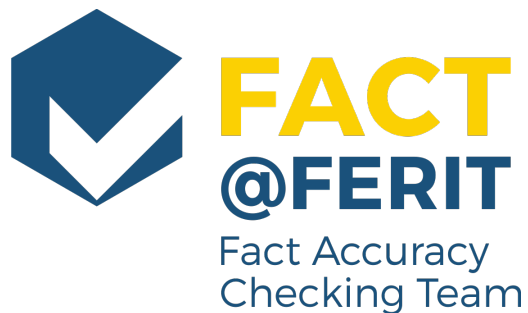
VRIJEME PROVOĐENJA ISTRAŽIVANJA

od 19. ožujka do 7. travnja 2025. godine



ISTRAŽIVANJE

Istraživanje je provedeno u suradnji Hrvatske udruge digitalnih izdavača (HUDI) i Fakulteta elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Osijek (FERIT) u sklopu projekta koji se provodi u okviru mjere "Uspostava provjere medijskih činjenica i sustava javne objave podataka" koju podupire Agencija za elektroničke medije (AEM).



Financira
Europska unija
NextGenerationEU

Financira Europska unija – NextGenerationEU. Izneseni stavovi i mišljenja samo su autorova i ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije ili Europske komisije. Ni Europska unija ni Europska komisija ne mogu se smatrati odgovornima za njih.



Hvala!

