

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FILOZOFSKA FAKULTETA  
ODDELEK ZA SOCIOLOGIJO

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA 2019

STELAN OBLAK

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FILOZOFSKA FAKULTETA  
ODDELEK ZA SOCIOLOGIJO

DIPLOMSKO DELO  
Fake News

Študijski program:  
SOCIOLOGIJA KULTURE  
Enopredmetni program 1. stopnje

Mentor/ica: doc. dr. Jože Vogrinc

LJUBLJANA, 2019

Stelan Oblak

## Povzetek

Ključne besede: Fake news, lažne novice, družabna omrežja, Trump, Twitter, Facebook

Diplomsko delo obravnava fenomen “fake news” ali lažnih novic. Izraz, ki je v letih 2015-2016 izbruhnil in postal odmeven in imel velik vpliv na medijsko sceno. Prav “fake news” ne gre jemati kot zgolj in samo lažne vesti dobesednem pomenu. V enaindvajsetem stoletju “fake news” postanejo “*fake news*” šele v kontekstu okoliščin in spleta dogodkov, ki jih to naredijo. Današnja teža sintagme “fake news” je produkt določenih politično-ideoloških obratov in tehnološko-informacijskih premikov. Razumeti današnjo potentnost “fake news” pomeni pogledati v ideološki kontekst, ki ta fenomen sproducira in razumeti širšo konstelacijo procesov v kateri dobijo t.i. lažne novice masivni impakt kot ga imajo. Kakšne so realne ramifikacije vpliva “fake news” in ali je izraz le še novo verbalno orodje za diskreditacijo in obračunavanje med političnimi nasprotniki?

## Abstract

Key words: fake news, social media, Trump, Twitter, Facebook

The thesis deals with the phenomenon of "fake news" or fake news. A term that erupted in 2015-2016 and became notorious, had a huge impact on the media scene. "False news" is not to be taken as something in the literal sense alone. In the twenty-first century fake news became the "fake news" an environment entangled in a web of events that make it for what it is. The problem of the "fake news" syntax today is the product of certain political-ideological developments in technological-information shifts. To understand today's potential "fake news" means to look at the ideological context that emerges from understanding the broader constellation of processes that get so called "fake news" the massive impact like they have today. What are the real ramifications of "fake news", or is it merely a verbal tool for discrediting opponents.

<b>1.0 NAČIN RAZISKOVANJA</b>	<b>5</b>
1.1 Glavna vprašanja, ki bodo služila kot vodilo diplomskega dela:	5
1.2 TEZA	5
<b>2.0 DEFINIRANJE “FAKE NEWS”</b>	<b>6</b>
2.1. PRVI KRIVEC : Družabna omrežja	7
2.2 HLADNOVOJNO OROŽJE?	8
2.3 NAIVNI DRŽAVLJANI	10
<b>3.0 MODUS OPERANDI</b>	<b>12</b>
3.1 Fizični posamezniki	12
3.2 Boti	12
3.3 Troli	13
3.4 Mikrotargetiranje	13
<b>4.0 ANALIZA VIRA Z ASPEKTA FAKE NEWS</b>	<b>13</b>
4.1 ALEX JONES	13
4.2 ENTER TRUMP	15
4.3 INFOWARS.com	16
4.4 PRIMER : Daily Mail vs InfoWars	17
4.5 TEORIJE ZAROTE	18
4.6 ANTI-SOROŠIZEM	19
4.7 “KULTURNI MARKSIZEM” in #PIZZAGATE	20
4.8 Sklep	21
<b>5.0 BOJ ZA RESNICO ALI KRIZA ESTABLISHMENT MEDIJEV?</b>	<b>22</b>
5.1 PROPAGANDA MODEL	24
5.2 FAKE NEWS V BELI HIŠI	26
<b>6.0 KAKO PROTI “FAKE NEWS”?</b>	<b>27</b>
<b>7.0 EPILOG</b>	<b>30</b>
<b>8.0 Viri</b>	<b>32</b>

## 1.0 NAČIN RAZISKOVANJA

Najprej locirati leto izbruha besedne zveze “fake news” in nato naprej raziskovati v čigavih rokah se koncept pojavlja in kako ga definirajo. V tem primeru bo šlo za analiziranje “fake news” koncepta s pomočjo novinarskih člankov avtorjev novinarskih hiš, ki “fake news” začnejo obravnavati kmalu po tem, ko jih zaznajo kot problem. Iskanje s pomočjo iskalnika Google.

Privč, izbor ključnih besed relevantnih na raziskovalno tematiko in primeren obseg raziskovalnega dela ; “Fake news”, “Russia”, “Donald Trump”, “Infowars”, “globalism”, “globalist”, “Soros”, “refugees”, “migrants”, “cultural marxism”.

Drugič, ključna je raba časovno označeno iskanje, ki omogoča relativno natnačno lociranje kdaj se besede ali besedne zveze pojavijo na spletu, v člankih, novicah, blogih. Iskalnik s pomočjo omejevanja glede na časovno obdobje ni brezhiben, je pa uporaben, ko se išče starejše vire preteklih obdobj, ki bi utegnili že preiti v obskuro interneta. Kritična analiza pridobljenih člankov relevantnih na izbrano temo je v tej diplomski nalogi osrednjega pomena.

### 1.1 Glavna vprašanja, ki bodo služila kot vodilo diplomskega dela:

- 1) Kdaj in kako nastanejo prvi poskusi definiranja “fake news”?
- 2) Kako brati in razumeti fenomen “fake news”; na podlagi pridobljenih člankov?
- 3) Analiza izbranega medija s pomočjo koncepta “fake news”. Specifično portala Infowars.com.
- 4) Kako si razlagati medijsko histerijo okrog “fake news”; ali opozarja tudi na pojav konkurence uveljavljenim medijem?

### 1.2 TEZA

Se navezuje na zadnje (4) vprašanje: Popularizacijo koncepta “fake news” je potrebno razumeti kot pojav, ki naznanja izgubo hegemonije dominantnih medijev v informiranju na račun družabnih omrežij.

## 2.0 DEFINIRANJE “FAKE NEWS”

Vse do leta 2015 se sintagma “fake news” le redko pojavlja. V letu 2016 na družabnih omrežjih zaokroži spisek spletnih novičarskih virov, ki naj bi širile in odkrito promovirale lažne novice. Avtorica te “črne liste” je profesorica na kolidžu Merimack, ki je, v poskusu, da bi preprečila citiranje nekredibilnih virov v seminarskih nalogah, sestavila seznam t.i. “fake news” virov . K temu seznamu je dodala priporočila, kako ločiti in kritično brati besedila: Izpostavi, da je pomembno prvič upoštevati že samo ime domene; ločiti to, ali gre za novinarski vir ali osebni blog. Drugič, preveriti kredibilnost vira z poizvedovanjem o sami strani na kateri se artikel nahaja. Tretjič, ali so trditve podkrepljene z izsledljivimi in relevantnimi viri. Četrtrič, raba pisave, velike tiskane črke in pompozen naslov lahko izdajata rumeno naravo vira. Petič, slog spletne strani; pretirana raba fotošopa in bombastike sta rdeča luč. Šestič, analiza na družabnih omrežjih, prirejenost slogovne oblike naslova, da maksimizira potencial deljenja na družabnih omrežjih (Zimdars: 2016, str. 1-2). Poskus definiranja “fake news” takoj sproži burne odzive s strani javnosti. Pomembno je upoštevati, da se razprava okrog “fake news” odvija sočasno z ameriško volilno kampanjo 2016. Vzpon “nekonvencionalnega” predsedniškega kandidata Donald J. Trumpa, ki se uveljavi kot politični outsider, ki vsaj retorično-performativno predstavlja odklon od dominantnih partijskih linij demokratskega liberalizma in republikanskega neokoservatizma. Trump ima tako močno podporo s strani tistega dela kibernetnega sveta, ki je razvil alternativne oblike javnega komuniciranja, saj družabna omrežja sedaj omogočajo širjenje pogledov, ki so ostajali zunaj javnega diskurzivnega mainstreama. To je tudi razlog zakaj lista “fake news” spodbudi močno negativno reakcijo politične desnice (zlasti podpornikov Trumpa), ki obtožbe o “fake news” dojemajo kot napad korporativnega medijskega establišmenta, da drugačne nazore in poglede utiša in negira (Ohlheister: 2016).

## 2.1. PRVI KRIVEC : Družabna omrežja

Kmalu se o problemu lažnih novic razpišejo tudi vodilni mediji. Članek v reviji *The New Yorker* izpostavlja, da lažne novice niso nov fenomen. Dezinformacije, laži in prevare so tisočletna zadeva. Kar loči fenomen lažnih novic je specifičen splet dogodkov pri katerih je prišlo do tega, da so lažne novice dosegle stopnjo neobvladljivosti in pri tem odprle vprašanja o tem, kako se s tem problemom sploh soočiti. Vrniti se je treba v začetke radijskega oddajanja v ZDA, kjer je v nasprotju z Veliko Britanijo, privatni sektor prevzel vlogo lastnika ponudnikov radijskega in televizijskega oddajanja. V ZDA so obstajali samo trije ponudniki medijskih mrež, ki so vsaj držali nevtralnost poročanja s ciljem, da jim je država potem obnovila licenco. V osemdesetih pa je s kablensko televizijo republikanska Reaganova administracija še nadaljne deregulirala trg ponudnikov radiotelevizije. Vse skupaj je bilo del libertarne ideje prostih trgov in pravice do svobodne dostopa do virov informacij. Kar pa pomeni tudi pravico do dostopa do dezinformacij. Ponudniki partizanskih medijev zadovoljujejo politične nazore svojega občinstva in s tem nimajo nikakršne obveze do načelne nevtralnosti. Problem pa ne predstavljajo samo alternativni mediji, pač pa družabna omrežja oziroma platforme, ki omogočajo cirkulacijo lažnih novic. ZDA se neuspešno borijo proti “fake news”, saj zaradi zgodovinskega proti-etatičnega etosa ne zaupajo regulaciji medijev s strani države. Poskusi, da bi zadevo imeli pod kontrolo zopet prepuščajo privatnemu sektorju, ko apelirajo na menedžerje velikih internetnih platform kot sta twitter in facebook, da uvedejo instrumente, ki bi filtrirali laži od resnice (Lemann: 2016).

Članek na spletni strani Vox.com pa locira vzpon lažnih novic ravno z masovno popularizacijo svetovnega spleta. Nismo namreč več v devetdesetih letih prejšnjega stoletja, ko je medmrežje ostajalo zunaj mainstreama, decentralizirano in internetno novinarstvo še ni bila resna zadeva. Tradicionalni mediji so še vedno bili večinski vir za informacije. Danes smo priča razcvetu družabnih omrežij se novinarstvo seli na internet. Pri tem pa ne zgolj etablirane medijske hiše, pač pa tudi amatersko novinarstvo. Zakupiti domeno in vzpostaviti spletno stran z “novicami” je danes veliko lažje kot je bilo nekoč vzpostaviti profesionalno novinarsko hišo. Prav



mainstreamizacija uporabe interneta naj bi privedla do tega, da pade bariera med profesionalnim in amaterskim novinarstvom. Vendar pa glavni krivci za magnitudo nastale škode niso male ribe, ki želijo z razpečevanjem senzacionalizma pridobiti cenene klike. Proliferacija in konsumpcija lažnih novic je v takšni meri predvsem omogočena, pa čeprav lahko nenamenoma, ravno v kontekstu obstoja velikih družabnih omrežij kot sta twitter in facebook. Obskurne “novičarske” spletne strani, ki jih ustvarjajo amaterji, ugledajo luč masovne publike takrat, ko stečejo v viralni tok vsečkov in delitev na teh platformah. Sam dizajn vizualne karte v kateri so strnjeni naslov, podnaslov in fotografija članka na katerega bo bralec bodisi kliklin ali pa se zadovoljil samo z naslovom, pa je takšen, da kar se dizajnerskega formata tiče sploh ni razlike ali gre za članek katerega vir je svetovljansko ugleden New York Times ali pa obskurna stran amaterja brez kilometra v novinarstvu (Lee: 2016).

## 2.2 HLADNOVOJNO OROŽJE?

Bolj kot poskus natančne opredelitve tega, kaj konstituira lažno novico, se okrog tega razvije tudi napet diskurz, ki sintagmo “fake news” povezuje predvsem z aktualnim političnim dogajanjem v ZDA. Članek v Washington Postu interpretira “fake news” skozi hladnovojno prizmo, ko piše, da so lažne novice sofisticirano orožje tretjih akterjev, ki poskušajo vplivati na izid ameriških predsedniških volitev. Napad s pomočjo razpečevanja lažnih novic pa naj bi prihajal iz vrhov ruske oblasti, ki je med volitvami preferirala republikanskega kandidata Donalda J. Trumpa in s perfidnim delovanjem na družabnih omrežjih spodkopavala ugled kandidatke demokratske stranke Hillary R. Clinton. “Fake news” tako nastopa kot naslednica sovjetske dezinformacijske kampanje, ki je potekala v šestdesetih letih prejšnjega stoletja. Gre za perfidno propagandno vojno, ki pa ne zaobjema obliko simplističnega proti-propagandnega materiala v prid Rusiji in v škodo ZDA, ampak s ciljem spodkopavanja preglednosti samega volilnega procesa. Sofisticiran ruski model vpliva se kaže na družabnih omrežjih v obliki slamnatih uporabniških računov - računov na družabnih omrežjih kot sta facebook in twitter. Te račune pa ne vodijo zasebniki, pač pa so del koordinirane operacije z namenom deljenja in vsečkanja lažnih novic pod pretvezo

državljanov zasebnikov. Članek Washington Posta opiše način kako medijske hiše v ruskem lastništvu proizvajajo novice z zavajajočo vsebino, to pa nato s pomočjo tako imenovanih 'botov' (lažnih uporabniških računov) množično razpečuje, kar pa povzroči, da jih algoritemski sistem zaznavanja vsebin z visoko frekvenco vsečkov ali delitev identificira kot popularne tematike in jim poda večjo vidljivost in pa tudi relevantno na družbenih omrežjih (Timberg: 2016).

Članek s strani Warontherocks.com pojasnjuje kako si novičarske strani v ruskem lastništvu, ki ciljajo na angleška jezikovna področja osvajajo kibernetški prostor s senzacionalizmom. Članek opiše, kako je propaganda kampanja proti ZDA vodena na frontah socialnih omrežij s pomočjo lažnih novic. Glavne cilji te kampanje naj bi bili; prvič, spodkopavanje zaupanja državljanov targetiranih držav v lastne demokratično ureditev. Drugič, podpiranje polarizirajočih lokalnih političnih figur. Tretjič, izguba zaupanja med državljani in demokratičnimi institucijami. Četrto, popularizacija Ruske politike v drugih državah. Petič, vzbujanje nezaupanja do tradicionalnih informativnih virov. Pri tem naj bi šlo za spretno izkoriščanje političnih, družbenih in finančnih problematik z uporabo dveh pristopov: tako imenovana bela in siva cona delovanja. Pri belih informacijski vir (RT in Sputnik) je jasno, da gre za medije z pro-ruskim delovanjem. Čeprav imajo zgodbe pro-ruski nagib, pa ne gre za t.i. "fake news". Ampak to gradivo "belih" informacijskih virov, pride v obliki kopiranja in dumpinga materiala v roke "sivih" informacijskih virov. Kar se zgodi je to, da "sivo" operiranje prinaša skoraj identično originalno "belo" gradivo z druge roke. To pa je velikokrat vzeto izven konteksta, senzacionalizirano in v kibernetški prostor podano z namenom zadovoljevanja levih in desnih političnih polov konzumerjev novic. Šlo naj bi za delo operativcev, ki kontrolirajo tako imenovane slamnate uporabniške račune, nekaj uporabnih idiotov in nič hudega slutečih naivnežev. Agregatorji takšnega razpečevanja novic se zanašajo na senzacionalizem oziroma vsebine pod titulo "Breaking news" (Weisburd, Watts, Berger: 2016).

Spet drugič se izkaže, da za viralnimi lažnimi novicami lahko stoji le želja po lahkem zaslužku privatnikov. V enem primeru se izkaže, da so za popularnimi “fake news” artikli stali študentje iz Gruzije, ki so ustanavljali spletne strani, ki so pozirale kot legitimni novinarski vir, ki pokriva predsedniško tekmo. Vsebina teh člankov ni bila originalna, pač pa je šlo za kombinacijo z drugih virov ali plagiiranih odlomkov vzetih izven konteksta in nadejim senzacionalističnim naslovovom. Izkaže se, da so od tega na družabnih omrežjih najbolj deljene in všečkane “novice”, ki čustveno apelirajo na republikansko občinstvo. Te “novice” skreirane v domu amaterjev in objavljene na zakupljenih domenah kot je departed.co so postale viralne šele z deljenjem na družabnih omrežjih, predvsem Facebooku. Sam Facebook ni plačeval za objave, je pa cirkulacija po njem omogočila preliv uporabnikov Facebooka na lažne spletne strani, kar je potem generiralo prihodke od oglasov. Ko so avtorja lažnih člankov vprašali o razlogih za razpečevanje takšne vsebine, je razložil, da so je edini razlog želja po zaslužku in ne poskus subverzije druge države (Higgins, McIntire, Dance: 2016).

## 2.3 NAIVNI DRŽAVLJANI

Vendar pa sovražnik ni vedno le pred vrati, ampak tudi že v hiši. Na novo identificiran razpečevalec lažnih novic je postal tudi laik, državljan-zasebnik, ki deluje na družabnih omrežjih.

Leta 2016 New York Times opravi primersko analizo širjenja lažnih novic. Zadeva je nevarna, saj se širi preko napačnih informacij, ki bi pred družabnimi omrežji ostala na lokalni ravni, sedaj se pa lahko nacionalno-globalno razplamteva. Dezinformacijski napad na resnico lahko sproži običajen državljan. V tem primeru je šlo za privrženca ameriške republikanske desnice, ki je na Twitterju objavil videoposnetek ljudi na avtobusu, ki je po njegovem pričeval o tem, da gre za s strani ameriške demokratske stranke plačane protestnike. Tvit nekoga, ki je imel manj kot petdeset sledilcev je postal viralen, ko je prešel v deljenje med šestnajst tisoč uporabniki socialnega omrežja Twitter in tristo petdeset tisoč krat na Facebooku. Tvit je bil deljen tudi na

spletni strani Reddit na pododdelku posvečenemu republikanskemu predsedniškemu kandidatu Donaldu J. Trumpu. Tvit računa, ki je imel komaj petdeset sledilcev je postal viralen in skozi konzervativen del profesionalne in laične blogosfere se je napačna informacija o domnevnih avtobusih plačanih protestnikov širila naprej. Konservativni spletni blog Gateway Pundit je tvit laika inkorporiral v samostojen članek in mu s formatom članka-novice pri tem dal še večjo legitimnost. Tega si ga je naposled ogledalo še štiriinštirideset tisoč ljudi. Z viralnostjo je bilo nemogoče, da bi tradicionalni mediji zgodbo ignorirali, saj je o njej tvtal tudi republikanski predsedniški kandidat Donald J. Trump. Originalnega avtorja tvita so začeli kontaktirati in povpraševati o preverjenosti trditve, da je pri avtobusih res šlo za poskus uvoza plačanih protestnikov v Austin v Teksasu. Spletna stran Snopes, ki se posveča preverjanju (dez)informacij, ki dosežejo širšo publiko je trditev o plačanemu protestu ovrгла. Na koncu se je izkazalo, da je šlo za organizirane prevoze podjetja Tableau Software, ki je gostil konferenco katero se je udeležilo več tisoč ljudi. Ko je uporabnik priznal, da je uporabil nepreverjene informacije, pa je bilo senzacije že konec, škoda pa že storjena. Izbris originalnega tvita in opravičilo nista bila niti približno deležna viralnosti originalnega “fake news” tvita (Maheshwari: 2016).

To pa je tudi ena glavnih potenc lažnih novic. Problem s katerim se bodo ukvarjal še vsi veliki ponudniki družabnih omrežij in brskalnih sistemov. Četudi se privatni ali profesionalni ustvarjalci tako imenovanih lažnih novic soočijo z dejstvi in celo skušajo nastalo škodo popraviti ali pa vsaj kontrolirati s popravki, izbrisi, opravičili, je (dez)informacija, ki je ušla po toku viralnosti že dosegla svoje občinstvo, mnogokrat tudi v precej večjem obsegu kot pa naknadno preverjanje faktov, uredniške retrakcije in opravičila. Domet, ki ga utegne doseči viralen “fake news” je težko obvladljiv, nastala škoda pa lahko težko popravljiva.

## 3.0 MODUS OPERANDI

Način širjenja “fake news” so preučili tudi v Centru za informativno tehnologijo in družbo, ki je del Univerze v Kaliforniji. Izpostavili so štiri elemente, ki pripomorejo k širjenju lažnih novic.

### 3.1 Fizični posamezniki

Še vedno delijo največ vprašljive vsebine preko všečkov in objav na družabnih omrežjih. Senzacionalistična narava “lažnih novic”, ki apelira na človekove emocije, jih dela bolj mikavne kot uravnovešena poročila, ki morajo zavoljo objektivnosti žrtvovati ceneni senzacionalizem. Na Twitterju ima lažna vest 70% več možnosti, da bo deljena s strani uporabnikov, kot pa resnična.

### 3.2 Boti

Na socialnih omrežjih obstoječi računi za katerimi pa ne stoji fizični uporabnik. So sprogramirane entitete, ki delujejo na podlagi kodov. Na omrežju Twitter okrog 8,5% uporabniške baze predstavljajo boti. Na Facebooku bi jih lahko bilo do 5,5%. Boti niso nič drugege kot računalniški algoritmi spisani tako, da delujejo na omrežjih kot “resnični” uporabniki, le da so programirani, da izvršujejo vpisane ukaze kot je periodično objavljanje vsebin na družabnih omrežjih. V tem primeru lahko govorimo o uporabi botov za masovno deljenje lažnih novic. Boti so še vedno precej rudimentalni pri delovanju, a ker umetna inteligenca napreduje obstaja resna možnost, da bodo boti posnemali komuniciranje fizičnih uporabnikov družabnih omrežij in postali težje prepoznavni.

### 3.3 Troli

Originalno mišljeno so bili to spletni provokatorji, oziroma posamezniki, ki so z namerno kontroverznostjo iskali reakcije ostalih uporabnikov. V primeru vprašanja v zvezi z lažnimi novicami, pa so v javnost pricurljale informacije o tem, da naj bi v času ameriških predsedniških volitev Rusija izvajala taktične napade na družabnih omrežjih s pomočjo gojenja “trolskih farm”; fizičnega mesta, kjer so posameznike najemali in plačevali, da se preko spleta sistematizirano vključujejo na socialna omrežja, kjer potekajo debate o aktualnih političnih temah, z namenom ustvarjanja notranjega konflikta s pomočjo taktičnega zavajanja.

### 3.4 Mikrotargetiranje

Poteka s pomočjo tako imenovanih “piškotkov”, ki se ob obisku spletnih strani shranijo na uporabnikov računalnik z namenom zbiranja podatkov o brskalnih navadah internetnih uporabnikov. Zagovorniki “piškotkov” trdijo, da se preko njih shranjujejo uporabnikove preference ob uporabi spletnih strani in da gre je zbiranje podatkov komercialne narave pri predlaganju oglasov. Vendar se preko “piškotkov” uporabniku sugestirajo vsebine, ki naj bi ga zanimale glede na iskane vzorce v zgodovini. To lahko povzroči, da se nekdo, ki obiskuje specifične strani z specifičnimi tematikami in pogledi, zapre v balon, kjer mu preko sistema “piškotkov” sistem predlaga podobne vsebine (Cits: 2019).

## 4.0 ANALIZA VIRA Z ASPEKTA FAKE NEWS

### 4.1 ALEX JONES

Še preden pride do koncepcije domene infowars.com, njen ustanovitelj Alex Jones gradi imidž libertarnega upornika. Na radijskih valovih v zvezni državi Texas ima svojo lastno pogovorno oddajo "The Final Edition". Skozi devetdeseta se uveljavi se kot provokativni libertarec z močno skepso do federalne vlade. Jonesova izrazita proti-državna drža ima temelje v incidentu med specialnimi policijskimi enotami in krščansko sekto samooklicanih Davidijencev v kateri umre 82 ljudi. Po incidentu, ki polarizira ameriško javnost, se Alex Jones postavi na stran Davidijancev z argumentom, da je bil pokol insceniran s strani državnih agentov. Čeprav mu priljubljenost v domačem Texasu narašča, mu sponzorji zaradi stopnjujoče konspirološke naravnosti odrečejo svojo podporo in radijsko oddajo tudi leta 1999 ukinejo. Ta poteza pa le še okrepi Jonesovo prepričanje, da je odločitev politična (Nichols: 1999). Jonesa to ne ustavi. Že istega leta vzpostavi spletno stran Infowars.com in se končno osvobodi "korporativne cenzure" in še pred vzponom družabnih omrežij postane pionir samo-promocije na svetovnem spletu. Svojo oddajo začne prenašati kar iz lastnega doma preko interneta. V tem času mu prenos v živo nudi 10 postaj, leta 2001 pa že 100. Razširitev mu omogoči podjetje, ki se ukvarja z investicijskim zlatom, Jones pa med prenosom to podjetje redno reklamira. Po napadu na dvojčka enajstega septembra 2001 Jones teroristični napad označi za "false flag" operacijo. Po Jonesu se napad sploh ni zgodil, šlo naj bi za kontrolirane demolicije, ki jih je izvedla ameriška administracija. Bin Laden pa je orwellovska pogruntavščina, izmišljen lik, ki služi prikrivanju lastnega zločina. To je tudi trenutek Alex Jones zopet izgubi podporo sponzorjev, a ga notorija povzdinge v kultno osbenost, ki postane obrazr "truther" gibanja (Zaitchik: 2011). "Trutherji" so bili prepričani, da je za napadom na WTC stolpa stala takratna administracija republikanskega predsednika Georgea W. Busha. Teorija pa je privlačila raznolike posameznike vseh nazorov, poklicev in družbenih statusov. Opozarjali so na nekonsistenco poročila komisije, ki je preučevala dogodek, čeprav so bili smatrani za skrajno manjšino zelo glasnih teoretikov zarot, je bilo njihovo gibanje vseeno tako vplivno, da so ankete v letu 2006 pokazale, da ima skoraj polovica američanov do uradne razlage določen nivo skepse (Feuer: 2006).

Po terorističnem napadu na dvojčka se zgodi še invazija na Irak in sprejetje patriotskega akta, ki vzpostavi mehanizme nadzora nad civilnim prebivalstvom; te elemente pa Jones spretno

izkorišča in vključi v svoj obstoječi ideološki repertoar, ki raste skupaj njegovim karakternim desno-libertarnim odporom do rasti moči države. Čeprav še vedno odrinjen iz medijskega mainstreama, ga Busheva era vnovič popularizira kot glavnega konspirologa v državi (Zaitchik: 2011). Čeprav Jones o nastopa kot libertarec s socialno konservativnimi stališči, je za čas, ko je napadal predvsem Bushevo neokonservativno administracijo pritegnil tudi liberalno-leve kritike Busheve administracije, ki se drugače niso identificirali z Jonesovim paleokonservativizmom. Leta 2006 je dobil podporo celo iz "liberalnega" Hollywooda, ko ga podpreta igravec Charlie Sheen in glasbenik Willie Nelson (Henderson: 2006).

Alex Jones ponovno ne doseže naslovnice velikih medijskih hiš vse do leta 2013, ko nastopi kot gost pri oddaji na CNN. V tem času se je v ZDA razplamtela debata okrog pravice do nošenja orožja, ki je nastala v luči pokola na srednji šoli Sandy Hook, kjer ga je zagrešil tamkajšnji dijak z avtomatsko puško. Jones se pojavi kot gost pri oddaji Piersa Morgana. Njuna debata se prelevi v spor, ki se konča s kričanjem Jonesa, ki trdi, da je pokol samo izgovor aktualne vlade (takratne administracije demokratskega predsednika Baracka Obame), da bi z državno prisilo ameriškim patriotom odvzela orožje s tem pa tudi možnost samoobrambe pred nastopom totalitarne države. Jones v svojem emblematičnem slogu zagrozi, da se bo ponovila ameriška osamosvojiteljska revolucija iz leta 1776 v kolikor bi zvezna vlada poskušala omejiti pravico do lastninjenja orožja, ki jo zagotavlja v drugi amandma ustave Združenih držav Amerike (Levs, Brumfield: 2013). Intervju, ki takrat zaokroži po družabnih omrežjih prispeva k nadaljnjemu definiranju Jonesove javne osebnosti kot tudi definiranju njegovega občinstva, ki sedaj združuje ne le republikanske nasprotnike Busheve neokonservativne dediščine, pač pa tudi skrajno-desnega in izrazito reakcionarno naravnane kroga nasprotnikov predsednika Baracka Obame in demokratske linije.

## 4.2 ENTER TRUMP



Zdi se da je prihod Trumpa kot resnega kandidata za predsednika države simbiotično povezan s končnim prodorom Alexa Jonesa in vzponom Infowars v medijski mainstream. Definitivni moment tega prodora sega v leto 2015, ko Jones opravi intervju s takratnim republikanskim predsedniškim kandidatom in intervju objavi na svojem kanalu na spletni strani YouTube. Med intervjujem Alex Jones Trumpu zatrdi, da ga pri njegovi predsedniški kandidaturi podpira devetdeset odstotkov njegovih gledalcev. Trump pa pohvali njegov "izjemen ugled" (Bradner: 2015) in mu zagotovi, da ga ne bo pustil "na cedilu" (prav tam) .

Skozi leto 2016, ko se kaže vse bolj verjeten scenarij, da utegne Donald Trump postal naslednji predsednik ZDA, se Jones pojavlja na naslovnica velikih časopisnih hiš. Jonesov YouTube kanal doseže 1.8 milijona naročnikov. Čeprav Jones javno zanika obtožbe rasizma in etničnega nacionalizma, pa snjegovi napadi, ki so skoncentrirani na demokrate in levico povzročijo, da je med privrženci zaznati čedalje močnejšo prisotnost skrajnih desničarjev in rasistov (Folkenflik: 2016). Der Spiegel opisuje kako je Trump kot nekonvencionalen kandidat, ki se je opredelil kot "outsider" političnega establišmenta in je s svojo bombastično retoriko polno pol-resnic in apeliranj na nacionalistična čustva, ter Jones kot glavni konspirolog, ki je odločen, da razkrinka umazane skrivnosti globoke države - dejansko komplimentirata in dopolnjujeta (Medick: 2017).

### 4.3 INFOWARS.com

Na vrhu spletne strani je velik emblem v modri barvi in z napisom Infowars s stiliziranimi velikimi tiskanimi črkami. Na desni zgoraj je fotografija Jonesa s prekrižanimi rokami v položaju misleca-vizionarja, zraven pa gumb za live-in vklop Jonesove radijske oddaje. Dominirajo politično obarvane novice s senzacionalističnimi naslovi napisane z velikimi tiskanimi črkami. Na levi strani pod okvirčkom za iskanje je reklama za vitaminske dodatke "Brain force" z naslednjim priporočilom; "našo oskrbo s hrano in vodo so zadeli s toksičnim orožjem ti pa nas delajo debele, bolne in neumne". Infowars se naj bi večinsko financiral s prodajo lastne verige prehranskih dopolnil in tako ostajal neodvisen (Higgings: 2018). Oglaševanje vitaminskih

prehrambenih dodatkov pa je tudi inkorporirano v širšo ideološko narativo infowarsa, saj se izdelki promovirajo in prodajajo kot obramba proti aktivni biološki vojni proti ameriškemu narodu.

Slog člankov je simptomatičen za “**clickbait**” kulturo deljenja novic na družabnih omrežjih. Facebook definira “clickbait” kot način objavljanja novic; “ko založnik objavi povezavo z naslovom, ki ljudi spodbuja, da kliknejo, da bi videli več, ne da bi jim povedali veliko informacij o tem, kaj bodo videli” (O’Donovan: 2014). Trdimo lahko, da k uspehu Infowars pripomogel ravno funkcionalen dizajn popularnih družabnih omrežij, kot so Twitter, Facebook in Reddit, ki izkorišča radovednost uporabnikov tako, da se deljene novice prikazujejo kot sličice z naslovi. Ti pa so največkrat senzacionalistično potencirani ter napisani z veliki tiskanimi z naslovom, ki je tako hiperboličen, da govori sam zase in skorajda ne potrebuje več niti širšega konteksta, saj kliče k temu, da bodisi že ustvarja ali pa le potrdi bralčevo obstoječe mnenje. Tudi, ko sledimo linku, ki nas ta popelje do članka na Infowars, je ta mnogokrat kratek, vključuje video vsebino Jonesovega šova (mnogo teh videov danes ni več dostopnih) ali pa deluje prepisano oziroma plagirano iz drugih strani. Infowars so namreč že obtožili množičnega kopiranja in prirejanja novic iz drugih informativnih portalov prav tako dvomljive verodostojnosti (Friday: 2017).

#### 4.4 PRIMER : **Daily Mail vs InfoWars**

Na spletni strani britanskega tabloidnega Daily Maila je bilo 29. Junija 2017 objavljen članek, ki pravi, da so Nemci postali manjšina v Frankfurtu (Paterson: 2017). Z veliki tiskanimi črkami je poudarjena beseda “manjšina” (prav tam), kar se bo v času migracij iz vojnih območij in revnih predelov Bližnjega vzhoda ter Afrike lahko bralo kot: “Nemce v Frankfurtu že izpodrinili muslimanski priseljenci”. V članku Daily Maila nato v naslednjih paragrafih vseeno lahko preberemo, da večino priseljencev dejansko tvorijo posamezniki iz drugih predelov Evropske Unije (prav tam). Trinajst odstotkov je muslimanov, ki pa jih Frankfurt ni dobil z begunsko krizo, pač pa so to pretežno Turki, ki so v času gastarbajterstva prišli kot delavci in v Nemčiji

tudi ostali. Na strani Infowars imamo naslednji dan skoraj identično novico z naslovom; "OECD efekt: Frankfurt postane prvo nemško mesto, kjer so domačini manjšina" (Jones: 2017) s pomenljivim podnaslovom "begunska kriza se nadaljuje z uničevanjem evropskih držav" (prav tam). Članek z Infowars vzročno poveže manjšinski status nemcev v Frankfurtu z begunsko krizo. Čeprav bi lahko trdili, da gre pri obeh za "fake news"; timing je in slog naslova Daily Maila jasno unovči na situaciji z begunci, a kar članek na Infowarsu loči od senzacionalizma Daily Maila je prehod iz te rumene "dvoumnosti" v čisto zavajanje in ignoriranje dejstev.

## 4.5 TEORIJE ZAROTE

### Globalizacija aka *Globalisti*

Infowars razlaga proces globalizacije kot s strani kozmopolitskih elit insceniran napad na tradicionalno ameriško skupnost. Akterji ki sestavljajo ta zarotniški krog se gibljejo od Billa Gatesa do Bilderberg group in kasneje tudi Evropske unije in v zadnjem času predvsem poslovneža Georgea Sorosa. Gre tudi za zanimiv kronološki razplet dogodkov. Primer; v članku z naslovom "Globalisti tekmujejo pri uveljavljanju kazenskega davka na ogljik" (Watson: 2010), ki je na Infowars objavljen leta 2010, avtor opisuje kako so spremembe v globalnem segrevanju "mit", davek pa le sredstvo za financiranje mednarodnih institucij kot je Organizacija združenih narodov z namenom implementacije novega svetovnega reda (New World Order) podrejenega taktirki Svetovne banke. Avtor sklene da:

*"Zeleno gospodarstvo" ni nič drugega kot evfemizem za organizirano prizadevanje v imenu velikih podjetij in globalne elite, da popolnoma uniči srednji razred in uvede dajatve in regulacijo v vsako področje našega življenja*" (prav tam).

Upoštevati je treba, da sta kritika elitizma in procesov globalizacije ter gibanja proti izkoriščanju standardni repertoar "leve kritike" kapitalizma, a je v tem primeru zadeva invertirana: Infowars napada globalizacijo brez kapitalizma; to pa počne z desno-libertarne ideološke pozicije, ko

pokaže na zaroto, ki jo vidi v poskusu regulacije prostega trga. “Zlo” globalizacije je projicirano na kopico “slabih” akterjev (pogosto besedo globalizacija nadomesti izraz “globalist” ali “globalisti”), in pa tudi na mednarodne institucije in aktivistične skupine, ki se poslužujejo mednarodnih koordinacij v prizadevanju, da bi omejili stranske učinke ekonomske globalizacije. V članku iz leta 2011 z naslovom “Occupy Wall Street: globalistična operacija zasnovana, da uniči prizadevanja za ukinitve centralne banke” (Nimmo: 2011) avtor namreč obtoži protestniško gibanje, ki je opozarjalo na večanje razlik med bogatimi in revnimi, tega, da je financirano s strani finančne oligarhije in bankirskih kartelov s ciljem, da se upravičen bes in nezadovoljstvo ameriškega ljudstva nad pregrehami centralne banke preusmeri in posploši na kapitalizem kot sistem (prav tam). Da pa bi “globalisti” svoje načrte uresničili, pa morajo najprej doseči popolno razorožitev državljanov ZDA. Avtor v članku z naslovom “Streljanja, Globalisti in Nadzor Orožja: 2. Faza Razoroževanja Američanov” (Hamlett: 2012) okliče ameriško vlado za “teroristično organizacijo” (prav tam) in zadnji strelski pokol na srednji šoli Sandy Hook označi za potegavščino, a hkrati ne pozabi posvariti pred novimi strelskimi pohodi, ki bodo seveda nič drugega kot “false flag” (prav tam) operacije zvezne vlade z namenom demoralizacije. Cilj teh načrtovanih morilskih incidentov pa je, da se v ameriški družbi dežurnega krivca naredi iz tistih, ki bi še vedno vztrajali pri ustavni pravici, ki državljanom ZDA omogoča legalno nošenje orožja, medtem pa bi tisti, ki so podlegli strahu, od vlade zahtevali, da se te pravice močno omeji ali pa kar ukine, preostalo orožje pa se iz rok privatnikov z državno prisilo zapleni (prav tam).

## 4.6 ANTI-SOROŠIZEM

Poleg novih davkov na izpuste CO2 in razveljavitve drugega amandmaja ustave, pa imajo “globalisti” še eno orožje: masovno priseljevanje. Z begunsko krizo leta 2015 se na redni spored Infowars znajdejo zarotniške teorije okrog sirskih beguncev, mehiških priseljencev in vseh, ki s svojim prihodom kršijo “suverenost” meja ZDA. Glavni kapo, ki usmerja te migracijske tokove, pa je poslovnež, milijarder in filantrop - George Soros. Eden izmed člankov objavljenih na

Infowarsu s pomenljivim naslovom; "Soros Stoji za Islamskim Prevzemom Zahoda" (Madsen: 2016), prikaže Sorosa kot glavnega lutkarja v ozadju begunske krize. V članku je takoj pod naslovom domiselna raba fotošopirane slike Georgea Sorosa, ki ima na roki nataknjeno lutko Baracka Obame in pa uporaba idioma "orožje za množično migracijo" (derivat orožja za množično uničevanje). Avtor, ki trdi, da se zanaša na "kredibilen" vir, ki razkriva celovit načrt za množično naselitev muslimanov in mehičanov na tla ZDA. Poleg tega pa je Soros pri svoji zaroti v tesni navezi z ameriško političarko Hillary Clinton in demokratsko stranko (prav tam). Tudi po zmagi Donalda J. Trumpa na predsedniških volitvah Infowars unovči na polarizaciji ameriške javnosti. Originalne teorije o globalistih se nadgrajujejo tako, da slika postaja vse bolj črno-bela in nedvoumna. Članek z naslovom "Antifa, Demokratični Socialisti in Novi Svetovni Red Želijo Isto Stvar: 'Brez Meja, Brez Zidu, Brez ZDA'" (Snyder: 2018) napade Demokratsko stranko kot novo s strani socialistov infiltrirano organizacijo. Avtor svari, da je cilj politične levice "orwellovska nočna mora" (prav tam) po vzoru Evropske unije, kjer bo vsak aspekt življenja nadzorovan in upravljan s strani anonimne horde birokratov. Radikalna levica pa naj bi se že infiltrirala in popolnoma prevzela nadzor nad akademskimi krogi. Pisec nadaljuje s tem, da se v izobraževalnih institucijah tako že odvija masovna indoktrinacija otrok, ki so vzgajani tako, da zavračajo ameriške vrednote. Končni cilj vsega tega, sklene avtor, je nova socialistična ureditev pod eno globalno totalitarno vlado (prav tam).

#### 4.7 "KULTURNI MARKSIZEM" in #PIZZAGATE

V času med volitvami se pri Infowarsu popularizirata dve novi teoriji. Prva se neposredno derivat in nadgradnja hladnovojne paranoje pred komunistično infiltracijo v zvezno vlado in družbene institucije. A so po zlomu komunizma in propadu Sovjetske zveze marksisti v svoji sramoti opustili možnost proletarske revolucije, ne pa tudi komunizma, in so za to ubrali bolj perfidne metode družbene subverzije - to je teorija o "kulturnem marksizmu" o katerem govori članek na Infowars z naslovom; "Ali je Kulturni Marksizem Nova Osrednja Ameriška

Ideologija?” (Mueller: 2018), čigar avtor, ki naj bi bil sodelavec libertarnega Mises inštituta, opisuje, kako so po propadu modela leninistične avantgarde za zganjanje revolucij, marksisti ubrali Gramsijevp taktiko pohoda v sfere izobraževalne in množične kulturne produkcije kot je Hollywood. Metode subverzije pa se raztezajo od pohujšljive popularne kulture do omejevanjem svobode govora v imenu “politične korektnosti”, s ciljem spodkopavanja krščanskih temeljev ameriške družbe (prav tam).

Druga teorija, ki nastopa pod imenom “Pizzagate” (jezikovno referira na škandal Watergate) izbruhne med volitvami leta 2016, ko pride obskurnih predelov družabnih omrežij in se nato hitro razplamti med gorečimi nasprotniki predsedniške kandidatke Hillary Clinton. Začne se s tem, ko Wikileaks objavi transkripte emailov med člani sedeža demokratske stranke. Skupine naklonjene Trumpu v transkriptah iščejo morebitne informacije, ki bi lahko škodile demokratski predsedniški kandidatki. Razvijejo v teorijo, da je banalna komunikacija pravzaprav kodiran govor razumljen samo notranjemu krogu članov. Štorija je v tem, da naj bi raba besede “cheese pizza” (sirova pica) bila sinonim za otroško pornografijo. Okrog tega detajla se vzpostavi širša teorija o tem, kako prominentni člani demokratske stranke v kletih washingtonske picerije vodijo organizirano trgovino z belim blagon, ter se ukvarjajo z razpečevanjem otroške pornografije v elitnih krogih. Teorija se tako prime, da uide izpod nadzora in se konča s krizno situacijo, ko oborožen moški vdre v prostore omenjene picerije z zahtevo, da mu pokažejo kje je klet, ki je v resnici sploh v prostorih restavracije “Pizza Comet” ni bilo (Aisch, Huang, Kang: 2016). Škandal postane tako velik, da se celo Alex Jones javno opraviči lastniku za svoje sodelovanje pri širjenju teorije “Pizzagate” (Rosenberg: 2017).

## 4.8 Sklep

Infowars predhaja novodobni koncept “fake news” za skoraj dva desetletja. Vendar pa že takrat vsebuje vse ključne elemente, ki danes opredeljujejo “fake news”. Alex Jones je pionir internetnega samooglaševanja. Tematsko se Jonesova obsedenost z obskurnimi figurami, ki

manipulirajo iz ozadja, tematsko in stilsko ujema s samimi začetki interneta. Kajti še preden je svetovni splet postal množično poseljen se Infowars na tem divjem zahodu interneta odlično znajde in izogne tako državnemu kot tudi korporativnemu nadzoru. Z vzponom družabnih omrežij in “žegnom” bodočega ameriškega predsednika, pa se Infowars znajde na barikadah ameriške medkulturne vojne. Pri temu pa niso pomagali niti poskusi, da bi Infowars diskreditirali z oznako “fake news”, saj je to bil moment, ko tradicionalna medijska mašinerija že začela izgubljati hegemonijo v javnem prostoru in samo skovanko “fake news” začeli bralci Infowarsa posmehljivo uporabljati proti etabliranim medijem. S pretkano rabo “clickbaita” in vsebino zreducirano na senzacionalistične naslove je Infowars uspešno navigiral skozi družabna omrežja, naslavljal realne strahove ljudi in jih v procesu mistificiral ter popolnoma *podredil* tržni znamki Infowarsa.

## 5.0 BOJ ZA RESNICO ALI KRIZA ESTABLISHMENT MEDIJEV?

Nikakor ni racionalno zavzeti relativistične pozicije. Primer Alex Jones in Infowars je eklatanten primer divjega rumenega žurnalizma, ki se je povzpel na vrh z izkoriščanjem senzacionalizma, plagiiranja, promoviranja na družabnih omrežjih in preigravanjem algoritmov. Vendar je v paniki ob vzponu t.i. alternativnih medijev videti še eno posebnost; namreč izguba dosedanje hegemonije etabliranih tradicionalnih medijskih hiš nad trgom.

Leta 2015 so imeli časniki najslabše leto po recesiji. Povprečna tedenska cirkulacija časopisov (všteti so digitalni in tiskani) se zmanjša za sedem odstotkov. Za dva odstotka se je povišala branost v digitalni obliki, a predstavlja le dvaindvajset odstotkov skupne cirkulacije. Leta 2014 se v novinarskih redakcijah dogajajo reorganizacije budžeta, ki terjajo krčenje novinarskih kolektivov. Z letom 2016 so se začele reorganizacije in rezi v redakcijah (Pew Research Center: 2016, str. 4-6). Novejše raziskave kažejo, da se javno mnenje obrača stran od mainstream medijev. V anketni raziskavi, ki jo je opravil Gallup. Raziskava je bila opravljena

med državljani ZDA. Izkaže se, da ima več američanov (43%) negativen pogled na novinarske medije. Od tega jih ima 33% še vedno pozitiven pogled in 23% pa je nevtralnih. Da mediji ne ločijo dejstev od mnenj meni 66% vprašanih. Odnos do medijev je močno zaznamovan tudi strankarsko pripadnostjo; demokrati so bolj naklonjeni mainstream medijem za razliko od republikancev. 44% jih je ob anketiranju pritrnilo, da poznajo vsaj en novinarski medij, ki poroča objektivno. Tudi tu so privrženci demokratske stranke imeli širši nabor medijev kot republikanci, ki so večinoma izpostavljali Fox News (Gallup: 2018, str. 2). Sedem od desetih trdi, da ima utrjene nazore, ki jih ne nameravajo spreminjati. Večina jih deli novice z podobno mislečimi posamezniki (prav tam, str. 3). Triinsedemdeset odstotkov američanov smatra širjenje netočnih informacij za pereč problem. Večina jih gleda pojav lažnih novic kot nevarnost demokraciji (prav tam 2-3). Kljub zavedanju, da lažne novice predstavljajo problem, pa se zanimiva polarizacija pokaže ob vprašanju, kje locirati izvore "fake news". Pri Pew Research so vprašali posameznike, republikance in demokrate, kaj jim pride na misel ob vprašanju o izmišljenih novicah. Demokrati so "fake news" povezovali s Trumpovo administracijo, republikanci pa z mainstream mediji, kot je CNN (Stocking, Grieco, Gottfried: 2019).

Članek na spletni strani Politico.com vidi pri procesu digitalizacije novinarskega dela vnovičen vzpon rumenega žurnalizma, ki sedaj izpodriva "resno" novinarstvo. Problem ni zgolj v tem, da bi bili tradicionalni mediji prepočasni pri adaptiranju na novi kibernetični svet cirkuliranja informacij, pač pa kljub temu, da je tranzicija lahko uspešna, sedaj etabliran novinarski korpus konkurira z razpršeno množico amaterskih, a bolj spletno večjih akterjev. Algoritmski sistem mnogokrat še vedno deluje po logiki prepoznavanja všečnih in popularnih vsebin, ne pa tudi sortiranja med verodostojnimi in vprašljivimi viri. Pri tem gre za proces anonimizacije virov. Klasično izobraženi novinarski foh je v preteklosti nastopal z imenom, ki si ga je ustvaril na lokalni ravni in gradil naprej. Danes pa podoba novinarja z obrazom, ki bi nastopal z avtoriteto, počasi izginja (Politico: 2016).

Vendar zakaj? En odgovor se skriva v akademski kritiki, ki je opravila dekonstrukcijo zatrjevane objektivnosti demokratičnih medijev v ZDA že v šestdesetih letih prejšnjega stoletja.



## 5.1 PROPAGANDA MODEL

Torej prah, ki se dviga okrog vzpona "fake news" je torej možno brati še drugače: kot krizo liberalno-demokratske politične hegemonije ali konsenza, ki je vladal v javnosti. Gre za odmev kritike mainstream medijev, ki sta jo izpeljala Edward Herman in Noam Chomsky. Na vrhuncu hladne vojne sta kontrirala takratni percepciji, da je ameriško novinarstvo svobodno ter objektivno napram sovjetskemu, ki je bilo vselej podrejeno, da služi zahtevam komunističnih elit. Res je. Toda avtorja sta že takrat opozorila, da je vzvišeno prepričanje o ideološki nevtralnosti in objektivnemu poročanju nevarna za demokracijo medijskega prostora. Tudi ameriški masovni mediji je po njunem imel funkcijo, da individume integrira v obstoječi družbeni red potom propagande. To sta ponazorila s propagandnim modelom, ki deluje skozi filtriranje vsebine, ki ne služi interesu lastnikov medijev in tistih z finančno ali institucionalno močjo in vplivom. **Prvi filter;** se zadeva lastništva in profitne naravnosti medijev. V dvajsetem stoletju pride do procesa de-lokalizacije medijev in ekspanzije velikih medijskih korporacij. Stroški za vzpostavitev medijskega formata se večajo in izpodrivajo konkurenco. Lastništvo večine medijev je v rokah nekaj zelo velikih korporacij, te pa sledijo ekonomskim interesom, ki so skupni ostalim korporacijam v ekonomiji; konkurenčnost in dobiček. **Drugi filter;** ključen aspekt komercialno uspešnega poslovanja tiči v prihodkih od oglaševanja. Pride do filtriranja vsebin, ki bi potencialno odganjale naročnike oglasov in potencialne konzumerje. Masovni mediji, ki imajo naročnike oglasov s strani drugih firm so dobro plačani s strani strank, kar jim omogoči dodatno ekspanzijo. To pa je resno ogrozilo manjše časopisne hiše, ki so se zanašale zgolj na članarine in z vsebino, ki bi bila prosta reklamiranja. **Tretji filter;** med mediji in centri moči obstaja simbiotsko razmerje, ki koristi obema stranema. Elite imajo to moč, da nastopajo kot ekskluzivni viri, ki nudijo medijem insajderske informacije. S svojim vplivom lahko ponudijo novinarskim hišam privilegije pri dostopanju do najnovejših dogajanj. Kar se pri tem dogaja je to, da imajo centri ekonomske in politične moči dejansko vpliv oblikovati celotno pripoved, ki bo selekcionirana in nato posredovanja javnosti. Prestiž, ki ga nosijo vplivni insajderji je ta, da se mnenje državnih birokratov, finančnikov, politikov in lastnikov sredstev

upoštevata kot mnenje strokovnjakov in se ga s tem močno privilegira. Tako imenovana stroka ima moč vpliva nad celotno medijsko pripovedjo, saj so kontrirajoči glasovi, ki se znajdejo izven centrov moči marginalizirani. **Četrty filter**; diskreditacija oziroma napad na tiste, ki se zajdejo izven konsenza. Novinarji ki bi utegnili odstopiti on mainstreamovske interpretacije dogajanj so lahko podvrženi hudim kritikam, pritožbam ali celo pravnim tožbam. Gre za “mehko” discipliniranje preko pritiskov na medije, ki se ne držijo ustaljenih ideoloških smernic. Makkartistično izsiljevanje v času hladne vojne je iz novinarjev, ki so na anti-komunistično histerijo gledali s kritično distanco, delalo črne liste “rdečkarskih simpatizerjev”. **Pety filter**; identificirati ter poenotiti se okrog skupnega sovražnika. V času hladne vojne je bila glavna ameriška ideologija predvsem anti-komunizem. Ideologija anti-komunizma je služila, da se javno mnenje mobilizira v prid obstoječega družbenega reda. Gre za mehanizem politične kontrole, ki vrši pritiske na morebitno disidentstvo, disciplinira lastne vrste in ustvarja situacijo tisti, ki niso z nami so proti nam. Prav tako pa močno selekcionira način poročanja o istih temah. Primer kršenja človekovih pravic v satelitskih državah Sovjetske zveze in avtokratskih, a pro-ameriških državah Latinske Amerike, je bilo različno obravnavano ravno zaradi ideologije anti-komunizma, ki je žrtve avtokratskih bodisi beatificirala ali pa marginizirala. Končni smoter teh filtrov je način ustvarjanja atmosfere kjer deluje samocenzura (Chomsky, Herman: 1988).

Poanta torej ni v tem, da se negira resnično lažnost lažnih novic, ampak, da brez resne kritike etabliranih medijev tudi soočenje z današnjim “fake news” problemom ni mogoč, brez da bi se prepoznalo odkrit boj za ideološko korporativno in ideološko hegemonijo, ki se bje nad kibernetiskim horizontom medijskega prostora. Ko avtor v članku Timesa javno poziva Facebook direktorja Marka Zuckerberga, da povabi na svojo platformo etablirane medijske hiše in jim omogoči privilegiran položaj je jasno, da gre za problem krize t.i. “legacy media”. V članku se avtor pritožuje nad tem, kako je digitalno oglaševanje in prihod mnogoterih alternativne novičarske strani povzročil padec prihodkov etabliranih medijev. Avtor trdi, da je “fake news” mogoče premagati le s kolaboracijo med uveljavljenimi novinarskimi hišami, Facebookom ter velikimi oglaševalci in potom tržne logike in rešiti demokracijo (Nesbit: 2016). Tudi črne liste “fake news” promotorjev, ki jih pripravljajo esteblišmentske medijske organizacije imajo včasih

nasproten učinek. Na The Interceptu avtorja kritizirata poskus kreiranja t.i. črnih list kot hladnovojno metodo redbaitinga, ki spominja na makartističen lov na disidente v šestdesetih letih prejšnjega stoletja. Ko Washington Post objavi listo promotorjev “ruske propagande”, avtorja opozarjata, da takšne črne liste velikokrat vsebujejo vire in avtorje, ki odstopajo od konsenza dvopartijskega centra, ki ju predstavljata pola establišmenta demokratske in republikanske stranke (Norton, Greenwald: 2016).

## 5.2 FAKE NEWS V BELI HIŠI

Kmalu po predsedniški inavguraciji Donalda J. Trumpa se začnejo vršiti kontroverznosti okrog trditev, ki jih izjavlja takratni tiskovni predstavnik Bele hiše Sean Spicer. Problem neprefinjenih blantanthih neresnic se premakne iz obskure internetnih blogerjev na samo pročelje ameriške vlade. V prvem tednu po zaprisegi petinštiridesetega predsednika ZDA Sean Spicer razburka javnost z izjavo, da je s 306 volilnimi glasovi Donald Trump dosegel največjo zmago kateregakoli republikanskega kandidata po Ronaldu Reaganu leta 1981. Trditev se izkaže za faktualno preprosto neresnično. George H.W. Bush je leta 1988 prejel 426 elekoralnih glasov. Ob tem je nova administracija prišla v konflikt z mediji in publiko pri trditvi, da je bilo na inavguraciji Trumpa največja množica ljudi v zgodovini, kar so potem kritiki izpodbijali z primerjavo slik iz zaprisege bivšega predsednika Baracka Obame leta 2009. Ksenofobna izjava, ki je šokirala je bila trditev Donalda Trump v kongresu, da je na volitvah bilo oddanih med tri in pet milijoni neveljavnih glasov, ki so jih s pomočjo demokratske stranke doprinesli tujci, ki niso državljani ZDA (Taylor, Kurtzleben: 2017). Zadeva končno kulminira v nacionalni škandal, ko svetovalka predsednika Kellyanne Conway, po tem ko nanjo novinar NBCja privije z vprašanjem, ali se ji zdi sprejemljivo, da ovržene neresnice prihajajo s samega vrha Bele hiše, na kar nastopi famozni trenutek, ko Coway izreče, da pri izjavah predsednika Trumpa in tiskovnega predstavnika Spicerja, sploh ne gre za neresnice, ampak “alternativna dejstva” (Bradner: 2017).

Bela hiša je po tem stopila v konstanten konflikt z večimi etabliranimi novinarskimi hišami, ki jih klasično označujejo, da pripadajo liberalnem polu . V medijih so se špekulacije morebitnemu dogovarjanju članov Trumpove predsedniške kampanje z akterji tretje države (Izraela in Rusije), ki bi pripomogla k zmagi republikanskega kandidata. Ministrstvo za pravosodje zažene preiskavo o tem, ali je bil demokratični proces izvolitve predsednika vplivan s strani drugih držav, ki so preferirale republikanskega kandidata. Ko ga je novinar CNNa vprašal o preiskavi, ki poteka je predsednik Trump vrnil udarec medijem z izjavo, da širijo nič drugega kot “fake news”. Na twitterju pa zapisal, da so etablirane novinarske in medijske hiše CNN, ABC, MSNBC in New York Times “sovražniki ljudstva” (Acosta: 2019). Leta 2018 Trump podeli nagrade “fake news”. Na spletni strani republikanske stranke objavijo listo novinarjev in novinarskih hiš ter zgodb, ki so se izkazale za neresnične. Na vrhu se znajdejo tradicionalno liberalno demokratični mediji, med drugimi CNN, ABC, New York Times in Washington Post. Poanto v kreaciji te črne liste “fake news” novinarjev kritiki vidijo kot poskus semi-formaliziranega napada na svobodo tiska in poskus spodkopavanja zaupanja javnosti do medijev (Flegenheimer, Grynbaum: 2018).

## 6.0 KAKO PROTI “FAKE NEWS”?

V letu 2018 pride do škandala, ki vključuje Facebook in podjetje Cambridge Analytica, ko v času dveh velikih političnih procesov; ameriškimi predsedniškimi volitvami in referendumom, ali naj Velika Britanija zapusti območje Evropske unije, na dan pridejo informacije o masovni zlorabi osebnih podatkov. Škandal eruptira, ko v javnost pricurljajo informacije o spornih praksah podjetja, ki je pridobilo dostop do podatkov od milijonov uporabnikov družabnega omrežja Facebook. Z metodo data mininga so profilirali preference uporabnikov in jih taktično targetirali s personalizirano politično propagando. Steve Banon, ki je bil svetovalec takratnega republikanskega kandidata Donalda Trumpa je kot podpredsednik podjetja brez avtorizacije že

od leta 2014 dostopal do osebnih podatkov uporabnikov Facebooka. Cilj tega skladiščenja zasebnih informacij je bila izgradnja široke baze podatkov z namenom personaliziranega političnega oglaševanja. Žvižgač Christopher Wylie je povedal, da je cel smisel podjetja bil izraba sistema za mikrotargetiranje politične propagande, ki jo je podjetje izvajalo v prid republikancem v ZDA in Brexit kampanji v Veliki Britaniji. Podatke so zbirali preko aplikacije imenovane *thisisyourdigitallife*, ki jo je ustvaril programer in sodelavec Cambridge Analytice Alexander Kogan v svojem podjetju Global Science Research. Sprva naj bi delovanje aplikacije dali testirati sto tisoč uporabnikom Facebooka, a je aplikacija preko tistih, ki so privolili v testiranje, zraven zbirala še osebne podatke o njihovih prijateljih. Pridobljene informacije, ki so obsegale od osebnih preferenc do političnih nazorov je v komercialnem sodelovanju prenesel pridobljen info uporabnikov podjetju z SCL Elections Ltd., čigar direktor je Alex Nix, ki pa je tudi direktor Cambridge Analytice. Vsega skupaj naj bi se tako zbralo informacij od 50 milijonov uporabnikov Facebooka (Cadwalladr, Graham-Harrison: 2018).

Facebook s 1.8 milijarde uporabniki postane deležen največ pozornosti s strani medijev in politike. Pričnejo se vprašanja o tem, ali je Facebook s svojimi neukrepanjem glede problema lažnih novic vplival na potek in izid ameriških volitev. Direktor Facebooka Mark Zuckerberg kritike zavrača, a kljub temu pride do tega, da se pri Facebooku pričnejo odpirati vprašanja kako se soočiti z naraščanjem takšne vsebine na družabnem omrežju. Pričnejo se poskusi, da bi vsebino vprašljive verodostojnosti vsaj marginalizirali, brez da bi poseg izpadel kot trda cenzura. Facebook vpelje možnost označevanja deljenih vsebin s strani uporabnikov. Ti imajo možnost, da brani članek ali novico ovrednotijo na podlagi tega, ali se jim zdi, da je kredibilna. V kolikor bi objavljena vsebina bila v zadostni meri markirana kot recimo “fake news”, jo sistem preusmeri k skupini “fakt čekerjev”, ki jo preverijo in naknadno ovrednotijo njeno verodostojnost. Te skupine preverjalcev novic so sestavljeni iz novinarjev raznih spletnih mest (Snopes, PolitiFact, The Associated Press, FactCheck.org) in medijskih hiš, ki se ukvarjajo z preverjanjem aktualnih vsebin (Isaac: 2016).

V ZDA registrirana spletna stran factcheck.org pokaže kako prepoznati lažno novico.

Prvič, opozoriti na vir novice, ki je lahko mnogokrat izmišljen ali pa gre za registrirano domeno, ki predstavlja lažno novinarsko hišo. V primeru viralnih lažnih novic se lahko izkaže, da je spletna stran, ki novico objavi le prazna domena z imenom, ki ob površnem branju spominja na ime etabliranih medijskih postaj. Drugič, bralec naj se ne ustavi pri naslovu, saj je ta mnogokrat zavajajoč in vzet izven konteksta celotne vsebine. Tretjič, preveriti avtorje člankov, ali gre za osebe s profesionalno kilometrino. Četrto, kakšna je podpora za podane informacije v članku. Ali gre za izjave, informacije, trditve, ki imajo navedene kredibilne vire, ki so lahko preverljivi? Petič, pregled datumov. Lahko, da gre za novice, ki so že starejše in reciklirane z novimi potenciranimi naslovi in senzacionalističnimi spini. Šestič, strani z lažnimi novicami so lahko dejansko odkrito parodične. Tu ne gre za primer poskusa zavajanja bralca s strani avtorjev, saj je humoren namen v tem primeru razkrit publiki. Vendar nevarnost, da parodija preide v lažne novice obstaja, saj se razpečuje potom clickbait naslovov, kjer se kontekst lahko zanemarija. Sedmič, lastna pristranskost bralca lahko vpliva na to v kaj in čemu bo verjel. Osmič, ker bi se posameznik težko sam soočil s poplavo lažnih novic, se je potrebno obrniti na eksperte preverjanja lažnih novic kot so Factcheck.org, snopes.com. Politifact.com (Kiely, Robertson: 2016). Spletni brskalniki kot je google chrome ponujajo plug-in module, ki funkcionirajo v obliki filtrov za opozarjanje na potencialne lažne novice. Delujejo tako ,da v recimo članke deljene na družabnih omrežjih povežejo z bazo spletnih strani “zanesljivih” preverjevalcev dejstev (Bond: 2016).

Vendar pa novinar Gilad Lotan opozarja, da spletne strani, ki se trudijo s čekiranjem dejstev ne dosežejo učinka. Prvič imajo lahko sprožijo učinek še večje publicitete Primer viralne video vsebine med ameriško predsedniško tekmo, ki prikazuje kašljajočo predsedniško kandidatko demokratske stranke Hillary Clinton kot hudo bolno in s tem nesposobno za vlogo predsednice zaokroži po spletu, zlasti med privrženci njenega republikanskega protikandidate Donalda Trumpa. Ker se je zadevo medijsko pogrevalo, se je omenjena kandidatka sama odpravila na večerne oddaje, da bi “lažno vest” o svojem zdravju ovrgla.. Kar se je zgodilo po tem je imelo obratni učinek; zanimanje za teorije okrog njenega zdravstvenega stanja se je povečalo. Originalni video pa je še pridobil na gledanosti. Njen republikanski tekmeč jo je pozval k temu,

da javno razkrije zdravstveno kartoteko. Celotni poskus, da bi govorice utišala je propadel in do konca predsedniške tekme je debata okrog njenega zdravstvenega stanja ostala burna. Drugič, ker mnogokrat glavnino tako imenovanih lažnih novic sploh ne predstavljajo novice, katerih vsebina bi bila izmišljena. Distinkcijo ne predstavlja razlika med lažjo in resnico. Potentnost lažnih novic tiči v tem, da je meja lažjo in resnico zabrisana. To kar mediji opisujejo kot fake-news, so zgodbe, ki tudi bazo v realnosti. Piše o polariziranih družabnih medmrežjih, kjer takšne novice najbolj cirkulirajo. Primer navaja iz raziskave med izraelsko-palestinskimi propagandnimi vojnami na družabnih omrežjih. Ugotavlja naslednje: popularne novice, ki krožile bodisi med pro-izraelskimi ali pro-palestinskimi uporabniki družabnih omrežij mnogokrat sploh niso bile temelječe na neresnicah. Pač pa je pri obeh straneh šlo za selekcionirano poročanje o dogodku. To je potekalo tako, da se je o dogodku poročalo izven konteksta z namenom, da se potrdi vnaprejšnje prepričanje skupine na katero avtorji želijo ideološko apelirati. Lažne novice v tem primeru nastopajo v obliki personalizirane propagande, čigar osnovna vloga je, da posamezniku okrepi obstoječa prepričanja (Lotan: 2016).

## 7.0 EPILOG

Fenomen “fake news” je moč razumeti v naslednji konstelaciji: prvič, izvedba akademske analize masovnih medijev, ki kritično obravnava samoumevno “objektivnost”. Drugič, masovna popularizacija interneta po letu 2000 omogoči alternativne oblike medijskega komuniciranja, ki potekajo izven okvira tradicionalnih medijev. Možnost zakupa spletnih domen omogoči nizkocenovno vzpostavitev javnega medija (npr. novičarske spletne strani), ki jo lahko oblikuje amaterski novinar. Tretjič, šele s prihodom ponudnikov družabnih omrežij, ki nudijo poenoten kibernetiski prostor komuniciranja omogoči koncentracijo velikega števila uporabnikov na eni platformi s skupnimi orodji. Dizajn platform kot sta Twitter in Facebook je takšen, da komuniciranje poteka hitro, vizualno in s karseda malo znaki. Že sama forma družabnega omrežja je takšna, da se populizem in rumeni žurnalizem lahko hitro širita. Četrto, tekom ameriških predsedniških volitev se ideološka polarizacija veča in ravno format družabnih omrežij

omogoči nastanek personaliziranih ideoloških balončkov v katerih vsebine iz manjših “alternativnih” medijev doživijo proliferacijo, kar pa pomeni, da sedaj “male ribe” konkurirajo v istem digitalnem prostoru skupaj z etablirano medijsko mašinerijo. Petič, nekonvencionalna kandidatura republikanskega kandidata Donalda J. Trumpa sproža špekulacija o tem, ali je njegovo popularnost možno pripisati vplivu “fake news”. Njegove kontroverzne izjave ga pripeljejo do konflikta z mainstream mediji. Zmaga Donalda Trumpa na predsedniških volitvah je s strani njegovih nasprotnikov interpretirana kot končna zmaga “fake news”.

Termin “fake news” je tako težko ločljiv od specifično ameriškega konteksta v katerem nastane. Gre za kombinacijo tehnoloških sprememb, ki tradicionalnim medijem izpodrinejo kontrolo nad medijskim prostorom in političnimi trendi, ki ustvarijo razpoke v ameriškem neoliberalnem konsenzu. Ne gre pa niti poenostavljati situacije, kot preprostega poskusa velikih medijskih korporacij, da bi zatrle demokratizacijo medijskega prostora. “Fake news” je svojo zloglasno titulo opravičil, saj je največkrat ubral pot rumenega žurnalizma, ki prej kot na razum apelira na efekt šoka in čustvene reakcije. Bodisi ali je šlo za amaterje, ki so sistem izkoriščali za zaslužke ali pa delovanje tajnih služb z namenom vplivanja na druge države, je situacija vseeno jasna: metode “fake news” že nekaj časa niso nadloga povzročena s strani “malih rib”, ampak so jih že adaptirale velika podjetja kot je Cambridge Analytica, ki služijo naročnikom iz vrhov političnega establišmenta.



## 8.0 Viri

Acosta, J. 2019. How Trump's 'fake news' rhetoric has gotten out of control. CNN. URL: <https://edition.cnn.com/2019/06/11/politics/enemy-of-the-people-jim-acosta-donald-trump/index.html>

Aisch, G., Huang, J., Kang, C. 2016. Dissecting the #PizzaGate Conspiracy Theories. New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2016/12/10/business/media/pizzagate.html?mtrref=en.wikipedia.org&gwh=B93D8E0268BAEFC4D18C02FF4A34D47E&gwt=pay>

Bond, J-M. 2016. 3 Chrome extensions to cut fake news out of your life. The Daily Dot. URL: <https://www.dailydot.com/debug/chrome-extensions-to-filter-fake-news/>

Bradner, E. 2015. Trump praises 9/11 truther's 'amazing' reputation. CNN. URL: <https://edition.cnn.com/2015/12/02/politics/donald-trump-praises-9-11-truther-alex-jones/index.html>

Bradner, E. 2017. Conway: Trump White House offered 'alternative facts' on crowd size. CNN. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/22/politics/kellyanne-conway-alternative-facts/index.html>

Brumfield, B., Levs, J. 2013. Social media abuzz over Piers Morgan vs. Alex Jones. CNN. URL: <http://edition.cnn.com/2013/01/07/us/piers-morgan-guns-debate/index.html>

Cadwalladr, C., Harrison, E.G. 2018. Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>

Center for Information Technology and Society. UC Santa barbara. URL: <https://www.cits.ucsb.edu/fake-news/spread#spread-microtargeting>

Chomsky, N. Herman, E. 1988. A Propaganda Model. URL: <https://chomsky.info/consent01/>

Feuer, A. 2006. 500 Conspiracy Buffs Meet to Seek the Truth of 9/11. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2006/06/05/us/05conspiracy.html>

Flegenheimer, M., Grynbaum, M. 2018. Trump Hands Out ‘Fake News Awards,’ Sans the Red Carpet. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2018/01/17/business/media/fake-news-awards.html>

Folkenflik, D. 2016. Radio Conspiracy Theorist Claims Ear of Trump, Pushes ‘Pizzagate’ Fictions. National Public Radio Inc. URL: <https://www.npr.org/2016/12/06/504590375/radio-conspiracy-theorist-claims-ear-of-trump-pushes-pizzagate-fictions>

Friday, F. 2017. InfoWars’ Alex Jones Stole over 1,000 Articles From Kremlin-Backed Russia Today. Observer. URL: <https://observer.com/2017/11/infowars-alex-jones-stole-content-from-kremlin-backed-russia-today/>

Gallup. 2017. American views: Trust, Media and Democracy. Knight Foundation. URL: [https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/publications/pdfs/000/000/242/original/KnightFoundation\\_AmericansViews\\_Client\\_Report\\_010917\\_Final\\_Updated.pdf](https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/publications/pdfs/000/000/242/original/KnightFoundation_AmericansViews_Client_Report_010917_Final_Updated.pdf)

Hamlett. C. 2012. The Shootings, The Globalists and Gun Control: The 2nd Phase of Disarming Americans. InfoWars. URL: <https://www.infowars.com/the-shootings-the-globalists-and-gun-control-the-2nd-phase-of-disarming-americans/>

Henderson, R. 2006. Alex Jones - Master of the Big Lies. Think.cz. URL: <https://www.think.cz/conspiracies/1136-alex-jones-master-of-the-big-lies>

Higgins, A., McIntire, M., Dance, G. 2016. Inside a Fake News Sausage Factory: ‘This Is All About Income’. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2016/11/25/world/europe/fake-news-donald-trump-hillary-clinton-georgia.html?module=inline>

Higgins, T. 2018. The Bizarre political rise and fall of Infowars’ Alex Jones. *CNBC*. URL: <https://www.cNBC.com/2018/09/14/alex-jones-rise-and-fall-of-infowars-conspiracy-pusher.html>

Isaac, M. 2016. Facebook Mounts Effort to Limit Tide of Fake News. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2016/12/15/technology/facebook-fake-news.html>

Jones, A. 2017. The OECD Effect: Frankfurt Becomes First German City Where Natives Are A Minority. InfoWars. URL: <https://www.infowars.com/the-oecd-effect-frankfurt-becomes-first-german-city-where-natives-are-a-minority/>

Kiely, E., Robertson, L. 2016. How To Spot Fake News. FactCheck. URL: <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/>

Lee, T. 2016. Facebook's fake news problem, explained. Vox. URL:  
<https://www.vox.com/new-money/2016/11/16/13637310/facebook-fake-news-explained>

Leiman, N. 2016. Solving the Problem of Fake News. New York Times. URL:  
<https://www.newyorker.com/news/news-desk/solving-the-problem-of-fake-news>

Lotan, G. 2016. Fake News Is Not the Only Problem. Points. URL:  
<https://points.datasociety.net/fake-news-is-not-the-problem-f00ec8cdfcb>

Madsen, W. 2016. Soros Behind Muslim Takeover of West. InfoWars. URL:  
<https://www.infowars.com/soros-behind-muslim-takeover-of-west/>

Maheswhari, S. 2016. How Fake News Goes Viral: A Case Study. The New York Times. URL:  
<https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>

Mueller, A. 2018. Is Cultural Marxism America's New Mainline Ideology? InfoWars. URL:  
<https://www.infowars.com/is-cultural-marxism-americas-new-mainline-ideology-2/>

Medick, V. 2017. Meet Donald Trump's Propagandist. Spiegel Online. URL:  
<http://www.spiegel.de/international/world/a-visit-to-the-infowars-studios-of-alex-jones-a-1136654.html>

Nesbit, J. 2016. The Only Antidote to the Poison of Fake News. Time.  
URL:<https://time.com/4605146/fake-news-antidote/>

Nimmo, K. 2011. Occupy Wall Street: A Globalist Op Designed to Destroy Efforts to End the Fed. *InfoWars*.  
URL:<https://www.infowars.com/occupy-wall-street-a-globalist-op-designed-to-destroy-efforts-to-end-the-fed/>

Norton, E., Greenwald, G. 2016. Washington Post Disgracefully Promotes a McCarthyite Blacklist From a New, Hidden, and Very Shady Group. The Intercept. URL: <https://theintercept.com/2016/11/26/washington-post-disgracefully-promotes-a-mccarthyite-blacklist-from-a-new-hidden-and-very-shady-group/>

O'Donovan, C. 2014. What is Clickbait? NeimanLab. URL: <http://www.niemanlab.org/2014/08/what-is-clickbait/>

Ohlheiser, A. 2016. How the war against fake news backfired. Washington Post. URL: [https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/12/07/how-the-war-against-fake-news-backfired/?utm\\_term=.d8ac2de6286d](https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/12/07/how-the-war-against-fake-news-backfired/?utm_term=.d8ac2de6286d)

Paterson, S. 2017. Native Germans are now a minority in Frankfurt. Daily Mail Online. URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-4652002/Native-Germans-minority-Germany.html>

Pew Research Center. 2016. State of the news media 2016. URL: <https://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf>

Rosenberg, E. 2017. Alex Jones Apologizes for Promoting 'Pizzagate' Hoax. New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2017/03/25/business/alex-jones-pizzagate-apology-comet-ping-pong.html?module=inline>

Salinas, S. 2018. Twitter permanently bans Alex Jones and Infowars accounts. CNBC. URL: <https://www.cnbc.com/2018/09/06/twitter-permanently-bans-alex-jones-and-infowars-accounts.html>

Snyder, M. 2018. Antifa, Democratic Socialists And The New World Order All Want The Same Thing: “No Borders, No Wall, No USA At All”. InfoWars. URL:

<https://www.infowars.com/antifa-democratic-socialists-and-the-new-world-order-all-want-the-same-thing-no-borders-no-wall-no-usa-at-all/>

Soll, J. 2016. The Long and Brutal History of Fake News. Politico Magazine. URL:

<https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535>

Stocking, G., Grieco, E., Gottfried, J. 2019. Partisans are divided on whether they associate the news media or Trump with ‘made-up’ news. Pew Research Center. URL:

<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/06/05/partisans-are-divided-on-whether-they-associate-the-news-media-or-trump-with-made-up-news/>

Taylor, J., Kurtzleben, D. 2017. This Week in Trumps ‘Alternative Facts’. National Public Radion Inc. URL:

<https://www.npr.org/2017/01/29/512068148/this-week-in-trumps-alternative-facts>

Timberg, C. 2016. Russian propaganda effort helped spread ‘fake news’ during election, experts say. The Washington Post. URL:

[https://www.washingtonpost.com/business/economy/russian-propaganda-effort-helped-spread-fake-news-during-election-experts-say/2016/11/24/793903b6-8a40-4ca9-b712-716af66098fe\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/business/economy/russian-propaganda-effort-helped-spread-fake-news-during-election-experts-say/2016/11/24/793903b6-8a40-4ca9-b712-716af66098fe_story.html)

Zimdars, M. 2016. False, Misleading, Clickbait-y, and/or Satirical “News” Sources. URL:

[https://docs.google.com/document/d/10eA5-mCZLSS4MQY5QGb5ewC3VAL6pLkT53V\\_81ZyitM/preview](https://docs.google.com/document/d/10eA5-mCZLSS4MQY5QGb5ewC3VAL6pLkT53V_81ZyitM/preview)

Watson, P.J. 2010. Globalist Race to Enforce Criminal Carboon Tax. InfoWars. URL:

<https://www.infowars.com/globalists-race-to-enforce-criminal-carbon-tax/>

Weisburd, A., Watts, C., Berger, J. 2016. Trolling for Trump: How Russia is Trying to Destroy Our Democracy. War on the Rocks. URL:

<https://warontherocks.com/2016/11/trolling-for-trump-how-russia-is-trying-to-destroy-our-democracy/>