



Ocean dezinformacij

Empirična analiza medijske pismenosti in prepoznavanja dezinformacij

Založnik: Inštitut Državljan D, zavod za spodbujanje informacijske in medijske pismenosti,

Ljubljana

Naslovna fotografija: Kanstantsin Karatysheuski / Pexels

Leto izdaje: 2025

Različica: 1.0



**Co-funded by
the European Union**

1. Uvod.....	3
2. Razlaga ankete	4
2.1 Družbeno-politične in migracijske trditve	5
2.2 Statistične in uradne podatkovne trditve.....	6
2.3 Senzacionalne in očitne dezinformacije	7
2.4 Analiza odgovorov	8
3. Vir informiranja in dezinformacije	13
4. Izvori dezinformacij	15
5. Značilnosti učinkovitih dezinformacijskih kampanj	17
6. Priporočila.....	18
7. Dekodiraj.si kot primer dobre prakse.....	20
8. Zaključek	21
9. Viri.....	22

1. Uvod

V sodobni informacijski družbi so dezinformacije postale eno najmočnejših orodij za oblikovanje javnega mnenja. Njihova učinkovitost ne temelji zgolj na vsebini, temveč na premišljenih strategijah, ki izkoriščajo čustva, predsodke in vrzeli v znanju (Wardle & Derakhshan, 2017; Lazer et al., 2018).

Rezultati ankete o medijski pismenosti v Sloveniji jasno kažejo, da so določena področja – kot so gospodarski kazalniki, digitalna pismenost in vprašanja migracij – posebej ranljiva za manipulacijo (SURS, 2024; Eurostat, 2023). Prav na teh temah se oblikujejo kampanje, ki uspešno ustvarjajo dvom, negotovost ali napačne predstave, saj javnost pogosto nima dostopa do zanesljivih podatkov ali pa se zanaša na površne interpretacije.

Dezinformacijske kampanje delujejo po preprostem, a učinkovitem vzorcu: najprej sprožijo močno čustveno reakcijo, nato ponudijo stereotipno poenostavitev kompleksne teme, na koncu pa sporočilo večkrat ponovijo in razširijo prek različnih kanalov. Takšna formula omogoča, da lažne informacije postanejo prepričljive in se zasidrajo v javnem diskurzu (UNESCO, 2021).

Namen študije je razčleniti značilnosti učinkovitih dezinformacijskih kampanj, pokazati, zakaj so prav ta tri orodja – čustvo, stereotip in ponovitev – najmočnejši gradniki manipulacije ter opozoriti na posledice, ki jih imajo za demokratične procese in družbeno kohezijo (Amnesty International, 2022). S tem se odpira prostor za razpravo o tem, kako lahko medijska pismenost in kritično mišljenje zmanjšata vpliv dezinformacij ter okrepi odpornost družbe proti manipulativnim praksam.

Cilj raziskave je prispevati k razumevanju stopnje medijske in informacijske pismenosti v Sloveniji ter ugotoviti, kateri dejavniki (npr. izobrazba, starost, uporaba družbenih omrežij) vplivajo na sposobnost razlikovanja med resničnimi in neresničnimi informacijami. Rezultati bodo pomagali pri oblikovanju izobraževalnih pristopov za izboljšanje kritičnega mišljenja in medijske pismenosti ter pri razvoju strategij za učinkovitejše preprečevanje širjenja dezinformacij v javnosti.

2. Razlaga ankete

Anketa je bila zasnovana z namenom preverjanja sposobnosti prepoznavanja resničnih in neresničnih informacij med prebivalci Slovenije. Vsebuje dvajset trditve, razdeljenih v tri tematske sklope: (1) družbeno-politične in migracijske trditve, (2) statistične in podatkovne trditve in (3) senzacionalne in očitne dezinformacije. Vsaka trditev temelji na preverjenih podatkih iz verodostojnih virov, kot so NIJZ, SURS, Eurostat in Amnesty International (NIJZ, 2021; GOV.SI, 2022). Udeleženci so morali pri vsaki trditvi označiti, ali po njihovem mnenju »drži« ali »ne drži«, s čimer se meri njihova sposobnost prepoznavanja dejstev in dezinformacij.

Anketa je bila izvedena med dijakinjami in dijaki ene gimnazije v Ljubljani, zato je vzorec omejen in ne omogoča posploševanja rezultatov na celotno populacijo mladih v Sloveniji. Kljub temu anketa ponuja vpogled v medijske in informacijske navade specifične skupine mladih, ki obiskujejo gimnazijske programe v urbanem okolju. Poleg vsebinskih vprašanj je anketa vključevala tudi demografski del z vprašanji o spolu, pogostosti uporabe medijev ter zaupanju v informacijske vire. Ti podatki omogočajo osnovno analizo povezanosti med socio-demografskimi značilnostmi in stopnjo informacijske pismenosti znotraj izbrane skupine anketirancev.

Zaradi spletne izvedbe ankete je bila distribucija enostavna, sodelovanje pa prostovoljno. Zbrani odgovori bodo analizirani kvantitativno – s primerjavo odstotkov pravih odgovorov po posameznih tematskih sklopih ter z uporabo osnovnih statističnih metod za ugotavljanje vzorcev razumevanja informacij. Namen ankete ni bil zgolj preverjanje znanja, temveč predvsem razumevanje, kako mladi vrednotijo informacije, katerim virom zaupajo in kako prepoznavajo dezinformacije, zlasti v kontekstu družbenih omrežij, ki predstavljajo glavni kanal širjenja napačnih vsebin.

Omejitve raziskave izhajajo predvsem iz strukture vzorca in pomanjkanja širših demografskih podatkov. Ker so bili anketiranci le dijaki dveh gimnazij v Ljubljani, rezultati ne odražajo raznolikosti med mladimi iz drugih delov Slovenije ali iz drugih srednješolskih programov, kot so poklicne in tehniške šole. Prav tako manjkajo podatki o starosti, kraju bivanja in socialno-ekonomskem ozadju anketirancev, kar onemogoča poglobljeno analizo razlik med posameznimi skupinami mladih. Zaradi teh omejitev anketa omogoča le delni vpogled v medijske navade urbane gimnazijske populacije, ne pa celovite in reprezentativne slike o medijskih navadah mladih v Sloveniji v letu 2025.

2.1 Družbeno-politične in migracijske trditve

Pri očitno nerealističnih trditvah, kot so obvezni albanski jezik v osnovnih šolah (84 % pravilnih) ali povezovanje vseh Palestincev s terorizmom (86,6 % pravilnih), je večina vprašanih pokazala visoko stopnjo kritičnega mišljenja. To se ujema s trendi medijskega poročanja, kjer so takšne trditve redke in jih običajno hitro razkrijejo kot dezinformacije. Podobno velja za stereotip o spolnih razlikah pri prevari, ki ga je 100 % vprašanih pravilno zavrnilo – mediji o tem poročajo predvsem v obliki komentarjev ali družbenih razprav, ne pa kot dejstvo, kar zmanjšuje možnost, da bi ljudje takšne trditve sprejeli kot resnične.

Pri migracijskih temah pa je slika bistveno bolj kompleksna. Le 46,3 % vprašanih je pravilno prepoznalo, da je večina migrantov v Sloveniji zaposlena, in le 55,2 % je zavrnilo lažno novico o napadu migranta na šolarko. To se ujema z raziskavami medijskega diskurza, ki kažejo, da so migracije pogosto predstavljene skozi konfliktne, varnostne ali senzacionalistične zgodbe. Takšno poročanje krepi dvome in napačne predstave, kar se odraža v nižjem deležu pravilnih odgovorov. Tudi pri trditvi, da so migranti povezani z nasiljem ali kriminalom, je delež pravilnih odgovorov (71,6 %) nižji kot pri stereotipih, ki niso del stalnega medijskega diskurza.

Pri pravnih in institucionalnih temah, kot je članstvo v lovskem društvu in dovoljenje za nošenje orožja (77,6 % pravilnih), je večina vprašanih pokazala kritičen odnos, a delež ni tako visok kot pri stereotipih o spolu. To se ujema s trendi medijskega poročanja, kjer so pravna vprašanja pogosto predstavljena v zapletenih razpravah, brez jasne razlage za širšo javnost. Skupni vzorec kaže, da je kritično mišljenje najmočnejše tam, kjer mediji stereotype redkeje reproducirajo ali jih jasno označijo kot absurdne, medtem ko je pri temah, ki so pogosto senzacionalizirane (migracije, kriminal), delež pravilnih odgovorov bistveno nižji.

Trditve:

- Migrant je na avtobusni postaji na Brezovici napadel šolarko in jo porezal po roki.
- Vsi prebivalci Palestine so povezani z islamističnim terorizmom.
- Večina migrantov v Sloveniji je zaposlena.
- Če ženska prevara partnerja, je to vedno posledica čustev; če moški prevara partnerko, je to vedno posledica biologije.
- Na nekaterih osnovnih šolah v Sloveniji je eden od obveznih predmetov albanski jezik.
- Članstvo v lovskem društvu mi prinese dovoljenje za nošnjo orožja.
- Večina migrantov v Sloveniji je povezana z nasiljem ali kriminalom.

2.2 Statistične in uradne podatkovne trditve

Pri trditvah, ki se nanašajo na varnost in demografijo, je delež pravilnih odgovorov najvišji. Kar 92,1 % vprašanih je pravilno prepoznalo, da je Slovenija med najbolj varnimi državami v EU, kar odraža močan vpliv medijskega diskurza, ki pogosto poudarja nizko stopnjo kriminala in stabilnost države. Podobno je 78,9 % vprašanih pravilno zavrnilo lažno trditev o rekordno nizkem številu rojstev v letu 2024, kar kaže na dobro poznavanje aktualnih demografskih podatkov, ki so redno predstavljeni v medijih. Tudi trditev o nizki stopnji revščine je bila večinsko pravilno prepoznana (73,7 %), kar nakazuje, da so ljudje razmeroma dobro seznanjeni s socialnimi kazalniki, ki jih mediji pogosto obravnavajo v kontekstu evropskih primerjav.

Pri gospodarskih kazalnikih pa je zaznati večjo negotovost. Le 57,9 % vprašanih je pravilno odgovorilo na trditev o brezposelnosti, čeprav je Slovenija v zadnjih letih beležila rekordno nizke stopnje brezposelnosti. To kaže, da medijsko poročanje o trgu dela, čeprav pogosto prisotno, ni vedno dovolj jasno ali pa ga ljudje interpretirajo skozi lastne izkušnje. Podobno velja za povprečno starost upokojitve, kjer je 68,4 % vprašanih pravilno prepoznalo razliko v primerjavi z EU – tema je sicer pogosto prisotna v razpravah o pokojninski reformi, a očitno ostaja delno nejasna širši javnosti.

Največja vrzel se pokaže pri digitalnih kazalnikih. Čeprav ima Slovenija visoko stopnjo dostopa do interneta (71,1 % pravilnih odgovorov), je le 57,9 % vprašanih pravilno ocenilo raven digitalne pismenosti. To razkriva, da medijsko poročanje o digitalni preobrazbi pogosto poudarja infrastrukturo (dostop do interneta), manj pa kompetence prebivalstva. Posledično ljudje lažje prepoznajo trditve, ki se nanašajo na tehnične kazalnike, kot pa tiste, ki zahtevajo razumevanje družbenih in izobraževalnih vidikov digitalne pismenosti. Skupni vzorec kaže, da je kritično mišljenje najmočnejše pri temah, ki jih mediji redno in jasno obravnavajo (varnost, rodnost, revščina), medtem ko je pri gospodarskih in digitalnih kazalnikih zaznati več prostora za izboljšave. Trditve:

- Povprečna starost upokojitve v Sloveniji je nižja od povprečja EU.
- Slovenija ima eno najnižjih stopenj brezposelnosti v EU.
- V letu 2024 se je v Sloveniji rodilo 16.875 otrok, kar je najmanj doslej.
- Slovenija je med najbolj varnimi državami v EU.
- Slovenija ima eno najnižjih stopenj revščine v EU.
- V Sloveniji je delež ljudi, ki imajo dostop do interneta doma, nad povprečjem EU.
- Slovenija ima visoko raven digitalne pismenosti med prebivalci.

2.3 Senzacionalne in očitne dezinformacije

Rezultati kažejo, da so anketirani najbolj uspešni pri prepoznavanju trditev, ki se nanašajo na cepljenje proti COVID-19, kjer je 85,8 % pravilno zavrnilo lažno trditev o pogostejših hospitalizacijah cepljenih. Podobno visoka stopnja pravilnih odgovorov se pojavlja pri absurdnih ali propagandnih zgodbah, kot sta ameriški laboratoriji v Ukrajini (77,6 %) in izmišljena zgodba o Luki Dončiću (78,7 %). To nakazuje, da je kritično mišljenje dobro razvito pri prepoznavanju senzacionalističnih ali očitno propagandnih vsebin, ki jih mediji pogosto razkrivajo kot neresnične.

Pri institucionalnih in regulativnih temah pa je delež pravilnih odgovorov nižji. Le 65,8 % vprašanih je pravilno prepoznalo, da Slovenija prejme več sredstev iz evropskega proračuna, kot jih vplača, kar je dejstvo, a pogosto slabo razloženo v medijih. Podobno velja za uredbo EU o vključevanju moke iz žuželk v prehranske izdelke, kjer je 69,7 % vprašanih pravilno odgovorilo. Medijsko poročanje o tej temi je bilo pogosto senzacionalistično, z naslovi, ki so namigovali na vsiljeno "žuželčjo hrano", čeprav uredba jasno določa, da gre za možnost, ne obveznost.

Skupni vzorec razkriva, da je kritično mišljenje najmočnejše pri prepoznavanju očitnih propagandnih ali senzacionalističnih zgodb, medtem ko je pri kompleksnih institucionalnih temah, ki zahtevajo razumevanje regulativnih in finančnih mehanizmov EU, delež pravilnih odgovorov bistveno nižji. To kaže na vpliv medijskega poročanja: kadar so teme pogosto razložene in podprte s strokovnim konsenzom, javnost lažje prepozna dezinformacije, medtem ko pri zapletenih političnih in gospodarskih vprašanjih ostaja več prostora za napačne interpretacije.

Trditve:

- V Ukrajini obstajajo ameriški laboratoriji, ki razvijajo biološka orožja.
- Slovenija prejme več sredstev iz evropskega proračuna, kot jih v proračun EU vplača.
- EU je sprejela uredbo, ki omogoča vključevanje moke iz žuželk v različne prehranske izdelke, zato bodo ti postopoma postali del vsakodnevne ponudbe v Sloveniji.
- Luka Dončić je svojo ekipo Los Angeles Lakers in vsa moštva v ligi NBA pozval k minuti molka v spomin na umorjenega ameriškega političnega aktivista Charlieja Kirka.
- Ljudje, cepljeni proti COVID-19, so pogosteje hospitalizirani zaradi resnih bolezni kot necepljeni.

2.4 Analiza odgovorov

1. "Ljudje, cepljeni proti COVID-19, so pogosteje hospitalizirani zaradi resnih bolezni kot necepljeni."

Delež pravilnih odgovorov: 85.5%

Tak rezultat kaže na razmeroma visoko raven zdravstvene in medijske pismenosti, saj gre za eno najpogosteje razširjenih dezinformacij v času pandemije. Vzorci odgovorov nakazujejo, da napačne interpretacije pogosteje prihajajo od uporabnikov družbenih omrežij, kot sta TikTok in Instagram, kjer je kroženje senzacionalističnih vsebin intenzivnejše. Nasprotno pa so anketiranci, ki se informirajo prek spletnih mest medijev ali televizijskih poročil, večinoma pravilno zavrnil trditev.

2. Povprečna starost upokojitve v Sloveniji je nižja od povprečja EU.

Delež pravilnih odgovorov: 68.4 %

Rezultat je bistveno nižji kot pri nekaterih drugih trditvah, kar nakazuje, da je poznavanje demografskih in pokojninskih podatkov med prebivalci manj enotno. Vzorci odgovorov razkrivajo, da so napačne interpretacije pogostejše med uporabniki družbenih omrežij (TikTok, Instagram), kjer se tovrstne teme redkeje obravnavajo v zanesljivih, podatkovno podprtih kontekstih. Po drugi strani so anketiranci, ki se informirajo prek spletnih mest medijev ali televizijskih poročil, pogosteje pravilno ocenili trditev.

3. "Migrant je na avtobusni postaji na Brezovici napadel šolarko in jo porezal po roki."

Delež pravilnih odgovorov: 52.6 %

Gre za primer senzacionalistične in zavajajoče informacije, ki izkorišča občutljivo temo migracij ter poskuša vzbuditi strah in predsodke. Relativno nizek delež pravilnih odgovorov kaže, da je bila polovica anketiranih dovzetna za tovrstno dezinformacijo, kar razkriva ranljivost javnosti pri obravnavi tem, povezanih z varnostjo in migracijami.

4. "Slovenija ima eno najnižjih stopenj brezposelnosti v EU."

Delež pravilnih odgovorov: 57.9%

Čeprav je podatek resničen, skoraj polovica anketiranih tega ni vedela, kar kaže na šibkejšo poznavanje gospodarskih kazalnikov. Napačni odgovori so pogostejši med uporabniki družbenih omrežij, kjer se tovrstne teme redkeje obravnavajo, medtem ko so bralci spletnih medijev in televizijskih poročil pogosteje pravilno ocenili trditev. Rezultat opozarja na potrebo po večji medijski osvetlitvi ekonomskih vprašanj.

5. "Vsi prebivalci Palestine so povezani z islamističnim terorizmom."

Delež pravilnih odgovorov: 86,6%

Visok delež pravilnih odgovorov kaže na dobro prepoznavanje, da gre za stereotipno in zavajajočo trditev, ki posplošuje celotno skupnost ter jo neupravičeno povezuje z nasiljem. Kljub temu pa skoraj 13 % anketiranih napačno verjame v resničnost izjave, kar razkriva prisotnost predsodkov in vpliv senzacionalističnih vsebin, ki se pogosto širijo prek družbenih omrežij.

6. "Večina migrantov v Sloveniji je zaposlena."

Delež pravilnih odgovorov: 56.6 %

Čeprav statistični podatki kažejo, da je zaposlitev med migranti v Sloveniji dejansko razmeroma visoka, skoraj polovica anketiranih tega ni vedela ali je napačno ocenila. To razkriva, da je poznavanje dejanskih razmer na področju migracij in trga dela precej omejeno. Napačne interpretacije se pogosteje pojavljajo med uporabniki družbenih omrežij (TikTok, Instagram), kjer prevladujejo stereotipi in senzacionalistične vsebine, medtem ko so bralci spletnih medijev in televizijskih poročil pogosteje pravilno ocenili trditve.

7. "Če ženska prevara partnerja, je to vedno posledica čustev; če moški prevara partnerko, je to vedno posledica biologije."

Delež pravilnih odgovorov: 98.7 %

Tako visok delež pravilnih odgovorov kaže, da večina anketiranih jasno prepozna, da gre za stereotipno in zavajajočo posplošitev, ki temelji na spolnih predsodkih, ne pa na dejstvih. Napačnih odgovorov je bilo zelo malo, kar nakazuje, da je občinstvo pri tej vrsti trditve precej odpornejše na dezinformacije, saj gre za očitno diskriminatorno in poenostavljeno razlago kompleksnih medosebnih odnosov.

8. V letu 2024 se je rodilo 16.875 otrok – najmanj doslej.

Delež pravilnih odgovorov: 78.9 %

Podatek je dejansko točen in odraža zgodovinsko nizko rodno stopnjo, kar potrjujejo uradni demografski statistični viri. Kljub temu je več kot petina anketiranih napačno ocenila trditev, kar kaže na omejeno poznavanje demografskih trendov. Napačni odgovori so pogostejši med uporabniki družbenih omrežij (TikTok, Instagram), kjer se tovrstne informacije redkeje pojavljajo v preverjenih kontekstih. Po drugi strani so bralci spletnih medijev in tradicionalnih poročil pogosteje pravilno prepoznali resničnost trditve.

9. "V Ukrajini obstajajo ameriški laboratoriji, ki razvijajo biološka orožja."

Delež pravilnih odgovorov: 77.6 %

Gre za eno najbolj razširjenih dezinformacij, ki se je pojavila v času vojne v Ukrajini in jo pogosto širijo propagandni viri z namenom ustvarjanja dvoma ter strahu. Kljub večinskemu pravilnemu odzivu pa skoraj četrtnina anketiranih napačno verjame v resničnost trditve, kar kaže na trajen vpliv senzacionalističnih vsebin. Napačni odgovori so pogostejši med uporabniki družbenih omrežij (TikTok, Instagram, Snapchat), kjer se takšne zgodbe širijo hitro in brez ustreznega preverjanja. Po drugi strani so tisti, ki se informirajo prek spletnih mest medijev ali televizijskih poročil, pogosteje pravilno zavrnil trditev.

10. Slovenija je med najbolj varnimi državami v EU.

Delež pravilnih odgovorov: 92.1 %

Visok delež pravilnih odgovorov kaže, da javnost dobro pozna dejanske varnostne razmere, saj Slovenija po mednarodnih kazalnikih res sodi med varnejše evropske države. Napačnih odgovorov je bilo malo, kar nakazuje, da tovrstne informacije niso pogosto predmet dezinformacij in da so prebivalci pri ocenjevanju varnosti bolj enotni kot pri gospodarskih ali demografskih temah. Rezultat potrjuje, da zaupanja vredni viri – spletni mediji in televizijska poročila – uspešno oblikujejo realno predstavo o varnosti, medtem ko je vpliv družbenih omrežij pri tej trditvi manj izrazit.

11. "Na osnovnih šolah v Sloveniji je eden od obveznih predmetov albanski jezik."

Delež pravilnih odgovorov: 84.2 %

Visok delež pravilnih odgovorov kaže, da večina anketiranih prepozna, da gre za očitno neresnično informacijo, ki izkorišča občutljivo temo jezikov in manjšin. Kljub temu pa skoraj 16 % vprašanih napačno verjame v resničnost trditve, kar razkriva, da so stereotipi in dezinformacije o prisotnosti migrantov in manjšinskih skupnosti še vedno vplivni. Napačni odgovori se pogosteje pojavljajo med uporabniki družbenih omrežij, kjer se takšne senzacionalistične zgodbe širijo brez preverjanja.

12. Slovenija ima eno najnižjih stopenj revščine v EU.

Delež pravilnih odgovorov: 73.7 %

Podatek je dejansko točen, saj Slovenija po uradnih statistikah sodi med države z relativno nizko stopnjo tveganja revščine. Kljub temu je več kot četrtnina anketiranih napačno ocenila trditev, kar kaže na omejeno poznavanje socialnih kazalnikov. Napačne interpretacije se pogosteje pojavljajo med uporabniki družbenih omrežij, kjer so gospodarske in socialne teme redkeje predstavljene v podatkovno podprtih kontekstih. Po drugi strani so bralci spletnih medijev in televizijskih poročil pogosteje pravilno ocenili trditev.

13. "Če se včlanim v strelsko društvo, avtomatično dobim dovoljenje za nošnjo orožja."

Delež pravilnih odgovorov: 76.3 %

Večina je torej prepoznala, da članstvo v društvu samo po sebi ne prinaša dovoljenja za nošenje orožja, saj je pridobitev orožnega dovoljenja v Sloveniji strogo regulirana in zahteva izpolnjevanje zakonskih pogojev (preizkus znanja, zdravniški pregled, varnostna preverjanja). Kljub temu pa skoraj četrtina anketiranih napačno verjame v resničnost trditve, kar kaže na prisotnost napačnih predstav o zakonodaji in postopkih, povezanih z orožjem. Napačni odgovori se pogosteje pojavljajo med uporabniki družbenih omrežij, kjer se pravne in varnostne teme pogosto poenostavljajo ali napačno interpretirajo.

14. Večina migrantov v Sloveniji je povezana z nasiljem ali kriminalom.

Delež pravilnih odgovorov: 73.7 %

Gre za klasičen primer dezinformacije, ki temelji na stereotipih in posploševanju ter poskuša ustvariti občutek ogroženosti. Kljub večinskemu pravilnemu odzivu pa več kot četrtina anketiranih napačno verjame v resničnost trditve, kar kaže na trajen vpliv senzacionalističnih vsebin in predsodkov. Napačne interpretacije se pogosteje pojavljajo med uporabniki družbenih omrežij, kjer se tovrstne zgodbe širijo hitro in brez preverjanja, medtem ko so bralci spletnih medijev in televizijskih poročil pogosteje pravilno zavrnil trditev.

15. Slovenija ima visoko raven digitalne pismenosti med prebivalci.

Delež pravilnih odgovorov: 42.1 %

Nizek delež pravilnih odgovorov kaže, da je poznavanje dejanskega stanja digitalnih kompetenc v Sloveniji precej omejeno. Čeprav Slovenija dosega relativno dobre rezultate pri dostopu do interneta in uporabi digitalnih storitev, raziskave EU opozarjajo, da raven digitalne pismenosti med prebivalci ni med najvišjimi. Napačne interpretacije so pogostejše med uporabniki družbenih omrežij, kjer se digitalna pismenost pogosto enači zgolj z uporabo aplikacij in družbenih platform.

16. V Sloveniji je delež ljudi, ki imajo dostop do interneta doma, nad povprečjem EU.

Delež pravilnih odgovorov: 71.1 %

Trditev »V Sloveniji je delež ljudi, ki imajo dostop do interneta doma, nad povprečjem EU« je pravilno prepoznalo 71,1 % vprašanih, medtem ko je skoraj tretjina odgovorila napačno. Takšen razkorak kaže na vrzel v poznavanju digitalnih kazalnikov. Napačne interpretacije se pogosteje pojavljajo med uporabniki družbenih omrežij, kjer se digitalne teme pogosto obravnavajo površno, medtem ko bralci spletnih medijev in televizijskih poročil pogosteje pravilno prepoznajo trditev.

17. Slovenija prejme več sredstev iz EU proračuna, kot jih vplača.

Delež pravilnih odgovorov: 65.8 %

Takšen rezultat kaže na precejšnjo negotovost glede finančnih tokov med Slovenijo in EU. Napačne interpretacije se pogosteje pojavljajo med uporabniki družbenih omrežij, kjer se teme o proračunu EU pogosto poenostavljajo ali predstavljajo skozi politične slogane. Bralci spletnih medijev in televizijskih poročil so trditev pogosteje pravilno ocenili, saj so tam tovrstni podatki večkrat predstavljeni v kontekstu kohezijskih sredstev in evropskih projektov.

18. "EU je sprejela uredbo, ki omogoča vključevanje moke iz žuželk v različne prehranske izdelke, zato bodo ti postopoma postali del vsakodnevne ponudbe v Sloveniji."

Delež pravilnih odgovorov: 69.7 %

Rezultat kaže na precejšnjo negotovost glede evropske prehranske regulative in njenega vpliva na vsakodnevno ponudbo. Napačne interpretacije se pogosteje pojavljajo med uporabniki družbenih omrežij, kjer se takšne teme pogosto predstavljajo senzacionalistično, z namigi na »prisilno« uvajanje žuželk v prehrano. Bralci spletnih medijev in televizijskih poročil so trditev pogosteje pravilno ocenili, saj so tam informacije o regulativi večkrat predstavljene v kontekstu varnostnih standardov in prostovoljne uporabe.

19. Luka Dončić je svojo ekipo Los Angeles Lakers in vsa moštva v ligi NBA pozval k minuti molka v spomin na umorjenega ameriškega političnega aktivista Charlieja Kirka.

Delež pravilnih odgovorov: 78.7 %

Rezultat kaže, da je večina anketiranih prepoznala, da gre za izmišljeno in zavajajočo zgodbo, ki združuje napačne elemente (Dončić ne igra za Los Angeles Lakers, Charlie Kirk pa ni bil umorjen politični aktivist). Napačne interpretacije so pogostejše med uporabniki družbenih omrežij, kjer se takšne senzacionalistične trditve širijo hitro in brez preverjanja. Bralci spletnih medijev in televizijskih poročil so trditev pogosteje pravilno zavrnil, saj so tam informacije o športu in politiki bolj dosledno preverjene.

3. Vir informiranja in dezinformacije

Na podlagi normaliziranih podatkov o virih informiranja med anketiranimi dijaki se kaže jasen vzorec, ki razkriva razmerje med uporabljenimi kanali in stopnjo pravilnega prepoznavanja dezinformacij.

Najpogosteje izbrani vir je bil TikTok, ki ga je navedla skoraj polovica sodelujočih. Rezultati kažejo, da je prav ta kanal povezan z najnižjo stopnjo pravilnih odgovorov, saj se uporabniki pogosto soočajo s senzacionalističnimi in čustveno obarvanimi vsebinami. Podobno velja za Instagram, ki je bil drugi najpogostejši vir, a je prav tako pokazal visoko dovzetnost za stereotipe in napačne interpretacije.

YouTube se je izkazal kot vmesna kategorija. Čeprav ga uporablja manjši delež anketirancev, so rezultati pokazali nekoliko višjo stopnjo pravilnih odgovorov kot pri TikToku in Instagramu. Daljši formati, ki jih omogoča ta platforma, prispevajo k bolj poglobljenemu razumevanju kompleksnih tem, zlasti pri demografskih in varnostnih vprašanjih. Kljub temu pa YouTube ne dosega konsistentnosti klasičnih medijev, kjer je delež pravilnih odgovorov najvišji.

Spletna mesta medijev in televizijska poročila so se pokazala kot najbolj zanesljivi viri informacij. Anketiranci, ki se informirajo prek teh kanalov, so dosegli najvišjo stopnjo pravilnih odgovorov, zlasti pri gospodarskih in institucionalnih temah, kjer je razumevanje pogosto zahtevnejše. Klasični mediji so torej ključni za oblikovanje bolj konsistentnega in podatkovno podprtega razumevanja družbenih vprašanj, kar potrjuje njihovo vlogo pri krepitvi medijske pismenosti.

Manjši viri, kot so tiskane revije, šolski viri ali posamezni medijski portali, so se pojavili le sporadično. Njihov vpliv na skupno sliko je omejen, rezultati pa so razpršeni in brez jasnega vzorca. Povprečna stopnja pravilnih odgovorov je bila pri teh virih nižja kot pri klasičnih medijih, a višja kot pri družbenih omrežjih, kar kaže na njihovo vmesno vlogo.

Pri analizi razlik med spoloma se je pokazalo, da spol sam po sebi ni odločilen dejavnik pri prepoznavanju dezinformacij, temveč deluje v kombinaciji z virom informacij. Ženske so pogosteje kot moški kot glavni vir navedle družbena omrežja, zlasti TikTok in Instagram, kar je povezano z nižjo stopnjo pravilnih odgovorov pri senzacionalističnih in čustveno obarvanih trditvah. Moški so nekoliko pogosteje izbrali spletne medije, televizijo ali YouTube, kar je privedlo do višje konsistentnosti pri prepoznavanju dejanskih podatkov in zavračanju dezinformacij.

Pri stereotipnih trditvah, ki neposredno posegajo v spolne vloge, večjih razlik med spoloma ni bilo, saj so jih skoraj vsi anketirani pravilno zavrnil. To kaže, da razlike med spoloma nastajajo predvsem zaradi izbire medijskega kanala, ne pa zaradi inherentnih razlik v kritičnem mišljenju.

Sklepna ugotovitev analize je, da vir informacij pomembno vpliva na stopnjo odpornosti proti dezinformacijam. Družbena omrežja, zlasti TikTok in Instagram, so najpogostejši vir med mladimi, a hkrati najbolj problematični glede dovzetnosti za manipulativne vsebine. Klasični mediji ostajajo najzanesljivejši kanal za pravilno prepoznavanje dejstev, medtem ko YouTube predstavlja vmesno možnost.

Rezultati jasno opozarjajo, da je krepitev medijske pismenosti nujna, saj se razlike med skupinami oblikujejo predvsem zaradi vira informacij, ne pa zgolj zaradi demografskih značilnosti.

4. Izvori dezinformacij

V Sloveniji se dezinformacije oblikujejo in širijo prek več različnih virov, ki se med seboj dopolnjujejo in ustvarjajo kompleksen informacijski prostor. Najmočnejši vpliv imajo družbena omrežja, zlasti TikTok in Instagram, kjer se informacije podajajo v kratkih, vizualno privlačnih formatih (UNESCO, 2021). Algoritmi teh platform dajejo prednost vsebinam, ki sprožajo močne čustvene odzive, kar povečuje vidnost senzacionalističnih in manipulativnih sporočil. Posledica je, da se lažne informacije hitro razširijo med mlajšimi generacijami, ki so manj kritične do virov in jih pogosto ponotranjijo kot resnične.

Pomemben vir dezinformacij so tudi pseudomediji oziroma spletni portali, ki se navzven predstavljajo kot informativni, v resnici pa objavljajo vsebine brez uredniških standardov in preverjanja dejstev (Dekodiraj.si, 2023). Takšni portali pogosto nastajajo z namenom političnega ali ideološkega vplivanja, pa tudi zaradi ekonomskih interesov, saj senzacionalistične vsebine pritegnejo več bralcev in s tem oglaševalske prihodke. Njihov vpliv je posebej opazen pri temah, kot so migracije, pandemija COVID-19 in geopolitika, kjer se javno mnenje hitro polarizira (Dnevnik, 2025).

Politični prostor ima pri ustvarjanju dezinformacij posebno vlogo. Posamezni politiki ali politične skupine pogosto uporabljajo poenostavljeno, čustveno nabito retoriko, ki utrjuje stereotipe in nezaupanje v institucije. Ko politiki podajajo trditve brez ustreznih dokazov ali jih oblikujejo v obliki polresnic, se te prek medijev in družbenih kanalov hitro razširijo ter dobijo videz legitimnosti. Tako politika ne deluje zgolj kot posrednik informacij, temveč pogosto kot njihov izvorni generator, ki s polariziranimi sporočili neposredno vpliva na javno mnenje (Volk, 2025).

Pomemben delež dezinformacij prihaja tudi iz tujine. Globalni propagandni tokovi, zlasti v povezavi z migracijami, pandemijo ali vojno v Ukrajini, se prek digitalnih kanalov prenašajo v slovenski prostor (Howard & Bradshaw, 2019; EEAS, 2024). Tuji viri pogosto oblikujejo narative, ki se nato lokalno prilagodijo in razširijo prek domačih portalov ali družbenih omrežij. S tem dobijo videz domače verodostojnosti, čeprav gre za vsebine, ki so zasnovane v širšem geopolitičnem kontekstu (GOV.SI, 2024).

Ne smemo spregledati tudi vpliva vplivnežev in neformalnih skupnosti na spletu. Posamezniki z večjim številom sledilcev pogosto delijo nepreverjene informacije, ki se zaradi osebne povezave z občinstvom hitro utrdijo kot verodostojne. Podobno se dezinformacije širijo v družinskih in prijateljskih krogih, kjer ljudje informacije sprejemajo kot zanesljive, ker prihajajo od znanih

oseb. Ko se napačne informacije kombinirajo z močno čustveno obarvanimi temami, postanejo del širšega družbenega diskurza (Torres, 2025).

Skupaj ti viri – družbena omrežja, pseudomediji, politični prostor, tuji propagandni tokovi ter vplivneži in osebne mreže – tvorijo jedro ustvarjalcev in razširjevalcev dezinformacij v Sloveniji. Njihov vpliv je močan, saj se medsebojno prepletajo in krepijo, kar otežuje kritično presojo informacij. Rezultati analiz jasno kažejo, da je krepitev medijske pismenosti in zavedanja o teh virih ključna za zmanjšanje vpliva dezinformacij ter za ohranjanje kakovosti javnega diskurza (Pismenost.si, 2024; Evropska komisija, 2025).

5. Značilnosti učinkovitih dezinformacijskih kampanj

Učinkovitost dezinformacijskih kampanj ni naključna, temveč temelji na preišljenih strategijah, ki izkoriščajo vrzeli v znanju, predsodke in čustveno občutljivost ljudi (Evropska komisija, 2022; UNESCO, 2021).

Rezultati ankete potrjujejo, da so posebej ranljiva področja gospodarskih kazalnikov, digitalne pismenosti in vprašanj migracij. Prav na teh temah se oblikujejo kampanje, ki uspešno ustvarjajo dvom, negotovost ali napačne predstave, saj ljudje pogosto nimajo dostopa do preverjenih informacij, ki bi jim omogočile učinkovito soočanje z manipulacijami.

Dezinformacije so učinkovite tudi zato, ker ne poskušajo vedno prepričati javnosti v eno samo napačno trditev, temveč ustvarjajo občutek nejasnosti. Ko ljudje niso prepričani, kaj je res in kaj ne, se zmanjša njihovo zaupanje v uradne vire in poveča dovzetnost za alternativne razlage, kar je še posebej izrazito pri kompleksnih temah, kjer je preverjanje dejstev zahtevno in podatki niso takoj dostopni.

Analiza ankete razkriva štiri ključne značilnosti uspešnih dezinformacijskih kampanj. Prva je ciljanje na področja, kjer je znanje javnosti šibko. Slabo poznavanje gospodarskih kazalnikov, kot je povprečna starost upokojitve, je pokazalo, da so ljudje ranljivi za manipulacije, kadar gre za kompleksne demografske in ekonomske podatke (Eurostat, 2023).

Druga značilnost je mešanje pojmov in precenjevanje lastnih sposobnosti, kar se je pokazalo pri vprašanju o digitalni pismenosti: velik del anketirancev je zmotno menil, da visoka stopnja dostopa do interneta pomeni tudi visoko raven digitalnih znanj. Tretja značilnost je izkoriščanje predsodkov in neodločenosti pri občutljivih družbenih temah, kot so migracije. Napačne predstave, da migranti niso zaposleni ali da predstavljajo breme, se uspešno širijo, ker nagovarjajo obstoječe stereotipe in čustva ter se opirajo na pomanjkanje zanesljivih informacij v javnem prostoru.

Četrta značilnost pa je ustvarjanje dvoma in nejasnosti: delež napačnih odgovorov je pri nekaterih vprašanjih zelo visok, kar kaže, da kampanje uspešno zmanjšujejo zaupanje v uradne vire in odpirajo prostor za alternativne razlage. Sklepno lahko rečemo, da učinkovite dezinformacijske kampanje temeljijo na ciljanju področij z nizko stopnjo znanja, izkoriščanju predsodkov, mešanju pojmov ter ustvarjanju dvoma. Rezultati ankete potrjujejo, da so ljudje najbolj ranljivi tam, kjer nimajo neposrednih izkušenj ali kjer je tematika kompleksna, medtem ko so dezinformacije na teh področjih sposobne trajno vplivati na javno zaznavanje.

6. Priporočila

Rezultati ankete o medijski informiranosti kažejo, da so posamezniki v Sloveniji pogosto ranljivi za dezinformacije, zlasti kadar se informirajo prek družbenih omrežij, kot sta TikTok in Instagram. Napačni odgovori se najpogosteje pojavljajo pri temah, povezanih z migracijami, digitalno pismenostjo in gospodarskimi kazalniki, kar potrjuje, da so ta področja posebej občutljiva za manipulacije. Programi medijske pismenosti morajo zato preseči zgolj osnovno razlago preverjanja dejstev in se osredotočiti na razvoj kritičnega mišljenja, razumevanje mehanizmov dezinformacijskih kampanj ter krepitev zaupanja v verodostojne vire.

Programi medijske pismenosti naj se osredotočijo na krepitev kritičnega mišljenja, saj zgolj preverjanje posameznih trditev ne zadostuje. Udeležence je treba naučiti primerjati različne vire, prepoznavati manipulativne tehnike in razmišljati analitično. Pomembno je tudi razlikovanje med dostopom do interneta in dejansko digitalno pismenostjo, saj ljudje pogosto enačijo tehnične možnosti z znanjem.

Poseben poudarek je treba nameniti razbijanju stereotipov in predsodkov, ki se pojavljajo pri občutljivih družbenih temah, kot so migracije ali spolne vloge. Dezinformacije so uspešne prav zato, ker nagovarjajo obstoječe predsodke in čustva, zato morajo programi medijske pismenosti vključevati vsebine, ki te stereotipe kritično obravnavajo (Hobbs, 2020; Mihailidis, 2018). Pri pouku in delavnicah je smiselno uporabiti resnične primere dezinformacij iz slovenskega okolja, saj konkretni primeri najbolje pokažejo, kako manipulacije delujejo v praksi.

Programi morajo biti prilagojeni različnim starostnim skupinam. Mlajše generacije, ki se večinoma informirajo prek družbenih omrežij, je treba nagovoriti z interaktivnimi vsebinami, ki jih pritegnejo v njihovem medijskem okolju. Hkrati je treba spodbujati zaupanje v profesionalne medije in razložiti, zakaj so ti bolj zanesljivi kot družbena omrežja. Pomembno je razviti orodja za prepoznavanje manipulativnih tehnik, kot so senzacionalistični naslovi, čustveno nabite trditve in namerno ustvarjanje dvoma.

Medijsko pismenost je smiselno povezati z drugimi področji, kot so zgodovina, sociologija in literatura, da se pokaže širši kontekst propagande in manipulacij. Poleg tega je treba spodbujati aktivno participacijo: udeleženci naj sami ustvarjajo medijske vsebine, jih kritično analizirajo in delijo izkušnje, saj aktivna raba medijev krepi razumevanje njihovih mehanizmov. Programi medijske pismenosti morajo biti redno posodabljeni, saj se strategije dezinformacijskih kampanj

hitro spreminjajo. Le sprotno prilagajanje novim oblikam manipulacij lahko zagotovi, da bodo programi ostali učinkoviti in relevantni.

Anketni rezultati jasno kažejo, da je ranljivost za dezinformacije v Sloveniji povezana predvsem z izbiro vira informiranja, medtem ko spol deluje kot sekundaren dejavnik. Programi medijske pismenosti morajo zato sistematično nagovarjati mlajše generacije, ki se informirajo prek družbenih omrežij, hkrati pa krepiti kritično mišljenje in zaupanje v profesionalne medije. Le s celostnim pristopom, ki združuje razumevanje stereotipov, prepoznavanje manipulativnih tehnik in aktivno participacijo, bo mogoče zmanjšati vpliv dezinformacijskih kampanj ter okrepiti odpornost družbe proti napačnim informacijam.

7. Dekodiraj.si kot primer dobre prakse

Dekodiraj.si uspešno naslavlja temeljne izzive medijske pismenosti, vendar ne rešuje vseh dilem, ki so se pokazale v anketi. Portal ponuja kakovostne razlage osnovnih pojmov in praktična gradiva, a manjka mu sprotna obravnava aktualnih primerov dezinformacij, ki krožijo med mladimi na družbenih omrežjih.

Prva prednost spletišča je njegova sistematična razlaga medijske in digitalne pismenosti. Vsebine jasno pojasnjujejo, kako prepoznati zanesljive vire, razlikovati med dejstvi in mnenji ter razumeti vlogo medijev pri oblikovanju javnega mnenja. S tem učiteljem in učencem omogočajo razvijanje kritičnega mišljenja ter pridobivanje osnovnih orodij za soočanje z dezinformacijami. Portal se posebej posveča tudi vprašanju zasebnosti in varovanja podatkov, kar je pomembno v času, ko so spletne prevare in zlorabe osebnih podatkov vse pogostejše.

Drug pomemben prispevek Dekodiraj.si je povezava med medijsko pismenostjo in demokratičnimi procesi. Vsebina opozarja, da dezinformacije zmanjšujejo zaupanje v institucije in polarizirajo družbo, hkrati pa poudarja, da je kritična presoja informacij nujna za aktivno državljanstvo. Portal s tem uspešno naslavlja problem politične komunikacije, saj učiteljem ponuja gradiva, ki razlagajo manipulativne retorične strategije ter pomen razlikovanja med dejstvi in mnenji. To je skladno z ugotovitvami ankete, kjer se je pokazalo, da politiki pogosto prispevajo k širjenju polresnic.

Kljub tem prednostim pa Dekodiraj.si ne rešuje v celoti izziva aktualnosti. Gradiva so zasnovana kot priročnik in ponujajo predvsem teoretične razlage, manj pa se osredotočajo na konkretne, viralne primere dezinformacij, ki krožijo na TikToku, Instagramu ali drugih platformah. Učitelji, ki uporabljajo portal, se zato pogosto soočajo z dilemo, kako prenesti naučeno v realne situacije, kjer mladi vsakodnevno naletijo na meme, videoposnetke ali vplivneže, ki širijo polresnice. Prav tako portal ne more v celoti nasloviti vprašanja zaupanja v politične izjave, saj gre za področje, kjer imajo učenci pogosto močna osebna prepričanja, povezana z družbenim kontekstom.

Sklepno lahko rečemo, da Dekodiraj.si predstavlja kakovostno in sistematično orodje za krepitev medijske pismenosti, ki uspešno naslavlja temeljne probleme, kot so kritična presoja virov, razumevanje politične retorike in zaščita zasebnosti. Vendar pa ostajajo odprte dileme, povezane z aktualnostjo primerov ter neposrednim soočanjem z dezinformacijami na družbenih omrežjih, kjer mladi dejansko pridobivajo največ informacij. Za popolno učinkovitost bi bilo treba portal dopolniti z redno posodobljenimi primeri iz digitalnega okolja ter z metodami, ki bi učencem omogočile praktično preizkušanje pridobljenih znanj v realnem medijskem prostoru.

8. Zaključek

Zaključek študije jasno razkriva, da so družbena omrežja postala osrednji vir informacij za mlade v Sloveniji, kar močno vpliva na njihovo medijsko pismenost. Rezultati ankete kažejo, da se mladi, ki se informirajo predvsem prek TikToka in Instagrama, pogosteje soočajo z napačnim razumevanjem dejstev ter večjo dovzetnostjo za dezinformacije. To potrjuje, da okolje, v katerem mladi pridobivajo informacije, neposredno oblikuje njihovo sposobnost kritičnega mišljenja in razlikovanja med resničnimi ter lažnimi vsebinami.

Analiza je pokazala tudi razlike med spoloma: ženske pogosteje posegajo po družbenih omrežjih, medtem ko moški nekoliko pogosteje uporabljajo klasične medije ali YouTube. Ta razlika vpliva na stopnjo informiranosti, saj so uporabniki klasičnih virov v povprečju uspešnejši pri prepoznavanju dezinformacij. To pomeni, da je treba pri oblikovanju programov medijske pismenosti upoštevati različne medijske navade mladih in prilagoditi metode poučevanja glede na njihove primarne kanale dostopa do informacij.

Priporočila, ki izhajajo iz študije, poudarjajo nujnost sistematičnega vključevanja medijske pismenosti v izobraževalni sistem. Mladi morajo pridobiti orodja za kritično presojo informacij, razumevanje algoritmov družbenih omrežij ter sposobnost prepoznavanja manipulativnih tehnik. To zahteva tesno sodelovanje šol, medijev in nevladnih organizacij, ki lahko skupaj oblikujejo programe, prilagojene sodobnim digitalnim navadam mladih, ter zagotovijo, da se medijska pismenost obravnava kot temeljna kompetenca.

Pomemben vidik je tudi krepitev praktičnih veščin. Mladi se morajo naučiti uporabljati orodja za preverjanje dejstev, analizirati konkretne primere dezinformacij in razumeti, kako se resnične informacije lahko mešajo z lažnimi. Poleg formalnega izobraževanja je nujno spodbujati neformalno učenje prek mladinskih centrov, delavnic in spletnih projektov, ki jim omogočajo, da pridobljeno znanje preizkusijo v praksi. S tem se medijska pismenost ne obravnava kot abstraktna tema, temveč kot veščina, ki neposredno vpliva na vsakdanje življenje.

Sklepno lahko rečemo, da je medijska pismenost mladih v Sloveniji v letu 2025 ena ključnih družbenih prioritet. Rezultati ankete opozarjajo na ranljivost mladih, ki se informirajo prek družbenih omrežij, in hkrati ponujajo jasne smernice za izboljšave. Če bodo izobraževalne institucije, mediji in širša družba skupaj razvili celostne programe, ki združujejo formalno in neformalno izobraževanje, praktične veščine ter prilagoditev digitalnim okoljem, bo mogoče ustvariti trajnostne modele medijske pismenosti, ki bodo mladim omogočili varnejše, bolj kritično in odgovorno krmarjenje po svetu informacij.

9. Viri

- Amnesty International. (2022). The state of the world's human rights 2021/22. Amnesty International. <https://www.amnesty.org/en/documents/pol10/4870/2022/en/>
- Bajt, V., Breznik, M., & Kočkovska Šetinc, K. (2025). Začasne delovne migracije v Sloveniji. Mirovni inštitut. https://www.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2025/08/PolicyBrief_Slovenia_final_SLO_10junij2025.pdf
- Dekodiraj.si. (2023). Dekodiraj.si – portal za medijsko pismenost. <https://www.dekodiraj.si>
- Eurostat. (2023). Retirement age statistics. Eurostat. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Pensions_and_labour_market_participation_-_main_characteristics
- Evropska komisija. (2022). Tackling online disinformation. European Commission. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/online-disinformation>
- GOV.SI. (2022). Digitalna pismenost za odrasle. Ministrstvo za vzgojo in izobraževanje. <https://www.gov.si/assets/ministrstva/MVI/Dokumenti/Odrasli/Programoteka/Digitalna-pismenost-za-odrasle.pdf>
- GOV.SI. (2024). Delovne migracije. Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti. <https://www.gov.si/podrocja/zaposlovanje-delo-in-upokojitev/delovne-migracije/>
- Nacionalni inštitut za javno zdravje (NIJZ). (2021). Cepljenje proti COVID-19 – podatki in pojasnila. NIJZ. <https://www.nijz.si/sl/cepljenje-proti-covid-19>
- Statistični urad Republike Slovenije (SURS). (2024). Kazalniki demografije in gospodarstva. SURS. <https://www.stat.si/StatWeb>
- Dekodiraj.si. (2023). Dezinformacije. Pridobljeno s <https://dekodiraj.si/drzavljska-vzgoja/demokracija/groznje-demokraciji/dezinformacije/>
- Dnevnik. (2025). Dezinformacija – najtišje orožje sodobnih vojn. Pridobljeno s <https://www.dnevnik.si/novice/slovenija/dezinformacija-najtisje-orozje-sodobnih-vojn-2765244/>
- Volk, V. (2025). Dezinformacije napadajo naše vrednote. GOV.SI. Pridobljeno s <https://www.gov.si/novice/2025-10-15-drzavni-sekretar-vojko-volk-dezinformacije-napadajo-nase-vrednote/>
- GOV.SI. (2024). Dezinformacije. Pridobljeno s <https://www.gov.si/zbirke/projekti-in-programi/dezinformacije/>

- Torres, A. (2025). Digitalna manipulacija na družbenih omrežjih in njen globalni vpliv. Aventura Universal. Pridobljeno s <https://aventurauniversal.com/sl/Digitalna-manipulacija-na-dru%C5%BEbenih-omre%C5%BEjih--dezinformacije--algoritmi-in-izziv-resnice/>
- Pismenost.si. (2024). Medijska pismenost kot orodje soočanja z dezinformacijami. Pridobljeno s <https://pismenost.si/wp-content/uploads/2024/10/Medijska-pismenost-kot-orodje-soo%C4%8Danja-z-dezinformacijami.pdf>
- Evropska komisija. (2025). Krepitev družbene odpornosti proti dezinformacijam. Pridobljeno s https://commission.europa.eu/topics/countering-information-manipulation/building-societal-resilience-against-disinformation_sl
- UNESCO. (2021). Media and information literacy: Policy and strategy guidelines. UNESCO. Pridobljeno s <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377067>
- World Health Organization (WHO). (2021). COVID-19 advice for the public: Mythbusters. WHO. Pridobljeno s <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>
- Hobbs, R. (2020). Media literacy in action: Questioning the media. Rowman & Littlefield.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. Pridobljeno s <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aao2998>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe. Pridobljeno s <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>