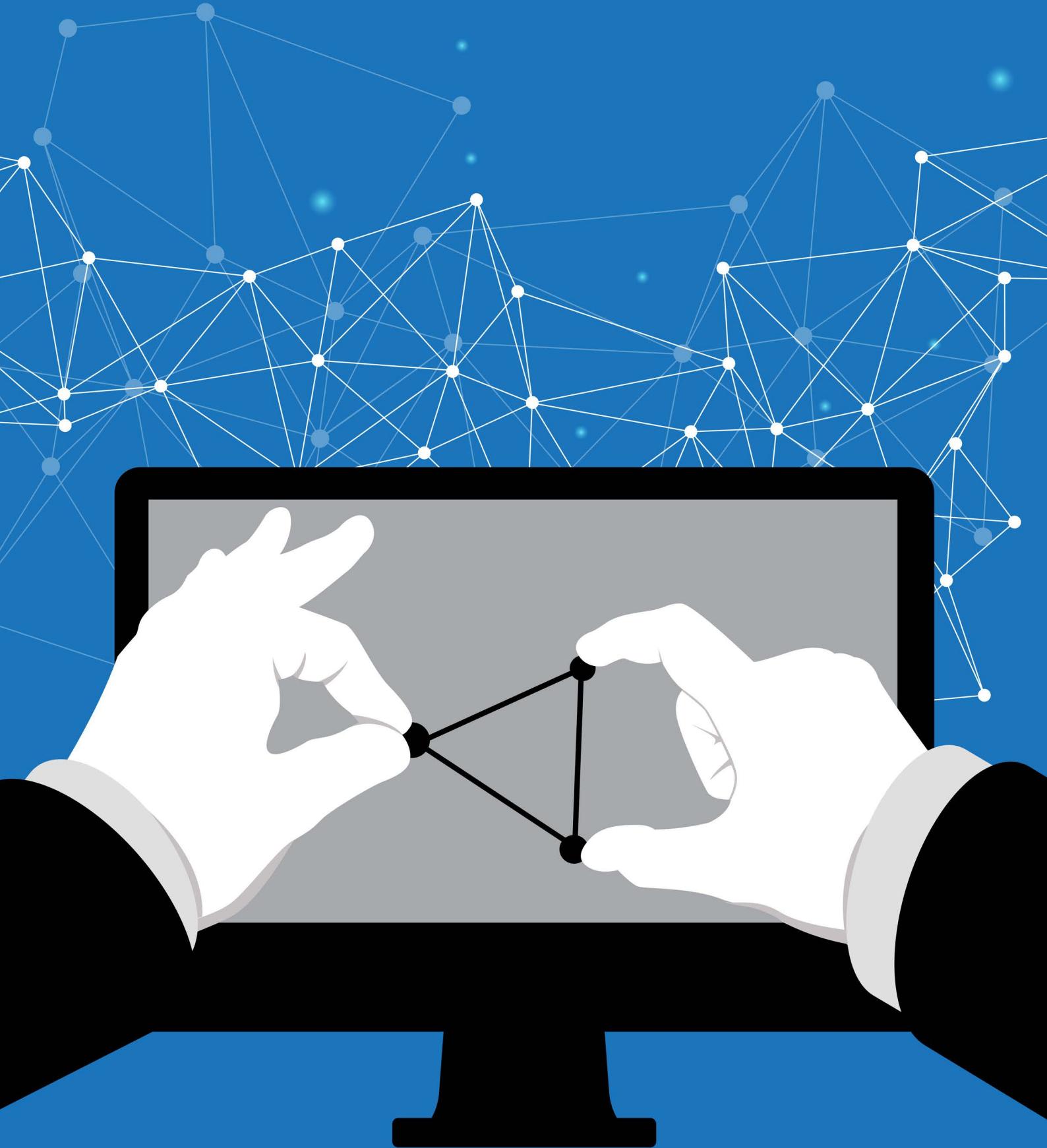


# Dezinformacije u online sferi

## Slučaj BiH



April 2019



**IZDAVAČ:** Udruženje građana ""Zašto ne"

**AUTORI/KE:** Tijana Cvjetićanin, Emir Zulejhić, Darko Brkan, Biljana Livančić-Milić

**UREDNICA:** Tijana Cvjetićanin

**STRUČNI KONSULTANT:** Lucas Graves

**ANALIZA PODATAKA:** Imer Muhović

**INTERVJUI:** Anida Sokol

**DESK ISTRAŽIVANJE I KONSULTACIJE ZA REGULATORNI I SAMOREGULATORNI OKVIR:** Sanela Hodžić

**PREVOD:** Dragana Jokić



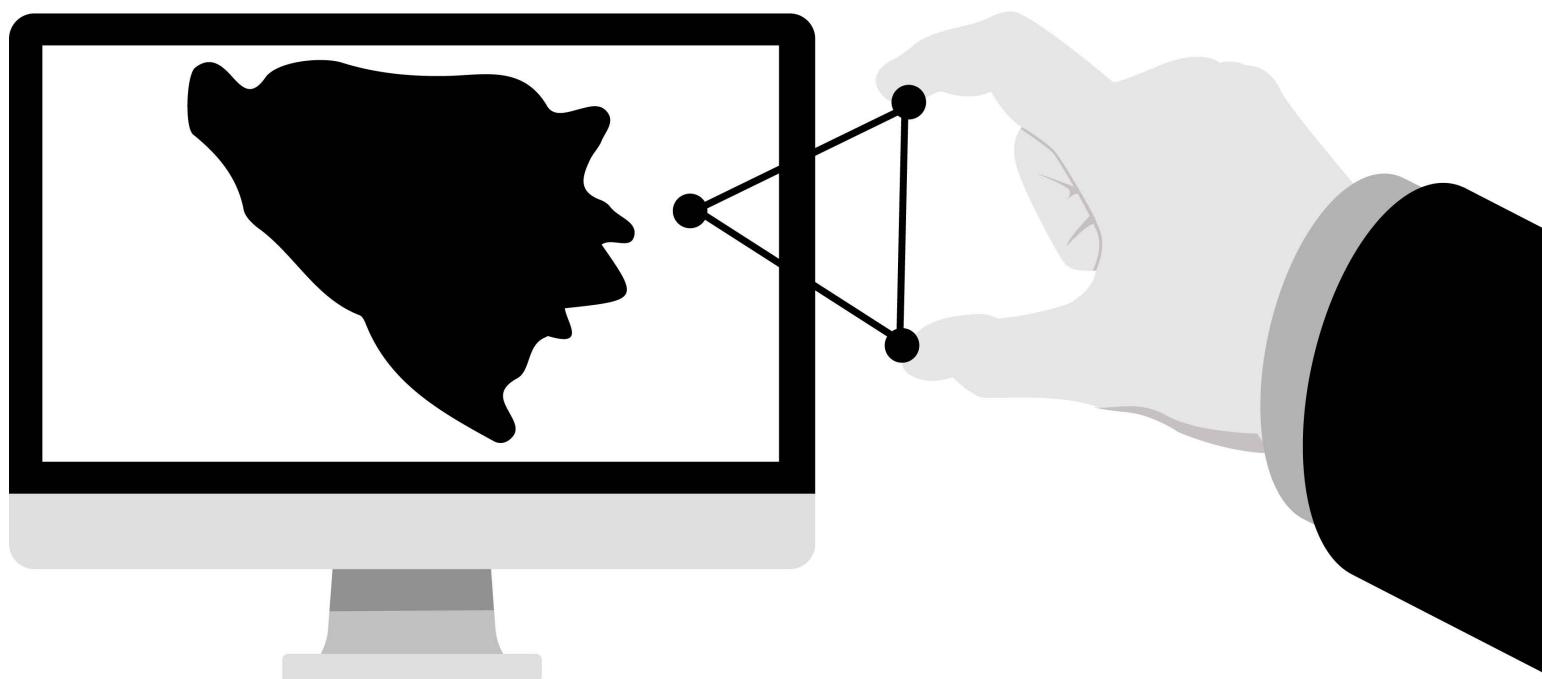
Udruženje građana ""Zašto ne""



Ova publikacija je urađena uz finansijsku pomoć Evropske unije.  
Sadržaj ove publikacije je isključiva odgovornost U.G. "Zašto ne"  
i ni u kom slučaju ne predstavlja stanovišta Evropske unije.

# **DEZINFORMACIJE U ONLINE SFERI:**

## SLUČAJ BIH



**April, 2019.**



# SADRŽAJ

<b>SAŽETAK</b>	<b>7</b>
<b>1. DEZINFORMACIJE: GLOBALNI KONTEKST I IMPLIKACIJE</b>	<b>11</b>
1.1. Političke dezinformacije: Evropski kontekst	14
1.2. Dezinformacije: regionalni kontekst	15
1.3. Fact-checking (provjera činjenica)	17
<b>2. PREGLED METODOLOGIJE</b>	<b>18</b>
2.1. Sistem ocjenjivanja	18
<b>3. ANALIZA PODATAKA</b>	<b>21</b>
3.1. Tipovi medijskih manipulacija	21
3.2. Analiza medijskog uzorka	22
3.2.1. Tipovi medija	22
3.2.1.1. Domet na društvenim mrežama	25
3.2.1.2. Način rada anonimnih „medija“	25
3.2.2. Lokacija medija iz uzorka	28
3.2.3. Pojedinačni mediji	29
3.3. Izvori i prenosnici političkih dezinformacija	33
3.3.1. Izvori	34
3.3.2. Prenosnici	37
3.4. Subjekti političkih dezinformacija	40
3.4.1. Prikaz EU u uzorku	45
3.5. Dezinformacijske „mreže“	47
3.5.1. Primjeri sadržaja iz „glavne dezinformacijske mreže“	55
3.5.2. Sputnik: Sadržaj i domet	57
3.5.3. Klasteri dezinformacija	59
3.5.4. Studija slučaja: Korištenje političkih tema za sticanje ekonomski koristi od strane anonimnih portala	67
<b>4. MEDIJSKO/DIGITALNO OKRUŽENJE: ZAKONSKI OKVIR I PERCEPCIJA U STRUČNOJ ZAJEDNICI</b>	<b>69</b>
4.1. Zakonski i regulatorni okvir	69
4.2. Razumijevanje fenomena dezinformacija u stručnoj zajednici u BiH	72
4.3. Samoregulatorni okvir	77
4.4. Ostala pitanja u vezi sa dezinformacijama	79
4.4.1. Transparentnost medija u BiH	79
4.4.2. Kleveta	83
4.4.3. Oglasavanje i političko oglašavanje	83
4.4.4. Društveni mediji	85
4.4.5. Medijska i informacijska pismenost	87
<b>Dodatak 1 METODOLOGIJA</b>	<b>89</b>
1. Metodologija Raskrinkavanja	89
2. Analiza podataka	91
2.1. Prikupljanje podataka	92
2.2. Analiza "hubova" i klastera	95
3. Pregled regulatornog okvira i intervjuji	97
3.1. Desk istraživanje	97
3.2. Intervjui	97
<b>LITERATURA</b>	<b>99</b>



## SAŽETAK

### DEZINFORMACIJE U ONLINE SFERI: SLUČAJ BIH

U decembru 2018. godine, Evropska unija (EU) je usvojila Akcioni plan protiv dezinformacija, prepoznajući ih kao ozbiljnu prijetnju demokratskim procesima, kao i prijetnju sigurnosti i dobrobiti građana/ki. Takve aktivnosti su izostale u regiji Zapadnog Balkana.

Ovo istraživanje razmjera i opsega dezinformacija u online medijima prvo je takve vrste u Bosni i Hercegovini i zasniva se na inovativnoj i jedinstvenoj metodologiji koja kombinira fact-checking sa obradom i analizom podataka. Istraživanje je bazirano na materijalu koji je objavljen u preko **450 digitalnih medija**<sup>1</sup> i daje uvid u obrasce kreiranja i širenja dezinformacija kojima su izloženi/e građani/ke u Bosni i Hercegovini (BiH), ali i u državama iz okruženja.

## KLJUČNI NALAZI

Medijski izvještaji netačnog ili obmanjujućeg sadržaja su izuzetno prisutni u BiH i regiji, najčešće u vidu "lažnih vijesti" – **svjesno objavljenih pogrešnih informacija** – koje čine skoro trećinu svih dezinformacija analiziranih u ovom istraživanju.

Više od **60% pogrešnog ili obmanjujućeg sadržaja** koji je objavljen u medijima odnosi se na političke teme.<sup>2</sup> Njihovi glavni izvori u online prostoru su:

- 1) **"oportunistički dezinformatori"**, koji koriste anonimne portale i društvene medije, najčešće sa motivom finansijske koristi;
- 2) **politički i državni akteri**, koji koriste kako javne tako i komercijalne medije za širenje dezinformacija koje pogoduju njihovim političkim agendama.

Podudarnost medijskih dezinformacija i specifičnih političkih interesa ukazuje na mogućnost postojanja ciljanih kampanja dezinformisanja u online prostoru, uključujući i one povezane sa stranim akterima i izvorima. Nasuprot tome, svijest o mogućnosti takvih prijetnji je slabo prisutna među predstvincima/cama medijske i akademske zajednice i relevantnih institucija, uprkos tome što su generalno veoma svjesni problema medijskih dezinformacija.

1) Materijal korišten u istraživanju prikupljen je iz baze podataka platforme Raskrinkavanje (raskrinkavanje.ba) i uključuje analize medijskih (fact-checking analize) koje su nastale u periodu od godinu dana.

2) U jednogodišnjem periodu, raskrinkavanje.ba je ocijenilo ukupno 3.592 medijskih manipulacija. Od tog broja, 2.228 se odnosi na sadržaj političke prirode.

## **IZVORI DEZINFORMACIJA**

**Anonimni portali** su tip medija koji se javlja kao glavni izvor i prenosilac dezinformacija u online prostoru. Njihova aktivnost stvara virtualni "ekosistem" u kom dezinformacije velikom brzinom dolaze do široke publike, s obzirom na njihovu proliferaciju, intenzivnu proizvodnju sadržaja i značajan domet na društvenim medijima. Anonimni online portali su izvori **dvije trećine dezinformacija** identifikovanih u ovom istraživanju.

U najvećem broju slučajeva, njihov primarni motiv za proizvodnju takvog sadržaja je komercijalna dobit koju ostvaruju putem online oglasa. Sa druge strane, nalazi ukazuju na to da su neki od ovih portala uspostavljeni od strane političkih aktera kao sredstvo napada na političke protivnike putem plasiranja netačnih informacija i optužbi na njihov račun. Anonimnost se u ovim slučajevima koristi kao način da se izbjegne javna kritika i odgovornost za takvo postupanje.

**Javni mediji** su **individualno najčešći izvori** dezinformacija u BiH. Istraživanje pokazuje da **javni mediji često koriste anonimne portale kao izvore**, ali i kao prenosnike dezinformacija koje objavljaju. Dva javna medija (RTRS i Srna) se izdvajaju kao najčešći izvori političkih dezinformacija u BiH. Javni mediji iz drugih država se takođe javljaju kao značajni izvori dezinformacija koje se odnose na BiH.<sup>3</sup>

## **DEZINFORMACIJSKI „HUBOVI“**

Većina medija koji su izvori političkih dezinformacija analiziranih u ovom istraživanju nalaze se u BiH. Postoji, međutim, zabrinjavajuće veliki broj medija iz okolnih država koje se u uzorku pojavljuju kroz svoje veze sa bh. medijima, a koji koriste jedni druge kao izvore i prenosnike dezinformacija.

Ovi mediji zajedno formiraju jedan veliki „hub“ - mrežu dezinformacija koja se od strane lokalnih, a vjerovatno i stranih političkih aktera kontinuirano koristi za vršenje uticaja na javno mnjenje u BiH i regiji. Sadržaj koji proizvodi ova „mreža“ odnosi se kako na politička pitanja vezana za BiH i regiju, tako i na geopolitička pitanja koja se oblikuju dominantno kroz kroz anti-zapadnu prizmu.

Od 29 medija u ovoj „mreži“, 15 se nalazi u Srbiji i 14 u BiH (od čega 12 u Republici Srpskoj). Ruski državni medij "Sputnik" (izdanje na srpskom jeziku) jedini je medij u ovoj mreži koji je u vlasništvu države koja se nalazi izvan regionala i pojavljuje se kao jedna od ključnih poveznica između medija lociranih u Srbiji i onih koji se nalaze u Republici Srpskoj.

3) Oko 10 medija (7 iz BiH i 3 iz Srbije) odgovorno je za više od jedne trećine svih dezinformacija analiziranih u ovom uzorku.

## **AKTERI KOJI SU NA UDARU DEZINFORMACIJA IZ „UMREŽENIH“ MEDIJA**

Akteri iz SAD, naročito oni povezani sa prethodnom administracijom, javljaju se kao glavne mete dezinformacija (negativno prikazani akteri) koje objavljaju mediji iz gore pomenute mreže, a koje se odnose na međunarodne teme i pitanja.

Evropska unija se uglavnom javlja kao neutralan ili pozitivan akter u analiziranom sadržaju. Kada su u pitanju pojedinačne države članice EU, one koje važe za poželjne destinacije u kontekstu ekonomskih migracija su predstavljene u pozitivnom svjetlu, dok je EU kao „sistem vrijednosti“ prikazana u negativnom svjetlu i predstavljena kao nepoželjna za društva u državama regionala.

Teorije zavjere su najčešća vrsta manipulacije koja se javlja u ovom tipu sadržaja. One se povremeno odnose na EU aktere koji nisu jasno precizirani, ali se češće bave pojedinim državama, konkretno Velikom Britanijom koja se uvijek iznova optužuje za zavjere protiv Republike Srpske (RS) i/ili njenog prethodnog predsjednika Milorada Dodika.

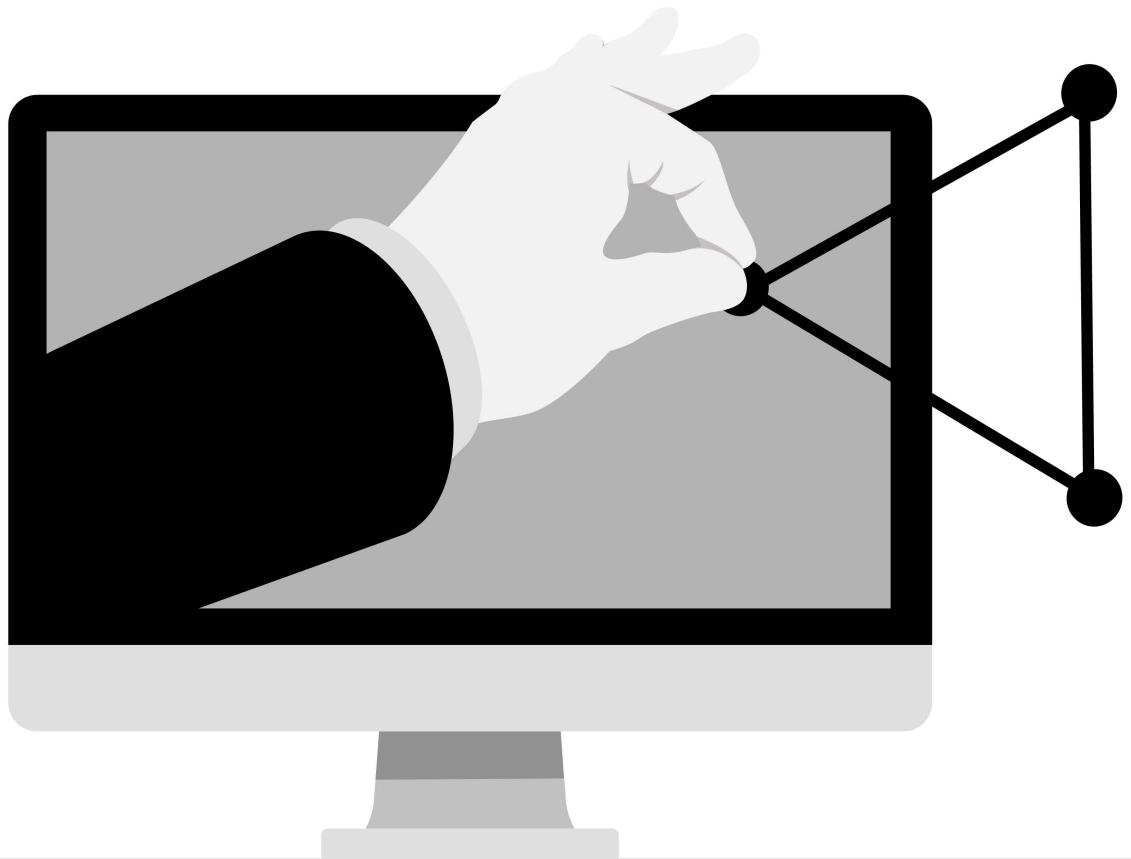
## **STAVOVI O FENOMENU DEZINFORMACIJA U STRUČNOJ ZAJEDNICI**

U sklopu istraživanja obavljeno je 16 intervjuja sa predstavnicima/cama relevantnih državnih institucija (na državnom, entitetskom i kantonalmom nivou), regulatornih i samoregulatornih tijela, medija, te akademskih institucija. Intervjui ukazuju da je problem dezinformacija u lokalnim medijima itekako prepoznat, ali samo u kontekstu **medijske profesionalnosti i nezavisnosti medija**. Dezinformacije nisu prepoznate kao problem koji se razvija u kontekstu hibridnih prijetnji.

Uloga velikih internet kompanija u stvaranju i rješavanju problema dezinformacija, kao i potreba za učešćem BiH/država regije u takvim razgovorima, takođe nije istaknuta kao jedan od prioriteta u ovoj sferi.

# **DEZINFORMACIJE U ONLINE SFERI:**

## SLUČAJ BIH



Dokument koji se nalazi pred vama je rezultat istraživanja različitih aspekata fenomena političkih dezinformacija u medijima u Bosni i Hercegovini i regionu.

Istraživanje je provedeno od novembra 2018. godine do januara 2019. godine i prvenstveno se bazira na materijalu koji je rezultat jednogodišnjeg rada bh. fact-checking platforme **Raskrinkavanje**.<sup>4</sup>

4) Raskrinkavanje ([raskrinkavanje.ba](http://raskrinkavanje.ba)) je platforma za fact-checking (provjera tačnosti informacija) medija koju vodi Udruženje građana Zašto ne iz Sarajeva, BiH. Pokrenuta je u decembru 2017. godine, a prva fact-checking analiza objavljena je u novembru 2017.



# 1. DEZINFORMACIJE: GLOBALNI KONTEKST I IMPLIKACIJE

Termin „politička dezinformacija“ koji se koristi u ovom izvještaju, u velikoj mjeri se poklapa sa češće korištenim terminom „lažna vijest“, koji je u različitim EU dokumentima opisan kao termin kojim se „pojednostavljuje kompleksni problem dezinformacija“.<sup>5</sup> Prije prelaska na same definicije, važno je naglasiti razliku između **laži**<sup>6</sup> (kao suprotne kategoriji **istine**) i **činjenične greške** (kao suprotne kategoriji **tačnosti**). Informacije kojima se na netačan način prezentuju činjenice su, po definiciji, netačne, ali nisu nužno laž. Netačne informacije mogu se prenijeti u „dobroj namjeri“: osoba može dati činjenično netačnu izjavu vjerujući da je ona istinita. Upravo je namjera obmanjivanja ono što razdvaja ove dvije kategorije i predstavlja ključni element političkih dezinformacija, tj. „lažnih vijesti“.<sup>7</sup>

U Akcionom planu Evropske Komisije za borbu protiv dezinformacija, termin dezinformacija definisan je kao: „...provjerljivo lažne ili obmanjujuće informacije koje se stvaraju, iznose i šire radi ekonomске koristi ili namjernog obmanjivanja javnosti i koje mogu prouzročiti javnu štetu, uključujući prijetnje demokratskim procesima i javnim dobrima kao što su zdravlje, okoliš ili sigurnost građana/ki Unije“.<sup>8</sup>

Ova definicija takođe naglašava namjeru obmanjivanja kao jedan od definirajućih elemenata dezinformacija, čime se isključuju drugi tipovi nekredibilnih informacija koje se pojavljuju u javnosti: „Dezinformacije ne uključuju nehotične greške, satiru i parodiju, ili jasno identificirane pristrasne vijesti i komentare.“<sup>9</sup>

Kada se pogleda ova i ostale definicije termina „dezinformacija“, odrednica „političke“ može djelovati suvišno. Rječnik Merriam-Webster, na primjer, ovaj termin definiše kao: „Netačne informacije koje se namjerno i često prikriveno šire (recimo plasiranjem glasina) svrhu uticaja na javno mnjenje ili zataškavanja istine“.<sup>10</sup>

Kako je navedeno u definiciji ponuđenoj u rječniku Merriam-Webster, smatra se da je ovaj termin (disinformation) doslovni prevod ruske riječi dezinformatsiya, termina koji je KGB<sup>11</sup> koristio za imenovanje svog odjela za plasiranje lažnih informacija kao dijela državne propagande ili „aktivnih mjera“ protiv političkih i vojnih neistomišljenika tokom Hladnog rata (uglavnom unutar i protiv SAD).

5) Evropska komisija. "Factsheet: Sprječavanje širenja dezinformacija online." Oktobar 2018. godine <http://bit.ly/2EC2ct6>.

6) Termin "fake news" prevodi se kao "lažna vijest".

7) U sistemu ocjenjivanja koji koristi Raskrinkavanje, termini "dezinformacija" i "lažne vijesti" se koriste u fact-checking ocjenama (ocjenama provjere činjenica) sa specifičnim značenjem. Za više informacija vidjeti: Dodatak1: Metodologija.

8) Akcioni plan za borbu protiv dezinformacija, Evropska komisija, Visoki predstavnik EU za vanjske poslove i sigurnosne politike Brisel. December 2018.

9) Ibid.

10) Riječ: "Disinformation". U rječniku Merriam-Webster Online. <https://bit.ly/2GK0Yh3>.

11) "Komitet Gosudarstvennoj Bezopasnosti", glavna obavještajna/sigurnosna agencija u Sovjetskom Savezu.

Ovakvo tumačenje je u skladu sa svjedočenjem bivšeg direktora KGB-ovog odjela za dezinformacije, Larry Martina, koji opisuje dezinformacije kao „ciljano iskrivljene informacije koje se tajno puštaju u proces komunikacije sa namjerom da manipulišu i obmanu (javnost)“.<sup>12</sup>

Ovaj geopolitički kontekst dezinformacija i/ili lažnih vijesti reaktueliziran u proteklih nekoliko godina, naročito od 2016. godine kada su se odigrala dva globalno značajna politička procesa. Oba su u značajnoj mjeri oblikovana kontinuiranim korištenjem lažnih informacija od strane pobjedničkih tabora. Prvi je bio referendum u Velikoj Britaniji o napuštanju Evropske Unije, poznatiji kao „Brexit“, a drugi su bili izbori za predsjednika SAD. Izbori u Sjedinjenim Američkim Državama (SAD) su, bez sumnje, imali više uticaja na podizanje svijesti o ovom fenomenu i oblikovanje diskursa o lažnim vijestima u zemljama na Zapadu.

Nakon izbora u SAD, više istraga - kako pravosudnih, tako i novinarskih – pokazalo je da je ciljana kampanja dezinformisanja bila dio nastojanja Ruske Federacije da utiče na ishod izbora u SAD i/ili izazove političku krizu i/ili razdor unutar zemlje. Niz medijskih i zvaničnih izvještaja dokumentovao je o aktivnosti provedene u kampanji kao što su: hakerski napad na servere Demokratskog nacionalnog komiteta i objavljivanje sadržaja njihove elektronske pošte na WikiLeaks; kreiranje lažnih vijesti o političkim akterima iz SAD i njihovo promovisanje na društvenim mrežama zajedno sa targetiranim političkim oglasima; korištenje lažnih ili automatizovanih profila na društvenim medijima da bi se pojačao domet takvih poruka i druge slične aktivnosti koje provodi „Internet Research Agency“, kompanija iz Sankt Petersburga koja je postala poznata kao „farma trolova“. Veza između ovih aktivnosti i „mikrotargetiranja“ korisnika/ca društvenih medija na osnovu njihovih nelegalno pribavljenih ličnih informacija preko britanske kompanije „Cambridge Analytica“, još uvijek je predmet istrage, kao i uloga ruskih državnih aktera u kampanji za Brexit – „Vote Leave“ (za koju se takođe smatra da ju je pomogla „Cambridge Analytica“). Iako je i dalje nejasno u kojoj mjeri su kampanje dezinformisanja uticale na rezultate Brexita i izbore u SAD, sve navedeno doprinijelo je tome da se dezinformacije posmatraju kao jedna od taktika „informacionog ratovanja“, a ne samo kao medijski fenomen.

Ove i slične istrage su takođe ukazale na mnogobrojne rizike sa kojima se suočavaju moderne demokratije u informacionom dobu kada je „hibridne prijetnje“<sup>13</sup> sve teže pratiti, predvidjeti i na njih odgovoriti.

12) Adam B. Ellick and Adam Westbrook. "Operation InfeKtion." The New York Times. Novembar 2018. <https://nyti.ms/2V1Qj4K>  
Prema izjavi datojo za New York Times, emitovanoj u video-seriji „Operation InfeKtion“. „Operation InfeKtion“ je bila tajna operacija širenja dezinformacija u kojoj je Martin (ranije poznat kao Ladislav Bittman) učestvovao prije nego što je prebjegao u SAD. U sklopu iste je plasirana lažna priča da je vojska SAD vještački proizvela HIV virus sa ciljem da proširi zaraza među Afro-Amerikancima i LGBT osobama. Nakon što je priča objelodanjena, tadašnji predsjednik SSSR-a Mihail Gorbačov priznao je da se radilo o KGB-ovoj izmišljotini u sklopu "aktivnih mjera" i za nju se javno izvinio.)

13) „Hibridne prijetnje“ definišu se kao „radnje koje provode državni ili nedržavni akteri čiji je cilj podrivanje ili nanošenje štete uticanjem na proces donošenja odluka na lokalnom, regionalnom, državnom ili institucionalnom nivou“, što se može provesti u u političkom, ekonomskom, vojnem, civilnom ili informacionom domenu i može uključivati „širok dijapazon sredstava i kreirane (su) tako da ostanu ispod praga vidljivosti i prepoznatljivosti“ ali takođe i „ispod praga formalno objavljenog rata“. U: „Evropski centar izvrsnosti za suzbijanje hibridnih prijetnji“ <http://bit.ly/2SFnCJC>, i „Akcioni plan za borbu protiv dezinformacija, Evropska komisija, Visoki predstavnik EU za vanjske poslove i sigurnosne politike“, decembar 2018.<https://bit.ly/2EgPmBy>.

Jedan od razloga je taj što se one baziraju na korištenju „slabih tačaka“ svojstvenih demokratskim društvima<sup>14</sup> tako što oponašaju formu i sadržaj legitimne političke debate, profitirajući na kategorijama koje se štite u okviru zaštite ljudskih prava, kao što su sloboda izražavanja, sloboda govora i sloboda medija. Pored toga, činjenica je da se informacione i digitalne tehnologije razvijaju tempom čiju brzinu zakonski propisi ne mogu pratiti, naročito kada se uzme u obzir potreba da se regulacija balansira sa zaštitom slobode govora i slobode medija.<sup>15</sup>

U online sferi, gdje debata o idejama i ideologijama više nego ikada ranije poprima globalni karakter, zaštita slobode govora – ali takođe i zaštita ličnih podataka, prava na privatnost, prava pojedinaca i manjina, državna sigurnost i sigurnost građana/ki – više nisu pitanja državnog, već međunarodnog pristupa. Uz izuzetak autoritarnih režima u kojima se poduzimaju represivne mjere kao što je online nadzor ili ograničavanje ili blokiranje određenih platformi, zakonodavstvo nacionalnih država niti je u skladu sa savremenim tokovima niti ima nadležnost nad globalnim kanalima komunikacije na internetu, koji su u stanju stalne promjene.

Stoga i taktike zloupotrebe tih kanala u maliciozne svrhe nastavljaju biti nekoliko koraka ispred zakonskih odgovora koji ostaju unutar granica demokratskih vrijednosti. Istaknuto mjesto u ovim procesima imaju velike internetske/digitalne kompanije i društvene mreže koje su do sada bile više dio problema nego dio rješenja. Ove globalne platforme, bez ograničenja i nezavisne od državnih internetskih domena, nisu odgovorne nijednoj pojedinačnoj državi, niti su u obavezi da se drže ujednačenih standarda transparentnosti i regulacije sadržaja u svim državama u kojima posluju. Bez organizovanog međunarodnog pristupa male su šanse da će se to promjeniti.

Konačno, procvat digitalnih tehnologija tektonski je potresao medijsko tržište i prinudio mnoge medije da smanje svoje kapacitete ili da počnu pribjegavati senzacionalističkim taktikama privlačenja publike, pri tome se spuštajući ispod standarda novinarske profesije. Ovo je još jedan pogodan faktor za širenje dezinformacija, što doprinosi eroziji javnog diskursa, kvaliteta političke debate i nivoa sveukupnog povjerenja u društvu.<sup>16</sup>

14) Akcioni plan za borbu protiv dezinformacija, Evropska komisija, Visoki predstavnik EU za vanjske poslove i sigurnosne politike", decembar 2018. <https://bit.ly/2EgPmBy>.

15) Claussen, Victor. "Fighting hate speech and fake news, The Network Enforcement Act (NetzDG) in Germany in the context of European legislation." Media Laws. mart 2018. <http://bit.ly/2IFX8YQ>.

16) Komunikacija komisije Evropskom parlamentu, Vijeću, Evropskom ekonomskom i socijalnom odboru i Odboru regija: "Suzbijanje dezinformacija na internetu: evropski pristup." Brisel. april 2018 <https://bit.ly/2UQXpco>.

## **1.1. POLITIČKE DEZINFORMACIJE: EVROPSKI KONTEKST**

Evropska unija je zvanično prepoznala ovakve i slične prijetnje još 2015. godine, nakon ruske aneksije Krima i rata u Ukrajini, koji je praćen porastom dezinformacijskih kampanja. U martu 2015. godine, Evropsko vijeće pozvalo je Visokog predstavnika da razvije Akcioni plan kojim bi se adresirao problem kampanja dezinformisanja koje su dolazile iz Rusije<sup>17</sup> što je rezultiralo uspostavljanjem East Stratcom Task Force u septembru 2015. U 2016. godini usvojen je Zajednički okvir za suzbijanje hibridnih prijetnji<sup>18</sup> nakon čega je uslijedilo osnivanje Jedinice za otkrivanje hibridnih prijetnji (EU Hybrid Fusion Cell) u okviru Obavještajnog i situacijskog centra Evropske službe za vanjsko djelovanje, koja prati i odgovara na hibridne prijetnje uključujući i dezinformacije. Iste godine, Evropska komisija, Facebook, Twitter, YouTube i Microsoft potpisale su **Kodeks za borbu protiv nezakonitog govora mržnje na internetu.**<sup>19</sup> U martu 2018, Vijeće Evrope daje izjavu u kojoj je navedeno da društvene mreže i digitalne platforme tek treba da obezbijede „transparentne prakse i punu zaštitu privatnosti i ličnih podataka građana/ki“.<sup>20</sup>

Evropski centar izvrsnosti za suzbijanje hibridnih prijetnji takođe je ustanovljen 2017 godine. Iste godine Evropski parlament usvojio je Rezoluciju kojom zahtijeva od Evropske komisije „da temeljno analizira trenutnu situaciju i zakonski okvir po pitanju lažnih vijesti i da odobri mogućnost zakonske intervencije kojom bi se ograničilo širenje lažnih sadržaja.“<sup>21</sup> Ekspertska grupa na visokoj razini Evropske komisije dostavila je svoj izvještaj u martu 2018. godine.<sup>22</sup>

Komisija je preduzela nekoliko dodatnih aktivnosti za suočavanje sa problemom ciljanog dezinformisanja, poput aktivnosti na jačanju medijske pismenosti<sup>23</sup> niza javnih konsultacija o tom pitanju.<sup>24</sup> U martu 2017. godine posebni izvjestitelji koje su imenovale međunarodne organizacije usvojili su **Zajedničku izjavu o slobodi izražavanja i „lažnim vijestima“, dezinformacijama i propagandi.**<sup>25</sup>

17) "Vijeće Evrope naglasio je potrebu da se suprotstavi tekućim ruskim dezinformacijskim kampanjama i pozvalo je Visokog predstavnika da u saradnji sa državama članicama i institucijama EU do juna pripremi akcioni plan za strateško komuniciranje. Uspostavljanje tima za komunikaciju je prvi korak u ovom smjeru." Zaključci sa sastanka Vijeća Europe. Sekretarijat Vijeća Evrope. <https://bit.ly/2V5sB91>.

18) Visoki predstavnik EU za vanjske poslove i sigurnosne politike. "Zajednička komunikacija Evropskom parlamentu i vijeću: „Zajednički okvir za suzbijanje hibridnih prijetnji, odgovor Evropske unije.“ Brisel. april 2016. <https://bit.ly/2Gpcr6g>.

19) Signed in 2016 in line with Framework Decision on combating certain forms and expressions of racism and xenophobia by means of criminal law adopted in 2008. Framework and direct download link for "Code of Conduct" can be found at the bottom of 2016 press release. <https://bit.ly/25vWgXU>.

20) Vijeće Evrope. "Zaključci sa sastanka Savjeta Evrope" European Council conclusions meeting, 22.3.2018. "General Secretariat of the Council. <https://bit.ly/2STFzbK>.

21) Evropski parlament: „Internetske platforme i jedinstveno digitalno tržiste.“ Juni 2017. <https://bit.ly/2P4qJcp>.

22) Evropska komisija. "Izvještaj ekspertske grupe na visokom nivou o lažnim vijestima i dezinformacijama na internetu." 2018. <https://bit.ly/2p4qjZr>.

23) Evropska komisija. "Akcioni plan za digitalno obrazovanje." Brisel, Usvojen u januaru 2018. godine <http://bit.ly/2TK8a04>.

24) Evropska komisija. "Sinopsis izvještaja o javnim konsultacijama o lažnim vijestima i dezinformacijama na internetu, april 2018. godine. <http://bit.ly/2ljN4VK>.

25) Specijalni izvjestitelj o slobodi mišljenja (UN), Organizacija za evropsku sigurnost i saradnju (OSCE), Predstavnik za slobodu medija (OAS – Organizacija američkih država), Specijalni izvjestitelj o slobodi izražavanja i Afrička komisija za humana i ljudska prava (ACHPR), i Specijalni izvjestitelj o slobodi izražavanja i pristupu informacijama. "Zajednička deklaracija o slobodi izražavanja i lažnim vijestima. Dezinformacije i propaganda." mart 2017. godine <http://bit.ly/2tta6yN>.

U aprilu 2018. godine Komisija je uputila Komunikaciju evropskom<sup>26</sup> u kojoj je najavila usvajanje Akcionog plana protiv dezinformacija koji je usvojen u decembru iste godine.<sup>27</sup>

Pored toga, nekoliko država članica preduzelo je zasebne korake u suzbijanju dezinformacija u kontekstu hibridnih prijetnji, sa posebnim naglaskom na zaštitu izbornih i demokratskih procesa. Slične aktivnosti odvijaju se i u drugim državama, od kojih neke prate i pitanja uspostavljanja i narušavanja granice između odgovaranja na hibridne prijetnje i zaštite političkih i medijskih sloboda i ljudskih prava.<sup>28</sup>

## 1.2. DEZINFORMACIJE: REGIONALNI KONTEKST

Intenzivne aktivnosti poput gore opisanih su izostale u regionu poznatom kao Zapadni Balkan i/ili Jugoistočna Evropa, i pored njegovog geopolitičkog položaja i novije istorije. Pozicija zemalja bivše SFRJ, koje ostaju među malobrojnim državama van EU na evropskom kontinentu, čini ih naročito plodnim tлом za ovu vrstu kampanja stranog uticaja. Ipak, ne postoji niti jedno sveobuhvatno regionalno istraživanje ili podaci o političkim dezinformacijama u ovom kontekstu, niti postoje zvanične politike koje bi definirale odgovor na takve pojave. Iako u zapadnim zemljama postoji opšti konsenzus o tome da se problemu dezinformacija, naročito u online sferi, treba pristupiti kao dijelu kompleksnijeg fenomena hibridnih prijetnji, on nije prepozнат od strane državnih aktera, akademске zajednice ili medijskih profesionalaca/ki u regiji.

U slučaju Bosne i Hercegovine, svijest o ovom pitanju je na još manje prisutna nego u susjednim zemljama. Dezinformacije su slabo ili nikako prepoznate kao moguća „hibridna prijetnja, a javna debata o mogućim odgovorima na takve prijetnje skoro i da ne postoji. To je posebno začuđujuće s obzirom na noviju istoriju BiH i činjenicu da je ona bila u žiži interesovanja i aspiracija susjednih zemalja prije, tokom i nakon oružanih sukoba iz 90-ih godina prošlog vijeka, što uključuje i ciljane kampanje dezinformisanja koje su bile dio ratne propagande.<sup>29</sup> Većina tih narativa, a naročito onih koje su propagirali mediji pod državnom kontrolom u Srbiji tokom devedesetih godina prošlog vijeka, i dalje postoje: globalne teorije zavjere koje se pripisuju vladama zapadnih zemalja; obavještajne agencije predstavljene kao „nalogodavci“ lokalnih aktera kritičnih prema aktuelnoj vlasti; međunarodni mediji predstavljeni kao sredstva propagande istih aktera; nezavisni lokalni mediji predstavljeni kao izdajnici koji „rade za neprijatelja“, itd. Imena aktera su se promijenila, a sredstva distribucije ovih narativa distribucije proširila na online kanale, ali je njihov sadržaj ostao skoro isti i u velikoj mjeri se podudara sa aktuelnim kampanjama dezinformisanja gdje se mediji predstavljaju kao poluge u rukama „duboke države“, koji rade po naređenjima političkih aktera i obavještajnih agencija.

26) "Suzbijanje dezinformacija na internetu: evropski pristup." april 2018. godine. <https://bit.ly/2UQXpc0>.

27) "Akcioni plan protiv dezinformacija." decembar 2018. godine

28) Samantha Bradshaw, Lisa-Maria Neudert, Philip N. Howard. "Government Responses to Malicious Use of Social Media."NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Riga, Latvija. Novembar 2018. godine. <http://bit.ly/2N40vFB>. 29 Ujedinjene nacije."Stanje ljudskih prava na teritoriji bivše Jugoslavije, specijalni izvještaj o medijima (E/CN.4/1995/54)." decembar 1994. godine.

Ovi obrasci, međutim, nisu u fokusu medijskih profesionalaca, donosioca odluka i akademske zajednice u državi. U nizu intervjuja koji su sprovedeni tokom ovog istraživanja, svi sagovornici/e se slažu da dezinformacije predstavljaju ozbiljan problem na lokalnoj medijskoj sceni i većina ih smatra politički motivisanim. Ipak, tokom razgovora o uzrocima koji leže u pozadini „eksplozije“ dezinformacija u online sferi, niko od ispitanika/ca nije spomenuo mogućnost stranog uticaja kao faktora koji tome doprinosi. Uzrok problema se i dalje posmatra samo u kontekstu lokalne partijske politike, to jest borbe za moć između mnogobrojnih političkih stranaka, etničkih animoziteta naslijedenih iz rata 1992–1995 (koji se takođe doživljavaju kao sredstvo lokalnih političkih partija za mobilizaciju svojih biračkih tijela), korištenje medija za zataškivanje dokaza o korupciji, diskreditaciju političkih protivnika i održavanje političkog klijentilizma.

Istovremeno, mentalitet zavjere iz devedesetih godina se nastavlja legitimizirati od strane političkih aktera, medija koje kontrolišu, kao i različitim „intelektualaca“ koji su javni uticaj stekli po političkoj liniji. Teorije zavjere su jednako legitimna tema „stručnih radova“, javnih izvještaja o medijima, opskurnih online portala, prepiski na društvenim medijima i svakodnevnih razgovora na ulici. Rezultat svega toga je paradoksalna situacija u kojoj se strani uticaji spominju skoro isključivo u kontekstu teorija zavjere: u očima većeg dijela lokalnog stanovništva zapadni mediji smatraju se glavnim izvorima dezinformacija, političke propagande i informacijskog rata.

## **FACT-CHECKING (PROVJERA ČINJENICA)**

Rast svijesti o fenomenu dezinformacija doveo je i do toga da se sve više posvećuje pažnja fenomenu poznatom kao fact-checking (provjera činjenica). U nekim slučajevima, ovakve inicijative se prepoznaju kao partneri institucija u suzbijanju dezinformacija, što je s vremenom doprinijelo njihovom bržem razvoju, međusobnom umrežavanju i rastu „pokreta za provjeru činjenica“ širom svijeta.<sup>30</sup>

Od 2014. godine, kada je osnovana Međunarodna mreža za provjeru činjenica (IFCN) uloženi su napori da se uspostave profesionalni standardi u fact-checkingu. U cilju jačanja odgovornosti i kredibiliteta ovih inicijativa, IFCN je objavio Principe za provjeru činjenica (principle stroke) kao obavezni standard za sve njegove potpisnike, kojim se osigurava kvalitet njihovog rada. Do sada je ove principe potpisala 61 fact-checking inicijativa, od čega su četiri iz regionala.<sup>31</sup>

Ohrabrujuća je činjenica da većina intervjuisanih sagovornika/ca – naročito među onima koji rade kao novinari/ke ili predaju novinarstvo na univerzitetima – prepoznaje važnost provjere činjenica, praćenja i analize medija kao alata za suzbijanje dezinformacija i modela koje trebaju razmotriti i ostali relevantni akteri.

30) Broj inicijativa za provjeru činjenica se utrostručio u protekle četiri godine – porastao je sa 44 na 149 širom svijeta. Mark Stencel and Riley Griffin "Fact-checking triples over four years." Duke Reporters Lab. USA. 22.2.2018. <http://bit.ly/2XrGolc>.

31) IFCN. "Verificirani potpisnici IFCN Kodeksa" Pristupljeno 8.1.2019. godine. <http://bit.ly/2GOU22G>.

## **2. PREGLED METODOLOGIJE<sup>32</sup>**

Uzorak za potrebe ovog istraživanja preuzet je iz baze podataka web stranice Raskrinkavanje<sup>33</sup>, platforme za fact-checking medijskih informacija. Baza podataka je analizirana tako što su ispitani sadržaj, učestalost, opseg i obrazac političkih dezinformacija koje se pojavljuju u uzorku. Materijal u bazi rezultat je jednogodišnjeg rada Raskrinkavanja (20.11.2017–20.11.2018.), tokom kojeg je Raskrinkavanje izvršilo provjeru 2.420 članaka objavljenih od strane 752 medija. Ovi članci su dobili 3.592 ocjene na platformi Raskrinkavanje.

Od ukupnog broja ocijenjenih medijskih manipulacija, političke dezinformacije pojavljuju se u 1.486 članaka koje je objavilo 477 medija. Članci koji sadrže političke dezinformacije dobili su 2.228 ocjene. Navedeni članci, ocjene i mediji čine uzorak koji je analiziran u ovom istraživanju.

## **SISTEM OCJENJVANJA**

Termin „ocjena“ koristi se s ciljem sažimanja i sistematizacije nalaza ustanovljenih verifikacijom činjenica. Na primjer, osnovna ocjena za tvrdnju ili izjavu bi bila „tačno“ ako odgovara činjenicama ili „netačno“ ako ne odgovara. Što se tiče metodologije provjere činjenica koju koristi Raskrinkavanje, sistem ocjenjivanja je kompleksniji. Osmisljen je tako da prepozna različite tipove netačnih ili obmanjujućih medijskih sadržaja i nije ograničen samo na izjave i tvrdnje „tačno“ i „netačno“. Raskrinkavanje koristi sljedeće ocjene:

**Lažna vijest** – namjerno plasiranje činjenično netačne informacije

**Prenošenje lažne vijesti** – prenošenje lažnih vijesti koje objavljaju drugi mediji

**Spin** – namjera da se skrene pažnja javnosti sa trenutno relevantnih događaja

**Dezinformacija** – iskrivljeno ili selektivno prikazivanje činjenica

**Manipulisanje činjenicama** – tumačenje činjenično tačnih informacija na obmanjujući način

**Pseudonauka** – predstavljanje nenaučnih ili pseudonaučnih tvrdnji kao naučnih činjenica

**Teorija zavjere** – eksplicitna ili implicitna tvrdnja o postojanju skrivenog zlonamjernog plana bez pružanja dokaza za to

**Pristrasno izvještavanje** – medijski izvještaj koji zagovara ili otvoreno favorizuje jednu stranu u sporu ili kontroverzi; i/ili prikazuje drugu stranu u negativnom svjetlu bez prilike za komentar

**Cenzura** – namjerno izostavljanje relevantnih informacija ili njihovo uklanjanje nakon objavljivanja

**Klikbejt** – naslov koji nema uporište u tekstu i služi samo za privlačenje pažnje

**Prikriveno oglašavanje** – promotivni materijal predstavljen kao informativni sadržaj

**Neprovjeroeno** – tvrdnje koje ne mogu biti provjerene, najčešće zbog nepostojanja izvora koji mogu potvrditi informaciju

32) Prilog 1: Metodologija.

33) Dostupno na: [www.raskrinkavanje.ba](http://www.raskrinkavanje.ba)

**Satira** – jasno naznačen satirični sadržaj koji potencijalno može biti prepoznat kao stvarna vijest

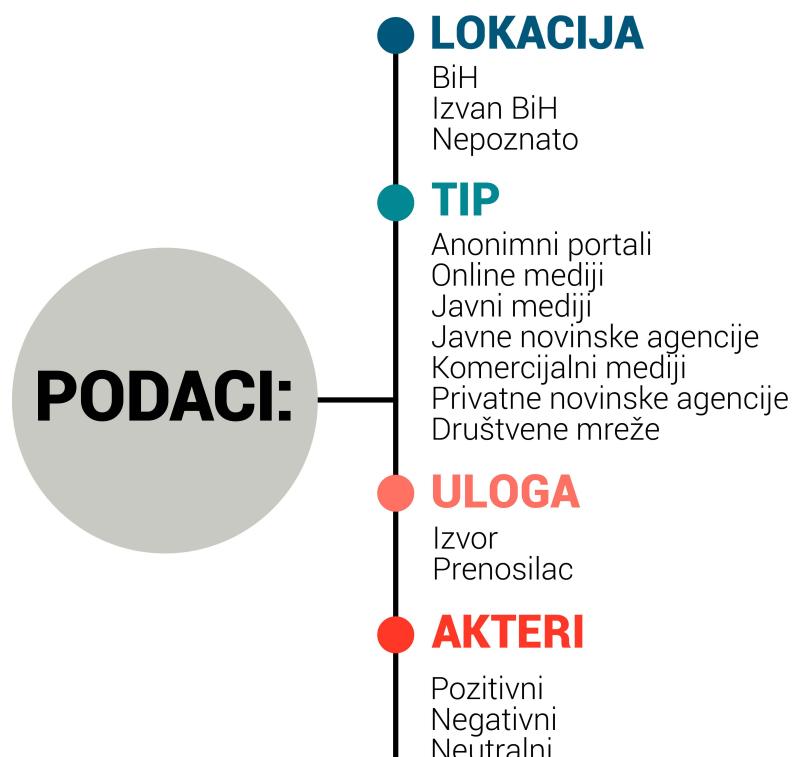
**Greška** – netačna informacija objavljena kao rezultat nenamjerne greške

**Demanterano** – demanti prethodno objavljene netačne informacije

Raskrinkavanje zasebno ocjenjuje svaku medijsku manipulaciju koja se pojavi u jednom medijskom izvještaju. Ako, recimo, jedan članak ima obmanjujući naslov, on će biti ocijenjen kao „klikbejt“. Ako isti članak sadrži i eksplicitno netačnu izjavu, biće ocijenjen i kao „lažna vijest“. Obje ocjene (klikbejt i lažna vijest) će tako biti dodijeljene istom članku u bazi podataka. S obzirom na ovakav sistem ocjenjivanja, baza podataka sadrži više ocjena nego ocijenjenih članaka.

Ukoliko više medija objavi isti manipulativni sadržaj – na primjer, istu teoriju zavjere – svi takvi članci se bilježe i ocjenjuju na Raskrinkavanju. Svaki članak dobija istu ocjenu (teorija zavjere) i svi će se evidentirati u istoj fact-checking analizi na Raskrinkavanju.

Ocjene, članci, fact-checking analize i nazivi medija čine osnovni set podataka Raskrinkavanja. Ovi podaci su primarno raspoređeni i analizirani da bi se ustanovilo kako različite kategorije medija učestvuju u kreiranju i širenju političkih dezinformacija u BiH i regionu, te da bi se utvrdili subjekti dezinformacija koje objavljaju.



Nakon toga sprovedena je detaljna analiza koja identificuje međusobne veze između medija koji su najčešći izvori dezinformacija, za koju su korištene metode obrade podataka pod nazivom „Association rule mining“ (“Otkrivanje pravilnosti u vezama”) i „Market Basket Analysis“ (“Analiza potrošačke korpe”).

Glavni cilj ovog dijela istraživanja bio je da se odredi da li postoje grupe medija koje ciljano objavljuju i prenose iste političke dezinformacije i to čine redovno, kontinuirano i sa određenom pravilnošću.



Pored toga, provedena je analiza regulatornog i samoregulatornog okvira za medije u BiH, kao i niz intervjuja sa predstavnicima/cama medijske i akademske zajednice, te relevantnih institucija.

Ovaj dio istraživanja daje uvid u snage i slabosti postojećeg legislativnog i samoregulatornog okvira za suzbijanje medijskih dezinformacija, kao i uvid u stavove relevantnih aktera o ovom problemu.<sup>34</sup>

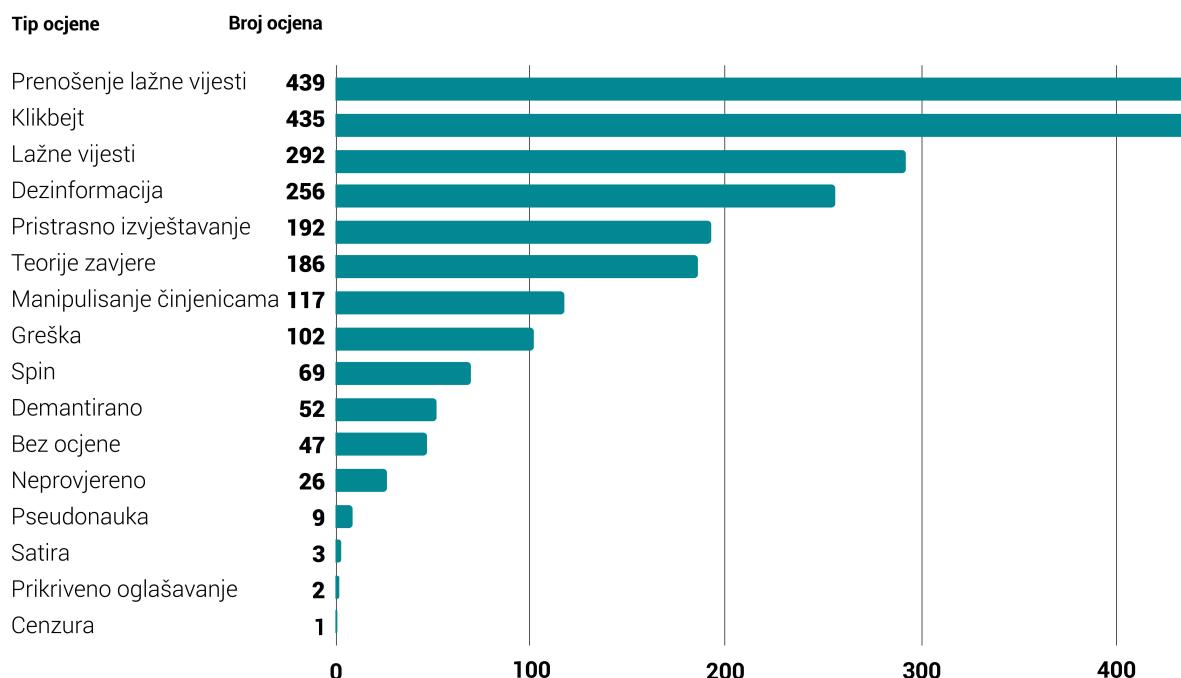
34) Od 23 kontaktirane osobe, 16 je pristalo na intervju, dvije su dale kratke izjave telefonskim putem, dok pet nije odgovorilo na zahtjev. Intervjui su obavljeni sa pet osoba iz institucija vlasti, tri sa osobama sa odsjeka za žurnalistiku na bh. univerzitetima, jednom iz samoregulatornog tijela i sedam novinara/ki i urednika/ca.

### **3. ANALIZA PODATAKA**

#### **3.1. TIPOVI MEDIJSKIH MANIPULACIJA**

Kako je već navedeno, ocjene date prilikom fact-checkinga odgovaraju različitim tipovima medijskih manipulacija koje se pojavljuje u analiziranim člancima. Kada su u pitanju političke dezinformacije koje su u fokusu ovog istraživanja, dominantni tip medijske manipulacije u analiziranom uzorku je svjesno proizvođenje lažnih informacija.

Ovaj tip manipulacije odgovara ocjenama „Lažna vijest“, koja se pojavljuje 292 puta, te „Prenošenje lažnih vijesti“ koje se pojavljuje 439 puta (ukupno 731 ocjena). Ove dvije ocjene čine 32,8% svih političkih dezinformacija koje su ocijenjene i analizirane za potrebe ovog istraživanja (ukupno 2.228 ocjena).



Slika 1: **Distribucija ocjena u uzorku**  
**(Total: 2,228)**

„Klikbejt“ se pojavljuje kao drugi najčešći tip medijske manipulacije sa udjelom od 19,52% u ukupnom broju ocjena. Ovaj nalaz upućuje na zaključak da su ekonomski faktori (ostvarivanje profita na osnovu čitanosti i/ili reklama) jedan od značajnih motiva za kreiranje političkih dezinformacija.

Ocjene „Dezinformacija“, „Pristrasno izvještavanje“ i „Manipulisanje činjenicama“ su takođe među često korištenim tipovima medijskih manipulacija, sa udjelom od 25,36% u ukupnom broju ocjena. Značajna zastupljenost ovih ocjena ukazuje na to da se namjera za obmanjivanjem javnosti ne svodi samo na „lažne vijesti“, već se u tu svrhu često koriste sofisticirane manipulacije.

„Cenzura”, kako je definisana u metodologiji Raskrinkavanja, pojavljuje se u bazi podataka tri puta (0,04%). Ovaj nalaz ne treba tumačiti kao indikator nepostojanja medejske (auto)cenzura, s obzirom da on više govori o tome da je ovaj tip manipulacije najteže dokazati van svake sumnje, u skladu sa fact-checking metodologijom.

Ocjena „Demantirano“ pojavljuje se 52 puta i dodjeljuje se člancima kada dođe do ispravke netačnih informacija, što se u praksi najčešće dešava nakon što Raskrinkavanje kontaktira medij čiji se sadržaj ocjenjuje i ukaže na netačnosti u tekstu. Ocjena „Greška“ koja se definira kao nemamjerno objavljivanje netačnih informacija, pojavljuje se 102 puta, tj. u 4,57% slučajeva.

## **3.2. ANALIZA MEDIJSKOG UZORKA**

### **3.2.1. TIPOVI MEDIJA**

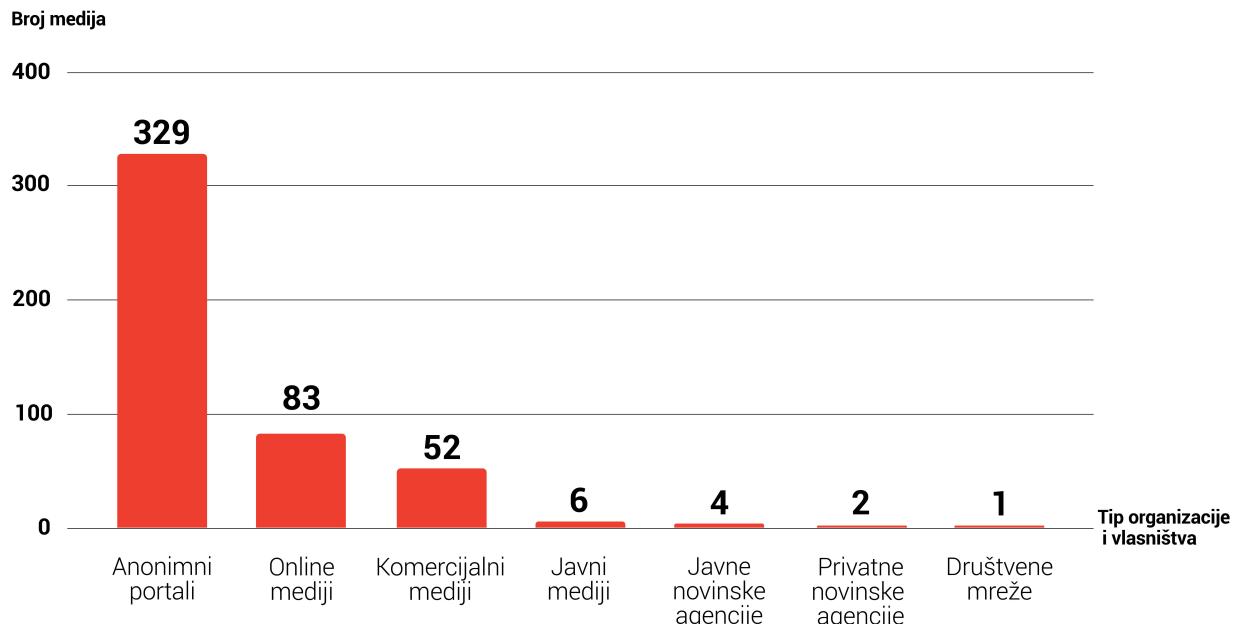
U svrhe ovog istraživanja, mediji u bazi podataka su razvrstani u sedam kategorija koje su definisane na osnovu vlasničke strukture i tipa organizacije:

- **Javni mediji:** Mediji u javnom vlasništvu (većinski vlasnik je država, entitet, kanton ili jedinica lokalne samouprave) i njihova online izdanja.
- **Javne novinske agencije:** Novinske agencije u većinski javnom vlasništvu.
- **Privatne novinske agencije:** Novinske agencije u privatnom vlasništvu.
- **Komercijalni mediji:** Štampani ili elektronski mediji u privatnom vlasništvu (TV stanice, radio stanice, novine, časopisi) i njihova online izdanja.
- **Online mediji:** Mediji koji postoje samo kao online izdanja (nemaju štampana izdanja, radio ili TV stanice) i imaju jasno vidljiv impresum i informacije o vlasničkoj strukturi.
- **Anonimni portalni:** Online mediji koji ne objavljaju nikakve informacije o vlasničkoj strukturi i uredništvu.
- **Društvene mreže:** Profili i stranice na društvenim mrežama koji se oni pojavljuju kao izvori dezinformacija.

Uloga različitih tipova medija u širenju političkih dezinformacija ispitana je tako što su izračunate kumulativne ocjene za svaki tip medija. Zbir ocjena za svaki tip medija sadrži sve ocjene koje su date svakom pojedinačnom mediju koji pripada tom tipu medija.

Analizom je utvrđeno da većina medija koji objavljaju političke dezinformacije spada u kategoriju anonimnih portalnih, pri čemu je njihov ukupni broj u uzorku veći od broja svih ostalih tipova medija zajedno. „Procvat“ anonimnih sajtova koji se predstavljaju kao mediji jedan je od glavnih problema u online medijskoj sferi, na šta je ukazala i većina intervjuisanih sagovornika/ca, s obzirom da ne postoji ni zakonski ni samoregulacijski mehanizmi za adresiranje njihovog djelovanja.

Ovaj tip „medija“ stoga najviše doprinosi širenju političkih dezinformacija putem interneta. Sa druge strane, ukupno 12 izvora ili prenosnika političkih dezinformacija čine javni mediji i novinske agencije (javne i privatne).



Slika 2: **Tipovi medija u uzorku**  
**(Total: 477)**

Anonimni portali su najistaknutiji i najčešći "proizvođači" medijskih manipulacija ocjenjenih kao „Lažna vijest“, „Klikbejt“, „Desinformacija“ i „Pseudonauka“ (više od 50% udjela u ukupnom uzorku). Oni su, sasvim očekivano, i tip medija koji je najskloniji korištenju klikbejta, što je takođe i najčešći tip manipulacije koja se pojavljuje na ovim portalima (298 od 1.144 ocjena), kao i manipulacija koju ovi mediji koriste mnogo češće nego drugi tipovi medija (68,51% – više od dvije trećine svih klikbejta objavlili su anonimni portal).

Anonimni portali su takođe najzastupljeniji tip medija u ukupnom broju namjerno plasiranih činjenično netačnih informacija, kako u ulozi izvora (58,2% svih objavljenih lažnih vijesti) tako i u ulozi prenosnika (54,2% svih lažnih vijesti prenesenih iz drugih izvora).

Ocjene kao što su „Spin“ i „Pristrasno izvještavanje“ takođe su visoko zastupljene u ovom tipu medija, što ukazuje na mogućnost postojanja političkih ili ideoloških agendi u pozadini djelovanja nekih od anonimnih „medija“, budući da su ove ocjene uglavnom povezane sa takvim narativima.

Nasuprot tome, za ovaj tip medija je najmanje vjerovatno da će objaviti demantij netačne informacije: iako objavljaju najviše medijskih manipulacija, anonimni portali su u ukupnom broju demantija zastupljeni sa tek 19%. Ovi podaci govore u prilog činjenici da: 1.) „divlji“ portali, kako ih opisuju neki/e ispitanici/e, proizvode najveći deo obmanjujućeg medijskog sadržaja na internetu; 2.) ovaj tip "medija" pokazuje malo ili nimalo odgovornosti prema svojim čitaocima i/ili standardima novinarske profesije. Kvalitativnom analizom njihovog sadržaja, u kombinaciji sa ovim kvantitativnim podacima, takođe dolazi se do dva zaključka: 1.) njihova intenzivna upotreba klikbejta pokazuje da im je profit osnovni motiv; 2.) ekonomski dobit, ipak, nije jedini motiv za objavljivanje političkih dezinformacija u ovom tipu "medija".

**Online mediji** sa transparentnom vlasničkom i uredničkom strukturu objavljaju najviše sadržaja sa ocjenom „Demantirano“ (42,31% svih objavljenih demantija). Ovaj tip medija takođe ima znatan udio u sljedećim ocjenama: „Manipulisanje činjenicama“ (25,64%), „Pristrasno izvještavanje“ (20,83%) i „Greška“ (28,43%). Veliki broj grešaka u njihovom radu ide u prilog činjenici da tržište online medija zahtjeva intenzivnu produkciju sadržaja, pri čemu većina online medija nema dobru praksu osiguravanja kvaliteta sadržaja. Ono što najčešće izostaje je korak provjere činjenica prije objavljivanja informacije, što često rezultira pravljenjem nemamernih grešaka.

Razlika između online portala koji jesu i nisu anonimni je najočiglednija kada je u pitanju upotreba klikbejta, koji je daleko manje prisutan na legitimnim portalima nego na anonimnim portalima (17,7% u poređenju sa 68,5% udjela u ukupnom broju klikbejta). Ipak, ovaj tip medija takođe se pojavljuje i kao drugi najveći izvor svjesno plasiranih netačnih informacija, sa 15,75% svih „Lažnih vijesti“ i 19,36% svih „Prenošenja lažnih vijesti“.

**Komercijalni mediji** imaju 20,83% udjela u „Pristrasnom izvještavanju“, 24,22% u ocjeni „Dezinformacija“ i drugi najveći udio u ocjeni „Demantirano“ (32,69%). Ovi nalazi navode na zaključak da se komercijalni mediji češće koriste manipulativnim interpretacijama informacija nego što objavljaju potpuno netačne informacije, istovremeno pokazujući tendencije ka pristrasnom oblikovanju vijesti i održavajući određeni nivo činjenično tačnog izvještavanja.

**Novinske agencije** uglavnom objavljaju vijesti sa ocjenom „Spin“, „Teorija zavjere“, „Neprovjereno“ i „Lažna vijest“. Ovakav rezultat je u najvećoj mjeri uslovjen radom jedne novinske agencije (Srna) koja je odgovorna za većinu manipulacija u ovom tipu medija, pri čemu vidna politička pristrasnost njenog izvještavanja utiče i na strukturu ocjena u ovoj kategoriji.

**Privatne novinske agencije** objavile su 4,35% vijesti sa ocjenom „Spin“ i 3,85% sa ocjenom „Neprovjereno“. Ovaj tip medija ima udio od 2,15% u ocjeni „Teorija zavjere“, i 1,56% u ocjeni „Pristrasno izvještavanje i „Dezinformacija“.

**Javne novinske agencije** objavile su ukupno 57 medijskih manipulacija. One imaju najveći udio u ocjeni „Neprovjereno“ (7,69%) i „Teorija zavjere“ (6,45%). Udio od 3,42% u ukupnoj ocjeni „Manipulisanje činjenicama“ i 4,69% u ocjeni „Pristrasno izvještavanje“ takođe je zabilježen kod javnih novinskih agencija kao i udio od 2,9% u ocjeni „Spin“. Značajan je nalaz da su javne novinske agencije bile izvor lažnih vijesti u 4,11% slučajeva, a prenosile su 1,59% lažnih vijesti iz drugih medija.

**Javni mediji** objavili su 26,09% ukupnih vijesti sa ocjenom „Spin“, 19,23% sa ocjenom „Neprovjereno“ i 18,23% sa ocjenom „Pristrasno izvještavanje“ - rezultat koji navodi na zaključak da postoje jaki politički motivi iza medijskih manipulacija koje se objavljaju u ovom tipu medija.

### **3.2.1.1. DOMET NA DRUŠTVENIM MREŽAMA**

Različiti tipovi medija imaju različite pristupe publici. Manipulativna upotreba društvenih medija da bi se postigla bolja vidljivost i došlo do velikog broja ljudi prepoznatljiva je strategija anonimnih portala. S obzirom na to da je Facebook najpopularnija društvena mreža u BiH i regionu, oko njega je izgrađen cijeli model "poslovanja" anonimnih portala - fenomen koji je na Raskrinkavanju označen kao kreiranje „farmi portala”.<sup>35</sup>

#### **NAČIN RADA ANONIMNIH „MEDIJA“**

Većina anonimnih portala koje se pojavljuju u ovom uzorku nastale su kao manifestacija fenomena koji se naziva „farme portala“. U pitanju su mreže web stranica i Facebook grupe koje kreira ista osoba ili osobe, a koje usmjeravaju posjetitelje/ke jedna na drugu kako bi povećale vidljivost i domet sadržaja koje objavljuju. Iako izgledaju kao mediji koji prenose vijesti, one nemaju redakciju, urednike/ce ni novinare/ke; obično ih vodi ih jedna osoba ili manja grupa ljudi koji ostaju anonimni i koriste sve načine da sakriju svoj identitet u registrima podataka o stranici.

Ekonomski korist vlasnika/ica je jedini razlog postojanja ovakvih "medija", te su iz tog razloga ove stranice pretrpane oglasima, obično onim sa Google AdSense platforme. Većina ih je povezana sa nekoliko Facebook grupe ili Facebook stranica koje obično nisu vidno vezane sa portalom (ne pojavljuju se kao zvanične Facebook stranice portala) i na prvi pogled djeluju kao nekomercijalne stranice koje objavljuju "zabavne" sadržaje. Na taj način se privlače korisnici/e Facebooka koji počinju "pratiti" ove stranice ne znajući njihovu stvarnu svrhu.

Osobe koje su ciljna grupa ovakvih „medija“ najčešće su potpuno nesvesne njihovih unutrašnjih mehanizama koji se zasnivaju na objavljuvanju obmanjujućeg sadržaja ili sadržaja koji predstavlja "najmanji zajednički imenitelj" (klikbejt naslovi, senzacionalističko "izvještavanje" i sl.) i korištenju mreža Facebook stranica za promociju tih sadržaja. Grupa portala i Facebook stranica koje su uvezane na taj način i "linkaju" jedne na druge, čine jednu "farmu portala".

"Farme" koje su najuspješnije u upotrebi ovih manipulativnih taktika, uspijevaju doći do ogromnog broja ljudi na društvenim mrežama, sve vrijeme ostajući u potpunoj anonimnosti i van pažnje mainstream medija ili šire javnosti. Takve „farme“ predstavljaju glavne multiplikatore „dezinformacijskog ekosistema“.

Jedna od prvih takvih "farmi" koje su prepoznate kroz rad Raskrinkavanja, razvijena je oko Facebook stranice Sarajevo Grad i tri povezane Facebook stranice sa ukupnim dometom od 466.000 pratitelja/ki na ovoj društvenoj mreži.<sup>36</sup>

35) Zulejhić, Emir. „Farme portala: Biznis u kom vaše vrijeme postaje tuđi novac“. Raskrinkavanje. Novembar 17, 2018. <https://bit.ly/2WILFjf>

36) Sarajevo Grad. 271.912 pratitelja/ki. <http://bit.ly/2H87y0P>; Vijeće iz regije. 54.372 pratitelja/ki. <http://bit.ly/2GOOfJw>; Bosna i Hercegovina. 69.740 pratitelja/ki. <http://bit.ly/2SvgyFN>; Sarajevo Grad II. 76.569 pratitelja/ki. <http://bit.ly/2Nvuulr>; Prijenos podataka 24.1.2019. godine.

Od 2011. godine, ove stranice su redovno dijelile sadržaje sa 25 međusobno povezanih portala, od kojih je većina u međuvremenu ugašena zbog kršenja pravila Google AdSense-a (vještačkom povećavanje broja pregleda stranice, manipuliranje pretraživačima, nedozvoljeno nametanje reklamnog sadržaja i sl.). Do gašenja ovih stranica dolazi nakon što Google detektuje navedene "prekršaje" i povuče dozvolu za korištenje AdSense usluge. Portal na taj način postaje beskoristan za osobe koje ga vode jer više ne donosi profit od reklama, te se on gasi i kreira se novi koji se zatim promovira putem već uspostavljenih kanala (mreže Facebook stranica).

Neke od ovih farmi imaju još veći domet od gore opisane, koji se ne može ni porebiti sa dometom čak i najčitanijih "regularnih" medija. Jedan takav primjer je polu-anonimni portal Novi,<sup>37</sup> koji koristi ukupno 58 Facebook stranica za promovisanje sadržaja sa glavnog portala (novi.ba) i nekoliko povezanih domena koji imaju domet od nevjerojatnih 6.670.421 pratioca na Facebooku.<sup>38</sup>

Dva anonimna portala iz uzorka koji objavljaju najviše političkih dezinformacija su gore pomenuti Sarajevo Grad i Poskok (drugi ne pripada „farmi portala“ i ima znatno manji domet na društvenim mrežama).

Anonimni portali, dakle, su tip medija koji ima najveći domet na društvenim mrežama. Online mediji (kako su definisani u ovom istraživanju<sup>39</sup>) se nalaze na drugom mjestu. Izuzeci su RTS (javni medijski servis u Srbiji) i Sputnik (izdanje ruske novinske agencije u Srbiji).

37) Portal je nekoliko puta mijenjao podatke o vlasništvu i uredništvu, koji trenutno sadrže samo osnovne informacije (izdavač, direktor kompanije), dok su imena urednika/ca i autora/ki uklonjena. Većina tekstova objavljena je anonimno. Portal ne otkriva stranice na društvenim mrežama koje koristi za promociju svojih sadržaja, osim "službene" koja nosi isto ime. Iako je ovaj portal dobio preko 80 ocjena na Raskrinkavanju, ne pojavljuje se u ovom uzorku zato što je uglavnom usmjeren na estradne teme, traćeve i slične sadržaje, a ne na političke dezinformacije. Profil medija dostupan je na stranici Raskrinkavanja na adresi: <http://bit.ly/2Vq1NzE>

38) Podaci prikupljeni pomoću alata "CrowdTangle" i putem Facebook pretrage. <http://bit.ly/2IPTBHc>

39) T Mediji koji postoje samo kao web stranice

**Broj osoba koje prate Facebook stranice dva najčešća izvora dezinformacija u svakom tipu medija:<sup>40</sup>**

**ANONIMNI PORTALI:**

- Sarajevo grad: 271,772<sup>41</sup> + 76,575<sup>42</sup> + 69,743<sup>43</sup> + 54,372<sup>44</sup> (Total: 466,000)
- Poskok: 28,654<sup>45</sup>

**JAVNI MEDIJI:**

- RTRS: 46,734<sup>46</sup>
- RTS: 351,713<sup>47</sup>

**KOMERCIJALNI MEDIJI:**

- Alternativna televizija: 58,944<sup>48</sup>
- Informer: 98,506<sup>49</sup>

**ONLINE MEDIJI:**

- Srbija danas: 306,567<sup>50</sup> + 228,667<sup>51</sup> (total: 564,000)
- Fresh press: 107,918<sup>52</sup>

**NOVINSKE AGENCIJE:**

- Sputnik Srbija: 112,430<sup>53</sup>
- Patria: 19,047<sup>54</sup>
- Srna: 1,762<sup>55</sup>
- Tanjug: 15,731<sup>56</sup>

40) Svim Facebook stranicama pristupljeno je 22.1.2019.

41) Sarajevo Grad. <http://bit.ly/2UIA3Mm>

42) Sarajevo Grad. <http://bit.ly/2IQ60Lq>

43) Sarajevo Grad. <http://bit.ly/2EM8lxF>

44) Sarajevo Grad. <http://bit.ly/2UjLqV6>

45) Poskok. <http://bit.ly/2TtM19v>

46) RTRS. <http://bit.ly/2NlYDnV>

47) RTS. <http://bit.ly/2XFr0Yz>

48) Alternativna televizija. <http://bit.ly/2TeUa28>

49) Informer. <http://bit.ly/2XFovp6>

50) Srbija danas. <http://bit.ly/2ENpXhR>

51) Srbija danas. <http://bit.ly/2XFFbgb>

52) Fresh press. <http://bit.ly/2EOta0J>

53) Sputnik Srbija. <http://bit.ly/2C2FSHy>

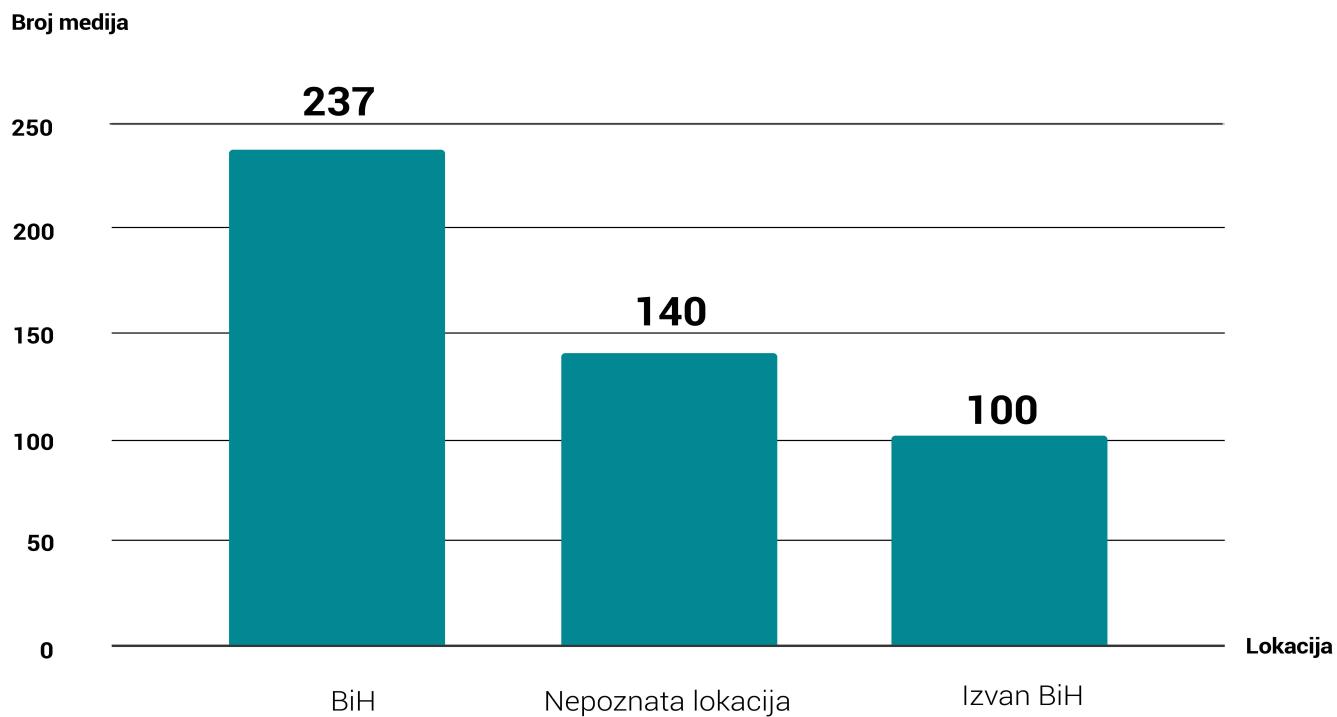
54) Patria. <http://bit.ly/2H0VOy4>

55) Srna. <http://bit.ly/2ED1quv>

56) Tanjug. <http://bit.ly/2TfoGsN>

### **3.2.2. LOKACIJA MEDIJA IZ UZORKA**

Većina medija koji se pojavljuju u uzorku (više od polovine) nalazi se u BiH. U njemu je, međutim, prisutan i veliki broj medija čiju lokaciju nije moguće utvrditi. To su anonimni portali koji se obraćaju publici u regionu i njih je nemoguće povezati sa jednom lokacijom.<sup>57</sup> U uzorku je prisutno i 100 medija koji su locirani u susjednim državama, uglavnom u Srbiji.



**Slika 3: Lokacija medija iz uzorka**

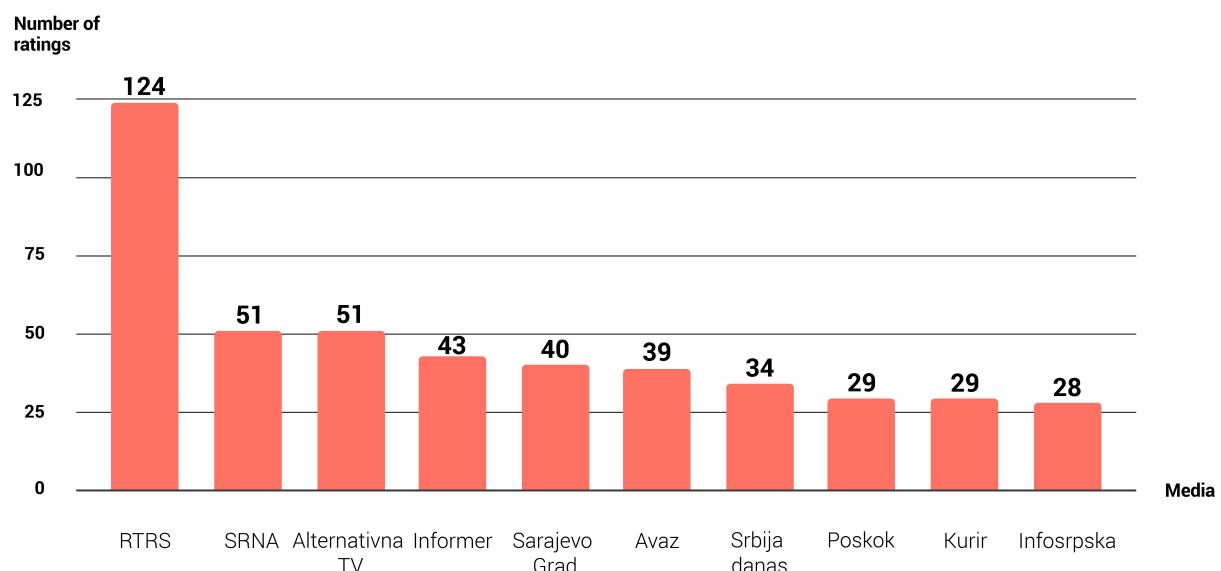
**(Total: 477)**

<sup>57</sup> Annex 1: Methodology.

### **3.2.3. POJEDINAČNI MEDIJI**

Kao što je već navedeno, 2.228 ocjena u bazi podataka Raskrinkavanja odnose se na političke dezinformacije, dok je 477 različitih medija dobilo ocjene za objavljivanje takvog sadržaja tokom jedne godine. To u prosjeku daje 4,67 medijskih manipulacija političke sadržine po jednom mediju u naznačenom periodu.

Iako su anonimni portali dominantni u uzorku i po brojnosti i po broju ocjena, pojedinačni medij sa najvećim brojem ocjena je RTRS, javni medijski servis u Republici Srpskoj, a slijede ga još dva medija iz RS: Srna, javna novinska agencija i Alternativna televizija, komercijalni medij. Na slici ispod je prikazano deset individualnih medija koji su objavili većinu političkih dezinformacija u protekloj godini. Samo dva (Sarajevo grad i Infosrpska) pripadaju kategoriji anonimnih portala.

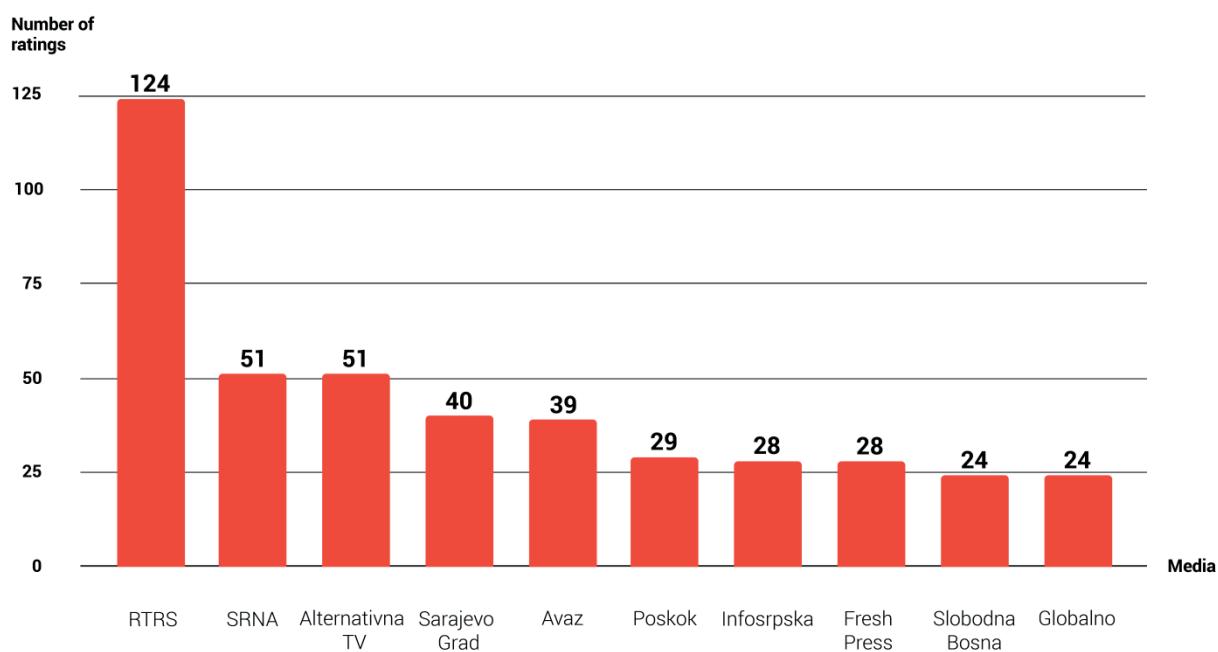


**Slika 4: Deset medija koji su objavili najviše političkih dezinformacija  
(Total: 1,461)**

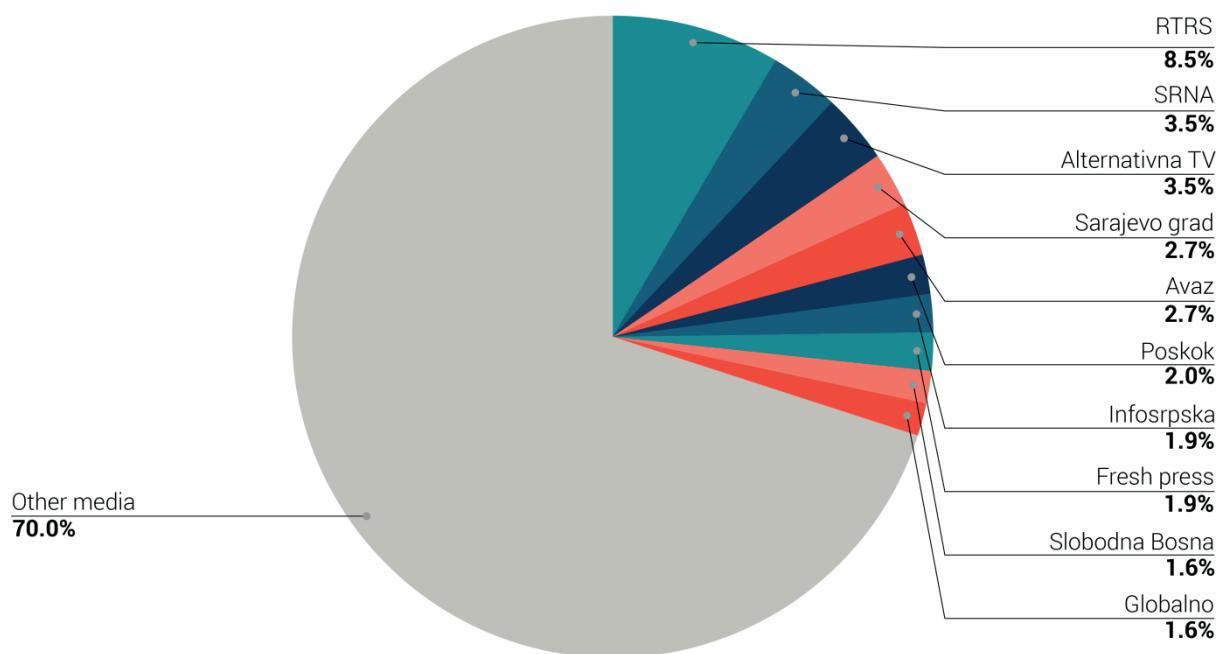
Od ovih deset medija, sedam je locirano u BiH, a tri u Srbiji. Mediji za koje je ustanovljeno da su locirani u BiH dobili su ukupno 1.461 ocjenu (65,57% svih medijskih manipulacija). Mediji iz BiH objavili su minimalno jednu političku dezinformaciju mjesечно u 12 mjeseci obuhvaćenih istraživanjem.

Više od polovine njih objavilo je barem dvije dezinformacije mjesечно. Ključni nalaz je da je 8,81% svih političkih dezinformacija u bh. medijima objavljeno od strane jednog medija u javnom vlasništvu - Radio televizije Republike Srpske (RTRS).

Sljedeći mediji iz BiH pojavljuju se kao glavni izvori političkih dezinformacija:

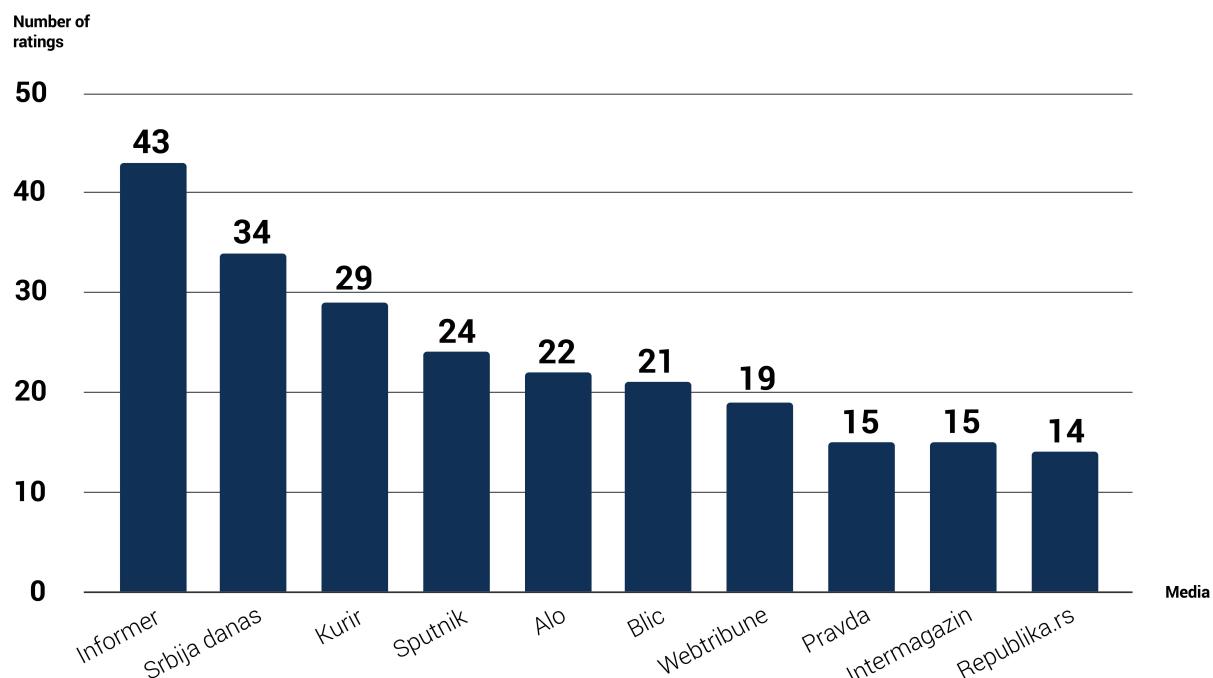


**Slika 5: Deset medija iz BiH koji su objavili najviše političkih dezinformacija (ocjene)**  
**(Total: 1,461)**



**Slika 6: Deset medija iz BiH koji su objavili najviše političkih dezinformacija (procenat)**  
**(Total: 1,461)**

Ukupno 523 ocjene (23,47% svih medijskih manipulacija) dobili su mediji sa sjedištem van BiH. Svi mediji koji zauzimaju prvih deset mesta na ovoj listi imaju sjedište u Srbiji. Čak i kada se lista proširi na prvih dvadeset medija koji su objavili najviše dezinformacija, u njoj se pojavljuju samo dva medija koja se ne nalaze u Srbiji (Dnevno.hr na 14. mjestu i Max portal na 20. mjestu, oba iz Hrvatske).



**Slika 7: Broj ocjena po mediju (izvan BiH)**

**(Total: 523)**

Ostale 224 dezinformacije (10,95%) objavljene su u medijima čiju lokaciju nije moguće utvrditi. Dvadeset portala iz ove kategorije koji su objavili najviše medijskih manipulacija<sup>58</sup> odgovorno je za tek nešto više od 4% svih političkih dezinformacija u uzorku.

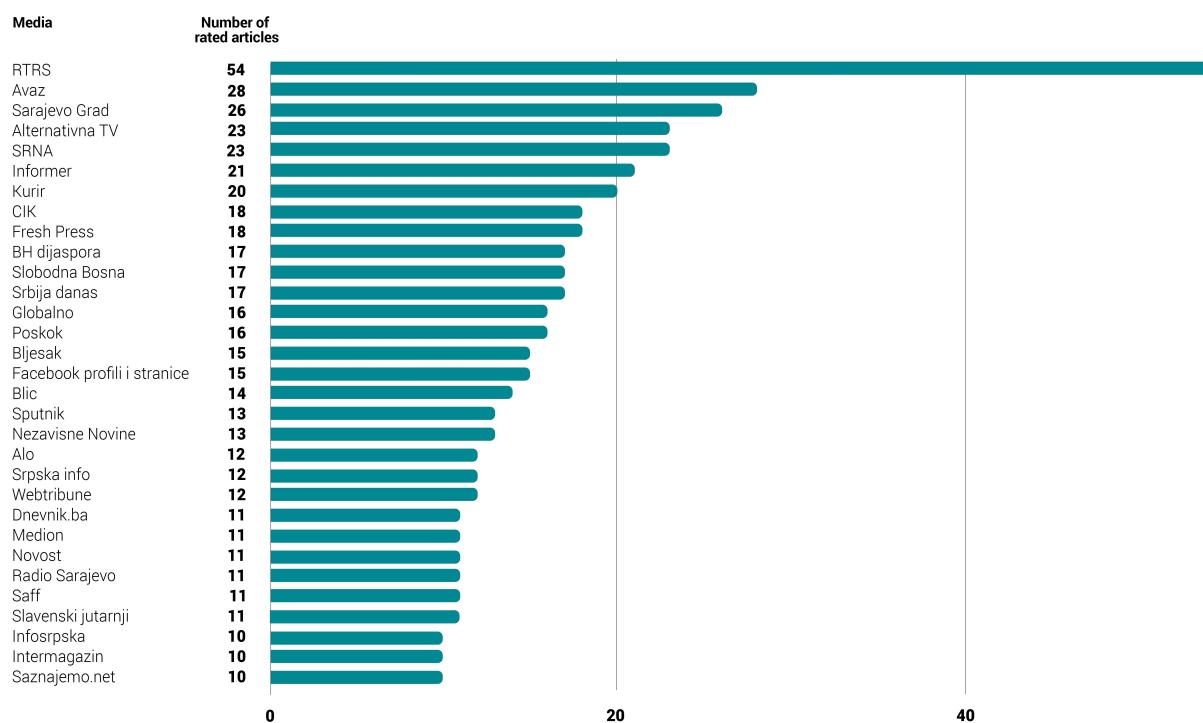
Do sada predstavljeni podaci zasnivaju se na broju ocjena koje je svaki od ovih medija dobio u protekloj godini, to jest na broju pojedinačnih manipulacija koje je taj medij objavio.

Drugi pristup analizi učešća svakog pojedinačnog medija u proizvodnji političkih dezinformacija je statistika bazirana na broju članaka koji su u ovom periodu ocijenjeni na Raskrinkavanju.

<sup>58</sup> To su: Vijesti 24h, Vijesti 24.net, Skandalozno, Dnevne vijesti, IBalkan, Balkanis, Islam-live, Balkanija, Balkan vesti, Wikisi.wordpress, Relevantno, Prati svoje snove, Najljepsi Citati, Klix.online, Instant 24, Euskola, Dnevne-Vijesti.gq, Balkan.website, 24h Zanimljivosti, te nekoliko Facebook stranica i profila.

Drugi pristup analizi učešća svakog pojedinačnog medija u proizvodnji političkih dezinformacija je statistika bazirana na broju članaka koji su u ovom periodu ocijenjeni na Raskrinkavanju. Članak može dobiti više od jedne ocjene u slučajevima kada sadrži više od jedne medijske manipulacije, zbog čega broj ocjena i broj članaka nisu isti. Da bi se članak pojavio u bazi podataka mora dobiti najmanje jednu ocjenu, što znači da sadrži najmanje jedan vid medijske manipulacije.

Mediji koji su objavili 10 ili više takvih članaka, bez obzira na njihov tip i lokaciju, su sljedeći:



**Slika 8: Mediji sa 10 ili više članaka koji sadrže političke dezinformacije**

Kada se uporede svi do sada predstavljeni podaci, ključni nalazi o **medijima koji objavljaju političke dezinformacije u BiH (i u regionu) su sljedeći:**

- Anonimni portali, koji uglavnom nisu profesionalni mediji, predstavljaju tip medija koji se najčešće pojavljuje u uzorku i najviše doprinosi stvaranju i širenju dezinformacija na internetu. Sa druge strane, kada se mediji gledaju pojedinačno, anonimni portali ne predstavljaju glavne izvore političkih dezinformacija. Njihovi najčešći izvori su dva javna medija, RTRS i Srna, što je posebno zabrinjavajući nalaz.<sup>59</sup>

<sup>59</sup> Ne postoje standardne prakse niti pravila koja obavezuju Regulatornu agenciju za komunikacije da se strožije odnosi prema javnim medijima, ili da prioritizira monitoring istih. Monitoring RTV programa koji je RAK vršio u proteklih nekoliko godina ipak jeste uključivao i povremeno praćenje javnih emitera. Nakon monitoringa informativnih emisija na RTRS tokom perioda od mjesec dana sredinom 2017. godine, RAK je u februaru 2018. godine kaznio RTRS za kršenje Clana 5 (Tačnost i fer izvještavanje) Kodeksa o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija, navodeći da je nadzorom utvrđeno favorizovanje SNSD, tačnije: „kontinuirano i tendenciozno promovisanje interesa vladajuće stranke, favorizovanje pojedinaca ili subjekata u pozitivnom kontekstu, uz stalno prisutan kritički ton prema opozicionim strankama.“ RAK “Pregled izrečenih izvršnih mjera, februar 2018. godine” <http://bit.ly/2TgtA8i>.

- Većina medija u uzorku nalazi se u BiH, dok većinu onih izvan BiH čine mediji iz Srbije, gdje tabloidi i online portali imaju ključnu ulogu u širenju dezinformacija. Izuzetak je državna novinska agencija Sputnik sa sjedištem u Srbiji, čiji je vlasnik vlada Ruske Federacije.

### **3.3. IZVORI I PRENOSNICI POLITIČKIH DEZINFORMACIJA**

Prethodno predstavljeni podaci uzimaju u obzir sve ocjene koje je dobilo ukupno 477 medija u uzorku. U mnogo slučajeva ovi mediji su objavili te iste dezinformacije, gdje je jedan medij predstavljao izvor dezinformacije (medij koji je kreirao dezinformaciju) koju su ostali mediji prenosili (mediji koji su kopirali i objavili originalni članak u kom je dezinformacija prvi put objavljena).<sup>60</sup>

Od 2.280 ukupno datih ocjena u ovom uzorku, njih 530 je dodijeljeno izvorima, dok su 1.668 ocjena dobili mediji koji su bili prenosnici dezinformacija. Preostalih 30 ocjena je dato medijima koji su prvi objavili dezinformacije prevedene sa nekog stranog jezika.<sup>61</sup>

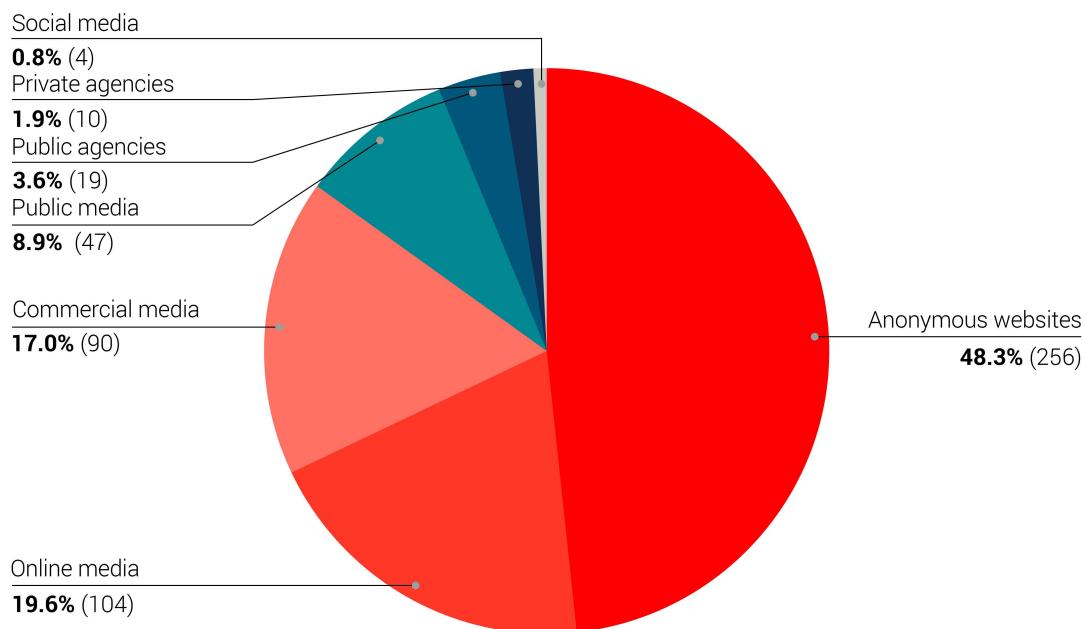
---

<sup>60</sup> Detalje o identifikaciji izvora i prenosnika dezinformacija vidjeti u: *Metodologija Raskrinkavanja u Metodologiji*.

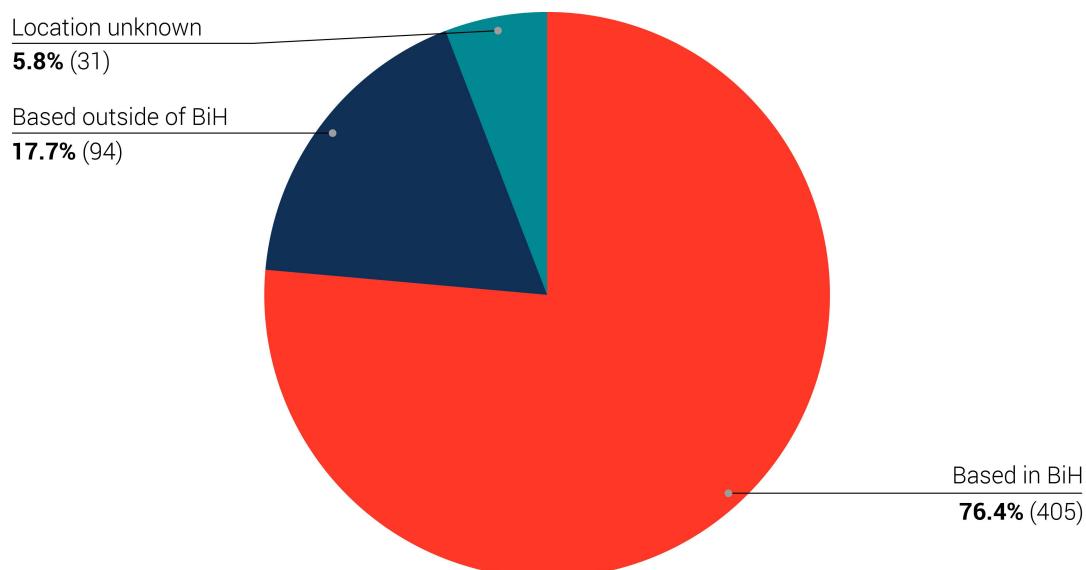
<sup>61</sup> Vidjeti: *Oznaka kojom se razdvajaju izvori i prenosnici informacija u Metodologiji*.

### **3.3.1. IZVORI**

U odnosu na tipove i lokacije medija, anonimni portali iz BiH se ponovo pojavljuju kao najčešći izvor političkih dezinformacija.

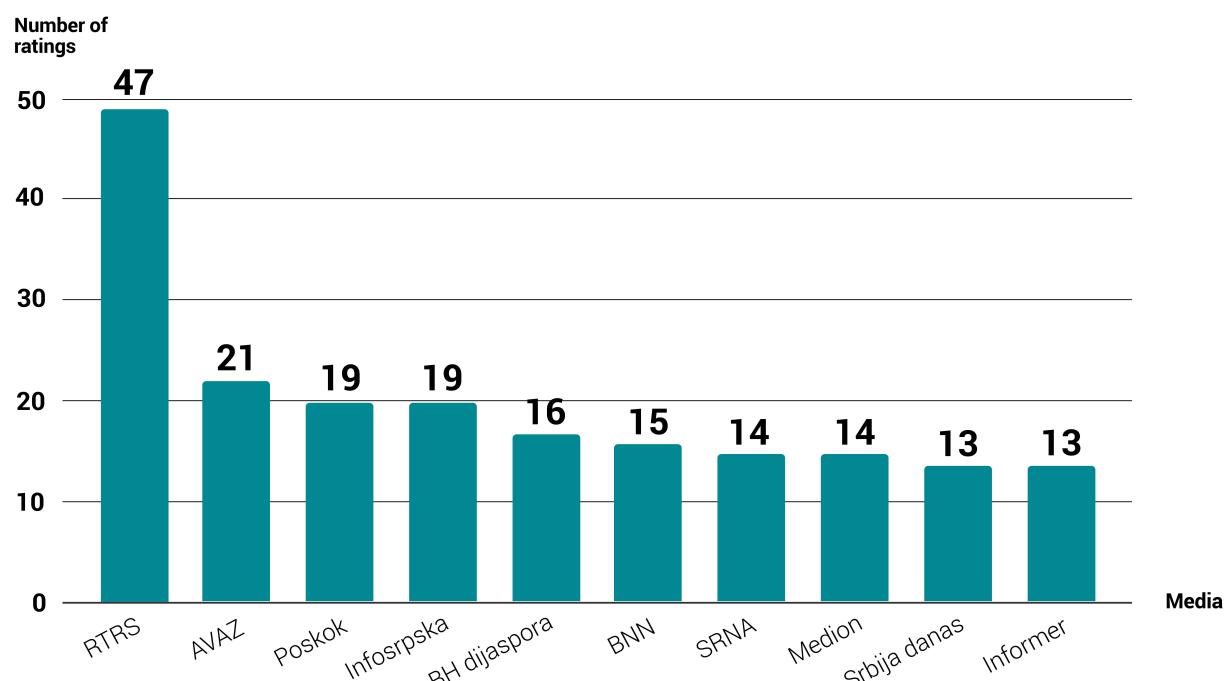


**Slika 9: Izvori dezinformacija prema tipu medija  
(Total: 530)**



**Slika 10: Izvori dezinformacija prema lokaciji medija  
(Total: 530)**

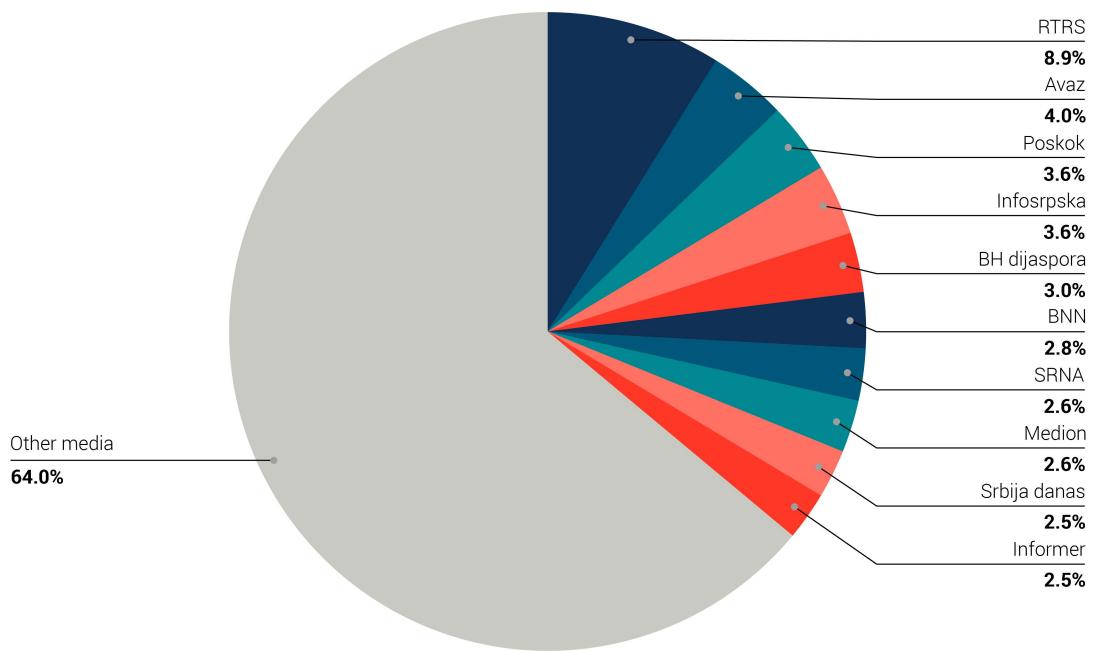
Što se tiče pojedinačnih medija, anonimni portali ostaju značajan izvor političkih dezinformacija - 4 anonimna portala nalaze se među prvih 10 najčešćih izvora takvih dezinformacija.<sup>62</sup> Ponovo, jedini mediji koji se pojavljuju na listi a nisu locirani u BiH su mediji iz Srbije (Srbija danas i Informer).



**Slika 11: Deset najčešćih izvora političkih dezinformacija u uzorku (ocjene)**  
**(Total: 530)**

Ovih deset medija bili su izvori 191 od ukupno 530 inicijalnih dezinformacija tokom prošle godine. Sve ostale ocjene u uzorku proizvod su ovih 530 dezinformacija koje su dalje kopirane, objavljivane i dijeljene od strane drugih medija. Drugim riječima, od ukupno 477 medija, samo 10 pojedinačnih medija je odgovorno za više od trećine, odnosno 36,02%, svih političkih dezinformacija koje su zabilježene tokom perioda od godinu dana.

<sup>62</sup> Poskok, Infosrpska, BH Dijaspore and Medion.

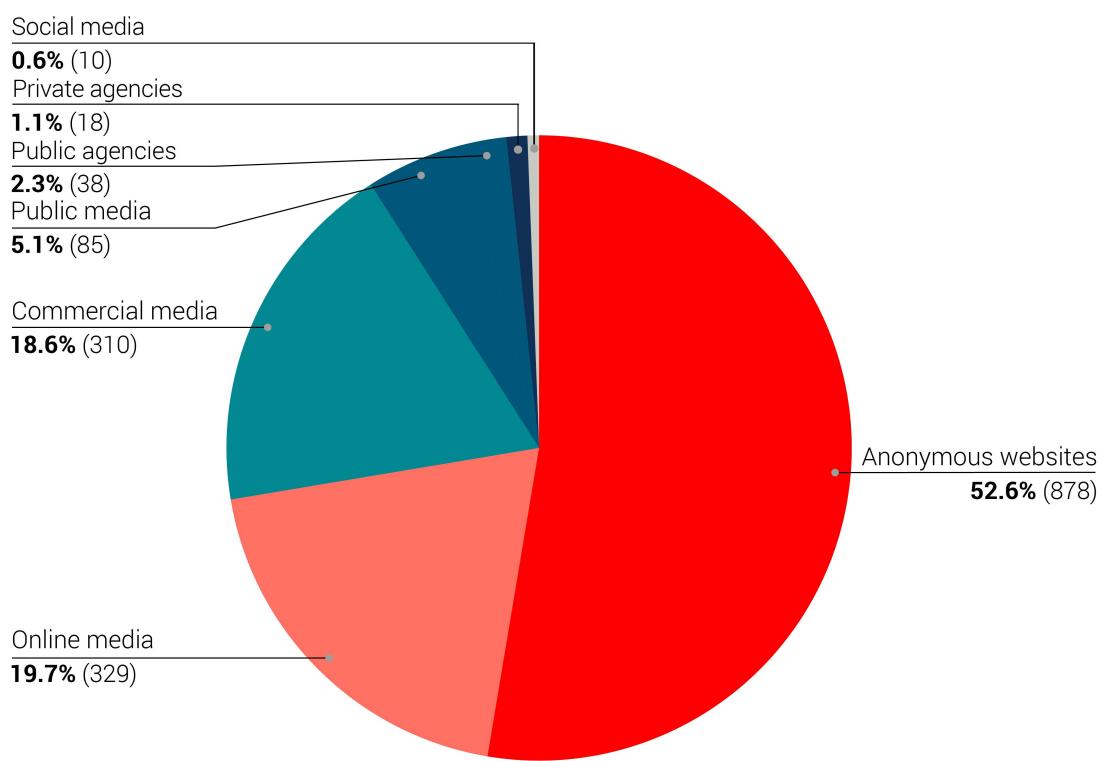


**Slika 12: Deset najčešćih izvora političkih dezinformacija u uzorku (procenat)**

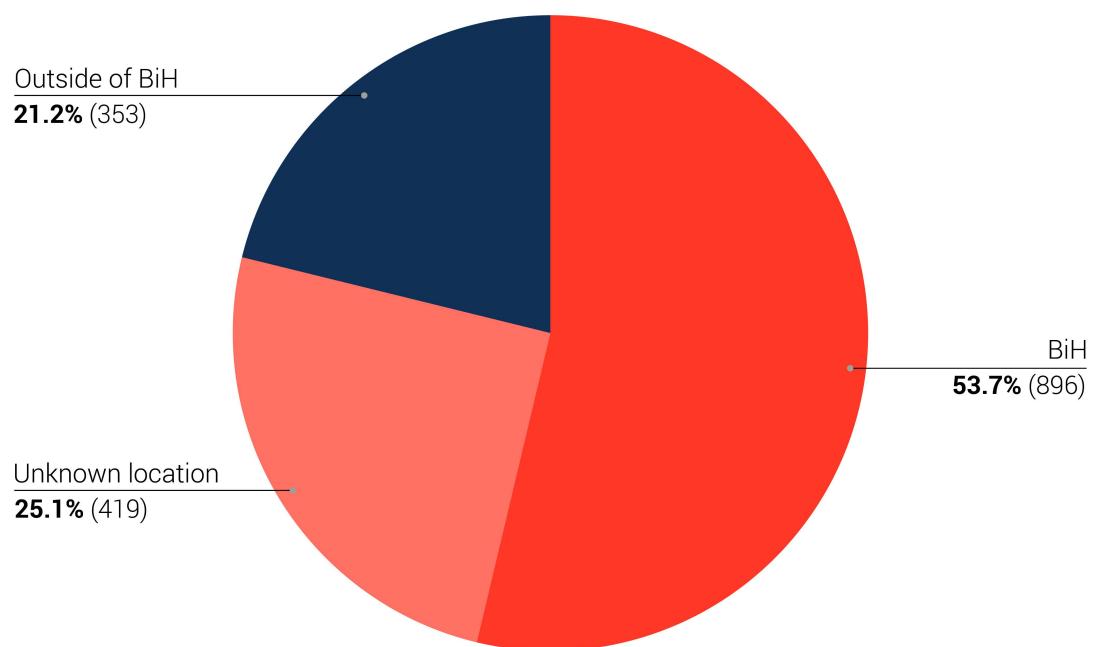
**(Total: 530)**

### **3.3.2. PRENOSNICI**

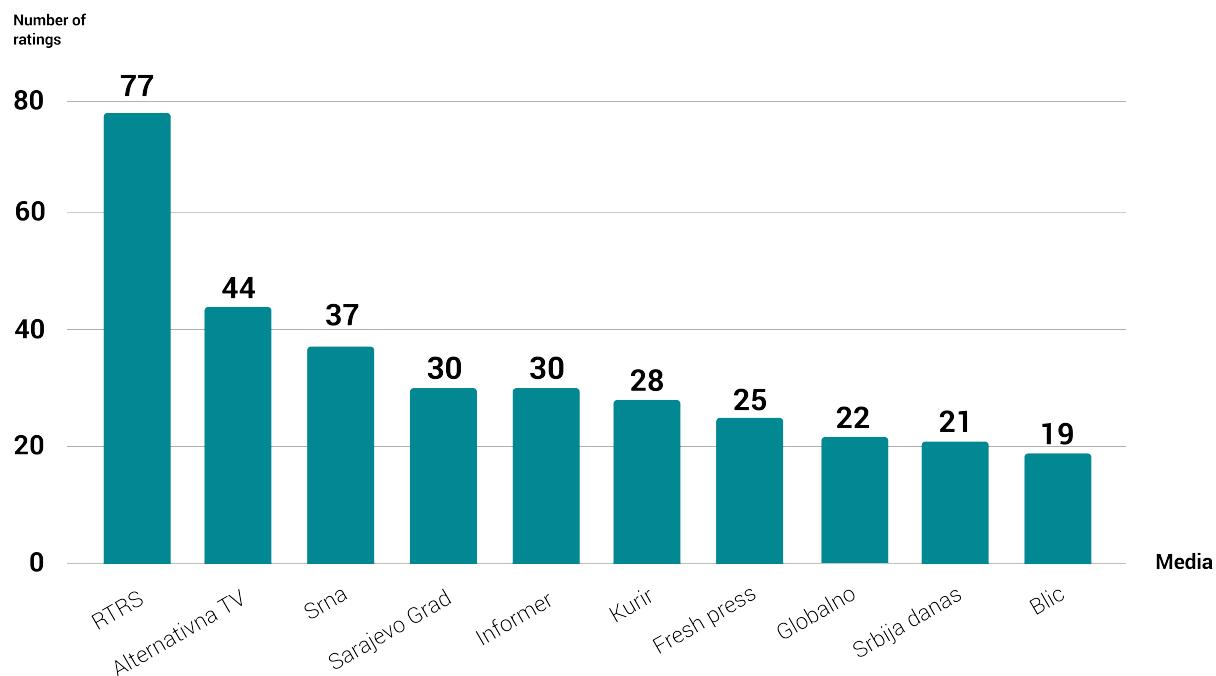
Kao što je prethodno navedeno, ukupan broj ocjena u uzorku rezultat je prenošenja prvobitnih 530 pojedinačnih medijskih manipulacija. U odnosu na tip i lokaciju medija, najčešći prenosnici dezinformacija slični su kao i njihovi izvori: u pitanju su anonimni portali iz BiH. Ipak, među prvih deset najčešćih prenosnika dezinformacija, nalazi se manje anonimnih portala i više medija izvan BiH u odnosu na listu deset najčešćih izvora dezinformacija. Na osnovu ovog nalaza može se zaključiti da „legitimni“ mediji često koriste anonimne portale kao izvore dezinformacija, iako se radi o potpuno nekredibilnim izvorima.



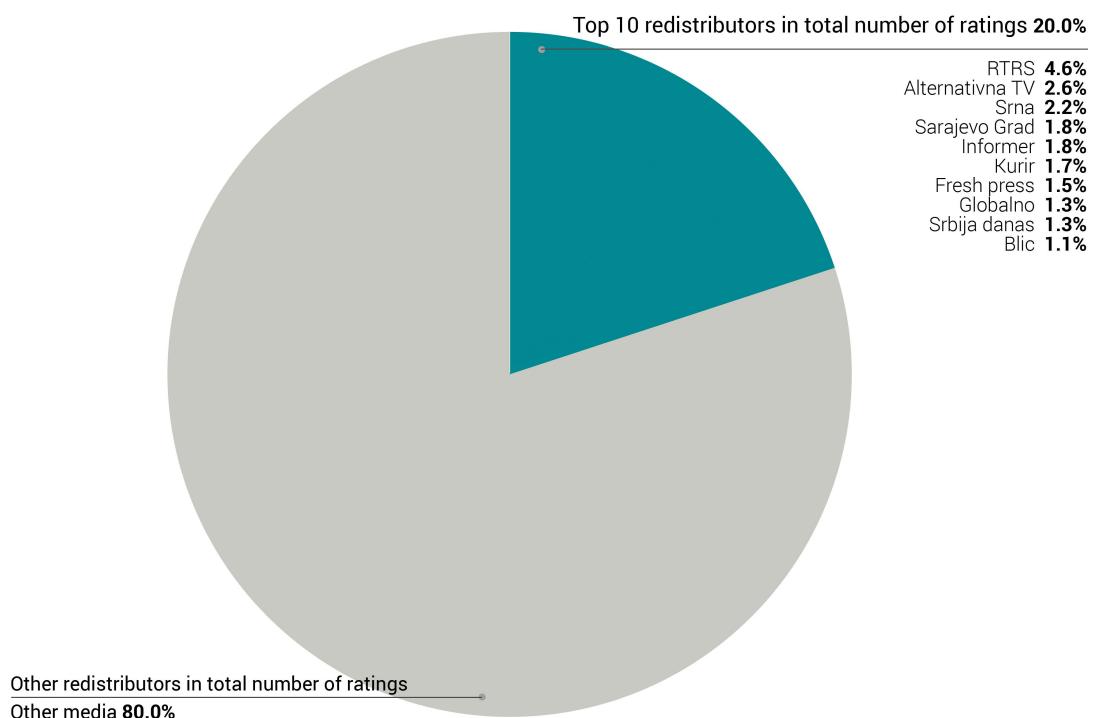
**Slika 13: Prenosioci dezinformacija prema tipu medija  
(Total: 1,668)**



**Slika 14: Prenosioci dezinformacija prema lokaciji medija  
(Total: 530)**



**Slika 15: Deset najčešćih prenosioca političkih dezinformacija u uzorku (ocjene)**



**Slika 16: Deset najčešćih prenosioca političkih dezinformacija u uzorku (procenat)**

Kada se uporede najčešći izvori i najčešći prenosnici dezinformacija, u "presjeku" obje liste ostaje šest medija. Ovo su mediji za koje se može reći da su „vodeći“ u kreiranju i prenošenju političkih dezinformacija u BiH i regionu.

Medij	Broj ocjena za izvor	Udio u ukupnom broju ocjena za izvore	Broj ocjena za prenošenja	Udio u ukupnom broju ocjena za prenošenja
RTRS	47	8.87%	77	4.62%
Avaz	21	3.96%	18	1.08%
Srna	14	2.64%	37	2.22%
Srbija danas	13	2.45%	21	1.26%
Informer	13	2.45%	30	1.80%
Sarajevo Grad	10	1.89%	30	1.80%

**Tabela 1: Presjek najčešćih izvora i najčešćih prenosioca u uzorku**

### 3.4. SUBJEKTI POLITIČKIH DEZINFORMACIJA

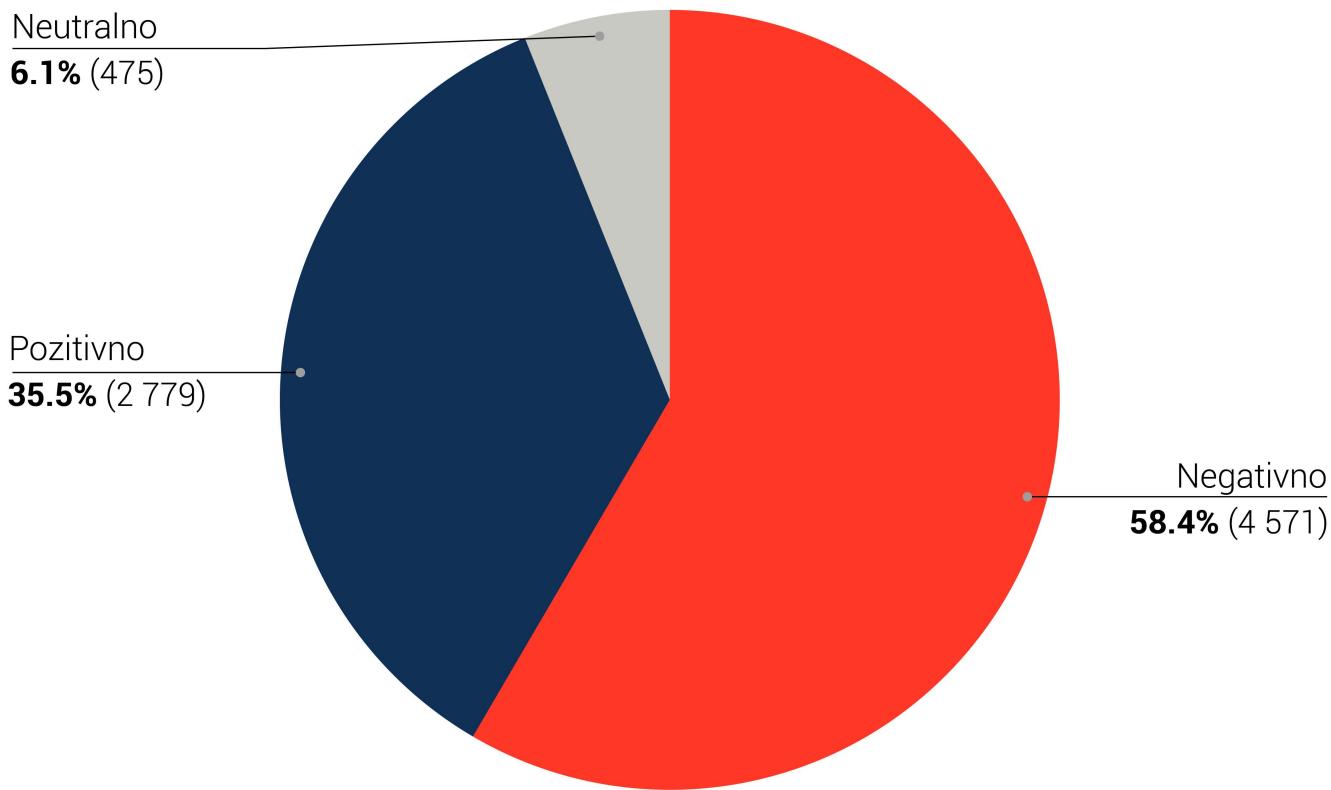
Rezultati analize predstavljeni u prethodnim poglavljima pružaju uvid u opseg i strukturu distribucije političkih dezinformacija koje se u bosanskohercegovačkim i regionalnim medijima. Njihov sadržaj je analiziran na osnovu aktera koji se pojavljuju kao predmet dezinformacija. Targetirani akteri su one osobe ili subjekti koji su ciljano predstavljeni u negativnom svjetlu putem korištenja medijskih manipulacija; akteri koji profitiraju od dezinformacija su oni koji su putem istih medijskih manipulacija predstavljeni u pozitivnom svjetlu.<sup>63</sup> Akteri koji su predstavljeni na neutralan način su oni koji se pojavljuju u analiziranom sadržaju ali nisu predmet dezinformacija (nisu prikazani kroz upotrebu manipulativnih postupaka i/ili nisu relevantni za narativ koji se gradi putem medijskih manipulacija).

U bazi podataka je identifikovano ukupno 444 aktera,<sup>64</sup> od čega većina spada u kategoriju targetiranih aktera. Među javnim ličnostima koje su prikazane u pozitivnom svjetlu primjetan je značajan broj "analitičara", to jest osoba koje mediji koriste kao izvore ili komentatore (tj. „verifikatore“) dezinformacija.

Većina targetiranih aktera su institucije, političari/ke ili političke partije, koji čine više od polovine svih aktera u uzorku (54,11%); nakon njih slijede građani/ke i fizička lica koji čine 17,52% ukupnog broja pomenutih aktera. Zanimljivo je da se vojska ili policija pojavljuju kao akteri skoro 5% svih medijskih manipulacija.

<sup>63</sup> Vidjeti **Dodatak 1: Metodologija**.

<sup>64</sup> Moguće je da je ukupan broj pojedinačnih u uzorku nešto manji zbog različitih načina pisanja njihovih imena ili naziva u različitim medijima, budući da su svi izrazi uneseni u bazu u originalnoj transkripciji. Ovakva odstupanja su minorna i nemaju značajan uticaj na rezultate analize.



**Slika 17: Prikaz aktera u uzorku  
(Total: 7,826)**

Većina targetiranih aktera su institucije, političari/ke ili političke partije, koji čine više od polovine svih aktera u uzorku (54,11%); nakon njih slijede građani/ke i fizička lica koji čine 17,52% ukupnog broja pomenutih aktera. Zanimljivo je da se vojska ili policija pojavljuju kao akteri skoro 5% svih medijskih manipulacija.

Većina medijskih manipulacija odnosi se na aktere iz BiH, koji čine 62,1% svih aktera u uzorku. Akteri iz zapadnih zemalja pominju se u 17,45% slučajeva; akteri iz Rusije, Turske i drugih zemalja su prisutni u manjem procentu.

Najčešće spomenut akter u cijelom uzorku je Milorad Dodik, koji je prikazan više u pozitivnom nego u negativnom svjetlu (202 pozitivnih prikaza od ukupno 377). Iza njega slijedi Bakir Izetbegović, koji je uglavnom prikazan u negativnom svjetlu (u 165 od ukupno 195 pojavljivanja). Ostali akteri koji se često pojavljuju, a koji su u većini slučajeva prikazani negativno, su Dragan Mektić, Davor Dragičević (dominantno negativna slika je generalno prisutna kada su u pitanju protesti „Pravda za Davida“), Fadil Novalić, Željko Komšić i Šefik Džaferović. Dževad Galijašević (koji se često pojavljuje kao izvor informacija ili komentator u analiziranim člancima), dok su Dragan Čović i Dragan Lukač češće predstavljeni u pozitivnom nego u negativnom svjetlu.

Ime	Pozitivno prikazan/a	Neutralno prikazan/a	Negativno prikazan/a	Total
Milorad Dodik	202	38	137	377
Bakir Izetbegović	19	6	165	190
Dragan Mektić	22	14	65	101
Davor Dragičević	8	0	81	89
Dževad Galijašević	84	0	0	84
Fadil Novalić	0	0	63	63
Dragan Čović	35	2	25	62
Željko Komšić	10	2	46	58
Šefik Džaferović	19	2	32	53
Dragan Lukač	47	0	4	51

**Tabela 2: Najčešće spominjani akteri iz BiH**

Kada su u pitanju političke partije, može se povući jasna linija razdvajanja između onih koje su prikazane u pozitivnom i u negativnom svjetlu. Stranke koje uključuju SNSD, njihove koalicione partnerne i političke saveznike, pojavljuju se više u pozitivnom kontekstu; opozicione partije/koalicije u RS i političke partije u Federaciji BiH (FBIH) koje nisu naklonjene Dodiku/SNSD većinom su prikazane u negativnom svjetlu. Politička partija koja se ističe po broju spominjanja je SDA (sa 126 negativnih od ukupno 152 puta koliko je spomenuta). Također je zanimljivo da su sve političke partije koje nisu eksplisitno "nacionalno" orijentisane (SDP, Naša stranka, GS, DF) isključivo prikazane u negativnom svjetlu.

Ime	Pozitivno prikazan/a	Neutralno prikazan/a	Negativno prikazan/a	Total
SDA	20	6	126	152
SNSD	32	0	11	43
Savez za pobjedu (Savez za promjene)	0	0	41	41
SDP	0	0	26	26
Naša stranka	0	0	24	24
Koalicija SNSD, DNS, SP	10	11	0	21
HDZ BiH	17	0	0	17
SBB	8	0	5	13
Građanski Savez	0	0	11	11
Demokratska fronta	0	0	8	8

**Tabela 3: Političke stranke iz BiH: Broj pojavljivanja u uzorku**

Bosna i Hercegovina kao država pomenuta je 103 puta, od čega 69 puta u negativnom svjetlu; Federacija BiH pomenuta je 175 puta, skoro isključivo u negativnom svjetlu (samo 5 pozitivnih) dok se Republika Srpska pojavljuje 185 puta, od čega je pozitivno prikazana 130 puta i negativno 55 puta.

Ostale države koje se često spominju u uzorku su SAD (uglavnom negativno) i Srbija (uglavnom pozitivno). Rusija, Palestina i Njemačka su uglavnom prikazane pozitivno, dok su Izrael i Velika Britanija uglavnom prikazane u negativnom svjetlu.

Ime	Pozitivno prikazan/a	Neutralno prikazan/a	Negativno prikazan/a	Total
USA	44	5	75	124
Serbia	60	6	24	90
Russia	60	2	15	77
Israel	0	0	54	54
Palestine	54	0	0	54
Great Britain	10	0	50	60
Argentina	49	0	0	49
Germany	41	0	1	42
Croatia	25	0	10	35
Turkey	13	0	10	23

**Tabela 4: Najčešće spominjane države**

Organizacije civilnog društva, iz BiH i inostranstva, skoro isključivo se prikazuju u negativnom svjetlu. Međunarodna tijela i organizacije se takođe prikazuju u negativnom kontekstu (naročito NATO, koji ima 35 negativnih i nijedno pozitivno pojavljivanje u uzorku).

Kada su u pitanju politički akteri van BiH, iako su u uzorku zastupljeni mnogi mediji iz Srbije i nekoliko njih iz Hrvatske, akteri iz ove dvije zemlje nisu značajno prisutni u sadržaju političkih dezinformacija. Jedini politički akter iz regiona koji ima značajan broj pojavljivanja je Aleksandar Vučić, koji se uglavnom prikazuje u pozitivnom kontekstu (28 pozitivnih od ukupno 55 puta koliko je spomenut).

Među političkim akterima izvan BiH, po broju pojavljivanja se ističe aktuelni predsjednik SAD Donald Trump, koji se pojavljuje 137 puta, od čega 95 u pozitivnom kontekstu. Druga najzastupljenija politička figura izvan BiH je Hillary Clinton, koja je pomenuta ukupno 63 puta, isključivo u negativnom kontekstu. Bivši predsjednik SAD, Barack Obama, te bivša ambasadorka SAD u BiH, Maureen Cormack, takođe su prikazani samo u negativnom svjetlu. Političari/ke iz Demokratske partije u SAD se generalno javljaju samo u negativnom kontekstu; nasuprot tome, Davin Nunes (republikanski kongresmen iz SAD) se, recimo, pominje samo u pozitivnom kontekstu.<sup>65</sup>

Politički akteri iz drugih država se pominju rjeđe, sa izuzetkom Recepata Tayyipa Erdogana (sa nešto većim brojem negativnih prikaza) i Vladimira Putina, koji je prikazan u pozitivnom kontekstu svaki put kada je pomenut (isto važi i za Sebastiana Kurza).

<sup>65</sup> Politički aktera iz SAD u uzorku se uglavnom pojavljuju kroz istu seriju članaka koji su se bavili objavljinjem memoranduma napisanog od strane Davina Nunesa ("Nunes Memo"), a koji implicira da je istraga ruskog uplitanja u predsjedničke izbore u SAD pokrenuta na osnovu lažnih informacija i gdje je ista predstavljena kao zavjera Demokratske partije i „duboke države“, tj. obavještajnih službi u SAD. Vidjeti: <http://bit.ly/2H0Scft>.

Ime i prezime	Pozitivno prikazan/a	Neutralno prikazan/a	Negativno prikazan/a	Total
Donald Trump	95	6	36	137
Hillary Clinton	0	0	63	63
Aleksandar Vučić	28	18	9	55
Barack Obama	0	0	53	53
Devin Nunes	53	0	0	53
Recep Tayyip Erdogan	18	0	23	41
Vladimir Putin	38	0	0	38
Maureen Cormack	0	0	31	31
Bashar al-Assad	13	0	5	18
Sebastian Kurz	18	0	0	18

**Tabela 5: Politički akteri izvan BiH koji su najčešće spominjani u uzorku**

## PRIKAZ EVROPSKE UNIJE U UZORKU

U kontekstu političkih manipulacija, Evropska unija je uglavnom predstavljena neutralno: od 36 puta koliko je spomenuta, 24 se javlja u neutralnom, 10 u pozitivnom i 2 u negativnom kontekstu. Kada se ovom zbiru dodaju i druge fraze koje se odnose na EU (Evropa, Evropska komisija, Evropski parlament) odnos je sličan: od ukupno 59 pojavljivanja, 39 je u neutralnom, 13 u pozitivnom i 7 u negativnom kontekstu.

Ovo odražava opšti konsenzus o članstvu u EU kao strateškom cilju zemalja regije, koji se u većini analiziranih članaka tretira kao nešto što se podrazumijeva. Zanimljivo je da čak i oni članci koji EU prikazuju u negativnom kontekstu ostaju pri ovoj premisu: manipulativne tehnike se u njima koriste kako bi se preveličali negativni stavovi o proširenju koji postoje u EU, ali se ne dovodi u pitanje nastojanje država u regiji da postanu članice EU.<sup>66</sup>

Većinu pozitivnih ili neutralnih pojavljivanja aktera iz EU nalazimo u senzacionalističkim naslovima, uglavnom na anonimnim portalima sa sjedištem u FBiH koji koriste klikbejt naslove u kreiranju „lažnih dobrih vijesti“ vezanih za proces pridruživanja.<sup>67</sup> Slični primjeri pronalaze se u člancima u kojima se neke države EU pominju u kontekstu ekonomskih migracija, čiji je cilj da privuku „klikove“ onih BiH građana/ki koji žele pronaći zaposlenje u inostranstvu (obično u Njemačkoj, koja je prikazana u dominantno pozitivnom kontekstu).<sup>68</sup> Dezinformacije o detaljima procesa pridruživanja EU se ponekad koriste kao mizanscen za kritikovanje lokalnih aktera, gdje se EU pojavljuje kao antiteza i/ili priželjkivani korektivni mehanizam za haotičnost lokalne političke scene.<sup>69</sup>

U poređenju sa pozitivnom ili neutralnom slikom EU, članci u kojima se EU javlja kao meta dezinformacija (pričana u negativnom kontekstu) manje su prisutni u uzorku, ali sadrže značajno izraženiju političku pozadinu. Među njima je, recimo, mnogo manje „klikbejt“ članaka, ali čak i kada se javlja ovaj tip manipulacije, on je više su politički i oslanja se na teorije zavjere o „miješanju Zapada“ u pitanja regionala.<sup>70</sup>

<sup>65</sup>Niz klikbejt članaka na nekoliko farmi portala sa naslovima u kojima je navedeno da je EU „zvanično zabranila Srbiji ulazak u EU do kraja 2027. godine Zulejhić, Emir. "Klikbejt star pola godine." Raskrinkavanje, 18. 10. 2018. godine <http://bit.ly/2NKemTQ>.

<sup>66</sup>Brkan, Darko. "Ni članstva, ni razloga za slavlje." Raskrinkavanje. 12.2.2018. godine <http://bit.ly/2GZdidZ>.

(klikbejt naslov glasi: „Od danas je sve jasno: Bosanci mogu slaviti: Pogledajte kad će Bosna ući u Evropsku uniju“, čime se lažno navodi da BiH ima status kandidata).

<sup>67</sup>Zulejhić, Emir. "(Malo) sutra u Njemačku bez vize."Raskrinkavanje. 22. 12. 2017. godine <http://bit.ly/2CfiyGH> (niz stalnih viralnih lažnih vijesti da Njemačka daje iste uslove za zapošljavanje EU građanima i građanima iz zemalja koje nisu članice i/ili da se ukidaju radne vize za građane zemalja sa Balkana).

<sup>68</sup>Livančić-Milić, Biljana. "EU nije ozvaničila da smo najgori."Raskrinkavanje. 16.8.2018. godine <http://bit.ly/2NJRDaJ> (pogrešno predstavljanje činjenice da je Evropska komisija prestala da objavljuje Izveštaj o napretku. Klikbejt naslov glasi: „Dotakli smo dno, EU ozvaničila da smo najgori, nema više napretka, srljamo u propast“).

<sup>69</sup>Zulejhić, Emir. "Ruskemape i evropska strategija proširenja."Raskrinkavanje. 1.2. 2018. godine <http://bit.ly/2TdQYE9> (mapa ruskog porijekla, prikazane nove granice na Balkanu, ilustracija za klikbejt naslov koji glasi: "Uvid hrvatskog insajdera u EU dokument: Kad svi uzmu što im treba i Srbija tako gola može u EU oko 2025")

<sup>70</sup>Zulejhić, Emir. "'Infosrpska' – platforma za proizvodnju i distribuciju teorija zavjere."Raskrinkavanje. 24. 8 2018. godine <http://bit.ly/2Tucjs3> (članci koje su objavili Infosrpska, Alternativna televizija, RTRS i Srna, u kojima optužuju Centar za istraživačko novinarstvo iz Srbije da je marioneta donatora iz SAD i EU da bi se zbaci trenutna vlast).

Teorije zavjere su generalno najčešći tip manipulacije u člancima koji targetiraju EU. One su ponekad usmjerene na neimenovane EU aktere,<sup>71</sup> ali se dominantno fokusiraju na pojedine države - naročito na Veliku Britaniju, koja se kontinuirano optužuje za kovanje zavjera protiv Republike Srpske,<sup>72</sup> pa čak i za planiranje atentata na Milorada Dodika.<sup>73</sup>

Mjestimično se pojavljuju i drugi tipovi „zavjera“, među njima i one koje se grade oko rasističkog narativa o „invaziji migranata na Evropu“, koja se predstavlja kao tajni plan neimenovanih aktera iz EU,<sup>74</sup> ili kao znak slabosti Evrope u poređenju sa snagom Rusije.<sup>75</sup>

Lajtmotiv slabosti je u bliskoj vezi sa predstavljanjem EU vrijednosti – naročito rodne jednakosti, prava LGBT osoba i drugih manjina - kao štetnih i nekompatibilnih sa lokalnom kulturom.<sup>76</sup>

Iako se ovakvi članci povremeno pojavljuju na anonimnim portalima i komercijalnim medijima iz FBiH, oni se gotovo isključivo sreću u medijima iz Srbije i RS, kao što su RTRS, ATV, Sputnik, Informer i njihovi anonimni „sateliti“.

---

<sup>71</sup>Zulejhić, Emir. "‘Infosrpska’ – platforma za proizvodnju i distribuciju teorija zavjere."Raskrinkavanje. 24. 8 2018. godine <http://bit.ly/2Tucjs3>

(članci koje su objavili Infosrpska, Alternativna televizija, RTRS i Srna, u kojima optužuju Centar za istraživačko novinarstvo iz Srbije da je marioneta donatora iz SAD i EU da bi se zbacila trenutna vlast).

<sup>72</sup>Cvjetićanin, Tijana. "Sputnik: Teorije zavjere o teoriji zavjere." Raskrinkavanje,19.1.2018. godine. <http://bit.ly/2VAuEBh>.

<sup>73</sup>Zulejhić, Emir. "Atentat na osnovu raspoloživih informacija." Raskrinkavanje, 74Cvjetićanin, Tijana. "Kako je 'vijest' sa Youtube-a završila na javnom servisu RS." Raskrinkavanje 1.8.2018. godine <http://bit.ly/2Tf7pQu> (lažno svjedočenje o nasilju koje čine migranti o kojem mediji „nemaju dozvolu da izvještavaju“, sa zaključkom da „je sve to dio većeg plana koji ne možemo zamisliti“).

<sup>74</sup>Cvjetićanin, Tijana. "Od lažne prijave do 'tumačenja genetskog koda': Obračun sa migrantima koji se nikada nije desio." Raskrinkavanje. 22.2.2018. godine <http://bit.ly/2ENrWmk> (lažni navod o masovnoj tuči između Rusa i migranaka sa Bliskog istoka koje su istukli nakon što su seksualno uznenirali Ruskinje; izmišljeni događaj koji je prezentovan kao „pravi način na koji se treba obračunati sa varalicama“ za razliku od pristupa Evropske unije koji nije ni malo „muški“).

<sup>75</sup>Zulejhić, Emir. "Ni Švedanima nije potreban papir za seks." Raskrinkavanje. 5.7. 2018. godine <http://bit.ly/2XGhJ2L> (niz članaka u kojima se navodi da Švedskoj i drugim zemljama EU podižu optužbe za silovanje protiv ljudi koji ne dobiju „pismeni pristanak“ od partnera za stupanje u intimne odnose).

<sup>76</sup>Više od pola miliona parova ako je u uzorak uključeno svih 477 medija iz baze podataka i svi slučajevi kada dva medija barem jednom objave istu dezinformaciju.

### **3.5. DEZINFORMACIJSKE „MREŽE“**

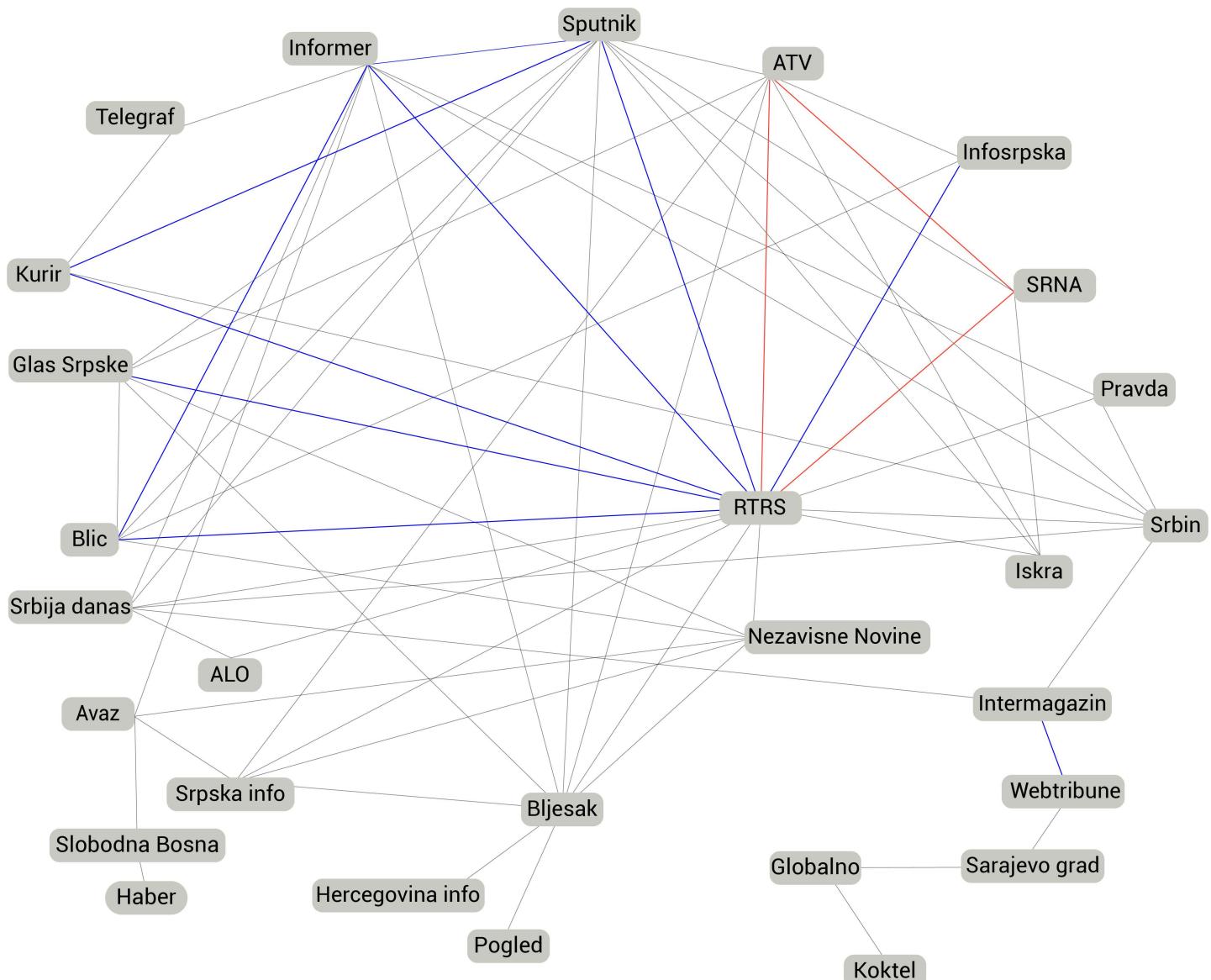
U ovom izveštaju do sada su predstavljeni različiti aspekti kreiranja i širenja političkih dezinformacija u BiH i regionu. Za potpuno razumijevanje opsega, obrazaca i motiva koji oblikuju sadržaj političkih dezinformacija, neophodan je i uvid u međusobne veze između medija koji ih kreiraju i distribuiraju.

Prvi korak u uspostavljanju veza među medijima je identifikovanje parova – svih kombinacija u kojima su dva medija objavila istu dezinformaciju. S obzirom da je ukupan broj takvih kombinacija u cijeloj bazi prevelik da bi se ustanovili bilo kakvi obrasci i pravilnosti,<sup>77</sup> pretraga je sužena na 50 medija koji najčešće objavljaju dezinformacije i na one medije unutar te grupe koji su objavili istu dezinformaciju najmanje četiri puta.

Na ovaj način su isključene slučajne veze i identifikovane su samo veze koje se javljaju sa značajnom učestalošću. Nakon ovakvog filtriranja, u „mreži“ ostaje 28 medija koji formiraju 72 para, koji su prikazani na sljedećem grafikonu:

---

<sup>77</sup> Više od pola miliona parova ako je u uzorak uključeno svih 477 medija iz baze podataka i svi slučajevi kada dva medija barem jednom objave istu dezinformaciju.



## LEGEND

- Same disinformation published 4-6 times
- Same disinformation published 7-10 times
- Same disinformation published more than 11 times

**Slika 18: Parovi medija koji su objavili istu dezinformaciju najmanje 4 puta**

### Legenda:

- Ista dezinformacija objavljena 4-6 puta
- Ista dezinformacija objavljena 7-10 puta
- Ista dezinformacija objavljena više od 11 puta

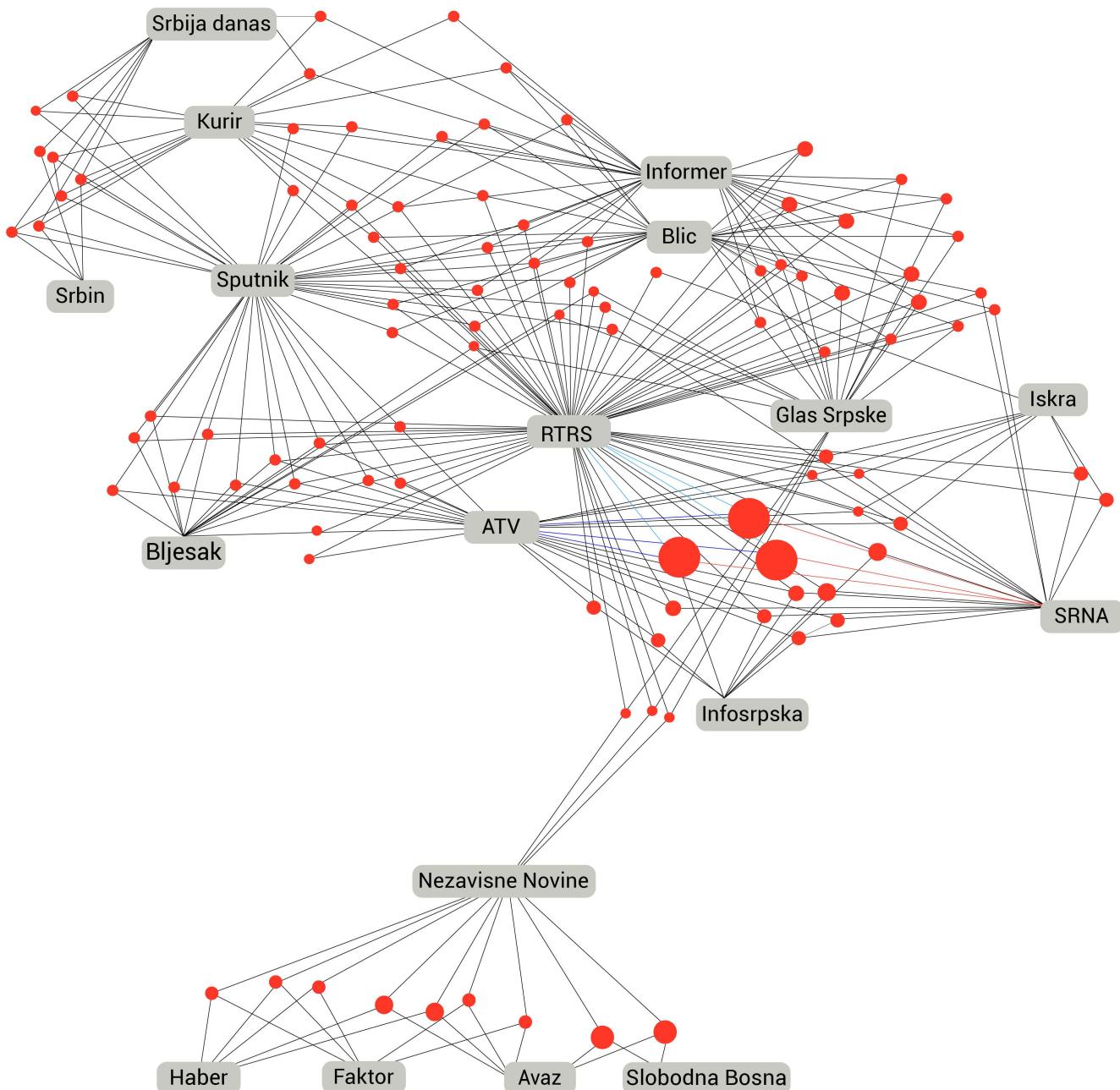
Kada se posmatraju čvršće veze među medijima u ovoj mreži, u njoj ostaje veoma malo anonimnih medija, uključujući jedan izrazito politički orijentisan (Infosrpska), dva portala koji izgledaju kao standardni online mediji (Globalno, Koktel), te jedan tipičan predstavnik „farmi portala“ (Sarajevo grad).

Iz ovog prikaza se može primijetiti da se RTRS, kao najistaknutiji izvor dezinformacija u svim kategorijama (broj ocjena, najčešći izvor i najčešći prenosnik), pojavljuje kao središte najšire dezinformacijske mreže. RTRS takođe ima i najveći broj uspostavljenih veza (16) dok je na drugom mjestu Sputnik (11).

Baza podataka je zatim dodatno analizirana kako bi se identifikovale kompleksnije veze, pri čemu su posmatrani slučajevi kada su najmanje tri medija barem tri puta objavila istu dezinformaciju. U ovoj analizi korišten je algoritam za otkrivanje pravilnosti u vezama (association rule mining algorithm).<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> Da bi se pokazalo na koji način su mediji koji su najčešći izvori dezinformacija povezani sa ostalim medijima, primjenjen je algoritam na cijelu bazu podataka, gdje je minimalni prag međusobne povezanosti postavljen na više od dva medija koji objave istu dezinformaciju najmanje tri puta, dok je maksimum postavljen na šest puta. Informacije se filtriraju tako da se isključuju mediji koji se pojavljuju samo jedan ili dva puta zajedno, čime se dobija oko pola miliona kombinacija manje važnosti. Rezultat je zatim filtriran na 100 „najjačih poveznica“ koje su razvrstane prema „vrijednosti podrške“ (100 najjačih veza). Veličina kruga na slici pokazuje jačinu veza na osnovu vrijednosti podrške (“support value”).

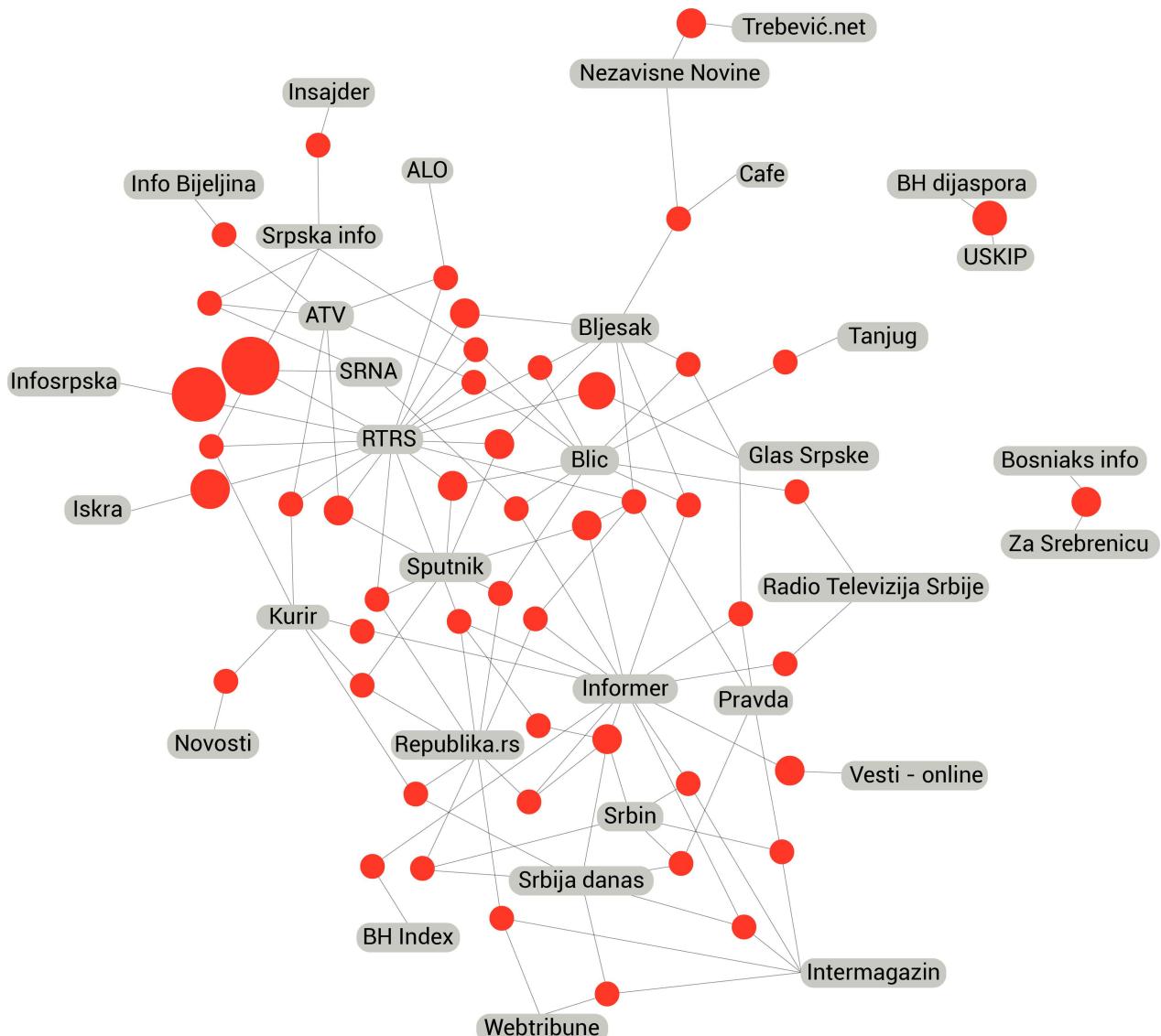


**Slika 19: Veze između grupa medija koji su objavili iste dezinformacije najmanje 3 puta (prema "100 najboljih pravila")**  
**„Dezinformatička mreža“ identifikovana primjenom „100 najboljih pravila“**

Mediji koji najčešće objavljaju političke dezinformacije se na mapi pojavljuju kao tačke u kojima su veze najgušće. Najjače veze u ovoj mreži formirane su između RTRS-a na jednoj strani i Srne i Alternativne televizije na drugoj. Jake „isprepletene mreže“ formiraju se i oko medija kao što su Sputnik, Srbija Danas, Kurir i drugih koji su česti izvori/redistributeri dezinformacija.

Ove mreže ukazuju na to da mediji koji se nalaze u njihovom centru nisu samo najaktivniji u objavljivanju i širenju dezinformacija, već i da imaju najjači uticaj na formiranje „dezinformatičkih klastera“ sa ostalim medijima koji gravitiraju ka njima.

Kada se na ove rezultate primijene uži filteri, prikaz postaje pregledniji i otkriva frekventnije i jače veze između određenih medija.<sup>79</sup>



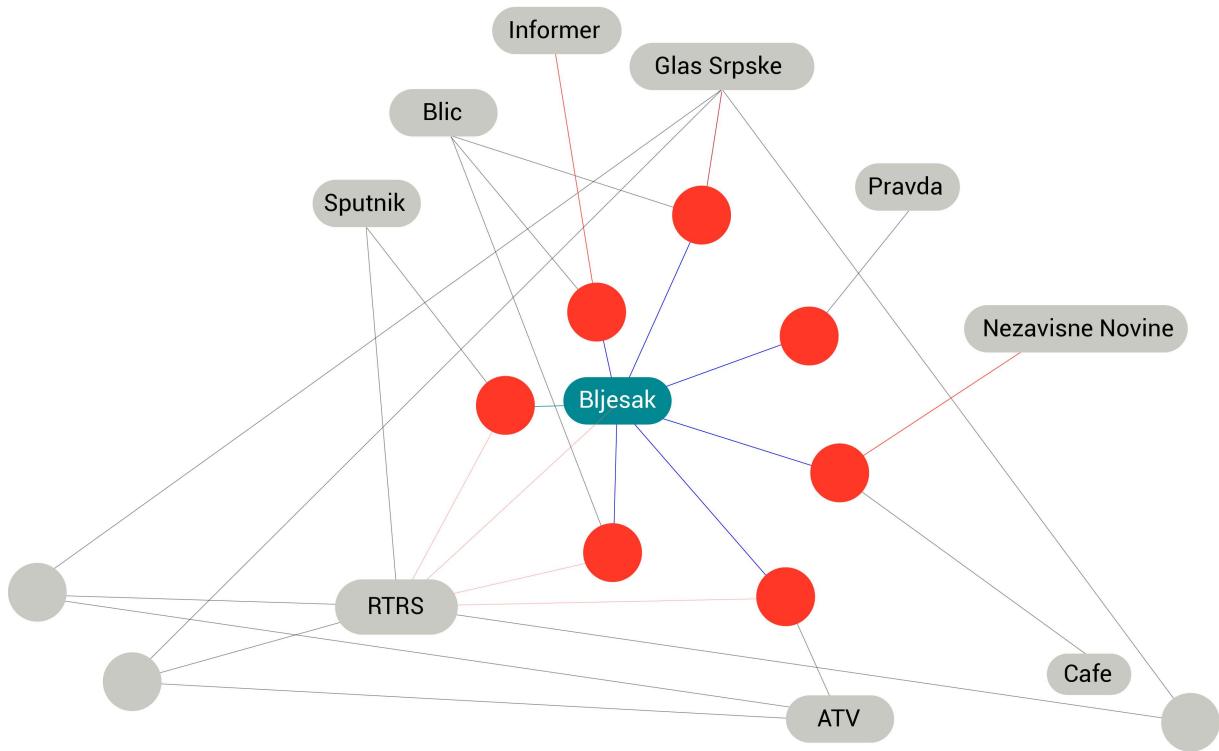
**Slika 20: Veze između grupa medija koji su objavili iste dezinformacije najmanje 3 puta (prema "50 najboljih pravila")**

#### **„Dezinformatijska mreža“ identifikovana primjenom „50 najboljih pravila“**

Kao što prethodni grafikon pokazuje, nakon dodatnog filtriranja preostaje samo jedan veliki „hub“ dezinformacija, sa mnoštvom snažnih međusobnih veza unutar veće grupe medija. Primjetno je da se skoro svi mediji koji su jako isprepleteni – i koji ujedno dominiraju u ukupnom rezultatu – malaze u Srbiji (15 medija) i u Republici Srpskoj (14 medija). Ovi mediji formiraju jedinu veliku dezinformacijsku mrežu u uzorku, te jedinu mrežu sa ovako jakim vezama koja „prelazi državne granice“. Mediji iz Federacije BiH čije su međusobne veze slične jačine (BH dijaspora, USKIP, Za Srebrenicu, Bosniaks) pozicionirani su izvan ove mreže, te su povezani samo u parovima i samo u dva slučaja.

<sup>79</sup> Ovi podaci dobijeni su filtriranjem „50 najjačih poveznica“ u algoritmu.

Izuzetak je Bljesak, jedini medij iz FBiH koji ostaje u ovoj „dezinformacijskoj mreži“ zahvaljujući jakim vezama sa nekoliko medija iz Srbije (Sputnik, Informer) i Republike Srpske (RTRS, Glas Srpske). Jedan periferno pozicioniran medij iz Republike Srpske (Nezavine novine), indirektno je povezan sa ovom mrežom kroz jake veze sa Bljeskom. Sljedeći grafikon prikazuje sve veze koje smještaju ovaj medij u glavnu dezinformacijsku mrežu.

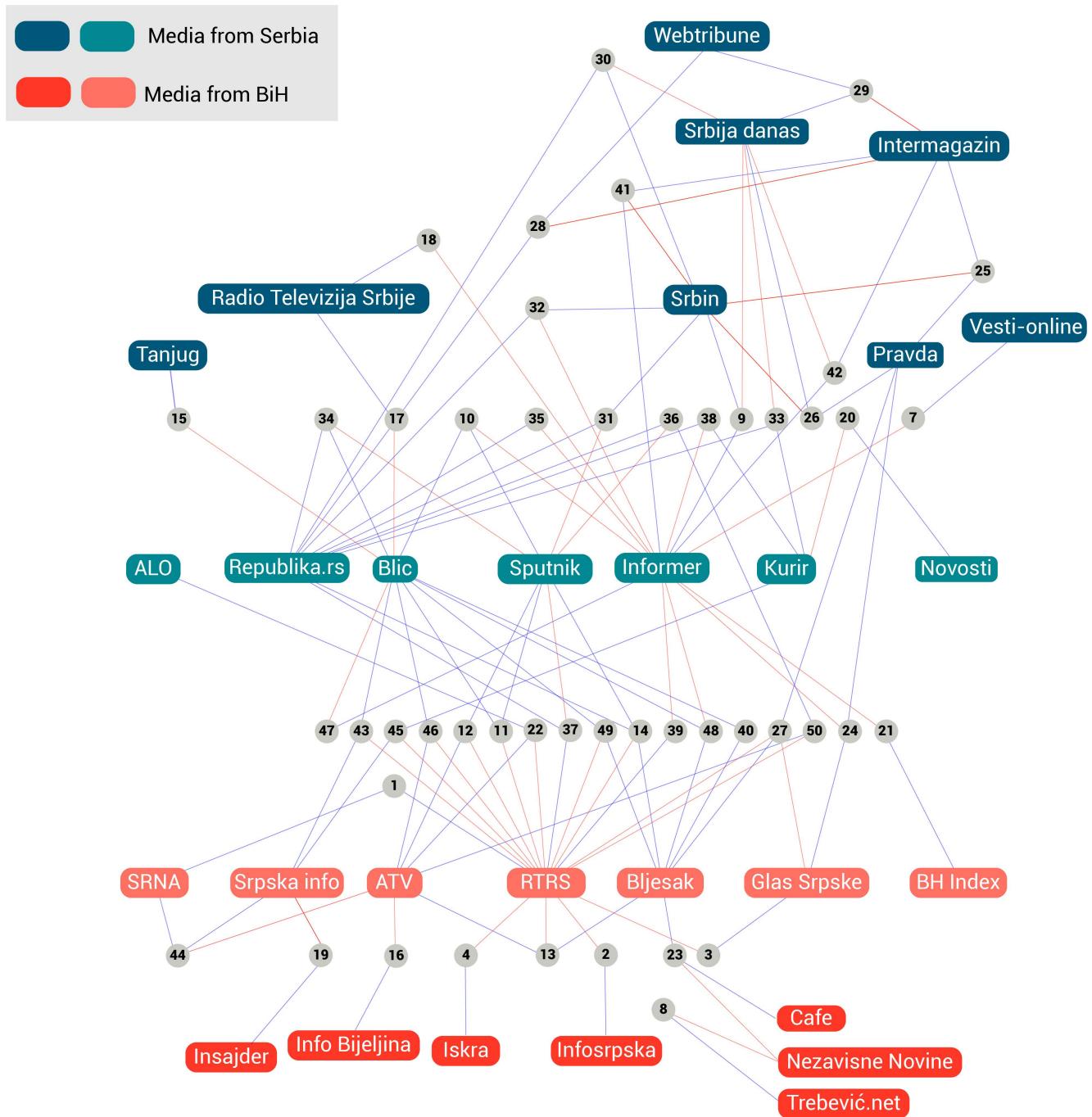


**Slika 21: Veze sa „glavnom dezinformacijskom mrežom“: Bljesak**

Sva tri metoda korištena za uspostavljanje međusobnih veza između medija ukazuju na isti nalaz – postojanje jedne velike „dezinformacijske mreže“ koja je političke prirode. U njoj se nalazi niz medija sa značajnim međusobnim vezama u smislu širenja istih dezinformacija sa značajnom pravilnošću i učestalošću. U pitanju su uglavnom komercijalni i javni mediji, ali i nekoliko anonimnih medija i jedan inozemni medij u državnom vlasništvu.

Nekoliko zasebnih parova anonimnih portala koji se pojavljuju izvan velike „mreže“, detektovani su na ovom nivou „pravilnosti u asocijacijama“ zbog toga što je ovaj metod analize podataka „osjetljiviji“ na direktnе veze između dva medija. Kada se takve perfierne konekcije uklone iz ovog prikaza i preostali mediji se grupišu prema zemljii porijekla, počinje se crtavati obrazac distribucije političkih dezinformacija između najjače povezanih medija uzorku.

Slika ispod prikazuje distribuciju medija u dezinformacijskoj „mreži“ unutar BiH i Srbije. U gornjem dijelu grafikona prikazani su mediji iz Srbije i njihove veze sa onima iz Bosne i Hercegovine, od slabijih ka jačim. Srednji dio pokazuje najjače veze između medija iz Srbije i medija iz BiH, ukupno 17. U donjem dijelu su prikazani mediji iz BiH i njihove veze sa onima iz Srbije, od jačih ka slabijima.



Slika 22: "Dezinformatijska mreža" prema lokaciji medija

Baza podataka korištena za ovo istraživanje formirana je na osnovu materijala sa platforme Raskrinkavanje, koja je dominantno fokusirana na fact-checking medijskih izvještaja vezanih za Bosnu i Hercegovinu. Analiza ove baze podataka pokazuje, međutim, da najveća dezinformacijska mreža sadrži više medija iz Srbije nego iz BiH. U slučaju bh. medija, to su uglavnom mediji sa sjedištem u Republici Srpskoj, što ukazuje na jaku povezanost medija iz Srbije i onih iz RS u kontekstu objavljuvanja i širenja dezinformacija o političkim temama koje su značajne za BiH.

Na prethodnom grafikonu prikazani su sljedeći šabloni:

- Mediji iz Srbije su i više prisutni i jače međusobno povezani (20 međusobnih veza) od medija iz BiH (10 međusobnih veza);
- Postoji devet medija iz Srbije koji nemaju direktne jake veze sa medijima iz BiH i pet medija iz Srbije koji imaju najmanje jednu jaku vezu sa medijima iz BiH (gornja polovina grafikona);
- Mediji iz BiH imaju ukupno više direktnih veza sa medijima iz Srbije (17) nego sa drugim medijima iz BiH (10);
- Postoji sedam medija iz BiH koji nemaju direktne jake veze sa medijima iz Srbije i sedam medija iz BiH koji imaju najmanje jednu jaku vezu sa medijima iz Srbije (donja polovina grafikona).
- Oni mediji iz Srbije koji imaju direktne veze sa BiH imaju jače međusobne veze (pet veza: poveznice 36, 34, 38, 35, 10 na grafikonu) nego njihovi pandani u BiH (4 veze: poveznice 1, 3, 14 i 44 na grafikonu);
- Mediji koji su glavne „spone“ između Srbije i BiH u kontekstu širenja dezinformacija su RTRS (12 veza) i Bljesak (5) iz BiH; te Sputnik, Informer i Blic (svaki po 7 veza) iz Srbije.

---

<sup>80</sup> Blic je vlasnik Srpske info, tako da se ovaj medij pojavljuje u ukupno 9 veza između Srbije i BiH.

## **PRIMJERI SADRŽAJA KOJI SU PROIZVEDENI U GLAVNOJ “DEZINFORMACIJSKOJ MREŽI”**

Mediji koji imaju snažne veze unutar glavne mreže često objavljuju iste dezinformacije koristeći jedni druge kao izvore. Četiri analize u kojima se većina ovih medija pojavljuje zajedno, uključuju dvije teme vezane za BiH, jednu vezanu za SAD i Rusiju i jednu koja se tiče Srbije i Kosova.

1. U julu 2017. godine objavljeno je da „Pokop“ (javno pogrebno društvo u Kantonu Sarajevo) urgira porodice preminulih da plate nagomilane dugove za održavanje grobnih mjesta, označavajući ih naljepnicama koje ističu da njihovo održavanje nije plaćeno. Četiri mjeseca kasnije, Glas Srpske je objavio da se „Pokop“ spremi da izvrši ekshumaciju srpskih grobova u Sarajevu. Nakon toga, Informer je ustvrdio da je već počelo „prekopavanje 13.000 srpskih grobova“. Ova vijest pojavila se u 16 medija iz ove mreže, uključujući i Sputnik, Informer, Blic, Alo, Kurir, Srbin info, Tanjug, Vesti online, Srbija Danas, RTS, Srbin i Republiku iz Srbije; te RTRS, ATV, Glas Srpske i Srnu iz BiH.<sup>81</sup>

2. U junu 2018. godine otkrivena je mala količina oružja i municije zaostalih iz ratnih dešavanja 1992–1995 tokom rušenja napuštene kuće u selu Matuzići. Nakon dva dana, Srna je izvjestila o postojanju „skladišta oružja blizu džamije“, što je zatim predstavljeno i kao dokaz da se „paravojne formacije iz FBiH naoružavaju za napad na Republiku Srpsku“. Izvještaj je preuzeo 13 medija iz ove mreže, uključujući Sputnik, Informer, Blic i Republiku iz Srbije; te Srnu, RTRS, Bljesak, ATV, Glas Srpske, Srpska info, Nezavisne novine, Iskru i Trebević iz BiH.<sup>82</sup>

3. U januaru 2018. godine Srna je “reciklirala” staru lažnu vijest da je američki filozof Noam Chomsky nazvao Albance „divljim plemenom“ i opisao ih kao „nezahvalne Srbima koji su im pružili gostoprимstvo na Kosovu“. Priču je preuzeo 9 medija iz ove mreže, uključujući Blic, Informer, Novosti, Srbin, Sputnik, Intermagazin i Republiku iz Srbije; te RTRS i Srnu iz BiH.<sup>83</sup>

4. U februaru 2018. godine, poznati “fake news” portal iz SAD objavio je tvrdnju da je glumac Denzel Washington pohvalio Donalda Trumpa što je “spasio SAD od rata sa Rusijom” sprječio nastanak „orvelovske policijske države“. Anonimni portal Webtribune preveo je i objavio ovaj članak, dok je Sputnik zatim proširio priču zatraživši od nekoliko “analitičara” komentare na izmišljenu izjavu. Priču je objavilo 8 medija iz ove mreže, uključujući Sputnik, Informer, Webtribune, Kurir, Pravdu, Republiku i Srbiju Danas iz Srbije; te Iskru iz BiH (pored Iskre, priču su objavili i Avaz i Aura, koji se ne nalaze u ovoj mreži).<sup>84</sup>

<sup>81</sup>Cvjetićanin, Tijana. „Besprizorno poigravanje osjećajima ljudi: U Sarajevu nisu “prekopani srpski grobovi” – niti bilo čiji drugi.“ Raskrinkavanje. 7.2.2018. godine. <http://bit.ly/2UkQnwZ>

<sup>82</sup>Cvjetićanin, Tijana. „Kad porušena kuća postane ‘ogromno skladište vojne opreme u blizini džamije’“, Raskrinkavanje. 28.6.2018. godine. <http://bit.ly/2VDI2G2>.

<sup>83</sup>Cvjetićanin, Tijana. “Chomsky nikada nije rekao da su Albanci ‘kao divlje pleme.’” Raskrinkavanje. 1.2. 2018. godine. <http://bit.ly/2ISbiWS>

<sup>84</sup>Cvjetićanin, Tijana. “Denzel Washington nije rekao da je Donald Trump ‘spasio SAD od policijske države i rata sa Rusijom.’” Raskrinkavanje. 15.2.2018. godine. <http://bit.ly/2H0Scft>.

Distribucija tipova medija iz ove mreže drugačija je nego u opštem uzorku. To se naročito odnosi na anonimne portale koji se u opštem uzorku pojavljuju kao tip medija koji je glavni distributer dezinformacija, dok je njihova zastupljenost u "dezinformacijskoj mreži" minimalna.<sup>85</sup>

Mediji iz Srbije	Broj direktnih linkova sa BiH	Media from BiH	Broj direktnih linkova sa Srbijom
Sputnik	7	RTRS	12
Informer	7	Bljesak	5
Blic	7	ATV	4
Republika	5	Glas Srpske	2
Kurir	4	Srpska info	2
Alo	1	Srna	1
Tanjug	0	BH Index	1
RTS	0	Iskra	0
Webtribune*	0	Insajder	0
Intermagazin*	0	Info Bijeljina*	0
Srbija Danas	0	Infosrpska*	0
Srbin info	0	Trebević net*	0
Vesti online	0	Nezavisne novine	0
Pravda	0	Cafe*	
Novosti	0		

\*Anonimni portali

**Tabela 6: Mediji u "glavnoj dezinformacijskoj mreži"**

Od samo šest anonimnih medija u „mreži“, Webtribune i Intermagazin, oba iz Srbije, skoro isključivo objavljuju nacionalističke i pro-ruske političke sadržaje. Portal Infosrpska, iako je anoniman, predstavlja glasilo jedne političke partije (SNSD) i često se koristi kao izvor „zapaljivih“ političkih dezinformacija na javnom emiteru i u javnoj novinskoj agenciji RS.<sup>86</sup>

Ono što u ovom nalazu upada u oči je činjenica da jedina velika dezinformacijska mreža identifikovana u uzorku, sadrži čak pet medija u javnom vlasništvu: dva iz Srbije, dva iz BiH (oba iz Republike Srpske) i jedan iz Rusije. U pitanju su tri javne novinske agencije: Tanjug, Srna i Sputnik; te online portali dva javna emitera: RTS i RTRS. Uz izuzetak RTS (Radio-televizija Srbije), svi nabrojani mediji pojavljuju se kao „poveznice“ između medija iz Srbije i BiH, pri čemu se ističe RTRS sa 12 direktnih veza i Sputnik sa 7 direktnih veza.

<sup>85</sup>Od svih 29 medija u "mreži", samo šest je anonimno, od čega su dva iz Srbije i četiri iz BiH.

<sup>86</sup>Cvjetićanin, Tijana. "Krizni PR' Dodika i Lukača: Ista meta, isto odstojanje." Raskrinkavanje. 27. 12. 2018. godine <http://bit.ly/2SEXgYh> (ova analiza nije dio uzorka jer je objavljena van perioda istraživanja); "Medijski linč u dvije slike." Raskrinkavanje. 22.9.2018. godine <http://bit.ly/2tMATjg>

## SPUTNIK: SADRŽAJ I DOMET

Sputnik je jedini javni medij iz ove mreže koji je u vlasništvu države koja se nalazi izvan regije. Sputnik je izdanje agencije Rossiya Segodnya, osnovane 2013. godine Ukazom predsjednika Rusije. Platforma Sputnik je pokrenuta u novembru 2014. godine, umjesto nekadašnje mreže radio stanica Glas Rusije.<sup>87</sup> Sputnik se u uzorku pojavljuje kroz svoje izdanje na srpskom jeziku Sputnik Srbija, koji takođe nudi radio programe na lokalnom jeziku, a koje prenosi nekoliko radio stanica iz Srbije i BiH. Sputnik je takođe vrlo uticajan na društvenim mrežama. Prije godinu dana srpsko izdanje Sputnika imalo je 90.057 pratitelja/ki na Facebook-u i 11.000 na Twitteru.<sup>88</sup> U međuvremenu su ovi brojevi porasli na 119.198 (Facebook) i 15.100 (Twitter).<sup>89</sup>

U jednogodišnjem periodu koji je pokriven ovim istraživanjem, Sputnik je na platformi Raskrinkavanje ocijenjen 36 puta, za dezinformacije objavljene u ukupno 16 članaka.<sup>90</sup> Njegovo kontinuirano interesovanje za političku scenu u BiH takođe je analizirano u članku objavljenom u januaru 2018. godine, gdje su analizirani ton i sadržaj takvih naslova i članaka objavljenih na Sputniku.<sup>91</sup> Analiza nekoliko stotina članaka koji su objavljeni tokom tri mjeseca, pokazala je da je 80 članaka posvećeno BiH i temama u vezi sa BiH, pri čemu su svi pokazivali izrazitu pristrasnost u korist Milorada Dodika i/ili SNSD. To je potvrđeno i u analizi koju je Raskrinkavanje objavilo u septembru 2018. godine, tokom trajanja predizborne kampanje u Bosni i Hercegovini, kada se Sputnik ponašao kao de facto predizborni glasilo Milorada Dodika.<sup>92</sup>

Među temama u kojima se Sputnikovo izvještavanje podudaralo sa narativom Milorada Dodika, najviše su se isticale one vezane za geopolitička pitanja. Nekoliko EU zemalja, kao i NATO – sa naglaskom na ovo drugo – prikazani su u tim narativima kao prijetnja za srpski narod, Republiku Srpsku, ili direktno za Milorada Dodika. Mladen Ivanić, Dodikov glavni protivkandidat na izborima, u takvim je tekstovima često predstavljan kao „marioneta“ stranih aktera i/ili je implicirano njegovo učešće u zavjerama vezanim za prisluškivanje, navodno planiranje „državnog udara“, ili „obojenih revolucija“ u Republici Srpskoj, za koje se tvrdilo da ih planiraju države EU ili NATO saveza.

Nijedan od ovih članaka nije se pojavio u uzorku korištenom u ovom istraživanju, s obzirom da nisu pojedinačno ocijenjeni u navedenim analizama. Njih svakako treba posmatrati kao još jedan indikator izrazito pristrasnog izvještavanja i jakih veza sa medijima u BiH koje kontroliše SNSD, budući da Sputnik i RTRS, Srna, ATV i ostali mediji iz glavne „dezinformacijske mreže“ često koriste iste sagovornike/ce, kreiraju iste narative i fokusiraju se na iste teme kada izvještavaju o događajima na političkoj sceni u BiH.

<sup>87</sup> Sputnjik. <http://bit.ly/2I09VZ8>

<sup>88</sup> Brkan, Darko. "Sputnik' o Bosni: Medijski 'zastupnik' Milorada Dodika." Raskrinkavanje, January 8, 2018. <http://bit.ly/2EA2C21>

<sup>89</sup> Sputnik. <http://bit.ly/2VDI8gS> and <http://bit.ly/2TtllVf>

<sup>90</sup> Sputnik. <http://bit.ly/2XD0Gi0>

<sup>91</sup> Brkan. 2018. "Sputnik' o Bosni."

<sup>92</sup> Cvjetićanin, Tijana. "Sputnik Srbija' i izbori u BiH: O Dodiku sve najbolje." Raskrinkavanje. September 29, 2018. <http://bit.ly/2IRxu3l>

Činjenica da se Sputnik i RTRS pojavljuju kao glavne „poveznice“ u najvećoj dezinformacijskoj mreži je dodatni dokaz uticaja ovog medija i njegovih veza sa lokalnom političkom scenom.<sup>93</sup>

Sputnik takođe ima istaknuto ulogu u oblikovanju narativa o „Zapadu protiv Rusije“, koji često preuzimaju i intenziviraju drugi mediji koji se nalaze u ovoj dezinformacijskoj „mreži“, kako oni iz Srbije, tako i oni u Republici Srpskoj.

---

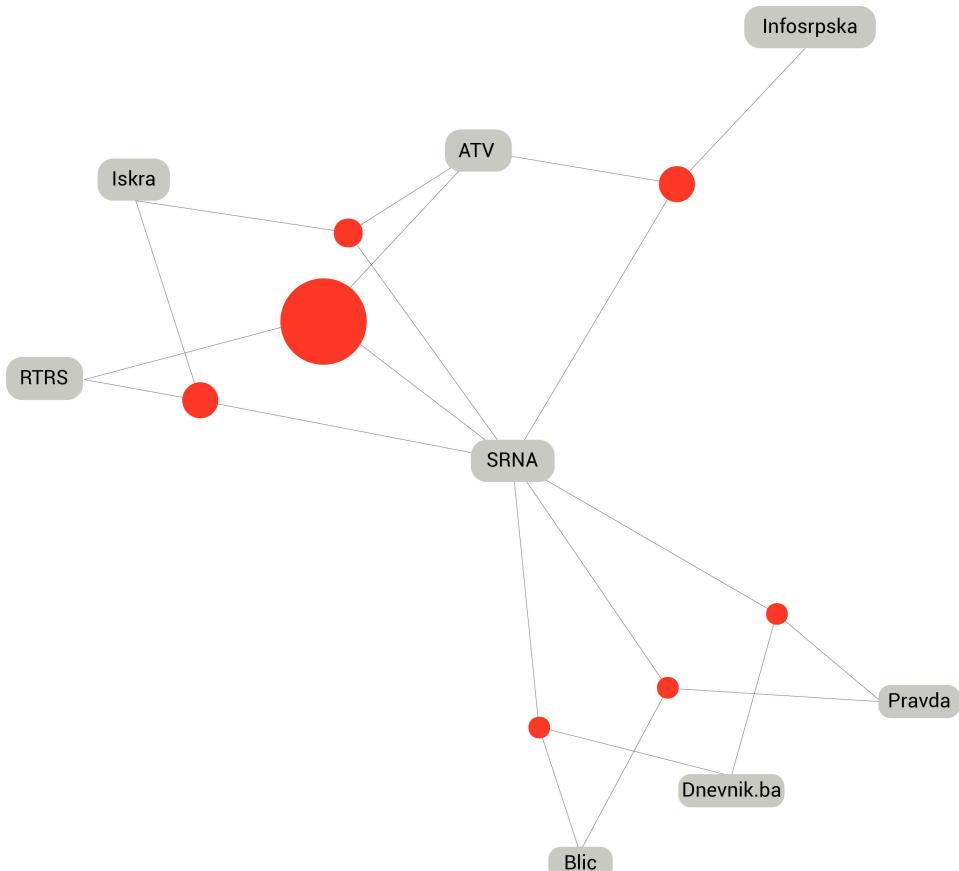
<sup>93</sup>U.S. Goverment. "Putin's Asymmetric Assault On Democracy In Russia And Europe: Implications For U.S. National Security." A Minority Staff Report Prepared For The Use Of The Committee On Foreign Relations United States Senate One Hundred Fifteenth Congress Second Session. January 10, 2018. <http://bit.ly/2tQC2g4>.

### 3.6. KLASTERI DEZINFORMACIJA

Klasteri su grupe medija među kojima postoje snažne veze. Preciznije, to su grupe od tri ili četiri medija koji često koriste jedni druge kao izvore dezinformacija. Klasteri se mogu opisati i kao manje „dezinformacijske mreže“.

Za identifikaciju klastera u ovom istraživanju su odabrani mediji koji su najčešći izvori dezinformacija. Algoritam za otkrivanje pravilnosti u vezama je primijenjen na ove medije kako bi se identificirali njihovi „klasteri“ – to jest, mediji koji frekventno i redovno objavljuju iste dezinformacije kao i medij koji se nalazi u „centru“ klastera.<sup>94</sup>

Pet medija koji su među najčešćim izvorima dezinformacija (RTRS, Infosrpska, Srna, Srbija danas, Informer) pojavljuju se i u velikoj „dezinformacijskoj mreži“. Njihovi pojedinačni klasteri su skoro isključivo sačinjeni od drugih medija koji se nalaze u istoj „mreži“, što odražava jake veze koje postoje između medija u glavnoj mreži. Jedini izuzetak je Srna, čiji klaster sadrži jedan medij (Dnevnik.ba) koji se ne pojavljuje u glavnoj „dezinformacijskoj mreži“.



Slika 23: Klaster – Srna

<sup>94</sup> Broj „najjačih poveznica“ koji je korišten da bi se ustanovio broj veza između medija zavisi od prisutnosti medija u uzorku. Broj poveznica odabran je prema broju ocjena koji je svaki medij dobio (koliko puta se pojavio u uzorku) tako da se eliminisu slučajne veze i prikažu samo značajne veze sa drugim medijima koji imaju međusobne veze slične jačine (kontinuirano objavljuju iste dezinformacije).

Za druge portale koji su među glavnim izvorima dezinformacija, kao što su BH dijaspora i BNN, nisu pronađene jake veze koje se ponavljaju, što pokazuje da su oni uglavnom „izolirani“ izvori/redistributeri dezinformacija.

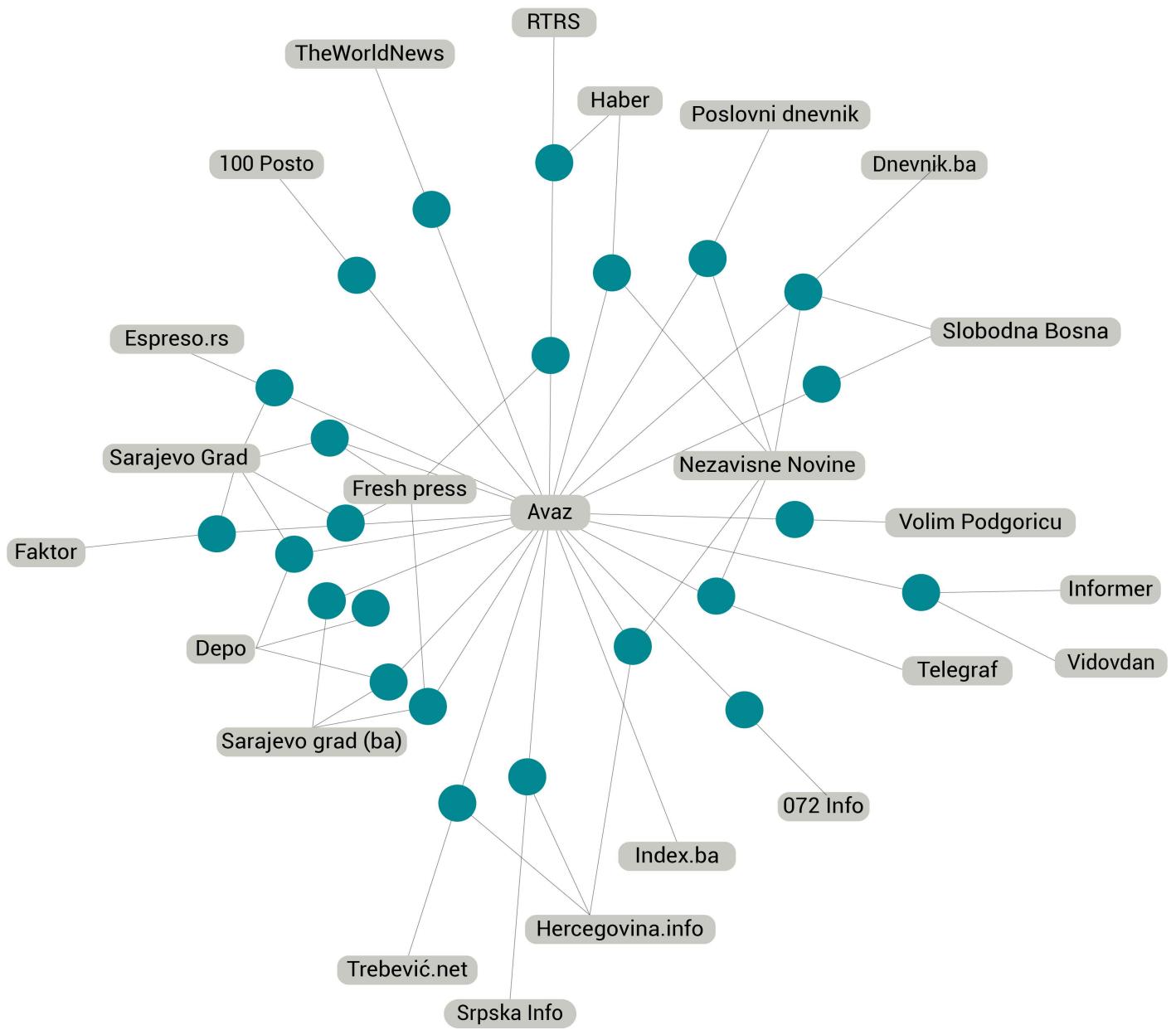
Dnevni Avaz, jedna od najuticajnijih dnevnih novina u printanom i u digitalnom izdanju, često je i izvor i prenosnik političkih dezinformacija. On se, međutim, ne pojavljuje u glavnoj "mreži dezinformacija", što ukazuje na to da se manipulativni ili obmanjujući sadržaj koji ovaj medij objavljuje odnosi na širok dijapazon tema koje nisu nužno povezane sa jednom političkom agendom. Na osnovu analiziranog sadržaja sa portala, može se reći da su dezinformacije objavljene od strane ovog medija uglavnom pristrasne obrade dnevnopolitičkih tema (koje mahom proizlaze iz njegovih jakih veza sa političkom partijom SBB BiH), uz povremene nacionalističke narative u sadržaju. Avaz, recimo, često objavljuje dezinformacije vezane za izbjeglice i migrante u BiH, što je tema koju eksplatišu mediji različitih političkih "usmjerenja".<sup>96</sup>

To se odražava i u pretežno nasumičnim vezama unutar "Avazovog" klastera, koje ovaj medij formira sa mnogobrojnim medijima koji međusobno nisu povezani ili su povezani veoma slabim vezama.

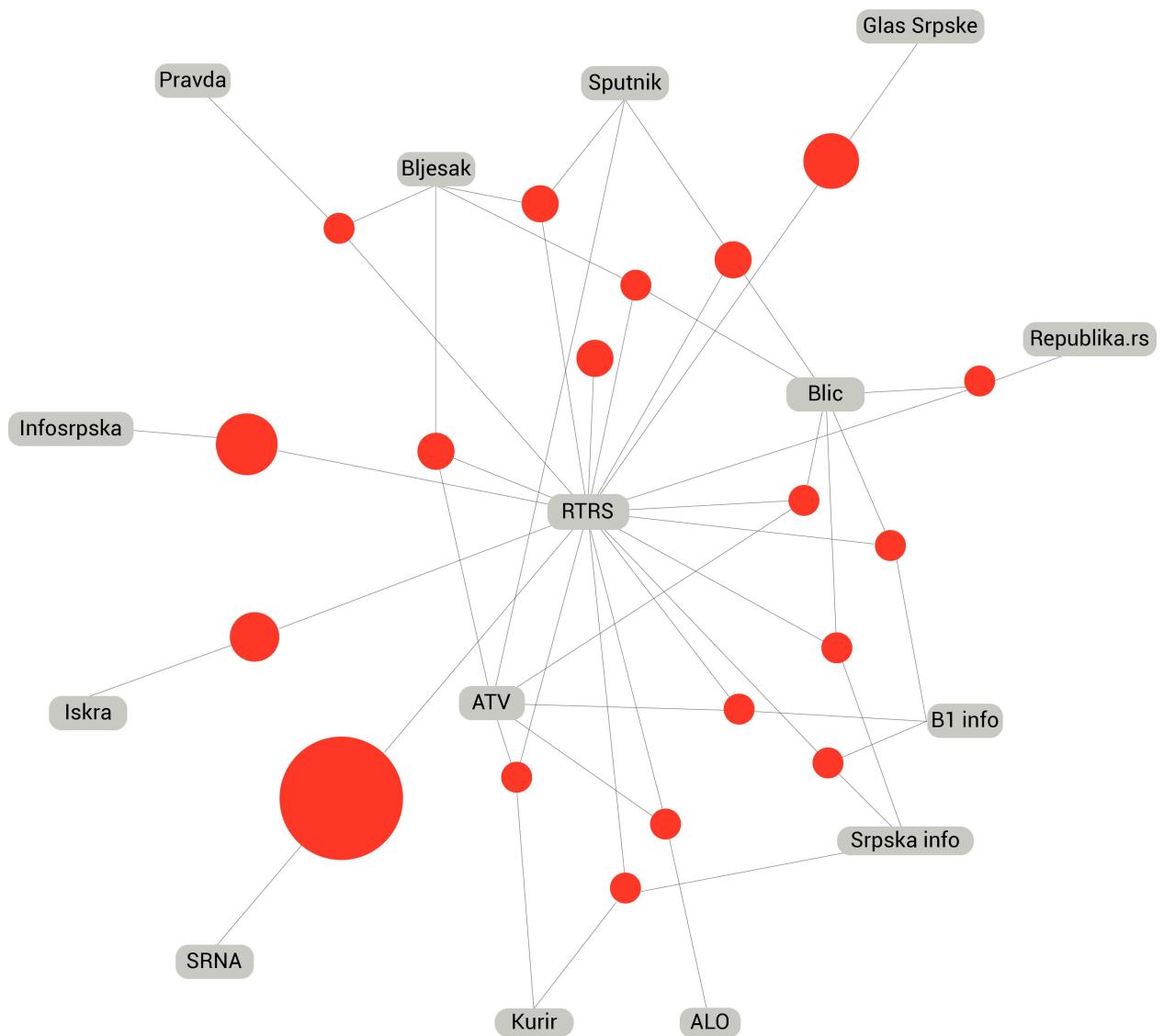
Avaz ima sličan rezultat kao RTRS kao izvor/prenosnik dezinformacija, ali poređenje njihovih klastera pokazuje jasnu razliku učestalosti i jačine međusobnih veza medija koji se u njima pojavljuju: one su znatno slabije unutar Avazovog unutar RTRS-ovog klastera.

---

<sup>96</sup>Vidjeti: <https://raskrinkavanje.ba/medij/avaz>

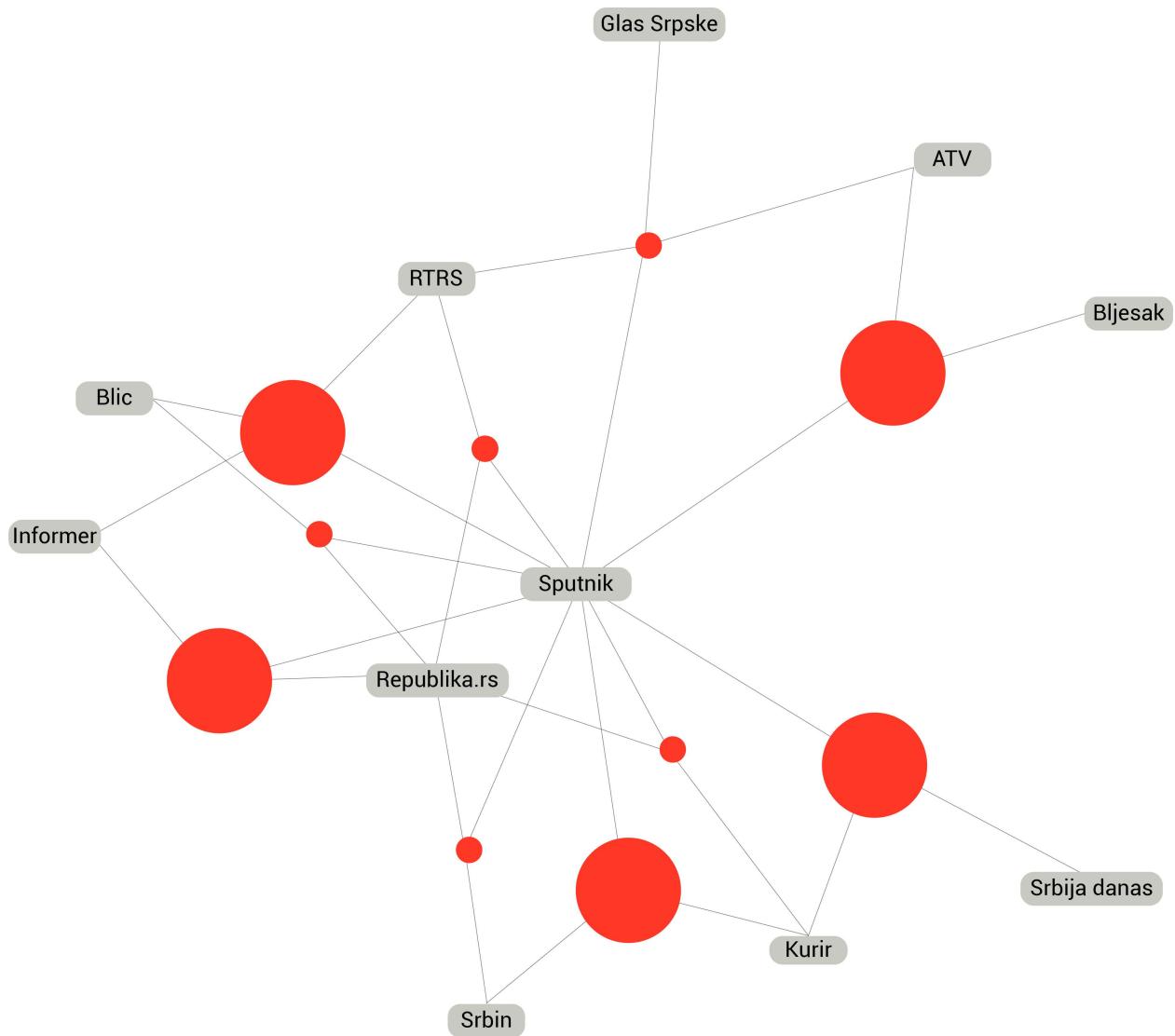


Slika 24: Klaster – Avaz



Slika 25: **Klaster – RTRS**

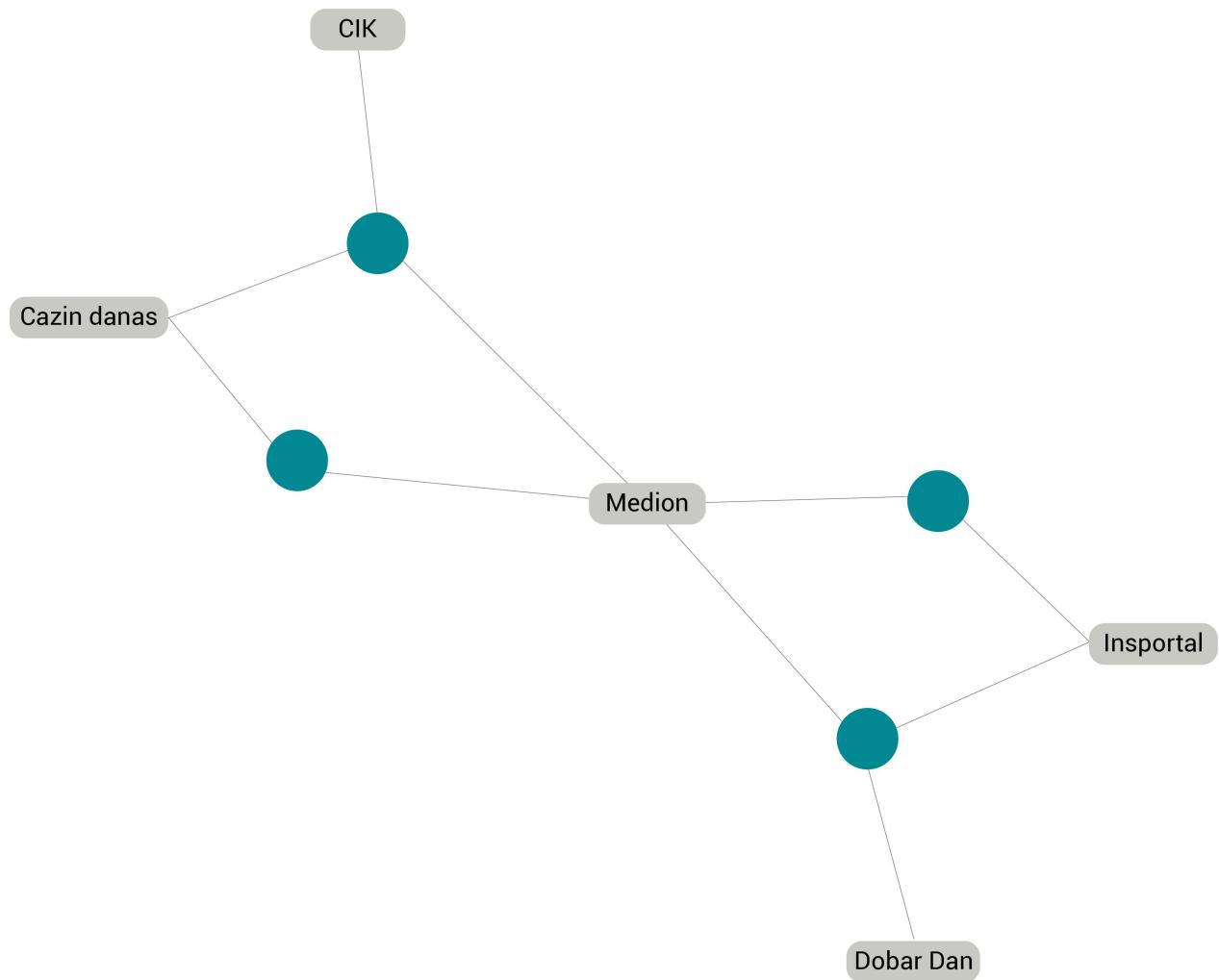
Kako je gore navedeno, RTRS i Sputnik su glavne poveznice između medija iz Srbije i BiH u velikoj dezinformacijskoj „mreži“. To se vidi i iz strukture njihovih klastera, koji imaju približno jednak broj medija iz obje države. Raspored njihovih međusobnih veza je, međutim, drugačiji: Sputnikov klaster pokazuje jače veze između medija iz Srbije, dok su u klasteru RTRS jake veze između medija iz obje države relativno ujednačene.



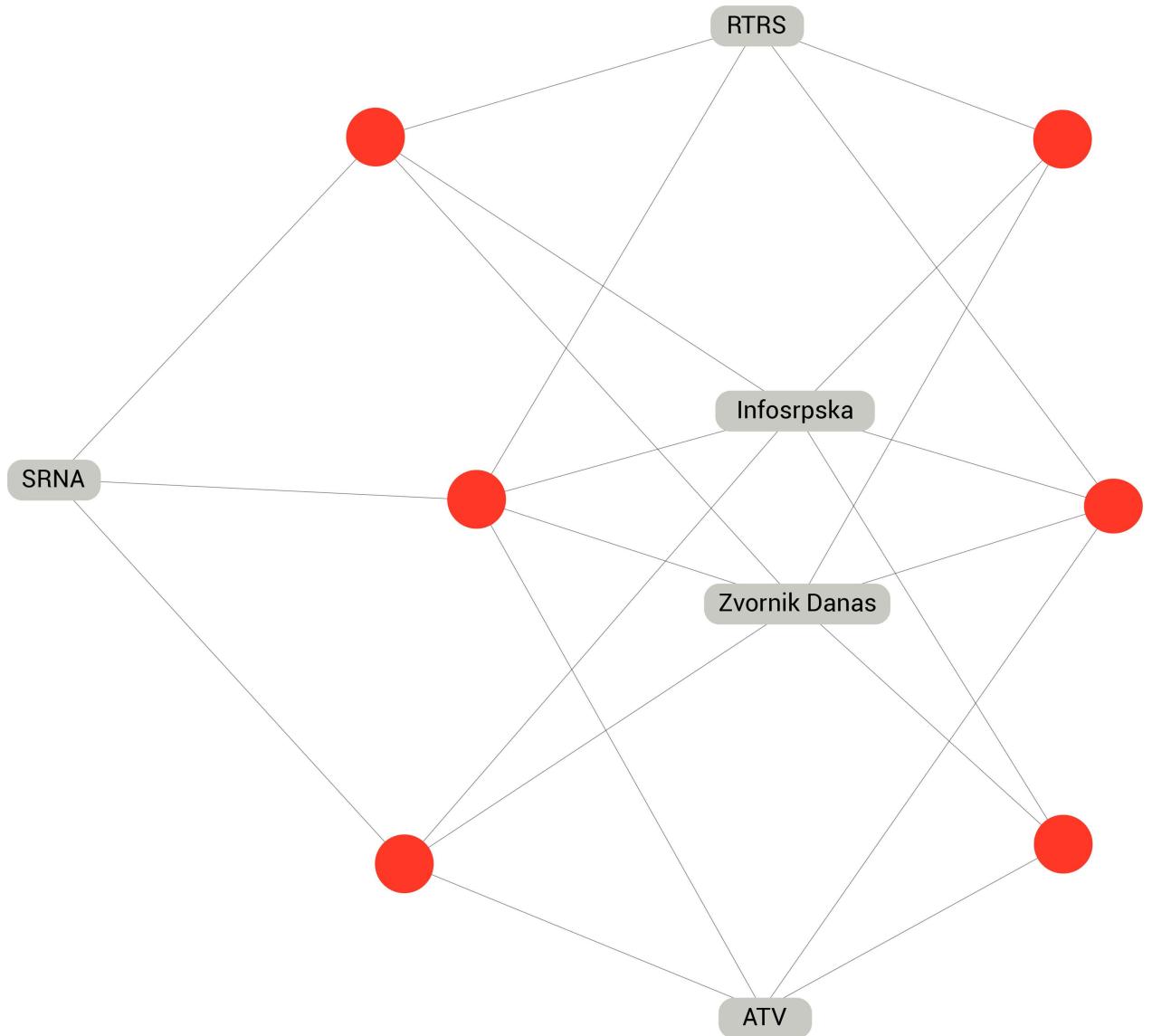
Slika 26: **Klaster – Sputnik**

Preostala dva medija koji su najčešći izvori dezinformacija su anonimni portali iz BiH Poskok i Medion. Poskok je informativni portal sa jakom političkom pozadinom, fokusiran mahom na hrvatski narod u BiH, dok je Medion komercijalni portal sa lažnim vijestima bez jasne političke pozadine.

Medion se pojavljuju se u istom klasteru kao i CIK, još jedan „visoko rangiran“ izvor lažnih vijesti, gdje su ostali mediji mahom anonimni portalni koji objavljaju razne tipove dezinformacija. Njihove veze nisu jake i uglavnom proizlaze iz činjenice da objavljaju razne vidove dezinformacija koje se pojavljuju kao dnevne „goruće teme“ u BiH online medijskoj sferi. Sa druge strane, kada ih se uporedi sa Infosrpskom – takođe anonimnim portalom – postoje mnogo jače veze između ove web stranice kao centra i medija sa kojima je povezana i koji takođe formiraju jake međusobne veze). Za razliku od klastera Medion, cijeli klaster Infosrpske ima čvrsto uspostavljene međusobne veze.

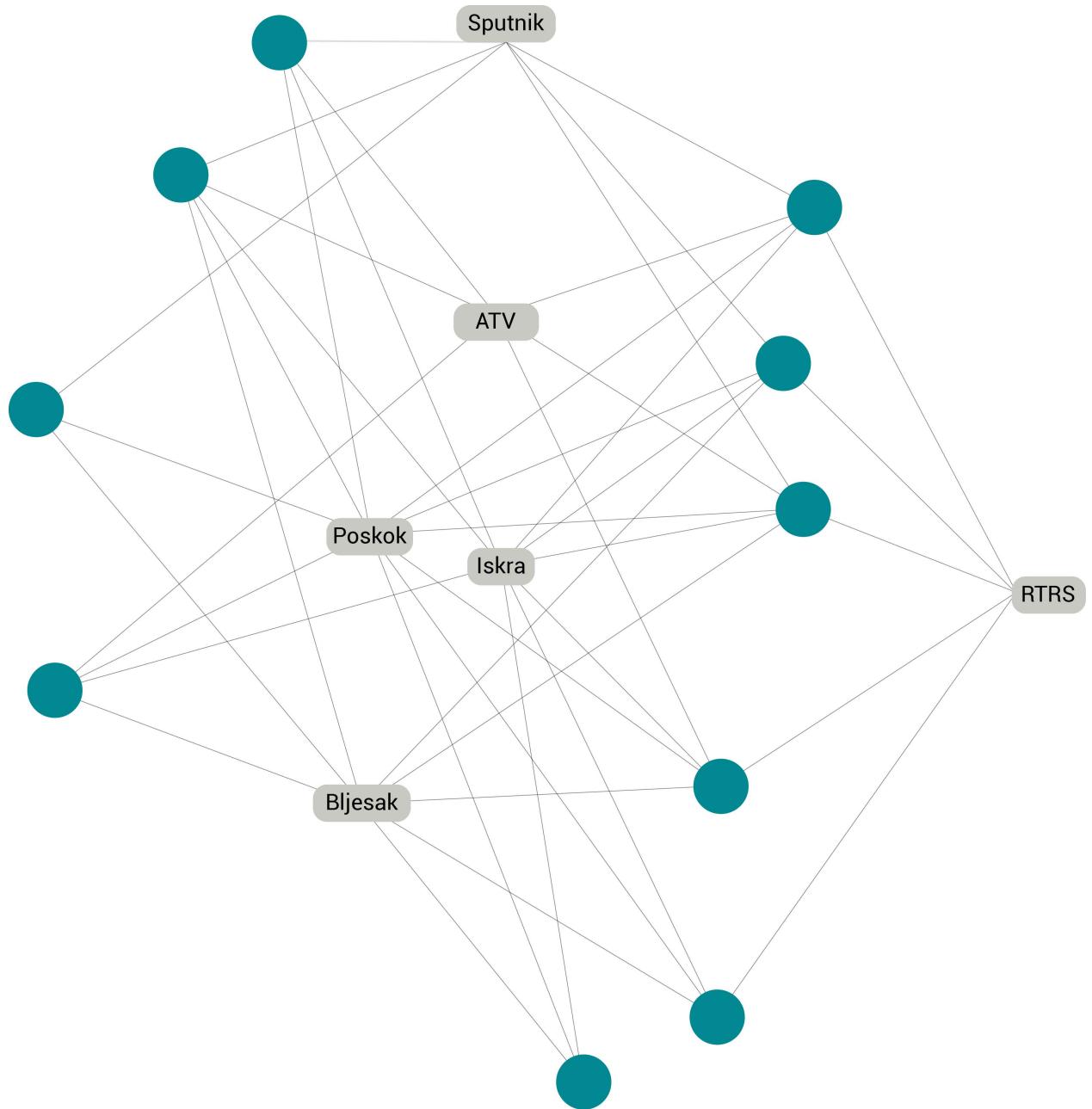


Slika 27: **Klaster – Medion**



Slika 28: **Klaster – Infosrpska**

Klaster koji se formira oko Poskoka ima mnogo veću sličnost sa klasterom Infosrpske, i po sadržaju (pojedinačni mediji koji se pojavljuju unutar klastera) i po tipu prepoznatih veza. Pored toga, primjetno je da se svi mediji koji su prisutni u Poskokovom klasteru nalaze i u glavnoj „dezinformacijskoj mreži“.



Slika 29: **Klaster – Poskok**

Kada se ispitaju klasteri pojedinačnih medija, pojavljuju se dva generalna obrasca:

- Političke dezinformacije koje objavljaju komercijalni anonimni portali imaju tendenciju ka većoj disperziji u smislu uspostavljanja veza sa drugim medijima, što je pokazatelj nasumičnosti u odabiru tema o kojima ovi mediji objavljaju dezinformacije. Ovo su mediji koji objavljaju veliki broj najrazličitijih dezinformacija i u većini slučajeva motivisani su samo finansijskom dobiti (na šta snažno ukazuje i značajno prisustvo ocjene „klikbejt“ na ovim portalima).
- Portali sa jakom političkom usmjerenosću, bilo da su u pitanju anonimni, komercijalni ili javni mediji, imaju tendenciju ka formiranju klastera sa jakim međusobnim vezama što ukazuje na političke agende<sup>97</sup> koje oblikuju njihovo izvještavanje. Kada se pobliže pogledaju veze između portala koji imaju manju ili veću sklonost da objavljaju lokalne etno-nacionalne narative, može se primjetiti da se portali koji imaju tendenciju da se obraćaju većinskoj srpskoj i hrvatskoj publici često pojavljuju u istim klasterima, dok portali namjenjeni bošnjačkoj publici nemaju slične veze i samo se nasumično povezuju sa medijima iz druge dvije grupe.

## **STUDIJA SLUČAJA: KORIŠTENJE POLITIČKIH TEMA ZA STICANJE EKONOMSKE KORISTI OD STRANE ANONIMNIH PORTALA**

Anonimni portal Životni stil je objavio izmišljenu priču o Danijelu Subašiću, golmanu fudbalske reprezentacije Republike Hrvatske, koja je postala jedna od najraširenijih lažnih vijesti u regiji, kako prema rasprostranjenosti u mainstream medijima tako i prema dijeljenju na društvenim mrežama.<sup>98</sup>

Reprezentacije Hrvatske i Engleske su, 11.7.2018. godine, igrale polufinalni meč svjetskog prvenstva u fudbalu. Istog dana na portalu Životni stil objavljen je članak u kojem se tvrdi da je Danijel Subašić na pres konferenciji utakmicu posvetio Majkama Srebrenice. U članku koji je objavljen bez adekvatne lekture i koji je obilovao pravopisnim i gramatičkim greškama, nije ponuđen niti jedan dokaz za iznesenu tvrdnju. Iako su sve to bili jasni znakovi koji su upućivali da bi moglo biti riječ o netačnoj informaciji, mediji su odmah počeli prenositi vijest i dijeliti je takvom brzinom da je postala medijskom senzacijom na društvenim mrežama. Mnogi mediji u BiH i regiji objavili su je bez prethodne provjere, unatoč činjenici da Subašić čak nije ni prisustvovao press konferenciji, što je bila javno dostupna informacija. Nakon velikog uspjeha prve priče, isti izvor je slične izjave pripisao i igraču hrvatske reprezentacije Luki Modriću i Predsjednici RH Kolindi Grabar Kitarović.

<sup>97</sup>U nekim slučajevima, analize Raskrinkavanja ukazuju na jasnu koordinaciju prilikom objavljivanja dezinformacija u takvim klasterima. Za koordinirane kampanje dezinformisanja između Infosrpske, Srne, RTRS i ATV vidjeti, recimo: Cvjetićanin, Tijana. "Krizni PR' Dodika i Lukača: Ista meta, isto odstojanje." Raskrinkavanje. 27.12.2018. godine.

<http://bit.ly/2SEXgYh>.

<sup>98</sup>Životni stil. Portal je zatvoren nakon što je Raskrinkavanje otkrilo identitet vlasnika koji je imao nekoliko farmi portala u proteklih nekoliko godina.

Raskrinkavanje je 12.7. objavilo analizu<sup>99</sup> ovog članaka; nekoliko novinara/ki i profesionalaca/ki u oblasti medija takođe su skrenuli pažnju na netačnost navoda u priči i apelovali na medije da prestanu širiti lažne informacije. Narednog dana Igor Štimac, reporter Večernjeg lista, tokom intervjuja sa samim Subašićem pozvao se na iznesenu tvrdnjku koju je predstavio kao činjenicu (da je Subašić posvetio utakmicu Majkama Srebrenice) i zatim ga upitao kome će posvetiti narednu utakmicu. Subašić je izbjegao da da direktni odgovor, ali nije opovrgao samu tvrdnjku.

Ovaj intervjuk pokrenuo je lavinu članaka o tome da je Subašić „potvrđio istinitost“ prethodne izjave. Ovu „vijest“ objavili su čak i mediji koji nisu objavili prvo bitnu priču; oni koji jesu, koristili su je kao dokaz da su „i prvi put bili u pravu“. Raskrinkavanje je objavilo narednu analizu<sup>100</sup> 17.7. nakon dodatne provjere činjenica i definitivne potvrde da je priča lažna (što su naknadno potvrdili i odgovori na upite koji su upućeni Hrvatskom nogometnom savezu i Uredu predsjednice Hrvatske, u kojima su oba izvora opovrgla tvrdnje koje je iznio Životni stil).

Originalni članak na portalu Životni stil imao je 44.000 pregleda na stranici za pet dana, i 14.200 podjela na Facebooku. Tokom tih pet dana, 31 mediju podijelio je priču i lažnu izjavu i tako ostvario više od 22.000 interakcija na društvenim mrežama (uglavnom putem Facebooka). Slike članka takođe su bile popularne i prerasle u viralne sadržaje na Facebooku i Twitteru, ostvarivši više od 14.000 interakcija.

Nakon što je Večernji list objavio intervjuk sa Subašićem, 46 medija ga je predstavio kao definitivni dokaz navodne tvrdnje. Ovog puta to su učinili i „legitimniji“ mediji, za razliku od prvog puta kada su anonimni portali činili većinu medija koji su objavili „ekskluzivnu vijest“. Tada je 46 članaka dobilo više od 17.000 interakcija na društvenim medijima. Mnogi od njih bili su uklonjeni nakon što je priča demantovana tako da ovi brojevi ne odražavaju stvarni domet koji je imala ova lažna priča.

<sup>99</sup> Cvjetićanin, Tijana. **„Fudbal, Srebrenica i lažni mediji: Genocid kao izvor klikova.“** Raskrinkavanje. July 12, 2018.

<https://raskrinkavanje.ba/analiza/fudbal-srebrenica-i-lazni-mediji-genocid-kao-izvor-klikova>

<sup>100</sup> Cvjetićanin, Tijana. **„Kad laž naknadno postane istina.“** Raskrinkavanje. July 17, 2018.

<https://raskrinkavanje.ba/analiza/kad-laz-naknadno-postane-istina>.

## **4. MEDIJSKO/DIGITALNO OKRUŽENJE:**

### **ZAKONSKI OKVIR I PERCEPCIJA U STRUČNOJ ZAJEDNICI**

Zakonski okvir za medije u BiH odnosi se na medijske operatere sa zemaljskim i kablovskim signalom. Državna regulatorna agencija za komunikacije (RAK) nadležna je za regulaciju ovog sektora i primjenjuje Politiku sektora telekomunikacija, Zakon o komunikacijama i nekoliko propisa i pravila od kojih se neka odnose i na objavljivanje sadržaja koji je neistinit ili ima obmanjujući karakter.

Online i printani mediji su dio samoregulatorog sistema nad kojim nadzor vrši nevladina organizacija Vijeće za štampu u BiH, čiji članovi su printani i online mediji iz BiH. Na osnovu žalbi građana/ki Vijeće za štampu u BiH prvo pokušava da izvrši medijaciju i riješi problem, a ako medijacija ne dovede do rješenja, žalbena komisija Vijeća za štampu odlučuje da li predmetni sadržaj krši novinarske norme definisane Kodeksom za štampu i online medije u BiH. No, svaki medij je slobodan da odluči hoće li implementirati odluke Vijeća za štampu, tj. da li će obrisati ili demantirat sporni sadržaj ili objaviti izvinjenje.

#### **4.1. ZAKONSKI I REGULATORNI OKVIR**

Regulacija TV i radijskog sadržaja primarno je zasnovana na žalbama građana/ki koje zatim obrađuje RAK. RAK takođe sprovodi povremeni nadzor medijskog sadržaja ex officio, ali ima ograničene kapacitete za tu namjenu. RAK ima i nadležnost za prekršaje iz oblasti emitovanja, za koje može izdati usmene ili pismene opomene, pripadajuće kazne kao i privremeno ili stalno oduzimanje dozvole za emitovanje.

Televizijski i radijski sadržaji su prvenstveno regulisani u skladu sa Kodeksom o audiovizualnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija (u daljem tekstu: Kodeks o medijskim uslugama). Dezinformacije se u Kodeksu o medijskim uslugama pojavljuju kao „sadržaj za kojeg se zna ili se može utvrditi da je lažan ili zavaravajući“ (Član 7).

Također je zabranjeno emitovati sadržaj za koji se zna ili se može utvrditi da je lažan ili zavaravajući "na osnovu zdravog razuma ili rutinskom provjerom, ili za kojeg postoji opravdana prepostavka da je lažan ili zavaravajući. " (Član 7. stav 1). Emiteri imaju obavezu da objave ispravku u najkraćem roku ako se za audio vizuelni i radijski program naknadno ispostavi da je lažan ili zavaravajući (stav 2).

Pored toga, u Kodeksu o medijskim uslugama dezinformacije se mogu povezati i sa opštim principima, naročito u sljedećim dijelovima:

„Audiovizuelne medijske usluge i medijske usluge radija neće ni na koji način zloupotrebljavati i/ili manipulisati sujevjerjem, strahovima ili lakovjernošću pojedinaca ili javnosti, niti će podsticati na potencijalno štetna ponašanja.“ (Član 3., stav 6).

„Audiovizuelne medijske usluge i medijske usluge radija neće prenosi jasan i neposredan rizik od uzrokovanja negativnih posljedica koje uključuju, ali se ne ograničavaju na smrt, 5 povrede, štetu nanesenu imovini ili drugu vrstu nasilja, ili ometanje policijskih aktivnosti i medicinskih usluga ili aktivnosti drugih službi za održavanje javnog reda i sigurnosti.“ (Član 3., stav 9).

I Član 5, stav 1 propisuje da će se audiovizuelnim i radijskim programima "osigurati tačnost iznesenih informacija u svim programima, a posebno u informativno-političkim i programima o tekućim događajima. Sve uočene greške će blagovremeno biti ispravljene". U kontekstu dezinformacija, još nekoliko članova je potencijalno značajno, npr. oni u kojima se spominju alternativna medicina ili paranormalne aktivnosti. U tim članovima navedeno je sljedeće:

"Svi sadržaji koji se bave paranormalnim i parapsihološkim pojavama će biti posebno izbalansirani u smislu upoređivanja naučnih i vannaučnih postavki vezanih za ove fenomene." (Član 12 stav 1). Emitovanje ovih sadržaja ograničeno je na period između 24:00 i 6:00 sati.

„Svi sadržaji koji se bave alternativnom medicinom sadržavat će jasne i nedvosmislene naznake da se radi o načinima liječenja koji nisu zasnovani na važećoj medicinskoj doktrini, te neće takve načine liječenja propagirati kao jedine ili najbolje. U ovim sadržajima poželjno je osigurati mišljenje ili učešće ovlaštenog stručnjaka iz područja medicine.“ (Član 13.)

„Neće se pružati sadržaji koji se bave nadrilekarstvom, osim ukoliko se ne ukazuje na štetne posljedice istog.“ (Član 14).

RAK takođe objavljuje Smjernice za implementaciju Kodeksa o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija, koji detaljnije pojašnjava ove propise.

Za svaki od navedenih prekršaja izriče se novčana kazna u skladu sa Pregledom prekršaja i odgovarajućih kazni koje izdaje RAK (u daljem tekstu: Pregled kazni).

Prekršaj	Novčana kazna
Osnovni principi, Član 3 Kodeksa	1.000 do 75.000 KM (Član 18, Pregled kazni)
Lažan ili zavaravajući sadržaj	1.000 do 30.000 KM (Član 22, Ibid.)
Alternativna medicina	1.000 do 30.000 KM (Član 28)
Nadriljekarstvo	2.000 do 60.000 KM (Član 29)
Paranormalne aktivnosti i parapsihološki fenomeni	1.000 do 60.000 KM (Član 27)

**Tabela 7: Kršenja Kodeksa RAK-a i pripadajuće novčane kazne povezane s dezinformacijama**

U emiterском sektoru sadržaj komercijalnih komunikacija, tj. oglašavanja takođe je regulisan, između ostalog i Kodeksom o komercijalnim komunikacijama, kako bi se spriječilo da takvi sadržaji podstiču ponašanje koje narušava zdravlje ili sigurnost (Član 3, stav 4, tačka d.) ili promoviše nadriljekarstvo (Član 2, stav 11), dok je emitovanje sadržaja o paranormalnim pojavama i uslugama ograničeno na period 24:00 do 6:00 sati (Član 3, stav 13). RAK navodi dodatna objašnjenja ovih pravila u Smjernicama za implementaciju kodeksa o komercijalnim komunikacijama.

U intervjuu sa Helenom Mandić (pomoćnica direktora za emitovanje, RAK) istaknuto je da su svi slučajevi u kojima je Agencija sankcionisala emitere za objavljivanje dezinformacija, bili vezani za pristrasno izvještavanje. Mandić navodi da sankcionisani mediji plaćaju kazne, ali da "niti bitno mijenjaju način izvještavanja niti plaćaju kazne dobrovoljno, što također ide u prilog tezi da se radi o jasnom uredničkom opredeljenju", to jest da objavljivanje dezinformacija nije posljedica neprofesionalnog izvještavanja niti nemamjernih grešaka.

Ostali/e sagovornici/e imaju podijeljena mišljenja o efektima sankcija koje izriče RAK. Neki smatraju da je objektivnost RAK upitna zato što ga imenuju politička tijela, zbog čega smatraju da RAK izriče mjere „selektivno“, to jest da kažnjava pojedine medije dok drugima „gleda kroz prste“. Neki sagovornici/e pak smatraju da RAK nije pod političkim uticajem, ali ističu da poduzima mjere samo na osnovu prijava i da je potrebno da se uspostavi kontinuirani monitoring medija kako bi se provodila dosljedna i efikasnija politika sankcionisanja.

Neki su takođe izrazili mišljenje da sankcije ne uspijevaju promjeniti ponašanje medija zato što 1) RAK generalno izbjegava izricanje kazni i pribjegava im samo u slučajevima kada je neizbjježno; i 2) novčane kazne su preniske i mediji koji krše Kodeks unaprijed "uračunaju" njihovo plaćanje, jer objavljivanjem dezinformacija ostvaruju profit koji je mnogo veći nego kazna koju plaćaju.

Pored toga, više je sagovornika/ca koji/e smatraju da je zakonski okvir dobar, ali nije dosljedno i detaljno primijenjen, nego onih koji smatraju da je sam zakonski okvir loš i da ga treba mijenjati.

Opšte slabosti medijskog okvira u vezi sa vlasništvom i finansiranjem koje su relevantne na svim nivoima uprave su važne za uspostavljanje pozicije i uloge medija i o njima će biti više govora u nastavku izvještaja.

## RAZUMIJEVANJE FENOMENA DEZINFORMACIJA U STRUČNOJ ZAJEDNICI U BIH

Intervjuisani/e predstavnici/e institucija, regulatornih i samoregulatornih tijela, medijski/e profesionalci/ke i predstavnici/e akademske zajednice u ovoj oblasti, imaju jedinstven stav u pogledu toga da su medijske dezinformacije sveprisutan problem u Bosni i Hercegovini. Većina ispitanika/ca smatra da se dezinformacije stvaraju s namjerom sticanja političke ili finansijske dobiti (samo jedan od 16 ispitanika/ica rekao je da smatra da su dezinformacije sve što je netačno, bez obzira da li postoji namjera objavljivanja takvog sadržaja ili ne).<sup>101</sup> Mnogi su ukazali i na činjenicu da „lažne vijesti“ (u potpunosti fabrikovane, činjenično netačne tvrdnje) nisu jedini niti najčešći oblik dezinformacija u medijima u BiH. Dezinformacije se više doživljavaju kao netačan sadržaj ili sadržaj obmanjujućeg karaktera koji se plasira u medijskim izvještajima koji sadrže i tačne informacije.<sup>102</sup>

Većina ispitanika/ica smatra da su politički interesi primarni motiv medijskog dezinformisanja. Veze između političkih partija i medija se već godinama posmatraju kao „opštepoznata stvar“.<sup>103</sup> Ove veze se realiziraju ili putem političke instrumentalizacije postojećih medija<sup>104</sup> ili putem online „medija“ koji se kreiraju samo u svrhu plasiranja političkih dezinformacija.<sup>105</sup> Specifične manifestacije političkog uticaja koje su prepoznali ispitanici/ce kao najčešće su medijska samocenzura i pristrasno izvještavanje.

Pored političke instrumentalizacije medija kao glavnog uzroka širenja političkih dezinformacija ispitanici/ce takođe navode i slabosti svojstvene medijskoj sceni u BiH koje pogoršavaju problem. Nedostatak profesionalnosti je među najčešće spomenutim faktorima, a proizlazi iz finansijske nesigurnosti medija koja ih čini i podložnim političkom uticaju i onemogućava da zaposle kvalitetan kadar koji će kvalitetno raditi svoj posao.

<sup>101</sup>Dejan Jazvić, glavni urednik, FENA smatra da su dezinformacije „sve ono što mediji objave, a što se ispostavi netočnim i neistinitim, bez obzira rade li to znajući da je u pitanju takva informacija.“

<sup>102</sup>Helena Mandić, pomoćnica direktora za emitovanje i komunikacije u Regulatornoj agenciji za komunikacije (RAK): „Može se reći da se u gotovo svim obrađenim slučajevima, posebno u proteklih 2-3 godine, radilo o manipulisanju tačnim informacijama ne samo na način da gledaoci/čitaoci izvuku krive zaključke, već na način da se u jednom dijelu javnosti stvara potpuno iskrivljena slika realnosti.“

<sup>103</sup>Media Sustainability Index (MSI) (Indeks održivosti medija) 2001, <http://bit.ly/2EP0DIn> i MSI 2018, <http://bit.ly/2VB3T2>

<sup>104</sup>Jasmin Begić, novinar, TV Sarajevo: „Svaka veća politička stranka u BiH danas ima svoj medij putem kojeg pokušava uticati na javnost i druge stranke. Malo je medija koji rade u interesu javnosti.“

<sup>105</sup>Ljiljana Zurovac iz Savjeta/Vijeća za štampu/tisak u BiH primjećuje da se desetine anonimnih („divljih“) portala pojavilo u mjesecima prije 2018. godine i Opštih izbora, sa jasnom namjerom da se propagira djelovanje velikih političkih partija i da se napadaju njihovi politički protivnici. Zurovac dodaje i da je izuzetno uznenimiravajuća činjenica da ih i zvanične agencije koriste kao izvore u svom izvještavanju.

Jedna od posljedica toga je i „odliv mozgova“ - pojava da novinari/ke napuštaju profesiju, te mediji ostaju bez stručnog kadra i/ili zapošljavaju neobučene i neobrazovane novinare/ke.<sup>106</sup>

U razgovoru o posljedicama političkog dezinformisanja ispitanici/ce su naglasili štetni efekat koji one imaju na demokratske procese, a neki su ih opisali i kao glavni faktor koji otežava razvoj demokratije u BiH:

„Narodi u BiH su bombardovani različitim poluinformativima i dezinformacijama od strane medija i političara tokom proteklih više od dvije decenije, što za posljedicu ima da se demokratija još uvijek „nije primila“ za tlo u BiH. Ljudi su zatvoreni, nisu spremni da učestvuju u društveno političkom životu, da se udružuju, da propituju, nema participacije, mlađi su razočarani i apatični.“ (Vuk Vučetić, Univerzitet u Istočnom Sarajevu, Odsjek za žurnalistiku). Nedovoljno informacija i/ili činjenično netačne informacije koje se nude glasačima su među najčešće spomenutim štetnim efektima na demokratiju, odmah iza stalnog izazivanja etničkih tenzija i etničke mržnje, što je primjetila većina ispitanika/ica.<sup>107</sup> Helena Mandić (RAK) naročito naglašava ulogu dezinformacija kao primarnog alata za održavanje etničkih tenzija: „Ovo može i ima negativan uticaj na demokratske procese bilo gdje u svijetu, a kod nas su ti uticaji možda i izraženiji imajući u vidu nepostojanje demokratske svijesti kod građana, relativno nizak obrazovni nivo, ratne sukobe koji su se sa klasičnih ratišta preselili u sferu onoga što je nekada bilo poznato pod pojmom “specijalni rat” koji se sada u prvom redu odvija putem medija, ali ne širenjem klasičnog govora mržnje, kako se često pogrešno navodi u javnosti, već upravo kroz pomenute slučajeve iskrivljavanja realnosti koji dovode do produbljavanja kako političke krize, tako i etničkih tenzija.“

Skoro svi ispitanici/e ukazali su na negativne efekte online sfere, naročito društvenih medija, kada je u pitanju širenje dezinformacija u zemlji. Društvene mreže mnogi navode kao faktor koji pogoršava širenje dezinformacija, kako zbog "informacijskih navika" koje razvijaju konzumenti medijskih informacija, tako i zbog njihovog korištenja kao "alata" u rukama i komercijalnih i političkih „dezinformatora“.

Ipak, primjetna je razlika između ukupne svijesti o problemu dezinformacija i/ili nedostatka profesionalizma koji dovodi do objavljivanja loših sadržaja, i samosvijesti kada je u pitanju svakodnevni rad samih novinara/ki i urednika/ca. Među intervjuisanim medijskim profesionalcima/kama, samo jedan (novinar TVSA) primjećuje da svakodnevne prakse zaista dovode do grešaka u izvještavanju.<sup>108</sup> Drugi koji su diskutovali o praksama svojih medijskih kuća u većini slučajeva su ih predstavljali kao visoko profesionalne i bez sklonosti ka objavljivanju pogrešnih informacija, dok su istovremeno isticali loše prakse drugih medija.

Komunikacija Raskrinkavanja sa vlasnicima/ama portala, urednicima/cama i novinarima/kama online i offline medija i agencija, takođe upućuje na sličan nedostatak preuzimanja odgovornosti od strane medija. Odsustvo volje da se pridržava profesionalnih standarda posljedica je ili nedovoljnog poznавanja tih standarda, ili jasne namjere da se objavljaju dezinformacije.<sup>109</sup>

<sup>106</sup>Sandra Kovačević, Ministarstvo transporta i komunikacija RS: "Zbog niskih plata, školovani novinari (diplomirani) sve više odlaze u druge profesije, dok se na pozicije novinara u redakcijama primaju ljudi koji nemaju znanja iz ove oblasti, uključujući ni etičke novinarske kodekse i pravila ponašanja novinara.“; Vuk Vučetić, Univerzitet u Istočnom Sarajevu: "Većina profesionalnih, obučenih urednika i novinara otišla je da radi za međunarodne medije koji imaju izdanja u BiH. Njihova mesta u lokalnim medijima popunjavaju „podobni, a ne sposobni“ koji ili nemaju volje ili nisu u mogućnosti da izdrže politički pritisak".

<sup>107</sup>Katarina Panić, novinarka, Srna – Mediji „kreiraju sliku neprijatelja čime se onda homogenizuje određena grupa“; Amela Delić, Univerzitet u Tuzli: „Etničke tenzije i pristrasno izvještavanje o temama koje su u vezi sa ratom su često sadržaj obmanjujućeg izvještavanja“ (, Univerzitet u Tuzli, Odsjek za žurnalistiku).

<sup>108</sup>Jasmin Begić, novinar, TV SA: "Lagao bih kada bih rekao da nemam iskustva sa dezinformacijama, odnosno objavom sadržaja kojeg zbog brzine nisam provjerio. Medijska kuća je u mom, ali i slučajevima mojih kolega, išla sa objavom demantija, što smatram da treba biti praksa svih medija.“

<sup>109</sup>Na primjer, većina medija iz glavne "dezinformacijske mreže" u većini slučajeva ne odgovara ili rijetko odgovara na pitanja o političkim dezinformacijama koje objavljaju, kao što i rijetko ispravljaju činjenične greške na koje se ukaže.

U slučajevima kada vlasnici/ce portalja, urednici/ce i novinari/ke ne ignorisu zahtjev za komentar o netačnim informacijama koje je objavio njihov medij, uglavnom odgovaraju na jedan od sljedećih načina:

***Uviđaju da je objavljena netačna informacija i preuzimaju odgovornost***

Priznavanje nemamjerne greške i ispravljanje pogrešnih informacija (objava ispravke)

***Uviđaju da je objavljena netačna informacija i ne preuzimaju odgovornost***

Priznavanje nemamjerne greške i ispravljanje pogrešnih informacija (objava ispravke)

Brisanje netačnih/obmanjujućih sadržaja bez povratne informacije ili objašnjenja

Pošto su informacije preuzete iz drugih medija, njihova je odgovornost da izvrše ispravku (odbijanje preuzimanja odgovornost da se informacije moraju provjeriti i verifikovati prije objavljuvanja).

Mnogi misle da je navođenje izvora dovoljno da se osloboди odgovornosti za tačnost informacija (naročito kada su izvori „društvene mreže“).

Opravdavanje brojem vijesti koje moraju svakodnevno objaviti (nedostatak vremena da se provjere informacije).

***Opovrgavaju postojanje pogrešnih informacija***

Podržavanje uredničke odluke da se objavi netačan/obmanjujući sadržaj, uz navođenje sljedećih razloga:

- odbrana izbora da se objave nepotvrđene informacije (npr. glasine) uz tvrdnje da je ovo ustaljena praksa među medijima (nedostatak znanja o profesionalnoj upotrebi izvora, uključujući i anonimne izvore);
- ideološki razlozi koji ukazuju na nedostatak profesionalnosti (nemogućnost da se razlikuju vijesti i mišljenja, fundamentalno nerazumijevanje uloge medija);
- ideološki razlozi koji ukazuju na jasnu namjeru da se javnost pogrešno informiše u službi nekog „višeg cilja“ (stav da su ideološka ili politička uvjerenja legitimani motiv da se objavljaju netačne, nepotpune ili obmanjujuće informacije).<sup>110</sup>

<sup>110</sup> Zulejhić, Emir. "Koji mediji lažu o Siriji." Raskrinkavanje. Maj 29, 2018. <http://bit.ly/2IOXeNB>

## ***Ne preuzimaju nikakvu odgovornost i zauzimaju neprijateljski stav***

Odgovori koji predstavljaju nedostatak odgovornosti prema javnosti i prema pravu čitaoca na tačno i profesionalno izvještavanje:

- Zahtijevanje „akreditacije“ koja daje pravo licima koja vrše provjeru informacija da zahtijevaju izvore od medija ili komentar zašto su objavili netačne informacije.
- Pitanje da li postoji zakon koji ih obavezuje da odgovaraju na pitanja (impliciranje da su mediji odgovorni samo pred zakonom i/ili nezainteresiranost za ispravljanje grešaka osim ako ne postoji zakonska obaveza);
- Optužbe da ih se nadzire „kao policajac“ koristeći „represivne mjere“ ili tumačenje fact-checkinga kao pokušaja ograničavanja slobode govora;
- Optužbe da osobe koje rade fact-checking „rade za nekoga“, bez uzimanja u obzir javnog interesa istinitog informisanja
- Agresivnost u odgovorima (ponekad otvoreno vrijedanje), uključujući zahtjeve anonimnih portala da se uklone podaci o vlasništvu sa web stranice Raskrinkavanja; nekada uz otvorene prijetnje;
- Oni sa jasno prepoznatljivom političkom pozadinom pominju primjere drugih medija i/ili vijesti za koje smatraju da su lažne i zahtijevaju njihovo „raskrinkavanje“ umjesto bavljenja sopstvenim dezinformacijama.

Raskrinkavanje ponekad doslovno objavljuje ove odgovore, da bi čitaoci dobili potpune informacije i da bi se naglasio nedostatak preuzimanja odgovornosti i ostale loše prakse koje doprinose ili su simptom sveprisutnosti dezinformacija, naročito u online medijskoj sferi.

Dobra ilustracija nekoliko gore opisanih fenomena može se pronaći u odgovorima koje je poslao Poskok u nizu nepotpisanih mejlova koji su sadržali sve od optužbi za političku instrumentalizacu ili „izigravanje policajaca“, do evidentnog nedostatka znanja o osnovnim postulatima profesionalnog novinarstva.<sup>111</sup>

---

<sup>111</sup> Cvjetićanin, Tijana. **“Poskokovo” istraživačko novinarstvo.** Raskrinkavanje. April 29, 2018. <http://bit.ly/2UpknrC>



#### **4.3. SAMOREGULATORNI OKVIR**

Kodeks za štampu i online medije BiH sadrži član o tačnom i fer izvještavanju u kojem je navedeno sljedeće:

"Novinari neće objavljivati netačne ili krivonavodeće materijale u vidu fotografija, tekstova ili drugih materijala. Fotografije i dokumenti ne smiju biti falsifikovani i/ili korišteni na krivonavodeći način.

Novinari ne smiju prikrivati i/ili zadržavati važne informacije čije bi obznanjivanje moglo materijalno uticati na tumačenje objavljenog izvještaja i razumijevanje kod čitalačke publike. Novinari imaju profesionalnu obavezu blagovremeno ispraviti bilo koju objavljenu informaciju za koju se utvrdi da je netačna. Izvinjenje i/ili ispravka će biti objavljeni s dužnim isticanjem.

Novinari će uvijek izvještavati istinito i tačno o ishodu radnje poduzete u vezi s klevetom u koju su bili uključeni. Novinari će izvještavati samo na osnovu činjenica čije je porijeklo novinaru poznato. Kod izvještavanja i komentara kontroverze, novinari će se potruditi da saslušaju i predstave sve strane u sporu. Ukoliko jedna strana u kontroverzi odbije da se stavi na raspolaganje novinaru, publikacija može opravdano navesti ovo odbijanje u svom izvještaju." (Član 5.)

Pored toga, istinito izvještavanje je obrađeno i u drugim članovima, uglavnom u Članu 1:

"Interes javnosti, u značenju ovog Kodeksa, definisan je kao postupak i/ili informacija kojima je namjera pomoći javnosti u donošenju ličnog mišljenja i odluka o pitanjima i događajima, uključujući i napore otkrivanja krivičnog djela i/ili prekršaja, te spriječiti zavođenje javnosti nekom izjavom ili postupkom pojedinca ili organizacije."

Članovi Vijeća za štampu su mediji iz oba entiteta i različitih regija u zemlji, što govori o činjenici da je VZŠ uspjelo da prevaziđe entitetske i druge administrativne podjele tokom proteklih godina. Iako su ove norme u skladu sa globalnim novinarskim standardima, domet samoregulatornog sistema ograničen je sadržaj koji uoče i prijave građani/ke. Pored toga, VZŠ se bavi samo sadržajem platformi za koje smatraju da su masovni mediji, ali ne i platformama koje ne pripadaju ovoj kategoriji, niti sadržajem na društvenim mrežama i blogovima, što bi bilo slično tijelima tog tipa u zemljama Zapadne Evrope. Pa ipak, mogućnost moderiranja sadržaja na društvenim medijima sve više postaje predmetom rasprave i stručna zajednica više naginje ka uvođenju nekog vida samoregulacije u ovoj oblasti zato što bi to bilo najmanje restiktivno u pogledu slobode medija.<sup>112</sup>

---

<sup>112</sup> Član 19. "Samoregulacija i 'govor mržnje' na platformama društvenih medija" 2018. <http://bit.ly/2SvjhbT>.

Na globalnom nivou postoje inicijative da se uspostavi samoregulatorni okvir za društvene mreže, poput akta za regulisanje govora mržnje u Njemačkoj pod nazivom 2017 Network Enforcement Act (NetzDG).<sup>113</sup> Tim zakonom propisana je kazna do 50 miliona eura za društvene mreže koje ne uklone „jasno nezakonit“ sadržaj u roku od 24 sata od podnošenja prijave (ili sedam dana ukoliko nije jasno da li je sadržaj zakonit). NetzDG takođe predviđa postojanje „regulisanih samoregulatornih agencija“ koje bi finansirale kompanije koje posjeduju društvene mreže, a čija bi uloga bila određivanje koji sadržaj nije u skladu sa zakonom i treba ga ukloniti. Agencije bi priznavalo Ministarstvo pravde pod uslovom da, između ostalog, pokazuju nezavisnost i stručnost lica koja donose odluke.

Kada se govori o efektima samoregulacije, postoje velike razlike u mišljenju među sagovornicia/cama, možda više nego u bilo kojem drugom pitanju koje je diskutovano tokom intervjua. Jedan dio njih smatra da je samoregulacija nemoćna da spriječi objavljivanje dezinformacija zbog trenutnih postavki online medijske scene, dok dugi/e smatraju da su rezultati već na zadovoljavajućem nivou<sup>114</sup> i/ili da se oni mogu dodatno unaprijediti poboljšanjem rada VZŠ<sup>115</sup> ili uvođenjem novih modela i mehanizama samoregulacije.

Ispitanici/ice koji su bili skeptični da postoji ikakav uticaj samoregulacije ukazivali su na činjenicu da je za funkcionisanje samoregulacije ključno da mediji žele da budu prepoznati kao vjerodostojni i profesionalni, što većinom nije slučaj. Mediji koji namjerno krše etičke kodekse nisu zainteresovani da prate preporuke Vijeća zato što je obaranje standarda profesije njihov poslovni model i nemaju interesa da ga mijenjaju.<sup>116</sup> Pored direktnе ekonomski koristi (od oglašavanja i objava koje su „klikbejt“), neki ispitanici pomenuli su i činjenicu da je medijsko tržište nerazvijeno, čime su mediji primorani da zavise od političkih sponzora, što koči njihov profesionalni razvoj uključujući i svijest o značaju samoregulacije.<sup>117</sup>

Među modelima kojima bi se mogla poboljšati samoregulacija, Ljiljana Zurovac iz Vijeća za štampu ističe „koregulaciju“ kao najbolje rješenje, gdje se zadržava osnovni samoregulatorni model uz uvođenje dodatnih mogućnosti za sankcionisanje težih oblika kršenja etičkih standarda profesije kroz samoregulatorno tijelo.

---

<sup>113</sup> "Network Enforcement Act." Septembar 2017. godine <http://bit.ly/2Ef1AYZ>.

<sup>114</sup> Dejan Jazvić, Glavni odgovorni urednik agencije FENA: "Imajući u vidu da je kodeks Vijeća na dobrovoljnoj bazi, rezultati su zadovoljavajući u smislu toga koliko se mediji pridržavaju njihovih odluka".

<sup>115</sup> Na primjer, Berislav Jurić (urednik, Bljesak) smatra da Vijeće "radi dobar posao ali je preblago prema medijima koji su članovi Vijeća".

<sup>116</sup> Lejla Turčilo, Univerzitet u Sarajevu: "Ne postoji više gotovo nikakav koncept časti u medijskoj zajednici, pa stoga ni samoregulacija nema većeg efekta. Naime, princip „što gore to bolje“ naprosto ne prepoznaje potrebu da se medijski sadržaj ukloni, mijenja ili da se građanima izvini, jer taj sadržaj nije slučajno netačan, neprofesionalan ili nastao kao neki propust u radu, on je za mnoge medije modus operandi i dok god iz njega crpe finansijsku i druge oblike moći neće od njega odustati."

<sup>117</sup> Emir Habul, Urednik i novinar, BHRT: „Samoregulacija zahtijeva da svijest medijske zajednice poraste do nivoa gdje će sama rješavati svoje probleme. Svjedoci smo da to nije tako (...) dijelom i zato što postoji politička podjela ali i zato što mediji nisu do te mjere izgrađeni da bi bili ekonomski nezavisni i pridržavali se profesionalnih načela“.

Neki ispitanici smatraju da samoregulaciju online medija treba zamijeniti ili zakonski mehanizam (zakoni i propisi),<sup>118</sup> ili kombinacija istih da bi se ostvario značajan efekat u sprječavanju dezinformisanja. To se često spominje kao mogućnost kada su u pitanju društvene mreže koje svi uključeni smatraju za oblast koja je najslabije regulisana i koja je najstetniji dio online sfere jer se tu zloupotrebljava sloboda govora.<sup>119</sup> Postoji i doza skepticizma da li bi i to donijelo zadovoljavajuće rezultate<sup>120</sup> naročito po pitanju društvenih mreža, gdje su pojedini ispitanici primjetili da su lokalni zakoni bespomoćni sve dok kompanije koje vode te mreže ne odluče da uvedu samoregulaciju.

## **4.4. OSTALA PITANJA U VEZI SA DEZINFORMACIJAMA**

### **4.4.1. TRANSPARENTNOST MEDIJA U BIH**

Transparentnost poslovanja medija, uključujući i transparentnost u vezi sa vlasničkom strukturom, identifikacijom lica odgovornih za plasiranje medijskog sadržaja i načina njihovog finansiranja, veoma je ograničena. Neki od razloga proizlaze iz nedostatka propisa u ovoj oblasti. Prije svega, transparentnost vlasništva samo se djelimično osigurava kroz registraciju medija u sudu, gdje se mediji registruju kao svaka druga firma. Podacima o vlasnicima firmi moguće je pristupiti samo podnoseći direktni zahtjev u devet opštinskih sudova u FBiH i pet okružnih sudova u RS. Ipak, podaci o vlasništvu samo su djelimično dostupni online kroz web stranicu "Pravosuđe".<sup>121</sup>

Sudovi sami odlučuju da li će objaviti i ažurirati te informacije i do sada u registar nisu uključene informacije iz sudova u Republici Srpskoj, a ima i naznaka da neki podaci iz FBiH o određenim medijima takođe nedostaju u registru.<sup>122</sup> Neki podaci o poslovnim subjektima u RS su dostupni u registrima Agencije za posredničke, informatičke i finansijske usluge a.d. Banja Luka (APIF)<sup>123</sup>, dok su podaci o vlasništvu dostupni samo uz plaćanje takse.

Pored toga, informacije o vlasništvu za medije koji su registrovani kao fondacije i udruženja prikuplja Ministarstvo pravde FBiH<sup>124</sup> ili nadležna tijela u kantonu u kojem je sjedište udruženja (u FBiH) ili u Ministarstvu uprave i lokalne samouprave u RS. Ovi podaci su dostupni na zahtjev, što je garantovano propisima o slobodi pristupa informacijama (ili Zakonom o slobodi pristupa informacijama, uključujući dva zakona na entitetskom i jedan na državnom nivou). Ali, iako su takve informacije iz sudova i drugih registara većinom javne, prikupljan je podataka o vlasništvu medija zahtjeva pristup mnogobrojnim javnim registrima, a kopije dokumenata su dostupne samo uz plaćanje takse. Iz sekundarnih izvora poznato je da je 2014. godine taksa bila oko 10,00 konvertibilnih maraka po stranici u sudovima u FBiH, ili 10,00 konvertibilnih maraka po firmi u RS.

<sup>118</sup> Amil Dučić, urednik na portalu Klix, smatra da regulatornom okviru nedostaje tijelo koje će biti ovlašteno da sankcioniše portale i printane novine za objavljivanje dezinformacija, jer trenutno samo Zakon o zaštiti od klevete pruža bilo kakav zaonski mehanizam u tom smislu (ali samo za pojedince koji su cilj dezinformisanja a i u njihovom slučaju podrazumjeva duge sudske procese). Mehmed Halilović, pravnik i ekspert za medije, takođe navodi da zakoni o zaštiti klevete funkcionišu samo na nivou pojedinca i imali su nekog efekta na medije da bi bili pažljiviji nakon plaćanja kazni za objavljivanje dezinformacija o pojedincima; ipak, oni nisu alat koji može imati široku primjenu u borbi protiv dezinformisanja.

<sup>119</sup> Emir Habul, na primjer, smatra da je potreban novi zakon, zato što nikakva samoregulacija ne pomaže kada su u pitanju online portali i društvene mreže: "To je van kontrole, haos. Sloboda mora biti ograničena pravima ostalih. Ne mogu biti ja slobodan da vas blatim a da vi nemate prava da se branite".

<sup>120</sup> Amela Delić, Univerzitet u Tuzli, Odsjek za novinarstvo: "Mislim da sloboda da se šire laži, govor mržnje i dezinformacije ne treba biti predstavljena kao sloboda izražavanja. Ipak, ne mislim da bi online mediji mogli biti regulisani u budućnosti".

<sup>121</sup> <http://bit.ly/2ExbOEm>

<sup>122</sup> Petković, Brankica, Sandra Bašić Hrvatin and Sanela Hodžić. "Značaj medijskog integriteta: Vraćanje novinarstva u službu javnosti." Mediacentar Sarajevo. 2014. <http://bit.ly/2NvuWXg>.

<sup>123</sup> Registr dostupan na: <http://bit.ly/2VDjDil>

<sup>124</sup> Ibid. 95. Podaci za RS su dostupni u agenciji APIF.

Ovakva praksa se može opisati kao protivna propisima koji nalažu da kopije trebaju biti besplatne za prvih 10 stranica u RS (Član 16. Zakona o slobodi pristupa informacijama Republike Srpske, Službeni glasnik 20/01). U FBiH smjernice o troškovima izdavanja kopija treba dostaviti Ministarstvo pravde (Član 16. Zakona o slobodi pristupa informacijama BiH, Službeni glasnik 32/01 i 48/11).

Još je važnije napomenuti da u ovim registrima nisu dostupne informacije o indirektnom vlasništvu i krajnjim korisnicima, što dodatno komplikuje potragu za akterima koji su uključeni u rad medija. U BiH ne postoji pravna obaveza da se objavljuju informacije o indirektnom vlasništvu i krajnjim korisnicima medijskih kompanija, niti je prekomjerna koncentracija vlasništva nad medijima regulisana na bilo koji način. Stoga, indirektno vlasništvo omogućava da se uticaji na sadržaj medija sakriju ne samo od javnosti već i od relevantnih nadležnih organa.

Regulatorna agencija za komunikacije (RAK) postavlja obavezu pred emitere da osiguraju "jednostavan, direktni i stalni pristup" sljedećim informacijama: a) nazivu korisnika dozvole, b) adresi na kojoj je korisnik dozvole osnovan ili ima sjedište, c) detaljnim podacima o korisniku dozvole, uključujući adresu elektronske pošte ili Internet stranicu, te d) informaciju da posjeduje dozvolu Agencije. (Član 18, Odluka 77/2015). Ipak, emiteri nemaju obavezu da objavljuju informacije o vlasničkoj strukturi ili izvorima finansiranja. Sa druge strane, RAK objavljuje podatke o uredništvu, adresama i kontakt informacijama o TV i radio stanicama i ima namjeru da objavljuje informacije o vlasništvu. Do početka 2017. godine RAK je prikupio informacije o medijskom vlasništvu – uključujući i indirektno vlasništvo – ali je Agencija za zaštitu ličnih podataka onemogućila njihovo objavljivanje tako što je izdala mišljenje da se imena vlasnika/ica i udio u vlasništvu medija smatraju ličnim podacima i stoga ne smiju biti objavljeni. U Agenciji smatraju da je objavljivanje tih informacija nezakonito zato što zakon ne prepoznaje transparentnost podataka o vlasništvu kao javni interes, te da objavljivanje ovih podataka izlazi iz nadležnosti RAK-a koje su propisane Zakonom o komunikacijama.<sup>125</sup>

Za razliku od emitera, printani i online mediji nemaju nikakvu zakonsku niti regulatornu obavezu da objavljuju podatke o registraciji, kontakt informacije, ili podatke o vlasništvu. Vijeće za štampu BiH objavljuje informacije kao što je ime glavnog odgovornog urednika i kontakte ali ne i informacije o vlasništvu nad printanim i online medijima. Većina online platformi, pored toga što nisu registrovane kao medijske kompanije u sudskom registru niti objavljuju informacije o vlasništvu, nisu ni u samoregulatornom sistemu kojim upravlja Vijeće za štampu. Ovo Vijeće poziva printane i online medije da objave impresume (tj. informacije o uredništvu, novinarima, kontaktima itd.), ali većina ignoriše te zahtjeve.

U ovakvim okolnostima ne postoje prepreke za postojanje anonimnih platformi koje koriste dezinformacije u službi ciljeva određene političke partije, dok istovremeno štite osobe koje njima upravljaju od bilo kakve etičke odgovornosti.

---

<sup>125</sup> Jukić, Elvira M. "Registrar medija kao važan doprinos transparentnosti medijskog vlasništva u BiH." Mediacentar. 2018. <http://bit.ly/2Xv7I86>.

Pitanje transparentnosti vlasništva, tačnije nepostojanje istog, takođe je spomenula većina intervjuisanih sagovornika/ca i većina se slaže da je neophodno baviti se tim pitanjem kroz usvajanje novih regulativa ili amandmanskim djelovanjem na postojeći zakonski okvir.

Nedostatak transparentnosti finansiranja medija takođe je prepoznat kao faktor koji ide na ruku mogućim skrivenim uticajima na medije u BiH. Čak i za finansiranje medija iz javnog sektora nedostaju kriteriji za namjenu sredstava i tu je transparentnost ograničena, iako se radi o sredstvima koja prelaze 30 miliona KM godišnje.<sup>126</sup> Dužnosti lokalnih vlasti prema javnim medijima su u opštem smislu definisane pripadajućim zakonima. Ali uprkos tome što, na primjer, Zakon o principima lokalne samouprave u FBiH propisuje da lokalne vlasti imaju nadležnost za „osiguravanje uvjeta rada lokalnih radio i TV stanica u skladu sa zakonom“ (Član 8),<sup>127</sup> postojali su slučajevi uslovljavanja i odgode finansiranja javnih medija zbog političkih neslaganja između lokalnih vlasti i čelnih ljudi u medijima.<sup>128</sup> Javni sektor takođe finansira i privatne i javne medije ili posebne medijske projekte za određene svrhe, uključujući i grantove za podršku održivosti medija, i za izvještavanje medija o radu lokalnih vlasti, itd. Oni takođe dodjeljuju sredstva u komercijalne svrhe kao što je oglašavanje, javni pozivi ili obavještenja o javnim nabavkama. Takve informacije je još teže dobiti ili pratiti.<sup>129</sup>

U takvim okolnostima, javno finansiranje lako može postati instrument snažnog uticaja, tačnije nagrađivanja političkih istomišljenika i pristrasnog medijskog izvještavanja. Na osiromašenom medijskom tržištu u BiH sa ograničenim alternativnim izvorima finansiranja,<sup>130</sup> javno finansiranje postaje sve relevantnije za održivost mnogobrojnih medija.

Pitanje transparentnosti finansiranja je detaljnije obrađeno u procesima pridruživanja EU u, na primjer, Smjernicama za podršku EU slobodi i integritetu medija u zemljama obuhvaćenim procesom proširenja 2014–2020<sup>131</sup> gdje se promoviše transparentnost, uključujući i postojanje dostupne baze podataka o vlasnicima medija (i krajnjim korisnicima), zakonske mjere protiv monopola i dominantne pozicije na tržištu koje se stalno primjenjuju i stavljuju na uvid javnosti, kao i transparentno provođenje privatizacije javnih medija zasnovana na jednakoj prisutnosti na tržištu. U BiH niti jedan od ovih indikatora nije u primjeni.

---

<sup>126</sup> Hodžić, Sanelia i Anida Sokol. "Transparent and legitimate media financing from public budgets: guidelines for public bodies." Mediacentar. 2018. <http://bit.ly/2VhM7hM>. 9.

<sup>127</sup> Naslov ovog zakona i citat preuzeti su iz neslužbenog prevoda dokumenta dostupnog na web stranici Udruženja opština i gradova FBiH, Službeni glasnik FBiH 49/06 i 51/09. <http://bit.ly/2NI4QAx>.

<sup>128</sup> Purić, Amir. "Na rubu egzistencije: slabo marketinško tržište i politički pritisci." Javni lokalni medijii zmeđu javnog interesa i finansijske ovisnosti. Mediacentar. 2018. <http://bit.ly/2GZoMyb>. 26.

<sup>129</sup> Hodžić, Sanelia i Anida Sokol. "Oглаšavanje i drugi komercijalni odnosi između javnog sektora i medija: smjernice zajavne organe u BiH." Mediacentar. 2018. <http://bit.ly/2tOFqYL>.

<sup>130</sup> Više o slabljenju oglašavanja: IREX."Media Sustainability Index." Anual Scores for Bosnia and Herzegovina 2018. <http://bit.ly/2VBS3T2>. 4, 8, 9.

<sup>131</sup> Evropska komisija. „Smjernice za podršku EU u oblasti sloboda medija i integritetu medija u zemljama proširenja, 2014–2020.“ DG Enlargement. Februar 2014.

Strategija za borbu protiv korupcije i Akcioni plan za implementaciju Strategije za borbu protiv korupcije 2015– 2019 prepoznaje potrebu da se poveća transparentnost podataka o vlasništvu i finansiranju medija (Aktivnosti 4.1.2. i 4.1.4.), ali do sada nisu poduzete nikakve konkretnе mjere, niti u pravcu jačanja transparentnosti podataka o vlasništvu i finansiranju u opštem smislu ili samo o javnom finansiranju.

Glavnu prepreku provođenju ovih aktivnosti predstavlja to što odgovorne institucije i organizacije – Regulatorna agencija za komunikacije, inspektorati, javni emiteri, sudovi i udruženja novinara/ki – nemaju ni ovlaštenja ni kapacitete da provode tu obavezu.<sup>132</sup>

---

<sup>132</sup> Dokument na lokalnom jeziku dostupan na: <http://bit.ly/2SEKJnG>.

### **4.3.1. KLEVETA**

Neistinite informacije takođe mogu uključivati i klevetu, tačnije, mogu nanijeti štetu fizičkim i pravnim licima. Više od deset godina kleveta u BiH spada u građansko pravo i Zakon o zaštiti od klevete se smatra dobro definisanim zakonom u kome je uspostavljen balans između slobode izražavanja i slobode medija sa jedne strane i odgovornosti medija sa druge (Zakon o zaštiti od klevete FBiH, RS i BD BiH).

Problemi koji se pojavljuju u vezi su sa nedostatkom standarda prilikom uspostavljanja iznosa naknade za povredu časti i ugleda i izazivanje duševne boli nastale uslijed klevete. Pored toga, veliki broj tužbi za klevetu – čak 300 godišnje – predstavlja teret medijima i može da obeshrabri kritičko razmišljanje novinara/ki. Neki izvori navode da tužbe za klevetu protiv medija često predstavljaju sredstvo zloupotrebe kojim se vrši pritisak na medije.<sup>133</sup>

### **4.3.3. OGLAŠAVANJE I POLITIČKO OGLAŠAVANJE**

Javni sektor u BiH ulaže ogromna sredstva u oglašavanje. Informacije se ne objavljaju proaktivno i nisu lako dostupne. Neki izvori navode da vlasti troše na oglašavanje između pola miliona i nekoliko miliona konvertibilnih maraka godišnje.<sup>134</sup> Pored toga, preuzeća u javnom vlasništvu – naročito telekomi – izdvajaju ogromne iznose za oglašavanje, čak po nekoliko desetina miliona.<sup>135</sup>

Zakon o javnim nabavkama BiH<sup>136</sup>, usvojen 2014. godine, predviđa pravila za javne nabavke, ali transparentnost procedura i ugovora, kao i uspostavljanje kriterija odabira najboljeg ponuđača veoma je ograničena.<sup>137</sup> Iako od 2018. godine web stranica za javne nabavke omogućava objavljivanje plana javnih nabavki, to i dalje nije obavezno za javna tijela. Iz tog razloga planovi javnih nabavki se ne objavljaju redovno.<sup>138</sup>

<sup>133</sup> Halilović, Mehmed. "Tužbe za klevetu - sredstvo pritisaka na medije." 12.1.2018. godine <http://bit.ly/2SFsCOL>.

<sup>134</sup> Podaci su samo djelimični zato što u nekim slučajevima uključuju samo one koji su objavljeni sa stranici javnih nabavki, a neki ne sadrže podatke o javnim institucijama koje nisu odgovorile na zahtjev za dostavljanjem informacija. Hodžić i Sokol. "Oглаšавање и други комерцијални односи између јавног сектора и медија." Mediacentar. 2018. <http://bit.ly/2SFsDBT>, p. 11; Mujkić, Semir. "Kratko uputstvo: Гдје се оглашавају институције и јавне компаније?" MC Online, 19.11.2017. godine <http://bit.ly/2EC2LBS>; MC Online. "Институције у БиХ финансирају медије са десетинама милиона марака годишње." 17.8.2016. godine <http://bit.ly/2Tf93Sk>.

<sup>135</sup> CRMA. "Pogledajte TV film: Kako se finansiraju javni mediji u BiH." Žurnal.info. 2018. <http://bit.ly/2NHF1AC>.

<sup>136</sup> Službeni glasnik BiH 39/14. <http://bit.ly/2UfYhaK>.

<sup>137</sup> Hodžić i Sokol 2018."Оглашавање и други комерцијални односи између јавног сектора и медија."14; Pejaković, Stanka."Objavljivanjem ugovora do transparentnijih javnih nabavki u Bosni i Hercegovini." Analitika. Sarajevo. 2016. <http://bit.ly/2HgeitJ>

<sup>138</sup> Voloder, Nermina. "Transparentnost javnih nabavki u Bosni i Hercegovini. Između teorije i prakse". Analitika. Sarajevo 2016. <http://bit.ly/2SIXLjO>.

Većina ugovora o javnim nabavkama obavezuje javne organe da objave poziv na web stranici o javnim nabavkama u kojem treba navesti predmet nabavke, finansijske podatke i informacije o proceduri. Ipak, ta obaveza se ne primjenjuje na direktne ugovore i pregovarački postupak moguć je bez objavljivanja ovih podataka (iako u slučaju pregovaračkog postupka postoji obaveza da se objave podaci na stranici javnog organa).<sup>139</sup> U sekundarnim izvorima stoji da, iako se pregovarački postupak često koristi, u nekim slučajevima smatra se neopravdanim.<sup>140</sup> Slično navedenom, obaveza objavljivanja podataka o odabiru ponuđača se ne odnosi na direktne ugovore ili konkurentnost<sup>141</sup>, iako je Agencija za javne nabavke počela da ih objavljuje 2017. godine.

Transparentnost oglašavanja u praksama javnih preduzeća takođe je ograničena, ako se uzme u obzir da, na primjer, kompanije koje se bave telekomunikacijama nisu obuhvaćene propisima o javnim nabavkama. Pored toga, ove kompanije nisu u obavezi da otkrivaju informacije o marketingu, jer one spadaju u poslovnu tajnu prema Zakonu o javnim preduzećima FBiH (Član 4).<sup>142</sup>

U BiH, pored svega navedenog, ne postoje ni propisi o tome šta čini legitiman sadržaj političkog oglašavanja. Nekoliko oglašivačkih kampanja javnih organa ocjenjeno je kao otvorena promocija političkih partija, povezivanje sa njihovim simbolima, veličanje uspjeha vlasti i pripadajućih političkih lidera.<sup>143</sup>

Dakle, postoji potreba za propisima u oblasti oglašavanja i finansijskih veza između javnog sektora i medija da bi se osiguralo uspostavljanje preciznih kriterija u javnom interesu prilikom donošenja svake odluke o finansiranju medija i da bi se osigurala transparentnost cjelokupnog postupka.

---

<sup>139</sup> Zakon o javnim nabavkama, Član 17.

<sup>140</sup> Voloder, Nermina, 2015.

<sup>141</sup> Pejaković 2016. supra note 22. 19-20.

<sup>142</sup> Naslov i tekst zakona preuzet iz neslužbenog prevoda na engleski jezik, Službeni glasnik FBiH 8/05, 81/08 and 22/09.

<http://bit.ly/2H1GXn3>.

<sup>143</sup> Neki primjeri su spomenuti u: Hodžić, Sanela. "Increasingly dependent and disciplined media." <http://bit.ly/2Ukrdrx>. 23.

#### **4.3.1. DRUŠTVENE MREŽE**

Do sada je bilo dosta nelegalnosti u prirodi i svrsi, vjerodostojnosti i porijeklu većine sadržaja koji se objavljaju i dijele na društvenim medijima. To je uticalo na prava građana na komunikacije, tj. njihova prava da budu adekvatno informisani o pitanjima od javnog interesa, i u mjeri i u načinu na koji se provode ta prava. I dok društveni mediji i ostali posrednici imaju prijeko potrebnu i pozitivnu ulogu u protoku informacija i ideja, sadržaj koji je u opticaju takođe može sadržavati skrivene motive, pogrešne informacije i dezinformacije. Sadržaj koji se dijeli na ovim platformama informiše o javnom mišljenju i građanskom djelovanju i samim tim utiče na društveno-politička dešavanja.

Mogućnost praćenja sadržaja na društvenim mrežama o pitanjima kao što je govor mržnje, kao i mogućnost da se poboljša sveukupna transparentnost izvora sadržaja koji kruži sve više postaje predmetom rasprave na globalnom nivou.

Što se tiče zakonskih propisa o sadržaju na internetu, u revidiranoj verziji Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (AVMSD) iz novembra 2018. godine, članice EU su dobole instrukciju da prošire nadležnost regulatora medija na platforme koje dijele video sadržaje i društvene medije koji dijele video sadržaje, ali samo u pitanjima govora mržnje, terorizma i zaštita manjina od štetnih sadržaja.<sup>144</sup> Čak i ove promjene bile su kritikovane, npr. u Članu 19, zbog previše restriktivnih mjera, nekompatibilnih sa standardima slobode izražavanja.<sup>145</sup>

Postoje, međutim, neke novije inicijative koje se fokusiraju na dezinformacije. Najrelevantnija je Etički kodeks (Code of Practice on Disinformation) koji je usvojila Evropska komisija, a potpisali Google, Facebook i Twitter, čiji je cilj minimalizacija uticaja lažnih vijesti.<sup>146</sup> Ovim kodeksom kompanije koje su vlasnici društvenih medija izražavaju predanost da se pojača transparentnost političkog oglašavanja (na primjer, putem otkrivanja identiteta sponzora i iznosa koje uplaćuju, i napora da se jasno razlikuju oglašavanje i sadržaj koji objavljuje uredništvo), da se smanje prihodi od dezinformacija (na primjer sprječavanjem oglašavanja na platformama koje pogrešno predstavljaju osnovne informacije o sebi ili svrhu svog vlasništva), da se zatvaraju lažni računi i da se njihovi konzumenti obavjeste o pitanjima transparentnosti. Kompanije se takođe obavezuju da će investirati u tehnološka sredstva kojima će se prioritet davati relevantnim, autentičnim i autorativnim informacijama, gdje je primjenljivo, prilikom vršenja pretrage, pregleda ili putem drugih automatskih kanala. Iako Kodeks nije pravno obavezujući za potpisnike, oni se obavezuju da redovno izvještavaju o njegovoj implementaciji i slažu se da njihovi izvještaji budu podvrgnuti nezavisnoj evaluaciji, te da imaju blisku saradnju sa Evropskom komisijom u prikupljanju podataka i analizi vezanih pitanja.

---

<sup>144</sup> Evropska komisija. „Direktiva (EU) 2018/1808 Evropskog parlamenta i Vijeća.“ Službeni glasnik Evropske unije. Novembar 2018. godine. <http://bit.ly/2tRDHSy>.

<sup>145</sup> Evropska komisija. „Direktiva (EU) 2018/1808.“ Preamble (19).

<sup>146</sup> Evropska komisija. „Kodeks praksi o dezinformisanju“ septembar 2018. godine <http://bit.ly/2C1tQOs>; Član 19. „Samoregulacija i 'govor mržnje' na platformama društvenih mreža.“ 2018. <http://bit.ly/2VvutHk>.

Iskorak prema boljoj transparentnosti političkog oglašavanja učinili su Facebook i Instagram putem Facebook-ove "archive oglasa". Arhiva je trenutno dostupna samo u SAD, UK i Brazilu.<sup>147</sup>

Ona, ipak, nije potpuna niti pruža relevantne podatke. Na primjer, oglašavanje iz Brazila će se pojaviti u arhivi samo ako sami oglašivači izjave da su njihovi oglasi u vezi sa politikom ili pitanjima od državne važnosti. Pored toga, u arhivi su navedene organizacije ali ne i podaci o tome ko stoji iza tih organizacija.

Kada su u pitanju politike kompanija koje su vlasnici društvenih medija o uklanjanju sadržaja koji su postavili korisnici, one su navedene u Uslovima korištenja. I dok su neke norme takve da podržavaju osnovna ljudska prava, neke odluke, donesene vjerovatno uslijed pritiska od strane pojedinih država, predmet su kritike zbog kršenja standarda slobode izražavanja.<sup>148</sup> Ako se uzme u obzir činjenica da ovakve prakse znače nedostatak pravne jasnoće, nedostatak poštovanja zakonskog procesa i nedostatak transparentnosti i odgovornosti ovih platformi (čime se dozvoljava pristrasnost i postojanje političkih uticaja), njih se ne može smatrati rješenjem za neistinite i problematične sadržaje u online komunikacijama.

U BiH ne postoje inicijative u vezi sa sadržajima koji se objavljuju u društvenim medijima, blogovima i drugim platformama koje nisu novinarske, a u smislu praksi samih kompanija, niti postoje propisi državnih agencija u vezi sa online sadržajima ili sistem samoregulacije za sadržaj društvenih medija. U susjednim zemljama postoje neke diskusije na ovu temu. Organizacija Gong iz Hrvatske, recimo, radi na zagovaranju transparentnosti političkog oglašavanja na web stranicama i društvenim mrežama, uključujući i oglašavanje koje je naručeno van teritorije Republike Hrvatske.<sup>149</sup>

---

<sup>147</sup> Više o Ad Archive. Facebook. <http://bit.ly/2C4KZa2>.

<sup>148</sup> Član 19. "Samoregulacija i 'govor mržnje'" 15.

<sup>149</sup> Više o tome u članku koji je objavio Gong na: <http://bit.ly/2Cfl9jV>.

### **4.3. MEDIJSKA I INFORMACIJSKA PISMENOST**

Medijska i informacijska pismenost (MIP) je jako slabo zastupljena u nastavnim planovima i programima u BiH.<sup>150</sup> I dok se u državnim strategijama spominju neki od koncepata MIP, malobrojne su inicijative državnih tijela usmjerene na medijsku i informacijsku pismenost. RAK je u većini slučajeva zadužen za naručivanje istraživanja, usvajanje pravila i razvoj smjernica za zaštitu maloljetnika i konzumenata od potencijalno štetnog emitiranog sadržaja.<sup>151</sup> Ostale institucije su uglavnom neaktivne ali, na primjer, Ministarstvo komunikacija i transporta RS je trenutno uključeno u projekat podizanja svijesti o potencijalno štetnim online sadržajima i samoregulaciji 2018–2019, dok je Ministarstvo civilnih poslova BiH najavilo razvoj strategije za razvoj medijske i informatičke pismenosti.<sup>152</sup>

Civilni sektor je sa druge strane bio dosta aktivniji na MIP projektima, uglavnom sa naglaskom na razvijanje kritičkog pristupa konzumiranju i proizvodnji medijskog sadržaja. Neki od primjera su radionice o medijskoj pismenosti za studente na društvenim smjerovima 2017. i 2018., koje je provodio OSCE, ili one za nastavnike o temi zloupotrebe djece putem ICT platformi u organizaciji EMS Emmaus koja se provodi od 2010. godine. Također, postoji i određeni broj istraživačkih publikacija u izdanju organizacija civilnog društva kao što su Internews u BiH, Mediacentar Sarajevo, Friedrich-Ebert-Stiftung, Heinrich Böll Foundation, kao i događaja koje organizuju Zašto ne, Mostar Center for Critical Thinking i drugi, a koji su dijelom ili u potpunosti fokusirani na MIP, što je znak postojanja svijesti o potrebi za poboljšanjem medijske i informatičke pismenosti u BiH. Platforme za praćenje i provjeravanje informacija, kao što su Analiziraj i Raskrinkavanje takođe podrazumjevaju podizanje svijesti publike o medijskim praksama i problematičnom izvještavanju, što doprinosi i razvoju MIP. Ipak, kako su primjetili neki ispitanici/e, većina ovih aktivnosti je fragmentirana i nedostaje koordinisan pristup jačanju medijske pismenosti i u vladinom i u civilnom sektoru.<sup>153</sup>

Trenutni sistem regulacije emitovanog sadržaja i samoregulacije online i printanog sadržaja u Bosni i Hercegovini sadrži zaštitu od pogrešnih informacija. Doprinos regulacije i samoregulacije borbi protiv lažnih vijesti i promociji novinarske etike je krucijalan, ali je ograničen na emitere i one online i printane medije koji sarađuju sa Vijećem za štampu u zajedničkim naporima da implementiraju profesionalne norme. S obzirom na to da neki online mediji nisu čak ni registrovani kao poslovni subjekti, nedostatak informacija o osobama koje stoje iza ovih medija onemogućava (samo) regulatorne nadležne organe i u pokušaju da intervenišu i traže uklanjanje netačnih informacija.

---

<sup>150</sup> Tajić, Lea. "Medijskapsmenost u Bosni i Hercegovini. "58-59.; Dedić Bukvić, Emina. "Zastupljenost informacijske i informatičke kompetencije na studijskim programima izobrazbe nastavnika na Univerzitetu u Sarajevu." Časopis za obrazovanje odraslih i kulturu. Izdanje februar 2016. <http://bit.ly/2XzCi0y>. 73-96.

<sup>151</sup> RAK. <http://bit.ly/2TvYUzQ>.

<sup>152</sup> Više u: Hodžić, Sanela. „Media and Information Literacy in Bosnia and Herzegovina: Numerous Civil Society Initiatives and Lack of Public Policies“ u: Petković, Brankica (ed.). "Media and Information Literacy in the Western Balkans: Unrealized Emancipatory Potential". Mediacentar Sarajevo 2019.

<sup>153</sup> Lejla Turčilo, Univerzitet u Sarajevu: "Medijska pismenost kao aktivnost koju preuzimaju mnoge NVO može biti jedan od mehanizama za borbu protiv dezinformisanja, ali nažalost vidimo mnogo dupliranja i preklapanja aktivnosti i fragmentaciju, a ne koordinirane aktivnosti aktera i iz vladinog i iz nevladinog sektora."

Istovremeno, teško je doći do informacija o vlasništvu i finansiraju medija kao poslovnih subjekata i u ovakvim okolnostima javnosti je teže da doneše utemeljen sud o kredibilitetu medijskog sadržaja. Također, postoji sistemski problem nedostatka edukacije o medijskoj i informatičkoj pismenosti pomoću koje bi građani bolje razumijevali i prepoznavali netačne informacije i ostali problematični sadržaj.

Dodatne izazove predstavlja promjenljivost načina na koji se informacije proizvode i prenose putem online platformi. Platforme nad kojima se ne vrši nikakav nadzor, a to je uglavnom sadržaj na društvenim medijima, jako utiču na percepciju, izbore i angažman građana. Na sličan način, blogovi i web stranice koji nisu printani i online medejske kuće, nisu izloženi nikakvoj sistemsкоj provjeri. U praksi, lažne vijesti koje se prenose putem televizijskih i radijskih programa mogu biti kažnjene prema propisima RAK-a, ali te iste informacije mogu se prenositi putem online platformi (web stranica i društvenih mreža) istih tih medija ili drugih aktera bez kazne.

Zadnjih godina razne države vrše pritisak na društvene mreže da uklone one sadržaje koji se smatraju problematičnim, ali te se prakse ne provode dosljedno i ponekad narušavaju slobodu izražavanja. Neke države su odlučile da idu u pravcu kažnjavanja društvenih mreža za ustupanje mjesta problematičnim sadržajima. Njemački zakon Network Enforcement Act predstavlja presedan jer sadrži propisane kazne za društvene mreže koje ne uklone sadržaj za koji se procjeni da krši državne zakone. Ipak, stručnjaci tvrde da su ovakvi trendovi zabrinjavajući i da mogu ograničiti slobodu izražavanja.<sup>154</sup>

Predloženi tok aktivnosti u budućnosti trebao bi ići u smjeru osiguravanja efikasne i nezavisno vođene samoregulacije<sup>155</sup>, koja će predstavljati borbu protiv lažnih vijesti bez ugrožavanja slobode izražavanja.

---

<sup>154</sup> Oltermann, Philip. "Tough new German law puts tech firms and free speech in spotlight." Guardian 5.1. 2018. godine

<sup>155</sup> Za preporuke u vezi sa samoregulacijom govora mržnje u društvenim medijima pogledati više Član 19, 2018, supra note 31.

## METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

### 1. Metodologija Raskrinkavanja<sup>155</sup>

Raskrinkavanje je platforma koja ima za cilj praćenje, analizu i ocjenjivanje dezinformacija kako se pojavljuju u medijima i društvenim medijima koristeći posebnu metodologiju razvijenu u saradnji sa Mrežom za istraživanje kriminala i korupcije (KRIK) iz Srbije.<sup>156</sup> Osnov metodologije predstavljaju ocjene koje se koriste za klasifikaciju raznih vidova lažnih ili obmanjujućih medijskih sadržaja.

Sistem ocjenjivanja zasnovan je na 10 tipova obmanjujućih vijesti prema definiciji EAVI (Evropsko udruženje za zaštitu interesa gledatelja – European Association for Viewers Interests)<sup>157</sup> koji su dalje definisani od strane Zašto ne i Krika i prilagođeni lokalnom kontekstu i medijskim praksama. Rezultat je 15 ocjena koje koristi Raskrinkavanje, od kojih je 12 negativnih i koje predstavljaju 12 tipova medijskih manipulacija, dvije su neutralne i ukazuju na satirični sadržaj ili nemamjerne greške u izvještavanju, a jedna se koristi za ukazivanje na ispravak netačnih informacija od strane medija koji ih objavljuju.

Potpuna lista ocjena sa kratkim objašnjenjima tipa sadržaja na koje se odnose:

- **Lažna vijest:** namjerno plasiranje činjenično netačne informacije
- **Prenošenje lažne vijesti:** prenošenje lažnih vijesti koje objavljaju drugi mediji
- **Spin:** namjera da se skrene pažnja javnosti sa trenutno relevantnih događaja
- **Dezinformacija:**<sup>158</sup> iskrivljeno ili selektivno prikazivanje činjenica
- **Manipulisanje činjenicama:** tumačenje činjenično tačnih informacija na obmanjujući način
- **Pseudonauka:** predstavljanje nenaučnih ili pseudonaučnih tvrdnji kao naučnih činjenica
- **Teorija zavjere:** eksplicitna ili implicitna tvrdnja o postojanju skrivenog zlonamjernog plana bez pružanja dokaza za to
- **Pristrasno izvještavanje:** medijski izvještaj koji zagovara ili otvoreno favorizuje jednu stranu u sporu ili kontroverzi; i/ili prikazuje drugu stranu u negativnom svjetlu bez prilike za komentar

<sup>155</sup> <https://raskrinkavanje.ba/>

<sup>156</sup> <https://raskrinkavanje.ba/metodologija>. Istu metodologiju koristi projekat Krika za provjeru činjenica sličnog naziva, Raskrikavanje ([raskrikavanje.rs](http://raskrikavanje.rs))

<sup>157</sup> <https://web.archive.org/web/20170809084525/https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>

<sup>158</sup> U kontekstu ocjena koje koristi Raskrinkavanje, ovaj termin se odnosi samo na ocjene definisane kako je navedeno. Termini „političke dezinformacije“ i „dezinformacije“ koji se pojavljuju u ovom izvještaju, koriste se u opštem kontekstu kao što je definisano u uvodu (vidjeti: Dezinformacije: globalni kontekst i implikacije).

- **Cenzura:** namjerno izostavljanje relevantnih informacija ili njihovo uklanjanje nakon objavlјivanja
- **Klikbejt:** naslov koji nema uporište u tekstu i služi samo za privlačenje pažnje
- **Prikriveno oglašavanje:** promotivni materijal predstavljen kao informativni sadržaj
- **Neprovjereno:** tvrdnje koje ne mogu biti provjerene, najčešće zbog nepostojanja izvora koji mogu potvrditi informaciju
- **Satira:** jasno naznačen satirični sadržaj koji potencijalno može biti prepoznat kao stvarna vijest
- **Greška:** netačna informacija objavljena kao rezultat nemamjerne greške
- **Demandirano:** demanti prethodno objavljene netačne informacije

Ove kategorije koriste se u svrhu ocjenjivanja analiziranog materijala na osnovu činjenica ustanovljenih u procesu provjere informacija. Ocjenu dobija svaka pojedinačna tvrdnja predstavljena u analiziranom članku, gdje su činjenice iskrivljene ili pogrešno protumačene; ili cijeli članak u slučajevima kada u njemu postoji samo jedan vid manipulacije. Iz ovog razloga članak može imati jednu ili više ocjena, što zavisi od tipa i prisustva medijskih manipulacija koje sadrži.

Smjernice za odabir članaka koji se analiziraju na Raskrinkavanju ustanovljene su metodologijom Raskrinkavanja. Dva glavna kriterija za odabir članaka (pored sumnje da u njima postoji neki vid medijskih manipulacija ustanovljenih metodologijom Raskrinkavanja) su sljedeći: a) da se obrađuju teme vezane za BiH; b) da je objavljen od strane medija iz BiH ili medija koji ima značajnu publiku u BiH. Informacije koje dolaze od čitalaca ispostavile su se kao neočekivano značajne za ovaj proces. Članci koji bi bili „prijavljeni“ Raskrinkavanju od strane čitalaca putem web stranice i društvenih mreža, čine oko 80% svih analiziranih članaka. Na ovaj način, sami/e čitatle/ke pomažu redakciji da se minimalizira „urednička pristrasnost“ pri odabiru materijala koji se analiziraju i ocijenjuju.

Posebna karakteristika metodologije Raskrinkavanja je identificiranje izvora lažnog ili obmanjujućeg sadržaja koji se analizira na web stranicama. Potraga za izvorom se vrši za svaku dezinformaciju koju prijave čitaoci ili koje primijete članovi/ce tima. Taj proces uključuje identifikaciju izvora (prvo pojavljivanje dezinformacije) kao i praćenje svih iteracija te dezinformacije u drugim medijima (redistribucija – prenošenje dezinformacije). Ako originalnu dezinformaciju objave mediji iz BiH ili mediji iz jedne od zemalja u regiji gdje se govori isti jezik, taj članak se analizira i unosi u bazu podataka. U slučajevima kada je originalna dezinformacija objavljena na stranom jeziku, mediji iz BiH ili regije koji prvi prevedu i objave dezinformaciju na lokalnim jezicima tretiraju se kao izvor u analizi. U takvim slučajevima, tekst iz izvora iz inostranstva se bilježi u tekstu analize ali se ne ocjenjuje, niti unosi u bazu podataka

Svi članci koji se analiziraju na Raskrinkavanju se pažljivo arhiviraju, te se navodi njihov izvor i datum objave na web stranici. Kopija svakog analiziranog članka se pravi na web stranici uz dodatno arhiviranje u PDF formatu. Svi članci su na taj način sačuvani u obliku u kojem su se pojavili u medijskim izvorima u vrijeme kada su pronađeni. To omogućava dugoročno arhiviranje svih analiziranih dezinformacija u slučaju da budu obrisane ili izmijenjene.

Pored toga, svaki medij čiji materijal je bio analiziran ima svoj „profil“ na Raskrinkavanju. Na ovim stranicama su navedeni svi njihovi članci koji su analizirani, ocjene koje su im dodijeljene, kao i sve dostupne informacije o vlasnicima, uredništvu i kontakt podacima medija u trenutku kada su ocjenjeni na Raskrinkavanju.

Postoje različite metodologije i pristupi fact-checkinga, ali sve one se drže objavljuvanja provjerjenih tačnih informacija i nastoje kreirati baze podataka u svrhu što tačnijeg informisanja javnosti. Kao posljedica toga, rezultati fact-checkinga imaju značajnu istraživačku vrijednost, jer se baziraju na provjerenim informacijama, javno dostupnim izvorima i pristupu koji je nepristrasan u najvećoj mogućoj mjeri. Stoga pristup korišten u ovom istraživanju i upotreba baze podataka sa značajnim uzorkom kroz dugi period, pruža adekvatan prikaz pitanja dezinformacija u BiH.

## 2. Analiza podataka

### 2.1. Prikupljanje podataka

Materijali iz baze podataka Raskrinkavanja korišteni za potrebe istraživanja objavljeni su između 20.11.2017. i 20.11.2018. godine. Tokom trajanja perioda istraživanja, ukupan broj članaka analiziranih na Raskrinkavanju bio je 2.420, koje je objavilo 752 medija i koji su dobili 3.592 ocjene na platformi Raskrinkavanje. Od tog broja političke dezinformacije se pojavljuju u 1.486 članaka koje je objavilo 477 medija sa ukupno 2.228 ocjena.

Kvantitativni pregled medija, članaka i ocjena na Raskrinkavanju u periodu istraživanja je sljedeći:

- Vremenski okvir prikupljenog materijala: od **20.11.2017. do 20.11.2018.** godine;
- Ukupan broj dodijeljenih ocjena za sve analizirane članke: **3.592**;
- Ukupan broj analiziranih članaka: **2.420**;
- Ukupan broj medija u bazi podataka: **752**;
- Neocijenjeni članci: **47**<sup>158</sup>
- Ukupan broj ocjena za političke dezinformacije: **2.228 (62,03% ukupnog broja ocjena)**;
- Ukupan broj članaka koji sadrže političke dezinformacije: **1.486 (61,40% ukupnog broja članaka)**;
- Ukupan broj medija koji su objavili političke dezinformacije: **477 (63,43% ukupnog broja medija u bazi podataka)**.

<sup>158</sup> Članci koji su neocijenjeni analizirani su izvan fact-checking metoda, u analizama koje se bave širim fenomenima vezanim za medijske dezinformacije.

Sljedeći podaci su automatski generisani iz baze podataka web stranice:<sup>160</sup>

- Datum i naslov analize;
- Nazivi medija analiziranih članaka;
- Datum, naslov i ocjena članaka.

Pored toga, baza podataka takođe sadrži i:

- ID brojeve za članke i analize (njihov jedinstveni broj u bazi podataka);
- URL linkove do članaka na web stranicama (svaki članak se kopira i pohranjuje u svom originalnom obliku na web stranici Raskrinkavanja);
- URL linkove do analiza članaka na web stranici.

Pored podataka koji su automatski generisani u bazi, dodatni podaci dobijeni su kroz preliminarno istraživanje i analizu sadržaja objavljenog na web stranici Raskrinkavanja u navedenom periodu (godinu dana). Sljedeće podatke je tim istraživača/ica dodoao u bazu podataka:

**1. Oznaka da li analizirani članak sadrži političke dezinformacije ili ne**

(vrijednost 0: sadržaj nije politički; vrijednost 1: sadržaj je politički)

Sadržaj baze podataka je filtriran da bi se uklonili članci koji ne sadrže političke dezinformacije. Članci definisani kao oni koji sadrže političke dezinformacije obrađuju sadržaje o političkim procesima, akterima i događajima uključujući i predizbornu kampanju; građanske inicijative, organizacije i pokrete; međunarodne odnose; rad javnih institucija, događaje od velike važnosti za BiH i regiju; društvene procese od političkog značaja; svakodnevna politička dešavanja itd.

**2. Oznaka kojom se razdvajaju izvori i prenosnici informacija**

(vrijednost 0: prenesene dezinformacije; vrijednost 1: izvor dezinformacija; vrijednost 2: prvi prevod sadržaja originalno objavljenog na stranom jeziku)

**3. Tipovi medija koji se pojavljuju u uzorku**

(1 – javni mediji; 2 – komercijalni mediji; 3 – online mediji; 4 – anonimni portali; 5 – društvene mreže; 6 – javne novinske agencije; 7 – privatne novinske agencije)

---

<sup>160</sup> Ova baza podataka sa sirovim podacima je otvorenog tipa i može joj se pristupiti preko sljedećeg linka: <https://tinyurl.com/yady7vbo>. Autori izvještaja pozivaju na upotrebu ove baze podataka u istraživačke i obrazovne svrhe uz prethodnu najavu.

Mediji iz baze podataka klasifikovani su prema elementima kao što su:

- Vid vlasništva (javno ili privatno);
- Transparentnost informacija o vlasnicima i uredništvu (objavljen impresum i kontakt informacije);
- Oblik prisustva na internetu (da li imaju samo online format ili se pojavljuju i kao radio, televizijska stanica ili štampani medij);
- Organizacioni tip (novinska agencija ili medij).

U zavisnosti od kombinacije ovih elemenata, svih 477 medija iz baze podataka Raskrinkavanja sortirani su u sedam gore navedenih kategorija.

#### 4. Lokacija medija

(1: lokacija u BiH; 2: lokacija van BiH; 0: nepoznata lokacija)

Utvrđivanje lokacije medija koji se pojavljuje u analizi zasniva se na sljedećim principima:

Za medije koji imaju transparentno navedene informacije o vlasništvu/zaposlenima:

- a. Lokacija ureda;
- b. Lokacija gdje su registrovani.

Za medije koji nemaju transparentno navedene informacije o vlasništvu/zaposlenima:

- c. Lokacija osoba koje vode web stranicu (ustanovljena pristupom WHOIS podacima i/ili informacijama o lokaciji administratora na njihovim Facebook stranicama);
- d. Adresa domena (državna ili komercijalna domena web stranice);
- e. Kontekstualne i jezičke "smjernice"<sup>161</sup> tamo gdje ništa od gore navedenog ne može da se primjeni.

U zavisnosti od kombinacije ovih elemenata, svih 477 medija iz baze podataka Raskrinkavana smješteno je u jednu od sljedeće tri kategorije:

**Mediji u Bosni i Hercegovini** - Web stranice i drugi mediji za koje je moguće ustanoviti jedan ili više sljedećih elemenata: registrovan u BiH; ima ured/izdanje za BiH (u slučaju međunarodnih medijskih kompanija); osobe koje vode web stranicu su osobe koje borave u BiH ili su građani BiH koji vode web stranicu iz inostranstva; ciljana publika je iz BiH; nacionalna domena BiH (.ba);

**Mediji izvan Bosne i Hercegovine** - Web stranice i drugi mediji za koje je moguće ustanoviti jedan ili više sljedećih elemenata: registrovan su u inostranstvu; ima ured/izdanje u inostranstvu (u slučaju međunarodnih medijskih kompanija); osobe koje vode web stranicu su iz inostranstva; ciljana publika je primarno van BiH; imaju domenu neke druge države;

**Nepoznata lokacija** - Anonimne web stranice za koje nije moguće utvrditi bilo koji kriterij za određivanje lokacije

---

<sup>161</sup> Pošto anonimni portali koriste sadržaje koje prenose sa drugih anonimnih web stranica, korisnika/ica društvenih medija ili drugih medija iz cijelog regiona, kontekst i jezik se ponekad koriste da bi se ustanovilo da li se lice ili osobe koje vode web stranicu nalaze u BiH ili jednoj od susjednih zemalja. Smjernice iz konteksta uključuju neproporcionalno prisustvo tema o BiH, naročito lokalnih tema koje se ne pojavljuju (ili se pojavljuju u malom broju) u medijima iz ostalih zemalja u regiji. Isti jezik se koristi u 4 zemlje u regionu ali sa različitim lokalnim varijacijama, tako da se jezičke varijante nekada mogu koristiti kao indikator lokacije osoba koje vode web stranicu.

## **5. Subjekti političkih dezinformacija**

(2: Akteri predstavljeni u negativnom svjetlu; 0: Akteri predstavljeni u neutralnom svjetlu; 1: Akteri predstavljeni u pozitivnom svjetlu)

Subjekti ili objekti članaka koji sadrže političke dezinformacije se identificiraju kao akteri koji pripadaju jednoj ili u obje kategorije:

- 1) subjekti: pojavljuju se kao izvor dezinformacija (plasiraju dezinformacije)
- 2) objekti: pominju se u dezinformacijama (mete ili akteri koji imaju korist od dezinformacija)

Broj prepoznatih aktera za svaki analizirani članak ograničen je na 10. svaki akter imenovan je istovjetno načinu na koji je imenovan u tekstu i njegovo predstavljanje je označeno kao pozitivno, negativno ili neutralno.

Negativno prikazani akteri su oni koji su mete dezinformacija, dakle ličnosti koje su putem lažnih ili obmanjujućih informacija predstavljene u negativnom svjetlu, za razliku od pozitivno predstavljenih aktera koji imaju korist od dezinformacija. Ako je akter predstavljen u neutralnom svjetlu, to znači ili da se dezinformacije ne tiču njih (nisu suština sadržaja dezinformacije) ili ne postoji namjera da se iskrivi slika javnosti o toj osobi ni na pozitivan ni na negativan način.

## **2.2. Analiza „Hubova“ i klastera**

Pošto je pristup Raskrinkavanja provjeri činjenica takav da uključuje dodatno istraživanje u kojem se traži izvor dezinformacija, kao i mediji koji prenose dezinformacije, kao proizvod dobijamo kompleksan skup podataka za svaku analizu u kojem se jedna ili više ocjena dodjeljuje jednoj ili više tvrdnji iznesenih u nekoliko članaka koje objavljaju različiti mediji. Da bi se uspostavile pravilnosti i veze između medija koji se često pojavljuju u istoj analizi (što znači da objavljaju iste dezinformacije) polazi se od sljedećih pitanja u istraživanju:

**Da li postoje pravilnosti u širenju dezinformacija između različitih medija?**

**Da li postoje grupe medija koji su skloni da koriste jedni druge kao izvore dezinformacija?**

**Ako je tako, koje grupe medija mogu da se identifikuju kao posebni „klasteri“ koji šire iste dezinformacije kontinuirano i sa znacajnom učestalošću?**

Kako bi se odgovorilo na ova pitanja korišten je pristup koji se naziva "Association rule mining" i njime se uspostavljaju veze između različitih, međusobno povezanih objekata unutar nekog skupa. U ovom slučaju, „objekti“ su mediji i oni se pojavljuju u skupovima podataka koji su prizvod analize članaka koje objavljaju i ocjena koje su im dodjeljene. Da bi se uspostavile veze korištena je tehnika modeliranja pod nazivom "Market Basket Analysis"<sup>162</sup> (MBA). U MBA analizi podaci se posmatraju kao niz transakcija (razmjena) gdje svaka sadrži različite proizvode. Kada se to primjeni na skup podataka, analiza provjere činjenica predstavlja „transakciju“ a mediji su „proizvodi“ koji se pojavljuju zajedno u transakciji (analizi provjere činjenica).<sup>163</sup>

Ishod je skup pravila povezivanja koji otkriva koji mediji će se češće pojavljivati zajedno u analizi provjere činjenica. Pravila se uspostavljaju uz pomoć algoritma za mašinsko učenje koji:

1. Prepoznaje medije koji se često pojavljuju zajedno u fact-checking analizama (tj. objavljaju iste dezinformacije);
2. Uspostavlja pravilnosti ponavljanja (koji mediji se sa većom učestalošću pojavljuju u istim „transakcijama“);
3. Izračunava vjerovatnoću da se mediji pojave zajedno u analizi provjere činjenica;
4. Kreira „setove pojedinačnih stavki“: medijske „klastere“ koji se pojavljuju u istoj analizi redovnije nego drugi mediji.

---

<sup>162</sup> MBA često koriste prodajni lanci da bi ustanovili pravilnosti u izborima kupaca, tačnije, koje proizvode često kupuju zajedno.

<sup>163</sup> Više o MBA dostupno na sljedećem linku: <https://www.datacamp.com/community/tutorials/market-basket-analysis-r#code>

Da bi se uspostavile ove pravilnosti, u algoritam se unose prethodno definisani parametri koji su izvor informacija za proces mašinskog učenja. Korišteni ulazni parametri su:

**1) Podrška (support):** Minimalna vrijednost frekventnosti „transakcije“

Na primjer, ako je vrijednost podrške 0,2 algoritam će tražiti one medije koji se zajedno pojavljuju u najmanje 20% svih analiza provjere činjenica i ništa ispod te vrijednosti neće biti uzeto u razmatranje. Ako se ova vrijednost postavi prenisko, informacije neće biti relevantne zato što će se povezati skoro svi mediji jedni sa drugima i dobiće se previše setova podataka. Ako se ova vrijednost postavi previše visoko, u ekstremnim slučajevima povezaće samo medije koji se uvijek pojavljuju zajedno u analizi provjere činjenica (ili neće povezati nijedan medij sa drugim medijima, u slučajevima da ne postoje dva medija koji se uvijek pojavljuju zajedno) i dobiće se premalo setova podataka.

U odnosu na ove postavke, korištena su dva „support“ parametra da bi se uspostavile što preciznije veze i relevantniji setovi:

- Za medije koji se izrazito često pojavljuju u bazi podataka korišten je support 0,008 (3 pojavljivanja u istoj analizi).
- Za medije koji su izrazito rijetko pojavljuju u bazi podataka korišten je support 0,005 (2 pojavljivanja u istoj analizi).

U izlaznim podacima analize, „support“ vrijednost pokazuje tačan procenat pojavljivanja u istoj analizi.

**2) Pouzdanost (confidence):** Postotak analiza u kojima se medij pojavljuje zajedno sa ostalim medijima koji zajedno formiraju set podataka.

U ovom slučaju, parametar „confidence“ postavljen je na 0,8, što znači da se mediji u setu moraju pojaviti zajedno u 80% svih analiza kako bi se smatrali jednim "klasterom".

Algoritam takođe izračunava izlazne rezultate za sljedeće parametre:

**1) Lift: korelacija između pojedinačnih medija**

Lift je broj koji predstavlja vjerovatnoću da se dva medija pojave u istoj analizi u poređenju sa prosječnim brojem korelacija između svih medija koji su u bazi podataka. Na primjer, ako je lift 10, to znači da ova dva medija imaju deset puta veću vjerovatnoću (od srednje vrijednosti vjerovatnoće) da će objaviti iste dezinformacije. Što je ovaj broj viši, to je jača korelacija između ovih medija.

**2) Count: koliko puta se dva ili više medija pojavljuje u istoj analizi**

Ovaj broj pokazuje koliko puta je svaki od medija koji formira jedan klaster pronađen u istoj analizi (objavio istu dezinformaciju). Što je taj broj viši, to je jača korelacija između takvih medija. Svi ovi parametri su pokazani unutar poveznica koje se pojavljuju u svakom klasteru. Vizuelno, poveznice su prikazane kao krugovi različitih veličina, gdje svaki krug predstavlja jednu analizu gdje su se mediji pojavili zajedno. Veličina kruga pokazuje snagu korelacije između povezanih medija na osnovu izračunate vrijednosti podrške.

### **3. Pregled regulatornog okvira i intervui**

Pored analize baze podataka proizašle iz rada na provjeri činjenica koju vrši Raskrinkavanje, ovo istraživanje takođe daje uvid u postojeći regulatorni i samoregulatorni okvir za medije u Bosni i Hercegovini. Ovaj dio istraživanja zasnovan je na desk istraživanju i intervjuima sa relevantnim sagovornicima/cama

#### **3.1. Desk istraživanje**

Ovaj dio istraživanja proveden je kako bi se dobio uvid u slabosti i snage postojećeg zakonskog/političkog okvira i samoregulatornog okvira u Bosni i Hercegovini relevantnog za pitanje borbe protiv dezinformisanja u medijima. Naglasak je stavljen na promjene i izazove koje donosi digitalno doba. Istraživanje je provedeno kao uredsko istraživanje koje se sastojalo od:

- Analize zakonskog okvira propisa o medijima na svim administrativnim nivoima, sa ciljem da se pruži iscrpan pregled relevantnih akata, pravila i odredbi u vezi sa dezinformisanjem;
- Analize kodeksa koje su usvojila nadležna samoregulatorna tijela i/ili udruženja novinara/ki u BiH sa ciljem da se utvrdi njihova veza sa zakonskim okvirom i da se procjeni nivo pripremljenosti za izazove koje postavlja dezinformisanje u digitalnom dobu.

Analiza je primarno bila usmjerena na regulisanje medijskog izvještavanja, tj. medijskog sadržaja, ali takođe uzima u obzir i vezana pitanja vlasništva medija, javnog finansiranja i propisa relevantnih za javne medije.

#### **3.2. Intervui**

Intervui sa sagovornicima/cama iz medijske profesije, akademske sfere i institucionalnog okruženja, provedeni su sa svrhom da se dobije uvid u poimanje i prakse vezane za problem medijskih dezinformacija, sa naglaskom na online medije. Predstavnici institucija zaduženi za provođenje propisa u oblasti medija, profesionalci iz oblasti medija (urednici i novinari), predstavnici udruženja novinara/ki i samoregulatornih tijela te univerzitetsko osoblje sa tri univerziteta kontaktirani su za potrebe ovog istraživanja. Ukupno je obavljeno 16 intervjuja. Pitanja za intervju formirana su na osnovu preliminarnog istraživanja baze podataka Raskrinkavanja kao i desk istraživanja zakonskog okvira da bi se utvrdilo na koji način predstavnici institucija i medija posmatraju ova ključna pitanja. Za ovu potrebu provedeni su polustrukturirani dubinski intervui sa podjednakim brojem otvorenih pitanja i pitanja za prikupljanje podataka.

Intervjuisano je devet predstavnika medija i udruženja medija: Dejan Jazvić (glavni urednik, FENA), Emir Habul (urednik i novinar, BHRT) Adnan Jašarspahić (urednik, FTV web), Amil Dučić (urednik, Klix), Berislav Jurić (urednik, Bljesak), Jasmin Begić (novinar, TV Sarajevo), Katarina Panić (novinarka, Srna), Mehmed Halilović (novinar, pravnik, bivši Ombudsmen za medije) i Ljiljana Zurovac (izvršna direktorica Vijeća za štampu i online meije u BiH); četiri predstavnika/ica javnih institucija: Helena Mandić (pomoćnica direktora za emitovanje, Regulatorna agencija za komunikacije BiH), Edin Ibrahimefendić (tehnički savjetnik, Institucija ombudsmana za ljudska prava BiH), Sandra Kovačević (tehnička saradnica za radijsko, televizijsko i programsко emitovanje, Ministarstvo saobraćaja i veza Republike Srpske) i Mensur Begić (tehnički savjetnik za informisanje, Vlada tuzlanskog kantona)<sup>164</sup>; i troje predstavnika/ca akademske zajednice: Lejla Turčilo (profesorka, Odsjek za žurnalistiku/komunikologiju, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu), Vuk Vučetić (viši asistent, Odsjek za žurnalistiku, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Istočnom Sarajevu) i Amela Delić (viša asistentica, Odsjek za žurnalistiku, Filozofski fakultet, Univerzitet u Tuzli).

Dodatno, uvid u stavove i prakse medijskih profesionalaca/ki vezane za dezinformacije, pružen je i kroz iskustvo koje je Raskrinkavanje imalo sa regionalnim i lokalnim medijima, zajedno sa analizom njihovih odgovora kada bi bili suočeni sa dokazima o provođenju neetičkih praksi.

---

<sup>164</sup>Milanka Sudžum Papić, šef Odsjeka za komunikacije u Ministarstvu saobraćaja i veza BiH takođe je pristala na intervju ali je obavjestila istraživača da su pitanja u vezi sa materijom koja nije u opsegu nadležnosti ministarstva.



## LITERATURA

Adam B. Ellick and Adam Westbrook. "Operation Infektion." The New York Times. November 2018.

**Agency for the Prevention of Corruption and Coordination of the Fight against Corruption.** "Prvi izvještaj monitoringa provođenja Strategije za borbu protiv korupcije 2015–2019. i Akcionog plana za provođenje strategije za borbu protiv korupcije 2015–2019." APIK. 2016.

**Claussen, Victor.** "Fighting hate speech and fake news, The Network Enforcement Act (NetzDG) in Germany in the context of European legislation." Media Laws. March 2018.

**Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions.** "Tackling online disinformation: A European approach." Brussels. April 2018.

**Dedić Bukvić, Emina.** "Zastupljenost informacijske i informatičke kompetencije na studijskim programima izobrazbe nastavnika na Univerzitetu u Sarajevu." Časopis za obrazovanje odraslih i kulturu. Issue 2. 2016.

**European Comission.** "Directive (EU) 2018/1808 of the European Parliament and of the Council." Official Journal of the European Union. November 2018.

**European Commission High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy.** "Action Plan against Disinformation." Brussels. December 2018.

**European Commission High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy.** "Action Plan against Disinformation." Brussels. December 2018.

**European Commission.** "Code of Practice on Disinformation." September 2018.  
Article 19. "Self-regulation and 'hate speech' on social media platforms." 2018.

**European Commission.** "Factsheet: Tackling The Spread Of Disinformation Online." October 2018.

**European Commission.** "Guidelines for EU support to media freedom and media integrity in Enlargement countries, 2014–2020." DG Enlargement. February 2014.

**European Commission.** "Report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation." 2018.

**European Commission.** "Synopsis report of the public consultation on fake news and online disinformation." Brussels. April 2018.

**European Commission.** "The Digital Education Action Plan." Brussels. Adopted in January 2018.

**European Council.** "European Council conclusions meeting, 22 March 2018." General Secretariat of the Council.

**European Parliament.** "Online platforms and the Digital Single Market." June 2017.

For recommendations on self-regulation of hate speech in social media see more in Article 19, 2018, supra note 31.

**Halilović, Mehmed.** "Tužbe za klevetu - sredstvo pritisaka na medije." January 12, 2018.

**High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy.** "JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL: Joint Framework on countering hybrid threats, a European Union response." Brussels. April 2016.

**Hodžić, Sanela and Anida Sokol.** "Oglašavanje i drugi komercijalni odnosi između javnog sektora i medija: smjernice za javne organe u BiH." Mediacentar. 2018.

**Hodžić, Sanela and Anida Sokol.** "Transparent and legitimate media financing from public budgets: guidelines for public bodies." Mediacentar. 2018.

**Hodžić, Sanela.** Media and Information Literacy in Bosnia and Herzegovina: Numerous Civil Society Initiatives and Lack of Public Policies. in Petković, Brankica (ed.) Media and Information Literacy in the Western Balkans: Unrealized Emancipatory Potential. Mediacentar Sarajevo 2019.

**Jukić, Elvira M.** "Registar medija kao važan doprinos transparentnosti medijskog vlasništva u BiH." Mediacentar. 2018.

**Law on Public Procurement**, Article 17.

**MC Online.** "Institucije u BiH finansiraju medije sa desetinama miliona maraka godišnje." August 17, 2016.

**Mujkić, Semir.** "Kratko uputstvo: Gdje se oglašavaju institucije i javne kompanije?" MC Online, November 19, 2017.

**Oltermann, Philip.** "Tough new German law puts tech firms and free speech in spotlight." Guardian January 5, 2018.

**Pejaković, Brankica, Sandra Bašić Hrvatin and Sanela Hodžić.** "Značaj medijskog integriteta: Vraćanje novinarstva u službu javnosti." Mediacentar. Sarajevo. 2014.

**Purić, Amir.** "Na rubu egzistencije: slabo marketinško tržište i politički pritisci." Javni lokalni mediji između javnog interesa i finansijske ovisnosti. Mediacentar. 2018.

**Samantha Bradshaw, Lisa-Maria Neudert, Philip N. Howard.** "Government Responses to Malicious Use of Social Media." NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Riga, Latvia. November 2018.

**Tajić, Lea.** "Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini."

**The Institution of Human Rights Ombudsman BiH.** "Special Report on the Status and Cases of Threats to Journalists in Bosnia and Herzegovina." 2017.

**The United Nations (UN) Special Rapporteur on Freedom of Opinion and Expression, the Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE), Representative on Freedom of the Media, the Organization of American States (OAS), Special Rapporteur on Freedom of Expression and the African Commission on Human and Peoples' Rights (ACHPR), and Special Rapporteur on Freedom of Expression and Access to Information.** "Joint Declaration on Freedom of Expression and "Fake News," Disinformation and Propaganda." March 2017.

**U.S. Goverment.** "Putin's Asymmetric Assault on Democracy in Russia And Europe: Implications for U.S. National Security." A Minority Staff Report Prepared for The Use of The Committee on Foreign Relations United States Senate One Hundred Fifteenth Congress Second Session. January 10, 2018.

**United Nations.** "Situation of human rights in the territory of the former Yugoslavia, Special report on the media (E/CN.4/1995/54)." December 1994.

**Voloder, Nermina.** "Transparentnost javnih nabavki u Bosni i Hercegovini. Između teorije i prakse." Analitika. Sarajevo 2016.



