

DEMOKRATIJA I LJUDSKA PRAVA

MEDIJI U DIGITALNOM DOBU - LAŽNE VIJESTI JAČE OD ISTINE?

Mladen Miroslavljević

juni 2021.



Kada se razmatra fenomen lažnih vesti (fake news) dobro je imati na umu da iza lažnih vesti uvijek stoji namjera da se javnost dezinformiše i da se sakrije istina.



Lažne vijesti nisu nov fenomen pošto je opštepoznato da, od kada ima informacija, ima i dezinformacija i propagande.



U veoma bliskoj budućnosti, za one koji prate medije neće biti važno da do informacije dođu, već da ih provjere.

Sadržaj

UVOD	3
U BORBI PROTIV LAŽNIH VIJESTI U EVROPSKOJ UNIJI I REGIJI	5
ZAKLJUČAK	9
LITERATURA	10

Uvod

Nedavno je objavljeno kako će jedan od najvećih svjetskih internetskih giganata, američki *Google* uplatiti 25 miliona američkih dolara u novoosnovani Evropski fond za medije i informacije za borbu protiv lažnih vijesti (*fake news*). *Google* je to objavio u kontekstu kritika da tehnološki divovi ne čine dovoljno za razotkrivanje dezinformacija na internetu. Interesu za ogromno povećanje dezinformacija doprinijeli su naročito pandemija koronavirusa i američki izbori, a posebno izbor Donalda Trumpa za predsjednika, kao i njegovo ponašanje tokom predsjednikovanja, kada su se društvenim mrežama, a naročito *Facebookom*, pa i *Twitterom*, širile lažne vijesti, a regulatori su najavili da bi mogli uvesti stroge restrikcije. "Proživljavajući neizvjesnost i izazove protekle godine pokazalo se važnijim nego ikad da ljudi imaju pristup tačnim informacijama i da mogu razlikovati činjenice od fikcije", istakao je predstavnik *Googlea* Matt Brittin u objavi na blogu.

Kandidatkinja na američkim predsjedničkim izborima 2016. godine, Hillary Clinton održala je govor o „epidemiji zloćudnih lažnih vijesti i lažne propagande koja je preplavila društvene mreže“ a drugi kandidat, i potonji američki predsjednik Donald Trump je tu frazu počeo učestalo ponavljati na *Twitteru*. Već 2018. godine ta fraza je na *Twitteru* upotrijebljena oko dva miliona puta. Lažne vijesti nisu nov fenomen pošto je opštepoznato da, od kada ima informacija, ima i dezinformacija i propagande. Razlikuju se samo načini na koje su lažne vijesti bile plasirane u različitim društvenim i tehnološkim okolnostima, počevši od rimskih vremena pa do, posebno nacističke Njemačke i komunističke propagande.

Osim što živimo u doba digitalne ekonomije živimo i u svijetu kapitalizma nadzora, što je veoma dobro opisala Shoshana Zuboff u knjizi „The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power“. Internet je postao središnji stub ljudskog društva u kojem je kapitalizam nadzora pronašao put za novu logiku akumulacije. Danas sve gravitira potpunoj kontroli informacija. Tri su glavna sastojka neophodna za nadzorni kapitalizam: podaci, ekstrakcija i analiza. Ono što je nekad bilo izmišljeno u

Googlu, a razrađeno na *Facebook-u*, danas se u kapitalizmu nadzora ne može povezati s jednom kompanijom. To dovodi u pitanje ljudsku autonomiju i demokratski suverenitet u zamjenu za profitom i potpunom moći. Kapitalisti nadzora preuzimaju zapovjedništvo nad ključnim pitanjima koja definišu znanje, autoritet i moć u naše vrijeme. Stoga su najvažnija pitanja koja se razvijaju oko ove teme „ko zna“, „ko odlučuje ko zna“ i „ko odlučuje ko odlučuje“. Kapitalizam nadzora, međutim, otvara mnoga druga pitanja među kojima je razlika između privatnosti i slobode u današnje vrijeme. *Facebook*, *Google*, *Amazon*, *Microsoft* i još neki drugi internetski giganti, su postali okosnice digitalne ekonomije ali i kapitalizma nadzora, kao novog oblika kapitalizma, postajući na neki način, zbog ogromnog broja svojih korisnika koji broji stotine i stotine, pa i milijardu, „digitalne države“ jače od mnogih drugih država svijeta, pa su samim tim snažan pandan vladajućim elitama u mnogim zemaljama.

Iako internetski giganti odbijaju da ih se povezuje sa digitalnim medijima, insistirajući da su oni kompanije iz sektora informatike i inklinirajućih oblasti, činjenica je da oni danas presudno utiču na kreiranje i mišljenja enormnog broja ljudi u svijetu koji se informiše putem digitalnih medija. Da ne govorimo o činjenici da ogroman broj tradicionalnih medija crpi svoje informacije upravo iz društvenih mreža, sve više zaviseći od njih. S druge strane ne samo da ti korisnici šire informacije putem društvenih mreža, koje kontrolišu internetski giganti, nego oni društvene mreže koriste kao jedini izvor informacija, što nas dovodi do zaključka da one presudno utiču na oblikovanje informacija, pa i širenje onih lažnih.

Istraživanje koje je obavljeno u SAD i koje je trajalo od 31. avgusta do 7. septembra 2020. godine pokazuje da su pametni uređaji počeli dominirati svijetom medija, što se može vidjeti po načinu na koji većina publike bira kako će se informirati o onome što ih zanima. Pa tako mlađe generacije pristupaju tim modernijim platformama, a starije i dalje gledaju televiziju, kupuju štampane medije i slušaju radio.

Prema istraživanju centra Pew Research, 71 odsto onih iz starosne grupe od 18 do 29 i 67 odsto onih iz starosne grupe od 30 do 49 godina informišu se uz pomoć pametnih uređaja kao što su računari, pametni telefoni i tableti. Istovremeno, TV, radio i štampani mediji u strelovitom su padu jer čine do 25 odsto.

Samim time, tokom godina koje dolaze, situacija će se za tradicionalne medije dodatno pogoršati. Ali, dok se to ne dogodi, imat će primat kod onih između 50-te i 64-te godine starosti, kao i kod onih starijih. Za njih su tradicionalni mediji još uvijek najrelevantniji izvor informisanja.

A kada neko, zahvaljujući tehnologiji, milijardama korisnika, i nametanju vlastitih pravila čak i državama, postane toliko moćan i uticajan na globalnom nivou, zarađujući enormne sume novca, i mijenjajući i samu suštinu kapitalizma kakav smo do sada poznavali, onda on itekako može da utiče i na političke, socijalne i informativne tokove na državnom ali i globalnom nivou. Djelić te moći opisuje i Siva Vaidhyanthan u knjizi „Antisocial media“, koju je posvetio tome da objasni kako nas Facebook razdvaja i podriva demokratiju bilo na globalnom bilo na lokalnom nivou. Sve ovo je važno napomenuti stoga što su danas društvene mreže i digitalni mediji glavni rasadnik lažnih vijesti.

U današnjem svijetu povezanom internetom, svako ko objavljuje sadržaje na webu i društvenim mrežama može se donekle shvatiti kao neka vrsta nekoga ko kreira informacije, pa je u posljednje vrijeme postala izuzetno zanimljiva rasprava o tzv. građanskom novinarstvu, i građanima-novinarima, na webu. Međutim, da li je to i novinarstvo i da li se tako postaje i novinar ako znamo da novinari imaju veoma specifična pravila koja slijede u svom poslu, pa i provjeravajući informacije i radeći i ono što većina korisnika društvenih mreža, pa i oni koji plasiraju informacije, ne čini.

Profesor Nikos Panagiotou sa Aristotelovog univerziteta u grčkom Solunu, gdje predaje na odsjeku za masovne komunikacije, kaže da je rezervisan prema tzv. građanskom novinarstvu. "Skeptičan sam kada je riječ o pojmu „građansko novinarstvo“. Činjenica da nešto mogu da objavim ne čini me novinarom. Novinarstvo znači da ste vezani specifičnim etičkim i profesionalnim kodom. Inače bi svi mogli biti ljekari i automehaničari, ako je kriterijum za to da možete publikovati na internetu. Dakle, ključno je razumjeti da je ono što čini razliku između novinara i onoga ko to tvrdi da jeste – profesionalna etika i kod kojeg se držite u svom poslu. Ako toga nema i samo brojite klikove, onda svi mogu biti novinari", smatra Panagiotou.

Riječ „fake“ se sa engleskog prevodi kao falsifikat, imitacija, kopija, prevara, nasuprot onome što je

autentično i originalno. Odnosi se ne samo na predmete (lažno proizvodi, lažne umjetnine) i osobe (prevarant, varalica) već i na ponašanje, pa tako neko može da simulira neko osjećanje ili reakciju, može lažno da se predstavlja ili da lažno predstavlja da se nešto dogodilo. A to je baš ono što rade autori lažnih vijesti. Kada se razmatra fenomen lažnih vesti (fake news) dobro je imati na umu da iza lažnih vesti uvek stoji namera da se javnost dezinformiše i da se sakrije istina. Pored izraza „fake news“, koji je postao univerzalan, u engleskom jeziku postoji i termin „false news“. I dok se „false news“ mogu odnositi i na vijesti koje su netačne zbog nečije greške ili neznanja, „fake news“ uvek pretpostavljaju namjeru da se nešto predstavi drugačijim nego što jeste kako bi se zadovoljili nečiji interesi i stekla određena nezaslužena korist. Kada se razmatra fenomen lažnih vesti (fake news) treba imati na umu da iza lažnih vijesti uvek stoji namjera da se javnost dezinformiše i da se sakrije istina. Lažne vijesti mogu djelovati i, veoma često i djeluju, više nego vjerodostojno, zbog čega se i događa da ih veoma često prenesu, odnosno objave i šire i inače pouzdani mediji kojima građani vjeruju, a to što to ne rade svojom krivicom ne umanjuje štetu.

Danas je na internetu postalo veoma teško razlikovati lažne vijesti od stvarnih. Sve veći broj zemalja počinje prepoznati potencijalne opasnosti širenja lažnih vijesti, pa su neke od njih još ranije pokrenule programe edukacije svojih građana o lažnim vijestima, u čemu im pomažu stručnjaci iz cijelog svijeta.

Drugi internetski div, Facebook i njegov osnivač Mark Zuckerberg stalno su na udaru kritika da se ne bore protiv lažnih vijesti (fake news), a u posljednje vrijeme i lažnih videa (deep fake). Šta je u stvari deep fake? Najjednostavnije je to objasniti tehnikom kojom umjetna inteligencija može iz obične fotografije vaše lice premjestiti na neku drugu glavu. Vjerovatno ste to vidjeli i na raznim „face swap“ aplikacijama koje su u prvom redu zabavne, ali to je tek prvi korak, zato što je tehnika toliko napredovala da „mrtvu“ sliku lica mogu oživjeti i u videu, tako da se možete pojaviti i u filmu. Deep fake se sve više koristi u širenju lažnih vijesti i teško je, bar za sada, naslutiti šta nas sve u skorijoj budućnosti čeka na tom polju. Zanimljiva je njegova izjava kako bi svi trebali biti veoma oprezni u definisanju toga šta je tačno dezinformacija i kako se ona koristi.

Ovo je veoma važno područje jer tehnologija umjetne inteligencije postaje sve bolja. Zato mislim da je dobro imati različita pravila kako se odnositi prema tome i tretirati ih drukčije nego što tretiramo klasične netačne informacije na internetu, rekao je Zuckerberg.

U BORBI PROTIV LAŽNIH VIJESTI U EVROPSKOJ UNIJI I REGIJI

„Evropska komisija, koja je od 2015. godine postala ozbiljno posvećena borbi protiv fenomena lažnih *online* (onlajn) vijesti, je upozorila da je sve veća ekspanzija lažnih vijesti postala ozbiljna prijetnja demokratiji. Naročito nakon što su posljednjih godina u više od 18 zemalja otkrivene onlajn manipulacije i širenje dezinformacija u vreme izborne kampanje.

U skladu sa preporukama Evropske komisije, predstavnici onlajn platformi, društvenih mreža i reklamne industrije, septembra 2018. godine, usvojili su samoregulatorni Kodeks o onlajn dezinformacijama. Potpisnici ovog kodeksa, kao što su *Google, Facebook, Twitter*, itd., obavezali su se da će, pored ostalog, investirati u razvoj programa kako bi korisnici lakše prepoznali lažne vijesti, da će obezbijediti transparentnije političko oglašavanje i da će intenzivirati saradnju sa profesionalcima koji provjeravaju istinitost informacija.

Za Evropsku komisiju, glavni nosilac borbe protiv lažnih vesti jeste kvalitetno novinarstvo, za koje smatra da jedino može da spriječi širenje dezinformacija. Zbog toga Evropska komisija insistira na davanju podrške ovoj vrsti novinarstva i u tradicionalnim medijima i u novim, odnosno, online medijima.

U zemljama Evropske unije tradicionalni mediji su, još uvijek, očuvali svoj kvalitet i javnost se na njih oslanja kada želi da provjeri da li je neka informacija istinita ili ne. Prema istraživanju Eurobarometra, 70 odsto građana Evropske unije u potpunosti vjeruje radiju, 66 odsto televiziji, 63 odsto štampanim medijima, dok 47 odsto njih ima povjerenje u online medije, a 26 odsto u društvene mreže.

Neke od ključnih mjera za koje se zalaže Evropska komisija u borbi protiv lažnih vijesti su jačanje medijske pismenosti, poznatost porijekla informacija, raznovrsnost informacija i mišljenja, te saradnja svih aktera uključenih u proces informisanja.

Kako to izgleda u našem regionu, u kojem sve funkcioniše po sistemu spojenih posuda, iz kojeg nije izuzet ni sistem informisanja pa i onaj širenja lažnih vijesti.

Zemlje Zapadnog Balkana Dan slobode medija i ove godine dočekale su na, nezavidnim pozicijama koje već godinama ne mijenjaju i sve većeg gubitka povjerenja građana u medije. Slični su i problemi svih medija u regionu počev od loše ekonomske situacije i jasno izraženog političkog uticaja, do fizičkih napada, a, nikad goroj situaciji u medijima uveliko je doprinijela i pandemija korone i nesnalaženje medija u vremenu digitalne ekonomije i transformacije iz tradicionalnih u digitalne medije. O podložnosti širenju, ali i kreiranju, lažnih vijesti da i ne govorimo. Tako je portal Fake News Tragač Novosadske novinarske škole utvrdio je da je srbijanski dnevni list Informer u 2017. godini na 302 naslovne strane objavio 362 lažne vijesti!

Prema podacima novinarske istraživačke mreže KRIK svake godine u Srbiji najviše novca za finansiranje medija odlazi tabloidima, koji, opet, dominiraju srbijanskim medijima. Prema portalu KRIK-a samo u 2020. godini na naslovnica pet srbijanskih novina objavljeno je blizu 1.200 lažnih i neutemeljenih vijesti. Na žalost za razliku od Srbije u kojoj postoje kakva takva istraživanja o lažnim vijestima u BiH nema mnogo istraživanja te vrste, odnosno izuzetno ih je malo, bar ne javno objavljenih. Građani ovdje lažne vijesti smatraju nečim frivolnim, i ne shvataju lažne vijesti kao ozbiljan problem koji itekako utiče, i dovodi do podjela u društvu. Kao što utiče na podjele u demokratskim društvima, sa prijetnjom da ih rascijepi, to uticanje je tim izraženije u društvu kao što je bosanskohercegovačko koje još uvijek nije daleko odmaklo od svih onih podjela koje su dovele do rata na ovim prostorima i koje si i dan danas prepreka bilo kakvom ozbiljnijem napretku ka demokratskom društvu zapadnoevropskog tipa.

Da svako može da bude žrtva lažnih vijesti, pa čak i onaj ko ih i sam plasira, pokazala je izjava predsjednika Srbije Aleksandra Vučića iz septembra 2018. godine da u Americi svakih deset sekundi pogine jedan perač prozora. Predsjednik je tu izjavu dao u cilju smirivanja javnosti nakon tragične pogibije dva radnika na gradilištu stambenoposlovnog kompleksa nazvanog Beograd na

vodi, oko kojeg i dan danas postoji niz kontroverzi u srbijanskoj javnosti.

Kada su ovu vijest preuzeli sa interneta, predsjednikovi bliski saradnici očigledno nisu znali da se radi o sajtu sa satiričnim sadržajima, a nisu se ni potrudili da preuzetu informaciju provjere. Povjerovali su prvom podatku koji su našli na nepoznatom web sajtu na engleskom i time pokazali visok stepen medijske nepismenosti.

Za razliku od zemalja Evropske unije koje se suočavaju sa lažnim vijestima, u ogromnom broju slučajeva na online platformama, u Srbiji se lažne vijesti plasiraju i kroz tradicionalne medije, s obzirom na veliki uticaj vlasti na njih, a naročito kroz tabloidnu štampu i elektronske medije sa nacionalnom pokrivenošću. Za Srbiju je karakteristično i to da uz pomoć lažnih vijesti, armija plaćenih botova na online portalima i društvenim mrežama dezavuiše drugačija mišljenja, a fokus javnosti se, kroz medije, preusmjerava na iskonstruisane afere, sukobe i prijeteće ratove, na izmišljene mahinacije koje se pripisuju kritičarima aktuelne vlasti, javnim ličnostima i predstavnicima opozicije.

„Mit o slobodi medija služi kao moćan vid manipulacije i mobilizacije koja treba da skrene pažnju sa suštinskih procesa i problema u javnoj sferi... Mantra o slobodnim medijima, pokazalo se svuda u svetu, služi kao dimna zavesa iza koje se vodi ogoljena politička borba. Cilj te borbe nije sloboda medija, već zadobijanje ekonomske i političke kontrole nad medijima.“ Autor ovih rečenica je predsjednik Upravnog odbora Radiotelevizije Srbije Vladimir Vuletić.

Plasiranje lažnih vijesti i kroz tradicionalne medije, naročito u vrijeme izbornih kampanja, kao što je to slučaj i sa nedavno održanim lokalnim izborima, itekako je vidljivo i u Hrvatskoj. Mada je takođe uočljivo da se mediji u Hrvatskoj mnogo bolje nose s tim problemom nego ostali mediji u regionu, vjerovatno i zbog bolje uređenosti medijskog prostora, bolje zakonske regulative o digitalnim medijima ali i neuporedivo veće pažnje koja se posvećuje medijskoj pismenosti za razliku od ostalih zemalja u regionu, u Hrvatskoj su lažne vijesti itekako zastupljene. Uočljivo je da je upravo medijska pismenost najveći problem ne samo u Hrvatskoj nego i ostalim zemljama u regionu kao što su to Srbija i BiH. Statistika iz 2018. godine ukazuje na to da se Hrvati susreću sa lažnim vijestima na dnevnoj bazi češće nego većina ostalih evropskih zemalja.

Novinarstvo se na ovom prostoru srozalo u glib senzacionalizma, tračeva, ogovaranja, iznošenja prljavog veša i širenja lažnih vijesti svake vrste i ta serija tračeva i privatnih prepucavanja puni medije već neko vrijeme, ali sudeći prema odnosu koji građani imaju prema tome,

pitanje je da li smo dostigli dno profesionalizma i etičnosti, ako ono uopšte i postoji.

U Bosni i Hercegovini je malo kredibilnih medija kakve imaju zemlje u regionu a da ne govorimo u Evropskoj uniji, a koji bi opet trebalo, osim svoje kredibilnosti da budu i glavni oslonac u borbi protiv lažnih vijesti. I ne samo to nego je otežavajuća okolnost što su veoma često i predstavnici najviših organa vlasti, državnih institucija i političkih partija, autori i širitelji lažnih vijesti. A, dokle god lažne vijesti budu dolazile iz struktura koje bi trebalo da budu nosioci borbe protiv dezinformacija BiH se ne može oduprijeti ovom problemu.

Zanimljiv je primjer iz Republike Srpske u kome je najjača, i vladajuća stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata (SNSD), „najoštrije osudila morbidne konstrukcije koje su se pojavile na društvenim mrežama u kojima se na najmonstruozniji način odgovornost za stradanje Davida Dragičevića pokušava adresirati na predsjednicu Vlade Republike Srpske i kandidata ove stranke za predsjednicu Republike Srpske Željku Cvijanović. David Dragičević je mladić čije ubistvo ni poslije nekoliko godina nije razjašnjeno niti je iko za to nerazjašnjavanje odgovarao, a svi oni koji su trebali biti odgovorni za rasvjetljavanje ubistva su u međuvremenu profesionalno i društveno napredovali.

U saopštenju iz ove stranke navodi se da SNSD sumnja da neko pokušava da zloupotrijebi grupu građana koja se okuplja oko grupe „Pravda za Davida“, jer se ispod sramnog sadržaja nalazi potpis upravo te grupe.

„Tražimo od stranaka okupljenih u Savezu za promjene da se javno ograde od ovih konstrukcija i da javno kažu da njihovi aktivisti ne stoje iza jedne ovako prljave kampanje. U suprotnom, smatraćemo da su odgovorni za ova podmetanja i pokušaj blaćenja Željke Cvijanović, s ciljem njene diskreditacije u predstojećem izbornom procesu“, poručili su iz SNSD-a.

Na lažne vijesti koje se iz institucija vlasti plasiraju gotovo svakodnevno javnost je skoro oguglala, a neke od najčešće ponavljanih neistina tiču se podataka o ekonomskom stanju u zemlji i o prihodima građana, o izgrađenim infrastrukturnim objektima i planiranim rokovima, o postojanju slobode medija, platama i penzijama, stranim investicijama, javnom dugu, broju nezaposlenih i odseljenih u inostranstvo, broju siromašnih itd., itd. To apsolutno ne začuđuje u kontekstu sistema u kojem živimo i u kojem smo pretvoreni u podanike ili čak aktivne aktere jednog autoritarnog, čak i totalitarnog društva.

Osim što je suprotna ideji dobre uprave i opšteprihvaćenim standardima, ovakva praksa je i u suprotnosti sa međunarodnim preporukama, uključujući i

one iznesene u Deklaraciji UN i OEBS o lažnim vijestima iz 2017. godine u kojima se navodi da državne institucije i funkcioneri ne treba da učestvuju u širenju lažnih vijesti i propagande, i da su dužni da iznose pouzdane i vjerodostojne informacije.

Lažne vijesti sve više i sve brže pronalaze put do čitalaca ili gledalaca u BiH tako da je fenomen lažnih vijesti sve prisutniji i na prostoru BiH. Uočljivo je da različiti centri moći formiraju razne *portaloide*, da se putem društvenih mreža a, najčešće u predizborno vrijeme, plasiraju lažne informacije kako bi se izvukla određena korist za sebe ili organizaciju kojoj se pripada. Pandemija korona virusa samo je doprinijela novom talasu lažnih vijesti, a među onima koji su te lažne vijesti širili sa svojih *Facebook* profila našlo su se i neki kandidati na poslednjim lokalnim bosanskohercegovačkim izborima. Portali *Istinomjer* i *Raskrinkavanje* su u svojim analizama napravili listu kandidata i pregled lažnih vijesti koje su prenosili od marta 2020. godine do izbora, a na toj listi su se našli kako kandidati za lokalne skupštine tako i oni za gradonačelnike.

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.

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 istraživanju platforme *Raskrinkavanje*.

Više od 60% pogrešnog ili obmanjujućeg sadržaja koji je objavljen u medijima odnosi se na političke teme. 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 predstavnicima/cama medijske i akademske zajednice i relevantnih institucija, uprkos tome što su generalno veoma svjesni problema medijskih dezinformacija.

Anonimni portali su tip medija koji se javlja kao glavni izvor i prenosilac dezinformacija u online prostoru.

Njihova aktivnost stvara virtuelni "ekosistem" u kojem 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 objavljuju. 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.

Sama pandemija koronavirusa je bila, i još uvijek je pravi *eldorado* za poplavu lažnih vijesti svakojake vrste, koju za sada niko na ovom prostoru nije ni pokušao a kamoli uspio zaustaviti. S druge strane organi vlasti Republike Srpske su donijeli uredbu o zabrani izazivanja panike, kojom se kažnjavaju "pojedinci i firme koje šire paniku i lažne vijesti putem medija" i koja je, prije nego što je ukinuta 16. aprila 2020, u velikoj mjeri kritikovana da predstavlja pretjerano ograničavanje slobode izražavanja. Pri tome izjave i zvanični nastupi najodgovornijih funkcionera koji daju izjave o novom ratu, otcjepljenju jednog dijela države, suprotstavljanje NATO-u, itd. ne predstavljaju ni širenje panike i uznemiravanje javnosti niti širenje lažnih vijesti.

Zanimljivo je da su u BiH online mediji pod jurisdikcijom Savjeta za štampu, koji je samoregulatorno tijelo a ne pod jurisdikcijom naprimjer Regulatorne agencije za telekomunikacije ili, da ta oblast nije regulisana na neki drugi, zakonski, način. Zbog toga se često događa da se osniva i pojavljuje mnoštvo web portala za koje se ne zna ni ko su im osnivači, ni urednici ni odgovorne osobe, niti imaju impresum. Pa se tako događa da drugi mediji, koji su uredno registrovani, prenesu lažne informacije sa tih portala i potom bivaju kažnjeni za razliku od tih širitelja lažnih vijesti koji ostaju nesankcionisani. Jako je malo i rasprava na temu širenja lažnih vijesti, dezinformisanja javnosti i propagande, i ko su njihovi kreatori u BiH, kao i kako tu oblast zakonski regulisati.

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

“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 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)

Istovremeno, teško je doći do informacija o vlasništvu i finansiraju medija kao poslovnih subjekata i u ovakvim okolnostima javnosti je teže da donese 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 medijske kuće, nisu izloženi nikakvoj sistemskoj 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.

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. Javno finansiranje lako može postati instrument snažnog uticaja, tačnije nagrađivanja političkih istomišljenika i pristranog medijskog izvještavanja. Na osiromašenom medijskom tržištu u BiH sa ograničenim alternativnim izvorima finansiranja, javno finansiranje postaje sve relevantnije za održivost mnogobrojnih medija.

Ukoliko se neko i bavi ovim pitanjima onda su to inostrane fondacije, nevladin sektor ili skupovi pod pokroviteljstvom tih organizacija ili OEBS-a. Izuzetno se mala pažnja poklanja važnosti medijske pismenosti, prije svega za mlade, a time se, osim nadležnih institucija i medija, nedostavno bavi i akademska zajednica.



ZAKLJUČAK

Preduslov za borbu protiv lažnih vijesti, svagdje pa i u BiH, jeste, i biti će, postojanje kvalitetnih i slobodnih medija, postojanje slobodnog javnog prostora u kome se vodi dijalog o najvažnijim pitanjima za građane i čuju različita mišljenja, i u kome je neprihvatljivo da laži i obmane dolaze iz državnih institucija i od predstavnika najviše vlasti. U veoma bliskoj budućnosti, za one koji prate medije neće biti važno da do informacije dođu, već da ih provjere. Poplava lažnih vijesti nosi i jednu pozitivnu pojavu jer će se sve više ljudi okretati pouzdanim medijima, pošto sluđenost, u kojoj živimo, kako društvenopolitička tako i medijska, prođe.

Do ostvarenja ovih preduslova dug je put. U međuvremenu treba raditi na jačanju prije svega, kako političke kulture tako i medijske pismenosti građana, ali i onih najmlađih, kroz uvođenja predmeta medijske pismenosti u škole, i upozoravati ih da je veća vjerovatnoća da će u dnevnoj štampi i u televizijskim informativnim programima, a naročito na društvenim mrežama, naići na lažnu nego na istinitu vijest i da zato medijima i informacijama pristupaju sa najvećom pažnjom i oprežnošću.

LITERATURA

Shoshana Zuboff, „The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power“, Public Affairs, New York, 2019.

Siva Vaidhyanthan, „Antisocial Media – How Facebook Disconnects Us and Undertimines Democracy “, Siva Vaidhyanthan, 2018.

Richard Craig, Online Journalism – Reporting, Writing and Editing for New Media, Thomson Wadsworth, 2005.

Jasna Vukićević, Kako zaustaviti lovce na klikove i lažne vijesti?, Radio Slobodna Evropa, Prag, 02.07.2019.

Marko Perić, Dražen Tomić, Danas se najviše informiramo putem mobitela, Print, Zagreb, 2021.

Udruženje građana „Zašto ne?“ (Raskrinkavanje), Dezinformacije u online sferi: Slučaj BiH, Sarajevo, april 2019.

HINA, Google daje 25 milijuna dolara za borbu protiv fake newsa, Zagreb, 02.04.2021.

Radoslav Dejanović, Priručnik za provjeru informacija iz medija, Metodi i alati za analizu lažnih vijesti, dezinformacija i ostalih online manipulacija“, DZNAP, Zagreb, ožujak, 2020.

Krik.rs

O AUTORU

MLADEN MIROSAVLJEVIĆ diplomirao na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu a magistrirao i doktorirao u Novom Sadu iz oblasti marketinga i odnosa s javnošću. Kao novinar, reporter i urednik radio je u najvećim i najuticajnijim dnevnim i nedjeljnim novinama te u radio i TV stanicama Slovenije, Hrvatske, Srbije, Crne Gore i BiH, u kojima je povremeno i živio. Osim novinarstvom bavio se i privatnim biznisom, radom u marketinškim agencijama i konsaltingom, te radeći kao trener i konsultant za međunarodne i domaće organizacije koje se bave tim oblastima.

Sve vrijeme se, u različitim zemljama i kroz različite oblike edukacije, kontinuirano usavršavao u oblastima menadžmenta, marketinga, odnosa s javnošću i medija. Njegovo područje istraživačkog akademskog zanimanja je i danas vezano za te oblasti. Iz tih oblasti napisao je i nekoliko knjiga, i veći broj tekstova.

Direktor je Banja Luka College-a na kojem radi i kao profesor na predmetima iz javnog mnjenja, odnosa s javnošću i marketinga. Živi u Banjaluci.

IMPRESUM

Friedrich-Ebert-Stiftung - Kancelarija Sarajevo
Kupreška 20, 71 000 Sarajevo

Za izdavača: Dr. Peter Hurrelbrink - Direktor, FES BiH

Tel.: +387 33 720 010

www.fes.ba

DTP: Aleksandar Aničić

Sva prava pridržana od strane Friedrich-Ebert-Stiftung BiH.

Stavovi i mišljenja izneseni u ovoj publikaciji su autorski i ne predstavljaju izričite stavove i mišljenja izdavača. Friedrich-Ebert-Stiftung ne garantuje za tačnost podataka koji su izneseni u ovoj publikaciji. Komercijalna upotreba izdanja nije dozvoljena bez pismene saglasnosti Fondacije.

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Nacionalna i univerzitetska biblioteka
Bosne i Hercegovine, Sarajevo

316.774:004]

MIROSAVLJEVIĆ, Mladen

Mediji u digitalnom dobu [Elektronski izvor] : lažne vijesti jače od istine? / Mladen Miroslavljević. - El. knjiga. - Sarajevo : Friedrich-Ebert-Stiftung, FES, 2021. - (Demokratija i ljudska prava)

Način pristupa (URL): <https://www.fes.de/>. - Nasl. sa nasl. ekrana. - Opis izvora dana 15. 6. 2021.

ISBN 978-9926-482-30-5

COBISS.BH-ID 44493574
