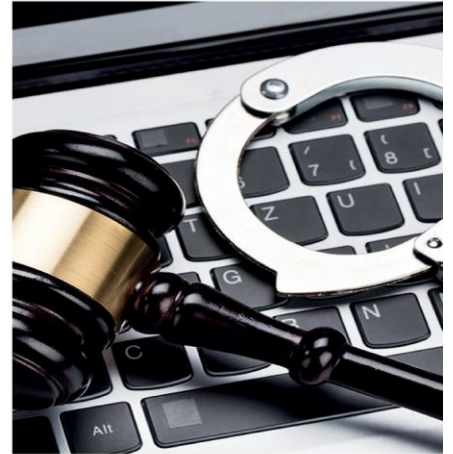




British Embassy
Sarajevo



Vijeće za štampu i online medije u Bosni i Hercegovini
Vijeće za tisak i online medije u Bosni i Hercegovini
Савјет за штампу и онлајне медије у Босни и Херцеговини
samoregulatorno tijelo za štampane i online medije u Bosni i Hercegovini



Analiza „Novinari u borbi protiv dezinformacija“

Priredio: doc. dr Vuk Vučetić

Sarajevo, decembar 2023.

Uvod

Dezinformacije predstavljaju jedan od najvećih problema sa kojima se savremeno medijalizovano društvo suočava. Ne samo da je šira javnost izložena problemima dezinformacija nego isto tako i novinari su sve češće žrtve dezinformacija. Novinari se svakodnevno susreću sa ovim problemom. Naime u ogromnom broju sadržaja, poruka i informacija vrlo teško je biti svojevrsni *gatekeeper*, odlučiti koje informacije su važne koje nisu, koje dolaze iz relevantnih izvora a koje ne, koji političari i politički subjekti tendenciozno šire dezinformacije i da li je to vrijedno objavljivanja. Sve su ovo izazovi pred kojima se savremeni novinari nalaze. Jasno je da izazovi dezinformisanja podjednako pogađaju „globalno selo“, ali i uslovno rečeno manje lokalne zajednice. U tom smislu dezinformacije predstavljaju jedan od problema koje je prisutno i unutar bh. medijske sfere.

Prema tome važno je analizirati u kojoj mjeri su bh. novinari, kao zajednica profesionalnih komunikatora, upoznati sa konceptom dezinformacija, da li mogu i znaju uspješno detektovati različite oblike dezinformacija kao i načine na koji se dezinformacije šire i nastaju. Da li u tom smislu postoje neki jasni pravci djelovanja na suzbijanju dezinformacija i koja je uloga novinara u svemu tome. Osim toga važno je ponuditi odgovor na pitanje da li su i u kojoj mjeri dezinformacije negativan društveni fenomen, da li se negativno reflektuju na pojedince te u kojoj mjeri doprinose društvenim podjelama. Konačno važno je odgovoriti na pitanje da li su domaći novinari po sopstvenoj procjeni osposobljeni da prepoznaju dezinformacije odnosno da koriste dostupne online alate u cilju verifikacije *online* sadržaja.

Kako bismo dobili odgovore na ova pitanja u prethodnom periodu je sprovedeno istraživanje stavova novinara u većim centrima u BiH (Sarajevo, Banja Luka, Mostar, Brčko). Istraživanjem je obuhvaćeno ukupno 100 profesionalnih novinara koji rade u različitim medijima (online portali, televizija, štampa). Uzorak su činili novinari koji su učestvovali na pet radionica o dezinformacijama koje je organizovao Savjet za štampu i online medije u BiH tokom 2023. godine. Ovdje je važno naglasiti da su u pitanju novinari koji su sami iskazali zainteresovanost za temu. Ovo može da sugeriše da je ova grupa novinara već na neki način upoznata sa konceptom dezinformacija pa su radionice bile odlična prilika da se njihova postojeća znanja prošire i podijele sa kolegama. S tim u vezi može se reći da dobijeni rezultati najprije reflektuju razumijevanje problema dezinformacija unutar novinarske zajednice kojoj tema nije nepoznata, tj. da rezultati nisu odraz odnosa cjelokupne novinarske zajednice o ovoj temi. Drugim riječima dobijeni rezultati mogu poslužiti kao indikator i polazna osnova za buduća istraživanja.

Osim toga u ovoj analizi smo percipirali novinare kao jednu relativno homogenu profesionalnu zajednicu koja ima svoja pravila, standarde, norme, uobičajene prakse i sl. Prema tome cilj je bilo da istražimo kako se novinarska zajednica (bez obzira na polne, starosne ili neke druge odrednice) odnosi prema problemu dezinformacija. Cijenimo da bi analiza sličnosti i razlika koje (vrlo vjerovatno) postoje unutar same novinarske zajednice, a koje bi mogle biti određene različitim polnim, starosnim karakteristikama ili geografskim odrednicama mogla biti predmet interesovanja posebnog istraživanja te da kao takva prevazilazi okvire zainteresovanosti ovog teksta. Drugim riječima smatramo da bi se ovakvom analizom koja bi u obzir uzela polne, starosne ili geografske karakteristike ispitanika na neki način izgubio osnovni istraživački fokus, a to je na koji način novinari kao relativno homogena profesionalna zajednica koja ima svoja pravila, standarde, norme i sl. percipiraju problem dezinformacija u bh. medijskoj sferi.

Anketni upitnik se sastojao od ukupno 11 pitanja¹. Prvi dio ankete je posvećen pitanjima koji su se odnosili na procjenu poznavanja „stanja na terenu“ kada su u pitanju dezinformacije i dezinformisanje. Drugi dio ankete se ticao mjerenja stavova novinara o tvrdnjama koje se tiču oblasti dezinformacija. Zanimalo nas je u kojoj mjeri se novinari slažu sa tvrdnjama koje se tiču dezinformisanja kao što su da li dezinformacije negativno utiču na pojedinca u smislu donošenja političkih odluka i funkcionisanja demokratskog društva u cjelini. Takođe interesovalo nas je kakvi su stavovi novinara o tome da li dezinformacije doprinose produbljivanju društvenih podijela, što je posebno važno u etnički podijeljenim društvima kao što je BiH. Zatim da li smatraju u kojoj mjeri je urednik odgovoran za prenošenje dezinformacija iz drugih izvora. Konačno zanimalo nas je u kojoj mjeri novinari samostalno procjenjuju da li imaju kapacitet da prepoznaju dezinformacije odnosno da koriste dostupne alate za verifikaciju *online* sadržaja.

Dezinformacija, manipulacija i spin

Prije nego što predstavimo rezultate istraživanja potrebno je ukratko definisati šta su to dezinformacije i na koji način se ovaj koncept razlikuje u odnosu na slične fenomene kao što su spin ili manipulacija. U najkraćem se može reći da dezinformacije predstavljaju koncept koji je relativno jednostavno definisati, ali ga je vrlo teško prepoznati u svakodnevnoj praksi. Dezinformacije predstavljaju namjerno kreiranje i širenje lažnih informacija sa ciljem da se našteti nekoj osobi, socijalnoj grupi, organizaciji ili državi (Wardle & Derakshan, 2017). Ovu definiciju možemo proširiti i reći da po pravilu šteta koja se generiše dezinformacijama uglavnom doni korist za onoga ko dezinformacije generiše i širi. Ovdje treba napraviti razliku između dezinformacija i netačnih ili neistinitih informacija (*misinformation*). Neistinita informacija je ona za koju komunikator nije znao da je pogrešna ili ju je pogrešno razumio, a potom i prenio. Prema tome netačne informacije su za razliku od dezinformacija nastale kao plod nenamjerne greške komunikatora, medija, novinara i sl. Dakle osnovna razlika između netačnih informacija i dezinformacija je u namjeri komunikatora. Međutim, jedan od najvećih problema detektovanja dezinformacija u javnom prostoru ili u medijima jeste upravo taj što se namjera komunikatora vrlo teško dokazuje. Ipak jedan od mogućih indikatora namjere predstavlja kontinuitet plasiranja netačnih informacija koje mogu naštetiti drugoj strani odnosno koje mogu donijeti neku vrstu (političke, ekonomske ili socijalne) koristi. U tom smislu kada se netačne informacije koriste svjesno, sistemski i učestalo i pored eventualnog ukazivanja javnosti i drugih aktera na eventualne činjenične neutemeljenosti onda sa velikom sigurnošću se može tvrditi da se radi o dezinformacijama, odnosno svjesnoj namjeri onoga ko kreira i plasira takve sadržaje da nanese neku vrstu štete.

Osim toga još jedan od problema definisanja dezinformacija leži u činjenici da je ovaj fenomen vrlo blizak sa nekim drugim srodnim konceptima kao što je recimo politički spin. U bukvalnom smislu, spinovati znači zavrtjeti (to spin), odnosno interpretirati priču ili događaj u pozitivnom ili negativnom kontekstu tako da ona bude prilagođena interesima komunikatora (medija, novinara, političara, političkog subjekta) (Esser, 2008). Spinovanjem se u suštini nastoje iskriviti značenja neke pojave/događaja, kontekstualizovati, interpretirati, preuveličati ili umanjiti njen značaj kako bi se kreiralo specifično značenje i/ili izazvala određena reakcija javnosti. Spinovanje je važan dio političke komunikacije jer omogućava političkim subjektima da lakše ostvare svoje političke ciljeve. U tom smislu postoji veliki broj različitih spin tehnika koje se svakodnevno koriste kao što su „branje trešanja“ („cherry picking“) „sahranjivanje loših ili lažnih vesti“ („burying bad news“), plasiranje „priljavog veša“ o političkoj konkurenciji; upotreba „anonimnih izvora“ za promociju političkih ideja i sl. (Udovičić et al, 2022). Spinovanje i dezinformacije se razlikuju u tome što spinovanje prije

¹ Primjer anketnog upitnika dostupan u Prilogu

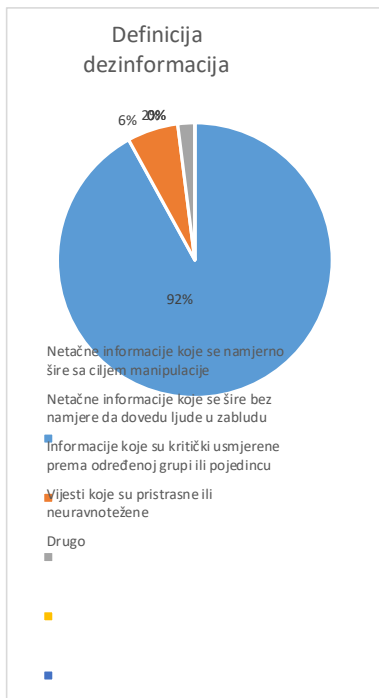
svega podrazumijeva specifičnu tendencioznu interpretaciju stvarnosti. Dakle spinovi za svoj osnov uzimaju neki realni događaj ili činjenicu, koja se onda uokvirava i interpretira na način koji odgovara specifičnim interesima komunikatora sa ciljem uticaja na javno mnjenje. Posljedično nastaje nova, iskrivljena, izokrenuta stvarnost koja ima može da ima manipulativni karakter. Sa druge strane dezinformacije najčešće predstavljaju u potpunosti fabrikovane i izmišljene sadržaje.

Osim toga dezinformacije treba razlikovati i od manipulacija. Manipulacija se može odrediti kao smišljen i sistemski kontrolisan postupak ili skup postupaka pomoću kojih manipulator, koristeći simbolička sredstva, u za njega prigodnim psihosocijalnim uslovima, odašilje u masu, preko sredstava komunikacije, određene poruke, sa namjerom da utiče na uvjerenja, stavove i ponašanje velikog broja ljudi, a da toga oni nisu svjesni (Šušnjić, 2011). Ukratko manipulacije se odnose na kontrolisanje percepcije sa ciljem uticaja na ponašanje. Prema tome manipulacije mogu ali ne moraju da budu zasnovane na dezinformacijama. Drugim riječima uspješna manipulacija ne mora nužno da podrazumijeva upotrebu dezinformacija. Manipulacija, dakle može biti vrlo uspješna i efektna i uz pomoć provjerenih, ali vješto izabranih činjenica. Recimo naglašavanjem samo pozitivnih aspekata određenog događaja, ličnosti, pojave se može uspješno manipulirati bez da se ijednog trenutka bilo šta izmisli.

Dakle spinovanje i manipulisanje imaju više zajedničkih karakteristika nego recimo dezinformisanje i spinovanje ili dezinformisanje i manipulisanje. Razlika između spinovanja i manipulacija bi se mogla ticati načina uticaja. Spinovi se uglavnom vežu za neku vrstu dnevnih *ad hoc* aktivnosti dok je manipulacija može obuhvatati i kratkoročne i dugoročne uticaje. Osim toga spinovanje se u najvećem broj slučajeva zasniva samo na interpretaciji i uokviravanju dok manipulacija podrazumijeva širu lepezu strategija (uvjeravanje, poziv na emocije, *gaslighting*² i sl) sa ciljem uticaja.

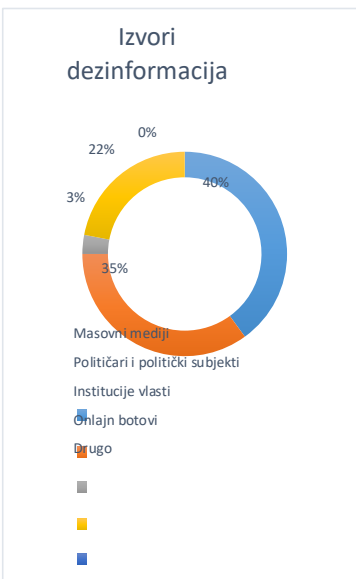
² *Gaslighting* predstavlja manipulaciju izluđivanjem ili oblik emocionalnog zlostavljanja koji je organizovan na način da žrtva posumnja u sopstveni doživljaj stvarnosti.

Rezultati istraživanja

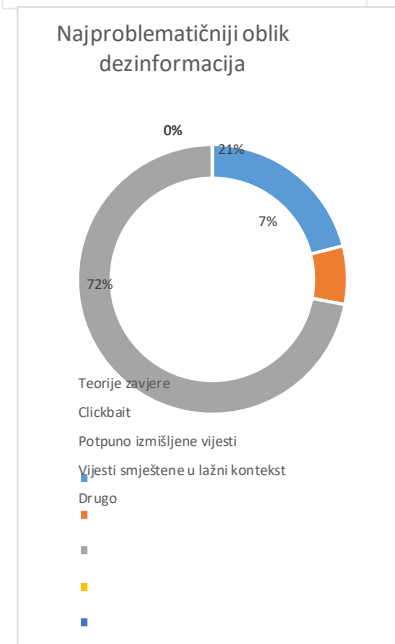


Rezultati pokazuju da obuhvaćeni znaju šta su 90% njih je zaokružilo su dezinformacije informacije koje se manipulacije. Manje znalo tačan odgovor. onih koji su dezinformacije je prilog tome da su postojanja prostoru što je rješavanju ovog novinari prepoznaju oblici dezinformacija fabrikovani i izmišljeni teorije zavjere (21%) i

(7%). Ono što je problematično je što novinari u prepoznaju masovne medije kao glavne kanale širenja Naime, 40% anketiranih smatra da su masovni mediji dezinformacija. Ovdje treba naglasiti da se pod ne misli samo na tradicionalne masovne medije televizija) nego i na online portale. S tim u vezi procenat novinara koji vjeruje da su mediji izvor najvjerovatnije smatra da su online portali ti koji u predstavljaju izvore dezinformisanja. Nakon prema ocjeni 35% anketiranih političari i politički izvori dezinformacija, a 22% njih smatra da su politički najvećoj mjeri kontaminiraju javni online prostor dezinformacija. Ovo je očekivani rezultat imajući u vidu da se političari u svojim dnevno političkim aktivnostima svakodnevno obračunavaju sa političkim neistomišljenicima koristeći upravo uvrede, lažne optužbe, spinove i slično. Osim toga u predizbornim kampanjama jedan od osnovnih mehanizama dolaska do glasova predstavljaju „lažna obećanja“ i sl. Zanimljivo je da svega 3% novinara smatra da su institucije vlasti generatori negativnih sadržaja. Kada su u pitanju kanali širenja dezinformacija najveći broj anketiranih (80%) smatra da su društvene mreže najčešći kanali širenja dezinformacija. U značajno manjoj mjeri se masovni mediji prepoznaju kao kanali širenja dezinformacija (12%) i 8% ispitanih smatra da se dezinformacije najviše šire usmenim putem. Ovi rezultati sugerišu da novinari prave jasnu razliku između profesionalnih tradicionalnih masovnih medija i različitih digitalnih platformi, divljih portala bez impresuma koji svoje postojanje vezuju upravo za društvene mreže.

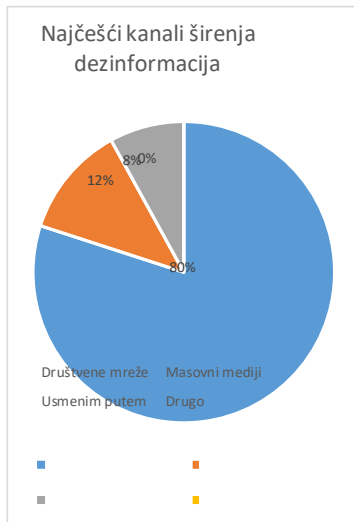


novinari koji su istraživanjem u suštini dezinformacije. Preko tačan odgovor a to je da zapravo netačne namjerno šire sa ciljem od 10% učesnika nije Procenat od preko 90% prepoznali definiciju pozitivan i govori u novinari svjesni dezinformacija u javnom zapravo prvi korak u problema. Anketirani

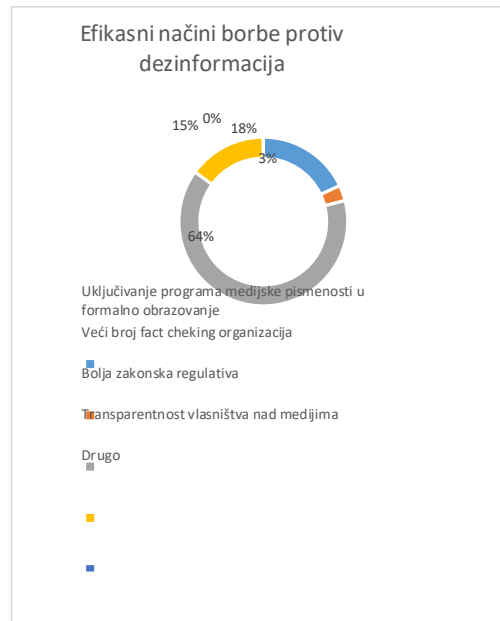


da su najopasniji zapravo potpuno sadržaji (72%), zatim clickbait sadržaji najvećoj mjeri dezinformacija. najveći generatori masovnim medijima (štampa, radio, relativno visok dezinformacija najvećoj mjeri masovnih medija subjekti najčešći botovi ti koji u plasiranjem

aktivnostima svakodnevno obračunavaju sa političkim neistomišljenicima koristeći upravo uvrede, lažne optužbe, spinove i slično. Osim toga u predizbornim kampanjama jedan od osnovnih mehanizama dolaska do glasova predstavljaju „lažna obećanja“ i sl. Zanimljivo je da svega 3% novinara smatra da su institucije vlasti generatori negativnih sadržaja. Kada su u pitanju kanali širenja dezinformacija najveći broj anketiranih (80%) smatra da su društvene mreže najčešći kanali širenja dezinformacija. U značajno manjoj mjeri se masovni mediji prepoznaju kao kanali širenja dezinformacija (12%) i 8% ispitanih smatra da se dezinformacije najviše šire usmenim putem. Ovi rezultati sugerišu da novinari prave jasnu razliku između profesionalnih tradicionalnih masovnih medija i različitih digitalnih platformi, divljih portala bez impresuma koji svoje postojanje vezuju upravo za društvene mreže.



Kada su u pitanju efikasni borbe protiv dezinformacija, u najvećoj mjeri prepoznaju potrebna bolja zakonska regulativa. Čak 64% intervjuisanih smatra da bi donošenje kvalitetnijih moglo doprinijeti rješavanju problema dezinformacija. broj novinara (18%) naglašava značaj uključivanja medijskog opismenjavanja u formalno



načini novinari da je

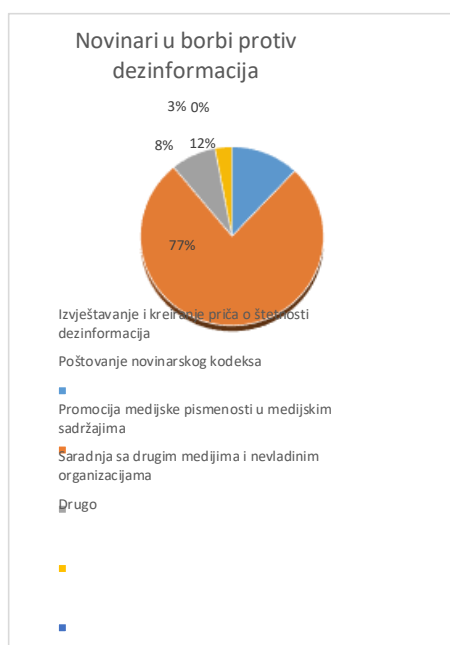
propisa

Nemali

značio javnom

obrazovanje. Naime, veći nivo medijske pismenosti bi da bi javnost mogla lakše da prepozna dezinformacije u prostoru i da se zaštiti od negativnog uticaja dezinformacija. Zatim, 15% anketiranih smatra da je transparentnost vlasništva nad medijima jedan od načina kako se može smanjiti širenje dezinformacija. U tom smislu bi donošenje Zakona o transparentnosti vlasništva medija u BiH bila jedna od potrebnih aktivnosti u oblasti regulacije medijske sfere koja bi doprinijela ograničavanja širenja dezinformacija. Prema tome potreba za regulacijom i većom transparentnosti vlasništva čine preko 85% od ukupnog broja odgovora anketiranih. Konačno novinari u nešto manjoj mjeri (3 % anketiranih) prepoznaju važnost *fact checking* sajtova kao potencijalnog rješenja problema dezinformacija.

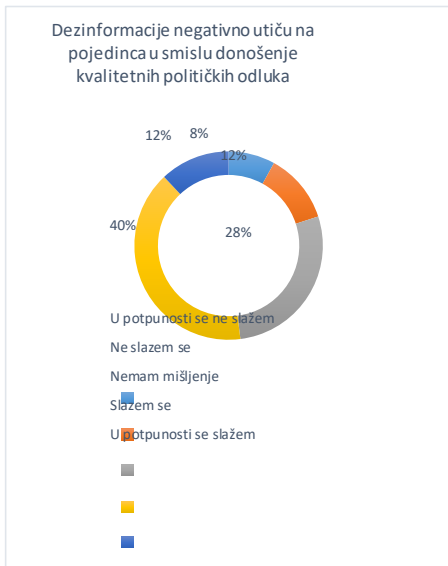
U najvećoj mjeri (77%) novinari prepoznaju da je poštovanje pravila i standarda novinarske profesije način na koji **novinari mogu** doprinijeti manjem širenju dezinformacija. Takođe kao jedan od načina borbe novinari (12% njih) prepoznaju kreiranje većeg broja sadržaja i ustupanje većeg medijskog prostora temama koje se tiču štetnosti dezinformacija.



Konačno 8% njih smatra da je medijsko opismenjavanje publike putem medija i medijskih sadržaja jedan od načina borbe protiv negativnih uticaja dezinformacija. Konačno svega 3% anketiranih smatra da bi saradnja sa nevladinim organizacijama i drugim medijskim organizacijama pomogla da se problem dezinformacija na neki način riješi. Možemo reći da je ohrabrujući rezultat da su novinari svjesni važnosti i uloge poštovanja profesionalnih kodeksa u svakodnevnom radu. Objektivnost, tačnost, provjerljivost i vjerodostojnost su svakako najkvalitetniji mehanizmi borbe protiv kreiranja i širenja dezinformacija u medijskom prostoru.

Još jedan od rezultata pokazuje da preko 50% ispitanih novinara se slaže ili se u potpunosti slaže sa tim da dezinformacije negativno utiču na proces donošenja odluka kod pojedinaca. Skoro trećine nema mišljenje o ovoj temi dok se petina ne slaže sa tim da dezinformacije mogu da negativno utiču na pojedinca u kontkestu donošenja odluka. Dakle, osim što znaju da prepoznaju šta su

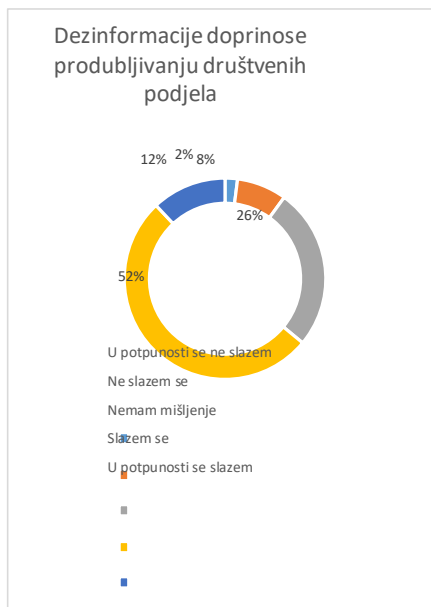
dezinformacije u javnom prostoru novinari su uglavnom svjesni i potencijalnih opasnosti dezinformacija, što je svakako ohrabrujući i pozitivan rezultat.



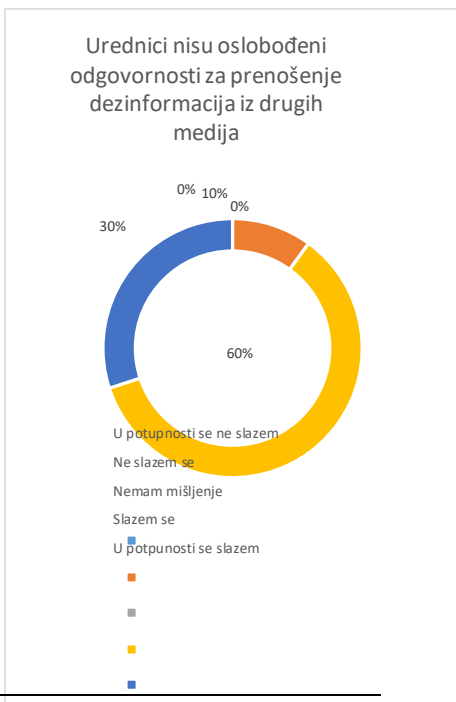
Osim toga preko 60% anketiranih novinara se slaže ili se u potpunosti slaže sa tim da dezinformacije utiču na produblivanje društvenih podjela. Manje od petine ispitanih novinara (10%) se ne slaže ili se u potpunosti ne slaže sa ovom konstatacijom dok njih 26% nema nikakvo mišljenje.

Takođe gotovo svi novinari su saglasni sa tim da urednici nisu oslobođeni odgovornosti za prenošenje dezinformacija iz drugih medija (90% anketiranih). To je svakako pozitivan i ohrabrujući rezultat. Razvoj odgovornosti i profesionalne etike u sferi profesionalnih medija je takođe jedan od preduslova za borbu protiv širenja dezinformacija. Inače član 8. stav 2 Kodeksa za štampane i onlajn medije BiH takođe naglašava odgovornost novinara ne samo za objavljivanje dezinformacija što predstavlja grubo kršenje osnovnih pravila novinarske profesije nego i za prenošenje dezinformacija iz drugih medija ili izvora.³ Dakle, prilikom prenošenja već objavljenih sadržaja potrebno je takođe izvršiti provjeru

vjerodostojnosti. Ovo je takođe u skladu sa smjernicama koje je Žalbena komisija Savjeta za štampu i online medije objavila tokom 2023.godine. Naime u između ostalog, navodi da su novinari i urednici medija, a prije prenošenja vijesti, dužni provjeriti i izvora i, ukoliko je moguće, kontaktirati više Takođe u smjernicama se ističe da brzina prijenosa iako važna u savremenom novinarstvu, ne smije biti informacije prenose bez detaljne provjere i činjenične



smjernicama se, osim pouzdanosti vjerodostojnost sagovornika. informacija i vijesti, razlog da se garancije njihove utemeljenosti. napominje da kada novinari, zbog rokova, nisu u izvršiti provjeru informacija, važno navedu da nije zvanično/službeno



Takođe se se desi da kratkoće mogućnosti istinitosti je da u tekstu informacija

potvrđena.

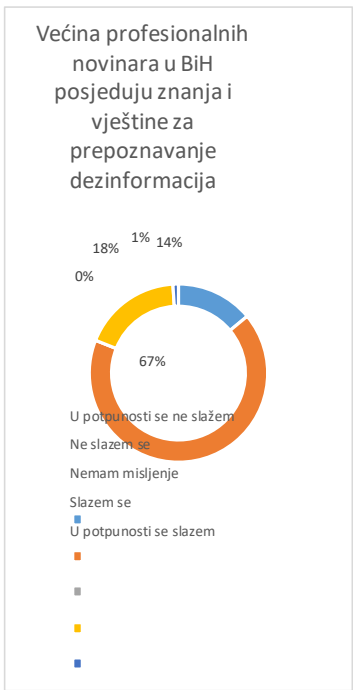
Konačno, ukoliko medij objavi dezinformaciju poželjno je da naknadno napravi ispravku i objavi izvinjenje, a ne da samo ukloni tekst jer takva praksa može izazvati zabunu kod čitatelja, naročito kada se tekstovi, u međuvremenu, podijele na društvenim mrežama.⁴

³ Kodeks za štampu i online medije dostupan na: <https://vzs.ba/kodeks-za-stampane-i-online-medije-bih/>

⁴ Smjernice za borbu protiv dezinformacija dostupne na: <https://vzs.ba/jacanje-borbe-protiv-dezinformacija-smjernice-za-novinare-i-urednike/>

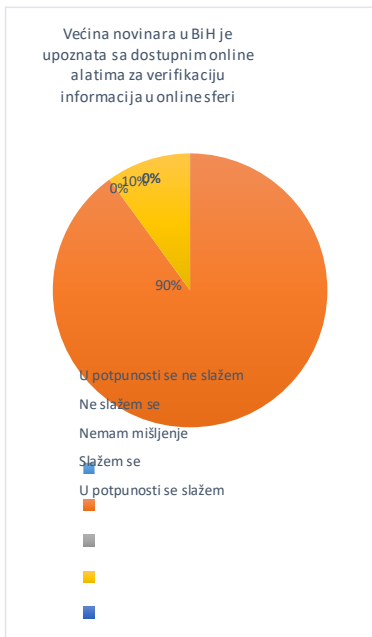
Kada su u pitanju vještine i kompetencije novinara da prepoznaju dezinformacije anketirani novinari za svoje kolege procjenjuju da ne posjeduju dovoljno znanja i vještina da prepoznaju dezinformacije. Preko 80% anketiranih smatra da njihove kolege nisu vješte u prepoznavanju dezinformacija, dok nešto manje od 20% njih smatra da su novinari ipak kompetentni za to.

Ovaj rezultat je krajnje paradoksalan, s obzirom da su je preko 90% anketiranih novinara ponudilo tačan odgovor na pitanje koje se ticalo definisanja dezinformacija. Ipak sa druge strane procjena da novinarska zajednica ne posjeduju kompetencije može da govori u prilog tezi da je prepoznavanje dezinformacija zapravo individualna stvar i da još uvijek nije sistemski riješena. očigledno postoji potreba da se novinari u većoj mjeri kolegama na različitim stručnim seminarima koji bi bili temi kako bi se upoznali sa znanjima i vještinama svojih tema ostaje zarobljena u okviru ličnog entuzijazma novinara samostalno razvije kompetencije i vještine koje su mu proističe visok nivo samopouzdanja koje novinari pokazuju vještine u pitanju ali sa druge strane visok nivo nepovjerenje svojih kolega.



Drugim riječima susreću sa svojim posvećeni ovoj kolega. Ovako ova da pokuša da potrebne. Iz toga kada su njihove u kompetencije

novinarima uvijek ova posjeduje alatima za (90% anketiranih). ekspanzija



Konačno među anketiranim dominira mišljenje da još profesionalna zajednica ne dovoljno znanja o besplatnim verifikaciju online sadržaja To zapravo znači da snažna digitalnih tehnologija koja se dešava u posljednjih nekoliko godina je na neki način zatekla novinarsku zajednicu. Ovakav stav zapravo još jednom potvrđuje činjenicu da na domaćoj novinarskoj sceni ne postoji dovoljno sistemskih odgovora, profesionalnih radionica, stručnih seminara koji bi bili posvećeni ovoj temi. Novinari su prepušteni praktično samima sebi u cilju razvijanja informatičkih kompetencija odnosno kompetencija medijske i informacione pismenosti. S tim u vezi se u Smjernicama za borbu protiv dezinformacija se ohrabruju novinari da u svom radu trebaju da koriste dostupne i besplatne online alate kao što su Tin Eye ili Yandex za verifikaciju fotografija koje su objavljene na internetu⁵.

⁵ Smjernice za borbu protiv dezinformacija dostupne na: <https://vzs.ba/jacanje-borbe-protiv-dezinformacija-smjernice-za-novinare-i-urednike/>

Zaključak

Na kraju možemo reći da ovo kratko istraživanje može da posluži kao indikator stanja svijesti i percepcija novinara kada je problema dezinformacija u pitanju. Osnovni nalazi do kojih smo došli su da novinarska zajednica vrlo jasno prepoznaje i razumije koncept dezinformacija, što je u suštini očekivani rezultat. Kao profesionalni komunikatori novinari su borci za pravovremene, tačne i provjerljive informacije. S tim u vezi svjesno kreiranje i plasiranje netačnih informacija sa ciljem manipulacije publikom je ono što se može smatrati dezinformacijama. Kao jedan od najopasnijih oblika dezinformacija se prepoznaju potpuno fabrikovani sadržaji, zatim teorije zavjere, i cliclbait sadržaji. Ovaj rezultat je u potpunosti u saglasnosti sa UNESCO-vim priručnikom za novinare kada je u pitanju prepoznavanje najopasnijih oblika dezinformacija. Naime, autori priručnika takođe određuju potpuno fabrikovane sadržaje kao jedan od najopasnijih oblika dezinformacija (Ireton & Posetti, 2020). Teorije zavjere predstavljaju posebno izazovne sadržaje koji zbog svoje atraktivnosti i jednostavnosti lako pronalaze put do publike. Krizni periodi su plodno tlo za širenje teorija zavjere, a čini se da je period pandemije virusa korona u velikoj mjeri uticao da se teorije zavjere generišu, dok je ekspanzija digitalnih tehnologija doprinijela bržem širenju odnosno viralnosti ovih sadržaja (Vučetić, 2021).. Clickbait sadržaji su takođe vrlo zastupljeni u online prostoru i usmjereni su ka ostvarivanju profita onih koji ih kreiraju i objavljuju (Sokol, 2019). Može se reći da su ovi sadržaji u suštini manje opasni i ciljaju na instant efekat koji ne može ostaviti dugoročne posljedice na konzumente ovih sadržaja. Clickbait zapravo svjedoči o svojevrsnoj tabloidizaciji i spektakularizaciji medijske stvarnosti, što takođe predstavlja problem ali druge vrste koji nije predmet interesovanja ovog istraživanja.

Imajući u vidu dobijene rezultate može se reći da je svijest o postojanju dezinformacija kao i o različitim oblicima dezinformacija, je vrlo izražena u bh. novinarskoj zajednici. Iz dobijenih rezultata se može iščitati da novinari u suštini prepoznaju digitalne platforme kao najveće izvore i kanale putem kojih se dezinformacije šire. Naime, ovi rezultati takođe sugerišu da novinari razumiju probleme sa kojima se savremeno društvo ali i novinarska profesija suočavaju. Naime, online prostor je gotovo u potpunosti neregulisan što otvara prostor za širenje različitih oblika dezinformacija. Naime slobode koje uživaju online korisnici uz potpuno odsustvo odgovornosti predstavljaju recept za bujanje online anarhije. Osim toga političari i politički subjekti su takođe okarakterisani kao važan izvor dezinformacija. Naime u okruženju u kojem ne postoji razvijena politička kultura ali ni kultura dijaloga, političari koriste priliku da zapaljivom retorikom, uvredama, optužbama, spinovima, lažnim obećanjima kontaminiraju javnu sferu (Udovičić et al, 2022). Političari čiji se javni nastup zasniva ovakvim aktivnostima po pravilu bivaju nagrađeni medijskim prostorom i podrškom birača. Takođe novinari rekli bismo pravilno primjećuju da politički botovi počinju da zauzimaju sve važniju ulogu u političkoj areni. To se prije svega tiče činjenica da kao profesionalna publika su zaduženi za usmjeravanje političkih diskusija u online prostoru koja se takođe uglavnom zasniva na uvredama, govoru mržnje, lažima, poluinformacijama i dezinformacijama (Vučetić, 2020)

Jedan od efikasnih načina borbe protiv dezinformacija prema mišljenju novinara predstavlja bolje zakonodavstvo u medijskoj sferi koje se prije svega tiče veće transparentnosti vlasništva nad medijima. Netransparentnost vlasništva nad medijima je posebno izražena u online sferi. Naprosto ne postoji nikakva regulativa koja bi na neki način uredila ovu oblast. U online prostoru vlada gotovo potpuna anarhija što predstavlja pogodno tlo za širenje različitih oblika dezinformacija. Sa druge strane novinari smatraju da oni mogu pomoći u rješavanju problema dezinformacija ukoliko bi se većoj mjeri poštovali profesionalni kodeksi i

pravila novinarskog posla. Jedna od problema u tom smislu je svakako nedovoljan nivo obrazovanog kadra koji radi u domaćim (online) medijima. Takođe loši uslovi rada, niske plate kao i visok nivo političkog klijentelizma su neki od osnovnih uzorka relativno niskih profesionalnih standarda u bh. medijskom prostoru. Značajan dio novinara (preko 50%) smatra da dezinformacije negativno utiču pojedince pogotovo u kontekstu donošenja informisanih političkih odluka. Pored toga, preko 60% anketiranih smatra da dezinformacije utiču na produblivanje društvenih podijela. Prema tome dezinformacije ne predstavljaju problem koji se tiče samo medija i novinara ili pojedinca nego i društva u cjelini. Suzbijanje kreiranja i širenja dezinformacija je pogotovo važno u etnički podijeljenim društvima kao što je bh.društvo. U tom smislu ohrabrujuće je da se gotovo svi anketirani novinari slažu da urednici i novinari nisu oslobođeni odgovornosti za prenošenje dezinformacija, ističući važnost odgovornosti i profesionalne etike u medijskoj industriji. Dok je preko 90% novinara ispravno definisalo dezinformacije, više od 70% veruje da njihove kolege nemaju veštine da sistematski prepoznaju dezinformacije. Ovaj paradoks naglašava potrebu za više kolektivnih napora, stručnih radionica i seminara kako bi se premostio jaz u kompetencijama unutar novinarske zajednice. Konačno, ovo istraživanje ukazuje na uočeni nedostatak znanja o besplatnim alatima za provjeru onlajn sadržaja među anketiranim novinarima. Prema tome postoji izražena potreba za sistematičnijim odgovorima, stručnim radionicama i seminarima za unapređenje digitalnih kompetencija unutar novinarske zajednice. U suštini se može reći da svi rezultati ukazuju na važnost stalne edukacije, inicijativa za saradnju i profesionalnog razvoja kako bi se poboljšala kolektivna kompetencija novinara u prepoznavanju i borbi protiv dezinformacija. S tim u vezi strateški pristup rješavanju ovog problema se pojavljuje kao svojevrsni imperativ ne samo za profesionalnu novinarsku zajednicu nego i za čitavo društvo. Prema tome razvoj informacion i medijske pismenosti unutar šire zajednice je ono što bi mogao predstavljati jedan od dugoričnih načina rješavanja ovog problema. Osim toga potrebno je kreirati zakonski okvir kako bi se obezbijedio veći nivo transparentnosti vlasništva nad medijima i isto tako razvijati svijest novinara u cilju poštovanja profesionalnih kodeksa. Identifikovani izazovi predstavljaju priliku za buduće aktivnosti u cilju jačanja nezavisnih, slobodnih i profesionalnih medija u cilju borbe protiv štetnih efekata dezinformacija.

Literatura:

1. Esser, F. (2008). Spin Doctor. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication* (pp. 4783–4787). London: Blackwell.
2. Ireton C., Posetti J. (2018). *Novinarstvo, „lažne vijesti“ i dezinformacije*. Paris: UNESCO
3. Savjet za štampu i online medije u BiH (2021). Kodeks za štampane i onlajn medije u BiH, dostupno na: <https://vzs.ba/kodeks-za-stampane-i-online-medije-bih/>
4. Savjet za štampu i online medije u BiH. (2022). Smjernice za borbu protiv dezinformacija, dostupno na: <https://vzs.ba/jacanje-borbe-protiv-dezinformacija-smjernice-za-novinare-i-urednike/>
5. Sokol, A. (2019). *Klikbejtovi kao manipulacija i vid brze zarade*, Sarajevo: Mediacentar, dostupn na: <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/klikbejtovi-kao-manipulacija-i-vid-brze-zarade>
6. Šušnjić, Đ. (2011). *Ribari ljudskih duša*. Beograd: Čigoja štampa
7. Udovičić, R, Vučetić, V., Voloder, D., Cvjetković S., Lazarević M. (2022). *Monitoring i analiza sadržaja medija i društvenih mreža pred Opšte izbore 2022. sa posebnim fokusom na jezik mržnje, spinove i potencijalne lažne vijesti*. Sarajevo: Medijske inicijative
8. Vučetić, V. (2020). *Trolovi i botovi korisnike društvenih mreža uvlače u spiralu širenja lažnih sadržaja*, Sarajevo: Mediacentar, dostupno na: <https://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/trolovi-i-botovi-korisnike-drustvenih-mreza-uvlace-u-spiralu-sirenja-laznih>
9. Vučetić, V. (2021). *Alternativne činjenice i teorije zavjere u vremenu pandemije*, Sarajevo: Analiziraj.ba. dostupno na: <https://analiziraj.ba/alternativne-cinjenice-i-teorije-zavjere-u-vremenu-pandemije/>
10. Wardle, C., Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making*, Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-forresearch/168076277c>.

Prilog br.1

UPITNIK ZA POTREBE ISTRAŽIVANJA

Naziv:

Datum:

Mjesto:

Dragi učesnici,

Na početku htjeli bismo provjeriti vaša znanja i mišljenje o temama kojima ćemo se baviti. Stoga Vas molimo da iskreno i otvoreno odgovorite na dolje navedena pitanja.

Hvala vam mnogo za saradnju!

Molimo obratite pažnju da možete dati samo jedan odgovor po pitanju!

Upitnik

1. Koja od sljedećih definicija najbolje opisuje pojam dezinformacije?

- Netačne informacije koje se namjerno šire kako sa ciljem manipulacije
- Netačne informacije se šire bez namjere da dovedu ljude u zabludu
- Svaka informacija koja je kritički usmjerena prema određenoj grupi ili pojedinca
- Svaka vijest koja je pristrasna ili neuravnotežena
- Nešto drugo: _____

2. Šta od navedenog predstavlja najproblematičniji oblik dezinformacija

- Teorije zavjere
- Clickbait sadržaji
- Potpuno izmišljene vijesti
- Lažni kontekst
- Nešto drugo: _____

3. Ko su najveći generatori dezinformacija

- Masovni mediji
- Političari i politički subjekti
- Institucije vlasti
- Onlajn trolovi i botovi
- Nešto drugo _____

4. Koji su najčešći kanali širenja dezinformacija

- Društvene mreže
- Masovni mediji
- Usmenim putem
- Nešto drugo _____

5. Šta bi moglo predstavljati najefikasniji način borbe protiv dezinformacija

- Uključivanje programa medijske pismenosti u formalno obrazovanje
- Veći broj *fact checking* organizacija
- Zakonska regulacija
- Transaprentnost vlasništva nad medijima
- Nešto drugo _____

6. Kako novinari mogu da doprinesu borbi protiv dezinformacija?

- Izvještavanjem i kreiranjem priča o štetnosti dezinformacija
- Poštovanjem novinarskog kodeksa
- Promocijom medijske pismenosti u svojim sadržajima
- Saradnjom sa drugim medijima i nevladinim organizacijama
- Nešto drugo _____

7. Dezinformacije negativno utiču na pojedince u smislu da otežavaju donošenje kvalitetnih političkih odluka

- U potpunosti se ne slažem
- Ne slažem se
- Nemam mišljenje
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

8. Dezinformacije doprinose produbljivanju društvenih podjela i stvaranju animoziteta prema različitim grupama ljudi

- U potpunosti se ne slažem
- Ne slažem se
- Nemam mišljenje
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

9. Prenosnje dezinformacija iz drugog medija ili izvora ne oslobađa odgovornosti urednike medija koji ih prenose

- U potpunosti se ne slažem
- Ne slažem se

- Nemam mišljenje
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

10. Većina profesionalnih novinara u BiH posjeduju potrebna znanja i vještine za prepoznavanje dezinformacija

- U potpunosti se ne slažem
- Ne slažem se
- Nemam mišljenje
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

11. Većina novinara u BiH je upoznata sa dostupnim online alatima za provjeru vjerodostojnosti informacija i drugih sadržaja u *online* sferi

- U potpunosti se ne slažem
- Ne slažem se
- Nemam mišljenje
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

Analiza “Novinari u borbi protiv dezinformacija” nastala je u okviru projekta “Pomoć lokalnim medijima u borbi protiv dezinformacija u BiH”, koji Vijeće za štampu i online medije u BiH realizuje uz finansijsku podršku Vlade Ujedinjenog Kraljevstva. Stavovi izraženi u ovoj analizi ne predstavljaju nužno stavove Vlade Ujedinjenog Kraljevstva.

