

RADIKALNI BRIF

RAZOTKRIVANJE
DEZINFORMACIJA:

KAKO ONE OBLIKUJU NAŠE
STAVOVE I DRUŠTVO

SNEŽANA NIKČEVIĆ



Kofinansira
Evropska unija



Ministarstvo
javne uprave



Institut za medije Crne Gore
Montenegrin Media Institute

MOD
Mreža za **Otvoreni** Dijalog



INSTITUT ZA DRUŠTVENO
POLITIČKA ISTRAŽIVANJA
— ANALITICO —



**OVU PUBLIKACIJU JE KOFINANSIRALA EVROPSKA UNIJA I
MINISTARSTVO JAVNE UPRAVE U CRNOJ GORI. NJEN SADRŽAJ
JE ISKLJUČIVA ODGOVORNOST MREŽE ZA OTVORENI DIJALOG
I INSTITUTA ZA DRUŠTVENO POLITIČKA ISTRAŽIVANJA -
ANALITICO I NE ODRAŽAVA NUŽNO STAVOVE
EVROPSKE UNIJE I MINISTARSTVA JAVNE UPRAVE.**



UVOD

Crna Gora se, zajedno sa ostatkom regiona i svijeta, suočava sa rastućim izazovom širenja dezinformacija. Država još uvijek nije razvila sveobuhvatan sistem za borbu protiv ovog problema čije se posledice ogledaju u našoj svakodnevici. Regulacija koja postoji uglavnom se odnosi na tradicionalne i elektronske medije, dok portali koji nijesu registrovani kao i društvene mreže ostaju izvan domašaja zakona. Pored toga, nedostatak kako medijske tako i digitalne pismenosti stanovništva, kao i značajan stepen političke nestabilnosti i polarizacije u društvu dodatno otežavaju situaciju kada govorimo o razvijanjima mehanizama za suzbijanje ovog fenomena.

DIS INFORMATION

Šta su dezinformacije?

Evropska unija dezinformacije definiše kao "lažne ili obmanjujuće informacije koje su namjerno stvorene i šire se sa ciljem obmanjivanja ljudi, često sa štetnom namjerom, kako bi se uticalo na javno mnjenje ili prikrili činjenični podaci." Ove informacije se često kombinuju sa poluistinama kako bi izgledale uverljivo, što dodatno otežava njihovo prepoznavanje.

Njihovi ciljevi mogu biti politički, društveni ili ekonomski, a njihov uticaj na demokratiju i društvenu stabilnost je ozbiljan. Internet i društvene mreže ključni su kanali za širenje, pri čemu algoritmi ovih platformi favorizuju senzacionalistički sadržaj koji izaziva snažne emocije, poput straha i bijesa. Dezinformacije, lažne vijesti i maliciozni sadržaji nijesu isto, iako se često koriste u istom kontekstu.

Dezinformacija – lažna ili obmanjujuća informacija koja se namjerno širi kako bi se manipulativno uticalo na javnost.

Lažna vijest – informacija koja je netačna, cilj je da stvori zabunu ili manipuliše mišljenjima.

Maliciozni sadržaj – sadržaj stvoren i širen sa zlonamjernim ciljem, bilo da je lažan, obmanjujući ili štetan.



Kako dezinformacije utiču na Crnu Goru?

Problem dezinformacija je globalan. Ovaj fenomen utiče ne samo na integritet informacija u širem smislu, već direktno na političke procese, urušavanje povjerenja u institucije i produbljivanje društvenih podjela.

Mehanizmi širenja dezinformacija u Crnoj Gori

- **Društvene mreže i senzacionalizam:** Društvene mreže, prije svega Facebook i Instagram, predstavljaju ključne kanale za širenje dezinformacija. Algoritmi društvenih mreža favorizuju sadržaj koji, kako je pomenuto, izaziva snažnu emocionalnu reakciju, dok botovi i lažni nalozi podstiču brže i efikasnije širenje dezinformacija, što je u prethodnom periodu bilo naročito vidljivo tokom političkih kampanja i kriznih perioda kao što je bila pandemija COVID-19.
- **Političke manipulacije:** Dezinformacije su često korišćene u političkim kampanjama, posebno tokom izbora. DFC u svom Policy Brief-u detaljnije razmatra problem pluralizacije medija, upotrebu dezinformacija, lažnih vijesti i botova za polarizaciju biračkog tijela tokom izbora 2020. godine, što pokazuje koliko dezinformacije mogu manipulirati političkim procesima.

Tokom pandemije COVID-19 dezinformacije o vakcinama brzo su se širile u Crnoj Gori, čime je narušeno povjerenje u zdravstvene institucije.

IZVOR: DFC IZVJEŠTAJ O COVID-19 DEZINFORMACIJAMA



Uticaj dezinformacija na društvo

Lažne vijesti i dezinformacije predstavljaju ozbiljan izazov za društvo, naročito kada se šire u kontekstu osjetljivih tema, poput religije. Analiza portala Raskrinkavanje.me o Zakonu o slobodi vjeroispovijesti pokazuje kako širenje lažnih vijesti može izazvati političke i etničke tenzije. Narativi koji su tvrdili da zakon ugrožava vjerske slobode nijesu omogućili građanima i građankama da formiraju informisane stavove, već su doprinosili daljoj polarizaciji društva. Prenosjenje tvrdnji poput “zakon napada vjerske slobode” stvorilo je osjećaj nesigurnosti i straha među određenim grupama, dok su mediji koji su širili ove narative postali kanal za manipulaciju javnim mnijenjem. Ovaj fenomen pokazuje opasnost manipulacije informacijama u vezi sa osjetljivim pitanjima, jer one mogu izazvati ozbiljne društvene konflikte, pa čak i nasilje, što dodatno destabilizuje društvene procese.

U tom kontekstu, odgovornost medija – i tradicionalnih i digitalnih – postaje ključna za očuvanje društvene stabilnosti. Iako društvene mreže često služe kao kanali za širenje dezinformacija, mainstream mediji moraju prepoznati svoju odgovornost u borbi istih.

Mediji bi trebalo da budu na prvoj liniji odbrane protiv lažnih narativa, prepoznajući svoju ulogu u očuvanju povjerenja građana u tačne informacije kroz tačno i objektivno izvještavanje, te u prevenciji širenja netačnih i potencijalno opasnih informacija.





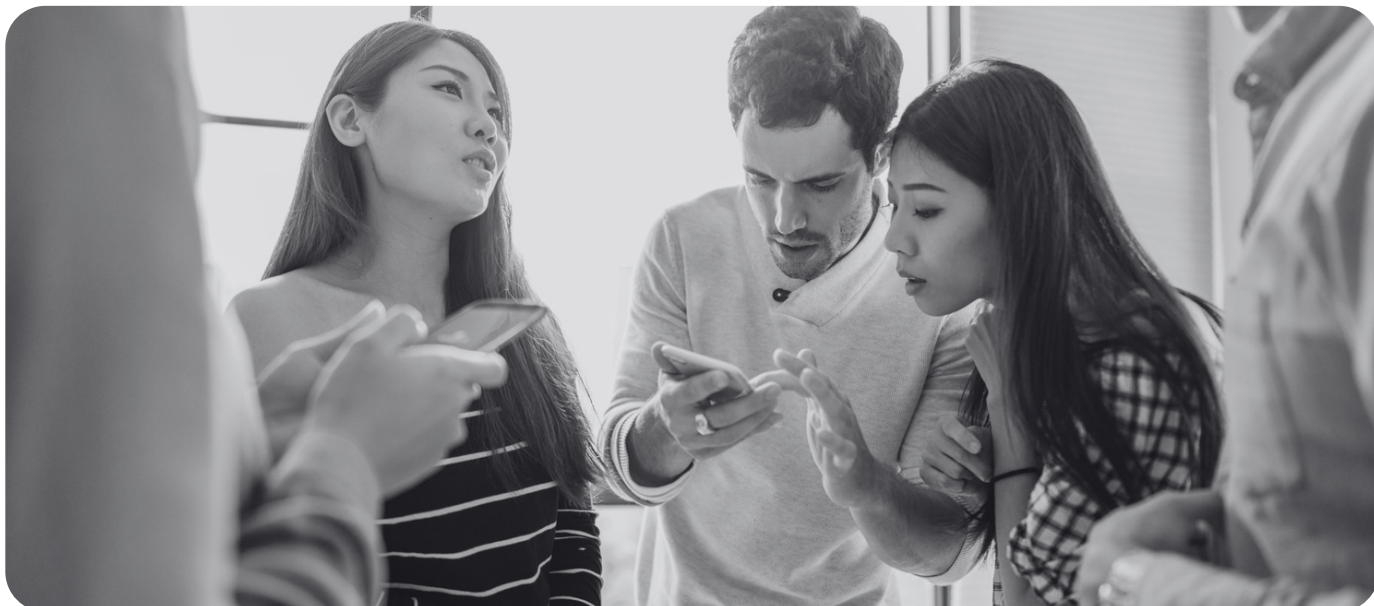
Kako izgledaju dezinformacije?

Tekst na Raskrinkavanju [analizira](#) manipulaciju koju je izvršio portal IN4S u vezi sa glasanjem na Generalnoj skupštini UN-a, gdje su EU, SAD i Crna Gora glasali protiv ruske rezolucije koja je formalno kritikovala nacizam. Rusija ovu rezoluciju koristi kao pokušaj opravdanja invazije na Ukrajinu pod maskom "denacifikacije". IN4S je pokušao prikazati ovaj potez Zapada kao podršku nacizmu, što je netačno. Raskrinkavanje pokazuje da je ovo zloupotreba političkog konteksta i manipulacija istorijskim činjenicama za propagandne svrhe.

„Nacizam je dobrodošao u Crnu Goru, EU, SAD i druge satelite!“, [navodi IN4S](#).

„Rezolucija sa skoro 126 glasova država sveta usvojena... Sve države bivše Jugoslavije su bile protiv?! Sem Srbije. Nacizam je dobrodošao u Crnu Goru, EU, Bajdenovu SAD i satelite“, tvrdi IN4S.

Iako Crna Gora formalno zabranjuje emitovanje prokremljских medija kao što su Russia Today i Sputnik, sadržaji ovih portala i dalje su [dostupni](#) putem digitalnih kanala. Ove platforme koriste regionalnu mrežu medija, posebno iz Srbije, da bi plasirale proruskú propagandu. Kada govorimo o dezinformacijama koje se tiču Ruske agresije na Ukrajinu, tokom prvih pet mjeseci rata u Ukrajini, regionalni mediji su [objavili](#) preko 1.500 dezinformacija. Među najčešćim dezinformacijama bile su one o vojnoj situaciji, optužbe za ratne zločine bez dokaza, te pokušaji diskreditacije zapadnih sankcija prema Rusiji. Ove dezinformacije širile su se prvenstveno putem proruskih i prorežimskih medija iz Srbije, koji koriste jezičku i kulturnu bliskost kako bi lakše prodrli u crnogorski medijski prostor. Ovakav vid kreiranja javnog mnjenja korišćenjem različitih vrsta dezinformacionih sadržaja dodatno doprinosi polarizaciji društva i širenju antizapadnih narativa u Crnoj Gori.



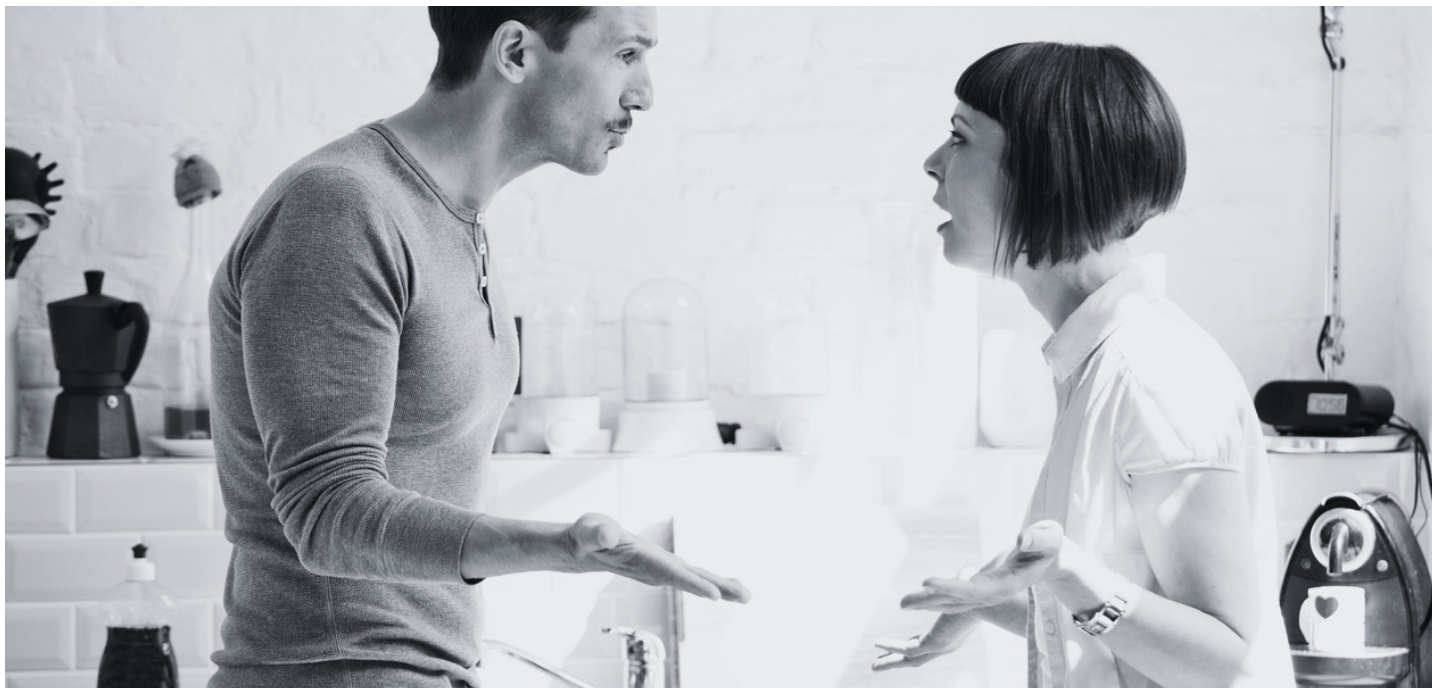
'Prebunking' i mladi:

Mladi u Crnoj Gori suočavaju se sa značajnim izazovima u prepoznavanju dezinformacija, pri čemu često izražavaju sumnju u vlastitu sposobnost razlikovanja istinitog sadržaja od manipulacija. Iako su u određenim slučajevima relativno uspješni, istraživanje Instituta Damar pokazuje da su mladi, naročito u uzrastu od 19 do 24 godine, skloniji prihvatanju dezinformacija, posebno u oblastima zdravlja i političkog sistema.

Strategija "prebunkinga", koja proaktivno priprema pojedince na prepoznavanje manipulacija putem upoznavanja s tehnikama obmane, zasad nije dala željene rezultate u Crnoj Gori. Istraživanja ukazuju na to da mladi često ne čitaju informacije u cjelini, što povećava rizik od dezinformisanja. Posebno je značajno da je istraživanje Damar-a, koje se bavilo pitanjem proruske orijentacije kao jednim od svojih glavnih fokusa, pokazalo da političke preferencije, uključujući proruske stavove, mogu biti povezane s većim prihvatanjem dezinformacija koje dolaze iz ruskih izvora.

Uticaj dezinformacija na mlade ima ozbiljne posljedice, jer doprinosi dubljoj društvenoj polarizaciji, smanjenom povjerenju u institucije i nesigurnosti u političko rasuđivanje. Političke stranke često imaju negativan uticaj na formiranje stavova mladih, što dodatno potvrđuje istraživanje Mreže za Otvoreni dijalog. Konzervativni stavovi, poput uvjerenja da brak treba sklapati isključivo između osoba iste religije i kulture, pokazuju koliko su ovakvi pogledi podložni manipulaciji dezinformacijama.

Nedostatak povjerenja u političare, koji se često percipiraju kao osobe sklone iznošenju neistina ili prilagođavanju činjenica svojim interesima, dodatno doprinosi skepticizmu prema zvaničnim informacijama. Ovo stvara plodno tlo za širenje dezinformacija, koje mlade ostavlja posebno ranjivim. U ovakvom okruženju, jačanje obrazovanja o medijskoj pismenosti i osnaživanje prebunking strategija postaje ključno za smanjenje rizika od manipulacije i povećanje otpornosti mladih na dezinformacije. Povjerenje u političare dodatno slabi percepcija da često iznose neistine ili prilagođavaju činjenice svojim interesima, dok mali broj ispitanika smatra da preuzimaju odgovornost za svoje izjave. Ovaj nedostatak odgovornosti povećava skepticizam prema zvaničnim informacijama i dodatno olakšava širenje dezinformacija u društvu.



Dezinformacije i polarizacija

Širenje netačnih informacija putem društvenih mreža ima značajan uticaj na oblikovanje javnog mnjenja i društvenu dinamiku, što dodatno doprinosi polarizaciji u Crnoj Gori, naročito kada govorimo o kontekstu političkih, društvenih i ekonomskih podjela.

Prema ovogodišnjim Reutersovim nalazima, broj ljudi koji izbjegavaju vijesti globalno raste, dok se publika sve više oslanja na alternativne izvore, kao što su YouTube, TikTok i WhatsApp. U pogledu izvora informacija, stranački komentatori, influenseri i mladi kreatori, naročito na YouTube-u i TikTok-u, privlače sve više pažnje, dok tradicionalni novinari i brendovi vijesti i dalje dominiraju na mrežama poput Facebook-a i X.

Podaci iz izvještaja DataReportal-a za 2024. godinu govore nam da društvene mreže u Crnoj Gori imaju širok doseg: Facebook koristi 313,7 hiljada ljudi, što čini 50,1% ukupne populacije, dok TikTok doseže 51,1% internet korisnika. Instagram je među najpopularnijim platformama, sa 405,7 hiljada korisnika. Ova široka rasprostranjenost društvenih mreža stvara plodno tlo za brzo širenje dezinformacija, naglašavajući potrebu za jačim pristupom medijskoj pismenosti i odgovornom korišćenju digitalnih platformi.

Prema istraživanju Mreže za Otvoreni dijalog, duboke društvene podjele i govor mržnje predstavljaju značajne prepreke u borbi protiv dezinformacija u Crnoj Gori. U društvu u kojem je povjerenje u institucije i političare oslabljen, dezinformacije se lako šire, dodatno polarizujući zajednicu. Podjele prema ekonomskom statusu, političkoj opredijeljenosti i nacionalnoj pripadnosti posebno su izražene, stvarajući prostor za manipulaciju i širenje netačnih informacija.

Govor mržnje na društvenim mrežama dodatno narušava društvene odnose, širi predrasude i produbljuje nejednakosti. Najviše su pogođene žene, LGBTIQ+ zajednica, Romi i određene nacionalne grupe, dok manjine poput osoba s invaliditetom i izbjeglica takođe trpe diskriminaciju. Ove pojave jačaju stereotipe i marginalizaciju, čineći ranjive grupe posebno podložnima uticaju dezinformacija, čime dolazi do njihove dalje društvene izolacije.

Šta dalje?

Da bi Crna Gora uspješno odgovorila na izazov širenja dezinformacija, potrebno je razviti sveobuhvatan pristup koji uključuje edukaciju, regulaciju i odgovorno ponašanje na društvenim mrežama.

Prvi korak je unapređenje medijske i digitalne pismenosti među građanima, s posebnim naglaskom na mlade. Obrazovni programi koji će pomoći mladima da prepoznaju i analiziraju dezinformacije treba da budu sastavni dio školskog sistema, ne samo izborni predmet, a strategija "prebunkinga" treba biti unaprijeđena kako bi se građani proaktivno pripremili za prepoznavanje manipulativnih tehnika. Takođe, neophodno je organizovati obavezne kurseve za novinare, koji će im pružiti neophodne alate za prepoznavanje i borbu protiv lažnih vijesti, čime bi se očuvali novinarski standardi i povećalo povjerenje u medije.

Zakonodavne inicijative moraju odgovarati savremenim izazovima. Potrebno je proširiti regulative na društvene mreže i digitalne platforme, kako bi se obuhvatili svi oblici medijskog uticaja, što je na nivou Evropske unije urađeno kroz Akt o digitalnim uslugama (DSA). Važno je podsticati odgovorno korišćenje platformi, čime bi se smanjio uticaj botova i lažnih naloga.

Država mora ulagati u saradnju sa regionalnim i međunarodnim organizacijama i tehnološkim kompanijama i stručnjacima kako bi se konstantno unaprijeđivali mehanizmi za suzbijanje dejstva dezinformacionih i lažnih narativa, pogotovo u digitalnom prostoru.

Na kraju, ključno je raditi na smanjenju društvene polarizacije, koju dezinformacije često podstiču, kroz promociju dijaloga, međusobnog poštovanja i boljeg razumijevanja među različitim društvenim grupama.



Leksikon izraza

POLUISTINE - DJELIMIČNO TAČNE INFORMACIJE KOJE SU OBMANJUJUĆE JER SU IZVUČENE IZ KONTEKSTA.

ALGORITMI DRUŠTVENIH MREŽA - RAČUNARSKI MODELI KOJI ODREĐUJU KOJI SADRŽAJ ĆE NAM SE PRIKAZIVATI NA OSNOVU NAŠIH INTERESOVANJA.

BOTOVI - AUTOMATSKI PROGRAMI KOJI OBAVLJAJU ZADATKE NA INTERNETU, KAO ŠTO SU ŠIRENJE INFORMACIJA ILI INTERAKCIJA SA KORISNICIMA, ČESTO KORIŠĆENI ZA ŠIRENJE DEZINFORMACIJA.

MAINSTREAM MEDIJI – “GLAVNI MEDIJI”, POPUT TELEVIZIJE, RADIJA I NOVINA/PORTALA, KOJI IMAJU ŠIROKU PUBLIKU.

SENZACIONALIZAM - TEHNIKA IZVJEŠTAVANJA KOJA NAGLAŠAVA DRAMATIČNE I ŠOKANTNE INFORMACIJE DA BI PRIVUKLA PAŽNJU.

POLARIZACIJA - PODJELA DRUŠTVA U SUPROTNOSTI, ČESTO UZROKOVANA DEZINFORMACIJAMA.

GOVOR MRŽNJE - JEZIK KOJI PODSTIČE NASILJE ILI DISKRIMINACIJU PREMA ODREĐENIM GRUPAMA.

LAŽNI NALOZI - NALOZI KREIRANI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA SA CILJEM MANIPULACIJE I ŠIRENJA DEZINFORMACIJA.

INFODEMIJA (ENG. INFODEMIC) - PREKOMJERNO ŠIRENJE INFORMACIJA KOJE MOGU IZAZVATI KONFUZIJU ILI PANIKU, NAROČITO U KRIZNIM VREMENIMA.

DIGITALNA PISMENOST - SPOSOBNOST KORIŠĆENJA DIGITALNIH TEHNOLOGIJA ZA PRISTUP I PROCJENU INFORMACIJA.

MEDIJSKA PISMENOST - SPOSOBNOST RAZUMIJEVANJA MEDIJSKIH SADRŽAJA I PREPOZNAVANJA DEZINFORMACIJA.

MEME - BRZO ŠIREĆI DIGITALNI SADRŽAJI (SLIKE, VIDEO SNIMCI) KOJI NOSE PORUKE, PONEKAD I DEZINFORMACIJE.

MIKROTARGETIRANJE - CILJANJE SPECIFIČNIH GRUPA KORISNIKA SA PERSONALIZOVANIM PORUKAMA PUTEM INTERNETA.

EHO KOMORE (ENG. ECHO CHAMBERS) - GRUPNI PROSTOR NA INTERNETU GDJE SE LJUDI POVEZUJU SAMO SA ONIMA KOJI IMAJU SLIČNA MIŠLJENJA, ČIME SE POJAČAVAJU POSTOJEĆI STAVOVI.

FEKTČEKING (ENG. FACT-CHECKING) - PROVJERA TAČNOSTI INFORMACIJA KAKO BI SE ISPRAVILE NETAČNE TVRDNJE.





BRIF JE DIO PROJEKTA RADIKALNO 2 KOJI JE PODRŽAN JE KROZ REGIONALNI PROGRAM „NAŠI MEDIJI: AKCIJA CIVILNOG DRUŠTVA ZA STVARANJE MEDIJSKE PISMENOSTI I AKTIVIZMA, PROTIV POLARIZACIJE I PROMOVISANJA DIJALOGA“ KOJI REALIZUJU UZ FINANSIJSKU PODRŠKU EVROPSKE UNIJE PARTNERSKE ORGANIZACIJE SEENPM, ALBANSKI MEDIJSKI INSTITUT, MEDIACENTAR SARAJEVO, VIJEĆE ZA ŠTAMPU KOSOVA , INSTITUT ZA MEDIJE CRNE GORE, MAKEDONSKI INSTITUT ZA MEDIJE, NOVOSADSKA NOVINARSKA ŠKOLA, MIROVNI INSTITUT I BIANET.

Mreža za otvoreni dijalog

JANUAR 2025. GODINE

WWW.MOD-ODN.ORG