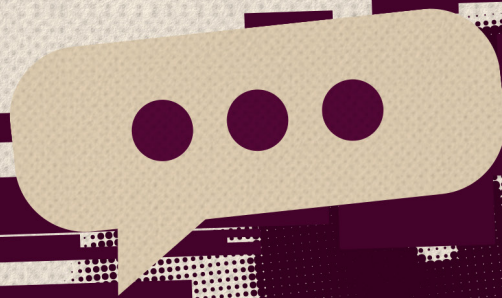
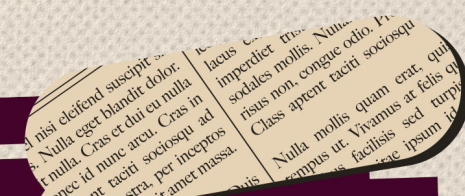


Verba non acta

dezinformacije o izborima
u Srbiji i u Crnoj Gori



Podgorica/Novi Sad - Februar 2024.



Autori:
Darvin Murić, Ivan Subotić

Izdavač: Centar za demokratsku tranziciju, Novosadska novinarska škola

Za izdavača: Dragan Koprivica, Milan Nedeljković

Autori: Darwin Murić, Ivan Subotić

Urednici: Darwin Murić, Stefan Janjić

Stručna konsultacija: Marina Grnja Klaić



Ova publikacija je kofinansirana od strane Evropske unije. Sadržaj je isključiva odgovornost Centra za demokratsku tranziciju (CDT) i ne odražava nužno stavove Evropske unije (EU).

Publikacija je objavljena uz podršku CFI –Développement Médias. Autori zadržavaju potpunu autonomiju u pripremi ovog sadržaja.



Finansira
Evropska unija



DÉVELOPPEMENT
MÉDIAS



CENTAR ZA
DEMOKRATSKU
TRANZICIJU



NOVOSADSKA
NOVINARSKA
ŠKOLA



Predgovor

Predviđeno je da se izbori – kao „praznici demokratije“ – održavaju jednom u četiri godine. Oni se, međutim – kao vašari brojeva, interpretacija, obećanja, tenzija i taštine – na ovim prostorima dešavaju dosta češće, a ponekad djeluje da im se ne zna početak ni kraj, pa nam životi prolaze u neprekidnim kampanjama. Izbori bi trebalo da budu momenat kada ćemo zastati na trenutak i zapitati se kako živimo: koliko se osjećamo sigurno i poštovano, koliko smo plaćeni za svoj rad, koliko nas košta da (p)ostanemo zdravi, kako institucije reaguju na naše potrebe, kako se političke odluke reflektuju na našu svakodnevnicu... U namjeri da ponude svoja tumačenja položaja tih koordinatnih tačaka, različiti akteri nudiće svoje interpretacije, mišljenja i pretpostavke, a pred tim nepreglednim poljem tačnih, polutačnih i netačnih podataka lako je zbuniti se.

Analitičar Vaclav Smil u svojoj knjizi „Brojevi ne lažu“ kaže da se razumijevanje svijeta, između ostalog, zasniva na smještanju brojeva u odgovarajuće kontekste – istorijske i međunarodne. Toga su svjesni i političari, ali i mediji, koji se često ponašaju kao da su i sami učesnici izborne trke: evo gdje je naša zemlja sada, a gdje je bila prije deset godina; evo gdje je naša zemlja, a gdje su druge zemlje regiona; evo gdje je naša zemlja sada, a gdje je mogla biti! Ova upečatljiva poređenja mogu da informišu, edukuju, ali i da obmanu: pojmovi „regiona“, „Balkana“, „susjedstva“ i „Evrope“ dovoljno su rastegljivi da tendenciozno uključe samo poželjne varijable, a poređenja nekad i sad uzimaju se zdravo za gotovo čak i kada su se metodološki obrasci ili širi društveno-politički kontekst drastično promijenili između dva posmatrana perioda.

„Kada tragamo za mjerama koje najbolje otkrivaju kvalitet ljudskog života“, piše Smil, često se oslanjamo „na vrijednost bruto domaćeg proizvoda po stanovniku (BDP) ili na dohodak“. To može djelovati zgodno, jer nam omogućava da pratimo svoj napredak i da se poredimo sa drugima. Međutim, ako je vjerovati knjizi „Brojevi ne lažu“¹ – „obe mjere su upitne“. Naime, zamislimo sledeće okolnosti: „bruto domaći proizvod se povećava u društvu u kome ima sve više nasilja, što iziskuje pojačan policijski nadzor,

1 Vaclav Smil, Brojevi ne lažu, Laguna, 2022.



veće ulaganje u mjere bezbjednosti i češće bolničko staranje. Prosječan dohodak ne saopštava nam ništa o stepenu ekonomske nejednakosti ili o društvenoj mreži podrške dostupnoj porodicama u nepovoljnom ekonomskom položaju.“

Važne su činjenice, a važan je i kontekst. Ne samo kada govorimo o ekonomskim parametrima, već i o bezbjednosti, nivou harmonije u društvu, nivou zadovoljstva građana svojim životom, ali i o uslovima u kojima se održavaju izbori, kada kao građani imamo priliku da utičemo na ova važna pitanja. Ideja ove publikacije je da sumira na koji način se manipuliše informacijama u periodima predizbornih kampanja u Srbiji i u Crnoj Gori. Nastojali smo da sagledamo tipove manipulacija i da ih postavimo u širi kontekst. Kada je riječ o Srbiji, analizirane su manipulacije i dezinformacije koje su uočene tokom predizbornih kampanja za vanredne parlamentarne, redovne predsjedničke i izbore u 12 opština (uključujući i dva grada) koji su održani 3. aprila 2022. godine, kao i one koje su objavljene tokom kampanje za vanredne parlamentarne, pokrajinske i lokalne izbore u više gradova i opština u Srbiji, 17. decembra 2023. godine. Kada je riječ o Crnoj Gori, analiza obuhvata parlamentarne izbore održane 30. avgusta 2020. godine, nakon kojih je došlo do smjene vlasti, zatim predsjedničke izbore u martu / aprilu 2023, i naposljetku parlamentarne izbore održane 11. juna 2023.

Publikacija sadrži dva nacionalna izvještaja, formirana prema istoj metodološkoj postavci, uz uvažavanje kontekstualnih razlika koje su zahtijevale da se određenim pitanjima posveti više pažnje. U Crnoj Gori su to, na primjer, fabrikovana predizborna istraživanja javnog mnjenja i lažne najave nemira i nasilja, a u Srbiji dezinformacije kojima se brani legitimitet izbora i regularnost izbornog procesa. Vodili smo se sljedećim istraživačkim pitanjem: Koji se tipovi dezinformacija detektuju u periodu koji prethodi izborima i koje narative² te dezinformacije potkrijepljuju i grade? U namjeri da odgovorimo na to pitanje služili smo se desk analizom i analizom sadržaja, a korpus je obuhvatio one manipulativne i netačne sadržaje koje su detektovale redakcije za utvrđivanje činjenica (fact-checking) u dvijema zemljama.

2 Za potrebe ovog istraživanja narativ ćemo definisati kao smislenu, unutrašnje usklađeno izvještavanje i tumačenje međusobno povezanih događaja ili informacija na način koji ih čini razumljivim čitaocu/slušaoцу (prije svega zato što se oslanja na postojeće vrijednosne i ideološke norme).

(Pred)izborne dezinformacije u Srbiji

Ivan Subotić, FakeNews Tragač

Kada se govori o predizbornim kampanjama u Srbiji analitičari često naglašavaju da pojedini politički akteri ne izlaze iz kampanja ni nakon okončanja izbora. Radi se o takozvanoj „permanentnoj“ izbornoj kampanji koja se odvija između vrlo čestih ciklusa uglavnom vanrednih izbora u Srbiji na različitim nivoima. Njom se mobilise glasačka podrška i održava konstantna tenzija vezana za sukobljavanje sa političkim protivnicima³. Stoga, narativi u dezinformacijama i manipulativnim medijskim sadržajima nijesu previše različiti u odnosu na one koji se inače pojavljuju u medijima nezavisno od toga da li je u toku predizborna kampanja ili ne.

Tako se u medijima često susriječemo sa upoređivanjima različitih vrsta. U pitanju je pristrasno upoređivanje stanja u Srbiji i drugim zemljama regiona i Evrope ili poređenje kvaliteta trenutnog života u Srbiji sa kvalitetom života tokom perioda vlasti političkih protivnika. Recimo, list Srpski telegraf je avgusta 2022. godine pisao da su vijesti na javnom servisu Hrvatske (HRT) „maltene počele u suzama“ zbog rasta troškova za hranu i inflacije. U istom tekstu ovaj tabloid piše i da „u Srbiji standard raste“, pa je „sad jasno zašto nam Hrvati podmeću klipove gdje god to mogu“. U spornoj vijesti domaći tabloid piše kako hrvatska televizija poredi inflaciju i standard života u Srbiji i Hrvatskoj iako je do tog poređenja, i to manipulativnog, došlo isključivo u domaćim medijima⁴.

Još jedan narativ koji se u domaćim medijima pojavljuje bez obzira na to da li je u toku predizborna kampanja ili ne jeste targetiranje javnih ličnosti. Tako se protiv glumca Dragana Bjelogrića posljednjih godina u medijima privrženim vlastima intenzivno vodi hajka zbog njegovih opozicionih stavova. Često je etiketiran kao „nasilnik“, „licemjer“, „batinaš“ i „promoter tajkunske opozicije“^{5,6,7}, a ovakvi napadi tokom predizborne kampanje postaju samo intenzivniji. Kritike trpe i javne ličnosti koje podržavaju vlasti pa su o glumcu Lazaru Ristovskom pojedini mediji pisali da je „uspio da bude blizak svakom režimu od pada Miloševića do danas“⁸.

3 Jovanka Matić i Snježana Milivojević, Mediji i izbori 2012–2020, Peščanik, 15. 12. 2023. [Link](#)

4 Ivan Subotić, Suze, kuknjava i podmetanje klipova: Srpski telegraf domaštao prilog HRT-a o inflaciji, FakeNews Tragač, 20. 8. 2022. [Link](#)

5 [Link](#) (Informer)

6 [Link](#) (Informer)

7 [Link](#) (Alo)

8 [Link](#) (Nova)

Razmjena vatre između vladajuće partije i različitih opozicionih stranaka uz povremenu upotrebu dezinformacija takođe ne jenjava bilo da je u toku predizborna kampanja ili ne. Na osnovu izjava opozicionih političara, televizija N1 objavila je da tadašnjeg poslanika vladajuće Srpske napredne strane (SNS) Marka Atlagića koji je bio na čelu skupštinskog Odbora za obrazovanje „ni Gugl ne prepoznaje“. N1 je ovdje mislio na naučnu bazu Gugla „Akademik“ u kojoj prema riječima sagovornika iz opozicionih redova ove televizije nema radova Marka Atlagića, iako on u sopstvenoj biografiji navodi da je autor više desetina naučnih radova. Međutim, FakeNews Tragač je utvrdio da Gugl ipak prepoznaje Atlagića, te da se njegovi radovi mogu naći u bazi „Akademik“⁹.

Sveprisutan narativ kojim se prevashodno služi vladajuća partija i njoj privrženi mediji jeste i onaj u kom se opozicioni političari predstavljaju kao „džabalebaroš“¹⁰ koje nije briga za volju naroda već isključivo za sopstvene interese. Prema pisanju ovih medija, oni „udaraju brigu na veselje“ dok se predsjednik bori za interese Srbije¹¹, o bitnim odlukama konsultuju se po kaficima¹² i licemjerno koriste tragedije koje su pogodile Srbiju kako bi mobilisali građane na proteste¹³.

Slični narativi u Srbiji su prisutni i tokom predizbornih kampanja, a razlika je gotovo isključivo u intenzitetu i broju manipulativnih objava političara i medija koje se povećavaju u trenutku kada izbori pokucaju na vrata. Prethodna kampanja u izbornoj trci za mandate u Parlamentu, Pokrajinskoj Skupštini i na lokalnu ocijenjena je kao jedna od najprljavijih kampanja dosad i u vladajućim¹⁴ i u opozicionim¹⁵ krugovima. Nešto slabijeg intenziteta, ali uz slične narative, bila je i predizborna kampanja koja se odvijala oko godinu i po dana ranije, kada su građani birali predsjednika, poslanike u Parlamentu Srbije i odbornike u pojedinim lokalnim sredinama. Brojne objave tokom ova dva predizborna ciklusa mogle su se okarakterisati kao manipulativne, a u narednim segmentima ovog rada posvetićemo se narativima koji se prepoznaju u ovim objavama.

Metodologija

Korpus analize predstavljaju tekstovi portala za utvrđivanje činjenica sa teritorije Republike Srbije (FakeNews Tragač, Raskrikavanje, Istinomer). Analizirani su tekstovi ovih portala koji su objavljeni tokom predizbornih kampanja za vanredne parlamentarne, redovne predsjedničke i izbore u 12 opština (uključujući i dva grada) koji su održani na proljeće 2022. godine, kao i tekstovi koji su objavljeni tokom kampanje za vanredne parlamentarne, pokrajinske i lokalne izbore u više gradova i opština u Srbiji koji su

9 Stefan Kosanović, Radove Marka Atlagića je, ipak, moguće pronaći na Gugl skolaru, Fake-News Tragač, 27. 9. 2022. [Link](#)

10 [Link](#) (Informer)

11 [Link](#) (Alo)

12 [Link](#) (Republika)

13 [Link](#) (Kurir)

14 [Link](#) (RTV)

15 [Link](#) (Vranje News)

održani krajem 2023. godine. U analizu su uključeni svi tekstovi portala za utvrđivanje činjenica koji su objavljeni u periodu od raspisivanja izbora do izborne tišine, a ticali su se, posredno ili neposredno, izbora i/ili političkih aktera koji učestvuju na izborima. U analizu je uključen i manji broj tekstova koji su objavljeni nakon održanih izbora, ili pred njihovo raspisivanje, a neposredno su se ticali izbornog procesa ili samog izbornog dana.

Analiza narativa

Poređenja

Dobar dio predizborne kampanje vladajuće stranke i njihovih koalicionih partnera svodi se na različita upoređivanja. Upoređuju se dostignuća tokom više od deset godina vladavine sa dostignućima prethodnih režima, ali i ekonomska vitalnost države u odnosu na region i Evropu. Ovaj sveprisutni narativ ima za cilj da političkim akterima koji su trenutno na vlasti pripiše svaki državni uspjeh učinjen u prethodnom periodu, dok u isto vrijeme naglašava superiornost tih aktera u odnosu na domaće protivnike i inostrane konkurente.

U političkoj komunikaciji ovih aktera država se često poistovjećuje sa partijom kojoj pripadaju, pa imamo priliku da čitamo kako je predsjednik Srbije Aleksandar Vučić između ostalog „obezbijedio vakcine Srbiji prije najbogatijih i najmoćnijih ljudi svijeta“¹⁶, „obezbijedio dovoljne količine gasa i struje“¹⁷, „dvije milijarde za obnovu puteva“¹⁸ ili čak „čarter let košarkašima“¹⁹. Kada je marta 2022. godine, u jeku predizborne kampanje u Srbiji, ruska invazija na Ukrajinu počela da remeti ekonomije mnogih država širom Evrope, i građani Srbije počeli su da osjećaju rast cijena i inflaciju. Međutim, tabloidi su odlučili da stvar prikažu drugačije.

FakeNews Tragač je tokom marta 2022. godine zabilježio više manipulacija fotografijama u tabloidima koji su tvrdili da su u Evropi „krenule nestašice“ osnovnih namirnica. „Dramatično digli cijene hljeba, mlijeka, ulja, mesa“, „Njemačka - policija čuva pumpe od kradljivaca goriva“, „Panična kupovina i poskupljenja pogađaju Evropu“ samo su neki od naslova tabloida iz tog perioda. Sve ovo mediji su ilustrirali fotografijama od prije nekoliko godina, uglavnom iz perioda pandemije virusa korona. U jednom trenutku, list Informer je plasirao zastarelu fotografiju praznih rafova u Sjedinjenim Državama i dodao joj sljedeći opis: „kao u Srbiji 1993. prodavnica u Njemačkoj, juče“.

Svoje mjesto tik uz ove manipulativne tekstove pronašli su i oni koji su veličali poziciju Srbije u novonastaloj ekonomskoj krizi. „U Srbiji tržište stabilno, nema nestašica i većih poskupljenja“, „U Srbiji puni rafovi, svega ima dovoljno“, umirivali su tabloidi javnost, u isto vrijeme joj prikazujući navodne haotične scene iz Evrope. Da Srbija nije

16 [Link](#) (Informer)

17 [Link](#) (Informer)

18 [Link](#) (Postinfo)

19 [Link](#) (Informer)

izbjegla ekonomsku krizu – kako su to mediji nastojali da prikažu – ne ilustruje samo evidentan rast cijena i inflacije koji nas je tada pogodio, već i same mjere države koja je u tom periodu ograničavala i cijene goriva i cijene osnovnih namirnica²⁰²¹.

Sličan narativ u medijima srećemo i tokom narednog izbornog ciklusa, s tim što ovoga puta umjesto poređenja sa zemljama Evrope nailazimo na poređenje sa stanjem u državi za vrijeme vlasti prethodnih režima. Tokom prethodne kampanje mediji su poredili prosječnu zaradu iz 2010. godine sa trenutnom prosječnom zaradom, koja je znatno veća. Međutim, propustili su da naglase da su od tada znatno porasle i cijene, te da je potrošačka korpa i dalje skuplja od prosječne zarade. Takođe, prosječna zarada nije pravo mjerilo standarda jer u Srbiji 70 odsto stanovništva zarađuje manje od tog iznosa²².

Upoređivanjem su tokom kampanje manipulisali i sami političari, a nekoliko takvih obmana zabilježio je portal Istinomer. Recimo, dvije nedjelje pred održavanje izbora 2023. godine ministar finansija u tehničkom mandatu Siniša Mali izjavio je da „Imamo stopu nezaposlenosti u trećem kvartalu od samo devet odsto“. „Dakle, bila je 9,6, a 2012. za vrijeme prethodne vlasti bila je 25,9“, rekao je Mali. Međutim, podaci iz 2023. i 2012. godine nijesu uporedivi zbog promjena metodologije istraživanja u obradi podataka za Anketu o radnoj snazi koju sprovodi Republički zavod za statistiku i u kojoj se nalaze pomenuti podaci. Mali je pogriješio i u procentu stope nezaposlenih u 2012. godini. Naveo je da je ona iznosila 25,9%, dok je ona zapravo bila 24,6%²³.

Još jedno neadekvatno poređenje iznijela je i tadašnja premijerka Ana Brnabić. Govoreći o stopi ukupnog fertiliteta u Srbiji Brnabić navodi da je ona u vrijeme prethodne vlasti bila 1,45, dok najnoviji podaci govore da ona iznosi 1,63 (prosjeak rođene djece po jednoj ženi u fertilnom periodu, prim. aut.). Međutim radi se o još jednom neuporedivom podatku. Dok je najnovija procjena stope ukupnog fertiliteta izračunata na osnovu podataka sa najnovijeg popisa stanovništva, prethodna stopa računala se na osnovu podataka sa popisa stanovništva iz 2011. godine, kada je u Srbiji bilo gotovo 540.000 ljudi više²⁴.

Bilo da se radi o poređenjima u odnosu na prethodne vlasti, zemlje regiona ili zemlje svijeta, ovakvi narativi predstavljaju neizostavan vid predizborne kampanje u Srbiji i koriste ih prevashodno predstavnici vlasti kako bi učvrstili svoju poziciju u odnosu na druge političke aktere. Uglavnom su, ali ne i isključivo, u pitanju poređenja ekonomskih činilaca, a ovakvim narativima potencijalnim biračima se predočava

20 Ivan Subotić, Nestašice u Evropi: puni rafovi arhivskih fotografija, FakeNews Tragač, 28. 3. 2022. [Link](#)

21 Ivan Subotić, Prazni rafovi u saveznoj nemačkoj republici Nebraska i cene u nemačkim funtama, FakeNews Tragač, 11. 3. 2022. [Link](#)

22 Marija Vučić, Ekonomija van konteksta: Srbija Danas nas ubeđuje da nam je mnogo dobro, Raskrikavanje, 2. 11. 2023. [Link](#)

23 Mihaela Šljukić, Stopa nezaposlenosti devet odsto, a 2012. je bila 25,9 odsto, Istinomer, 3. 12. 2023. [Link](#)

24 Mihaela Šljukić, Stopa ukupnog fertiliteta veća jer mladi ostaju u Srbiji i vraćaju se u zemlju, 20. 11. 2023. [Link](#)

da ukoliko glasaju drugu političku opciju rizikuju da poljuljaju trenutno čvrste ekonomske indikatore. Kroz narative vezane za poređenja naglašava se politička i ekonomska superiornost vladavine aktera koji ih plasiraju. Oni su štetni i rizični zato što pojednostavljaju i dekontekstualizuju kompleksne podatke i često ih prikazuju manipulativno ili jednostrano.

Blaćenje nepodobnih javnih ličnosti

Osim političkih protivnika, na meti medija privrženih vlastima, kao i samih političara vladajuće partije, često se nalaze i javne ličnosti koje se otvoreno protive potezima vlasti. Tako su tokom protesta nakon masovnog ubistva u Osnovnoj školi „Vladislav Ribnikar“ targetirani glumci koji su podržali protest građana i opozicije. Poslanica SNS Sandra Božić je glumca Milana Marića nazvala „antispskim đubretom“ zbog njegovog učešća u spotu posvećenom sjećanju na žrtve genocida u Srebrenici²⁵. Grijev tabloida na svojoj koži osjetila je i glumica Dušanka Stojanović Glid, koja je optužena da „hoće mrtvog Vučića“²⁶. Ovo tabloidi zaključuju samo na osnovu fotografije sa snimanja jednog filma na kojoj se vidi kako glumica plače pokraj nadgrobnog spomenika na kom je ispisano prezime Vučić²⁷.

Ovakva kampanja se još jačim intenzitetom mogla osjetiti i u predizbornom ciklusu pred izbore 2023. godine. Na meti su uglavnom bile javne ličnosti okupljene oko inicijative ProGlas, koja je imala cilj da motiviše građane na veće učešće u političkim procesima i izlazak na glasanje. Odmah nakon predstavljanja ove inicijative u tabloidima su osvanuli navodi da je grupa intelektualaca i umjetnika pozvala na „rušenje vlasti“. Međutim, na predstavljanju inicijative ProGlas nije se mogao čuti nikakav poziv na rušenje vlasti²⁸. U ovoj inicijativi između ostalih su učestvovali glumci Dragan Bjelogrić i Svetlana Bojković, sudija Miodrag Majić, bivša rektorka Beogradskog univerziteta Ivanka Popović i akademik Vladimir Kostić.

Osim njih, tokom kapanje napadani su i glumci Ammar Mešić i Stevan Piale, koji su tokom 2023. godine podržavali proteste građana i opozicije i javno govorili o lošim potezima trenutne vlasti u Srbiji. Pojedini portali plasirali su snimak na kom se vidi primopredaja veće količine novca, a potom su objavili da se na snimku vidi kako „Đilas i Šolak (opozicioni lider i direktor jedne nezavisne medijske grupacije prim. aut.) u kešu plaćaju glumce Ammara Mešića i Stevana Pialea da napadaju državu“. Međutim, na samom snimku se ne vide lica aktera, boja glasa čovjeka koji prima novac ne odgovora boji glasa Amara Mešića i ovaj glumac je za Raskrikavanje demantovao da se nalazi na pomenutom snimku²⁹.

25 [Link](#) (Direktno)

26 [Link](#) (Republika)

27 [Link](#) (N1)

28 Marija Vučić, Rušenje i paljenje VS smena vlasti: Tri manipulacije na jednoj naslovnoj, Raskrikavanje, 9. 11. 2023. [Link](#)

29 Marija Vučić, Slučaj snimka na portalu 24sedam: Teške optužbe, nula dokaza, Raskrikavanje, 21. 11. 2023. [Link](#)

Blaćenje nepodobnih javnih ličnosti predstavlja još jedan čest narativ vladajuće većine koji je prošaran dezinformacijama i neutemeljenim objavama. Njegov cilj jeste da diskredituje sve ličnosti koje se usude da u javnosti iznesu stavove koji se kose sa mišljenjem vladajuće većine. Čini se da pojedini mediji privrženi režimu uz ovaj narativ potežu i za manipulacijama jer je znatno teže diskreditovati ličnosti koje u svijesti građana zbog svojih uspjeha već imaju izgrađen ugled. U napadima na ove javne ličnosti može se iščitati i strah da upravo taj ugled koji ove ličnosti posjeduju može privoljeti građane da promijene određene političke stavove. Zbog toga se javne ličnosti u Srbiji nalaze na meti manipulacija dijela medija gotovo odmah nakon što u javnost iznesu određene stavove koji nijesu u skladu sa mišljenjem vladajuće većine.

Opozicioni besposličari

Osim javnih ličnosti, na meti prorežimskih medija često su i opozicioni političari, a rast intenziteta i ponavljanja napada na njih još je izraženiji tokom predizbornih kampanja. Pojedini mediji teže da opoziciju predstave kao nesposobnu, izdajničku i nesvjesnu interesa građana, pa se o njoj uspostavlja narativ kroz koji se potenciraju navodni poroci, besposličarenje i bahatost opozicionih političkih aktera.

Tako su pojedini mediji prošle godine ubrzo nakon što je dio opozicije predstavio svog kandidata za gradonačelnika Beograda – dr Vladimira Obradovića – započeli orkestriran napad na njega zbog posjete Londonu. Iako je Obradović u Londonu boravio na poziv Britanske asocijacije za upravljanje projektima, tabloidi su ga optužili da se „usred predizborne kampanje švrčka po Londonu“ za koji napominju da je jedan od najskupljih gradova u Evropi. Međutim tabloidi zaboravljaju da spomenu skupocjen životni stil i imovinu pripadnika vlasti poput vikend putovanja ministra Siniše Malog koja koštaju 7 hiljada eura ili vile gradonačelnika Beograda Aleksandra Šapića u Trstu koja košta preko 800.000 evra, napominju Raskrikavanje³⁰.

U jeku prošle predizborne kampanje mediji su plasirali i više godina staru fotografiju opozicionih političara iz jedne kafane u Beogradu uz navode o tome da ovi političari „bleje u kafani i dogovaraju se kako da ruše državu“, a u isto vrijeme se i „smeju dok varaju narod“. Raskrikavanje bilježi i da je ova „vijest“ ubrzo neznatno izmijenjena ali i „iz nove verzije teksta čitalac može da zaključi samo jedno - da je ovaj selfi nastao upravo ovih dana“³¹.

Inače, kafana je čest motiv vijesti prorežimskih portala o opozicionim političarima. Tokom predizborne kampanje 2023. godine na takvim portalima mogli smo recimo da čitamo o tome da je „pijani Đilas pevao na 40 dana od ubistva srpskih mladića sa Kosmeta“, te da se, dok Srbija tuguje, ovaj političar „provodi u kafani“³². U predizbornoj kampanji 2022. godine opozicioni lider Vuk Jeremić posjetio je Kosovo i Metohiju i u

30 Milica Ljubičić, Orkestriran napad tabloida na Vladimira Obradovića: „Đilasovac se švrčka po Londonu“, Raskrikavanje, 23. 11. 2023. [Link](#)

31 Marija Vučić, Fotografija stara četiri i po godine u Alo-u i Novostima: „Opozicija bleji u kafani“, Istinomer, 10. 11. 2023. [Link](#)

32 [Link](#) (24 sedam)

povratku načinio „grešku“ slikajući se kod restorana vinarije Malča. „Posle ekskurzije po Kosmetu brže-bolje otišao pravo u kafanu“, pisali su tada tabloidi i dodali kako je to „još jedan dokaz da je opoziciji najmanje bitno šta se dešava sa našim narodom na Kosmetu, već samo gledaju svoju korist“³³.

Plasiranjem ovakvih narativa u javnost mediji nastoje da naruše integritet opozicionih političara, čineći ih u očima građana neprivačnom političkom opcijom. Na početku kampanje pred izbore 2023. godine najveća opoziciona frakcija čak je u jednom tabloidu proglašena za „alkos koaliciju“³⁴ i to opet na osnovu starih fotografija pojedinaca iz opozicionih redova. Opozicija je često u ovakvim tekstovima prikazana i kao protivnik interesa Srbije čiji je jedini cilj zapravo lični interes. Ovakvi narativi opasni su ne samo zato što izvlače iz konteksta informacije o opozicionim političarima već i zato što predstavljaju targetiranje koje može za posledicu imati ugroženost ovih aktera, ne samo u političkom već i bezbjednosnom smislu.

Napad je najbolja odbrana (kontra)

Tokom predizbornih kampanja u Srbiji česta tema opozicionih stranaka jesu potencijalne izborne nepravilnosti koje se tiču uticaja na izborni proces, biračkih spiskova i medijske (ne)zastupljenosti opozicionih političkih aktera. Optužbe opozicije usmjerene prema vlasti nerijetko se nastavljaju i nakon okončanja izbora, a odgovor političkih aktera iz vladajućih krugova uglavnom je oličen u kontranapadu. Kroz ovakve medijske kontranapade vlast pokušava da optuži suprotstavljene političke aktere za ista ili slična „nepočinstva“ i tako relativizuje sopstvena kršenja zakona ili neetičnu kampanju. Valja naglasiti da se osim političkih protivnika vlasti na meti mogu naći i drugi akteri, ukoliko sopstvenim djelovanjem izazovu kontranapad lidera vladajuće većine i njima privrženih medija.

Iako je takozvani „uvoz birača“ iz Republike Srpske pred izbore u Srbiji postao znatno veća tema tokom i nakon izbora održanih krajem prošle godine³⁵, iz opozicione Stranke slobode i pravde na ovu pojavu ukazivali su i pred raspisivanje izbora početkom 2022. godine. Tom prilikom u dva snimka koje je objavila ova partija navedeno je da građani Republike Srpske po ubrzanom postupku dobijaju državljanstvo Srbije kako bi glasali na izborima. Predsjednik Srbije Aleksandar Vučić je u odgovoru na ove optužbe naveo da se radi o lažima i dodatno objasnio kako funkcioniše glasanje na nekom biračkom mjestu. „Na biračkom mestu zna se ko ima pravo da glasa, ne može da dođe mrtav ili nepostojeći čovek da glasa. Jer imate i onoga što vas označe onom posebnom lampicom, imate kontrolore“, naveo je predsjednik. Međutim, Istinomer je podsjetio da je na izborima 2017. godine u biračkim spiskovima na teritoriji Beograda bilo i ljudi koji su rođeni u 19. vijeku³⁶.

33 [Link](#) (Republika)

34 [Link](#) (Informer)

35 [Link](#) (Nova)

36 Mihaela Šljukić, Ne može mrtav da dođe da glasa, Istinomer, 13. 2. 2022. [Link](#)

Kako je već navedeno, „uvoz birača“ i „migracije birača“ odnosno njihova promjena prebivališta kako bi imali pravo glasa na različitim mjestima u Srbiji obilježili su izbore održane krajem prethodne godine. Posmatračka misija CRTA potvrdila je ove slutnje u svom preliminarnom izvještaju o migraciji birača i navela da zbog ove pojave „rezultati izbora u Beogradu ne odražavaju slobodno izraženu volju birača koji žive u glavnom gradu“³⁷. Samo dan nakon što je CRTA objavila svoj izveštaj uslijedio je kontranapad na ovu organizaciju. Pojedini mediji privrženi vlastima počeli su da optužuju organizaciju CRTA kako je i sama pred izbore pozivala studente da promijene prebivališta kako bi mogli da glasaju. Međutim, ono što su ovi mediji prećutali jeste da se „migracije birača“ o kojima CRTA govori u svom izvještaju odnose na privremenu promjenu prebivališta kako bi se uticalo na izbore na lokalnom nivou. Ova organizacija je zapravo u jednoj objavi pred izbore objasnila kako osobe koje studiraju ili rade izvan mjesta u kome imaju prijavljeno prebivalište mogu da glasaju na parlamentarnim izborima, a ne lokalnim izborima³⁸.

Osim „migracija birača“, drugu veliku neregularnost koja je obilježila izbore 2023. godine predstavlja dokumentovana ponuda za kupovinu glasa koju su otkrili novinari Centra za istraživačko novinarstvo Srbije (CINS). Novinarka ovog medija uspjela je da se infiltrira u kol-centar vladajuće partije, u kom joj je naposljetku ponuđeno da na dan izbora radi u kol-centru, dobije uvećanu dnevnicu, ali sve to pod uslovom da glasa za vladajuću partiju i fotografiše svoj glasački listić. Sve ovo CINS-ova novinarka zabilježila je i na video snimku³⁹. Nakon što je priča CINS-a objavljena u medijima privrženi vladajućoj partiji pojavio se snimak koji navodno prikazuje kupovinu glasova koju sprovodi opozicija. Ipak, za razliku od snimka koji su plasirali istraživački novinari, na snimku iz tabloida ne vide se lica aktera, a glasovi su kompjuterski modifikovani. Drugim riječima, osim pukog dijaloga, ne prikazuje se ništa što bi moglo da opravda iznijete optužbe – primjećuju novinari Raskrikavanja⁴⁰.

Kontranapadi iz tabora glasila privrženih režimu tokom predizborne kampanje 2023. godine bili su uočljivi i kada se govorilo o medijskoj zastupljenosti političkih aktera. Biro za društvena istraživanja (BIRODI) je tokom kampanje objavio svoj monitoring centralno informativnih emisija televizija s nacionalnom frekvencijom uz dodatak kablovske televizije N1. BIRODI zaključuje da je polovinu vremena na svim televizijama na nivou funkcionerske kampanje zauzeo predsjednik Aleksandar Vučić, dok je drugu polovinu zauzela premijerka s ostalim članovima Vlade Srbije⁴¹. Ubrzo je stigao odgovor iz prorežimskih medija, koji su navodno utvrdili da je Vučiću na kablovskim televizijama N1 i Nova S zabranjeno da odgovori na napade koji se odatle šalju i da je od početka kampanje čak 120 sati na tim televizijama posvećeno

37 Grupa autora, Preliminarni nalazi Crte o organizovanoj migraciji birača uoči izbora u Srbiji 17. decembra 2023, CRTA, 22. 12. 2023. [Link](#)

38 Milica Ljubičić, Tabloidi u napadu na CRTU: „Pozvali studente da promene prebivalište – a sad se bune!“, Raskrikavanje, 25. 12. 2023. [Link](#)

39 Ivana Milosavljević, Teodora Ćurčić i Vladimir Kostić, CINS u kol centru SNS-a: Agencija za hostese, kupovina glasova i milioni u kešu, CINS, 29. 11. 2023. [Link](#)

40 Milica Ljubičić, Kontra-snimak prorežimskih tabloida: Turde da opozicija kupuje glasove za 200 evra, Raskrikavanje, 11. 12. 2023. [Link](#)

41 [Link](#) (O21)

„pljuvanju Vučića“. Međutim, ovi mediji nijesu objavili autore istraživanja, a tvrdnja o tome da je Vučiću zabranjeno da odgovori na napade zasniva se na tome da su ovi mediji donijeli odluku da ne emituju političke oglase. Ta odluka zapravo je važila za sve političke aktere, pa se ne može dovoditi u vezu samo sa vladajućom partijom⁴².

Bilo da su u pitanju snimci koji dokazuju planiranu kupovinu glasova, medijski monitorinzi ili dokumentovane migracije birača, čini se da su vladajući politički akteri i njima privrženi mediji uvijek imali spreman kontranapad za svaku optužbu koja stiže od opozicionih aktera, civilnog društva ili novinara. Zanimljivo je to da su ovi kontranapadi gotovo uvijek zasnovani na gotovo istim optužbama preusmjerenim na protivnike. Takva strategija vlasti i njima privrženih medija imala je za cilj da kroz krizni menadžment zbog dokazanih nepočinstava svoje protivnike prikaže u makar jednako lošem, ako ne i gorem svjetlu. Uz pozitivnu kampanju o sopstvenim uspjesima (o kojoj će više riječi biti u narednim segmentima ovog rada) djeluje da su vlasti težile da sopstvene greške i promašaje relativizuju, prikazujući ih kao opšti trend među političkim akterima, dok su uspjehe države prikazivali isključivo kao sopstvena dostignuća.

Predizborne samopohvale

Veliki dio izborne kampanje vladajuće partije predstavljaju i samopohvale koje imaju za cilj da u pozitivnom svjetlu prikažu rukovođenje državom i samo vođenje kampanje ove stranke. Ovakav narativ zapravo naliježe na negativnu kampanju koju ovi politički akteri vode protiv svojih oponentata, ali i svih pojedinaca ili organizacija koji se usude da kritikuju vlast ili neke njene poteze. Na taj način vladajući akteri teže da zadrže svoje biračko tijelo ističući sopstvene pozitivne strane, a zanemarujući ili relativizujući dokaze o negativnim aspektima sopstvene vladavine. Ovakvi narativi imaju za cilj da dodatno polarizuju političku scenu u Srbiji i svedu glasanje na navodni izbor „za ili protiv“ dobrog standarda, mira, stabilnosti i blagostanja u državi.

Samopohvale mogu biti bezazlene i apstraktne, poput one koju je tokom predizborne kampanje 2022. godine zabilježio Istinomer, kada je tadašnji ministar unutrašnjih poslova Aleksandar Vulin predsjednika Aleksandra Vučića nazvao posljednjim slobodnim liderom u Evropi koji brine o svom narodu i moralu⁴³. Ipak, one su štetne ukoliko se radi o dezinformacijama ili manipulativnim objavama. Na primjer, čitajući prorežimske medije tokom prošle izborne kampanje mogli smo da saznamo da je Srpska napredna stranka dala novi zamajac evropskom putu Srbije, da su otključana davno zaključana evropska vrata i da se u tom smislu krećemo „sigurnim korakom u bolju budućnost“. Međutim, upitno je da li se uspjehom može nazvati otvaranje 22 od 35 pregovaračkih poglavlja i zatvaranje tek dva poglavlja za 10 godina. Poređenja radi, susjedna Hrvatska je tokom pristupanja EU lakša poglavlja zatvarala za godinu

42 Milica Ljubičić, Mediji: Vučiću na N1 i Nova S zabranjeno da odgovori na napade, pljuvali ga 120 sati, Raskrikavanje, 30. 11. 2023. [Link](#)

43 Istinomer, Vučić je poslednji slobodni lider u Evropi, brine o narodu ali i o moralu, Istinomer. [Link](#)

dana dok joj je u prosjeku za većinu drugih trebalo dvije godine⁴⁴.

Navodni napredak Srbije u evrointegracijama isticala je tokom izborne kampanje 2023. godine i premijerka Ana Brnabić. Ona je nekoliko dana nakon objavljivanja izvještaja Evropske komisije o napretku Srbije rekla „da je Evropska komisija prepoznala jasan napredak Srbije u procesu evropskih integracija“. Međutim, kada se pročita pomenuti izvještaj može se zaključiti da u njemu dominira ocjena „ograničen napredak“, dok ocjenu „dobar napredak“ imamo u samo jednoj oblasti, a veoma dobar napredak ni u jednoj. Zbog toga redakcija Istinomera ovu premijerkinu izjavu ocjenjuje kao zloupotrebu činjenica, a analitičari za ovaj portal kažu da nivo pripremljenosti Srbije za članstvo u EU praktično stagnira od 2016. godine⁴⁵.

U posljednjim nedjeljama pred izbore 2023. godine uz gotovo sva štampana izdanja novina dijelio se i pamflet Srpske napredne stranke prepun samopohvala. I tu ništa ne bi bilo problematično da unutar pamfleta pojedini podaci nijesu bili manipulativno grafički prikazani. FakeNews Tragač je zabilježio da broj registrovanih zaposlenih, koji danas iznosi 2,36 miliona, na grafikonima u SNS pamfletu djeluje za tri četvrtine veće od broja iz 2012, koji iznosi 1,86 miliona. Takođe, vrijednost prosječne penzije – čija projekcija za 2024. godinu iznosi 390 eura – djeluje više nego duplo veće od prosječne penzije iz 2012. godine, koja je tada iznosila 204 eura. I na kraju, stopa ukupnog fertiliteta u 2022. godini, koja iznosi 1,63, na grafikonima u pamfletu prikazana je znatno većom od stope iz 2012. godine, kada je iznosila 1,45⁴⁶.

Konačno, treba pomenuti i vrlo neutemeljenu samopohvalu kandidata na listi „Aleksandar Vučić – Srbija ne sme da stane“ Vladimira Đukanovića koji je sredinom kampanje ocijenio da SNS vodi pozitivnu i najčistiju kampanju, te da isključivo govori o tome šta su dosad uradili i šta će raditi u budućnosti. Uzimajući u obzir sve ranije navedene primjere dezinformacija, targetiranja i manipulacija korišćenih tokom kampanje, jasno je da je Đukanović govorio neistinu. To je bilo jasno i u trenutku kada je tokom kampanje objavio ove navode na društvenoj mreži X, pa su novinari Istinomera skrenuli pažnju na to da je kampanja do tog trenutka obilovala zastrašivanjem građana, etiketiranjem i uvredama upućenim svim protivnicima, bili oni kandidati za funkcije ili ne⁴⁷.

Samopohvale svakako predstavljaju legitiman i vrlo uobičajen narativ u predizbornim kampanjama. Međutim, mora se povući jasna linija između predstavljanja realnih podataka, bili oni vrijedni pohvala ili ne, i manipulisanja javnim mnjenjem. Kada se u samopohvalama sklizne u manipulacije i dezinformacije – tada ova praksa postaje nelegitimna i štetna.

44 Marija Vučić, Srbija Danas hvali vlast zbog EU integracija, a za deset godina zatvorena dva poglavlja, Raskrikavanje, 28. 11. 2023. [Link](#)

45 Mihaela Šljukić, Jasan napredak Srbije u izveštaju Evropske komisije, Istinomer, 14. 11. 2023. [Link](#)

46 Ivan Subotić i Marija Zemunović, Decembar '23 unatrag: Kad vlast nacрта grafikone i rezultate, FakeNews Tragač, 7. 1. 2023. [Link](#)

47 Tijana Đorđević, Vodimo pozitivnu kampanju, najčistiju moguću, Istinomer, 25. 11. 2023. [Link](#)

Postizborne samopohvale

Sa samopohvalama se ne staje ni nakon okončanja izbora. Tada se sa pohvala koje se tiču dosadašnjeg rada, ekonomskih i drugih pokazatelja prelazi na pohvale koje se tiču samog izbornog procesa. Ova vrsta narativa ima za cilj da amortizuje nezadovoljstvo dijela građana koji imaju utisak da je njihova izborna volja narušena nepoštenim izbornim procesom. Drugi dio građana, koji je potencijalno uznemiren zbog navoda opozicije, medija i civilnog društva o neregularnostima tokom izbora ovim narativom trebalo bi da bude ubijeđen da takve priče nemaju utemeljenje u činjenicama.

Nakon izbora 2022. godine u vladajućim krugovima govorilo se o „najlepšoj i najčistijoj kampanji“ u kojoj „nikoga nisu blatili“. Međutim, Istinomer je ovu izjavu ocijenio kao neistinitu, s obzirom na to da su različite organizacije utvrdile brojne oblike negativne kampanje prema političkim protivnicima vlasti i zloupotrebe institucija⁴⁸. Nakon ovih izbora, pojedini mediji čak su proglasili „ubjedljivu“ pobjedu vlasti i predsjednika Aleksandra Vučića u beogradskoj opštini Vračar, iako su vladajuća SNS, odnosno Vučić, dobili manje glasova od opozicije i na parlamentarnim i na predsjedničkim izborima u toj opštini⁴⁹.

Po završetku burnog izbornog dana 17. decembra 2023. godine domaći i strani posmatrači iznijeli su tvrdnje o brojnim nepravilnostima koje su zabilježili⁵⁰. Međutim, lideri vladajuće partije iznijeli su svoje ocjene koje govore da su u pitanju „najpošteniji izbori“⁵¹ koji su bili „čisti kao suza“⁵². U prethodnim dijelovima publikacije već smo govorili o izvještaju domaće posmatračke misije CRTA koja je ustanovila izborne neregularnosti koje se tiču takozvanih „migracija birača“. Ovakav vid neregularnosti svakako je mogao da utiče na ishod izbora u Srbiji i zbog toga je krajnje neopravdano prethodno glasanje okarakterisati kao „najpoštenije“ i „čisto kao suza“. Međutim, osim domaćih posmatrača, primjedbe na izbore u Srbiji imali su i strani posmatrači. Šef Kancelarije OEBS-a za demokratske institucije i ljudska prava Albert Džonson naveo je da su na izborima u Srbiji registrovane ozbiljne nepravilnosti⁵³. Takođe, Evropski parlament izglasao je rezoluciju kojom se poziva na nezavisnu istragu o nepravilnostima na izborima u Srbiji⁵⁴.

Povodom izbora u Srbiji oglasio se i Savjet Evrope. Ovo tijelo jeste pohvalilo Srbiju u pojedinim segmentima izbornog procesa poput pripreme izbora i rada Republičke izborne komisije, ali u izvještaju ove komisije daleko je više prostora posvećeno

48 Milijana Rogač, Najlepša i najčistija kampanja, nikog nismo blatili, Istinomer, 6. 4. 2022. [Link](#)

49 Milica Ljubičić, Alo proglasio Vučićevu „ubedljivu“ pobjedu na Vračaru, iako je opozicija osvojila više glasova, Raskrikavanje, 7. 4. 2022. [Link](#)

50 Milica Radenković Jeremić i Nataša Anđelković, Izbori u Srbiji: Nepravilnosti koje su domaći i strani posmatrači videli tokom glasanja, BBC na srpskom, 26. 12. 2023. [Link](#)

51 Mirjana Nikolić, Vučić: Ovo su bili najpošteniji izbori, Istinomer, 24. 12. 2023. [Link](#)

52 Mihaela Šljukić, Izbori su bili čisti kao suza, Istinomer, 10. 1. 2024. [Link](#)

53 [Link](#) (Radio Slobodna Evropa)

54 [Link](#) (Radio Slobodna Evropa)

nepravilnostima tokom izbornog dana i negativnim dešavanjima tokom kampanje. Bez obzira na to, predsednik Aleksandar Vučić konstatovao je da u izvještaju Savjeta Evrope o izborima ima mnogo više pozitivnih stvari nego što pojedini mediji ističu⁵⁵.

Čini se da narativ samopohvala koji dolazi od predstavnika vlasti kontinuirano uz različite manipulacije i dezinformacije nalazi svoje mjesto u javnom prostoru bez obzira na to koliko su pojedine tvrdnje u ovom narativu činjenično neutemeljene. Radi se o još jednom narativu koji odslikava permanentnu kampanju koja traje u Srbiji. Bez obzira na to što za postizborne samopohvale nakon prethodnih izbora jednostavno nije bilo mjesta, vladajući politički akteri nijesu odustajali od njih uprkos izvještajima, apelima i porukama kako domaćih tako i stranih aktera.

Stari štetni narativi u novom kontekstu

Pored ustaljenih narativa kojima se služi vladajuća partija tokom predizborne trke i van nje, u kampanjama za izbore 2022. i 2023. godine pojavili su se i narativi koje inače uglavnom plasiraju portali poznati po sadržajima koji spadaju u domen teorija zavjere. Ovakvim narativima prevashodno su se služili opozicioni akteri, ili jednostavno, građani koji nijesu naklonjeni vlastima, a tema su bili migranti i abortus.

Pred izbore 2022. godine portal Raskrikavanje zabilježio je da se u grupama za ćaskanje poznatim po antivakcinalnim objavama šire tvrdnje da „zbog predstojećih izbora i drastičnog osipanja biračkog tela vladajuće partije“ država planira da naseli migrante u Srbiju i načini ih novim biračima. Tvrdnje o naseljavanju migranata u Srbiji prisutne su u javnom prostoru više godina, a znatno aktuelnije su bile tokom 2019. i 2020. godine kada su na Fejsbuku i drugim društvenim mrežama i dalje bile aktivne grupe koje su neumorno upozoravale na navodne opasnosti od migranata. Pred izbore 2022. godine ove tvrdnje su reciklirane uz navode o tome da migranti sada postaju birači, međutim ništa od toga se nije ispostavilo kao istina, a doprinijelo je jedino novom širenju mržnje prema izbjeglicama koje u većini slučajeva samo prolaze kroz našu zemlju⁵⁶.

Još jedna tema o kojoj se često spekuliše na društvenim mrežama i u medijima jeste abortus, a u predizbornu kampanju ovu priču je uz dezinformaciju uvela liderka Srpske stranke Zaveznici Milica Đurđević Stamenkovski, izjavivši da se u Srbiji godišnje izvrši 100.000 abortusa. To, međutim, nije tačno. Istinomer je utvrdio da se u Srbiji, prema podacima Instituta za javno zdravlje „Dr Milan Jovanović Batut“ od 2018. do 2022. godine najviše abortusa obavilo 2018. godine, kada je broj na godišnjem nivou iznosio 14.079⁵⁷. Inače, o abortusima je ranije prošle godine spekulisao i poznati srpski teoretičar zavjera Saša Borojević, koji je u javnost iznio nemoguću procjenu o 11 miliona abortusa u proteklih 30 godina⁵⁸.

55 Mihaela Šljukić, U izvještaju Saveta Evrope o izborima mnogo više pozitivnih stvari nego što vi ističete, Istinomer, 27. 1. 2024. [Link](#)

56 Marija Vučić, Migranti ne postaju novi birači u Srbiji niti se naseljavaju, Raskrikavanje, 7. 2. 2022. [Link](#)

57 Mihaela Šljukić, Svake godine se izvrši 100.000 abortusa, Istinomer, 22. 11. 2023. [Link](#)

58 Nataša Kilibarda, Milioni abortusa u Srbiji – spekulacija koja opstaje, Istinomer, 30. 6. 2023. [Link](#)

Dok je izjava Đurđević Stamenkovski o abortusima vjerovatno imala za cilj da mobilise tradicionalističko biračko tijelo koje abortus smatra ubistvom, opasnijom djeluje manipulacija vezana za naseljavanje migranata u Srbiji. Ovakvi pokušaji buđenja mržnje kao motiva nijesu rijetki⁵⁹, pogotovo u kampanjama desno orijentisanih stranaka i gotovo uvijek se svode na manipulaciju strahom građana za sopstvenu bezbjednost. Narativi poput ovih nijesu štetni samo u smislu obmane javnosti, već i u smislu uticaja na odluke pojedinih grupa građana koje nastoje da „uzmu stvar u svoje ruke“ i same se obračunaju sa migrantima. Srbija je već iskusila posljedice ovakvih narativa kada su se prije nekoliko godina na ulicama Beograda i drugih gradova pojavile samoorganizovane grupe građana, takozvane „narodne patrolе“, koje su se obračunavale sa migrantima⁶⁰.

Zaključak

Većina dezinformacija i manipulativnih objava koje su se u medijima pojavile tokom prethodne dvije predizborne kampanje u Srbiji potiče od političara iz vladajuće partije ili iz medija privrženih stranci na vlasti. Ovo ne čudi, s obzirom na to da je većina medija pod nekom vrstom kontrole vladajuće partije, na šta je prije nekoliko godina ukazala i organizacija Freedom house u svom izvještaju „Nacije u tranziciji“⁶¹. Takođe, organizacija Reporteri bez granica u svom izvještaju o slobodi medija u 2023. godini navodi kako je medijsko tržište u Srbiji visoko fragmentirano, dok je politička situacija polarizovana, a novinari trpe napade od strane političara iz vladajuće elite preko njima naklonjenih medija. Ova organizacija skreće pažnju i na to da većina medija prihode ostvaruje od reklama i netransparentnih javnih subvencija, a da vlast u velikoj mjeri kontroliše pristup i jednom i drugom izvoru novca⁶².

Treba naglasiti i to da veliki dio predizborne kampanje vladajuće partije obavlja sam predsjednik države Aleksandar Vučić, čije ime se pojavilo i u nazivu svih lista SNS za sve nivoje izbora u analiziranim kampanjama bez obzira na to što na većem dijelu izbora on nije ni učestvovao. Na izborima 2023. godine, recimo, građani nijesu imali priliku da glasaju za predsjednika Aleksandra Vučića, ali se bez obzira na to njegovo ime pojavljivalo u imenima svih lista vladajuće partije, i on je bio noseća ličnost kampanje. „Šezdeset odsto ljudi misli da je Vučić kandidat – bilo na republičkim ili lokalnim izborima. To je ogromna obmana“, rekao je za Bi-Bi-Si na srpskom tokom predizborne kampanje programski direktor organizacije CRTA Raša Nedeljkov⁶³. Obavljajući svoju funkciju predsjednika i zauzimajući veliki prostor u medijima pred izbore, Vučić je prema ocjenama analitičara zapravo bio u funkcionerskoj kampanji stvarajući tako nefer uslove u kojima je predizborna kampanja tekla⁶⁴.

59 [Link](#) (Youtube, Srpski pokret Dveri)

60 Nemanja Mitrović, Narodne patrolе: Ko patrolira Beogradom u potrazi za migrantima, BBC na srpskom, 9. 3. 2020. [Link](#)

61 [Link](#) (Freedom House)

62 [Link](#) (Reporters Without Borders)

63 [Link](#) (BBC na srpskom)

64 [Link](#) (N1)

Ovo je potvrđeno i u rezoluciji Evropskog parlamenta povodom neregularnosti na izborima u Srbiji. U njoj se navodi da je „ogromna izloženost predsjednika Srbije javnosti pre i tokom kampanje“ dovela do „brisanja granice između institucije predsednika, države i političke stranke na vlasti“. Takođe, Evropski parlament „osuđuje odsustvo medijskog pluralizma tokom predizborne kampanje, kao i dezinformacije i široko rasprostranjeno neetičko i pristrasno medijsko izveštavanje u korist vladajućih“ i „napominje da je veliki broj medija pod uticajem ili kontrolom vlade, što je dovelo do nejednakih uslova za opozicione kandidate tokom kampanje“⁶⁵.

Imajući sve ovo u vidu, jasno je da je vladajućoj partiji i njoj privrženim medijima znatno lakše da kontrolišu narative koji se plasiraju tokom predizbornih kampanja. Samim tim ostvaruje se i plodno tlo za širenje dezinformacija i manipulativnih sadržaja koji uglavnom ostaju nekažnjeni. Kako je u uvodu publikacije objašnjeno, narativi u manipulacijama i dezinformacijama ne razlikuju se previše u odnosu na one koji se pojavljuju u medijima van izbornih kampanja. Međutim, njihova štetnost je znatno veća u vrijeme kampanja jer u tim trenucima mogu da utiču na odluke građana, a samim tim na regularnost izbornog procesa i rezultate izbora.

⁶⁵ European Parliament, Joint motion for a resolution on the situation in Serbia following the elections, 7. 2. 2024. [Link](#)

(Pred)izborne dezinformacije u Crnoj Gori

Darvin Murić, Raskrinkavanje

Izbori u Crnoj Gori donijeli su niz velikih promjena u protekle četiri godine. Poraženi su priznali rezultate, pobjednici preuzeli vlast; ipak, ono što je obilježilo izborne procese je ogroman broj dezinformacija koji se širio kroz medije i društvene mreže.

Ono što je bitno napomenuti je da fenomen intenzivnog dezinformisanja u toku predizborne kampanje, u neku ruku, najavljen još 2020. godine u kampanji za parlamentarne izbore koji su se održavali u atmosferi visokih društvenih i političkih tenzija usljed usvajanja Zakona o slobodi vjeroispovijesti i održavanja protestnih litija u organizaciji Srpske pravoslavne crkve (SPC), te se radi što boljeg pojašnjenja konteksta treba osvrnuti i na taj izborni ciklus, kao i na lokalne izbore u Nikšiću, gdje je dugoročna, pažljivo isplanirana dezinformaciona kampanja kulminirala. Ovaj trend nastavio se i tokom kampanje za predsjedničke izbore, a u smanjenom intenzitetu i za parlamentarne. Ipak, smanjenje tenzija u društvu donijelo je i nove metode dezinformisanja – poput lažnih istraživanja javnog mnjenja i pojačane pristrasnosti medija.

Analiza narativa

Zastrašivanje birača kroz dezinformacije

Pandemija kovida, masovne protestne litije i podignute tenzije diktirale su dezinformacione narative u Crnoj Gori tokom 2020. godine i izbori su održani u nikad napetijoj atmosferi.

Tokom cijelog izbornog procesa, a naročito tokom izbornog dana, tabloidi iz Srbije su aktivno učestvovali u kampanji izrazito pristrasnim izvještavanjem, otvorenom favorizacijom koalicije Za budućnost Crne Gore i satanizacijom tadašnje vlasti oličene u Demokratskoj partiji socijalista (DPS) i njenom lideru Milu Đukanoviću. Ono što je bilo karakteristično za te izbore i dane nakon njih, a ispostaviće se i model po kojem će se i kasnije dezinformisati i uzburkivati javnost, je objavljivanje članaka kojima se javnost pokušava zastrašiti.

Večernje novosti⁶⁶ objavile su da huligani iz Hrvatske stižu u Crnu Goru u grupama

66 Tijana Velimirović, Laži o hrvatskim huliganima i neredima u Crnoj Gori, Raskrinkavanje, 9. 9. 2020. [Link](#)

kako bi pravili kaos, dodajući u naslovu pitanje – „hoće li Milo oružjem braniti vlast“. Nedugo zatim, Večernje novosti su objavile i da „batinaši iz Splita čuvaju Milov režim“, te da su spremne i palice za akcije huligana“. Novosti su tada izvještavale, pozivajući se na navode sa društvenih mreža, a pri tome ne navodeći niti izvore sa mreža niti pružajući dokaze za te tvrdnje, „da je stiglo stotinak hrvatskih huligana i za sada su u Boki“. Tvrdili su i da ih „navodno najviše ima u Kotoru i Tivtu, ali i u Herceg Novom“, te da se priča da su bez problema u Crnu Goru ušli na prelazu Debeli Brijeg u više grupa“. Na kraju, „huligane iz Hrvatske“, niti je iko vidio niti se desio ijedan incident koji su Novosti najavljujvale, a beogradski list je u međuvremenu ispravio obje objave.

Dan prije izbora nacionalistički portal Glas javnosti⁶⁷ objavio je tekst naslovljen – „Skandalozno! Crnogorske vlasti se spremaju kamionima da gaze narod!“, tvrdeći da „su eksponenti Đukanovićevog režima izdali nalog vatrogasnoj službi u Podgorici da svoje vatrogasne kamione oklopi i opremi za „razbijanje demonstracija“, između ostalog i tako što će se na prednji deo vozila montirati posebno izrađene metalne konstrukcije, koje omogućavaju da se vozila efikasno „zaleću u masu““.

Iz Službe zaštite i spašavanja Podgorice su ubrzo demantovali ove tvrdnje, nazivajući ih „notornim lažima“, a tekst je ubrzo uklonjen sa portala Glas javnosti.

Tvrdnje koje su za cilj imale zastrašivanje građana pokazale su spregu između nacionalističkih stranica na društvenim mrežama i medija koji su sa njih, za svega nekoliko minuta, prenosili neistine. Tako su brojni portali, usred izbornog dana, prenijeli objavu Fejsbuk grupe⁶⁸ „Ne damo naše svetinje“ koja je sadržala fotografiju na kojoj se vide policijski automobili i policajci, uz tvrdnju da je fotografija nastala u Budvi i da „DPS pravi kaos“, pozivajući pritom da se izađe na glasanje. U Budvi nije bilo nijednog incidenta tokom izbornog dana. Slične Fejsbuk grupe, ali i političari poput Vladislava Dajkovića, širili su tvrdnje⁶⁹ da će tokom proslave izborne pobjede opozicije DPS poslati svoje ljude da pale crnogorske, NATO i EU zastave i glume srpske ekstremiste. Ni ovo se nije desilo.

Lokalni izbori u Nikšiću uslijedili su ubrzo nakon parlamentarnih i dezinformisanje javnosti nastavilo se po istoj matrici – zastrašivanje kroz spregu društvenih mreža i tabloida.

Tako se dobro uigrana mreža tabloida iz Crne Gore i Srbije „upalila“ šireći tvrdnju⁷⁰ da je „Milo spremio 300 momaka da pravi nered u Nikšiću“. Tekst su prvo objavile Večernje novosti, par minuta poslije njih Alo, zatim Borba, Informer, Objektiv... Uprkos ovim mračnim najavama većih incidenata tokom izbornog dana u Nikšiću nije bilo.

67 Tijana Velimirović, Lažna vijest o podgoričkim vatrogascima, Raskrinkavanje, 3. 9. 2020. [Link](#)

68 Tijana Velimirović, U Budvi nije bilo haosa tokom izbornog dana, Raskrinkavanje, 3. 9. 2020. [Link](#)

69 Milica Kovačević, Najavljenih incidenata u izbornoj noći nije bilo, Raskrinkavanje, 3. 9. 2020. [Link](#)

70 Darvin Murić, „Nepostojećih 300“ nije poništilo izbornu volju u Nikšiću, Raskrinkavanje, 16. 3. 2021. [Link](#)

Kurir⁷¹ je neposredno pred izborni dan obavijestio javnost o još jednom „mračnom planu“, tvrdeći „da se na dan izbora planira gašenje struje na svim većim biračkim mestima kako bi se ugasio i softver koji precizno identifikuje birače“. Nekoliko minuta nakon njih vijest su preuzeli Alo, 24sedam, a isključenja struje, naravno, nije bilo.

Tabloid Alo⁷² je objavio da je u Nikšiću „pao još jedan Milov policajac zbog kupovine ličnih karata“, što je iz Ministarstva unutrašnjih poslova demantovano za Raskrinkavanje. Skoro identične objave ubrzo su se pojavile na portalima Večernje novosti, Glas javnosti, Srbija danas, Objektiv...

Uigranost medija u prenošenju dezinformacija kojima se zastrašuje javnost demonstrirana je i objavama⁷³ da policija čuva lokal u kojem DPS kupuje glasove. Tvrdnja je krenula od IN4S-a, ubrzo su je preuzeli Alo, Kurir, Informer. Iako se tvrdilo da policija čuva lokal u kojem se kupuju glasovi, zapravo se radilo o pretresu tog lokala nakon kojeg je utvrđeno da se u njemu nijesu kupovali glasovi.

Stvari nijesu bile mnogo drugačije ni za predsjedničke izbore, a napetost je bila na vrhuncu tokom predizbornog skupa Jakova Milatovića na Cetinju⁷⁴. Grupa građana se okupila ispred lokacije gdje je trebalo da se održi miting ne dozvoljavajući da se u uđe u dvoranu, da bi zatim napali Milatovića dok je prolazio sa policijskim obezbjeđenjem. Tokom gužve i guranja Milatovićevom saradniku iz partije, sadašnjem ministru pravde Andreju Miloviću nešto je ispalo iz džepa, a korisnici društvenih mreža su odmah ustvrdili da je u pitanju pištolj. Ovakve tvrdnje podržali su, objavljivanjem nepotpisanih saopštenja, portali Antena M i Aktuelno, ali i pojedini političari. Dodatno, ovi portali su kroz svoje izvještavanje tvrdili i da predsjednički kandidat nije napadnut iako je cjelokupna javnost na osnovu snimaka vidjela da jeste. Milović je demantovao da je imao pištolj, na snimcima se vidjelo da je u pitanju telefon, a i novinar Mladen Zadrina je posvjedočio da je u pitanju mobilni telefon a ne oružje.

Izborni dan za prvi krug predsjedničkih izbora obilježio je portal Nacionalist koji je bukvalno svakih desetak minuta objavljivao lažne vijesti koje su zatim distribuirane na drugim portalima i društvenim mrežama. Jutro je započelo lažnom tvrdnjom da je u štabu DPS-a došlo do tuče i da je pretučen tadašnji gradonačelnik Podgorice Ivan Vuković⁷⁵. Nakon što je Raskrinkavanje razobličilo te tvrdnje Nacionalist je obradom Vukovićeve⁷⁶ fotografije, dodajući modrice i podlive, pokušao da dokaže svoje neistine.

71 Darvin Murić, Sklopka ostala uključena: Đukanović nije ugasio struju u Nikšiću, Raskrinkavanje, 17. 3. 2021. [Link](#)

72 Darvin Murić, Neistine tabloida iz Srbije: Policajac nije uhapšen zbog kupovine ličnih karata, Raskrinkavanje, 14. 3. 2021. [Link](#)

73 Darvin Murić, Pretres pokazao: Lokal "Arkade" izborni štab a ne mjesto gdje se kupuju glasovi, Raskrinkavanje, 15. 3. 2021. [Link](#)

74 Darvin Murić, Snimci ne dokazuju da je Milović bio naoružan na Cetinju, Raskrinkavanje, 11. 3. 2023. [Link](#)

75 Darvin Murić, Lažne vijesti o prebijanju Vukovića, Raskrinkavanje, 19. 3. 2023. [Link](#)

76 Nina Đuranović, Fotošopom potkrepljuju tvrdnju o prebijanju Vukovića, Raskrinkavanje, 19. 3. 2023. [Link](#)

Usljedi je lažna informacija da je nezavisnom kandidatu, influenseru Jovanu Jodžiru Raduloviću⁷⁷, prijećeno, te da se on zbog toga povlači iz izborne trke, zatim da je policija privodila aktiviste DPS-a⁷⁸. Isti portal objavio je i da je u podgoričkom naselju Tološi u jednom od objekata kompanije Bemax⁷⁹ u toku akcija policije, kao i čitav niz drugih lažnih⁸⁰ tvrdnji koje su imale za cilj da unesu nemir među građane, pa čak i objavljivanje brojeva telefona novinara i aktivista sa pozivom da ih građani kontaktiraju.

Lažna istraživanja – jeftina manipulacija biračima

Još jedan trend dezinformisanja tokom izbornog procesa nastao je 2020. Društvenim mrežama i medijima počela su se dijeliti navodna istraživanja javnog mnjenja sa rejtingom partija i kandidata čija se autentičnost lažirala time što su pripisivana uglednim istraživačkim kućama.

Nekoliko dana pred parlamentarne izbore 2020. društvenim mrežama počelo je kružiti navodno istraživanje javnog mnjenja⁸¹ uz tvrdnje da ga je za potrebe DPS-a radio IPSOS. IPSOS je ubrzo demantovao da je istraživanje njihovo, ali je ova objava predstavljala samo početak ovog trenda. Lažne ankete pripisivane su i CEDEM-u⁸², i House of Win⁸³. Trend se nastavio i nakon izbora, kada je žrtva opet bio IPSOS⁸⁴, koji je opet morao demantovati da je radio bilo kakvo istraživanje koje se dijeli.

I pred izbore u Nikšiću lažne ankete⁸⁵ pripisivane su ovoj istraživačkoj kući, a razmjera problema postaje jasnija kada i jedna od političkih partija lažnu anketu objavljuje na svojoj zvaničnoj web stranici⁸⁶ dok se jedna od njih pripisala i CDT-u⁸⁷, osnivaču faktčeking platforme Raskrinkavanje.

77 Marko Vukajlović, Jodžiru nijesu prijetili i ne odustaje od izbora, Raskrinkavanje, 19. 3. 2023. [Link](#)

78 Marko Vukajlović, Nikšićka policija nije privodila aktiviste DPS-a, Raskrinkavanje, 19. 3. 2023. [Link](#)

79 Marko Vukajlović, Nacionalist protiv Bemax-a: Bez policije u Tološima, Raskrinkavanje, 19. 3. 2023. [Link](#)

80 Marko Vukajlović, Ofanziva portala Nacionalist na izborni dan, Raskrinkavanje, 19. 3. 2023. [Link](#)

81 Jelena Jovanović, Istraživanje koje kruži društvenim mrežama nije IPSOS-ovo, Raskrinkavanje, 24. 9. 2020. [Link](#)

82 Tijana Velimirović, Anketa nije CEDEM-ova, Raskrinkavanje, 19. 8. 2020. [Link](#)

83 Tijana Velimirović, Lažna objava o istraživanju agencije House of Win, Raskrinkavanje, 25. 8. 2020. [Link](#)

84 Darwin Murić, Lažno istraživanje i rejting partija pripisani IPSOS-u, Raskrinkavanje, 24. 12. 2020. [Link](#)

85 Tijana Velimirović, Nastavlja se prljava kampanja: Još jedno lažno istraživanje o izborima u Nikšiću, Raskrinkavanje, 14. 3. 2021. [Link](#)

86 Darwin Murić, SNP objavio nepostojeće istraživanje javnog mnjenja, Raskrinkavanje, 17. 10. 2022. [Link](#)

87 Darwin Murić, Lažno istraživanje pripisano CDT-u, Raskrinkavanje, 20. 10. 2022. [Link](#)

U susret predsjedničkim izborima i parlamentarnim izborima koji su održani 2023. fenomen lažnih anketa posebno dolazi do izražaja. Portal Borba⁸⁸ je objavio lažno istraživanje, tvrdeći da je naručilac Ambasada Njemačke u Podgorici. Borba je objavila bijeli papir sa lošim prevodom imena partija i kandidata sa crnogorskog na njemački jezik sa navodnim procentima podrške, a njihovo pisanje prenio je i portal Adria te brojni korisnici društvenih mreža. Ambasador Peter Felten oštro je demantovao da je njemačka ambasada naručivala bilo kakvo istraživanje javnog mnjenja, a Borba je kasnije tvrdila da je tekst preuzela sa Glasa javnosti tražeći izvinjenje od Feltena.

I Ambasada Velike Britanije⁸⁹ bila je prinuđena da reaguje nakon što se na društvenim mrežama masovno dijelilo navodno istraživanje koje je pripisano upravo njima. Agencija Mediana⁹⁰, IPSOS⁹¹, opet⁹² su bili žrtve⁹³ dezinformacija kada su im se pripisivale nove lažne ankete.

Ipak, najupečatljiviji je slučaj nepostojeće agencije iz Beograda koja se predstavlja kao CSI⁹⁴ i koja se javlja isključivo pred izbore u Crnoj Gori. Ova fantomska agencija je objavila navodno istraživanje za koje je tvrdila da je sprovedeno na čak 323.658 građana Crne Gore, dakle više od polovine stanovništva. Njihovo istraživanje objavili su Borba, Adria, Alo, Kurir, Srbija danas, IN4S...

Redakcija Raskrinkavanja je svojim istraživanjem utvrdila da agencija CSI zapravo i ne postoji – da je nema u privrednim registrima Srbije niti Crne Gore, da nemaju svoj sajt i da čak svoja saopštenja šalju isključivo „odabranim“ medijima – odnosno onima koji pred izbore podržavaju jednu od političkih partija. Na jedinu dostupnu mejl adresu ove navodne agencije Raskrinkavanje je tada uputilo niz pitanja na koja nikada nije dobilo odgovore, a ova agencija se nakon toga više nije pojavljivala u medijima.

Pristrasnost zamijenila dizanje tenzija

Kako su tenzije u Crnoj Gori bivale niže, promijenio se i način dezinformisanja javnosti. Uz već pomenute lažne ankete prošlogodišnje izbore odlikovala je ogromna pristrasnost medija, kako onih u Crnoj Gori tako i u susjedstvu.

88 Darvin Murić, "Das anketa": Lažno istraživanje pripisano ambasadi Njemačke, Raskrinkavanje, 21. 2. 2023. [Link](#)

89 Darvin Murić, Novo lažno istraživanje, ovoga puta pripisano britanskoj ambasadi, Raskrinkavanje, 01. 4. 2023. [Link](#)

90 Nina Đuranović, Novo lažno istraživanje kruži društvenim mrežama, Raskrinkavanje, 16. 3. 2023. [Link](#)

91 Marko Vukajlović, Još jedno lažno istraživanje pred izbore, Raskrinkavanje, 27. 2. 2023. [Link](#)

92 Nina Đuranović, Novi dan, novo lažno istraživanje, Raskrinkavanje, 13. 3. 2023. [Link](#)

93 Nina Đuranović, Lažno istraživanje o rejtingu partija, pripisano Ipsos-u, Raskrinkavanje, 19. 5. 2023. [Link](#)

94 Darvin Murić, CSI, ali ne iz Majamija: Ko su istraživači koji se javljaju samo pred izbore?, Raskrinkavanje, 10. 3. 2023. [Link](#)

Tako se još od februara 2023, u momentima kada je bila potvrđena samo kandidatura Andrije Mandića on uveliko proglašavao za pobjednika izbora kroz naslove tipa „Milogorci ali i svi ostali nemaju šanse protiv Andrije“. Kako su Mandića proglašavali⁹⁵ za pobjednika i kada još uvijek nije imao protivnike, tako su Mila Đukanovića proglašavali za poraženog, iako tada još uvijek nije ni objavio da će se kandidovati. Ukoliko bi se pomenuo neki drugi kandidat DPS-a, tabloidi su ih proglašavali „kandidatima za gubitnike“.

Drugi kandidati su se u tabloidima iz Srbije pojavljuju skoro isključivo kada su na meti kritika političkih protivnika iz DF-a, poput Jakova Milatovića. Za njega su srpski tabloidi postavljali pitanje „da li uopšte treba da se kandiduje na izborima“, proglašavajući ga licemjerom i lažnim ekspertom. Nijesu propustili priliku ni da ga, uz lidera partije Milojka Spajića, okarakterišu kao nekoga ko je „uvijek protiv Srba“. Svakako, dominirao je narativ o sigurnoj pobjedi Andrije Mandića. Mediji su uporno pokušavali da lidera DF-a proglase za pobjednika i to najčešće preko analitičara za koje nikada nijesu navodili njihovu političku angažovanost i povezanost sa Mandićem, poput Vladimira Dobrosavljevića⁹⁶ koji je dugogodišnji Mandićev savjetnik.

Sa druge strane, pojedini mediji u Crnoj Gori su potpuno otvoreno podržavali Đukanovića⁹⁷. Ovo se često činilo kroz formu kolumne iz kojih smo mogli pročitati „da glasaš za Jakova Milatovića ne moraš biti četnik ili izdajnik Crne Gore – dovoljno je da si glup“. Sagovornici ovih medija otvoreno su pozivali da se ne glasa za Milatovića, nazivajući ga „kukavičjim jajem“, „teletabisom“, „kandidatom popa Mijajla Backovića“. Treba napomenuti da su autori ovih rečenica bili potpisnici podrške Milu Đukanoviću.

Pristrasnost su pokazivali i pojedini mediji iz Bosne i Hercegovine i Hrvatske koji su neskriveno podržavali Đukanovića i DPS u odnosu na ostale kandidate, pravdajući to odbranom od velikosrpskog uticaja, ali su oni ipak znatno rjeđe izvještavali od medija iz Srbije koji su čak imali i posebne emisije ili rubrike o crnogorskim izborima. Do kojeg nivoa su išli dovoljno govori činjenica da je izbore u Crnoj Gori analizirao i Baja Mali Knindža⁹⁸.

95 Jelena Jovanović, Što su izbori bliži, regionalni mediji se više trude da utiču, Raskrinkavanje, 12. 3. 2023. [Link](#)

96 Jelena Jovanović, Jutarnje emisije iz Srbije aktivno rade na promociji Mandića, Raskrinkavanje, 12. 3. 2023. [Link](#)

97 Darwin Murić, Ili otimaš crkvu, ili si četnik il' glup, Raskrinkavanje, 28. 3. 2023. [Link](#)

98 Marko Vukajlović, Baja Mali Knindža i Happy o izborima, Raskrinkavanje, 11. 6. 2023. [Link](#)

Zaključak

Dezinformacione kampanje koje prate izborne očigledno i dugoročno utiču na obezvređivanje političke debate zasnovane na činjenicama, te što je najbitnije, smanjuju povjerenje u izbornu administraciju i izbore kao osnovni institut demokratije.

Nabrojani primjeri nam svjedoče da se značajan dio njih koordinira iz inostranstva i da postoje čitave mreže povezanih tradicionalnih i online medija, naloga na društvenim mrežama čiji je važan cilj podrivanje demokratskih procesa u Crnoj Gori.

Brojni univerzalno prihvaćeni standardi za demokratske izbore odnose se i na dezinformacije, kroz zaštitu prava na informisani izbor, jednakost učesnika izbora, zaštitu slobode izražavanja i štampe. UN standardi predviđaju da birači moraju imati slobodu da glasaju bez nepotrebnog uticaja i formiraju mišljenje bez manipulativnog miješanja bilo koje vrste, i naglašavaju ključnu ulogu slobodnih medija u prenošenju informacija i ideja između građana i izbornih kandidata, bez cenzure ili ograničenja. Ovi standardi u Crnoj Gori nijesu u potpunosti ispoštovani što nam govori da građani nisu lišeni štetnih uticaja pri svom izboru. Ako ovome dodamo da važeće zakonodavstvo u Crnoj Gori ni na koji način ne štiti građane od dezinformacija, postaje očigledno da su građani ostavljeni na milost i nemilost propagandi i fabrikama lažnih vijesti, posebno tokom izbornih procesa.



Pogovor

Latinska izreka „Acta non verba“ poziva da s riječi pređemo na djela, jer su djela ono što se računa. U predizbornim kampanjama ovo se načelo izvrće naglavačke, pa je u tom formatu – Verba non acta poslužilo i kao naziv ovog istraživanja. Predizborna rasprodaja riječi – riječi u formi komplimenata, samopohvala, kritika, obećanja, prijetnji, a nerijetko i laži – transponuje nas s polja djelatnog na polje narativnog, gdje se stvarnost i fikcija prepliću na bezbroj načina.

U svom eseju „Lakovjernost i poistovećivanje“⁹⁹ Umberto Eko predstavlja tezu Eudenijske Skalfarije da „narativna fikcija može biti istinitija od same istine, da može da podstakne na poistovećivanje, na percepciju historijskih fenomena, ili da stvori nove načine osjećanja“. On tu, prije svega, govori o književnosti, ali istu tezu – bez ijednog izmijenjenog slova – možemo testirati i na polju političkog diskursa i diskursa o politici. Obmana biva veoma dobro sročena, sveobuhvatno promovisana, podržana nizom krupnih brojeva i krupnih riječi. Nezamisliva je situacija u kojoj bi svaki birač imao dovoljno vremena da provjerava sve informacije koje do njega dolaze. U takvom, borhesovskom scenariju, život bi tokom predizbornih kampanja potpuno stao: svako bi sjedio za računarom i ne bi se bavio ničim drugim do verifikacijom izgovorenog, a potom bi – na dan izbora – došao do glasačke kutije s preciznom kalkulacijom o najboljoj opciji. S obzirom na to da je malo ovakvih entuzijasta, od pomoći mogu da budu fektčeking platforme, čiji je zadatak da provjeravaju navode medija i političara, a potom da reaguju ukoliko ustanove da je neko slagao. Između istine i laži, međutim, postoji siva zona: izjave koje je teško ili nemoguće provjeriti, jer su cijele neuhvatljive, u magli, zasnovane na lupetanju, ili – riječima Harija Frankfurta – na proseravanju (eng. bullshit).

U svojoj drugoj kolumni, „Oprostite mi na slobodi“, Eko kaže da cilj proseravanja „nije čak ni da dovede u zabludu u vezi sa stanjem stvari, cilj je da impresionira slušaoce koji nijesu kadri da razaznaju istinu od laži – ili one koji za te nijanse ne mare“. Ova publikacija posvećena je onima koji ipak – mare. Pokušali samo da na jednom mjestu sumiramo ključne nalaze u vezi sa manipulativnim narativima iz prethodnih izbornih ciklusa u Srbiji i u Crnoj Gori – uz (možda naivnu) nadu da će se raskrinkani narativi, kada su jednom ogoljeni, teže ponavljati u istom formatu. Eko nas ipak upozorava: „Verujem da se onaj ko izgovara sranja uzda i u slabo pamćenje svojih slušalaca, što mu omogućava da jedno za drugim izgovara sranja koja su međusobno protivrečna. Proizvođač proseravanja uvijek pokušava, na ovaj ili onaj način, da se izvuče“. U toj namjeri mogu da ga zaustave samo građani.

99 Umberto Eko, Pape Satàn Aleppo, Geopoetika, 2016.

