

UDK: 316.774: 614(497.6)

Pregledni rad

15. IV. 2023.

SILVANA MARIĆ TOKIĆ\*

IVICA SKOKO\*\*

# LAŽNE VIJESTI KAO DIO (DEZ)INFORMACIJSKE STRATEGIJE S CILJEM UTJECAJA NA JAVNO ZNANJE

## SAŽETAK

Suvremeno društvo ili informacijsko doba pogođeno je nizom različitih izazova, a jedan je od njih fenomen *fake newsa* – lažnih vijesti koje preplavljuje medijski, ali i čitav informacijski prostor. Lažne vijesti najjednostavnije se mogu prikazati kao metoda manipuliranja javnosti kroz razumsku i emocionalnu sferu. Informacijsko-tehnološki razvoj, pojava novih medija, niz društvenih mreža, različitih videokanala doveli su do širenja velikoga broja dezinformacija i lažnih vijesti. U radu ćemo prikazati upotrebu medija kao sredstva utjecaja na prostor javnoga znanja putem širenja lažnih vijesti, a koje su dio smišljene dezinformacijske strategije. Mediji širenjem različitih vidova informacija od dezinformacija, lažnih vijesti i pogrešnih informacija utječu na razumski i emocionalni dio javnosti čime dovode do promjena mišljenja i stavova. Bosna i Hercegovina kao složeno i podijeljeno društvo nema jedinstven medijski prostor te je njezin razjedinjeni medijski prostor (*online* mediji najviše) podložan širenju mnoštva dezinformacija i lažnih vijesti. Cilj je rada prikazati medijski utjecaj na prostor javnoga znanja uporabom raznih oblikovanih informacija radi ostvarivanja dezinformacijskoga utjecaja te uporabom lažnih vijesti s namjerom ostvarivanja različitih oblika interesa određenih političkih grupacija. Borba protiv raznih vidova informacija kao širega prostora (dez)informacijske strategije jest neprestana koja ima za cilj otkriti namjere provoditelja informacijskih strategija i otkrivanje lažnih vijesti koje su samo jedan dio dugoročno obmanjujuće strategije. Svi članovi društva moraju imati osnovna znanja u prepoznavanju informacija koje nisu u službi činjeničnoga informiranja nego u službi pseudoistine koja nastoji nadvladati istinu i proširiti područje djelovanja lažnih vijesti.

**Ključne riječi:** lažne vijesti, (dez)informacijska strategija, javno znanje, medijski utjecaj, BiH

## UVOD

U suvremenome dobu dolazi do pojave mnoštva različitih vidova informacija, dezinformacija i lažnih vijesti koje preplavljaju medijski i informacijski prostor. Razvoj novih oblika medija iznjedrilo je pojavu mnoštva lažnih vijesti koje se koriste za ostvarivanje različitih interesa unutar različitih područja. Svako od ovih područja, bilo političko, kulturno, gospodarsko, vojno ili znanstveno, podložno je širenju neprovjerenih, neistinitih i zavaravajućih informacija. Uloga je medija prenošenje informacija, uz niz drugih uloga, no s razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologija dolazi do niza promjena unutar samoga medijskoga prostora. Mediji se sve više upotrebljavaju kao sredstvo moći i utjecaja da bi se ostvarili različiti ciljevi.

U radu ćemo obraditi fenomen lažnih vijesti i njegov utjecaj na samooblikovanje javnoga znanja kao dominirajućega znanja. Istražit ćemo podijeljeni medijski prostor BiH, odnosno jedan njegov dio, i prikazati na koja područja lažne vijesti ostvaruju utjecaj, s kojim ciljevima, motivima i posljedicama. Ukazat ćemo na uzročno-posljedičnu vezu između lažnih vijesti i šire dezinformacijske strategije određene političke grupacije koja je uporabom lažne vijesti pokušala izvršiti pritisak koji bi olakšao ostvarivanje planiranih političkih ciljeva. Ključna je hipoteza rada: *Lažne vijesti upotrebljavaju se kao dio šire dezinformacijske strategije radi ostvarivanja vlastitih interesa i uspostavljanja dominacije u prostoru javnoga znanja.*

## JAVNO ZNANJE

Javno znanje čini sastavni dio ljudskoga razvoja. Ako znamo da je javno znanje dominantno znanje u javnome prostoru o određenoj temi, društvo će se oblikovati prema tomu dominantnom znanju te će svoja kretanja odrediti u skladu s tim znanjem. Spoznajom da se utjecajem na javno znanje može utjecati i na odluke određenih društava (ciljana javnost), interesnih skupina, bilo političkih, bilo ekonomskih, počelo se utjecati na javno znanje radi ostvarivanja određene

koristi i profita, političkoga ili ekonomskoga. Za brzi utjecaj koriste se medijima kao alatom tako da se „javno znanje mijenja pod utjecajima medija, a društveni i vremenski kontekst usmjerava djelovanje medija tako da se to djelovanje odražava i na javno znanje“ (Marić; Skoko, 2016: 171). Napredovanjem tehnoloških i retoričkih vještina te sve izraženijom potrebom interesnih skupina da djeluju i usmjeravaju korpus javnoga znanja, mediji kao alat počeli su gubiti svoju vjerodostojnost i postali su podložni dezinformiranju, inverziji istine i stvaranju pseudodogađaja te su zanemarili svoju zadaću informiranja, obrazovanja i zabavljanja, a svrha im je postala ovladavanje ljudskim mišljenjem i ponašanjem, tako da se potvrđuje da „prostor javnoga znanja nikada nije bio idilična razmjena znanja, nego prostor u kojemu su se vodili, i u kojemu se vode, otvoreni ratovi pisanim porukama“ (Tuđman, 2008: 56). Kontrola javnoga informacijskoga prostora i stvaranja pseudodogađaja koji će popuniti taj prostor i tako zadržati korpusom javnoga znanja ostvaruje se i tako da mediji objave dezinformaciju koja će dovesti do određene percepcije o predmetu rasprave te će funkcionirati onako kako je to naglasio Šušnjić: „ako manipulator ne može da mijenja stvarnost, onda on može da mijenja percepciju te stvarnosti. Ako ne može na neki način da utječe na pojave, on može da utječe na stavove o tim pojavama“ (Šušnjić, 1995:47). Takvo „urušavanje stvarnosti zbiva se u informacijskom prostoru kao posljedica manipulacije i montaže informacijama i podacima. Posljedica je da nema više jasne granice između činjenica i privida, iluzije i istine“ (Tuđman, 2012:64). Upravo je to cilj interesnih skupina: da konzument medija bude podložan usmjeravanju i stavljanju u potreban okvir kako bi se ponašao u skladu s potrebom tih skupina, bilo da kupuje određeni proizvod, bilo da glasuje za određenu stranku. Ovakvo dezinformiranje ima dugoročne posljedice jer „rijetko kada se učinak dezinformacije može poništiti bez ostatka u domeni javnoga znanja“ (Tuđman, 2012:87). Kako dezinformacija ostaje u domeni javnoga znanja, koje se s promjenom društvenoga, političkoga i vremenskoga konteksta ne briše u potpunosti, takve dezinformacije interesne skupine upotrebljavaju kao argument u nekim daljnjim raspravama.

## DEFINIRANJE POJMA LAŽNE VIJESTI KAO DJELA DEZINFORMACIJSKE STRATEGIJE

Informacijsko doba ili doba znanja je u velikoj komunikacijskoj krizi s obzirom na pojavu mnoštva novih oblika medija koji šire veliku količinu dezinformacija i lažnih vijesti. Sami mediji, odnosno medijski djelatnici uočili su gubitak vjerodostojnosti medija i potrebu za većom etičnošću, strožim provjerama, nadogradnjom postojećih zakona i kodeksa, no sve to bez prepoznavanja, uočavanja i selektiranja ne samo lažnih vijesti nego i svih drugih oblika informacija (dezinformacija, pogrešnih informacija, lažnih vijesti) koje su dio šire dezinformacijske strategije, ne može dovesti do smanjenja utjecaja medija na razne javnosti, ali i puno širega utjecaja na odluke, promjenu mišljenja, pokretanje akcija određenih skupina, na čitavu društvenu stvarnost. Bez kvalitetnih i upotrebljivih informacijskih strategija i izgrađenih informacijskih politika ne može doći do zaštite vlastitoga informacijskog prostora i smanjenja učinaka dezinformacijske strategije na prostor javnoga znanja.

Iako je pojava lažnih vijesti poznata odavna, za formalan početak uzima se 2016. godina i predsjednički izbori u SAD-u, iako neki autori navode rusko uplitanje u europske izbore. „Prvi spomen lažnih vijesti zabilježen je u izvješću iz 2016. godine nastalom kao rezultat straha od potencijalnoga ruskog upletanja u europske izbore te potencijalne terorističke propagande“ (Đukić, 2019: 28). I Donald Trump i Hillary Clinton tijekom predsjedničke kampanje bili su izloženi širenju mnoštva lažnih vijesti. Od tih izbora počinje masovnija upotreba lažnih vijesti u politici i u drugim područjima ljudskoga djelovanja.

Prema knjizi *Online novinarstvo, Služenje javnosti ili podilaženje publici*, autora Siniše Kovačića, lažne vijesti su „članci koji su internacionalno i provjerljivo neistiniti, i mogu dezinformirati čitatelje“<sup>1</sup> (Kovačić, 2021:120). S. Kovačić za lažne

vijesti piše „...fake news definiran je kao svaka informacija suprotna javnom interesu“. Profesor filozofije Axel Gelfert nudi sljedeću definiciju: „lažne vijesti podrazumijevaju namjerno prikazivanje (tipično) lažnih ili obmanjujućih tvrdnji u obliku vijesti, gdje su te tvrdnje varljive po svojoj prirodi“ (Gelfert, 2018:108), dok Darren Lilleker za lažne vijesti navodi sljedeće: „namjerno raširene krive informacije, bilo putem tradicionalnih medija ili društvenih mreža“ (Lilleker, 2017:2). U *Enciklopedijskom rječniku odnosa s javnošću* autora Zorana Tomića lažne vijesti definirane su ovako:

*Lažne vijesti (eng. fake news), izmišljene vijesti. Vijesti koje imaju svrhu širenje netočnih informacija. Često su senzacionalističke i koristi ih žuti tisak. Koriste se i u svrhu dezinformiranja i zastrašivanja, posebno u totalitarnim režimima. U digitalnom dobu jako se brzo šire i značajno narušavaju ugled organizacija ili pojedinaca (Tomić, 2023: 153-154).*

Pojam „lažne vijesti“ nije još jednoznačno određen, no kroz zajedničke značajke, a one su: krive informacije, netočne informacije, namjerno zavaravajuće vijesti, u službi obmane, dezinformiranja, manipuliranja, dovedene su u srž zanimanja niza znanstvenih disciplina i grana koje se bave pojmovima informacije i komunikacije, ali i šire društvene zajednice. Mnoštvo osnovnih ili temeljnih pojmova nije u potpunosti definirano ili jednoznačno definirano, ali je predmet istraživanja niza znanosti i dolaženja do novih spoznaja o tim pojmovima.

Lažne vijesti kao jedan od vidova informacije imaju svoje podjele, tj. nisu istoznačne. Jedna od podjela lažnih vijesti navedena je u članku Milice Kulić „Definisanje lažnih vijesti: stari koncept, novi pojmovi“, a preuzeta je iz knjige Siniše Kovačić:

1. fake news – namjerno kreirana i neistinita, lažna vijest
2. false news – viralna vijest, s obmanjujućim sadržajem, temeljena na novinarskoj pogrešci, čija intencija nije bila dovođenje publike u zabludu i
3. news satira – parodija, humor zbog koje autori izvrću činjenice u temama od informativ-

1 Kovačić, S., str. 120., citirano prema Allsott, H., Gentzkow, M., Social Media and Fake News in the 2016 Election, Journal of Economic perspectives, 2017., str. 211. – 236.

nog značaja kako bi ukazali na negativne pojave u društvu i bili korektiv. Satira se temelji na točnim informacijama koje su prenaplašene, obrnute ili istaknute kako bi se ukazalo na obmane<sup>2</sup> (Kovačić, 2021:121).

U ovome radu istražiti ćemo šire društvene posljedice koje su nastale širenjem lažnih vijesti putem novih oblika medija, a koje su se odrazile na niz područja s različitim ciljevima utjecaja i s dezinformirajućom namjerom ovladavanja javnim znanjem i kontrole javnoga prostora.

Na globalnoj razini o fenomenu lažnih vijesti i njihovu postavljanju u središte izučavanja navodimo podatak da su *fake news* u Collinsovu rječniku engleskoga jezika iz 2017. godine izabrane za riječi godine. Razlika lažnih vijesti od drugih oblika informacija, primjerice dezinformacija, jest u tom što su one u potpunosti lažne, izmišljene, neutemeljene, ali kao dio šire strategije dio su dezinformacije koja ima dugoročne namjere i puno sveobuhvatnije ciljeve koje želi postići za razliku od lažnih vijesti koje mogu biti trenutačne i ne ostvariti toliki učinak.

Informacijsko doba informaciju je postavilo u središte događanja, a samim time i u središte sukoba. Informacijske politike, informacijska infrastruktura, informacijske operacije i informacijske strategije novi su pojmovi koji naglašavaju važnost informacija ne samo na pojedinačnoj nego i na skupnoj, a prije svega na državnoj razini. Informacijska zaštita i informacijska sigurnost potrebe su svih naroda i društava i čitavi dijelovi obrazovnih sustava trebaju biti usmjereni na njihovu ugradnju u školske planove i programe kao i kroz cjeloživotno učenje. „Svaka informacija je važna, neovisno iz kojeg izvora dolazila, ali mora biti provjerljiva, što može biti izazovno u kontekstu društvenih mreža koje postaju nezaobilazan alat u svakodnevnom radu“ (Žlof i dr., 2014).

Lažne vijesti su samo mali dio širih strategija koje imaju za cilj upravljanje ukupnom društvenom stvarnošću, no dovoljno velik i moćan da budu dio te strategije. Prema Siniši Kovačiću „lažne vijesti, bilo satirično ili zlonamjerno, već oblikuju globalnu scenu i stvaranjem dojma utječu na promjenu mišljenja“ (Kovačić, 2021: 70). Na osnovi njihove zastupljenosti, brzine širenje, mogućnosti utjecaja, bio on dugoročan ili kratkoročan, i učincima koje postižu, potrebno je dublje i temeljitije izučavanje toga pojma. Kao dio javnoga prostora i s utjecajem na oblikovanje javnoga znanja, koje je dominirajuće znanje unutar jednoga područja, dolazi do sve šire i veće upotrebe lažnih vijesti s ciljem provedbe dezinformacijske strategije.

Novi oblici medija, društvene mreže, portali, forumi, blogovi i videokanali mijenjaju postulate novinarskoga rada, a samim time i dovode do pojave mnoštva neprovjerenih i lažnih informacija koje su plasirane sa svrhom ostvarivanja različitih ciljeva određenih interesnih skupina u društvu. Mogućnost da svatko može biti „novinar“, ili da upotrijebimo riječ „oblikovatelj javnosti“, a i u jednom i drugom slučaju utjecati na javnost, javni prostor i javno znanje, otvara širi djelokrug istraživanja ne samo znanstvenicima nego i osobama od struke. Sloboda izražavanja neupitna je, no istodobno zahtijeva i veću odgovornost za javnu riječ i oblikovanje javnoga prostora. Borba protiv lažnih vijesti i dezinformacija prema Stručnoj skupini visoke razine za lažne vijesti i dezinformacije na internetskoj mreži HLEG temelji se na pet ključnih točaka:

1. transparentnosti
2. medijskoj i informacijskoj pismenosti
3. osnaživanju korisnika i novinara
4. raznolikosti i održivosti ekosustava europskih vijesti i
5. kontinuiranom istraživanju“ (Kovačić, 2021:131-132).

Autor knjige *Novinarski žanrovi, forme u eri postistine i digitalnih medija* Miroslav Vasilj dobro zaključuje kada kaže: „Unatoč opravdanim kritikama kako dio vlada pokušava ratom protiv lažnih vijesti nametnuti svojevrstnu kontrolu ipak nije moguće i ne bilo dobro zanemarivati enor-

2 Kovačić, S., str. 121., citirano prema Kulić, M., Definisane lažnih vijesti: stari koncept, novi pojmovi. Zbornik radova konferencije Vjerodostojnost medija, doba lažnih informacija, Tuzla, 2019., str. 14.

mnu količinu lažnih vijesti koje se šire svijetom medija“ (Vasilj, 2022:70).

Kroz *case study* „lažne vijesti o negiranju genocida u Srebrenici“ pokušat ćemo prikazati utjecaj i posljedice lažne vijesti unutar mnoštva područja radi ostvarivanja dezinformacijske strategije u točno određenome trenutku s točno određenim ciljevima na određenu javnost s namjerom oblikovanja javnoga znanja prema vlastitom interesu.

*Case study – Lažna vijest da je predsjednik Republike Hrvatske negirao zločin u Srebrenici i širi utjecaj te lažne vijesti*

Kao *case study* uzet ćemo primjer lažne vijesti objavljene u srpskim novinama *Danas* pod naslovom: „Milanović na radnom ručku samita Brdo Brioni: U Srebrenici nije bio genocid“. Čitav tekst vijesti objavljen 13. 9. 2022., potpisan inicijalima autora I. Š. M., prenosimo s *online* stranice novina *Danas*:

Vijest koja je objavljena u Republici Srbiji, unutar njihova medijskoga prostora, kroz globalni medijski prostor dovela je do sinergije medija na prostoru bivše Jugoslavije. Od Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Srbije, Slovenije i još niza država dolazi do preuzimanja ove lažne vijesti koja se prema pravilima dezinformacijske strategije o oblikovanju javnoga prostora i javnoga znanje prenosi u istome ili dijelom izmijenjenu obliku (ovisno koja država ili javnost je u pitanju), s različitim, ali i preklapajućim ciljevima. Mediji kao kotač društvenih događanja preuzeli su matricu lažne vijesti prema načelu „Genocid – Srebrenica – negiranje zločina – Z. Milanović“ i na osnovi te matrice izmjenama i dopunama stvorili su još niz dezinformacija i lažnih vijesti koje su dio šire dezinformacijske strategije koja ostvaruje ciljeve onih skupina koje žele zagospodariti javnim znanjem o BiH i ulozi Hrvata u BiH, njihovim političkim i svim drugim oblicima vodstva.

Na koja je sve područja ova vijest ostavila izravne ili neizravne posljedice pokušat ćemo odgovoriti analizom medijsko-informacijskoga prostora. Prije toga naglasit ćemo da je BiH složena država, uređena po načelu dvaju entiteta s trima

Početna ▶ Svet ▶ Region ▶ Milanović na radnom ručku samita Brdo Brioni: U Srebrenici nije bio genocid

REGION |

## Milanović na radnom ručku samita Brdo Brioni: U Srebrenici nije bio genocid



I. Š. M.

13.09.2022. 12:32



Foto: EPA-EFE/IGOR KUPLJENIK

Ima raznih vrsta genocida, ali u Srebrenici nije bio genocid, kazao je hrvatski predsjednik na radnom ručku koji je juče u okviru samita procesa Brdo Brioni upriličen za šefove država, saznaje *Danas* iz dobro obavještenih izvora.

Kako nam je potvrđeno, Milanović je ovu rečenicu izgovorio pred okupljenim predsjednicima država u regionu.

Podsetimo, juče je na Brdu kod Kranja održan regionalni samit kojem su prisustvovali pored domaćina skupa slovenačkog predsjednika Boruta Pahora, predsjednici Srbije, Hrvatske, Crne Gore, Severne Makedonije i Albanije, Aleksandar Vučić, Zoran Milanović, Milo Đukanović, Stevo Pendarovski i Bajram Begaj, članovi Predsedništva BiH, Šefik Džaferović, Milorad Dodik i Željko Komšić i predsednica Kosova Vjosa Osmani.

**Pratite nas na našoj Facebook i Instagram stranici, ali i na Twitter nalogu. Pretplatite se na PDF izdanje lista *Danas*.**

Brdo-Brioni

Zoran Milanović

Brdo kod Kranja



**Slika 1:** Izjava predsjednika Milanovića o zločinu u Srebrenici

<https://www.danas.rs/svet/region/milanovic-na-radnom-rucku-samita-brdo-brioni-u-srebrenici-nije-bio-genocid/> (5. 10. 2022).

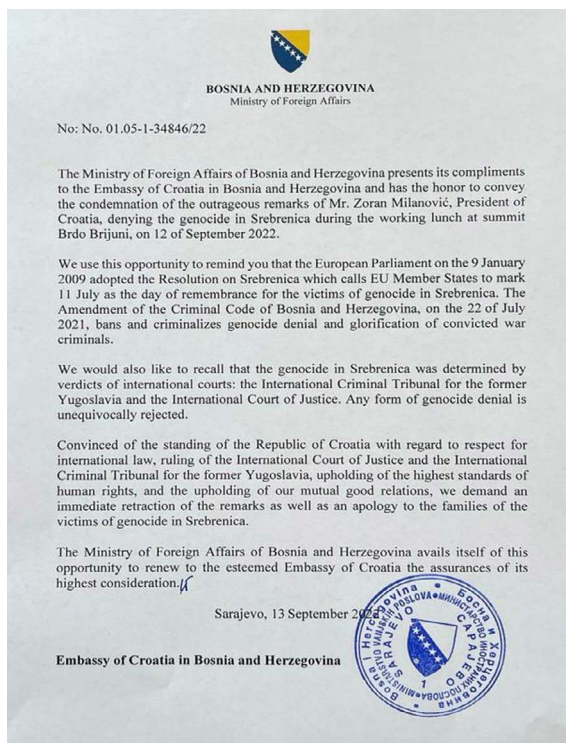
konstitutivnim narodima, trima podijeljenim medijskim prostorima, s različitim kulturama, identitetima, jezicima, običajima, u osnovici s različitim viđenjem ustrojstva BiH itd.

Nakon objave lažne vijesti dolazi do promjena unutar sljedećih područja, što ćemo potkrijepiti i primjerima (naslovima članaka, zbog nedovoljno prostora ne možemo donijeti prikaz čitavih tekstova):

- **Politički prostor** – bošnjački političari o lažnoj vijesti negiranja zločina u Srebrenici, ministrica vanjskih poslova Biserka Turković „Ozbiljna zabrinutost – slao bi hrvatske trupe u BiH, a negira genocid” – naslov članka kao dio teksta objavljena na Facebook profilu B. Turković (<https://ba.n1info.com/vijesti/ozbiljna-zabrinutost-slao-bi-hrvatske-trupe-u-bih-a-negira-genocid-2/>, 20. 9. 2022.) „Milanovića zbog Srebrenice zasuli uvredama, neki mu psovali i majku; Predsjednikov ured: ‘To je laž’“ (<https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/milanovica-zbog-srebrenice-zasuli-uvredama-neki-mu-psovali-i-majku-predsjednikov-ured-to-je-laz-15247608>, 25. 9. 2022.)
- **Ekonomski prostor** – najava povlačenja ili obustave hrvatskih proizvoda – Senadin Ferhatović vlasnik tvrtke Ferhatović group GmbH Austria „Zbog Milanovićevo negiranja genocida: Vodeći distributer proizvoda sa Balkana u EU sa svojih polica povlači hrvatske proizvode“ (<https://www.oslobodjenje.ba/vijesti/bih/zbog-milanovicevog-negiranja-genocida-vodeci-distributer-proizvoda-sa-balkana-u-eu-sa-svojih-polica-povlaci-hrvatske-proizvode-792896>, 17. 9. 2022.)
- **Kulturno-obrazovni prostor** – pismo profesora Emira Ramića, ravnatelja IGK-a, europskoj povjerenici za ljudska prava Dunji Mijatović „IGK pisao europskoj komesarki za ljudska prava: Milanović kontinuirano negira genocid u Srebrenici“ (<https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/igk-pisao-europskoj-komesarki-za-ljudska-prava-milanovic-kontinuirano-negira-genocid-u-srebrenici/469447>, 23. 9. 2022.)
- **Medijski prostor** – novi oblici medija, društvena mreža Twitter, donosimo izjavu Emira

Suljagića: „Da, jesam. I ponovo ću. I svaki put ću. Mi nismo kerovi i nećemo podvijati rep i pružati ruku gamadi koja negira Srebrenicu dok sprema novu Srebrenicu“ <https://twitter.com/suljagicemir1> (12. 10. 2022.)

- **Diplomatski prostor** – upućivanje protestne note Republici Hrvatskoj od Ministarstva vanjskih poslova Bosne i Hercegovine „Demarš Ministarstva vanjskih poslova BiH zbog Milanovićevo negiranja genocida“ (<https://www.slobodnaevropa.org/a/zoran-milanovic-demars-genocid-srebrenica-/32033644.htm>, 16. 10. 2022.)



- **Međunarodne institucije** – OHR reagirao na „negiranje“ genocida „OHR reagovao na Milanovićevo negiranje genocida u Srebrenici: Činjenice su jasne“ (<https://www.lemkininstitute.com/single-post/ohr-reagovao-na-milanovi%C4%87evo-negiranje-genocida-u-srebrenici-%C4%8Dinjenice-su-jasne>, 13. 10. 2022.)
- **Međunarodno-politički prostor** – Predsjednik bošnjačkoga nacionalnoga vijeća u Hrvatskoj Armin Hodžić



„Armin Hodžić, predsjednik BNV Hrvatske: Po Milanoviću, Bošnjaci su dobri samo za bauštel i pravljenje čevapa, on ima urođene predrasude prema ovom narodu“ (<https://www.oslobodjenje.ba/vijesti/bih/armin-hodzic-predsjednik-bnv-hrvatske-po-milanovicu-bosnjaci-su-dobri-samo-za-baustel-i-pravljenje-cevapa-on-ima-urodene-predrasude-prema-ovom-narodu-713864>, 30. 9. 2022.)

- **Znanstveni prostor** – osuda profesora, znanstvene zajednice koja je dala potporu provjeri i utvrđivanju lažne vijesti  
„Tko je Milanović svi znamo, ali se trebamo pitati ko su profesori koji na FF UNSA podržavaju glasnogovornika njegove politike!“ (<https://ekran.ba/?p=12876>, 1. 10. 2022.)
- **Vjerski prostor** – vjerske zajednice reagirale na Milanovićevo izmišljeno negiranje Srebrenice  
„Islamska zajednica u BiH oštro osudila Milanovićevo negiranje genocida“ (<https://ba.n1info.com/vijesti/islamska-zajednica-u-bih-ostro-osudila-milanovicevo-negiranje-genocida/>, 14. 10. 2022.)
- **Udruge, udruženja proizašla iz rata** – majke Srebrenice  
„Majke Srebrenice o Milanoviću: Nacionalist i nedorastao političar“ ([lanovicu-nacionalist-i-nedorastao-politicar/393682, 20. 9. 2022.\)](https://bljesak.info/vijesti/politika/majke-srebrenice-o-mi-</a></li></ul></div><div data-bbox=)

Javnosti na koje se željelo ostvariti ili se ostvario određen utjecaj s namjerom promjene mišljenja i stavova:

Ciljevi dijela bošnjačkih medija na domaće javnosti koji su preuzeli vijest i ugradili je u medijski prostor kroz primjenu dezinformacijske strategije, bili su:

- prikazati susjednu državu kao neprijateljsku
- u negativnu svjetlu prikazati Z. Milanovića kao predsjednika Republike Hrvatske
- sve medijske istupe Z. Milanovića o pravima Hrvata i potrebi za izmjenama izbornoga zakona prikazati kao neutemeljene, nevažeće i kao rušilačke, kada je u pitanju opstojnost BiH
- u središte staviti vijest o negiranju zločina u Srebrenici nad izmjenama Izbornoga zakona
- skrenuti temu s izborne kampanje koja se tih dana vodila u BiH
- osvojiti političke bodove za bošnjačke stranke koje ustrajavaju na građanskoj BiH
- ne dopustiti da u medijski prostor uđu članci o zločinima nad Hrvatima u BiH koji su obilježavani tih dana (Uzdol, Grabovica, Hudutsko..)
- zločine počinjene nad Bošnjacima izdignuti iznad drugih zločina služeći se nehumanom



Slika 2: Javnosti na koje se željelo ostvariti ili je ostvaren utjecaj (izradili autori)

taktikom iskorištavanja zločina u Srebrenici za političke i druge svrhe

- podijeliti medijski prostor: za nas (mediji koji podržavaju prijenos ove vijesti bez obzira na njezinu dezinformirajuću namjeru) i protiv nas (mediji koji ne podržavaju ovu vijest zbog njezine činjenične neutemeljenosti ili dezinformirajuće namjere).

Ciljevi utjecaja na lokalne javnosti, ali i na međunarodnu javnost:

- narušiti dobrosusjedske odnose Hrvatske i BiH
- narušiti odnose Republike Hrvatske, Republike Srbije i Bosne i Hercegovine
- optužiti dio međunarodne zajednice za nesprječavanje zločina u Srebrenici i osuda svih budućih odluka međunarodnih predstavnika
- umanjiti mogućnost za donošenje temeljitih odluka međunarodne zajednice kada su u pitanju promjene unutarnjega uređenja BiH
- izdizanje Srebrenice, kao najvećega zločina počinjena na prostoru BiH (što uistinu i jest), iznad zločina koji su počinjeni nad drugim narodima (zločini nad Hrvatima)
- iskoristiti nedovoljno poznavanje u međunarodnoj javnosti činjenica o ratu u BiH, o ulozi Republike Hrvatske i HV-a, kao i Herceg-Bosne i HVO-a, u izgradnji BiH kao samostalne i suverene države
- narušiti diplomatske odnose niza zemalja s promjenom mišljenja javnosti
- povećati nesigurnost ovoga dijela Europe kroz prikaz BiH kao države koja je izložena raznim oblicima napada, pa i onih medijskih, kroz nepostojeće izjave visokih državnih predstavnika (predsjednik države).

Motivi medija koji grade dezinformacijsku strategiju i koji su u službi interesnih skupina koje žele osvojiti vlast ili zadržati postojeću vlast su, na osnovi analize ove vijesti, sljedeći:

- skrenuti pozornost s izbora u BiH
- zaobići moguće izmjene izbornoga procesa
- predsjednika Republike Hrvatske Zorana Milanovića prikazati u negativnu svjetlu s obzirom na njegove istupe unatrag nekoliko mjeseci u kojima poziva na ostvarenje jednakopravnoga predstavljanja Hrvata u tijelima vlasti u BiH

- onemogućiti Republiku Hrvatsku da ravnopravno s drugim čimbenicima međunarodne zajednice sudjeluju u nastojanjima za promjenom Izbornoga zakona i rješavanja još niza gorućih pitanja u BiH
- zločine nad Hrvatima u BiH koji su počinili Bošnjaci staviti u drugi plan ili izvan fokusa
- osvojiti što veći broj birača koji su za građansku BiH
- ostvariti građansku državu u kojoj bi došlo do dominacije jednoga konstitutivnog naroda nad druga dva konstitutivna naroda
- pretvoriti Federaciju BiH u bošnjački entitet
- raditi na izmjenama Daytonskoga mirovnoga sporazuma i u budućnosti na poništenju Republike Srpske
- ostvariti dominaciju nad čitavim područjem BiH
- iskoristiti medijski prostor za promicanje strategije izgradnje jednoga novog identiteta u BiH – „Bosnac“
- zamijeniti geografski pojam pojmom nacije
- diplomatskim metodama proizvesti vlastitu pobjedu unutar medijsko-informacijskoga prostora
- ekonomskim pritiscima domaćih tvrtki utjecati na političku i ekonomsku scenu u BiH
- iskoristiti nevine žrtve za postizanje vlastitih ciljeva koji su na štetu suprotstavljene strane itd.

Neke od posljedica nakon objave ove lažne vijesti unutar niza medija su sljedeće:

- verbalni sukob na liniji Hrvatska – BiH
- verbalni sukob na liniji Hrvati – Bošnjaci
- povlačenje međunarodne zajednice kada je u pitanju oštrina javnih istupa protiv bošnjačke politike koja onemogućava rješenje krize u BiH već dugi niz godina
- narušavanje diplomatskih odnosa BiH sa susjednom i nizom drugih država zbog loše diplomatske politike i politike koja se temelji na lažnim informacijama
- narušavanje ekonomskih odnosa između Hrvatske i BiH
- širenje velikoga broja dezinformacija i lažnih vijesti kao posljedica matrice dezinformacije
- iskorištavanje medijskoga prostora za podizanje tenzija među različitim javnostima, po-



- sebno između bošnjačke i hrvatske javnosti u BiH, ali i vanjskih javnosti
- podjele unutar različitih identiteta i njihovo dovođenje u sukob
  - odvlačenje pozornosti s mnogo važnijih i relevantnijih tema za BiH
  - uporaba medija kao sredstva rata za ostvarivanje političkih i vojnih prijetnja
  - iskorištavanje medijskoga utjecaja za osvajanja veće potpore biračkoga tijela na izborima u BiH
  - onemogućavanje Hrvatima u BiH i hrvatskomu političkomu vodstvu kvalitetnoga medijskoga predstavljanja
  - uskraćivanje javnoga medijskoga prostora Hrvatima u BiH i njihovim političkim i drugim čelnicima
  - dovođenje Republike Hrvatske u nezavidan položaj kada su u pitanju susjedski, ali i međunarodni odnosi
  - umanjivanje značenja uloge Republike Hrvatske i predsjednika Zorana Milanovića u procesu ostvarenja stabilne, jednakopravne i održive BiH...

Nakon pojave lažne vijesti o negiranju genocida iz Ureda predsjednika Milanovića opovrgli su ove navode. „To je laž, a laži ne želimo komentirati“, odgovoreno je Hini iz predsjednikova Ureda o navodnoj Milanovićevoj izjavi na sastanku Procesu Brdo-Brijuni u Brdu kod Kranja (<https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/milanovica-zbog-srebrenice-zasuli-uvredama-neki-mu-psovali-i-majku-predsjednikov-ured-to-je-laz-15247608>, 16. 9. 2022.; <https://vijesti.hrt.hr/svijet/bosnjaci-bijesni-na-milanovica-zbog-srebrenice-ali-pantovcak-sve-odbacuje-kao-laz-9568876>, 16. 9. 2022.). Ono što mora uključivati dobra dezinformacijska strategija koja želi dugoročno ostvariti velik broj svojih ciljeva jest: posjedovanje medija, kontrola nad njima i mogućnost širenja lažnih vijesti i dezinformacija koje za cilj imaju jasnu namjeru provedbe informacijskih strategija, uključenost osoba iz različitih područja s ciljem podržavanja lažne vijesti, namjera iskorištavanja lažne vijesti za niz drugih ciljeva, stvaranje štetnih posljedica u onim skupinama prema kojima je usmjeren dezinformacijska strategija, potpora javnosti (domaćih i vanjskih), manipulacija nad drugim

skupinama i državama, uključivanje drugih područja od ekonomije, kulture, diplomacije, vojske, medija, nevladinih udruga itd.

Na osnovi samo medijske analize lažne vijesti koja je objavljena u srbijanskim novinama *Danas*, možemo vidjeti nepostojanje osnovnih elemenata koji bi potkrijepili vjerodostojnost te vijesti ili mogućnost njezine provjere:

- inicijali autora X. Y. Z., bez navođenja punoga imena i prezimena autora
- nepostojanje službenih izvjava
- nepostojanje audio niti videozapisa
- „dobro obaviješteni izvori“ koji nisu navedeni, nego se vijest temelji na izmišljenoj priči rekla-kazala
- ovo nije bila tema sastanaka
- navođenje državnika i političara samo da bi se potkrijepilo lažnu vijest
- nepostojanje službenoga dokumenta zapisnika
- nenavođenje ove točke kao točke dnevnoga reda sastanaka ili nekoga od izvješća iz kojega je vidljivo postojanje ove točke

Lažna vijest koja je plasirana kroz list *Danas* za dezinformatora je postigla cilj. Uzburkala je duhove u regiji, pokazala je slabosti BH diplomacije, „zaoštrila“ je odnose između BiH i RH, javno mnijenje u dijelu Federacije BiH još više mrzi Milanovića, javno mnijenje u RH uočava nekompetentnost MVP BiH, a samim tim i nefunkcioniranje Bosne i Hercegovine, a sve po ustaljenu obrascu izjave nepoznatoga izvora, koji je ciljao na emotivni aspekt Bošnjaka. Ovomu se mora dodati spremnost ministricice Turković da ovoj lažnoj vijesti daje dodatni kredibilitet komentiranjem i upućivanjem prosvjedne note, a što je u službi kampanje za izbore, koji su biti nekoliko dana iza toga događaja, i homogenizacije svoga biračkoga tijela protiv „vanjskih“ neprijatelja, jer pokušaj homogenizacije protiv „unutarjnega“ neprijatelja nije dao očekivane rezultate.

## ZAKLJUČAK

Pojava lažnih vijesti unutar medijskoga prostora ima za cilj ostvariti utjecaj na prostor javnoga znanja i u njemu dominaciju vlastitoga javnoga znanja. Novi oblici medija, uz niz mogućnosti koje nude različitim javnostima, širenjem različitih vidova informacija (dezinformacija, pogrešnih informacija, lažnih vijesti) utječu na to kako ljudi doživljavaju stvarnost. Lažna vijest o negiranju genocida u Srebrenici objavljena u srpskim novinama *Danas* iskorištena je od dijela bošnjačkih političara i ugrađena je u medijski prostor BiH, ali i okolnih zemalja. Ova vijest pokazala se dijelom šire dezinformacijske strategije koja za cilj ima prikazati hrvatske političare u BiH, ali i u Republici Hrvatskoj, u negativnu svjetlu, kao rušitelje i neprijatelje BiH, a istovremeno tijekom predizborne kampanje u BiH okrupniti i homogenizirati svoje biračko tijelo borbom protiv novopronađenoga „vanjskoga neprijatelja“.

Lažna vijest, bez obzira na to s kojom namjerom je nastala, iskorištena je u točno određenom razdoblju s mogućnošću ostvarenja različitih ciljeva i proizvedeći dalekosežne posljedice ne samo na medijski nego i na diplomatski, politički, kulturni i vjerski prostor u BiH i okolici.

Mediji su iskorišteni kao jak alat utjecaja, ali i konstruiranja neke nove nepostojeće stvarnosti kroz prikaz, preuzimanje i širenje lažne vijesti. U istraživačkome dijelu rada i analizi dijela medijskoga prostora dokazala se glavna hipoteza rada: *Lažne vijesti uporabljaju se kao dio šire dezinformacijske strategije sa svrhom ostvarivanja vlastitih interesa i s ciljem uspostavljanja dominacije u prostoru javnoga znanja.*

Kreiranje i širenje lažnih vijesti uz pomoć raznih vrsta medija kao komunikacijskih kanala, a s ciljem nametanja dominacije u prostoru javnoga znanja, dovodi medije u središte društveno-političkih događanja. Mediji postaju element koji može donijeti ključnu prevagu u određenim razdobljima kada je u pitanju zadobivanje potpore točno određene javnosti ili mnoštva različitih javnosti zbog opravdanja svoga djelovanja.

## LITERATURA

- Đukić, M. (2019). Odgovor Europske unije na problem lažnih vijesti – regulatorni okvir u nastanku, u: *Vjerodostojnost medija: doba lažnih informacija*, Tuzla, Filozofski fakultet Sveučilišta u Tuzli, 19– 38.
- Gelfert, A. (2018). Fake News: Definition, u: *Informal Logic*, 1(38), 84-117.
- Kovačić, S. (2021). *Online novinarstvo, Služenje javnosti ili podilaženje publici*, Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada – Sveučilište u Mostaru.
- Lilleker, D. (2017). *Evidence to the Culture, Media and Sport Committee: 'Fake news' inquiry presented by the Faculty for Media & Communication*, Bournemouth: Bournemouth University.
- Marić, S., Skoko, I. (2016). Korpus javnoga znanja u suvremenom dobu, u: *Suvremena pitanja*, Mostar, (11) 21., 164-182.
- Šušnjić Đ. (1995). *Ribari ljudskih duša*, Beograd: Čigoga štampa.
- Tomić, Z. (2023). *Enciklopedijski rječnik Odnosa s javnošću*, Zagreb – Mostar – Sarajevo: Synopsis, Pressum.
- Tudman, M. (2008). *Informacijsko ratište i informacijska znanost*, Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Tudman, M. (2012). *Programiranje istine*, Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Vasilj, M. (2022). *Novinarski žanrovi, forme u eri postistine i digitalnih medija*, Zagreb – Sarajevo – Mostar: Synopsis, Pressum, Plejada.
- Volkov V. (2001). *Dezinformacija od trojanskog konja do interneta*, Beograd – Lausanne: Naš dom – L'Age d' Homme.
- Žlof, K., Herljević, Z., Hadžić, S. (2014). Predodžbe novinara o važnosti društvenih mreža u proizvodnji medijskih sadržaja“, u *Media, culture and public relations* 1(5), 17-29.
- <https://ba.n1info.com/vijesti/islamska-zajednica-u-bih-ostro-osudila-milanovicevo-negiranje-genocida/> (14. 10. 2022.)
- <https://ba.n1info.com/vijesti/ozbiljna-zabrinutost-slao-bi-hrvatske-trupe-u-bih-a-negira-genocid-2/> (20. 9. 2022.)
- <https://ekran.ba/?p=12876> (1. 10. 2022.)
- <https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/igk-pisao-europskoj-komesarki-za-ljudska-prava-milanovic-kontinuirano-negira-genocid-u-srebrenici/469447> (23. 9. 2022.)

- <https://twitter.com/suljagicemir1> (12. 10. 2022.)
- <https://www.danas.rs/svet/region/milanovic-na-rad-nom-rucku-samita-brdo-brioni-u-srebrenici-nije-bio-genocid/> (5. 10. 2022.)
- <https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/milanovica-zbog-srebrenice-zasuli-uvredama-neki-mu-psovali-i-majku-predsjednikov-ured-to-je-laz-15247608> (25. 9. 2022.)
- <https://www.lemkininstitute.com/single-post/ohr-rea-govao-na-milanovi%C4%87evo-negiranje-genocida-u-srebrenici-%C4%8Dinjenice-su-jasne> (13. 10. 2022.)
- <https://www.oslobodjenje.ba/vijesti/bih/armin-hodzic-predsjednik-bnv-hrvatske-po-milanovicu-bosnjaci-su-dobri-samo-za-baustel-i-pravljenje-cevapa-on-ima-urodene-predrasude-prema-ovom-narodu-713864> (30. 9. 2022.)
- <https://www.oslobodjenje.ba/vijesti/bih/zbog-milanovicevog-negiranja-genocida-vodeci-distributer-proizvoda-sa-balkana-u-eu-sa-svojih-polica-povlaci-hrvatske-proizvode-792896> (17. 9. 2022.)
- <https://www.slobodnaevropa.org/a/zoran-milano-vic-demars-genocid-srebrenica-/32033644.htm> (16. 10. 2022.)

**FAKE NEWS AS PART OF (DIS)INFORMATION STRATEGY  
TO INFLUENCE ON PUBLIC KNOWLEDGE****ABSTRACT**

Modern society, or the information age, is affected by a number of different challenges, and one of them is the phenomenon of fake news - fake news that floods the media and the entire information space. Fake news can be presented as a method of manipulating the public through the rational and emotional spheres. Information technology development, the emergence of new media, a number of social networks, and different video channels have led to the spread of a large amount of misinformation and fake news. In this paper, we will show the use of the media to influence public knowledge through the spread of fake news, which is part of a deliberate disinformation strategy. By disseminating different types of information, from disinformation, fake news, and wrong information, the media influence the rational and emotional part of the public, which leads to changes in opinions and attitudes. As a complex and divided society, Bosnia and Herzegovina does not have a single media space, and its disjointed media space (mostly online media) is subject to the spread of a lot of misinformation and fake news. The paper aims to show the influence of the media on the area of public knowledge through the use of various-shaped information to achieve disinformation influence and through the use of fake news to realize various forms of interest of certain political groups. The fight against various types of information as a broader area of (dis)information strategy is continuous, which aims to reveal the intentions of the implementers of information strategies and the discovery of fake news, which is only one part of a long-term misleading strategy. All members of society must have basic knowledge in recognizing information that is not in the service of factual information but in the service of pseudo-truth that tries to overcome the truth and expand the scope of fake news.

**Keywords:** fake news, (dis)information strategy, public knowledge, media influence, BiH