

Udruženje za političke nauke Srbije
Univerzitet u Beogradu
Fakultet političkih nauka

GRAĐANI U DOBA DEZINFORMACIJA

CITIZENS IN THE AGE OF DISINFORMATION

ZBORNİK RADOVA

Urednica/Editor

Aleksandra Krstić



Zbornik radova sa redovne međunarodne konferencije Udruženja za političke nauke Srbije održane 25–26.09.2021. u Beogradu

The 2021 Serbian Political Science Association Annual Conference Proceedings



УПНС

УДРУЖЕЊЕ ЗА
ПОЛИТИЧКЕ НАУКЕ СРБИЈЕ
The Serbian Political Science
Association



ФАКУЛТЕТ
ПОЛИТИЧКИХ
НАУКА

GRAĐANI U DOBA DEZINFORMACIJA

CITIZENS IN THE AGE OF DISINFORMATION

Udruženje za političke nauke Srbije
Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka

Urednica
Aleksandra Krstić

GRAĐANI U DOBA DEZINFORMACIJA

Citizens in the Age
of Disinformation

ZBORNİK RADOVA

sa redovne međunarodne konferencije
Udruženja za političke nauke Srbije
održane 25–26. 09. 2021. u Beogradu

The 2021 Serbian Political Science Association
Annual Conference Proceedings
Held on September 25–26, 2021 in Belgrade

Beograd, 2021.

IZDAVAČI:

Udruženje za političke nauke Srbije
Beograd, Jove Ilića 165

Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka
Beograd, Jove Ilića 165

ZA IZDAVAČE:

Dušan Pavlović
Dragan R. Simić

UREDNIKA:

Aleksandra Krstić, Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka

DIZAJN KORICA:

Milan Smuđa

PRELOM:

Olivera Tešanović

LEKTURA I KOREKTURA:

Olivera Veličković

RECENZENTI:

Dušan Pavlović, Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka
Dušan Spasojević, Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka

INTERNATIONAL SELECTION COMMITTEE / MEĐUNARODNI NAUČNI ODBOR

Lejla Turčilo (University of Sarajevo, Bosnia and Herzegovina), Igor Vobič (University of Ljubljana, Slovenia), Jelena Kleut (University of Novi Sad, Serbia), Agnieszka Stepińska (Adam Mickiewicz University, Poland), Marijana Grbeša (University of Zagreb, Croatia), Aleksandra Krstić (University of Belgrade, Serbia)

TIRAŽ:

100 primeraka

ISBN:

978-86-6425-094-8

PRIPREMA I ŠTAMPA:

Čigoja štampa, Beograd
office@cigoja.com
www.cigoja.com

SADRŽAJ

Milica Kulić Dezinformacije u polarizovanom okruženju: medijska slika Srbije	7
Čedomir Markov Kada kažeš „lažna vest” na šta tačno misliš? Kvalitativna analiza upotrebe izraza „lažna vest” u medijskom izveštavanju u Srbiji	27
Dalibor Petrović Miloš Bešić Vesti kojima se (ne)veruje: informisanje u doba epidemije COVID-19 u Srbiji	47
Slaviša Orlović Politika i demokratija u vreme dezinformacija	69
Jasminka Simić Nove informacione tehnologije: svet bez granica ili ograničenje demokratije	89
Snežana Đorđević Digitalizacija koja podržava participativnu demokratiju i održivi razvoj	107
Veran Stančetić Mogućnosti za objektivno sagledavanje učinka vlasti u doba dezinformacija	127
Marko Simendić Righteous murder as a leap of faith: John of Salisbury on tyrannicide	145
Tonči Kursar Ana Matan Politika i istina, ili što je sve doživjelo kraj 1989?	155
Leon Cvrtila Politika istine između post-istine i Hanne Arendt	169

Čedomir Markov¹

Nezavisni istraživač

Kada kažeš „lažna vest” na šta tačno misliš? Kvalitativna analiza upotrebe izraza „lažna vest” u medijskom izveštavanju u Srbiji

SAŽETAK

Cilj ove studije bio je da ponudi dubinski uvid u kontekst koji okružuje upotrebu pojma lažna vest u medijskom izveštavanju u Srbiji. Na osnovu kvalitativne analize sadržaja ($N = 300$) identifikovane su tri teme koje opisuju karakteristike medijskog diskursa o lažnim vestima. Prva je problematizacija fenomena lažnih vesti kroz definisanje problema, traženje uzroka, razmatranje posledica i/ili predlaganje mera u borbi protiv lažnih vesti. Druga vrsta upotrebe upućuje na instrumentalizaciju ovog izraza u političke svrhe. Treća tema nazvana je normalizacijom diskursa o lažnim vestima i označava usputnu upotrebu ovog izraza kao pomodne fraze u različitim kontekstima.

KLJUČNE REČI: lažna vest, dezinformacija, izveštavanje, analiza sadržaja

1 Kontakt: cedomir@korea.ac.kr

1. UVOD

Popularnost izraza lažna vest ukazuje na nekoliko važnih problema demokracije u digitalnom informacionom okruženju. Najvažniji među njima odnosi se na poreklo, prisustvo i ulogu dezinformacija u javnom informisanju i njihov potencijal da remete demokratske procese. Drugi problem se tiče krize legitimiteta tradicionalnih medija, koji nemaju više monopol u javnom informisanju, niti na osnovu tehnoloških i strukturnih okolnosti, ni na osnovu poverenja javnosti. Još jedan važan problem koji se prepoznaje u debatama o lažnim vestima tiče se deficita kritičkih kapaciteta digitalnih publika (Egelhofer, Aaldering, Eberl, Galyga, Lecheler 2020).

Međutim, postoje autori koji smatraju da prekomerna upotreba izraza lažna vest više otežava nego što doprinosi razumevanju ovakvih problema. Najčešća zamerka je da se isti izraz koristi proizvoljno da označi različite oblike dezinformacija kao što su propaganda, glasine, senzacionalistički (klikbejt) naslovi, pa čak i nenamerne novinarske greške. Precizno razumevanje ovog pojma dodatno otežava to što politički lideri širom sveta etiketom lažna vest pokušavaju da diskredituju medije koji kritički izveštavaju o njima (Funke 2018).

Da bismo bolje razumeli ulogu javnog diskursa o lažnim vestima u savremenim debatama o novinarstvu i politici u digitalnom okruženju, potrebno je prvo da precizno opišemo karakteristike tog diskursa. Dosadašnja akademska literatura pretežno se bavila konceptualizacijom, identifikovanjem, ispitivanjem dometa i efekata lažnih vesti (Allcott, Gentzkow 2017; Bastick 2021). U nedavno objavljenim studijama istaknuta je potreba da se više pažnje u istraživanjima posveti analizi medijskog diskursa o lažnim vestima (Tandoc, Jenkins, Craft 2019), posebno u društvima izvan Zapadne Evrope i Severne Amerike (Egelhofer, Lecheler 2019). Zbog toga je ova studija dizajnirana da analizira kako mediji u Srbiji upotrebljavaju izraz lažna vest u svom izveštavanju.

Odluka da u središtu analize bude medijski diskurs o lažnim vestima vezana je za centralnu ulogu medija u različitim debatama o lažnim vestima. Prvo, dok normativne teorije prepoznaju procese novinarske selekcije i verifikacije informacija kao branu lažnim vestima, mnogo je primera u kojima tradicionalni mediji učestvuju u proizvodnji ili prenošenju lažnih vesti (Tsfati et al. 2020). Zbog toga je važno ispitati u kojoj meri mediji koriste popularizaciju diskursa o lažnim vestima kao povod za refleksiju o profesionalnim i etičkim standardima u izveštavanju. Drugo, rutinsko etiketiranje medija kao proizvođača lažnih vesti negativno utiče na percepcije javnosti o medijima i profesionalnom novinarstvu (Van Duyn, Collier 2019). Važno je da razumemo koliko je ovakva retorika prisutna u domaćem kontekstu i kako se mediji pozicioniraju u odnosu na nju. Na kraju, mediji takođe predstavljaju važan javni prostor za debatu o lažnim vestima. Nedavno istraživanje pokazuje da publika u Srbiji prepoznaje prisustvo lažnih vesti kao najveći problem u javnom informisanju (CeSID, IREX 2019). Međutim, s obzirom na izraženu polisemičnost izraza lažna vest,

medijski diskurs mogao bi da ima značajan uticaj na to kako publika interpretira ovaj problem.

2. PREGLED LITERATURE

2.1. Akademska određenja pojma lažna vest

Iako izraz lažna vest nije nov, njegova popularizacija se najčešće vezuje za kampanju za predsedničke izbore u SAD 2016. godine. Pre toga, pojam lažna vest je uglavnom korišćen u istraživanjima tzv. političko-zabavnih programa, naročito političke satire, čiji su najpoznatiji primeri u u literaturi televizijske emisije *The Daily Show* i *The Colbert Report*. Osim toga, istraživači su sporadično koristili ovaj pojam da označe i druge oblike komunikacije kao što su propaganda, saopštenja za štampu ili ekstremno pristrasno izveštavanje (Egelhofer, Lecheler 2019).

Kako je izraz lažna vest postajao sve zastupljeniji u javnom diskursu raslo je i interesovanje istraživača da preciznije definišu fenomen lažnih vesti. Iako i dalje postoje brojne nesuglasice, dve definicije ističu se kao dominantne: lažna vest kao pseudonovinarski žanr i lažna vest kao etiketa.

2.1.1. Lažna vest kao pseudonovinarski žanr

Savremena literatura prepoznaje tri određujuća elementa lažnih vesti kao pseudonovinarskog žanra. Prvo, sadržaj lažnih vesti je činjenično manjkav (low in facticity), što znači da su informacije iznete u lažnim vestima u potpunosti ili delimično u suprotnosti sa utvrđenim činjenicama (Egelhofer et al. 2020). Prema tome, politički pristrasno i senzacionalističko izveštavanje mogu biti ali nisu nužno lažne vesti.

Drugo, lažna vest je kreirana sa namerom da se obmane publika radi ostvarenja određenih finansijskih i/ili političkih interesa. Za razumevanje savremenih akademskih određenja lažne vesti važna je razlika koju međunarodna literatura pravi između pojmova *misinformation* i *disinformation*. I jedno i drugo predstavljaju netačne informacije, ali se samo za dezinformacije (*disinformation*) vezuje namera da se obmane publika, što je slučaj i sa lažnim vestima (Freelon, Wells 2020). Ovakvo određenje lažne vesti isključuje netačan novinski izveštaj u kojem je napravljena nenamerna novinarska greška.

Treće, lažna vest imitira novinarsku formu u prezentaciji. Tvorci lažnih vesti na taj način pokušavaju da obmanu publiku stvarajući utisak da novinarski autoritet stoji iza dezinformacije koju plasiraju. Na primer, tako su kreirani čitavi portali namenjeni isključivo plasmanu lažnih vesti. Društveni mediji mogu da se koriste na sličan način kada se imena naloga tendenciozno prave da publici deluju kao legitimni novinarski izvori (Egelhofer et al. 2020).

2.1.2. Lažna vest kao etiketa

Otkada je bivši američki predsjednik Donald Tramp počeo da koristi ovaj izraz da se obračuna sa medijima koji kritički izveštavaju o njemu, političke elite širom sveta preuzele su istu retoriku da bi kritikovale medije (Farhall, Carson, Wright, Gibbons, Lukamto 2019). Ovakvom upotrebom politizuje se značenje koje izraz lažne vesti ima u savremenom diskursu. Optužiti nekoga da je proizvođač lažnih vesti znači optužiti ga da podriva principe demokratskog procesa i eksploatiše ranjivosti publike zarad svojih interesa.

Profesionalno novinarstvo bi trebalo da predstavlja antitezu lažnim vestima poštovanjem uspostavljenih etičkih i profesionalnih normi, kao što su posvećenost javnom interesu i rigorozna provera informacija. Međutim, publike širom sveta već dugo dovode u pitanje ovakve normativne pretpostavke profesionalnog novinarstva. U uslovima sve veće koncentracije vlasništva, ekonomije pažnje i logike digitalnog kapitalizma, sve više se dovodi u pitanje da li je ostvarenje profesionalnih normi, kao što je objektivnost, uopšte moguće (Ball, Enjeti 2020). Zbog toga je Trampovo etiketiranje mejnstrim medija kao lažnih vesti bilo toliko učinkovito. Ova kratka fraza odražava ono što su mnogi već mislili o mejnstrim medijima – da se oni pretvaraju da brinu o interesima javnosti dok im je jedini cilj da ostvare svoje i interese svojih finansijera.

2.2. Javni diskurs o lažnim vestima

Autori nekoliko nedavnih studija analizirali su šta popularizacija izraza lažna vest u javnom diskursu znači za debate koje se vode o novinarstvu i demokratiji u digitalnom okruženju. Na primer, skorašnja studija (Egelhofer et al. 2020) našla je da su austrijski mediji između 2015. i 2018. godine o lažnim vestima pretežno izveštavali kao o važnom društvenom problemu. U ovakvim tekstovima mediji su objašnjavali publici šta su lažne vesti, kako nastaju, u čemu je njihova opasnost ili kako publika može da se zaštiti od njih. Međutim, sa porastom popularnosti ovog izraza, autori su pronašli da se u medijima lažna vest sve češće koristi kao isprazna pomodna fraza da označi bilo koju vrstu navodne neistine. Autori su ovakvu upotrebu označili kao normalizaciju diskursa o lažnim vestima i upozorili da, ukoliko se nastavi, izraz lažna vest može izgubiti potencijal da mobilise pažnju publike i ukaže na poremećaje u javnoj sferi.

Druga studija (Tandoc et al. 2019) ispitala je da li se proliferacija diskursa o lažnim vestima tretira kao *kritički incident* za novinarstvo u američkoj dnevnoj štampi. Kritički incident se odnosi na važne događaje i pojave koje novinarstvu pružaju povod za kritičku refleksiju, preispitivanje profesionalnih normi i razgraničenje novinarstva od drugih delatnosti. Analiza diskursa u ovoj studiji je pokazala da uredništva dnevnih novina u SAD opisuju lažne vesti kao nov problem koji je nastao kao rezultat ekstremne političke polarizacije, dizajna društvenih mreža i karakteristika savremenih digitalnih publika. Autori su

zaključili da američki mediji ne preuzimaju odgovornost za aktuelne probleme u javnom informisanju, a da svoju ulogu u njihovom rešavanju vide isključivo u insistiranju na utemeljenim profesionalnim i etičkim normama poput objektivnosti.

Iako sve opisane studije uglavnom naglašavaju višestruka značenja pojma lažna vest, Farkaš i Šu (Farkas, Schou 2018) smatraju da se ne radi o organskoj polisemičnosti. Oslanjajući se na teorije diskursa, ovi autori posmatraju lažnu vest kao *plutajući označivač* (floating signifier) i analiziraju koji sve politički projekti ga koriste u borbi za prevlast nad definisanjem stvarnosti u američkoj i britanskoj štampi. Prva grupa koju opisuju su kritičari digitalnog kapitalizma koji pojavu lažnih vesti opisuju kao proizvod ekonomskih podsticaja proizvodnji digitalnih sadržaja. U ovom kontekstu, lažne vesti se razumeju kao neizbežan proizvod okruženja u kojem je stvaranje kontroverze najefikasniji način da se mobiliše pažnja i generiše prihod. Druga grupa izraz lažne vesti rezerviše za desničarske medije kao deo napora da se diskredituju konzervativni mediji i politika. Kao politički odgovor tome, treća grupa izraz lažna vest usmerava protiv liberalnih mejnstrim medija nastavlajući partijsku orijentaciju u borbi za definisanjem činjenica.

Pregled literature ukazuje na to da je značenje lažnih vesti i dalje nestabilno i u akademskom i u javnom diskursu. Iako su primetni pokušaji unapređenja preciznosti u akademskim definicijama, teško je ignorisati nerešene izazove u vidu nejasnih konceptualnih granica između lažnih vesti i drugih oblika dezinformacija. Sa druge strane, dubinske analize ukazuju na to da je instrumentalizacija pojma lažnih vesti mnogo rasprostranjeniji fenomen nego što se prepoznaje u narativima koji svode ovaj oblik upotrebe na nekoliko lidera sa autokratskim tendencijama (Flew 2019). Ipak, postojeći teorijski okvir uz navedena ograničenja nudi analitičke smernice za razumevanje diskursa o lažnim vestima. U zavisnosti od toga da li se izraz lažna vest koristi kao žanr, etiketa ili pomodna fraza, naglasak u debati može biti na demokratskim izazovima u digitalnom informacionom okruženju, ulozi medija u društvenim podelama ili na opštoj relativizaciji istine. Da bismo razumeli kako se ova diskusija manifestuje u domaćem kontekstu i na koje tenzije u javnoj sferi upućuje, istraživačko pitanje na koje ova studija pokušava da odgovori je kako mediji u Srbiji koriste izraz lažna vest u svom izveštavanju.

3. METODOLOGIJA

Postojeća literatura ne nudi standardizovani instrument koji odgovara potrebama ove eksplorativne studije. U takvim okolnostima, kvalitativna analiza sadržaja predstavlja najadekvatniji istraživački metod za identifikovanje i preliminarnu analizu relevantnih kategorija koje opisuju upotrebu izraza lažna vest u domaćim medijima. Kvalitativna analiza sadržaja omogućuje klasifikaciju

velike količine teksta induktivnim putem i procesom otvorenog kodiranja (Vaismoradi, Turunen, Bondas 2013).

3.1. Uzorkovanje

U studiji je korišćen namenski (teorijski) uzorak sa ciljem da obuhvati raznovrsnost uređivačkih politika i novinarskih stilova medija u Srbiji. Portali vesti su odabrani za analizu jer je na internetu veća raznovrsnost prema zadatim kriterijumima u odnosu na druge tipove medija kao što su dnevna štampa ili televizija (IREX 2019).

U prvoj fazi uzorkovanja identifikovani su sajtovi vesti sa liste od 100 najposećenijih sajtova u Srbiji. Tako je sastavljena preliminarna lista od 25 sajtova vesti, koja je u narednom koraku skraćena na 10 medija koji odražavaju razlike koje je analiza trebalo da obuhvati (Tabela 1). Nakon što je napravljen konačan odabir medija, na svakom od njih obavljena je pretraga članaka koji sadrže reči „lažna vest” ili „lažne vesti” i objavljeni su između 2016. i 2021. godine. Ovakva pretraga je proizvela korpus od 961 članka. U konačnoj fazi uzorkovanja nasumice je odabrano po 30 članaka iz svakog odabranog medija, čime je postignut uzorak od 300 članaka.

Tabela 1. Lista uzorkovanih medija

Naziv medija	Rang na Gemius listi	Ukupan broj tekstova
<i>Blic.rs</i>	1	149
<i>Mondo.rs</i>	2	95
<i>Kurir.rs</i>	3	119
<i>Telegraf.rs</i>	4	209
<i>Nova.rs</i>	7	30
<i>N1info.rs</i>	8	87
<i>Danas.rs</i>	14	141
<i>Rts.rs</i>	21	56
<i>021.rs</i>	26	32
<i>Politika.rs</i>	42	44

Napomena. Rang na Gemius listi se odnosi na podatke za jun 2021. godine (izvor: <https://rating.gemius.com/rs/tree/32>). Ukupan broj tekstova odnosi se na sve tekstove koji su pronađeni pretragom ključnih reči „lažna vest” ili „lažne vesti”. U analizi je korišćeno po 30 nasumice odabranih tekstova iz svakog medija (N = 300).

3.2. Procedura kodiranja

Jedinica analize u ovoj studiji bila je članak, a kodiranje je obavio autor. Preliminarna lista pitanja korišćena u proceduri otvorenog kodiranja formulisana je na osnovu nalaza prethodnih istraživanja. Ova lista je dopunjena dodatnim pitanjima koja su se istakla kao važna tokom kodiranja (Tabela 2).

Prvi zadatak bio je odrediti da li se izraz lažna vest u posmatranom tekstu koristi kao žanr ili etiketa (ili oba). Kada se u tekstu izveštava o nekom specifičnom primeru ili o fenomenu lažnih vesti uopšte, uz referisanje na određujuće kategorije (sadržaj, namera i forma), moguće uzroke, posledice i/ili rešenja, zabeleženo je da je izraz lažna vest upotrebljen da označi pseudonovinarski žanr za namerno plasiranje dezinformacija. Kada je izraz lažna vest upotrebljen da se diskredituje protivnik i/ili da se demantuje navodna dezinformacija u širem smislu ovakva upotreba klasifikovana je kao etiketa.

Tabela 2. Pitanja korišćena u proceduri otvorenog kodiranja

Kada je izraz lažna vest upotrebljen kao pseudonovinarski žanr:

- *Da li postoji (i koja je) eksplicitna definicija lažnih vesti?*
- *Kako se u tekstu referiše na tri definišuća elementa lažnih vesti u akademskim definicijama: sadržaj, nameru i formu?*
- *Da li se u tekstu radi o specifičnoj lažnoj vesti ili o fenomenu lažnih vesti uopšte?*

Ako se radi o specifičnoj lažnoj vesti:

- *Koja je tema lažne vesti o kojoj se izveštava?*
- *Ko su akteri koji govore o lažnim vestima?*
- *Da li i ko se navodi kao kreator lažne vesti?*
- *Da li je i kako opisan proces verifikacije navodne lažne vesti?*

Ako se radi o fenomenu lažnih vesti uopšte:

- *Ko su akteri koji govore o lažnim vestima?*
- *Da li i kako se definiše uzrok problema lažnih vesti?*
- *Da li se navode i koje su posledice problema lažnih vesti?*
- *Da li i kako se definišu mere koje treba preduzeti u borbi protiv lažnih vesti?*

Kada je izraz lažna vest upotrebljen kao etiketa u širem smislu:

- *Ko upotrebljava etiketu lažna vest?*
 - *Da li je izraz lažna vest upotrebljen da se diskredituje konkretan protivnik (koji)?*
 - *Na šta se izraz lažna vest odnosi?*
 - *Za koju temu je vezana upotreba etikete lažna vest?*
 - *Da li se i šta nudi kao verifikacija lažne vesti?*
-

3.3. Analitička strategija

Tehnika iterativnog tematskog kodiranja (Vaismoradi et al. 2013) je korišćena kako bi se u ovako dobijenim podacima identifikovali obrasci (ili teme) od

važnosti za istraživačko pitanje. U skladu sa kvalitativnim, induktivnim i eksplorativnim pristupom ove studije, primat u analizi dat je podacima. Kodirani materijal je u početku grupisan u srodne kategorije, a u nastavku analize identifikovane kategorije su poređene sa nalazima u literaturi kako bi podaci bili smešteni u precizniji konceptualni okvir.

4. REZULTATI

Identifikovane su tri teme ključne za razumevanje medijskog diskursa o lažnim vestima. U skladu sa postojećom literaturom nazvane su problematizacija, politizacija i normalizacija diskursa o lažnim vestima.

4.1. Problematizacija fenomena lažne vesti u medijskom diskursu

U analiziranim tekstovima lažne vesti su najčešće tretirane eksplicitno ili implicitno kao društveni problem koji predstavlja opasnost za publiku. O problemu lažnih vesti se govori u izveštajima o konkretnim opovrgnutim lažnim vestima ili u analitičkim tekstovima o fenomenu lažnih vesti. Bez obzira na pristup, u tekstovima u kojima se problematizuje fenomen lažnih vesti prisutan je jedan ili više elemenata kao što su definisanje problema, traženje uzroka, razmatranje posledica i/ili predlaganje mera u borbi protiv lažnih vesti.

4.1.1. Definicija problema

Iako su eksplicitne definicije izuzetno retke, značenje lažnih vesti se nagoveštava referisanjem na tri elementa (sadržaj, forma i namera) koje akademske definicije ubrajaju u određujuće karakteristike lažnih vesti. U uzorkovanim tekstovima značenje lažnih vesti se najčešće poistovećuje sa njihovim sadržajem, koji se određuje kao dezinformacija, laž, lažna informacija, pogrešna informacija, neistina ili netačna tvrdnja. U ovom aspektu primetna su najmanja odstupanja od akademskih definicija.

O formi se u analiziranim tekstovima govori ređe nego o sadržaju i na nju se najčešće upućuje navodima o tome gde je objavljena lažna vest. U nekim slučajevima navodi se da su lažne vesti objavljene u tradicionalnim medijima, tabloidima i portalima vesti. Time se nagoveštava da su lažne vesti sastavni deo mejnstrim medijske ponude u domaćem kontekstu, a ne problem koji dolazi spolja, kako za američki kontekst tvrde urednici tamošnje štampe (Tandoc et al. 2019). U drugim slučajevima se navodi da su lažne vesti objavljene na društvenim mrežama. Na taj način, ne dovodi se u pitanje samo šta je lažna vest, već šta je vest uopšte (Robertson 2021). Institucionalno određenje vesti kao informativnog žanra u skladu sa profesionalnim i etičkim normama novinarstva

se time poistovećuje sa novostima koje bilo koje privatno lice može da objavi na društvenim mrežama.

Od sva tri elementa, namere sa kojima se lažne vesti kreiraju se najređe spominju. Kada se namere navode, one se najčešće opisuju u skladu sa akademskim definicijama – kao ostvarenje političkih i/ili ekonomskih interesa. Primer je izjava novinara Slaviše Lekića koju je 18. avgusta 2019. objavio *Danas.rs* („Dok je Vučić na vlasti, lažne vesti u medijima“):

Da se ne lažemo: ne lažu oni zato što im je laž u krvi, zato da bi prodali koji primerak više, zato da bi se nekom osvetili... Ne, oni lažu zato što je to profitabilno: redakcije koje najviše lažu na svojim naslovnim stranama ili u udarnim jutarnjim i specijalnim emisijama, na raznim konkursima za medije dobijaju najviše novca od države.

Međutim, u nekim tekstovima se navodi da lažna vest ne mora nužno da se zasniva na svesnoj nameri da se obmane javnost i kao primer se navode nedovoljno razumevanje teme ili greške u brzini. U tekstu objavljenom 24. decembra 2020. („Lažne vesti: Nećemo doći u trenutak da kažemo da je istina pobedila“) portal *O21.rs* prenosi izjavu novinara *Fejk njuz tragača* koji definiše lažne vesti kao „sve vrste lažnih informacija koje su namerno ili nenamerno plasirane u medijima“. Ovo je važno odstupanje od akademskih definicija koje zamaľuje razgraničenje lažnih vesti od drugih oblika dezinformacija.

4.1.2. Uzroci

Analize uzroka nastanka i/ili popularizacije lažnih vesti su izuzetno retke u uzorku. U nekim tekstovima se navodi da, iako lažne vesti nisu nov fenomen, digitalni mediji olakšavaju njihovu diseminaciju. Time se tehnologija prepoznaje kao faktor koji povećava vidljivost lažnih vesti, iako se ne problematizuje njena uloga u stvaranju lažnih vesti.

Politički uticaji i nedovoljna sloboda medija se u nekoliko tekstova navode kao primeri strukturnih faktora koji doprinose proliferaciji lažnih vesti. U ovakvim tekstovima se o proizvodnji lažnih vesti govori kao o važnoj informacionoj strategiji partija na vlasti, što ilustruje naslov članka objavljenog na portalu *Danas.rs*: „Dok je Vučić na vlasti, lažne vesti u medijima“.

U drugim slučajevima uspeh lažnih vesti se pripisuje karakteristikama publike, kao što su visok stepen nepoverenja u institucije i nedostatak obrazovanja. Takođe se spominju i neke stabilnije psihološke karakteristike, kao što su strah u neizvesnim situacijama ili tendencija za biranjem sadržaja koji potvrđuju pristrasnosti publike. Aleksander Dardeli iz Ajreksa govorio je o različitim grupama ljudi koje su podložnije lažnim vestima u tekstu objavljenom na portalu *Nova.rs* („IREX: U Srbiji se jedna lažna vest u proseku podeli 927 puta“) 24. maja 2020:

Jedna od njih je, na primer, nostalgичna (grupa) za jugoslovenskom prošlošću Srbije i njenim istorijskim vezama sa slovenskim svetom. Upravo je ta grupa najpodložnija dezinformacijama koje dolaze spolja, naročito Kremlja [...] Druga, možda šira grupa, je ona koja se koristi strahom i nezvesnošću zbog pandemije koronavirusa.

4.1.3. Posledice

Navodne posledice lažnih vesti su aspekt problematizacije koji je najčešće razmatran u tabloidima, ali po veoma pojednostavljenoj formuli. U takvim tekstovima se obično piše o opovrgnutoj „lažnoj vesti” u koju su prethodno poverovali publika i/ili drugi mediji. Nekoliko primera ilustruje ovu praksu:

Srpski ekstremisti NAMAGARČENI pričom o „smrti Grka koji je stopirao NATO bombe”. EVO KOGA SU ZAPRAVO OPLAKALI (*Blic.rs*, 20. avgust 2019)

ĆOSIĆ NOBELOVAC I SRBIN KOJI JE PREBIO AJKULU „Grk koji je zadužio Srbiju” samo je jedna u nizu LAŽNIH VESTI u koje su poverovale mase (*Blic.rs*, 31. avgust 2019)

Na Tviteru su se večeras pojavili i navodi da je Paulo Dibala drugi zaraženi fudbaler Juventusa posle Ruganija, ali za sada nema nikakve zvanične potvrde. Vest je objavio venecuelanski list El Nacional, a mnogi tvrde da im ne treba davati na značaju... Na kraju se tako i ispostavilo, s time da su se mnogi mediji „upecali” na ovu vest. (*Telegraf.rs*, 13. mart 2020)

Ozbiljniji mediji često su izveštavali o ponašanju koje je verovanje u istinitost sadržaja lažnih vesti proizvelo. Ovo je bio slučaj najčešće u kontekstu lažnih vesti o pandemiji korona virusa. Na primer, *Politika.rs* je 21. marta 2020. objavila tekst pod naslovom „Lažne vesti na društvenim mrežama napravile gužvu na pumpama”. Pet dana kasnije isti portal je izveštavao o vanrednim kupovinama i nestašicama namirnica kao o posledicama izazivanja panike lažnim vestima („Lažna vest da će Banjaluka biti blokirana izazvala paniku”).

Takođe, bilo je i izveštaja o ugrožavanju zdravlja i smrtnim slučajevima do kojih je došlo nakon primene opasnih saveta za borbu protiv korona virusa navedenih u lažnim vestima. U tekstu objavljenom 21. marta 2020. („Pandemija lažnih informacija i kako se boriti protiv njih”) *Rts.rs* navodi:

Koliko posledice loših informacija mogu biti ozbiljne najbolje ilustruje jeziv slučaj u Iranu, gde su 44 osobe preminule od trovanja krijumčarenim alkoholom u pokušaju da se izleče od Kovida-19.

4.1.4. Odgovornost za rešavanje (i predložene mere)

U analiziranim tekstovima često se razmatra odgovornost publike, tehnoloških korporacija, medija i države za rešavanje/ublažavanje problema lažnih vesti. O odgovornosti publike najčešće se diskutuje u kontekstu potrebe za unapređenjem kritičkih kapaciteta i medijske pismenosti. Ovakvi tekstovi češći su u ozbiljnijim medijima, a sagovornici su uglavnom medijski stručnjaci i edukatori. U jednom takvom tekstu *Rts.rs* prenosi savete portala *ScienceAlert*, koji je specijalizovan za vesti iz nauke („Pandemija lažnih informacija i kako se boriti protiv njih“). U ovom tekstu publici se savetuje da obrati pažnju na izvor poruke, iznošenje tvrdnji u obliku apsolutnih istina, nuđenje lakih rešenja za komplikovane probleme i preterano ohrabivanje deljenja vesti.

O odgovornosti profesionalnog novinarstva u borbi protiv lažnih vesti se u uzorkovanim tekstovima diskutuje na različite načine. U nekim slučajevima naglašava se važnost posvećenosti rigoroznim novinarskim procedurama verifikacije informacija u postojećim medijskim redakcijama. Tako urednik sajta *Rts.rs* Aleksandar Stanojević navodi kako je rutinski postupak verifikacije informacije od strane kredibilnog izvora sprečio *Rts.rs* da lažnu dojavu o smrti Ratka Mladića pretvori u lažnu vest („Jesmo li ispali glupi zbog vesti o Ratku Mladiću“).

Drugi, međutim, ističu značaj specijalizovanih organizacija za proveru činjenica (npr. *Istinomer*, *RasKRIKavanje*, *Fejk njuz tragač*). Pojedini mediji (*Nova.rs*, *Danas.rs*, *N1info.rs* i *O21.rs*) izveštavali su pozitivno o aktivnostima ovih organizacija i intervjuisali njihove novinare o temama vezanim za problem lažnih vesti (npr. „Fejk njuz tragač dodelio nagrade Pinokio za lažne vesti, Alo 'šampion'“, *N1info.rs*, 25. decembar 2018). Sa druge strane, rad domaćih organizacija za proveru činjenica skoro da se uopšte i ne spominje u uzorkovanim tekstovima u većini tabloida i nekim ozbiljnijim medijima (*Rts.rs* i *Politika.rs*). Izuzetak je pokušaj delegitimizacije ovih organizacija od strane portala *Kurir.rs* koji ih je optužio za dvostruke standarde. Povod za ovakve optužbe bilo je navodno neoglašavanje navedenih organizacija povodom tvrdnji *Kurira* da televizija *N1* proizvodi lažne vesti time što tvrdi da je politički pritisak razlog ukidanja TV *N1* iz ponude Telekomovog kablovskog operatera Supernova („DOKLE ČETE DA LAŽETE DA STE ZABRANJENI? N1 je šampion fejk njuza za 2020, ali nastavlja sa BESOMUČNOM KAMPANJOM!“).

U nekoliko analiziranih tekstova izveštavano je o aktivnostima tehnoloških kompanija u borbi protiv lažnih vesti. Najčešće se u tim slučajevima radi o doslovnom prenošenju saopštenja za javnost ovih kompanija bez novinarske intervencije (npr. „Fejsbuk šalje lična upozorenja na lažne vesti o koroni“, *Nova.rs*, 16. april 2020). Samim tim, o ovim aktivnostima se izveštava povoljno i odgovornost kompanija za problem lažnih vesti nije dublje problematizovana. Redak izuzetak predstavlja tekst objavljen na *Rts.rs* 21. aprila 2020, u kojem odgovornost ovih kompanija analizira Đorđe Krivokapić iz ŠER fondacije („Može li tehnologija da prepozna šta je lažna vest“).

Narativ o ulozi države u borbi protiv lažnih vesti nije bio jedinstven. Neki mediji su prenosili vesti iz inostranstva o uvođenju novih zakona protiv lažnih vesti i/ili o sprovođenju mera na osnovu ovih zakona (npr. „Rusija uvodi pet godina zatvora za lažne vesti o koronavirusu”, *N1.info.rs*, 31. mart 2020). U ovim izveštajima ton je najčešće bio neutralan bez navođenja jasnih argumenata u korist ili protiv zakonske regulative lažnih vesti. Neutralan ton bio je karakterističan i za izveštaje o domaćim državljanima koji su uhapšeni ili za kojima se tragalo pod sumnjom da su zbog kreiranja lažnih vesti izazivali paniku i nered (npr. „Stefanović: Lažna vest da se od srede uvodi 24-časovni karantin”, *Rts.rs*, 31. mart 2020). Redak slučaj je članak objavljen na portalu *Rts.rs* u kojem se afirmativno govori o pravnom regulisanju lažnih vesti:

Na put senzacionalizmu i lažima među prvima je stala Nemačka – do 50 miliona evra kažnjavaće onlajn medije koji takve sadržaje ne uklone. [...] Smajlovićeva kaže da neke lažne vesti moraju da se kažnjavaju i ističe da Amerikanci imaju prvi amandman – sloboda govora. 'Ali, čak i američki vrhovni sud će vam reći – ne možete vi u prepunom bioskopu da viknete – požar. Prvi amandman ne štiti tu vrstu slobode govora', rekla je Smajlovićeva. („Kako stati na put lažnim vestima”, *Rts.rs*, 10. maj 2017)

Međutim, bilo je i tekstova u kojima se kritički govorilo o zakonskom regulisanju lažnih vesti. Na primer, tekst objavljen 28. jula 2018. na portalu *O21.rs* u naslovu ističe ocenu Zorana Gavrilovića iz BIRODI-ja: „Osnivanje komisije za borbu protiv lažnih vesti 'pokušaj narkomana da izleči narkomana'”. O opasnosti i/ili neefikasnosti regulative u borbi protiv lažnih vesti govorili su i novinar Vukašin Obradović, novinar Branko Stanković i predstavnik OEBS-a za slobodu medija Arlem Dezir u tekstovima objavljenim na *N1info.rs* („Obradović: Lažne vesti posledica neznanja, ali i namere”) i *Danas.rs* („Stanković: Srbija živi u vremenu laži i obmana” i „OEBS pozdravio ukidanje uredbe RS o zabrani izazivanja panike i nereda”).

4.2. Politizacija diskursa o lažnim vestima

Druga tema koja je identifikovana u posmatranom uzorku odnosi se na instrumentalizaciju ovog izraza za demantovanje politički štetnih navoda (ne nužno vesti) i obračun sa političkim protivnicima. Osnovna pitanja u vezi sa ovakvom upotrebom izraza lažna vest jesu (1) ko koristi ovaj izraz, (2) protiv koga i (3) u kom kontekstu.

Instrumentalizacija termina lažna vest izvorno se vezuje za političare koji koriste ovaj izraz da diskredituju mejnstrim medije. Kao što je ranije bilo reči, najpoznatiji primer je Donald Tramp koji često koristi etiketu lažnih vesti protiv medija kao što su *Si-En-En*, *Njujork tajms* i *Vašington post*. Budući da Trampove antimedijske izjave privlače pažnju medija ne samo u SAD već širom

sveta (Egelhofer et al. 2020), ne iznenađuje da je to bio slučaj i u posmatranom uzorku (npr. „TO JE POTPUNO LAŽNA VEST: Tramp se oglasio o navodima Njujork tajmsa da nije plaćao porez“, *Kurir.rs*, 17. april 2020).

Zabeleženi su i slučajevi u kojima su domaći političari instrumentalizovali izraz lažna vest, ali je to retko bilo protiv profesionalnih medija. Jedan primer je predsednica Vlade Srbije Ana Brnabić koja je optužila N1 za proizvodnju lažnih vesti zbog navoda da postoji politička pozadina odluke da njihov kanal ne bude u ponudi Telekomovog kablovskog operatera:

N1: Šta je tu tačno politička kampanja, ako možete da mi, molim Vas, objasnite? I da li Vi smatrate da N1 ne treba da vide građani Srbije?

Brnabić: Ne, ja sam za #DaSeVidiN1. Ja samo kažem da ste vi napravili lažnu vest, FAKE NEWS, da je neko zabranio emitovanje N1 zbog slobode medija i zbog cenzure, to nije tačno i vi znate da to nije tačno. („Premijerka optužila N1 da proizvodi lažne vesti“, *N1info.rs*, 28. januar 2020)

Iako domaći političari nisu često koristili etiketu lažnih vesti protiv medija, koristili su je protiv drugih političkih aktera. Najčešće je u ovoj ulozi bila Ana Brnabić koja je za lažne vesti optužila savetnike kosovskog ministra spoljnih poslova i Karla Bilta:

Čudi me samo da lažne vesti šire savetnici tzv. šefa diplomatije u Prištini. („Zabrana ulaska na KiM: Ko LAŽE – Haradinaj ili Ziberaj?“ *Mondo.rs*, 5. jul 2019)

Hajde da pretpostavimo da širite lažne vesti kako biste poslali jaku političku poruku iz nedostatka informacija, a ne iz loše namere. Letelica je, takode, nosila i medicinsku opremu iz Kine, koju je kupila Srbija. Partneri iz Evropske unije su platili transport i mi to veoma cenimo. („Brnabić odgovorila Biltu: Širite lažne vesti“, *Nova.rs*, 27. mart 2020)

Političar koji se često pojavljivao sa obe strane instrumentalizacije izraza lažna vest je ministar spoljnih poslova Ivica Dačić. On je optužio političku opoziciju „koja ne dolazi samo iznutra“ za proizvodnju lažnih vesti („Dačić: Cilj lažnih vesti je destabilizacija Srbije“, *Danas.rs*, 16. jun 2018). Sa druge strane, Dačića su za proizvodnju lažnih vesti optužili Vlada Crne Gore („Dačić pitao zvaničnike u CG: Što NEMA SRBA na nekoj državnoj funkciji?“ *Mondo.rs*, 19. januar 2020) i Jetljir Ziberaj („Ziberaj: Laž je da je Gana povukla priznanje Kosova“, *Blic.rs*, 11. novembar 2019).

Slično Dačiću, i drugi domaći političari na vlasti optužili su opoziciju za proizvodnju lažnih vesti. Ministarka rudarstva i energetike Zorana Mihajlović optužila je potpredsednicu SSP-a Mariniku Tepić za proizvodnju lažnih vesti

zbog komentara u vezi sa reformisanjem EPS-a („Mihajlović ponovo odgovara Tepić: Širite lažne vesti”, *Nova.rs*, 18. decembar 2020). Ministar Nebojša Stefanović upotrebio je etiketu lažnih vesti protiv političkih neistomišljenika na društvenim mrežama zbog navoda o zaustavljanju autobusa kako bi putnici bili sprečeni da prisustvuju antivladinim protestima („STEFANOVIĆ DEMANTOVAO LAŽI ĐILASOVACA: Nijedan autobus nije zaustavljen, ne širite lažne vesti!”, *Kurir.rs*, 13. april 2019).

4.3. Normalizacija diskursa o lažnim vestima

U poslednjoj grupi analiziranih tekstova izraz lažna vest upotrebljen je kao pomodna fraza da označi različite oblike navodne neistine, da mobilize pažnju publike naglašavanjem da je informacija koja se saopštava istinita ili da ukaže na to da bi neka informacija mogla da bude lažna vest. U ovom kontekstu, izraz lažna vest se koristi usputno, veoma često samo jednom u tekstu. Takođe je karakteristično da teme u ovakvim tekstovima nisu nužno vezane za politička i društvena dešavanja, već i za druge oblasti kao što su zabava i sport.

Najčešći oblik normalizacije diskursa o lažnim vestima je kada se ovaj izraz upotrebi da bi se demantovala informacija bez obzira na formu (npr. glasina ili netačna tvrdnja). Primer se nalazi u izveštaju o terorističkom napadu u Beču objavljenom 2. novembra 2020. na portalu *Politika.rs* („Vest o navodnom uzimanju talaca u Beču je lažna”). U ovom tekstu lažnom vešću se naziva „spekulacija” i „lažna informacija” o navodnim otmicama za vreme terorističkih napada. Portal ne navodi nijedan detalj koji ukazuje na to da je dezinformacija plasirana ili deljena u formi lažne vesti, čime korišćenje ovog izraza ne doprinosi boljem razumevanju opisanih događaja. Naprotiv, ukoliko se radi o glasinu ili o pogrešnoj dojavi bez loše namere – što ne bi bilo iznenađujuće u opisanoj situaciji, upotreba izraza lažna vest mogla bi da navede čitaoce na zaključak da postoji skrivena namera iza takvih navoda:

Informacija o navodnoj otmici i uzimanju talaca, tokom terorističkog napada u centru Beča, bila je lažna vest, potvrđeno je austrijskoj televiziji Puls 24.

Posle pucnjave u centru Beča pojavila se spekulacija da je došlo do otmice u japanskom restoranu „Akakiko” u ulici Mariahilferstrase.

Televiziji „Puls 24” potvrđeno je da nije bilo uzimanja talaca i da se radilo o lažnoj informaciji, koju su proverili čuvari reda.

Ima slučajeva u kojima se izraz lažna vest koristi kada govornik želi da naglasi istinitost neke tvrdnje. Portal *Kurir.rs* objavio je 23. aprila 2018. izjavu Stenlija Zarefa, prijatelja Katarine Oksenberg, u vezi sa hapšenjem članova grupe Neksijum („ŠOKANTNI DETALJI O ZLOGLASNOJ SEKTI: Holivudska glumica seksualno zlostavljala srpsku princezu”). Zaref je nazvao članove

sekte „ludom grupom“, a da bi naglasio istinitost ili ozbiljnost ove tvrdnje dodao je „ovo nije lažna vest“. Na sličan način, portal *Blic.rs* upotrebljava izraz lažna vest u naslovu teksta o čečenskom dečaku koji je oborio svetski rekord u sklekovima u nizu:

NOVI GINISOV REKORD Ako vam 1.000 sklekova zvuči kao nemoguća misija, onda ćete za ono što je uradio ovaj dečak misliti da je LAŽNA VEST, ali nije (VIDEO)

Upotrebom izraza lažna vest ponekad se naglašava savremena epistemološka neizvesnost. Na primer, u nekim slučajevima izraz se koristi kada govornik nije siguran u istinitost informacije koju ima. Takve primere nalazimo u izjavi književnice Vesne Radusinović i u naslovu portala *Telegraf.rs*:

Do mene je stigla prava ili lažna vest da je Tabišević dečko s najvećim IQ u regionu. Odmah sam kupila njegovu knjigu da vidim o čemu se radi. („VESNA RADUSINOVIĆ ISKRENO O NOVOM ROMANU I SUPRUGU: Napravila sam čoveka od Marića, bio je socijalni slučaj! Plašio se da sam u knjizi razglasila naše porodične tajne!“), *Kurir.rs*, 7. februar 2019)

Šta se krije iza Bajdenovog navodnog dokumenta o KiM: Novi pritisak na Beograd ili lažna vest? (*Telegraf.rs*, 20. oktobar 2020)

U drugim slučajevima izraz lažna vest se koristi kada govornik želi da istakne da je tačna informacija neprijatna. Ovakvu upotrebu nalazimo u naslovu teksta objavljenog 22. januara 2021. na portalu *Nova.rs*: „Vidaković o smrti Mire Furlan: Nadao sam se da je lažna vest“. Na sličan način o smrti Muhameda Alija pisao je novinar Aleksandar Apostolovski:

Upravo zato što pamtim te slike sa starog televizora, verujem da je vest o Alijevoj smrti lažna. Zato što Muhamed Ali ne može da umre. („Šta nam je značio Muhamed Ali“, *Politika.rs*, 4. jun 2016)

Normalizacija diskursa koja je opisana iznad ukazuje na to da je izraz dovoljno poznat i opšteprihvaćen da može da se koristi u različitim kontekstima. Kao fenomen, ne tretira se kao anomalija u javnom informisanju, već kao njegov sastavni deo. Ukoliko se nastavi sa ovakvom upotrebom, neki autori očekuju da će izraz izgubiti naboj koji ima sada (Egelhofer et al. 2020). To, međutim, još uvek nije slučaj i postoje primeri u kojima se izraz koristi tendenciozno da bi se privukla pažnja publike. Najekstremniji oblik ovakve upotrebe nalazi se u praksi tabloida u kojima se eksploatišu kontroverze koju incidenti vezani za lažne vesti generišu. Nekoliko senzacionalističkih naslova ilustruje ovakvu praksu:

MONSTRUOZNO! INTERNETOM KRUŽI LAŽNA VEST O SMRTI ČERKE SUZANE MANČIĆ: Ona se oglasila i OSULA PALJBU po onima koji su je U SMRT OTERALI! Sramite se! (FOTO) (*Kurir.rs*, 19. oktobar 2018)

Korona i sport: O Dibali struji lažna vest da je zaražen, igrač Sitiya prolazi kroz porodičnu dramu! (*Telegraf.rs*, 13. mart 2019)

NOVAKA RAZAPINJU ZBOG LAŽNE VESTI – SVI SU NASELI: VREĐAJU ga i likuju zbog poraza, mreže se usijale a ovo je ISTINA! (*Mondo.rs*, 1. avgust 2021)

5. DISKUSIJA I ZAKLJUČCI

Najčešća tema u analiziranim tekstovima je problematizacija fenomena lažnih vesti, iako su uočljive velike razlike u aspektima koji se naglašavaju i u analizi problema. U skladu sa ekstremno polarizovanim medijskim sistemom Srbije, razlike se uočavaju u odnosu na novinarski stil i uređivačku politiku, sa prorežimskim tabloidima i ozbiljnijim medijima koji kritički izveštavaju o vlasti kao primerima najudaljenijih tačaka. U polarizovanom medijskom okruženju građani se najčešće selektivno izlažu malom broju srodnih medija (IREX 2019). To znači da će oni biti izloženi i različitim narativima o lažnim vestima, što može dovesti do različitih interpretacija problema koje načelno većina opaža kao glavni problem u aktuelnom informacionom okruženju (CeSID, IREX 2019).

Predmet izveštavanja u prorežimskim tabloidima je najčešće konkretna opovrgnuta lažna vest sa isticanjem da su mnogi mediji i publike poverovali u njenu istinitost. Lažne vesti o kojima se izveštava u tabloidima uglavnom se odnose na neistinite objave na društvenim mrežama, čiji se korisnici posmatraju kao izuzetno ranjivi na manipulativne namere. Pišući na ovaj način, tabloidi impliciraju da je digitalno informaciono okruženje opasno za pojedince, a da tabloid koji izveštava predstavlja funkcionalnu alternativu takvom okruženju.

Publika koja se informiše iz medija kao što su *Danas.rs*, *N1info.rs* ili *021.rs* izložena je drugačijem diskursu. U analizama lažnih vesti naglašava se njihov kontinuitet sa poznatim oblicima dezinformacija, najviše sa propagandom. Takođe, društvene mreže se vide samo kao pojačivač problema, dok se njegov kreator prepoznaje unutar medijskog sistema, među medijima bliskim partijama na vlasti.

Ovakva polarizacija ukazuje i na ograničeni potencijal diskursa o lažnim vestima da posluži kao kritički incident u diskusijama o novinarstvu u Srbiji. Medijski stručnjaci i organizacije specijalizovane za proveru činjenica ubrajaju prorežimske tabloide među najaktivnije činioce u proliferaciji lažnih vesti. U posmatranom uzorku, tabloidi najčešće ignorišu ovakve optužbe, a načinom na koji koriste izraz lažna vest u svom izveštavanju relativizuju problem na koji

ovaj izraz upućuje. Ovakva relativizacija se postiže na nekoliko načina. Prvi je poistovećivanjem vesti kao informativnog žanra sa bilo kojom objavom na društvenim mrežama, čime se problem lažnih vesti ne vezuje isključivo za sferu javnog informisanja, već se predstavlja kao sastavni deo svakodnevnog komuniciranja. Drugi način je upotrebom izraza u izveštavanju o zabavnim i sportskim sadržajima, čime se problem lažnih vesti ne vezuje samo za teme od javnog značaja, već i za glasine o poznatim ličnostima. Na kraju, skoro isključivim navođenjem demantija kao metode verifikacije, tabloidi umanjuju značaj profesionalne provere činjenica u procesu opovrgavanja lažnih vesti.

Ozbiljniji mediji donekle koriste popularizaciju lažnih vesti kao kritički incident, ali sa različitim strategijama koje odgovaraju njihovoj uređivačkoj politici. Mediji koji kritički izveštavaju o vlasti, kao što su *Danas.rs* i *N1info.rs*, naglašavaju kontinuitet lažnih vesti i prorežimske tabloide kao najčešće prenosiocima takvih sadržaja. Uzrok problema se najčešće vezuje za prekomerni uticaj politike i ekonomski interes medija da služe propagandi režima. Na taj način ovi mediji utvrđuju granice profesionalnog novinarstva i ostavljaju prorežimske tabloide izvan njih.

Sa druge strane, *Rts.rs* se na sličan način pozicionira kao profesionalni medij koji tradicionalnim metodama verifikacije štiti publiku od lažnih vesti. Za razliku od kritičkih medija, *Rts.rs* retko imenuje primere sa druge strane profesionalnosti u debati o lažnim vestima, ne vezuje problem za sferu političkog uticaja već za finansijski podsticaj digitalnog kapitalizma i pokazuje manju otvorenost za rešenja poput specijalizovanih organizacija za proveru činjenica.

Najpesimističniji zaključak ove analize je da, i pored povremenih diskusija o mogućim rešenjima, svaka opisana strategija sugeriše publici da su lažne vesti neizbežne. Tabloidi insistiraju na tome da su lažne vesti svuda oko nas i da je svako potencijalni proizvođač ili prenosilac lažne vesti. Kritički mediji nagoveštavaju da su politička moć i pritisak toliko snažni da profesionalne metode verifikacije nemaju značajan efekat. *Rts.rs* navodi da finansijski podsticaji digitalnog okruženja obesmišljavaju profesionalne metode verifikacije.

Nekoliko ograničenja ove studije treba uzeti u obzir prilikom interpretacije nalaza. Za kodiranje podataka bio je zadužen isključivo autor, zbog čega nije bilo moguće izračunati stepen pouzdanosti među koderima. Iako je ovakva odluka prihvatljiva s obzirom na eksplorativni karakter studije, buduća istraživanja treba da uključe veći broj koderi kako bi bila unapređena pouzdanost nalaza. Osim toga, uzorak korišćen u studiji je namenski i relativno mali. Koristeći nalaze iz ove studije, buduća istraživanja mogu da kreiraju instrument za kvantitativno praćenje karakteristika medijskog izveštavanja o lažnim vestima i primene ga na reprezentativnom uzorku medija koji odgovaraju specifičnim profilima publika u Srbiji.

Bez obzira na ograničenja, ova studija predstavlja prvi sistematski pokušaj da se opišu karakteristike medijskog diskursa o lažnim vestima u Srbiji. Na taj način, ona predstavlja važan korak u kontinuiranom praćenju medijskog

izveštavanja o lažnim vestima i uticaju koje različiti narativi o ovom problemu imaju na javno mnjenje.

LITERATURA

- Allcott, Hunt and Gentzkow, Matthew. 2017. "Social Media and Fake News in the 2016 Election". *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2): 211–36.
- Ball, Krystal and Enjeti, Saagar. 2020. *The Populist's Guide to 2020: A New Right and a New Left are Rising*. Washington DC: Strong Arm Press.
- Bastick, Zach. 2021. "Would You Notice if Fake News Changed Your Behavior? An Experiment on the Unconscious Effects of Disinformation". *Computers in Human Behavior*, 116 (March 2021): 106633.
- CeSID, IREX. 2019. "The USAID Strengthening Media Systems Demand-Side Study: Comprehensive Study of the Public's Media Needs and Behaviors in Serbia". CeSID and IREX; <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/sms-demand-side-report-serbia-key-findings.pdf>
- Egelhofer, Jana Laura, Aaldering, Loes, Eberl, Jakob-Moritz, Galyga, Sebastian and Lecheler, Sophie. 2020. "From Novelty to Normalization? How Journalists Use the Term 'Fake News' in Their Reporting". *Journalism Studies*, 21 (10): 1323–1343.
- Egelhofer, Jana Laura and Lecheler, Sophie. 2019. "Fake News as a Two-Dimensional Phenomenon: A Framework and Research Agenda". *Annals of the International Communication Association*, 43 (2): 97–116.
- Farhall, Kate, Carson, Andrea, Wright, Scott, Gibbons, Andrew and Lukamto, William. 2019. "Political Elites' Use of Fake News Discourse Across Communications Platforms". *International Journal of Communication*, 13 (2019): 4353–4375.
- Farkas, Johan and Schou, Jannick. 2018. "Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood". *Javnost – The Public*, 25 (3): 298–314.
- Flew, Terry. 2019. "Digital Communication, the Crisis of Trust, and the Post-Global". *Communication Research and Practice*, 5 (1): 4–22.
- Freelon, Deen and Wells, Chris. 2020. "Disinformation as Political Communication". *Political Communication*, 37 (2): 145–156.
- Funke, Daniel. 2018. "Reporters: Stop Calling Everything 'Fake News'". Poynter. August 29, 2018; <https://www.poynter.org/fact-checking/2018/reporters-stop-calling-everything-fake-news/>
- IREX. 2019. "Serbia: Media Sustainability Index 2019". IREX. <https://www.irex.org/resource/media-sustainability-index-msi>
- Robertson, Craig. 2021. "Defining News from an Audience Perspective at a Time of Crisis in the United States" [Advance online publication]. *Journalism Practice*; <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1919178>

- Tandoc, Edson C., Jenkins, Joy and Craft, Stephanie. 2019. “Fake News as a Critical Incident in Journalism”. *Journalism Practice*, 13 (6): 673–689.
- Tsfati, Yariv, Boomgaarden, Hajo G., Strömbäck, Jesper, Vliegenthart, Rens, Damstra, Alyt and Lindgren, Elina. 2020. “Causes and Consequences of Mainstream Media Dissemination of Fake News: Literature Review and Synthesis”. *Annals of the International Communication Association*, 44 (2): 157–173.
- Vaismoradi, Mojtaba, Turunen, Hannele and Bondas, Terese. 2013. “Content Analysis and Thematic Analysis: Implications for Conducting a Qualitative Descriptive Study”. *Nursing & Health Sciences*, 15 (3): 398–405.
- Van Duyn, Emily and Collier, Jessica. 2019. “Priming and Fake News: The Effects of Elite Discourse on Evaluations of News Media”. *Mass Communication and Society*, 22 (1): 29–48.

Čedomir Markov

WHAT DO YOU MEAN WHEN YOU SAY “FAKE NEWS”? USE OF THE TERM “FAKE NEWS” IN NEWS REPORTING IN SERBIA – A QUALITATIVE ANALYSIS

SUMMARY

The goal of this study was to offer in-depth insight into uses of the term “fake news” in news reporting in Serbia. Based on a qualitative content analysis ($N = 300$), three themes emerged describing the key characteristics of the media discourse on fake news. The first one describes the phenomenon of fake news as a problem by defining it and identifying its causes, consequences, and potential measures for fighting it. The second theme describes instrumentalizing the fake news label for political purposes. The final theme was the normalization of the fake news discourse, which refers to using the term “fake news” in passing as an empty buzzword with different meanings in different contexts.

KEYWORDS: fake news, disinformation, news reporting, content analysis.