

# IZA EKRANA

**GODIŠNJI IZVEŠTAJ O STANJU  
INFORMACIJSKOG POREMEĆAJA**

Jul, 2023

HIBRIDO.INFO

# Iza ekrana: Godišnji izveštaj o stanju informacijskog poremećaja

**Izdavač:** ADS/hibrid.info

Priština, Jul 2023

© Sva prava su rezervisana od strane ADS/[hibrid.info](http://hibrid.info). Prava intelektualne svojine su zaštićena Zakonom br. 04/L-065 o autorskom i srodnom pravu i Zakonom br. 05/L-047 o izmenama i dopunama Zakona br. 04/L-065 o autorskom i srodnom pravu.

Nijedan deo ovog izdanja se ne može reprodukovati, čuvati u elektronskim sistemima ili prenositi u bilo kojoj formi ili bilo kojim sredstvom, bilo mehanički, fotokopiranjem, snimanjem ili na neki drugi način bez prethodnog pismenog odobrenja izdavača.

Ovaj izveštaj je objavio Action for Democratic Society (ADS) u sklopu projekta “Promovisanje objektivnog novinarstva i borbe protiv dezinformacije”, a koji je podržan od strane National Endowment for Democracy (NED). Sadržaj dokumenta je odgovornost ADS-a i ni na koji način se ne može smatrati da odražava stav NED-a.

Projekat finansiraju:



Projekat realizuju:



**AUTOR:**

Plator Avdiu  
Shkelzen Osmani

**Fact-checker:**

Fatbardh Dema  
Festim Rizanaj

**Dizajn:**

Festim Rizanaj



Visit our website  
[www.hibrid.info](http://www.hibrid.info)



Pronadite nas na  
Facebook @hibridinfo



Pronadite nas na  
Youtube @hibrid info



Pronadite nas na  
Twitter @hibridinfo



Pronadite nas na  
LinkedIn @hibrid.info

**Naše kancelarije:**

Ulica, Venet Bajrami, Ulazak B, Residio 5  
Nr.10, III  
Priština, 10000  
Kosovë  
+383 (0) 44 313 428  
[info@hibrid.info](mailto:info@hibrid.info)

# SADRŽAJ

---

<b>7</b>	Zaključak i preporuke.....	47
----------	----------------------------	----

---

<b>6</b>	Regulisanje i samoregulisanje medija.....	43
----------	---	----

---

<b>5</b>	Novinarska praksa i okruženje: okolnosti i kontekst.....	41
----------	--	----

---

<b>4</b>	Analiza stanja netačnog informisanja na Kosovu.....	14
----------	---	----

---

<b>3</b>	Politički i socio-ekonomski kontekst informacijskog poremećaja na Kosovu...	12
----------	---	----

---

<b>2</b>	Medijski kontekst informacijskog poremećaja na Kosovu.....	10
----------	--	----

---

<b>1</b>	Koncept informacijskog poremećaja.....	08
----------	--	----

---

*Ovaj izveštaj o praćenju i istraživanju odražava stanje informacijskog poremećaja u periodu januar-jun 2023. godine, na osnovu podataka obezbeđenih od strane platforme za proveru činjenica – „[hibrid.info](#)“. Format ovog izveštaja je prateći i analitički i opisuje prvih šest meseci 2023. (januar-jun 2023.), dok je uporedna analiza urađena i sa poslednjih 6 meseci prethodne godine (jul-decembar 2022.), uključujući i jedan -godišnji period.*

*Izveštaj je osmišljen od strane „hibrid.info“, deo kosovske NVO-e „Action for Democratic Society“ (ADS), podržan od strane američke fondacije „National Endowment for Democracy“ (NED) u okviru projekta „Promovisanje objektivnog novinarstva i borbe protiv dezinformacije“.*

---

Cilj ovog izveštaja je analiziranje informacijskog poremećaja na Kosovu i medijskog okruženja u zemlji. U funkciji analize i razmatranja izazova informacijskog poremećaja na Kosovu, izveštaj se sastoji od tri glavna dela:

- Prvi deo razmatra medijski kontekst informacijskog poremećaja i politički i socio-ekonomski kontekst medijskog okruženja.
- Drugi deo opširno analizira nalaze praćenja šestomesečnog perioda netačnog informisanja na Kosovu i upoređuje podatke sa prethodnim periodom (jul-decembar 2022).
- Treći deo se bavi pitanjima regulisanja i samoregulisanja medija, kao i pravnim i institucionalnim nedostacima koji se bave regulisanjem i samoregulisanjem medija na Kosovu.

Tokom ovog šestomesečnog perioda praćenje pokazuje da su preovladavale političke teme, koje su najviše pokrivene od strane različitih izdavača i medija na albanskom (60%) i srpskom (37%) jeziku, koji su stvarali i prenosili sadržaje netačnog informisanja o

---

političkim dešavanjima na Kosovu.

Dinamika dešavanja na severu Kosova dominirala je u tekstovima izdavača na albanskom (58%) i srpskom (39%) jeziku, kao deo dezinformacionih narativa o političkim temama. Sever Kosova se jasno koristi od strane medija na srpskom jeziku (zajedno sa onima na albanskom jeziku) kada je u pitanju sadržaj netačnog informisanja za Kosovo. Socijalna pitanja su druga tema koja se najviše obrađivala uglavnom od strane izdavača na albanskom jeziku.

Može se primetiti tendencija izdavača na albanskom jeziku da stvaraju više sadržaja ocenjenih kao „clickbait“, „lažne vesti“, „obmana“ i „greška“<sup>[1]</sup> gde se obrađuju socijalni sadržaji, crna hronika i politika, dok mediji na srpskom jeziku su uglavnom objavljivali „dezinformacije“, „teorije zavere“, „manipulisanje činjenicama“ i „neproveren sadržaj“ tekstova o političkim i bezbednosnim dešavanjima na Kosovu. Čak su i izdavači na albanskom jeziku proizvodili članke netačnog informisanja na političkom polju, međutim njihov fokus je bio više na tekstovima koji su se bavili socijalnim temama i crnom hronikom.

Pored informacijskog poremećaja, izveštaj potvrđuje da nedostaci koji su već identifikovani za zakonski okvir medija, nedostatak kapaciteta medijskih mehanizama, kao i nedostaci u kosovskim medijima, još uvek nisu obrađeni. Ove slabosti, direktno ili indirektno, dodatno otežavaju sprečavanje i borbu protiv informacijskog poremećaja na Kosovu.

[1] Definicija i značenje ovih kategorija netačnog informisanja objašnjeni su u rečniku pojmova.

# I. KONCEPT INFORMACIJSKOG POREMEĆAJA

Informacijski poremećaj, kao sveobuhvatan pojam netačnog informisanja, dezinformacija i lažnih vesti, u stručnoj i akademskoj literaturi, prvi put spominju i definišu kao koncept autori Kler Vordl i Hosein Derakšan u izveštaju koji je Savet Evrope objavio 2017. godine. Prema njihovim rečima, informacijski poremećaj se manifestuje kroz tri glavna oblika: netačnog informisanja, dezinformisanja i zlonamernog informisanja (sa namerom da se nanese šteta),[2] kao što je navedeno u nastavku:

## **Netačno informisanje**

Širenje lažne informacije što ne znači da je nužno štetna.

## **Dezinformisanje**

Širenje lažne informacije kako bi se namerno nanela šteta.

## **Zlonamerno informisanje**

Širenje tačne informacije kako bi se nanela šteta, često prenošenjem privatnih informacija u javnoj sferi.

Istraživanje na teorijskom, stručnom i akademskom nivou ovog fenomena stavljeno je u centar pažnje, sa posebnim akcentom, nakon kampanje za referendum u Ujedinjenom Kraljevstvu za izlazak iz Evropske unije (drugačije poznat kao Bregzit) u junu 2016. godine i kampanje za predsedničke izbore u SAD 2016. godine. Tokom ova dva događaja od evropskog i globalnog značaja, lažne vesti i dezinformacije su se u velikoj meri prenosile od strane različitih aktera u svrhu manipulacije, uključujući i spoljne uticaje koji su se često pozivali kao mešanje Rusije[3] da interveniše ili utiče na događaje velike težine u to vreme.

[2] Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking, f. 5. Strasbourg: Council of Europe.

[3] Conrad, M., & Hálfdanarson, G. (2023). Introduction: Europe in the Age of Post-Truth Politics. In M. Conrad, G. Hálfdanarson, A. Michailidou, C. Galpin, & N. Pyrhönen (Eds.), Europe in the Age of Post-Truth Politics: Populism, Disinformation and the Public Sphere (f. 1-9). Cham: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-13694-8\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-031-13694-8_1)



Od tada pa sve do sada, informacijski poremećaj, izražen u različitim formama, više se ne smatra izazovom samo jedne zemlje, već je postao deo politike u celom svetu i, prema ozbiljnim autorima, koji se bave teorijskim i akademskim tretmanom, ovaj fenomen je, nažalost, izgleda normalizovan u političkom rečniku i komunikaciji. [4]

Štaviše, lažne vesti i drugi oblici netačnog informisanja, u kontekstu informacijskog poremećaja, vide se kao glavni faktor pada demokratije, s jedne strane, i rasta autoritarizma, populizma, rasizma i polarizacije društva, s druge strane.[5]

Ovaj kombinovani teorijski, akademski i profesionalni pristup trendovima informacijskog poremećaja važan je radi razumevanja trendova ovog fenomena u regionu Zapadnog Balkana, uopšte, kao i na Kosovu posebno, što je i glavna svrha ovog izveštaja istraživačkog karaktera o stanju netačnog informisanja na Kosovu tokom šestomesečnog perioda januar-jun 2023. godine.

*Lažne vesti i drugi oblici netačnog informisanja, u kontekstu informacijskog poremećaja, vide se kao glavni faktor pada demokratije, s jedne strane, i rasta autoritarizma, populizma, rasizma i polarizacije društva, s druge strane.*

[4] Egelhofer, J. L., Aaldering, L., Eberl, J.-M., Galyga, S., & Lecheler, S. (2020). From Novelty to Normalization? How Journalists Use the Term "Fake News" in their Reporting. *Journalism Studies*, 21:10, 1323-1343. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1745667>

[5] Monsees, L. (2021). Information disorder, fake news and the future of democracy. *Globalizations*, 20:1, 153-168. [2](#)

## II. MEDIJSKI KONTEKST INFORMACIJSKOG POREMEĆAJA NA KOSOVU

---

Informacijski poremećaj na Kosovu se uglavnom proizvodi od strane onlajn medija (portala) koji namerno ili nenamerno kreiraju i prenose sadržaj netačnog informisanja. Delujući u jednom određenom političkom kontekstu i u cilju postizanja ovakvih medijskih sadržaja do čitaoca i što šire javnosti, onlajn mediji nesmetano šire bilo kakvu informaciju i to neverovatnom brzinom kakva do sada nije viđena.

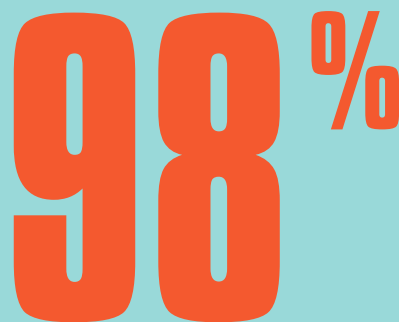
Pojava društvenih medija, mogućnosti širenja informacija i njihovo masovno korišćenje od strane medija, izdavača i različitih korisnika, omogućilo je da sadržaji netačnog informisanja, osim tačnih vesti i potvrđenih informacija, brže stignu do čitalaca i korisnika društvenih medija. Ovo je podstaklo stvaranje mnogih onlajn medija na Kosovu u proizvodnji i prenošenju različitih vesti, uključujući i one sa sadržajem netačnog informisanja.

Prikupljeni podaci od strane „hibrid.info” pokazuju da onlajn mediji, osim što su onlajn prisutni preko internet stranica, imaju i aktivno prisustvo na društvenim mrežama. Društveni medij sa najvećim uticajem na Kosovu je Facebook, u kojem se masovno prenose objave medija i drugih onlajn operatera koji objavljuju sadržaje dezinformativnog karaktera, dok se TikTok takođe koriste od strane medija za prenošenje materijala netačnog informisanja, dok Tviter znatno manje.

Današnja tehnologija omogućava brzo i lako objavljivanje i prenošenje informacija, međutim i korisnici i šira javnost postaju zamka informacijskog poremećaja. Ovo otežava nadziranje, kontrolisanje i eventualno sankcionisanje medija i onlajn stranica koje prenose objave netačnog informisanja. Ovo je jedan od glavnih izazova identifikovanih u izveštajima međunarodnih organizacija, koje kritikuju nedostatke postojećeg zakonodavstva koje ne reguliše delatnost onlajn medija. Stalne primedbe Evropske komisije (EK) na izmene zakonodavstva za uređenje onlajn medija i usklađivanje sa relevantnom Direktivom Evropske unije (EU) za

audiovizuelne medije[6] su samo delimično uzete u obzir od strane kosovskih institucija. U ovom pravcu postoji veoma mali pomak jer je nacrt zakona za uređenje ovog pitanja u proceduri izrade i još nije usvojen[7]. Kao izazov sam po sebi predstavljaju i kapaciteti postojećih regulatornih mehanizama (Nezavisna komisija za medije) i samoregulatornih mehanizama medija na Kosovu (Savet pisanih medija Kosova) koji se suočavaju sa nedovoljnim finansijskim i profesionalnim resursima.[8]

Kao što je poznato, od 2020. godine novine se više ne štampaju na Kosovu i kosovska javnost se uglavnom informiše preko onlajn medija, s obzirom na stepen dostupnosti interneta na Kosovu i televizije, kao tradicionalnog oblika informisanja. Ankete Agencije za statistiku Kosova, u oktobru 2022. godine, ukazuju na skoro apsolutnu dostupnost interneta na Kosovu od 97,9%.[9]



98%

**Dostupnost interneta  
na Kosovu**

[6] European Commission. (2022). Kosovo 2022 Report, fq. 33-34. Brussels: European Commission.

[7] Fokus grupa sa medijskim stručnjacima u organizaciji „hibrid.info“. Priština, 22. maj 2023.

[8] Na istom mestu. Regulatorni i samoregulatorni mehanizmi medija obrađeni su u posebnoj delu ovog izveštaja.

[9] Agencija za statistiku Kosova. (2022). Rezultati ankete o upotrebi informacionih i komunikacionih tehnologija 2022, str. 9. Priština: Agencija za statistiku Kosova.

# III. POLITIČKI I SOCIO-EKONOMSKI KONTEKST INFORMACIJSKOG POREMEĆAJA NA KOSOVU

---

Tokom ovog šestomesečnog perioda stanja netačnog informisanja na Kosovu je bilo raznih kretanja u pogledu sadržaja netačnog informisanja koji su bili meta informacijskog poremećaja unutar i van zemlje. Kao sadržaji netačnog informisanja u ovom periodu dominirale su objave o političkim i socijalnim temama, u zavisnosti od događaja tokom ovih šest meseci. Slično kao i u prethodnom šestomesečnom periodu (jul-december 2022. godine)[10], i u ovom periodu preovladavaju objave iz političke oblasti sa 25%, a slede sadržaji iz socijalne oblasti sa 21%, gde je razlika između njih 4%.

Uključenost društvenih medija u nadziranju sadržaja netačnog informisanja za ovaj period uticala je na to da posle političkih tema postoji visok procenat članaka iz socijalne oblasti. Čak su i stvarni mediji i sumnjivi portali na albanskom jeziku objavili više članaka netačnog informisanja o socijalnim temama, a zatim sleduju političke teme. Međutim, razlog dominacije političkih tema u celini leži u činjenici da jedan značajan deo medijskih članaka netačnog informisanja na srpskom jeziku je u političkom polju, pa je time političko polje postalo dominantno nad drugim poljima. Ovo se posebno povezuje sa napetim dešavanjima na severu Kosova tokom juna 2023. godine, gde su, pored izdavača na albanskom jeziku, i mediji na srpskom jeziku stvarali i prenosili neosnovane tvrdnje u sklopu dezinformacionih narativa o političkim i bezbednosnim pitanjima za sever zemlje.

Razlika između objava netačnog informisanja iz socijalne oblasti i crne hronike i onih iz oblasti politike i bezbednosti je u tome što su za ovu drugu oblast objavljivali ne samo mediji na albanskom, već i na srpskom jeziku. Mediji na srpskom jeziku su stvarali i prenosili sve sadržaje netačnog informisanja o Kosovu u periodu januar-jun 2023. godine u oblasti politike i bezbednosti, dok oni na albanskom jeziku imaju potpuno drugačiji pristup i njihove objave su raznovrsne, bilo da se radi o socijalnim aspektima, crnoj hronici, politici, bezbednosti, reklamama, sportu, šoubiznisu, itd. Iz tog

[10] Bokshi, A. (2023). Informcijski poremećaj u drugoj polovini 2022. godine, str.17, Priština: ADS/hibrid.info.

razloga, kategorija netačnog informisanja, koja je najviše preovladala u ovom periodu, je „Clickbait“, a zatim sledi kategorija „Dezinformacije“[11].

Sadržaji netačnog informisanja na političkom planu fokusirani su na odnos Kosova i Srbije, dešavanja na severu Kosova, srpsku zajednicu, neosnovane tvrdnje srpskih medija da je srpska zajednica na Kosovu pod pretnjama institucija Kosova, da se priprema plan za proterivanje Srba sa severa Kosova, itd. U međuvremenu, obmanjujuće objave sa socijalnim temama bavile su se raznim temama, kao što su lažne tvrdnje izdavača na albanskom jeziku o donacijama imovine, ljubavnim aferama, poskupljenjima, finansijskoj podršci, televizijskom programu „Big Brother VIP Albanija“ („BBVA“), itd.

*Obmanjujuće objave sa socijalnim temama bavile su se raznim temama, kao što su lažne tvrdnje izdavača na albanskom jeziku o donacijama imovine, ljubavnim aferama, poskupljenjima, finansijskoj podršci, televizijskom programu „Big Brother VIP Albanija“ („BBVA“), itd.*

[11] Pogledajte odgovarajući odeljak u kojem su analizirane ove dve glavne kategorije netačnog informisanja u izveštaju.

# IV. ANALIZA STANJA NETAČNOG INFORMISANJA NA KOSOVU

Informacijski poremećaj je zajednički imenitelj za različite vrste i načine netačnog informisanja. Kako bi obuhvatio sve načine i forme u kojima se on razvija, "hibrid.info" je netačno informisanje podelio u nekoliko kategorija procene, na osnovu metodologije rada koju je prihvatila Međunarodna mreža za kontrolisanje činjenica (International Fact-Checking Network – IFCN), kao u nastavku[1]:

Ova klasifikacija služi za sveobuhvatnu sistematizaciju netačnog informisanja i fundamentalno razumevanje kako se on širi i grana, pomažući nam da saznamo više o:

Clickbait

Dezinformacija

Greška

Lažna vest

Manipulisanje činjenicama

Obmana

Neproveren sadržaj

Teorija zavere

**Kontekstu**

**Ciljevima**

**Akterima i institucijama uključenim u netačno informisanje**

[12] Ovde su navedene samo one kategorije procene koje se pojavljuju u mesečnim izveštajima. Da biste videli sve kategorije, pogledajte metodologiju „hibrid.info“ ovde: <https://hibrid.info/metodologija/>

Za šestomesečni period januar-jun 2023. godine, „hibrid.info“ je objavio šest mesečnih izveštaja[13] o praćenju stanja netačnog informisanja na Kosovu. Cilj je da se pruži objektivnije pojašnjenje o stanju informacija i da se objasne trendovi netačnog informisanja za period praćenja. Platforma "hibrid.info" upoređuje podatke o informacijskom poremećaju u svakom mesečnom izveštaju koji su prikupljeni iz baze podataka kroz osam uporednih kategorija koje se analiziraju u izveštaju.



[13] Mesečni objavljeni izveštaji od strane "hibrid.info" se nalaze ovde: <https://hibrid.info/raportet-mujore-monitoruese/>.

# 1. PROCENJENE KATEGORIJE ČLANAKA NETAČNOG INFORMISANJA

Ovaj odeljak analizira članke sa sadržajem netačnog informisanja u zavisnosti od kategorija procene netačnog informisanja i kroz njih se jasnije razumeju trendovi netačnog informisanja kao dela informacijskog poremećaja. Metodologija „hibrid.info“ definiše kriterijume koje su kategorije ocenjivanja objava netačnog informisanja i na koji način se određeni dezinformativni članak može oceniti[14].

Tokom perioda januar–jun 2023. godine primećuje se da su članci ocenjeni u kategoriju „Clickbait“[15] sa 25%, gde su najviše preovladali u odnosu na druge kategorije. Shodno tome, operateri i razni praćeni mediji objavili su najviše članaka u ovoj kategoriji, dok su na drugom mestu objave kategorije „Dezinformacije“[16] sa 21%.

Nadziranje u ovom periodu pokazuje da su ove dve kategorije gotovo kontinuirano preovladavale čak i u mesečnim izveštajima, sa izuzetkom meseca aprila 2023. godine, kada je bilo daleko manje objava procenjenih kao dezinformacije[17] i koje su zauzele četvrto mesto.

Dok, kategorija clickbait je tokom juna 2023. godine pretrpela drastičan pad na četvrtom mestu, kao posledica dominacije u velikoj meri tema političke bezbednosti zbog dešavanja u severnim opštinama Kosova. Nalazi praćenja pokazuju da u junu 2023. godine nijedna od ove dve kategorije nije bila na prvom mestu, jer su na prvom mestu bile lažne vesti (24 %), dezinformacije na drugom (19%), a zatim neprovereni sadržaji (sa 15%) i clickbait na četvrtom mestu (sa 11%).

Sadržaji netačnog informisanja koji su dobili druge procene u ovom šestomesečnom periodu uključuju kategoriju „Lažne vesti“ (13%), „Obmana“ (12%), „Neproveren sadržaj“ (10%) i druge kategorije.

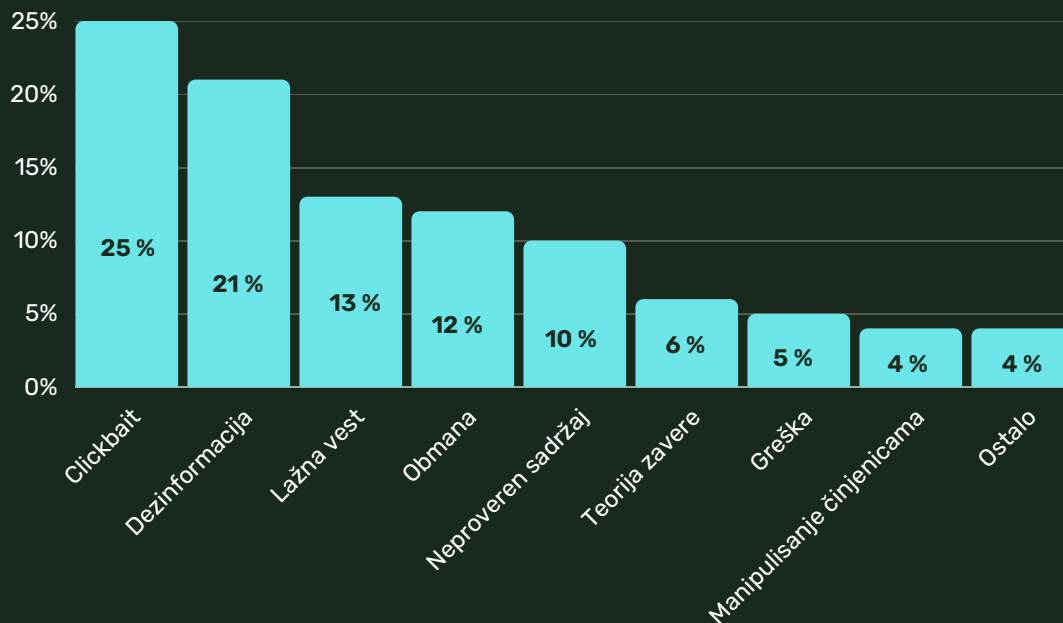
[14] Metodologiju “hibrid.info” za proveru činjenica i borbu protiv dezinformacija i lažnih vesti možete pronaći ovde: <https://hibrid.info/metodologija/>.

[15] Definicija i značenje kategorije “Clickbait” objašnjeni su u rečniku pojmova.

[16] Definicija i značenje kategorije “Dezinformacija” objašnjeni su u rečniku pojmova.

[17] Pogledajte izveštaj o monitoringu za april 2023. koji je objavio ADS/hibrid.info ovde: <https://hibrid.info/raporti-monitorues-i-keqinformimit-per-muajin-prill-2023/>.



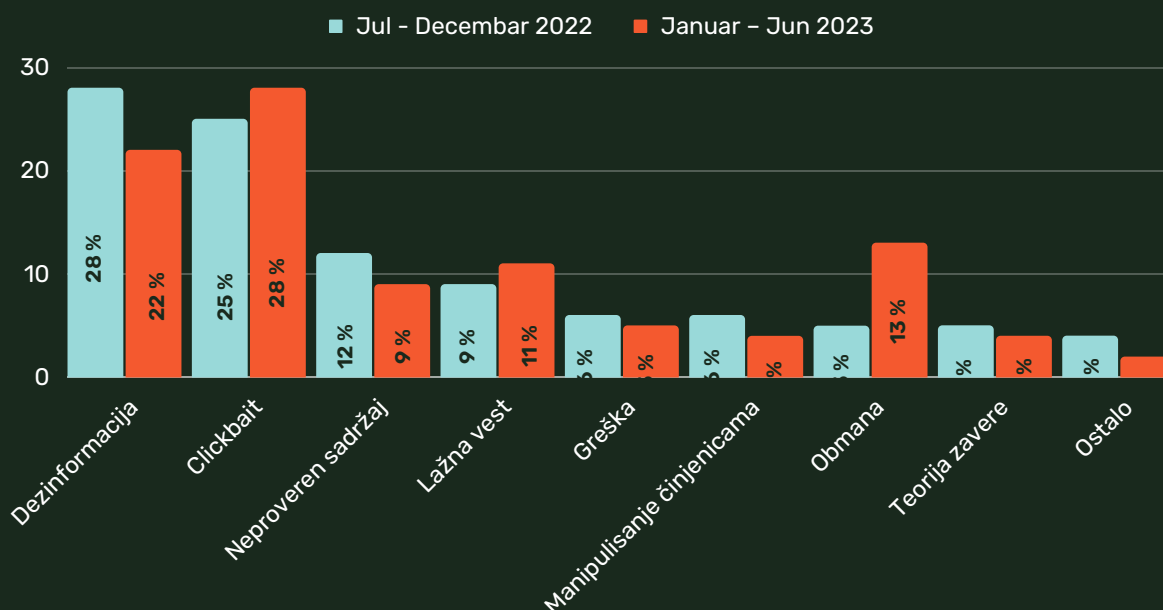


Slika 1. Objave netačnog informisanja prema kategorijama procene tokom šestomesečnog perioda (januar- jun 2023.)

### **Poređenje između dva šestomesečna perioda (jul - decembar 2022. i januar- jun 2023.):**

S obzirom da je ovo drugi izveštaj o praćenju[18] stanja netačnog informisanja na Kosovu i da bi se uporedili podaci između dva šestomesečna perioda, u izveštaju se upoređuju podaci praćenja netačnog informisanja. Čak i u prethodnom šestomesečnom periodu glavne kategorije su bile clickbaiti dezinformacije, ali se jasno primećuje da

su objave netačnog informisanja ocenjene kao dezinformacije sa 28% prevagnule na prvom mestu nad objavama koje su ocenjene kao clickbait sa 25% (3% više u odnosu na clickbait).Ovo se preokrenulo u šestomesečnom periodu ove godine (januar-jun 2023.), kada su dezinformacije gotovo uvek bile na drugom mestu posle kategorije clickbait.



Slika 2. Objave netačnog informisanja prema kategorijama procene u dva šestomesečna perioda

[18] Pogledajte prvi izveštaj ["Informacijski poremećaj u drugom periodu 2022. godine"](#). ADS/hibrid.info, januar 2023.

Razmatranje podataka na mesečnom nivou pokazuje da su dezinformacije nastavile da prevladavaju i tokom januara 2023. godine, kao nastavak trenda iz decembra 2022. godine, ali od februara do kraja ovog šestomesečnog perioda (jun 2023.) spustile su se na drugom mestu.

Razlog za pad objava netačnog informisanja u ovoj kategoriji tokom narednih meseci leži u činjenici da se dezinformacije uglavnom prenose o političkim i bezbednosnim pitanjima u kontekstu odnosa Kosova sa Srbijom, kroz koje se grade narativi iz jednog izvora, bez potvrde i dopuna drugim izvorima podataka, kao i da sadrže poluistine ili imaju naslove koji ne odražavaju sadržaj teksta u pogledu tačnosti informacija[19].

U sklopu dezinformacija, objavljuju se i prenose i teme netačnog informisanja i u drugim oblastima van političke i bezbednosne sfere (kao što su socijalne teme, crna hronika, vreme, sport i dr.), ali u izuzetno manjem procentu u odnosu na politiku i bezbednost, jer podaci praćenja pokazuju da ove dve oblasti zajedno čine 54% ili više od polovine dezinformacija koje su prenete za ovaj šestomesečni period.

Sa padom broja izveštaja netačnog informisanja za ove dve tematske oblasti (politika i bezbednost), posledično pada i broj objava u kategoriji dezinformacija s jedne strane, a rastu objave clickbait u drugim kategorijama, s druge strane, kao što je potvrđeno u narednim mesecima od februara do juna meseca 2023. godine. Štaviše i tokom meseca aprila 2023. godine bilo je mnogo manje dezinformacija u odnosu na ostale mesece tokom ovog šestomesečnog perioda, kao posledica nedostatka netačnog informisanja o politici i bezbednosti (ovo potvrđuje i slika 5), što ovu kategoriju stavlja na četvrto mesto sa ukupno 12%, posle kategorije clickbait, lažnih vesti i neproverenih sadržaja[20]. Međutim, u narednim mesecima (maj i jun 2023.) dolazi do porasta dezinformacija kao posledica sve češćeg prenosa članaka netačnog informisanja o politici i bezbednosti u svetlu dinamike dešavanja na severu Kosova.

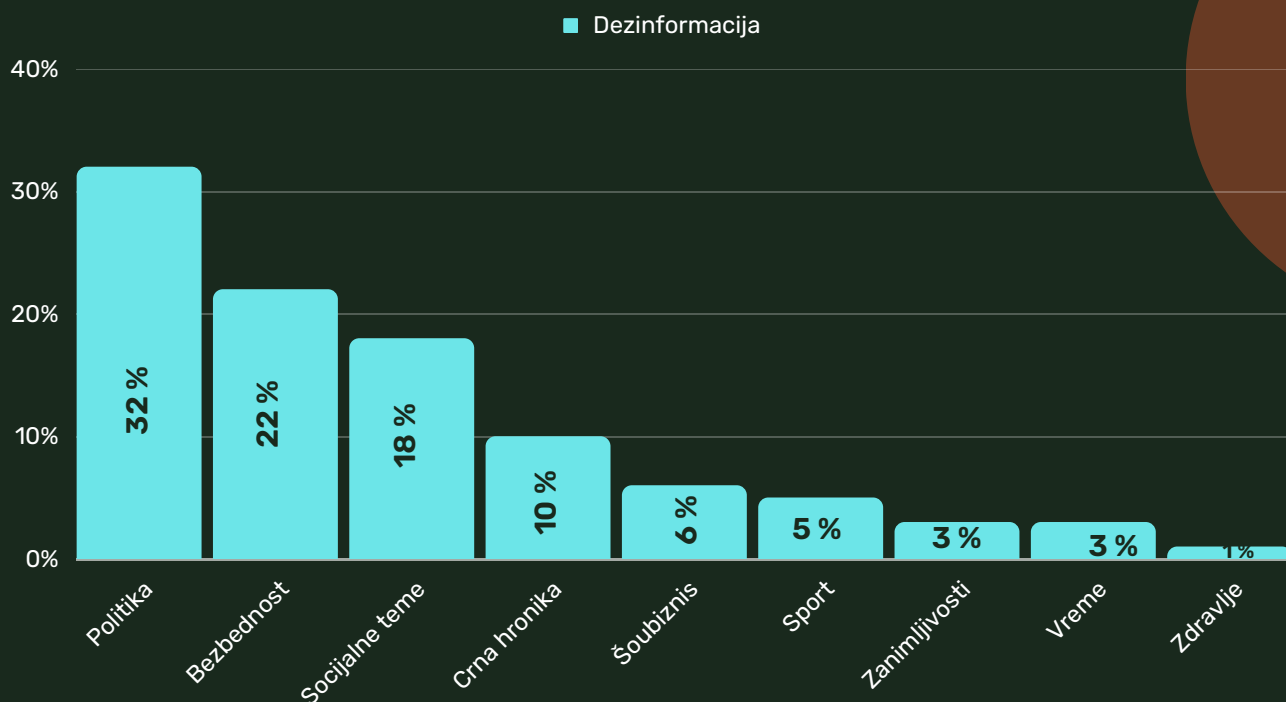
Značajan deo dezinformacija tokom ovog šestomesečnog, ali i prethodnog perioda, stvarale su se i prenosile od strane medija na srpskom jeziku. Oni su stvarali dezinformativne narative o srpskoj zajednici na Kosovu, severu

[19] Pogledajte [metodologiju](#) "hibrid.info" za proveru činjenica.

[20] Pogledajte [izveštaj](#) monitoringa za aprilmesec 2023. godine objavljen od strane ADS/hibrid.info ovde: <https://hibrid.info/raporti-monitorues-i-keqinformimit-per-muajin-prill-2023/>.

Kosova, netačne tvrdnje o ugroženosti Srba od strane institucija države Kosovo, zategnutim političkim odnosima Kosova i Srbije, itd. Ovakve objave dezinformacionih narativa uglavnom se stvaraju od strane srpskih medija koji su bliski sa vlašću u Srbiji[21]ne zasnivajući se na tačnosti ili proveru činjenica i izvora informacija u cilju dezinformisanja o događajima na Kosovu i oko njega, uglavnom u vezi sa političkim i bezbednosnim pitanjima.

Tokom šestomesečnog perioda najveći deo sadržaja netačnog informisanja u kategoriji dezinformacija objavili su izdavači na albanskom jeziku (sumnjivi portali sa 37%, društveni mediji sa 31% i stvarni mediji sa 5%). Od toga, 73% su objavili izdavači na albanskom jeziku, a 27% stvarni mediji na srpskom jeziku (na srpskom jeziku se mere samo stvarni mediji, ali ne i društveni mediji i sumnjivi portali, stoga je procenat dezinformacija manji u ovim medijima).



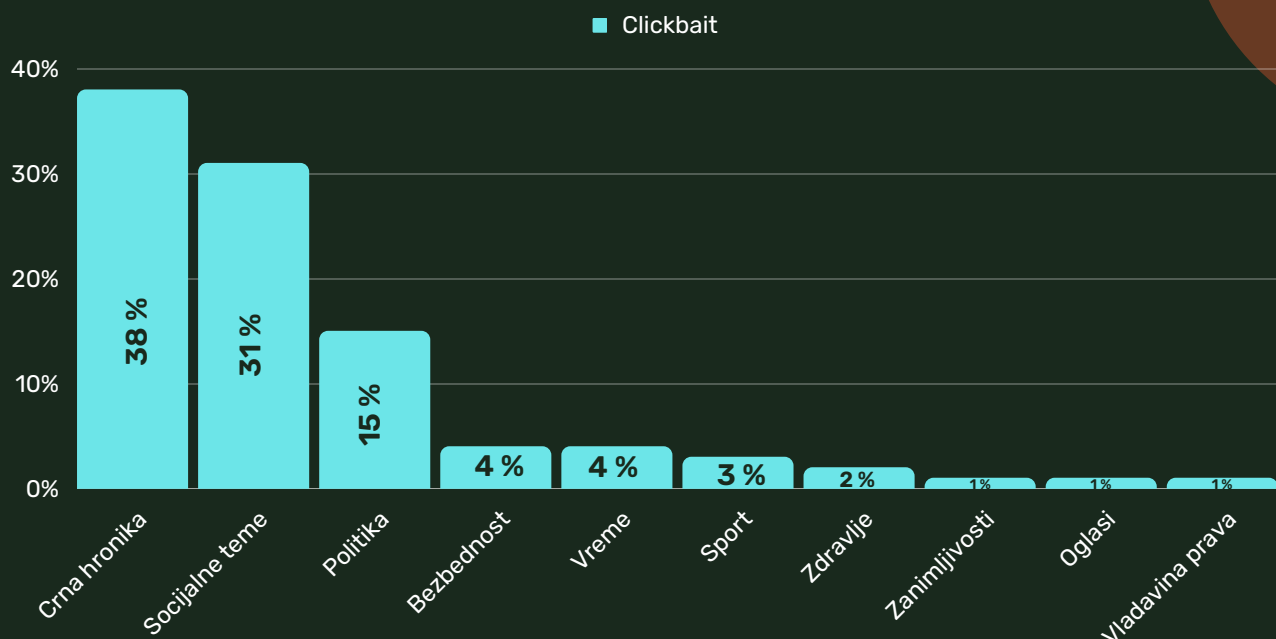
Slika 3. Oblasti u kojima je bilo najviše dezinformacija u kategoriji „Dezinformacije“ tokom šestomesečnog perioda (januar- jun 2023.)

[21] Đurđević, M. (17. avgust 2021). Mediji u Srbiji oznaku 'saradnici Vlade' vide kao Twitter 'žigovanje'. Radio Slobodna Evropa.

Što se tiče netačnog informisanja u kategoriji clickbait, kao što je gore konstatovano, ona je dominirala tokom ovog šestomesečnog perioda, sa izuzetkom u januaru i junu mesecu 2023. godine (pogledajte sliku 4)[22]. U sklopu ove kategorije procene postoji tendencija da se uglavnom stvaraju i prenose netačne informacije o crnim hronikama i socijalnim temama koje izazivaju radoznanost čitalaca i šire javnosti, kao što su izveštaji netačnog informisanja o ubistvima, nesrećama, hapšenjima, povredama, samoubistvima, televizijskom programu "BBVA", povlačenju materijalnih sredstava iz Trusta, povećanju cena, raznim novčanim pomoćima, itd. Druge tematske oblasti su takođe dobile ocenu clickbait, međutim crna hronika i socijalna pitanja prevladavaju nad drugim oblastima (kao što su politika, bezbednost, vreme, sport, itd.). Jedna takva tendencija konstatovana je i iz podataka sa Slike 4, gde se u različitim

medijima najviše stvaraju i prenose teme o crnoj hronici i socijalnim temama od ukupno 69% za obe ove oblasti.

Praćenje članaka netačnog informisanja u kategoriji clickbait otkrilo je da su sve objave u ovoj kategoriji prenosile od strane medija na albanskom jeziku. Primećuje se da mediji na albanskom jeziku, koji objavljuju članke netačnog informisanja u ovoj kategoriji, imaju potrebu da pridobiju više publike u onlajn formatu. Izdavači ovih vesti u najvećem procentu su stvarni mediji na albanskom jeziku sa 68%, koje prate razne stranice i profile na društvenim mrežama sa 20% i portali ili sumnjivi operateri sa 12%. Može se reći da mediji koji objavljuju ovakve članke netačnog informisanja nemaju nužno sklonost ili nameru da netačno informišu, već to čine uglavnom radi povećanja javnosti na društvenim mrežama i mogućnosti finansijske koristi putem klikova.



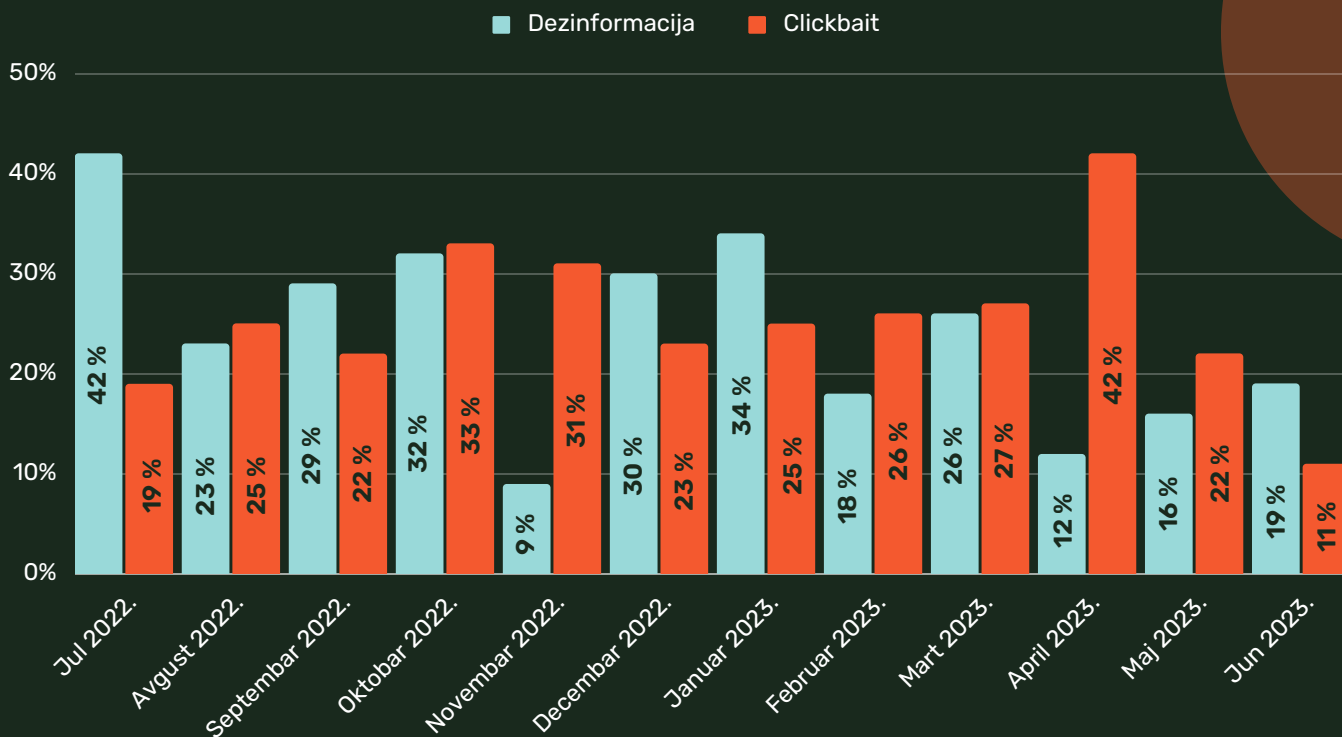
Slika 4. Oblasti u kojima je bilo najviše netačnog informisanja u kategoriji „Clickbait“ tokom šestomesečnog perioda (januar- jun 2023.)

[22] Pogledajte [metodologiju](#) "hibrid.info" za proveru činjenica.

### Poređenje između dva šestomesečna perioda (jul - decembar 2022. i januar - jun 2023.):

Poređenje podataka pokazuje neke razlike u pogledu stvaranja sadržaja netačnog informisanja između ove dve glavne kategorije. Dok je u periodu januar-jun 2023. godine gotovo u svim mesecima dominirala kategorija "Clickbait", u prethodnom periodu, iako su dezinformacije preovladavale, primećuje se fluktuacija između dezinformacija i kategorije clickbait, gde je ponekad jedna, a ponekad druga na

prvom mestu, respektivno drugom. Ovo se objašnjava činjenicom da su politička i bezbednosna dešavanja na severu Kosova i odnosi Kosova i Srbije diktirali medijske izveštaje o kategoriji dezinformacija i clickbait, posebno tokom jula i decembra 2022. godine kada je bila izraženija dinamika ovih političkih dešavanja, kao i da je bilo više dezinformacija nego clickbait.



Slika 5. Poređenje kategorija „Dezinformacije” i „Clickbait” između dva šestomesečna perioda

## 2. TEME KOJE SE KORISTE ZA STVARANJE I DISTRIBUCIJU OBMANJUJUĆEG SADRŽAJA

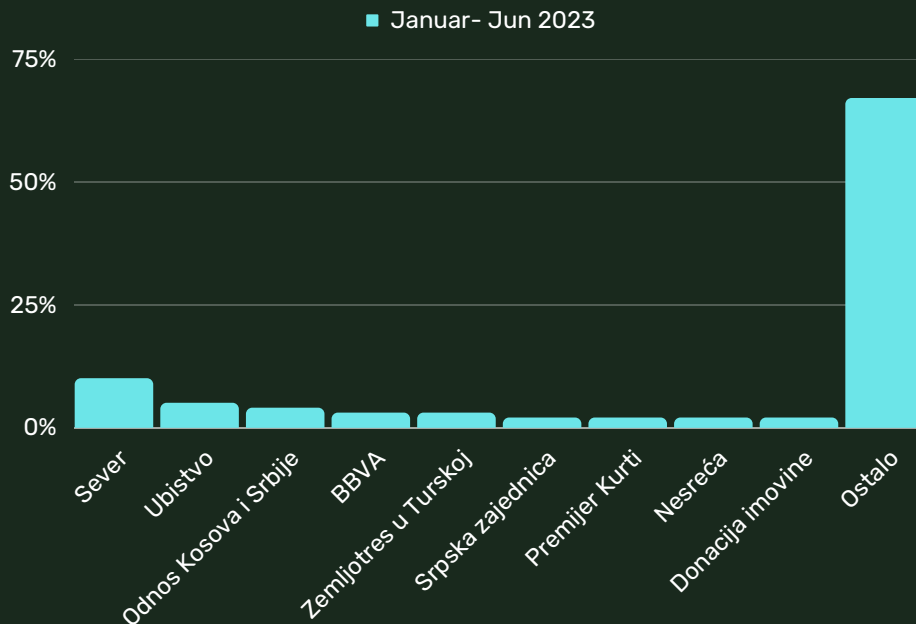
Slično kao u prethodnom šestomesečnom periodu, i tokom ovog šestomesečnog perioda, sever Kosova sa 10% je bio glavna tema o kojoj su se stvarale i prenosile netačne informacije u raznim medijima. Ako se na sever doda tema odnosa Kosova i Srbije (4%), onda obe zajedno čine 14% objava tokom ovih šest meseci. U ovim sadržajima netačnog informisanja mediji su uglavnom objavljivali članke sa političko-bezbednosnom tematikom u kontekstu dešavanja na severu zemlje u vezi sa povremenim tenzijama, kao i iskrivljavanjem stanja u vezi sa stanjem srpske zajednice u tom delu države.

To se može pripisati ne samo dešavanjima u vezi sa ovom temom, već i činjenici da je Vlada Kosova kao glavni prioritet stavila dijalog Kosova i Srbije, gde je sever ključni deo dijaloga, kao i debate na televiziji sa nacionalnim frekvencijama na Kosovu, koje pridaju veliki značaj političkim debatama i sever je neizbežan deo ovih debata komentatora i analitičara političkih događaja. Oba ova elementa direktno ili indirektno utiču na stvaranje i prenošenje netačnih informacija o severu od strane medija na albanskom jeziku[23]. Osim toga, mediji na srpskom jeziku u kontinuiranom obliku objavljuju netačne informacije o severu Kosova,

tvrdeći bez činjenica i bez provere informacija da su građani Srbije na severu diskriminirani, zastrašivani i ugroženi od strane državnih institucija Kosova. Medijske objave na srpskom jeziku uglavnom se ocenjuju kao dezinformacije, teorije zavere, manipulisanje činjenicama i neprovereni sadržaj. Sa statističke tačke gledišta, 58% netačnog informisanja o severu stvorili su i preneli izdavači na albanskom jeziku, a 39% mediji na srpskom jeziku.

Druga tema koja se bavi prenošenjem sadržaja netačnog informisanja su stalni izveštaji medija na albanskom jeziku o raznim ubistvima sa 5%. Ove objave su uglavnom dobile ocenu clickbait-a i zajedničko im je to što lokacija ovih ubistava nije jasna u naslovima, ali je u sadržaju teksta jasno da se nisu dogodila na Kosovu. Štaviše, takve objave posećuju i mediji na albanskom jeziku, koji mogu dezinformisati čitaoce da su se takvi događaji desili na Kosovu. Druge teme koje su poslužile za stvaranje objava netačnog informisanja su i one o televizijskom programu "BBVA", zemljotresu u Turskoj, doniranju imovine, itd.

[23] Fokus grupa sa medijskim stručnjacima u organizaciji "hibrid.info". Priština, 22. maj 2023. godine

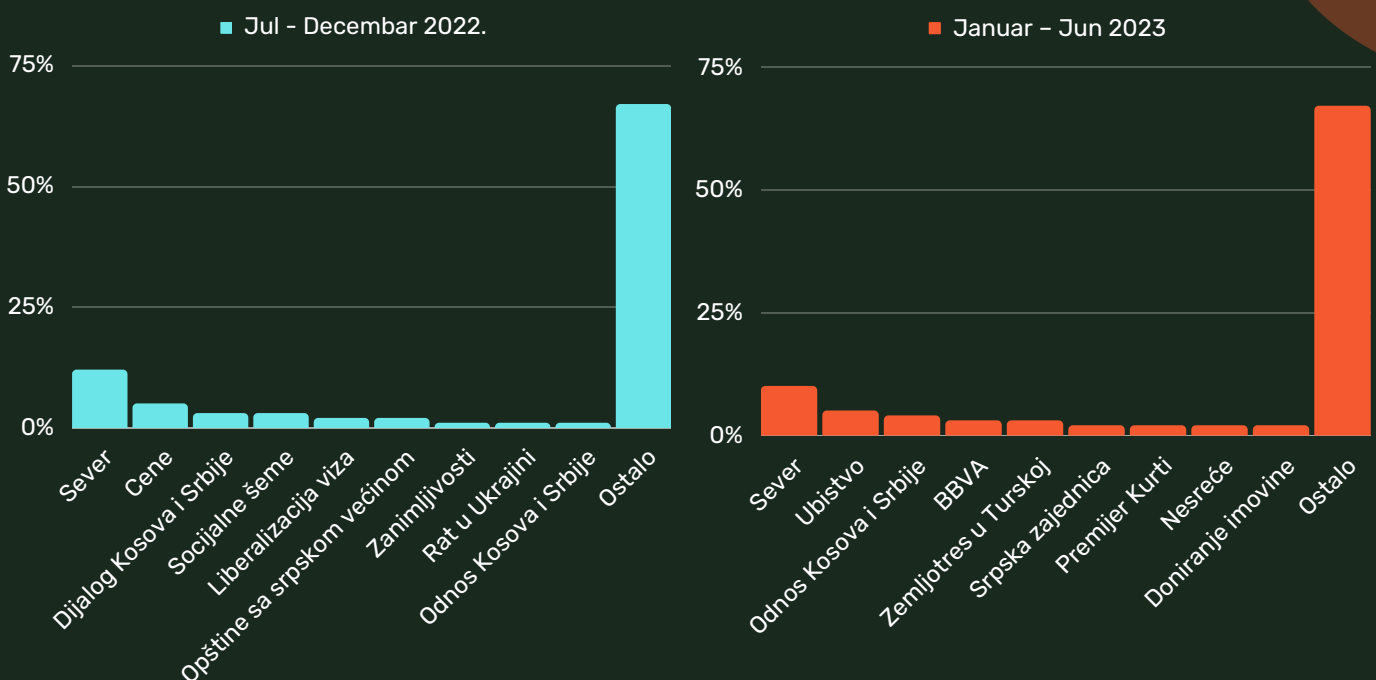


Slika 6. Glavne teme netačnog informisanja tokom šestomesečnog perioda (januar - jun 2023.)

**Poređenje između dva šestomesečna perioda (jul - decembar 2022. i januar - jun 2023.):**

Tema severa Kosova je preovladavala u oba šestomesečna perioda na osnovu nalaza praćenja „hibrid.info“. Međutim, u periodu jul-decembar 2022. godine, različiti mediji su pokrivali više Sever od 12% nego u narednom periodu januar-jun 2023. godine sa 10%. Ono što se razlikuje između ova dva šestomesečna perioda je obrađivanje drugih tema za stvaranje i prenošenje sadržaja netačnog informisanja. Tokom prethod-

-nog šestomesečnog perioda, cene, socijalne šeme, liberalizacija viznog režima i druge teme su u to vreme uglavnom bile pokriveno zbog njihove aktuelnosti, sve dok se to nije promenilo tokom perioda januar-jun 2023. godine, gde su ubistva, televizijski program “BBVA”, zemljotres u Turskoj i drugi sadržaji netačnog informisanja bili među temama o kojima se najviše razgovaralo posle Severa.



Slika 7. Poređenje obrađivanja glavnih tema netačnog informisanja od strane medija između dva šestomesečna perioda

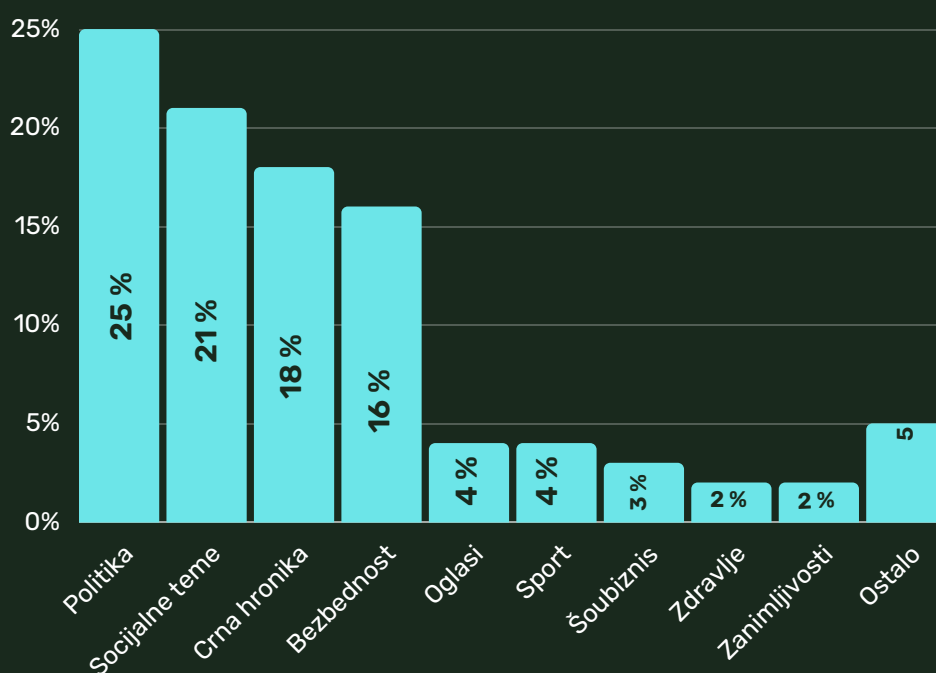


### 3. OBLASTI NETAČNOG INFORMISANJA

Slično temama netačnog informisanja, gde je sever Kosova, kao politička tema, preovladao u ovom šestomesečnom periodu, podaci praćenja otkrivaju da je najveći broj članaka netačnog informisanja objavljenih tokom ovih šest meseci na političkom polju sa 25 %. Na drugom mestu je netačno informisanje na socijalnom polju sa 21%, a razlika sa

političkim poljem je 4%.

Jedna od novina ovog izveštaja su članci netačnog informisanja o crnoj hronici, gde je 18% praćenih članaka iz ove oblasti, dok je sadržaj netačnog informisanja o bezbednosti na četvrtom mestu sa 16%.



Slika 8. Glavne oblasti netačnog informisanja tokom šestomesečnog perioda (januar- jun 2023.)

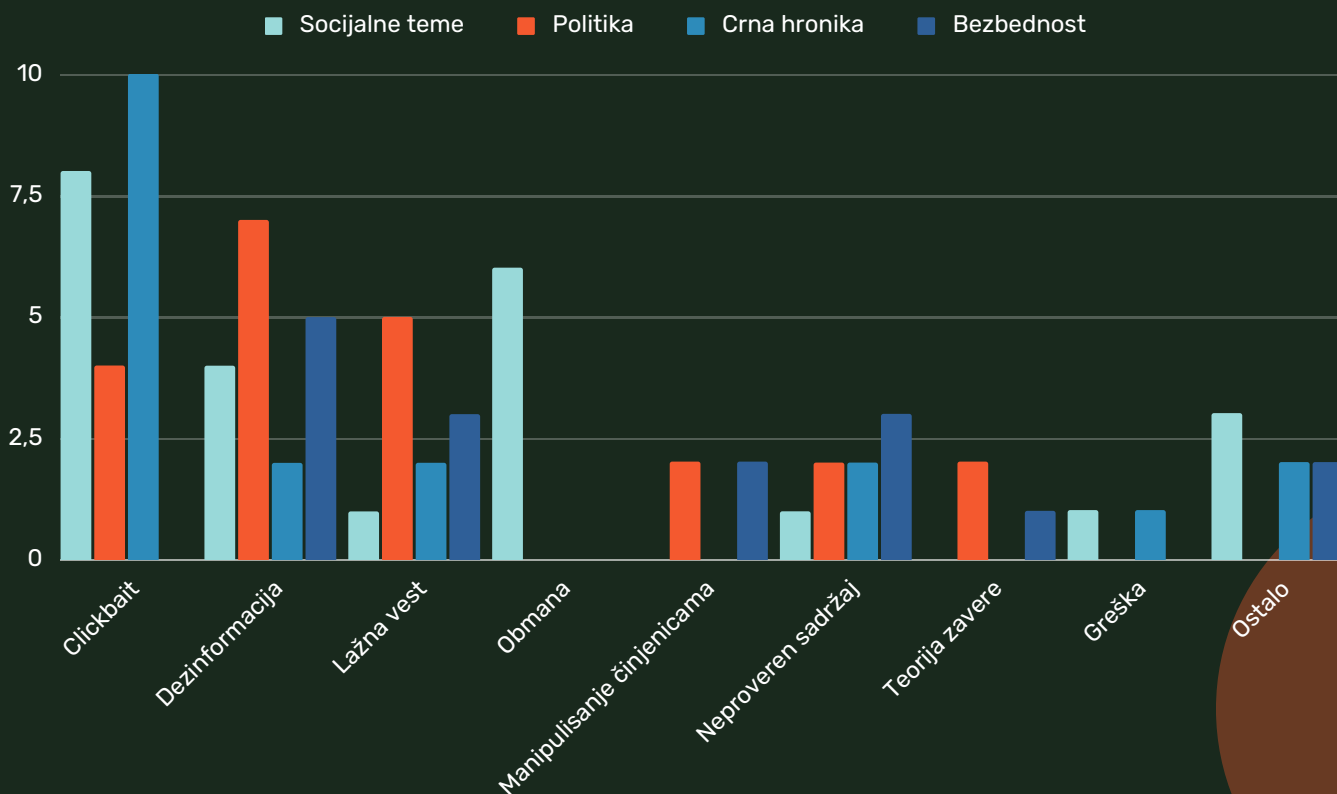
Sadržaji netačnog informisanja na političkom polju ocenjeni su uglavnom kao dezinformacije, lažna vest i clickbait, dok su oni sa socijalnom tematikom ocenjeni kao clickbait, obmana i dezinformacije.

Čak su i objave u crnoj hronici uglavnom dobijale ocene clickbait-a na polju bezbednosti koje su ocenjene kao dezinformacije, lažna vest i neproveren sadržaj.



Izrazita karakteristika ovih tematskih oblasti je da skoro sve objave sa sadržajem netačnog informisanja iz oblasti socijalne tematike i crne hronike stvaraju i prenose mediji na albanskom jeziku. Dok, 47% članaka iz oblasti bezb-

-ednosti objavili su mediji na srpskom jeziku, a 50%izdavači na albanskom jeziku, a objave iz političke oblasti objavljuju i prenose uglavnom izdavači na albanskom jeziku (oko 60%), a ostalo u medijima na srpskom jeziku (37%).



Slika 9. Procena članaka netačnog informisanja po kategorijama netačnog informisanja na osnovu tematskih oblasti tokom šestomesečnog perioda (januar- jun 2023.)

### **Poređenje između dva šestomesečna perioda (septembar - decembar 2022. i januar- jun 2023.):**

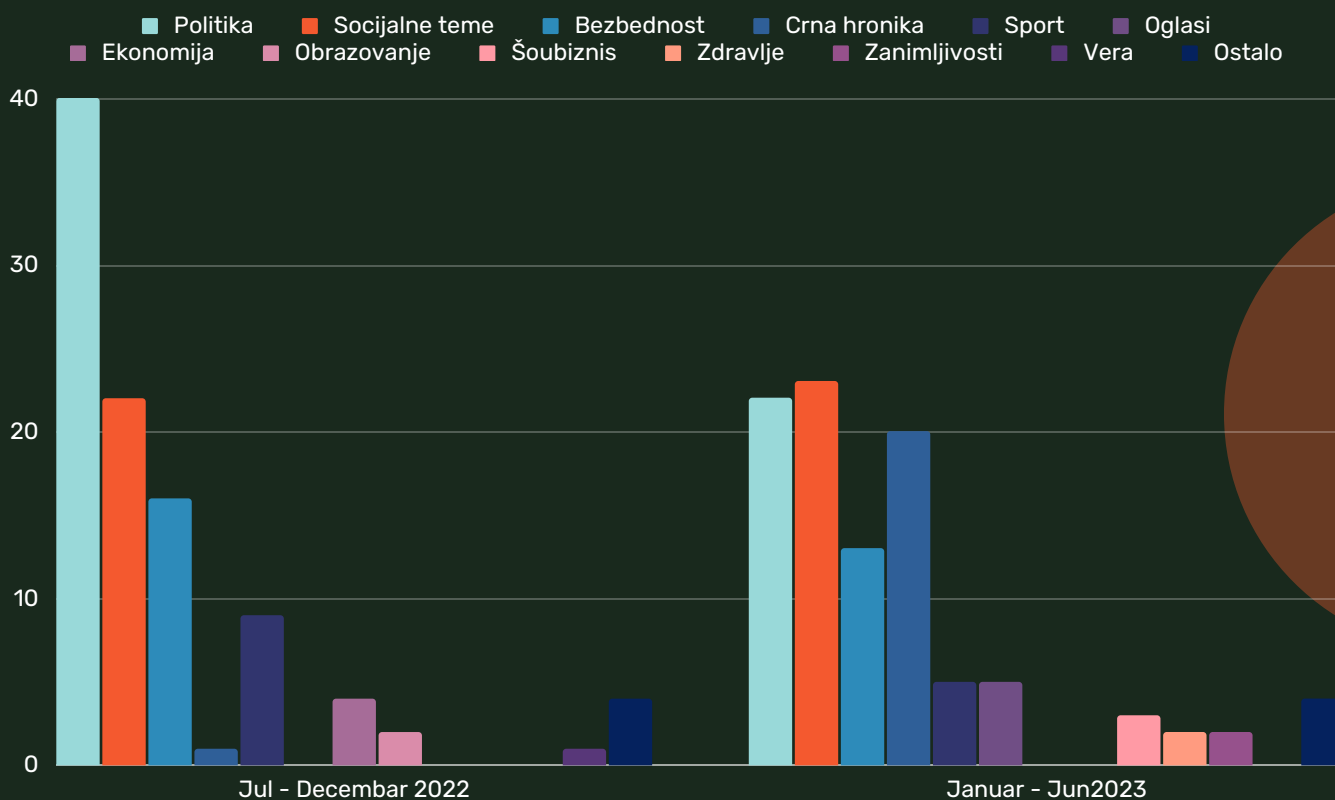
Suštinska razlika između oba perioda u tematskim oblastima je u tome što je u ovom šestomesečnom periodu bilo 15% manje objava iz političke oblasti u odnosu na prethodni šestomesečni period (sa 40% na 25%). Međutim, „hibrid.info“ je od septembra 2022. godine počeo sa merenjem „polja članaka netačnog informisanja“, pa nedostaju podaci za merenja ove kategorije tokom jula i avgusta 2022. godine. Merenja za poslednja četiri

meseca prethodnog perioda pokazuju da su sadržaji netačnog informisanja na političkom polju neuporedivo preovladali u odnosu na druge oblasti sa 40%, a zatim slede socijalne teme sa 22%, bezbednost sa 16% i sport sa 9%. Čak i u periodu januar-jun 2023. godine političke teme su preovladale nad drugim oblastima netačnog informisanja, ali se primećuje da je razlika između političkih (25%) i socijalnih tema (21%) smanjena za 4%.

Još jedan važan nalaz je da su mediji na albanskom jeziku objavili mnogo više članaka o crnoj hronici u ovom periodu sa ukupno 18% (u odnosu na prethodni period kada ih je bilo samo 1%), dok je oblast bezbednosti na četvrtom mestu sa 16 % bez promene procenta u odnosu na prethodni period.

mogu se opravdati tendencijom da izdavači na albanskom jeziku u ovom periodu objavljuju više clickbait članaka, što je povećalo broj objava u oblastima socijalnih tema i crne hronike, a istovremeno uticalo na smanjenje razlika u procentima sadržaja netačnog informisanja na političkom i socijalnom planu.

Ove razlike između ova dva perioda



Slika 10. Poređenje glavnih oblasti netačnog informisanja od strane medija između dva šestomesečna perioda

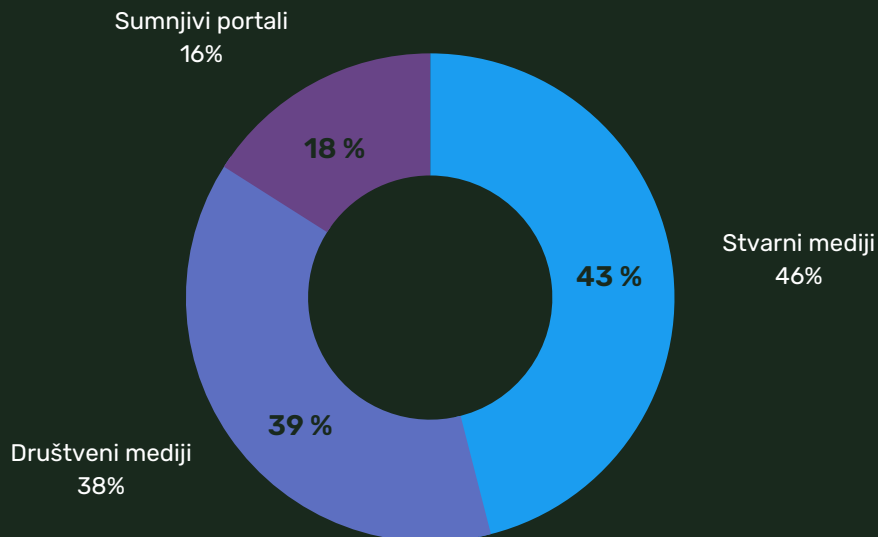
## 4. VRSTE IZDAVAČA NETAČNOG INFORMISANJA

U prvom šestomesečnom izveštaju, koji pokriva period jul-decembar 2022. godine, „hibrid.info“ je izmerio vrste izdavača (operatera koji objavljuju i prenose sadržaje netačnog informisanja ili medija) u stvarnim medijima i sumnjivim portalima.

Pored ovih vrsta izdavača, „hibrid.info“ od januara 2023. godine meri i društvene mreže, tačnije različite stranice, kanale i profile koji objavljuju sadržaje netačnog informisanja o Kosovu na raznim društvenim medijima (Facebook, TikTok, Tviter, YouTube, itd).

Ovo je od posebnog značaja s obzirom na njihovu široku upotrebu ne samo od strane medija i izdavača sadržaja netačnog informisanja, već i od čitalaca i šire javnosti na Kosovu.

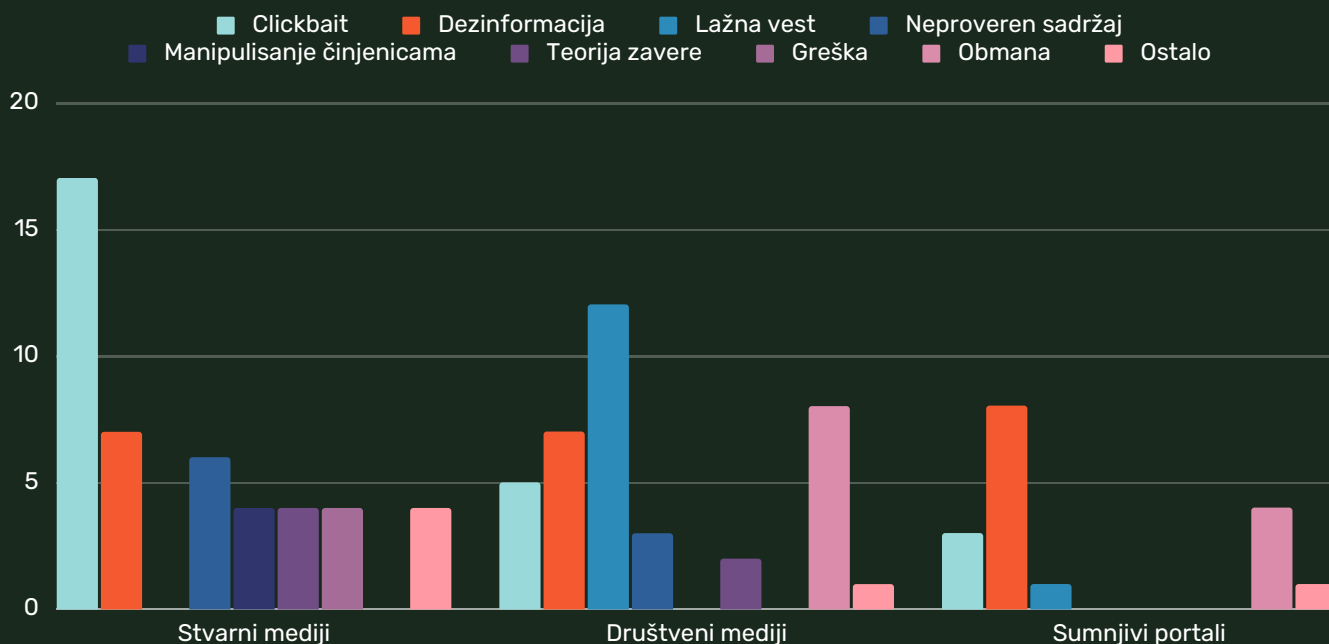
Tokom ovog šestomesečnog perioda (januar-jun 2023.), stvarni mediji su prenosili najviše sadržaje netačnog informisanja o dešavanjima na Kosovu za 46%. Slede stranice i profili na društvenim mrežama sa 38 % i sumnjivi portali sa 16 %.



Slika 11. Vrste izdavača (mediji i operateri) koji su prenosili članke netačnog informisanja tokom šestomesečnog perioda (januar- jun 2023.)

Sledeća slika detaljno prikazuje šta je bilo u fokusu raznih izdavača, uključujući i medije, u širenju netačnih informacija na Kosovu tokom ovog šestomesečnog perioda. Primećuje se da su stvarni mediji prenosili najviše

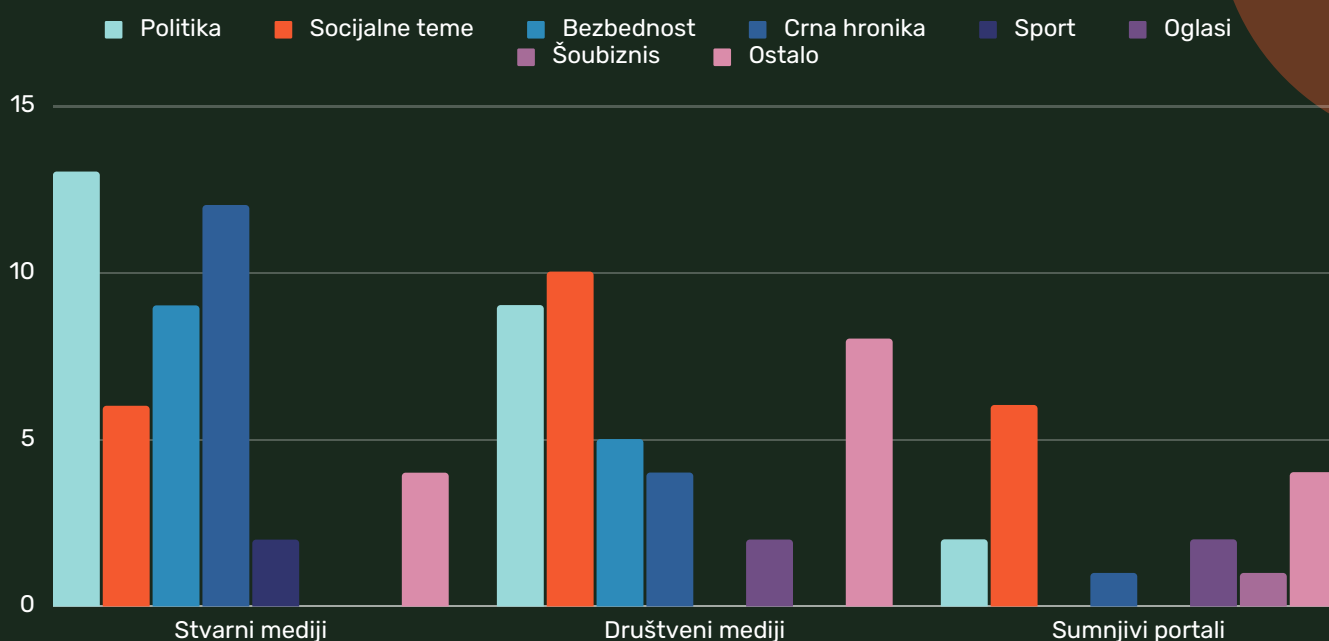
sadržaja netačnog informisanja u kategoriji clickbait, društveni mediji su prenosili najviše lažnih vesti, a sumnjivi portali su uglavnom prenosili dezinformacije.



Slika 12. Prenosenje sadržaja netačnog informisanja od strane izdavača na osnovu kategorija procene netačnog informisanja tokom šestomesečnog perioda (januar- jun 2023.)

Podaci u nastavku potvrđuju tendenciju da su tokom ovog šestomesečnog perioda različiti izdavači stvarali i prenosili sadržaje netačnog informisa-

-nja o političkim temama, zatim socijalnim temama i crnoj hronici. Članci netačnog informisanja iz oblasti bezbednosti bilo je mnogo manje.

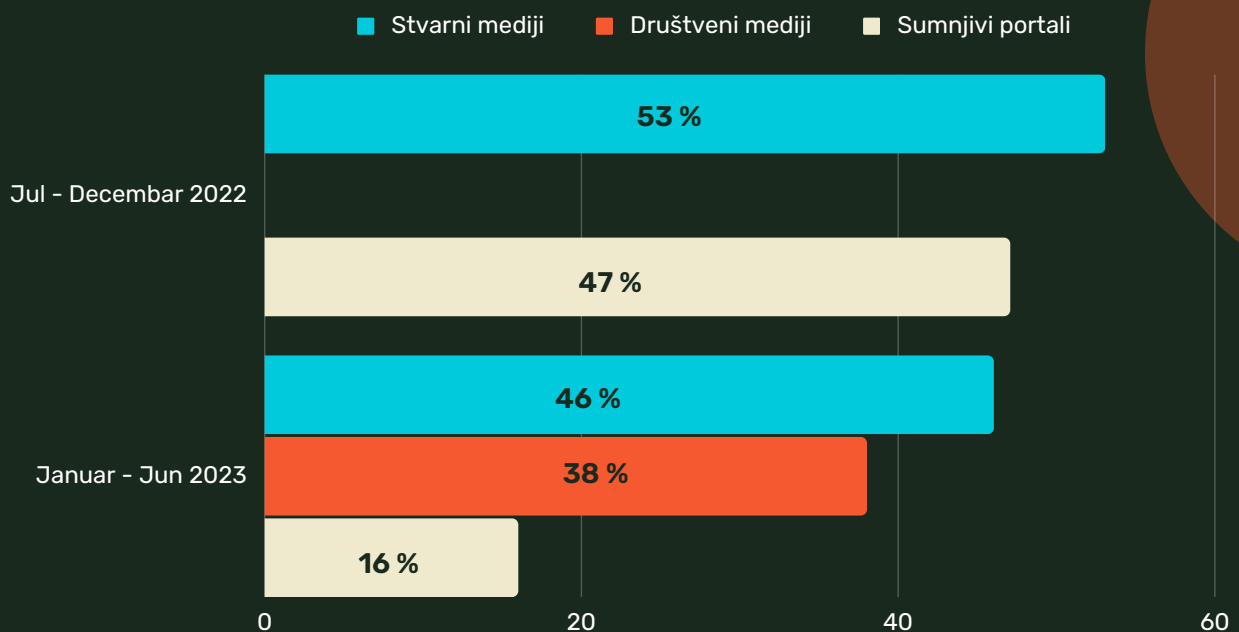


Slika 13. Prenosenje sadržaja netačnog informisanja od strane izdavača na osnovu tematskih oblasti tokom šestomesečnog perioda (januar- jun 2023.)

## Poređenje između dva šestomesečna perioda (jul - decembar 2022. i januar - jun 2023.):

Stvarni mediji objavili su najviše članaka sa sadržajem netačnog informisanja u oba šestomesečna perioda. Tokom prethodnog perioda društvene mreže nisu merene, pa je kao rezultat toga veći procenat objava netačnog informisanja u stvarnim medijima (53%) i sumnjivim portalima (47%). U međuvremenu, uključivanjem društvenih medija dolazi do velikog smanjenja objava na sumnjivim portalima (16%), koji su na trećem mestu i pad ispod 50% objava u stvarnim

medijima, s obzirom da se društveni mediji koriste za objavljivanje materijala netačnog informisanja sa raznih stranica i profila za 38%. Praćenjem je takođe primećena još jedna činjenica o smanjenju objava netačnog informisanja sa sumnjivih portala. Neki od njih su se pretvorili u druge stranice komercijalnog karaktera, drugi deo je smanjio svoju aktivnost, dok su neki počeli da prenose više materijala iz oblasti šoubiznisa i tračeva.



Slika 14. Poređenje vrsta izdavača (mediji i operateri) koji su prenosili članke netačnog informisanja tokom dva šestomesečna perioda

## 5. OBJAVE NETAČNOG INFORMISANJA IZDAVAČA NA ALBANSKOM I SRPSKOM JEZIKU

Aktivnosti praćenja pokazuju da se sadržaji netačnog informisanja o i u vezi sa događajima na Kosovu uglavnom objavljuju na albanskom i srpskom jeziku, dok izdavači na drugim jezicima stvaraju i prenose mnogo manje netačnih informacija za Kosovo. Od januara 2023. godine platforma "hibrid.info" je izvršila nekoliko izmena u metodologiji praćenja u cilju merenja objava netačnog informisanja uglavnom od strane izdavača na albanskom i srpskom jeziku.

Objave na albanskom jeziku mere se od strane svih izdavača koji uključuju: i) stvarne medije, ii) razne stranice i profile na društvenim medijima i iii) sumnjive portale. U međuvremenu, za članke netačnog informisanja izdavača na srpskom jeziku mere se samo stvarni mediji na srpskom jeziku, jer su i oni glavni stvaraoci i prenosioci sadržaja netačnog informisanja za Kosovo[24].

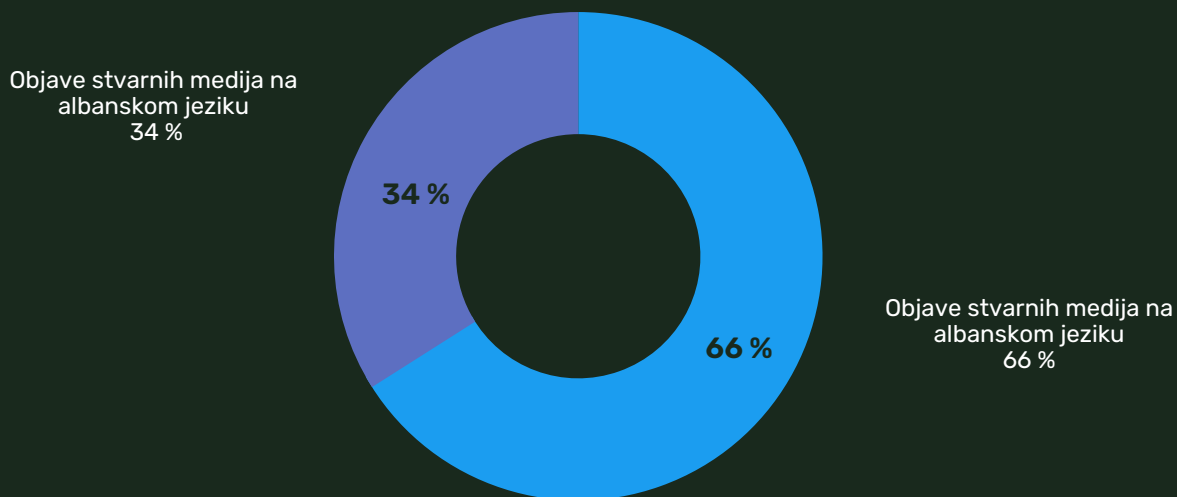
Tokom ovog šestomesečnog perioda (januar-jun 2023.), izdavači na albanskom jeziku objavili su najviše članaka netačnog informisanja od ukupno 81%, računajući ovde sve vrste izdavača na albanskom jeziku (stvarni mediji sa 29%, različite stranice na društvenim medijima sa 36% i sumnjivi portali sa 16%). Objave na drugim

jezicima obuhvataju one na srpskom jeziku, pri čemu su sve objavljene u stvarnim medijima na srpskom jeziku od 17% i u medijima na drugim jezicima (engleskom i ruskom) od 2%, koje su uglavnom stranice na društvenim medijima.

Visok procenat medijskih objava na albanskom jeziku i nizak procenat članaka iz medija na srpskom jeziku mogu se objasniti iz dva razloga: i) uključivanje društvenih medija u merenje članaka netačnog informisanja je povećalo samo po sebi objave u medijama na albanskom jeziku i ii) u objavama na srpskom jeziku mere se samo stvarni mediji na srpskom jeziku (ali ne i društvene mreže i sumnjivi portali). Ova dva faktora su uticala da je u ovom periodu mnogo veći procenat objava na albanskom jeziku.

Na donjoj slici, ali i na ostalim slikama ovog pododeljka izveštaja, upoređuju se samo podaci između stvarnih medijskih objava na oba jezika, albanskom i srpskom jeziku. Primećuje se da je skoro 2/3 stvarnih medijskih objava (65%) objavljeno na albanskom jeziku, dok je preko 1/3 (ili 35%) iz stvarnih medija bilo na srpskom jeziku.

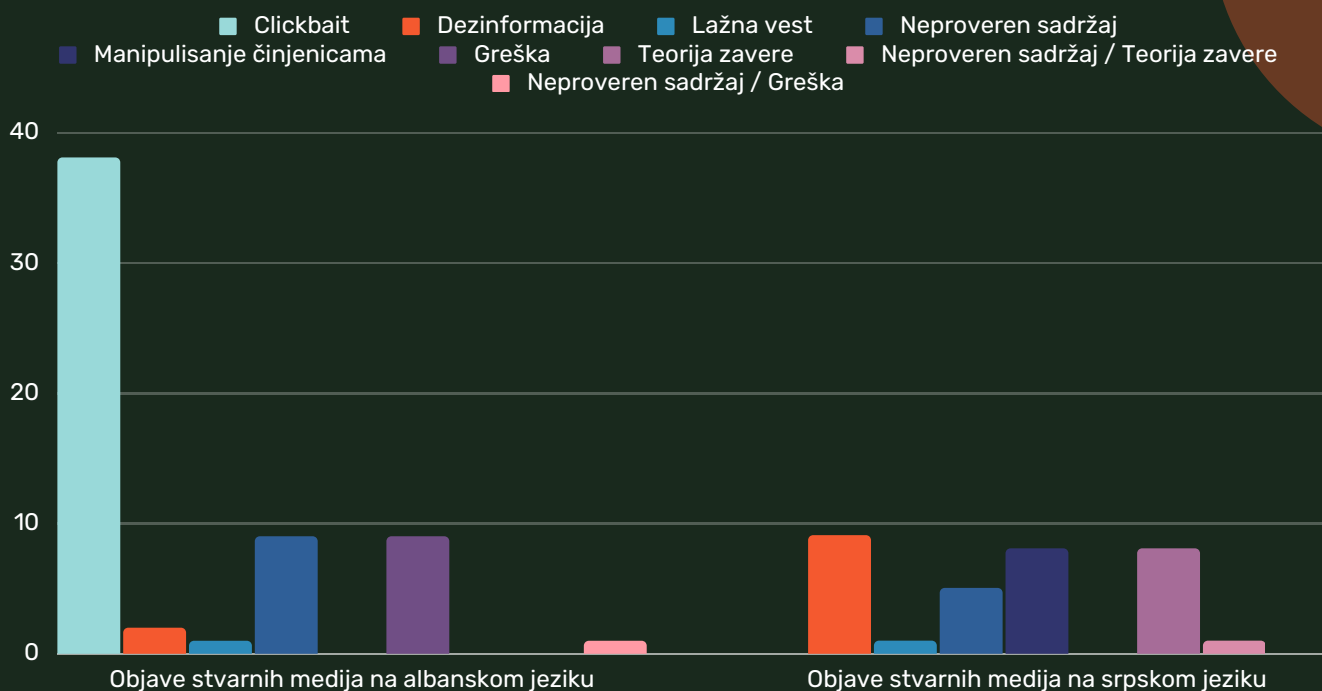
[24] Bokši, A. (2023.). *Informacijski poremećaj u drugom periodu 2022. godine*. Priština: ADS / hibrid.info. Ovo se potvrđuje i podacima praćenja od strane platforme "hibrid.info" za period januar- jun 2023.



Slika 15. Objave netačnog informisanja stvarnih medija na albanskom i srpskom jeziku (januar - jun 2023.)

Objave stvarnih medija na albanskom i srpskom jeziku prema kategorijama netačnog informisanja, potvrđuju tendenciju da stvarni mediji na albanskom jeziku objavljuju više članaka netačnog informisanja, kao što su clickbait (38%), greška (9%) ili neproveren sadržaj (9%), ali mnogo

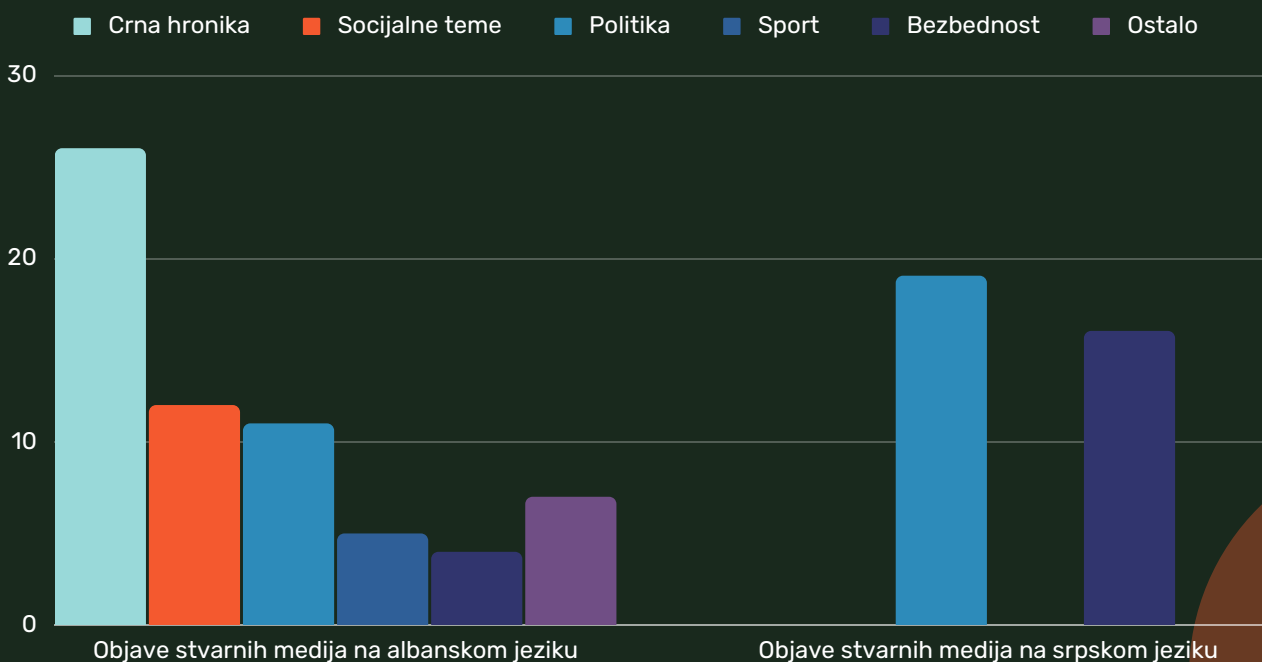
manje sadržaja netačnog informisanja ocenjenih kao dezinformacija (2%) ili lažna vest (1%). Naprotiv, stvarni mediji na srpskom jeziku uglavnom objavljuju dezinformacije (12%), teorije zavere (8%) i manipulisanje činjenicama (8%) o dešavanjima u vezi sa Kosovom.



Slika 16. Objave netačnog informisanja stvarnih medija na albanskom i srpskom jeziku na osnovu kategorija netačnog informisanja tokom šestomesečnog perioda (januar- jun 2023.)

Stvarni mediji na albanskom jeziku u ovom periodu imaju tendenciju da stvaraju i prenose više sadržaja netačnog informisanja o crnoj hronici (26%) i socijalnim temama (12%) nego o političkim temama (11%).

S druge strane, stvarni mediji na srpskom jeziku su u ovom periodu uglavnom prenosili dezinformacije o Kosovu upravo na političkom polju sa 19% i bezbednosnom polju sa 16%.



Slika 17. Objave netačnog informisanja stvarnih medija na albanskom i srpskom jeziku na osnovu tematskih oblasti tokom šestomesečnog perioda (januar - jun 2023.)

### **Poređenje između dva šestomesečna perioda (jul - decembar 2022. i januar- jun 2023.):**

Tokom prethodnog šestomesečnog perioda[25] (jul-decembar 2022. godine), mediji su mereni kategorizacijom prema geografskom aspektu, na osnovu zemlje u kojoj su registrovani kao pravna lica (lokalni, regionalni, lokalni/regionalni, međunarodni mediji i mediji na albanskom jeziku kojima upravljaju

aktivisti dijaspore)[26]. Čak i u ovom slučaju, poređenje između dva šestomesečna perioda (vidi sliku 19) se vrši samo za stvarne medije, jer za druge izdavače, kao što su sumnjivi portali, nema informacija o zemlji porekla, a društveni mediji u prethodnom šestomesečnom periodu nisu praćeni.

[25] Bokši, A. (2023.). *Informacijski poremećaj u drugom periodu 2022. godine*, str. 19. Priština: ADS / hibrid.info.

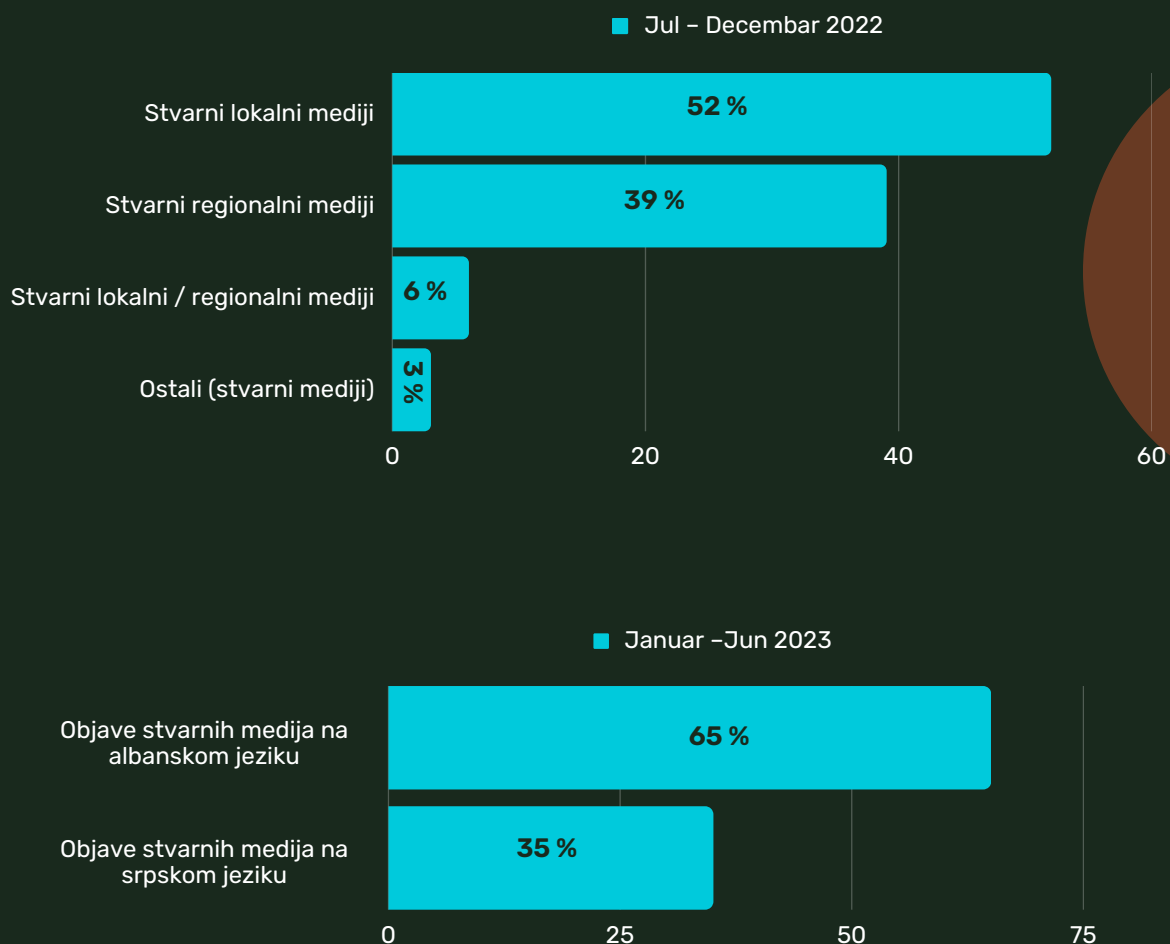
[26] Definicija i značenje ovih vrsta izdavača objašnjeni su u rečniku pojmova.



I u tom periodu (jul-decembar 2022.) stvarni lokalni mediji (reč je o kosovskim medijima) objavili su najviše sadržaja netačnog informisanja sa 52%, slede stvarni regionalni mediji sa 39%, gde su skoro svi iz Srbije, kao i oni lokalni/regionalni mediji sa 6%. Drugi stvarni mediji, poput onih na albanskom jeziku iz dijaspore, kao i oni iz međunarodnih medija, imali su mnogo manje netačnog informisanja sa oko 3%.

Dok, u ovom šestomesečnom periodu (januar-jun 2023.) lokalne medije zamenili su „mediji na albanskom“, a

regionalni „mediji na srpskom jeziku“, jer regionalni mediji, koji stvaraju i prenose dezinformacije o Kosovu, su uglavnom mediji na srpskom jeziku. Poređenje podataka pokazuje da je tokom ovog šestomesečnog perioda došlo do značajnog porasta objava netačnog informisanja stvarnih medija na albanskom jeziku sa 65% (porast od 13% u odnosu na prethodni period), dok je sadržaj netačnog informisanja prenešen od strane stvarnih medija na srpskom jeziku pretrpeo blagi pad sa 39% na 35% (manje od 4% u odnosu na prethodni period).



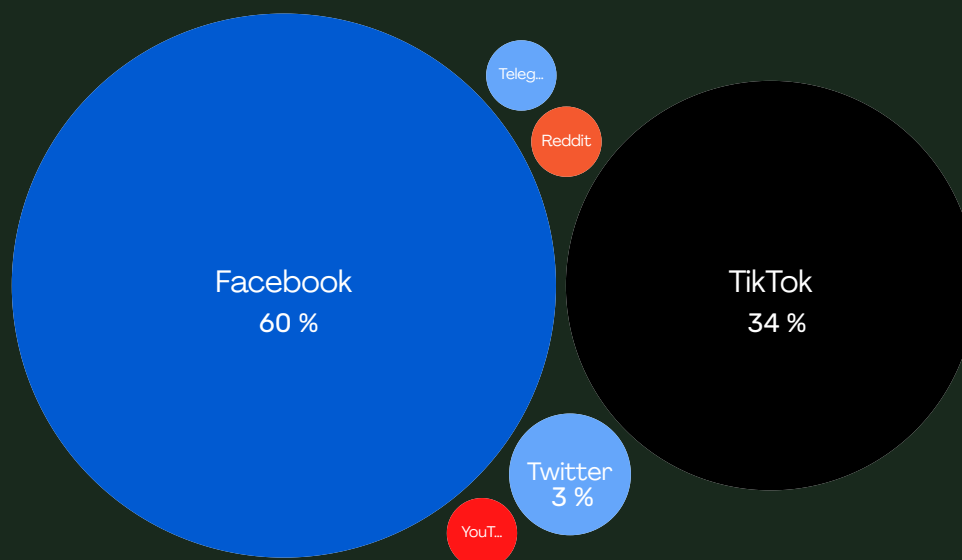
Slika 18. Objave netačnog informisanja stvarnih medija, medija na albanskom, srpskom i drugim jezicima tokom dva šestomesečna perioda

## 6. VRSTE DRUŠTVENIH MEDIJA

U ovom šestomesečnom izveštaju po prvi put se analiziraju detaljniji podaci u vezi sa objavljivanjem i prenošenjem članaka netačnog informisanja o Kosovu na društvenim mrežama od strane različitih izdavača. Ovde se ispituju samo članci objavljeni na društvenim mrežama (ne uključujući stvarne medije i sumnjive portale, koji su analizirani u delu pod naslovom „Vrste izdavača netačnog informisanja“). U prvom izveštaju za prethodni period (jul-decembar 2022.) ovi podaci nisu analizirani, jer je

„hibrid.info“ od januara 2023. godine počeo da prati netačno informisanje na društvenim mrežama.

Tokom ovog perioda, Facebook je bio glavni društveni medij za prenošenje članaka netačnog informisanja u vezi sa događajima na Kosovu za 60%. Sledi Tik Tok sa 34%, a ostali društveni mediji, kao što su Twitter sa 3%, Reddit sa 1%, Telegram sa 1% i YouTube sa 1%, imaju znatno manje objava netačnog informisanja za ovaj period.



Slika 19. Objave netačnog informisanja na društvenim mrežama tokom šestomesečnog perioda (januar- jun 2023.)

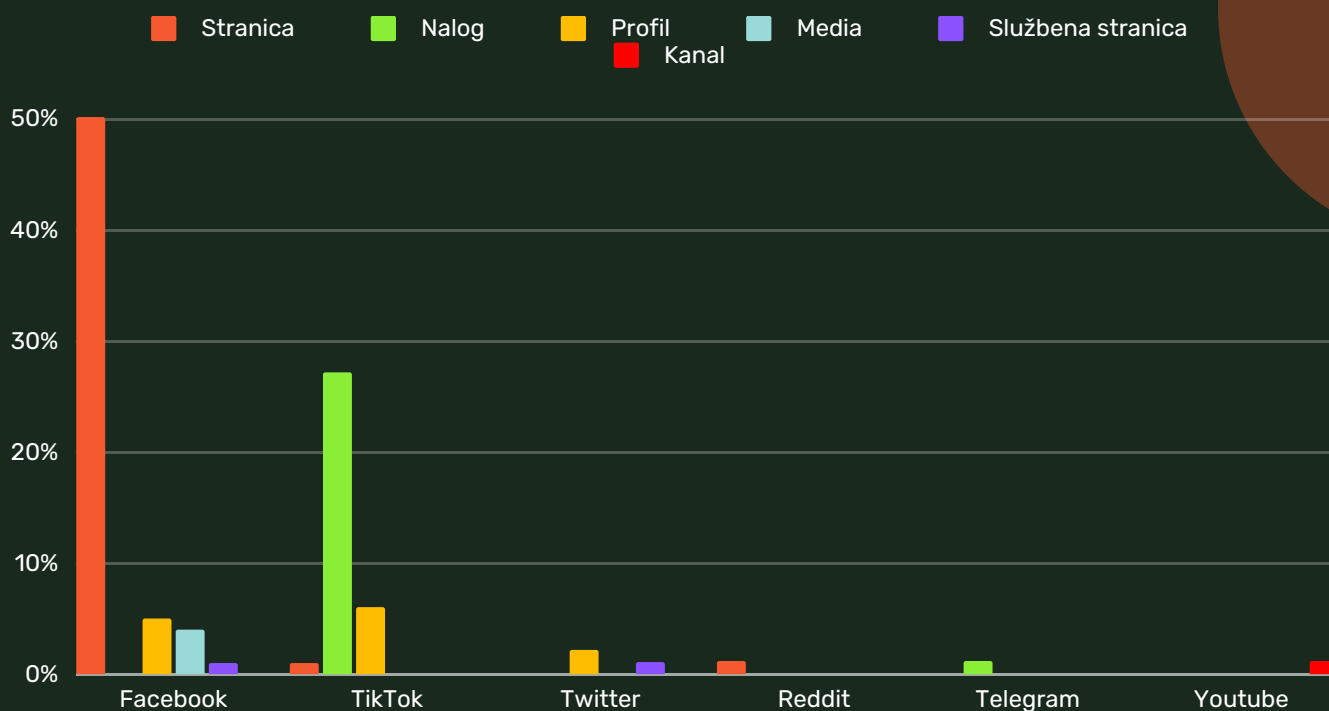
## Vrsta izdavača na društvenim medijima

Pored društvenih medija, ovaj izveštaj takođe istražuje interakciju na društvenim medijima u vezi sa objavljivanjem i prenošenjem članaka netačnog informisanja. Ovo je još jedna inovacija platforme "hibrid.info" za pružanje najdetaljnijih podataka i pojednostavljenje uticaja društvenih medija na netačno informisanje i informacijski poremećaj u digitalnom prostoru uopšte.

Analiza izdavača u društvenim medijima vrši se kroz ove kategorije:

stranice, naloge, profile, medije, zvanične stranice i razne kanale kojima upravljaju korisnici društvenih medija, a koji ih koriste za širenje dezinformacija u zavisnosti od dešavanja na Kosovu.

Sledeća slika pokazuje da su različite stranice na Facebook-u širile najviše sadržaja netačnog informisanja za ovaj period i to sa 50 %. Slede nalozi na TikTok-u sa 27 %, dok su oko 23 % ostalih sadržaja netačnog informisanja preneti od strane raznih izdavača na drugim društvenim medijima.



Slika 20. Izdavači članaka netačnog informisanja na društvenim medijima tokom šestomesečnog perioda (januar-jun 2023.)

U poređenju sa stvarnim medijima i sumnjivim portalima, na društvenim medijima su se uglavnom objavljivale lažne vesti, obmane, dezinformacije i objave clickbait (vidi sliku 12). Skoro svi članci netačnog informisanja na društvenim mrežama stvarali su se i

prenosili na albanskom jeziku.

U nastavku se analiziraju društveni mediji u odnosu na kategorije netačnog informisanja i tematske oblasti netačnog informisanja koje prenose izdavači u ovim medijima.

## 01. Facebook

Izdavači na Facebook-u su stvarali i prenosili najviše sadržaja netačnog informisanja ocenjenih kao obmana sa 17%, dezinformacije sa 15% i clickbait sa 13%, a zatim slede članci sa motivima lažnih vesti sa 6%, itd. Širenje objava netačnog informisanja na Facebook-u je uglavnom u društvenoj oblasti sa 22%, politici sa 11% i crnoj hronici sa 8%, dok je u manjem procentu za bezbednost od 6%.

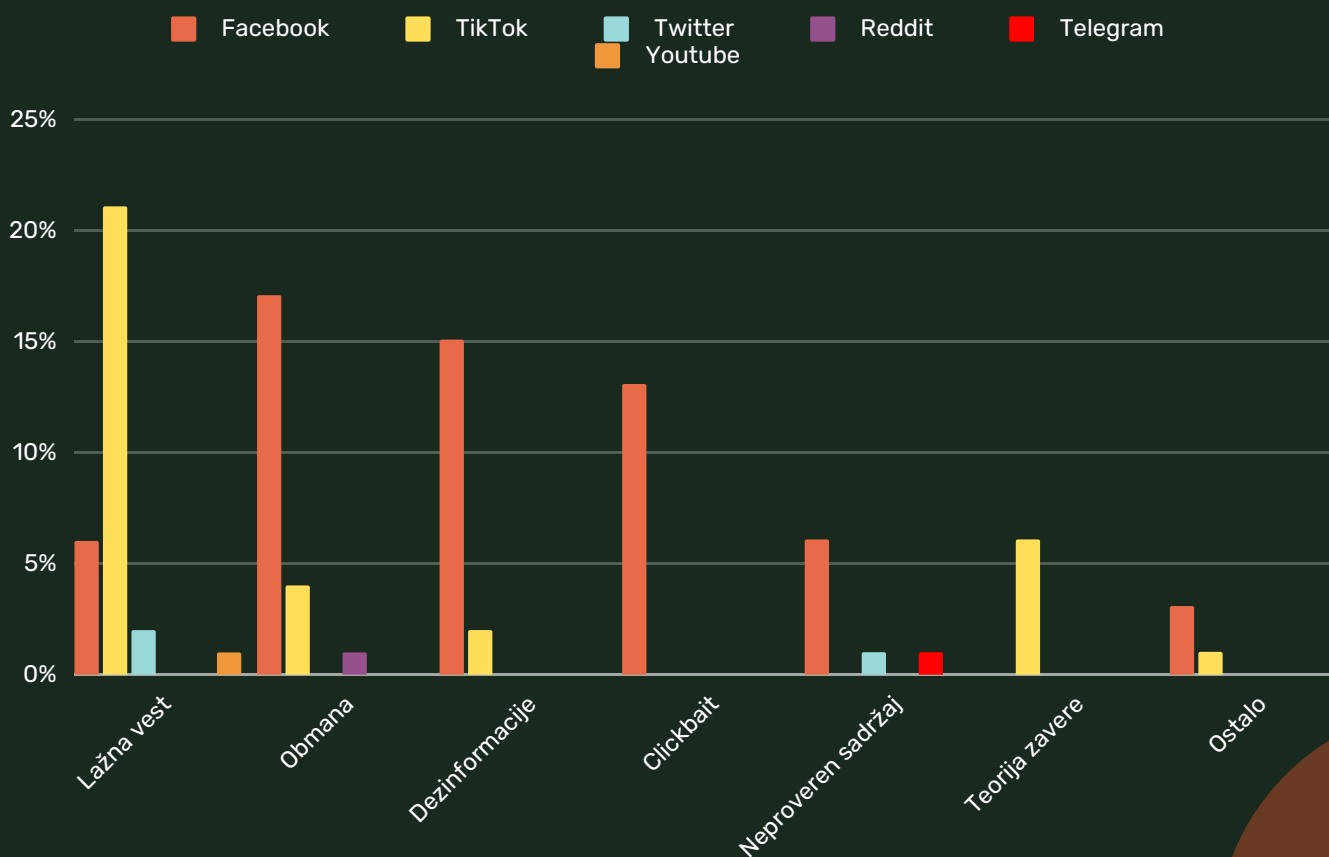
## 02. TikTok

Najveći broj netačnog informisanja na TikTok-u se odnosio na lažne vesti sa 21% i u drugim kategorijama, kao što su teorije zavere (6%), obmana (4%) i dezinformacije (2%). Za razliku od izdavača na Facebook-u, na TikToku, tokom ovog šestomesečnog perioda, uglavnom su se objavljivale političke distorzije sa 10% koje su dominirale najviše, kao i teme za bezbednost sa 7%. Dok, članci netačnog informisanja o crnoj hronici i socijalnim temama su u mnogo manjem procentu, sa po 3%.

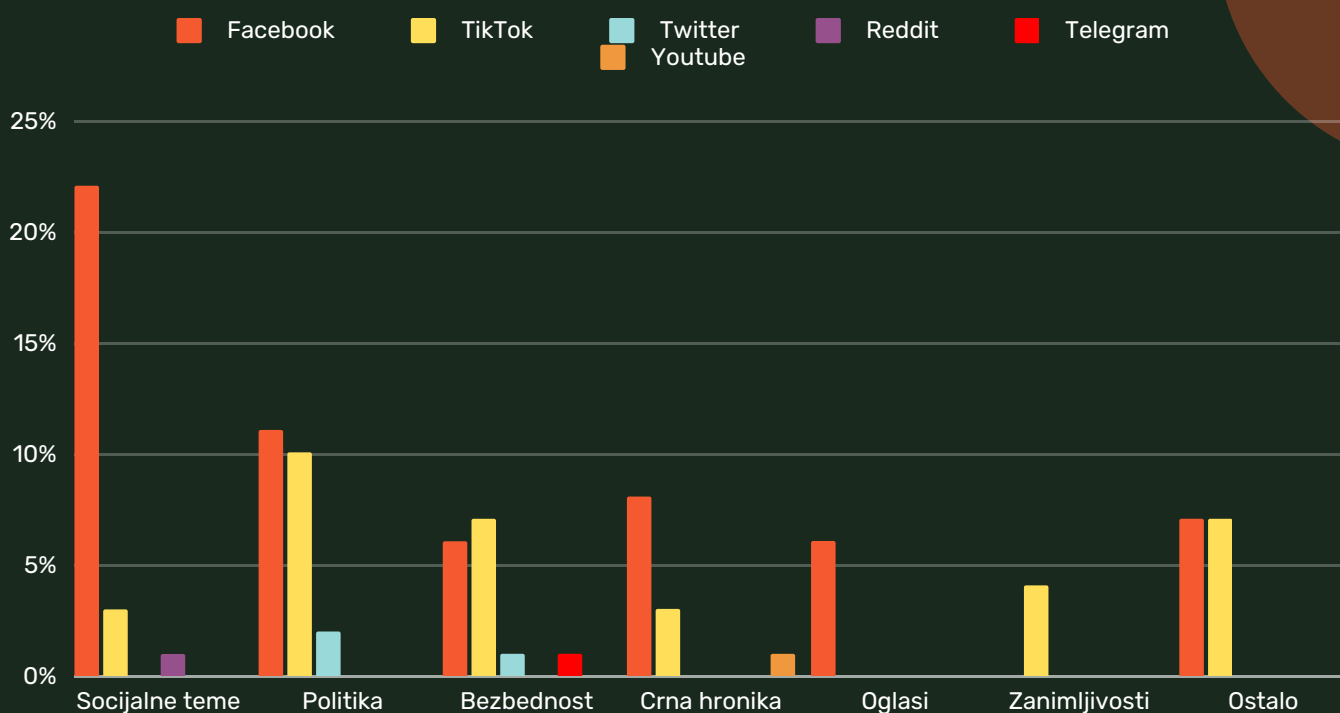
## 03. Twitter, YouTube i Reddit

Izdavači na drugim društvenim medijima, kao što su Twiter (3%), Reddit (1%), Telegram (1%) i YouTube (1%), prenosili su mnogo manje članaka netačnog informisanja u odnosu na Facebook i TikTok. Ova poslednja dva su i dalje najrasprostranjeniji društveni mediji na Kosovu, stoga imaju znatno manje sadržaja na drugim društvenim medijima.

### Kategorije netačnog informisanja



### Tematske oblasti netačnog informisanja



Slika 21. Objave i prenošenje sadržaja netačnog informisanja na društvenim mrežama na osnovu kategorija netačnog informisanja i tematskih oblasti tokom šestomesečnog perioda (januar- jun 2023.)

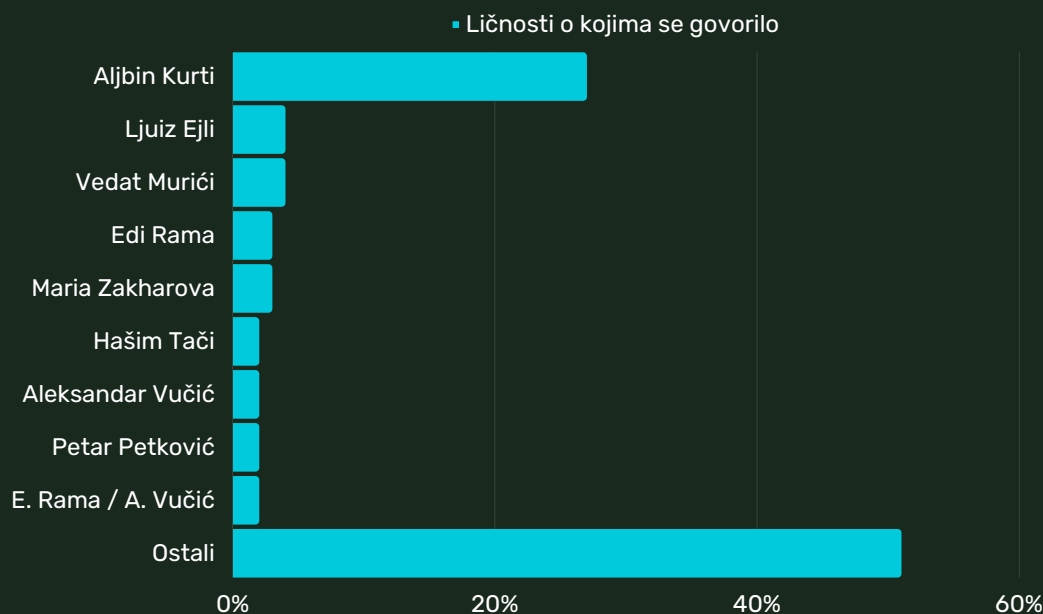
## 7. INSTITUCIJE I LIČNOSTI O KOJIMA SE NAJVIŠE GOVORILO

Praćenje netačnog informisanja je pokazalo da se o političkim i bezbednosnim institucijama, kao i o političkim ličnostima najviše govorilo u ovom periodu.

Ova tendencija se posebno uočava među institucijama o kojima se govorilo, gde je Kosovska policija sa 30% na prvom mestu među institucijama, o čemu više govore mediji na srpskom jeziku (62%) nego izdavači na albanskom jeziku (38%) u izveštajima netačnog informisanja o dešavanjima na severu Kosova. Takođe, o Policiji Kosova u vezi sa Srpskom listom i Kancelarijom za Kosovo u Vladi Srbije govorilo se u medijima na srpskom jeziku. Slede neke dezinformacije o NATO-u sa 11%, Vladi Kosova sa 5% i drugim institucijama prikazanim na Slici 22.

Među ličnostima o kojima se najviše govorilo je premijer Kosova Aljbin Kurti sa 27 % objava. O Kurtiju, kao značajnoj ličnosti, koji je na čelu Vlade Kosova, mediji su najviše govorili na srpskom jeziku (51%) nego izdavači na albanskom jeziku (46%). Mediji na srpskom jeziku su kroz članke netačnog informisanja, koji nisu zasnovani na činjenicama, govorili o Kurtiju u vezi sa Zajednicom opština sa srpskom većinom, severom Kosova, srpskom zajednicom na Kosovu, itd. Dok, članci netačnog informisanja, koji su mediji prenosili na albanskom jeziku, govorili su o Kurtiju u vezi sa ratnim zločinima, odnosima Kosova i SAD, kao i o onima između Kosova i Srbije, kao i o drugim temama. Druge ličnosti koje se pominju su Ljuiz Ejli sa 4%, Vedat Murići sa 4%, premijer Albanije Edi Rama sa 3% i druge ličnosti.



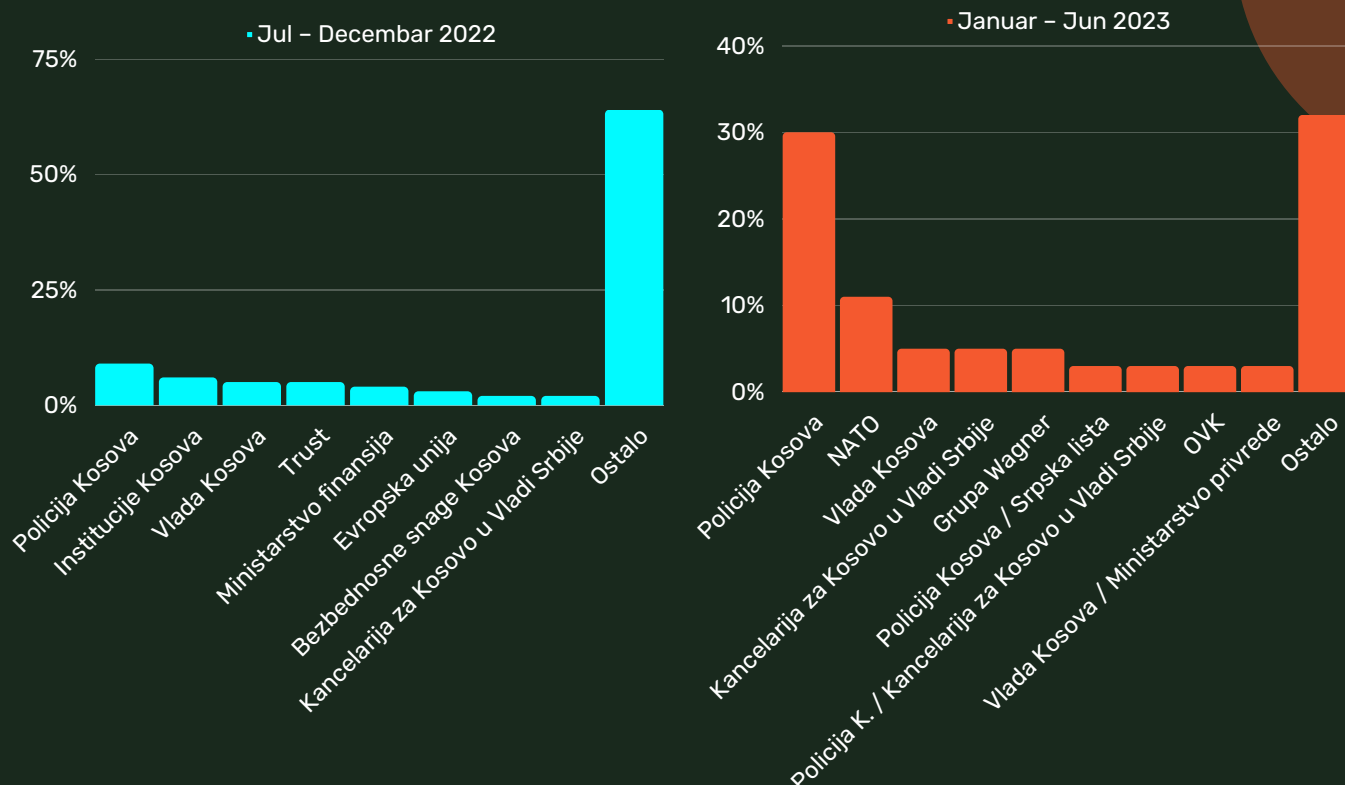


Slika 22. Institucije i ličnosti o kojima se najviše govorilo u medijskim objavama netačnog informisanja tokom šestomesečnog perioda (januar - jun 2023.)

### **Poređenje između dva šestomesečna perioda (jul - decembar 2022. i januar - jun 2023.):**

Poređenje između dva šestomesečna perioda pokazuje da su političke i bezbednosne institucije dominirale čak i u periodu jul-decembar 2022. godine, gde je Kosovska policija glavna pomenuta institucija. Razlika je u procentima (od 9% u prethodnom

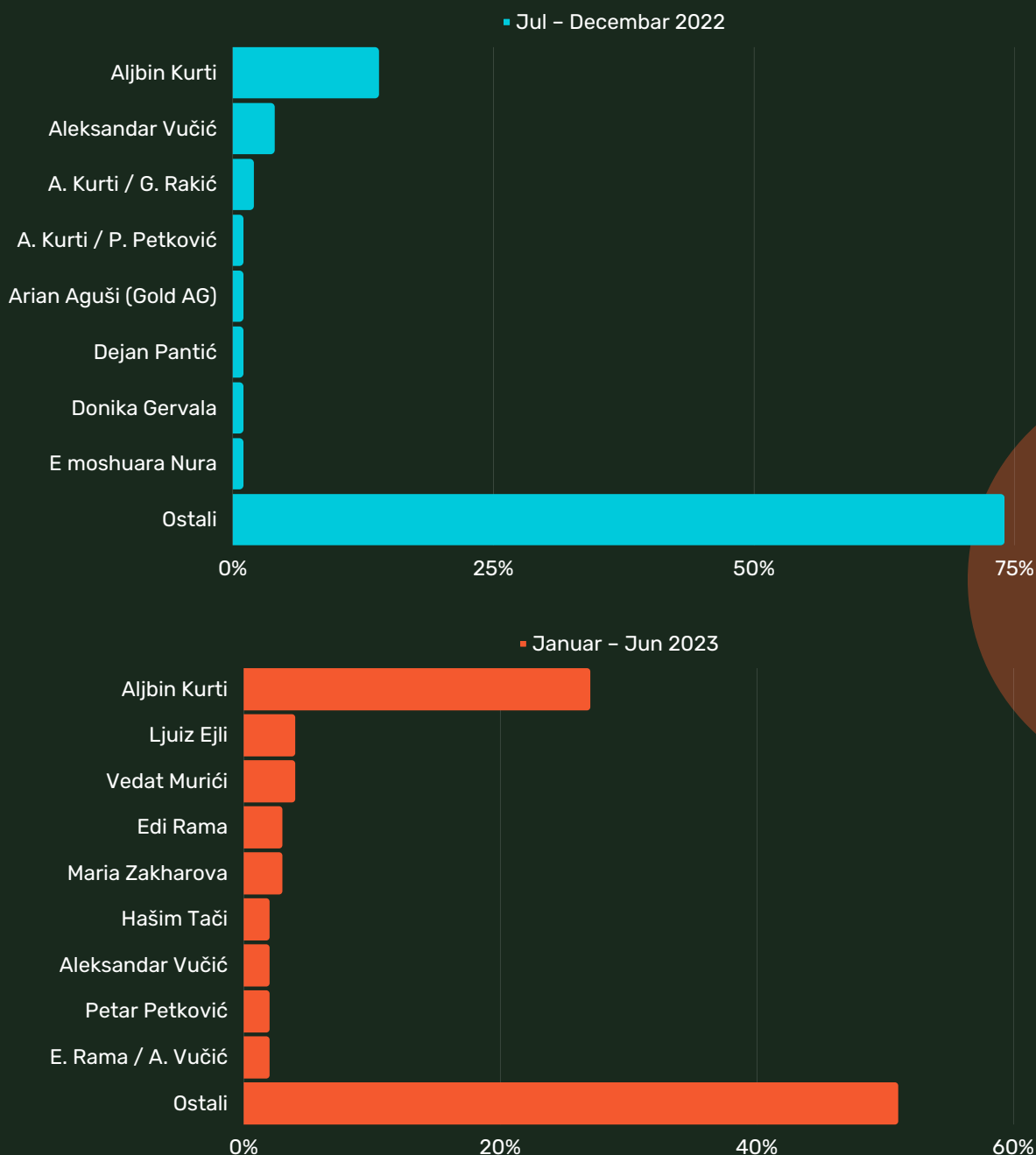
periodu, na 30% u ovom periodu), gde je primetan porast dezinformacija koje su se u ovom periodu fokusirale na Kosovsku policiju. Ostale institucije koje se pominju između dva perioda su skoro iste (sa nekim izuzecima).



Slika 23. Institucije o kojima se najviše govorilo u medijskim objavama netačnog informisanja tokom dva šestomesečna perioda

O premijeru Kurtiju se najviše govorilo u prethodnom periodu sa 14% objava naspram 27% u ovom periodu. Ovim je zabeležen porast od 13% članaka za ovaj period, u kojima je Kurti smešten u različite kontekste zbog netačnog informisanja izdavača na albanskom i

srpskom jeziku u odnosu na prethodni period. Razlika između prvog perioda (jul-decembar 2022.) i drugog šestomesečnog perioda (januar-jun 2023.) je u tome što se tada govorilo i o drugim ličnostima.



Slika 24. Ličnosti o kojima se najviše govorilo u medijskim objavama netačnog informisanja tokom dva šestomesečna perioda



# V. NOVINARSKA PRAKSA I OKRUŽENJE: OKOLNOSTI I KONTEKST

Kosovski mediji se suočavaju sa različitim operativnim problemima i izazovima kao funkcionalni i profesionalni mediji. Poslednjih godina je stvoren veliki broj medija na Kosovu, uključujući televizije i posebno onlajn medije, dok se procenjuje da je 468 medija registrovano kao pravna lica[27]. Od pandemije COVID-19 na Kosovu više ne postoje štampane novine, a zbog finansijskih poteškoća one su se zatvorile i prešle su u onlajn prostor. Trenutno, medijsko okruženje na Kosovu se sastoji od televizije, radija i onlajn medija, ali i aktivnosti raznih kosovskih medijskih stranica na društvenim medijima. Bez sumnje, najveći broj njih su onlajn mediji i od 468 medija registrovanih kao pravna lica, samo njih 50 su članovi Saveta pisanih medija Kosova[28]. i nisu ni registrovani kao pravna lica u odgovarajućim institucijama Kosova[29].

Dok su televizije pažljivije u poštovanju novinarske etike i pravednog informisanja javnosti, najveća distribucija netačnog informisanja, dezinformacija i lažnih vesti na Kosovu se dešava uglavnom od velikog dela

medija koji posluju u onlajn prostoru i stoga krše etiku i standarde profesionalnog novinarstva[30].

Većina onlajn medija na Kosovu funkcioniše sa malim redakcijama, sa ne više od pet zaposlenih i, štaviše, nedostaje im iskustvo i profesionalni kapaciteti u vezi sa objavljivanjem tačnih sadržaja u cilju pravednog informisanja javnosti. U nedostatku ovih neophodnih kapaciteta i znanja, deo medija i novinara suočava se sa sadržajima netačnog informisanja i dezinformacijama, koji se prenose u javnost.[31] Mediji se suočavaju sa veoma malim brojem urednika, lektorima i nejasnim praksama poštovanja etike i novinarstva u pogledu objavljivanja vesti u inostranstvu i poboljšanja ili menjanja vesti u procesu njihovog objavljivanja, itd.[32]

Istraživanja iz 2022. godine pokazuju da jedan značajan deo onlajn medija možda nije spreman da prepozna i otkrije sadržaj netačnog informisanja. [33] U ovom slučaju, sprečavanje i suzbijanje dezinformacija i sadržaja netačnog informisanja postaje još teže

[27] Bokši, A. (2023). Informacijski poremećaj u drugom periodu 2022. godine, str. 21. Priština: ADS / hibrid.info.

[28] Na istom mestu, str. 22.

[29] Fokus grupa sa medijskim stručnjacima u organizaciji "hibrid.info". Priština, 22. maj 2023. godine

[30] Na istom mestu.

[31] Bokši, A. (2023.). Informacijski poremećaj u drugom periodu 2022. godine, str. 21. Priština: ADS / hibrid.info.

[32] Ondozi, Ć. (2022.). Keqinformimi, dezinformimi dhe lajmet e rreme në mediat online në Kosovë, str. 8-9. Savet pisanih medija Kosova.

[33] Na istom mestu.

u uslovima nedostatka možda minimalnog znanja o proveru činjenica od strane onlajn medija (možda ne svih, ali jednog značajnog dela njih) i suprotstavljanja netačnog informisanja.

Jedan od glavnih problema medija na Kosovu, bilo u pravnom tako i u praktičnom smislu, jeste pitanje transparentnosti vlasništva i finansijske transparentnosti, koja je takođe uticala na informacijski poremećaj.[34] Vlasništvo nad medijima više nije regulisano aktuelnim zakonodavstvom na Kosovu u oblasti medija, a medijski stručnjaci su predložili da se hitno izgradi pravni osnov za razjašnjavanje medijske transparentnosti i vlasništva.[35] Medijski stručnjaci su takođe konstatovali da je posebno finansijsko pitanje medija jedan od glavnih izazova, jer ih to podstiče da budu pod uticajem različitih interesnih grupa, poput biznisa, političkih partija, vlasti, itd i nameću im se različite finansijske i političke agende ovih interesnih grupa kako bi imali finansijsku ili druge oblike koristi.[36] To se, prema njihovim rečima, sa posebnim naglaskom može posmatrati tokom perioda izbora na Kosovu, odnosno izveštavanja medija tokom predizbornih kampanja.[37]

Pored ovog i drugih gore identifikovanih problema, neki od drugih izazivača informacijskog poremećaja su nejasni/nepoznati izvori finansiranja medija (uglavnom onlajn) i uvoz stranih narativa na Kosovu od strane lokalnih medija, posebno onih srpskih medija koji su bliski sa vlašću u Srbiji i ruskim medijima, koji imaju za cilj propagandu čak i kroz dezinformacije.[38] Što se konkretno tiče ruskih medija, iako su zvanično blokirani za kosovsku digitalnu publiku, „Sputnik“ i „RT Balkan“ su jedno vreme dostupni svima koji žele da posete ove sajtove na internetu. Dok je „Sputnik“, za digitalnu publiku Kosova, dostupan u međunarodnom servisu i na srpskom jeziku, drugi medij „Russia Today“ nudi se samo u servisu za Balkan – „RT Balkan“.[39] Shodno tome, mediji menjaju svoje domene i nesmetano rade.[40] Iako je Vlada Kosova donela odluku da zabrani provladine ruske medije na Kosovu, nakon istraživanja hibrid.info potvrđeno je da je pristup u ova dva ruska portala sada moguć. Vlada Kosova je od marta 2022. godine preduzela niz sankcija u odnosu na Rusiju, koje su uvele EU i SAD, kao odgovor na ruske destabilizujuće akcije u vezi sa situacijom u Ukrajini, koje su uključivale zabranu emitovanja propagandnih medija Rusije u Kosovo.[41]

[34] Fokus grupa sa medijskim stručnjacima u organizaciji “hibrid.info”. Priština, 22. maj 2023. godine

[35] Na istom mestu.

[36] Na istom mestu.

[37] Na istom mestu.

[38] Bokši, A. (2023). Informacijski poremećaj u drugom periodu 2022. godine, str. 22. Priština: ADS / hibrid.info.

[39] Pogledajte članak “Ruski (ne)blokirani mediji” objavljen od strane “hibrid.info”, 25. maj 2023. godine.

[40] Fokus grupa sa medijskim stručnjacima u organizaciji “hibrid.info”. Priština, 22. maj 2023. godine.

[41] Pogledajte članak “Ruski (ne)blokirani mediji” objavljen od strane “hibrid.info”, 25. maj 2023. godine.

## VI. REGULISANJE I SAMOREGULISANJE MEDIJA

Na Kosovu postoje dva glavna mehanizma za regulisanje /samoregulisanje: i) Nezavisna komisija za medije (NKM) kao regulatorni mehanizam za medije i ii) Savet za pisane medije Kosova (SPMK) kao samoregulatorni mehanizam za medije.

NKM je nezavisni organ sa ovlašćenjima za regulisanje, upravljanje i nadziranje radio-difuznog frekventnog spektra, kao i regulisanje prava, obaveza i odgovornosti fizičkih i pravnih lica koja pružaju audio i audiovizuelne medijske usluge[42], što podrazumeva radio i televiziju na Kosovu. Glavne odgovornosti ovog regulatornog mehanizma uključuju licenciranje javnih i privatnih emitera, određivanje sankcija licenciranim subjektima koji krše propise NKM-a ili uslove licence, kao i izveštava Skupštinu Kosova.[43]

U međuvremenu, SPMK funkcioniše kao nevladina organizacija[44], koja je osnovana 2005. godine uz pomoć OEBS-a i samoregulatorni mehanizam je za pisane medije.[45] S obzirom da od 2020. godine više nema štampanih novina, fokus SPMK-a je na onlajn medijima u zemlji. Među ciljevima

SPMK-a je i zaštita građana od neistinitih tekstova i zaštita novinara od nepotkrijepljenih žalbi.[46] SPMK je adresa na koju zainteresovane strane i građani mogu da se žale na medijekoji su obuhvaćeni ovim samoregulatornim mehanizmom kada postoje sumnje da su prekršili Kodeks SPMK-a.[47]

Međutim, rad ova dva različita mehanizma suočava se sa različitim problemima. Što se tiče NKM-a, EK je 2022. godine kritikovala da nedostatak osoblja i adekvatnih resursa otežava vršenje njenih ovlašćenja kao nezavisnog organa i preporučila da donošenje odluka ovog mehanizma bude transparentno i sveobuhvatno. [48] Takođe, praćenje medija (televizija/radija) od strane NKM-a je ograničeno, jer su medijski sadržaji, koji se prate od strane ovog mehanizma, samo u slučajevima predizbornih kampanja, ali ne i drugi sadržaji.[49] U ovom slučaju, medijski stručnjaci preporučuju i pozivaju NKM da prati i druge sadržaje, barem političke debate na svim nacionalnim televizijama, koje se smatraju još jednim sredstvom za širenje sadržaja netačnog informisanja kosovskoj javnosti.[50]

[42] Član 3., Zakon br. 04/L-44 o Nezavisnoj komisiji za medije.

[43] Na istom mestu.

[44] Fokus grupa sa medijskim stručnjacima u organizaciji "hibrid.info". Priština, 22. maj 2023.

[45] Pogledajte rubriku "Za nas" na web-stranici SPMK-a.

[46] Na istom mestu.

[47] Pogledajte rubriku "Izjavljivanje žalbe" na web-stranici SPMK-a.

[48] European Commission. (2022.). Kosovo 2022 Report, str. 94. Brussels: European Commission.

[49] Na istom mestu, str. 34.

[50] Fokus grupa sa medijskim stručnjacima u organizaciji "hibrid.info". Priština, 22. maj 2023. godine.

U međuvremenu, integritet NKM doveden je u pitanje[51]zbog sumnji i optužba za korupciju bivših visokih funkcionera ove institucije 2021. godine, koji su pod istragom[52] pravosudnih institucija na Kosovu.[53]

Kao što je poznato, onlajn mediji na Kosovu nisu zakonski regulisani i trenutno su samo podložni samoregulisanju od strane SPMK-a, a članstvo u SPMK je dobrovoljno od strane onlajn medija.[54] Shodno tome, ovi mediji nisu ni regulisani važećim Zakonom o Nezavisnoj komisiji za medije i nisu u njegovoj nadležnosti. EK je u više navrata preporučila da se Zakon o NKM-u izmeni i uskladi sa Direktivom EU o audiovizuelnim medijskim uslugama[55], koja je pretrpela izmene 2018. godine, regulisanjem rada audiovizuelnih usluga.[56] Vlada Kosova je 2020. godine[57]pokrenula inicijativu za izmene i dopune važećeg Zakona o NKM-u kako bi ga uskladila sa relevantnom Direktivom EU, ali od tada do sada (jun 2023.), ovaj nacrt zakona još nije usvojen u Skupštini Kosova. Medijski stručnjaci kritikovali su da proces izmene zakona nije bio transpar-

-entan, jer su u radnu grupu uključeni samo NKM i Pravna kancelarija Kabineta premijera, ali ne i mediji, civilno društvo i medijski stručnjaci, dok su oni pozvani na samo dve javne rasprave o nacrtu zakona 2020. i 2021. godine.[58]Ali, nacrt zakona je krajem 2021. godine objavljen na platformi za javne konsultacije, gde su sve strane imale priliku da pošalju komentare na njegov sadržaj.[59]

Novi nacrt zakona koji je izradila Vlada, iako još nije usvojen i nije stupio na snagu, usklađen je sa Direktivom EU-a, uključujući u nadležnosti NKM-a i regulisanje platformi za razmenu video zapisa, operatora distribucije, kao i drugih operatora koji, bez obzira na tehnologiju koja se koristi, distribuiraju pružaoce audiovizuelnih medijskih usluga.[60] Sledeća tabela prikazuje kako su mediji regulisani važećim Zakonom o NKM-u i izmenama koje se očekuje da donese novi nacrt zakona (ako se bude usvojio u onom sadržaju u kojem je trenutno):

[51] Na istom mestu.

[52] Makshana, L. (19. januar 2022.). [Apelacioni sud potvrđuje optužnicu protiv bivšeg šefa NKM-a koji se tereti za korupciju](#). Zakletva za pravdu.

[53] Merlaku, A. (3. maj 2023.). [Na suđenju za korupciju protiv bivšeg šefa NKM-a saslušano je nekoliko audio zapisa](#). Zakletva za pravdu.

[54] Fokus grupa sa medijskim stručnjacima u organizaciji "hibrid.info". Priština, 22. maj 2023. godine

[55] Pogledajte [Direktivu EU-a](#).

[56] Pogledajte Član 1. Direktiva EU-a za definiciju audiovizuelnih medija, koja uključuje i one koji distribuiraju sadržaje u onlajn prostoru.

[57] Fokus grupa sa medijskim stručnjacima u organizaciji "hibrid.info". Priština, 22. maj 2023. godine.

[58] Na istom mestu.

[59] Pogledajte [Nacrt](#) Zakona o Nezavisnoj komisiji za medije na platformi Javne konsultacije.

[60] Član 4., [Nacrt](#) Zakona o Nezavisnoj komisiji za medije.

Regulisanje medija na Kosovu prema  
važećem Zakonu o NKM:

Regulisanje medija na Kosovu prema  
izmenama u novom Nacrtu Zakona o  
NKM:

Stav 1., Član 3.:

NKM reguliše prava, obaveze kao i odgovornosti fizičkih i pravnih lica koja pružaju audio i audio vizuelne medijske usluge.

Stav 2.1., Član 4.:

NKM će regulisati prava, obaveze i odgovornosti fizičkih i pravnih lica koja pružaju audio, audiovizualne medijske usluge, usluge platformi za razmenu videa, operatora distribucije, kao i drugih operatora koji, bez obzira na tehnologiju koja se koristi, distribuiraju pružaoce audiovizuelnih medijskih usluga.

Stav 2.1., Član 3.:

NKM licencira javne i privatne prenosnike, dajući ovlašćenim subjektima pravo na upotrebu frekvencija Spektra frekvencija za prenos, kao i licencira sve audiovizuelne.

Stav 2.2., Član 4.:

Izdaje dozvole za audio, audiovizuelnih usluga, platforme za distribuciju videa, operatere.

Insistiranje EU na izmenama i dopunama i usklađivanju Zakona o NKM-u sa Direktivom EU dokazuje da je poželjnije da NKM u svojoj nadležnosti ima regulisanje i licenciranje onlajn medija. U preporuci EK tekstualno se navodi da se „amandmani Zakona o NKM-u, kojisu trenutno u procesu, moraju dalje usaglasiti sa Direktivom o audiovizuelnim medijskim uslugama kako bi se nadležnosti (NKM) proširile na onlajn audiovizuelni mediji“.[61] Međutim, očekuje se da će ovo naići na ,

otpor i protivljenje među novinarima medijskom zajednicom i civilnim društvom na Kosovu pod obrazloženjem da Kosovo nema uslove za sprovođenje ovih predloženih promena, kao posledica nedovoljnih profesionalnih kapaciteta i nedostatka stručnosti NKM-a u primeni ovih zakonskih odredbi.[62] Stručnjaci za medije i digitalni prostor naglašavaju važnost jačanja SPMK-a kao samoregulatornog organa[63] i da onlajn mediji i dalje ostaju samoregulatorni subjekt SPMK-a.[64]

[61] European Commission. (2022). Kosovo 2022 Report, f. 94. Brussels: European Commission.

[62] Fokus grupa sa medijskim stručnjacima u organizaciji "hibrid.info". Priština, 22. maj 2023. godine.

[63] Na istom mestu.

[64] Na istom mestu.

Što se tiče SPMK-a kao samoregulatornog organa onlajn medija, on se suočava sa izazovima finansijske održivosti, kao što je konstatovano od strane medijskih stručnjaka[65] i na osnovu izveštaja Evropske komisije o Kosovu[66], koji preporučuju da medijski regulatori imaju adekvatne resurse kako bi samostalno ispunjavali svoj mandat. Jedan od oblika obezbeđivanja finansijske održivosti za SPMK, medijski stručnjaci pominju izdvajanje budžeta od strane države (Vlade/ Skupštine) za razvoj kapaciteta u onlajn praćenju medija, posebno u smislu sprečavanja i borbe protiv netačnog informisanja[67], ali u ovom slučaju, treba voditi računa da se izbegne moguća zloupotreba budžeta. U međuvremenu, činjenica povećanja broja onlajn medija na Kosovu, koji nisu registrovani u SPMK, ostaje zabrinjavajuća.[68]

Kao uspešan primer samoregulisanja onlajn medija u digitalnom prostoru, medijska zajednica na Kosovu pominje slučaj samoregulisanja medija u Finskoj. [69] Samoregulatorni organ za medije u Finskoj je Savet za masovne medije (Council for Mass Media – CMM), koji su 1968. godine osnovali finski izdavači i novinari.[70] Članstvo medija u CMM-u je dobrovoljno i skoro 95% novinara, koji rade u finskim medijima, su članovi ovog mehanizma i prihvatili su Etički kodeks CMM-a.[71]

Pored toga što se finansira iz godišnjih članarina članova samoregulatornog mehanizma (koji su u ovom slučaju mediji), CMM takođe može prihvatiti finansiranje od finske vlade u vidu subvencije od strane Upravljačke grupe Saveta (ovo telo saveta nadgleda trošenje budžeta CMM-a i odobrava njegov budžet) i uz saglasnost Odbora prihvata donacije i legate kao podršku aktivnostima saveta.[72]

Slučaj Finske, kao članice EU, u kontekstu Zapadnog Balkana i sa posebnim naglaskom na Kosovo, može biti idealan, znajući sa kakvim problemima se suočava medijski sektor u zemlji. Ovo bi moglo da posluži kao dobra prilika za izgradnju i konsolidaciju najadekvatnijih oblika medijskog regulisanja i samoregulisanja u skladu sa okolnostima i medijskim kontekstom na Kosovu.

[65] Na istom mestu.

[66] European Commission. (2022). Kosovo 2022 Report, f. 93. Brussels: European Commission.

[67] Fokus grupa sa medijskim stručnjacima u organizaciji "hibrid.info". Priština, 22. maj 2023. godine.

[68] European Commission. (2022). Kosovo 2022 Report, f. 34. Brussels: European Commission.

[69] Na istom mestu.

[70] Pogledajte rubriku "Council for Mass Media" na web-stranici CMM-a.

[71] OECD iLibrary. (2021). 4. Media freedoms and digital rights in Finland.

[72] Član 23., Osnovni sporazum CMM-a. Za više detalja o funkciji i aktivnostima ovog medijskog samoregulatornog mehanizma u Finskoj, pogledajte web-stranicu CMM-a ovde: <https://jsn.fi/en/>.



---

Praćenje stanja informacijskog poremećaja na Kosovu za period januar-jun 2023. godine svedoči o nastavku trenda iz prethodnog šestomesečnog perioda da se političke teme vezane za dešavanja na Kosovu najviše koriste za stvaranje i prenošenje sadržaja netačnog informisanja raznih izdavača i onlajn medija.

Tema severa Kosova, koja je ponovo aktivna poslednjih meseci, je glavna politička tema koja je najviše pokrivena dezinformacionim objavama tokom ovog šestomesečnog perioda. Veći deo objava netačnog informisanja o severu ocenjena je kao „dezinformacija“, a mediji na srpskom jeziku su stvarali i prenosili najviše dezinformacija o dešavanjima na severu Kosova.

Ovakve objave, koje nisu zasnovane na činjenicama, deo su dezinformacionih narativa koje prave uglavnom mediji na srpskom jeziku bliski vlasti u Srbiji o političkim i bezbednosnim pitanjima na Kosovu vezanim za sever Kosova, srpsku zajednicu na Kosovu, netačne tvrdnje o ugroženosti Srba od strane države Kosovo, itd. Štaviše, sve medijske objave na srpskom jeziku u vezi sa dešavanjima na Kosovu su iz oblasti politike i bezbednosti. S druge strane, i izdavači na albanskom jeziku su u znatnoj meri objavljivali dezinformacije, ali se primećuje da su oni dezinformacije više prenosili o socijalnim nego političkim temama.

U međuvremenu, sadržaji netačnog informisanja u socijalnoj oblasti su na drugom mestu posle politike i svi oni su se stvarali i prenosili od strane različitih medija i izdavača na albanskom jeziku. Objave netačnog informisanja u socijalnoj oblasti su ocenjene u ove dve kategorije netačnog informisanja: „clickbait“ i „obmana“. Ovo svedoči o tendenciji izdavača na albanskom jeziku, uglavnom sa Kosova, da prenose sadržaj u cilju povećanja onlajn javnosti i kao rezultat njihovog neprofesionalizma. Još jedan nalaz u prilog ovom nalazu je da su ogromnu većinu distorzija koje su se bavile društvenim pitanjima objavile različite stranice i profili na društvenim mrežama, kao i sumnjivi portali. Shodno tome, izdavači koji prenose takve članke netačnog informisanja ne moraju nužno imati tendenciju ili cilj da netačno informišu ili dezinformišu, već to čine prvenstveno radi mogućnosti finansijske dobiti putem klikova. Metod

---

netačnog informisanja kroz kategoriju „clickbait“ najviše je dominirao u ovom periodu, a pored socijalnog polja, izdavačima na albanskom jeziku jasno su servirani i članci netačnog informisanja o crnoj hronici koji su ocenjeni kao “clickbait” u najvećoj meri.

U okviru izveštaja, opširno se obrađuju i druga pitanja netačnog informisanja, kao što su oblasti netačnog informisanja, vrste izdavača, uključujući društvene medije, koji su u velikoj meri služili za prenošenje različitih izobličenih informacija u vezi sa događajima na Kosovu.

U izveštaju se navodi da ranije identifikovane izazove, kao što su nedostaci u kosovskom zakonskom okviru za regulisanje/samoregulisanje medija, kosovske institucije još nisu rešile, uprkos kritikama međunarodnih organizacija. Pored toga, mehanizmi koji se bave medijima suočeni su sa nedostatkom kapaciteta (stručnih i finansijskih) koji onemogućavaju redovno i sistematsko praćenje rada medija u onlajn prostoru. Čak i mediji, posebno onlajn mediji, suočavaju se sa nedostatkom resursa i stručnog znanja za proveru činjenica i identifikaciju sadržaja netačnog informisanja i narativa dezinformacija, što samo po sebi predstavlja izazov za sprečavanje i efikasnu borbu protiv informacijskog poremećaja u zemlji.




# PREPORUKE

Da se usvoji novi Zakon o Nezavisnoj komisiji za medije, uzimajući u obzir preporuke Evropske komisije, koje se ponavljaju godinama. Međutim, do usvajanja zakona od strane Skupštine Kosova, mora se obezbediti transparentnost u procesu. Mediji, medijski stručnjaci i organizacije civilnog društva treba da budu direktno uključeni u razmatranje zakona od strane zakonodavne vlasti u cilju njihovog direktnog učešća i doprinosa u pogledu sadržaja zakona. Medijski zahtevi za medijsko regulisanje ili samoregulisanje treba uzeti u obzir prilikom finalizacije zakona pre njegovog usvajanja.


Vlasništvo, transparentnost i finansiranje medija trebalo bi regulisati ili novim Zakonom o Nezavisnoj komisiji za medije ili novim zakonom kako bi se izbegao pravni vakuum koji postoji u ovoj oblasti, već da bi se izbegle moguće zloupotrebe i time bi se posredno izbeglo netačno informisanje i dezinformacije od strane novinara i medija.

Nezavisna komisija za medije treba da poveća stručne kapacitete za svakodnevno praćenje televizijskih debata političke i bezbednosne prirode na nacionalnim televizijama Kosova, koje, u zavisnosti od slučaja, sadrže sadržaj netačnog informisanja od strane učesnika ovih debata (analitičari, publicisti, komentatori političkih događaja, itd.). Čak i civilno društvo i platforme za proveru činjenica na Kosovu treba da prate TV debate na Kosovu kako bi se sprečio govor mržnje i netačno informisanje. Kako su televizijske debate jedan od izvora informacija iz kojih se publika u velikoj meri informiše, one stvaraju vidljiv uticaj na javnost.


Da postoje informativne kampanje uz uključivanje regulatornih i samoregulatornih institucija medija, medija i civilnog društva za medijsko obrazovanje stanovništva da razlikuje prave vesti od sadržaja netačnog informisanja, dezinformacija i lažnih vesti kako bi strane i šira javnost razumeli ulogu ovih mehanizama.



Zahteva se od vladinih institucija, odnosno Ministarstva prosvete, nauke, tehnologije i inovacija i pratećih mehanizama da se hitno obavežu na uključivanje predmeta medija i digitalno obrazovanje u osnovne i srednje škole na Kosovu, s obzirom na to da je izobličenje informacija već realnost koja neće brzo nestati.



Platforme za kontrolu činjenica na Kosovu da budu još aktivnije u identifikaciji dezinformativnih i lažnih sadržaja iz raznih medija i izdavača na Kosovu kako bi se povećala svest čitalaca i korisnika internet prostora o riziku od dezinformacija i lažnih vesti.



Kosovski mediji treba da postave obavezne kriterijume za novinare da pohađaju intenzivne i kontinuirane obuke u vezi sa metodama i tehnikama identifikacije i otkrivanja sadržaja netačnog informisanja, dezinformacija i lažnih vesti kako bi se razvili kapaciteti i veštine u proveravanju informacija.

# METODOLOGIJA

Za izradu ovog izveštaja korišćene su kvantitativne i kvalitativne metode kroz kombinovani metodološki pristup.

Kvantitativni deo obuhvata analizu mesečnih monitoring izveštaja platforme „hibrid.info“ o netačnom informisanju, objavljenih u periodu od šest meseci januar-jun 2023. U ovim mesečnim izveštajima su se obrađivale kontrole činjenica na dnevnom nivou od strane „hibrid.info“.

Dok su kvalitativni podaci dobijeni iz intenzivnih diskusija u fokus grupi sa medijskim stručnjacima, urednicima i iskusnim novinarima, koja je organizovana u maju 2023. Ovome je prethodio i istraživački rad kroz analizu, razmatranje i konsultacije pravnog okvira na Kosovu za mediji, kao i izveštaji lokalnih i međunarodnih organizacija o medijima na Kosovu i regionu. Isto tako, i medijske arhive na Kosovu poslužile su kao još jedan važan izvor za ovaj izveštaj o praćenju i istraživanju.

Baza ovog izveštaja je izgrađena na osnovu nalaza mesečnih monitoring izveštaja i fokus grupe, koji su poslužili kao izvori za izvođenje primarnih podataka, dok nalazi iz istraživanja različitih materijala korišćeni su kao sekundarni podaci za osnaživanje analize primarnih izvora.

Kako bi se izbegla pogrešna tumačenja nekih tehničko-stručnih pojmova korišćenih u izveštaju, posebno u pogledu kategorija procene netačnog informisanja i vrste izdavača sadržaja netačnog informisanja, izveštaj je ponudio praktično i konkretno objašnjenje ovih pojmova u okviru odeljka pod naslovom “Rečnik pojmova”.

# Rečnik pojmova

## CLICKBAIT

„Klikbajt“ su oni tekstovi čiji naslov nema osnova u sadržaju teksta koji sledi. Takvi tekstovi i članci imaju za cilj da privuku pažnju čitaoca ili čak potrošača (klik) senzacionalnim naslovom koji obećava sadržaj koji zapravo ne postoji.

## GREŠKA

Ocena „Greška“ se daje medijskim izveštajima u kojima su urednici medija pogrešili objavljivanjem netačnih informacija ili emitovanjem neproverenih vesti iz drugog izvora, bez jasne namere da dezinformišu javnost.

## JEDNOSTRANO IZVEŠTAVANJE

Ocenjuje se kao „jednostrano izveštavanje“ onaj medijski izveštaj za koji se posmatra da favorizuje činjenice, stavove i zaključke koji odgovaraju određenom narativu, često ne poštujući pravilo kontakta sa drugom stranom kada su u pitanju tvrdnje koje su štetne za nečiji ugled.

## TEORIJA ZAVERE

Informacija koja širi lažan ili neproverljiv opis pojave, događaja ili osobe, predstavljajući ga kao deo ili rezultat tajnog plana („zavere“), ocenjuje se kao „teorija zavere“. Njihova karakteristika je da niz tvrdnji predstavljaju kao činjenice bez davanja bilo kakvog pouzdanog dokaza.

## PSEUDONAUKA

Informacije koje pokušavaju da iznesu određena mišljenja, stavove, vrednosti ili nalaze dobijene nenaučnim metodom i predstave ih kao naučna otkrića ili činjenice se ocenjuje kao „pseudonauka“. Takvi izveštaji pogrešno predstavljaju ili manipulišu postojećim naučnim istraživanjima, ili se odnose na istraživanja koja su u suprotnosti sa naukom.

## MANIPULACIJA ČINJENICAMA

Ocjenu kao "Manipulacija činjenicama" daju oni medijski izveštaji koji koriste činjenice za koje se zna da su tačne, ali ih tumače na iskrivljen način. Ovi izveštaji obično koriste netačne informacije za donošenje netačnih zaključaka ili tvrdnji, što dovodi potrošače medijskog sadržaja da obmanu.

## DEZINFORMACIJE

Ocjenu kao "Dezinformacije" uzima taj medijski izveštaj koji sadrži "miks" netačnih izvora ili čak poluistinitog sadržaja. Takođe, ova procena će se baviti izveštajima koji imaju netačne attribute ili naslove koji ne odražavaju tekst u smislu tačnosti informacija.

## SPIN

Ocena „Spin“ se daje medijskom izveštaju kojim autor pokušava da skrene pažnju javnosti sa nekog sadržaja ili drugih činjenica koje se u to vreme prenose u medijima. Karakteristično je da ovakvi izveštaji u m skreću pažnju, a što je nepovoljno za neke aktere, uglavnom političke.

## LAŽNA VEST

Ocena „Lažna vest“ se daje onim medijskim izveštajima koji su u potpunosti proizvod medija koji sadrži izmišljene tvrdnje ili informacije. Dakle, lažne vesti se mogu definisati kao kreirane i distribuirane sa namerom da se dezinformiše javnost, da se tvrdnja koja je lažna predstavlja kao činjenica.

## NEPROVEREN SADRŽAJ

Ocenu „Neprovereno“ dobijaju oni medijski izveštaji koji ne daju dovoljno informacija da potvrde tvrdnje iznete u izveštaju, a koje nisu mogle da potvrde iste zbog nedostatka ili neposjedovanja pouzdanih izvora.

## SATIRA

Ocena „Satira“ obuhvata sadržaj koji koristi unapred zamišljene vesti koje koriste satiru da bi prikazale stvarnost. Ovo je i način izveštavanja koji nije problematičan, ako mediji uspeju da argumentuju da je reč o satiričnom sadržaju.

## STVARNI MEDIJI

Stvarni mediji su oni čija je zemlja porekla poznata, koji su registrovani kao pravna lica, kao što su preduzeća ili nevladine organizacije, koji imaju podatke o i o svojoj delatnosti kao što su vlasništvo, menadžment, impresum, adresa, osoblje i drugo.

## DRUŠTVENI MEDIJI

Društveni mediji uključuju naloge, profile, zabavne stranice, zvanične stranice na Fejsbuku, TikToku, Twitteru itd.

## SUMNJIVI PORTALI

Sumnjivi portali su oni kod kojih podaci o vlasništvu, upravljanju, otisku, adresi, osoblju i drugi nedostaju ili ih imaju samo delimično.

## PUBLIKACIJE NA ALBANSKOM JEZIKU

Publikacije na albanskom jeziku obuhvataju sadržaje koje objavljuju: i) pravi mediji, ii) razne stranice i profili u društvenim medijima i iii) upitni portali. na albanskom

## PUBLIKACIJE NA SRPSKOM JEZIKU

Publikacije na srpskom jeziku obuhvataju sadržaje koje objavljuju pravi mediji na srpskom jeziku.



HIBRID.INFO

