

**Јелена Сурчулија Милојевић\***

*Универзитет у Београду, Факултет политичких наука*

**Милица Кулић\*\***

*Универзитет у Београду, Факултет политичких наука*

## **„ЛАЖНЕ ВЕСТИ” ИЛИ ДЕЗИНФОРМАЦИЈЕ: (САМО)РЕГУЛАТОРНИ ОКВИР И ИЗАЗОВИ У ПРАКСИ\*\*\***

### **Сажетак**

„Лажне вести”, или исправније – дезинформације и као феномен и као термини јесу у хиперинфлацији. Ни у пракси, ни у медијској теорији, а ни у медијском праву не постоји јасан консензус шта све спада под „лажне вести”, односно који је то „непријатељ борбе”. У међувремену, „лажне вести”, нарочито дезинформације на интернету, почеле су да одлучују о онима који одлучују, да утичу на изборне одлуке и креирају друштвену и политичку стварност. За дисеминацију „лажних вести” оптужују се институционални извори, политички лидери и медији, међутим, оне своје место проналазе и на друштвеним мрежама где се немерљивом брзином шире. Истраживање Оксфорд интернет института показује да је, током мид-терм избора у САД-у у новембру 2018. године, број

---

\* Имејл-адреса: [jsurculija.milojevic@fpn.bg.ac.rs](mailto:jsurculija.milojevic@fpn.bg.ac.rs).

\*\* Имејл-адреса: [milica.jevtic@fpn.bg.ac.rs](mailto:milica.jevtic@fpn.bg.ac.rs).

\*\*\* Рад је написан у оквиру научно-истраживачког пројекта Универзитета у Београду – Факултета политичких наука, „Политички идентитет Србије у регионалном и глобалном контексту”, (евиденциони број: 179076), који финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

линкова ка „лажним вестима” први пут премашио број линкова ка професионалним медијима.

Овај рад тежи да допринесе постојећој дебати о покушају јасног дефинисања појма дезинформација, посматрајући га како са становишта медијске теорије, тако и са становишта медијске етике, медијског права и интернет права. Рад анализира постојеће појмовно одређивање појма дезинформација од стране међународних организација, као и често непостојање јасног одређења према овом појму од стране појединачних држава. Предмет анализе су и донети саморегулације, кроз саморегулаторне механизме струковних, пре свега новинарских удружења, али и такозване „псеудорегулације” у којој компаније које послују наднационално, као што су Фејсбук (*Facebook*), Гугл (*Google*), Твитер (*Twitter*), Мозила (*Mozilla*), почињу саме себе да регулишу.

**Кључне речи:** дезинформација, *fake news*, „лажна вест”, медијска регулатива, медијска етика, саморегулација, псеудорегулација, друштвене мреже, избори

## УВОД

„Дезинформације загађују наше медијско окружење. Чињенице нас неће спасити” (Phillips 2019) – песимистична је прогноза теоретичарке Витни Филипс (*Whitney Phillips*) којим започиње текст „Токсини које негујемо” посвећен новом/старом феномену „лажних вести”. Међутим, „лажне вести” нису само „загадиле” медијски екосистем, већ су у значајној мери одредиле политички живот и политичко одлучивање како на глобалном плану, тако и са значајним рефлексима на микронивоима. Од 2016. године, најважније изборе – од референдума за излазак Велике Британије из Европске уније, преко избора за председника Сједињених Америчких Држава, па до, напослетку, избора за премијера Уједињеног Краљевства 2019. године, пратила су два феномена: изборно изненађење, упркос свим комуникацијским алаткама за прогнозу резултата и уплитање „лажних вести” у политички процес (Rose 2016; Sel-

va and Fletcher, 2019). Односно, како Џонатан Роус, описујући „невоље са 2016-ом” истиче: „Изборно изненађење које је донео Брејзит креирало је плодно тле у којем су овакви политички потреси постали могући” (Rose 2016, 555). „Лажне вести” постале су градивни елемент наше политичке стварности, а за неке и одлучујући чинилац у изборном одлучивању – почеле су да одлучују о онима који одлучују.

Аналитичари иду толико далеко да тврде да, на пример, Доналд Трамп (*Donald Trump*) не би добио председничке изборе 2016. године да није било „лажних вести” (Parkinson 2016; Read 2016; Dewey 2016 цитирано у: Allcott and Gentzgow 2017, 212). Истовремено, Трампа виде као одговорног за то што је феномен постао „глобалан”, будући да је „усвојио дискурс ‘лажних вести’ како би нападао и дискредитовао медије и политичке ривале” (Farhall et al. 2019, 4353). Док Трамп рефлектује „лажне вести” на новинаре и опоненте, користећи друштвене мреже за директну комуникацију са аудиторijумом, амерички медији налазе да је чак „67 одсто онога што је изрекао њихов председник било или дезинформација или тврдња без доказа” (Rizzo 2020). Међутим, „лажне вести” измичу институционалном, како медијима тако и политичким представницима, ширећи се немерљивом брзином у виртуелном простору друштвених мрежа. Контрола „обмањујућег” у таквом простору постаје изазов који надилази тренутне медијске и политичке поларизације. Феномен постаје брига медија, публике, али и изборних процеса широм света, пре свега због интересне логике сваког појединачног избора, а у начелу због „утицаја које таква пракса може имати на информисање грађана и демократски систем” (Nenadić 2019, 1–2). „Људи се константно осећају лоше информисано и то не због мањка интересовања” (Brett 2016, 8), док се константно оперише са моментом обмане и делузијама које утичу и замагљују процес одлучивања.

Са приближавањем избора, односно изборних кампања, „лажним вестима” односно дезинформацијама се придаје нарочита пажња, када постоји и нарочит притисак (и потреба) да се крене у покушај њихове регулације. Регулаторни процес се до недавно традиционално одвијао на два фронта – кроз процес регулације, од стране међународних организација

и држава, и саморегулације, кроз разне саморегулаторне механизме струковних, пре свега новинарских удружења. Са појавом и јачањем утицаја друштвених мрежа, појављује се и трећи фронт – такозвана „пseudорегулација” у којој компаније које послују наднационално, без постојања јасне државне или међдржавне регулације, почињу саме себе да регулишу. На тај начин долази до (често нереалних) очекивања од компанија, оснивача претраживача и друштвених мрежа, попут Фејсбука (*Facebook*), Гугла (*Google*), Твитера (*Twitter*), Мозиле (*Mozilla*) да нађу механизме и уклоне овакав, нежељени, садржај са својих платформи. Ипак, остаје отворено питање на који начин ће фирме (само)регулисати овакав неомеђен онлајн простор, који су њихови мотиви и какве би могле да буду санкције за нечињење. Са друге стране, када је реч о институционалној борби (европских) институција, остаје отворено питање какви су њени домети како унутар, тако и ван европског простора, имајући у виду да је, посебно у области слободе изражавања, теже да уреди простор који је наднационалан.

У ери анализе шта све јесу „лажне вести”, теоретичари се практично утркују ко ће „отићи дубље у историју” и наћи иницијалне почетке овог феномена. Његове корене поједини аналитичари налазе у, рецимо, наслову књиге *Pseudodoxia Epidemica* („Епидемија лажних знања”, прим. прев. аут.) физичара и филозофа Томаса Брауна (*Thomas Browne*) из 1646. године (Poole 2019). У медијској теорији и пракси, методе таблоидног, жутог, новинарства у новинама, радио вестима, чак и у телеграфским информацијама, присутне су више од стотину година (Marsden 2018, 30). Најманифестнији зачеци великих медијских обмана видљиви су у такозваном „Херстовом рату”, сукобу који је започео на крилима медијске пропаганде магната Рандолфа Херста (*Randolph Hearst*). Захваљујући медијским манипулацијама, лажни текстови омогућили су америчко-шпански рат на Куби 1898. године (Ružić i Lalović 2016; Jevtić 2017). Народи на простору Југославије ступали су у крваве ратове, изложени „лажним вестима” које су медији пласирали у етар, користећи их у „ратнохушкачке” сврхе (Surčulija Milojević 2016, 43). Легитимизација војних акција и политичких порука у земљама бивше СФРЈ остваривала се, између осталог, информацијама заснованим на лажима, пласираним путем

сопствених, државних медија, док је, истовремено, запад храбрио своје јавно мњење креирајући приче „у које се верује”. Дописник француског АФП-а са Косова Александар Митић сведочи да је током сукоба на Косову у медијски етар послат велики број „лажних вести” које су имале за циљ да мобилишу јавно мњење и оправдају војне акције. Међу таквим вестима је, на пример, она да се на стадиону у Приштини налази камп са 100.000 Албанаца, али и подсећање на скорашње писање уредника париског „Монд дипломатика” (*Le Monde diplomatique*) Сержа Халимија (*Serge Halimi*) из априла 2019. године, који тврди да је „прича о такозваној српској операцији Поткова која је послужила за хомогенизацију немачког јавног мњења по питању бомбардовања, у ствари била чиста *fake news* операција” (Mitić 2019, 2). Такве вести, према сведочењу овог ратног извештача, брзо су демантоване са терена, али су се, судећи по прогресији и ефектима рата, пребрзо шириле јавним простором. Томе значајно доприноси чињеница да је медијско јачање „поверења” у рат било институционализовано – засновано на медијској акцији Алистера Кемпбела (*Alastair Campbell*), блиског сарадника тадашњег британског премијера Тонија Блера (*Tony Blair*) (2). Испоставиће се да се сличан модел комуникације преместио и на касније ратове: „Кампања за тај рат [у Ираку] била је заснована на наративу о, испоставило се непостојећем, оружју за масовно уништење Садама Хусеина, којим је поново руководио Кемпбел” (2). Ако је све ово у историји, чак и недавној, познато, шта је то онда данас ново са феноменом „лажних вести”?

У овом раду анализирају се домети регулације „лажних вести”, односно дезинформација (јасно дефинисање видети у даљем тексту), настојећи да се кроз концептуалну расправу установи да ли се овај феномен може законски регулисати, односно саморегулисати. Рад је подељен у четири сегмента: у првом делу приступа се анализи употребе (и злоупотребе) овог термина и његовом јасном дефинисању, имајући у виду историјски контекст овог феномена и узроке његове поновне актуелизације, у другом делу ауторке покушавају да установе ко шири „лажне вести” у новом дигиталном окружењу; у трећем делу се анализира европски и домаћи (само)регулаторни оквир, док се у последњем одељку разматрају изазови у пракси на које регулатори често немају адекватан одговор.

## „ЛАЖНЕ ВЕСТИ” И (ЛАЖНА) УПОТРЕБА – ДЕФИНИСАЊЕ ПОЈМА

Овај рад ће настојати да дефинише термин и употребу појма „лажних вести”, односно дезинформација, као и његова законска ограничења, а наслања се на већ постојећа истраживања датог феномена, од оних која се се односила на дефинисање појма, до оних која су се бавила његовом фреквенцијом, употребом и злоупотребом. Када је реч о референтним анализама у области дефинисања термина, рад се наслања на класификацију Ханта Алкота и Метјуа Генцгова (Allcott and Gentzkow 2017) који уочавају шест појмова који су сродни „лажним вестима”: ненамерне грешке, гласине, теорије завере, сатиру, лажне изјаве и извештаје наклоњене одређеној опцији (214). Истовремено, Едсон Тандок, Ченг Вei Лим и Ричард Линг (Tandoc, Wei Lim and Ling 2018) анализирали су 34 научна чланка у раздобљу од 15 година и дошли до класификације према којој се „лажне вести” користе као: сатира, пародија, фабриковане вести, фото манипулација, рекламе и промотивни садржај и пропаганда (141–146). Клер Вардл (Wardle 2017) ауторка популарног аналитичког портала *The First Draft* наводи седмоделну класификацију: сатира/пародија, обмањујући садржај, фабриковани садржај, садржај са измишљеним извором, погрешан садржај, погрешно повезан (контекстуализован) садржај, манипулишући садржај (споменуте класификације/истраживања видети Kulić 2019, 9–10). Ауторке имају у виду наведене класификације када покушавају да појам терминолошки и законски омеђе. Када је реч о фреквенцији употребе термина, сваки важан политички и друштвени догађај провоцирао је све масовнију „производњу” „лажних вести”, па би свако окончавање такве листе било погрешно. Међутим, како би се схватиле размере ове појаве, овај преглед ће се ослонити на истраживање Сорош Восогија, Деб Роја и Синана Арала (Vosoughi, Roy, and Aral 2018) који су анализирали ширење тачних и нетачних текстова на Твитеру од 2006. до 2017, на узорку од 126.000 прича, међу 3 милиона корисника. Аутори установљавају да су „лажне вести” необичније од истинитих, што утиче на публику, због чега су људи склони њиховом дељењу „чак 70 одсто више

него у случају истинитих вести” (1149). Истовремено, Нема Маршал и сарадници (Marchal et al. 2018) установили су да је циркулација „лажних вести” порасла за само две године, поредећи изборе за председника САД-а 2016. године и мид-терм изборе 2018. године, на узорку од 2,5 милиона „твитова” и 6,986 страница на Фејсбуку. На крају, рад узима у обзир анализе и предикције Ројтерсовог института за проучавање новинарства у којима се истиче да ће „лажне вести” бити значајан чинилац у политичком одлучивању током наредних избора широм света [RIFSJ 2020, 8].

„Лажне вести” су у хиперинфлацији – пречесто се користе, још брже у датом значењу девалвирају. „Лажним вестима” се и у медијској теорији и у медијској и политичкој пракси означавају дезинформације, различити облици манипулација и обмана, затим лоше новинарство засновано на новинарским погрешкама, чак и сатира и пародија (Allcott and Gentzgow 2017; Wardle 2017; Tandoc, Wei Lim and Ling 2018), а према потреби и „друго, једној страни неприхватљиво, недоминантно мишљење” (Kulić 2019, 6) или једноставно – оно што се некоме не свиђа. Употреба овог термина варираће од ситуације, мотива и потреба. Тако ће за америчког председника Доналда Трампа креатори „лажних вести” бити медији који га критикују, првенствено Си-Ен-Ен (*CNN*), док ће репортери те медијске куће бити означени као „непријатељи народа” (*CNN* 2018). За Европску комисију (ЕК), забринуту пред изборе за Европски парламент 2018. године, Русија ће бити један од главних десименатора „лажних вести” у Европи, због чега ће ЕК таквим информацијама „објавити рат” (*The Guardian* 2018a). Истовремено, тада први човек Комисије Жан Клод Јункер (*Jean-Claude Juncker*) сличне оптужбе упутиће премијеру Мађарске Виктору Орбану (*Viktor Orbán*) називајући га „базом лажних вести у Европи” (*Reuters* 2018). Атипично за Ватикан, о феномену се, у свом званичном обраћању, изјашњава и папа Фрања (*Pope Francis*) позивајући новинаре „у мисију трагања за истином и борбу против зла званог ’лажне вести’” (*AP* 2018). Руски председник Владимир Путин (*Vladimir Putin*) 2019. године потписује закон којим се такав садржај уклања са интернета уз велике дебате о могућој цензури (*Reuters* 2019). Претходни такви покушаји француског председника



Емануела Макрона (*Emmanuel Macron*) нису уродили плодом (*The Guardian* 2018b). Поставља се, стога, питање – да ли се све ове институције и њихови представници боре против истог, односно, у чему се разликују њихови „објекти борбе”? Истовремено, ако су сви ови представници најзначајнијих земаља света објавили рат „лажним вестима”, а бројчаност и ефекти дезинформација се не смањују (видети Marchal et al. 2018), да ли је таква борба могућа?

Било да се креће у регулаторну борбу или у неку врсту политичког или друштвеног апела, а паралелно са научно-теоријским настојањем да се овај феномен омеђи, неопходно је најпре да се феномен „лажних вести”, такав, чест и замагљен, јасно дефинише. Пре свега зато што је и сама конструкција „лажне вести” (попут сродне конструкције „грађанско новинарство”) суштински погрешна – дезинформација није вест, док вест мора бити новост базирана на истинитости и утемељености. У медијској теорији можда најпопуларнију дефиницију „лажних вести” дају Алкот и Генцгов (Allcott and Gentzkow 2017), дефинишући их као „медијске текстове који су намерно или потврђено лажни и који могу да обману читаоце” (213). Аутори нарочито обраћају пажњу на оне текстове који имају „политичке импликације”. Оправдано је, стога, питање Метју Дентита (Dentith 2017) због чега се, онда, не говори о класичним дезинформацијама? Исти аутор нуди и одговор према којем „лажне вести” могу „имати елементе истинитости, али не и целокупни контекст, могу бити потпуно лажне или им може недостајати једна информација како би слика била потпуна” (66). Са тим је сагласна и Клер Вардл (Wardle 2019) тврдећи да су „лажне вести” често: „праве, истините информације извучене из контекста или искоришћене од оних који знају да ће се у нетачности базирани на зрну истине много лакше поверовати, односно биће их лакше даље ‘делити’ (share)”. Говорећи о контексту у којем овај феномен постоји, у постојеће дефиниције ваља укључити и моменат „недоказаних” тврдњи (Kulić 2019) у смислу да се, у контексту ере пост-истине у којој живимо, ставља упитник на постојеће истине и доказане постулате засноване на псеудо-аргументацији, која је имуна на сваки вид рационалности. Дате теоријске дефиниције могле би да обухвате већину онога што зовео „лажним вестима”,



односно „дезинформацијама”, како их ословљавају европске институције у својим документима.

Међутим, као што у теоријском смислу не постоји сагласност и недвосмислено дефинисање „лажних вести”, које ће их јасно одвојити од сродних појмова, тако ни са правног ни са политичког аспекта не постоји универзално начело о „лажним” вестима, тј. дезинформацијама. Европска комисија, у Комуникацији ка Европском парламенту, Савету, Европском економском и друштвеном одбору и Одбору региона на тему Европског приступа сузбијању дезинформација у онлајн свету, нуди разумевање термина „дезинформација”, одређујући га као „доказано лажну или обмањујућу информацију која је смишљена, објављена и дистрибуирана ради стицања економске користи или намерне преваре јавности и која може нашкодити јавном интересу” (ЕС, COM (2018) 236 final). У овом документу се под „наношењем штете јавном интересу” подразумева „угрожавање демократских политичких процеса и процеса доношења политика, али и јавних добара као што су заштита здравља грађана Европске уније, заштита животне средине и безбедности. Дефиниција дезинформације не укључује грешке у извештавању, сатиру и пародију као ни јасно обележене вести политичких партија и коментаре” (ЕС, COM (2018) 236 final).

Проблем дефинисања овог појма наглашава се и у Извештају Независне високе групе о лажним вестима и дезинформацијама у онлајн свету Европске комисије где се под појмом „дезинформација” сматра „лажна, нетачна или обмањујућа информација која је креирана, објављена и промовисана како би с намером нашкодила јавном интересу или у сврху профита” (European Commission [ЕС] 2018).

Истовремено, Доњи дом парламента Велике Британије, односно његов Одбор за културу, медије и спорт, је у свом извештају о дезинформацији и „лажним вестима” у јулу 2018. године препоручио Влади да одбије да користи термин „лажна вест” и да уместо тога користи термине „дезинформација” и „нетачна информација”, под којима се подразумева: потпуно лажни садржај, манипулативни садржај, лажно представљање,

обмањујући садржај, у погрешном контексту подељен садржај и сатира и пародија (House of Commons, 2018).

Парадоксално је, међутим, да се, упркос одређењима феномена/проблема у британском законодавном телу, баш за Велику Британију везују два догађаја која су била агрегатори „лажних вести”, пре свега Брегзит 2016. године, а затим и избор за премијера 2019. године. Док је медијска теорија настојала да одговори на феномен Брегзита, анализирајући га практично у реалном времену, западни медији оцењују да технике дезинформисања које су употребљавали политички лидери на изборима 2019. године, апострофирајући пре свега лидера конзервативаца Бориса Џонсона (*Boris Johnson*), „показују еволуцију у начину на који се интернет користи за придобијање пажње, заобилажење медија, запрепашћивање и подршку” (Satariano and Tsang 2019). Аутори истовремено примећују да нису само професионални политичари креирали обмањујући садржај, већ је то могао да чини било ко. „Реч је о демократизацији обмана, како истиче Џејкоб Девеј (*Jacob Davey*) са Института за стратешки дијалог у Лондону” (Satariano and Tsang 2019).

На глобалном нивоу, такође се примећују покушаји да се лажне вести и дефинишу и регулишу. Заједничка Декларација о слободи изражавања и „лажним вестима”, дезинформацији и пропаганди Уједињених нација, ОЕБС-а, Организација Америчких држава и Афричке комисије АСНПР позива представнике држава да се уздрже, не спонзоришу нити преносе изјаве за које знају или имају основану сумњу да би могле да буду лажне (дезинформације) или које представљају непромишљено одбијање да се верификује информација (пропаганда) (UN, OSCE, OAS, АСНПР, FOM.GAL/3/17).

У Републици Србији, за разлику од побројаних међународних организација које су почеле да креирају стандарде, као и неких европских држава које су почеле да усвајају правне акте којима се децидно боре против дезинформација, још увек не постоји регулаторни оквир који се циљано бави спречавањем креирања и ширења дезинформација. Домаће законодавство се против „лажних вести” „бори” позитивном обавезом коју медији имају – да

истинито извештавају (Zakon o javnom informisanju i medijima 2014; Zakon o javnim medijskim servisima 2014; Zakon o elektronskim medijima 2014). Исто важи и за саморегулаторне механизме који новинаре обавезују на истинито извештавање у интересу јавности (Savet za štampu 2015).

И поред свих ових докумената којима међународне организације и појединачне државе покушавају да пронађу решење за спречавање ширења дезинформација на својим територијама, стиче се утисак да су саме државе и даље немоћне да производњу и проток таквих информација спрече и да преузму надлежност над регулисањем и уклањањем таквог садржаја. Стога не чуди апел Марка Цукерберга (*Mark Zuckerberg*), који је у ауторском тексту у Вашингтон посту (*The Washington Post*) и на својој Фејсбук страници, рекао: „Ми сваки дан доносимо одлуке о томе који је говор штетан, шта чини политичко оглашавање и како да спречимо софистициране сајбер нападе” (*The Guardian* 2019). У наставку је изјавио да је потребна „много активнија улога Влада и регулатора у креирању нових правила на интернету, како би се друштво у целини заштитило од веће штета која му може бити нанета (*The Guardian* 2019). Цукербергов „позив у помоћ” стоји на становишту многих аутора у области интернет права који указују на то да није довољно само регулисати онлајн сферу, већ да је важно да те правне норме буду такве да су примењиве у пракси (Murray 2007; Hornle 2009; Reed 2012), што сада већином није случај.

## КО ШИРИ „ЛАЖНЕ ВЕСТИ” У НОВОМ ДИГИТАЛНОМ ОКРУЖЕЊУ?

Постоји неколико елемената узрока који доприносе да феномен „лажних вести” постане условно нов – начин комуникације (на новој инклузивној платформи), уз потпуно одсуство јавне дебате у поларизованом друштву и поларизованој слици света, праћено кризом поверења у медије. Ако говоримо о пређашњем институционалном карактеру, односно једносмерном ширењу дезинформација од доносилаца одлука, преко медија, дифузно до корисника, сада је принцип ширења „лажних вести” добио и друге смерове,

захваљујући новим платформама које подржавају двосмерну, али пре вишесмерну (хоризонталну) комуникацију. У медијској теорији, таквој комуникацији се са почетка двехиљадитих приписивао најпре слободарски карактер (видети Pavlik 2001; Gillmor 2004), али како је време одмицало, домети слободе постали су суженији, каткад и упитни (видети: Jevtić 2016), а неретко је, условна анонимност партиципаната послужила само као алат различитим интересним групама, сакривеним иза „обичних грађана” (видети: Mogošov 2011). Ефекат отворене комуникације готово да је постао супротан свом називу и затворен у „кухиње”, „нише”, односно *niche-audience* (Mancini 2015), које представљају групе истомишљеника омеђене сличним интересовањима и сличним погледима на свет. Комуникацију у таквим групама карактеришу два ефекта: ехо-ефекат (*echo chambers*) и ефекат балона (*filter bubbles*). Иако се термини често користе као синоними, ехо-ефекат се односи на „појединце који су изложени само информацијама које пласирају њихови истомишљеници”, док се ефекат балона односи на „садржај који селекутују алгоритми према пређашњем понашању корисника” (Bakshy, Messing and Adamic 2015, 1130). Док са једне стране постоји преобиле доступних информација које води ка „ефекту балона, предрасудама и другим друштвеним изазовима” (Seft 2018, 7), са друге стране учесници комуникације се крећу у оквиру мноштва сличних становишта. Размену информација у таквим околностима карактеришу два својства: поларизација према мишљењу (*opinion polarization*) према којој су учесници спремни да деле ставове који су у складу са сопственим и поларизација на мрежи (*network polarization*) која значи да су учесници много интензивније међусобно повезани него са спољним светом (Törnberg 2018, 3). На тај начин, ширење дезинформација постаје једноставно, док „студије показују да се ’лажне вести’ шире брже, даље и дубље него истините вести на друштвеним мрежама” (Vosoughi, Roy, and Aral 2018, 1146). Према истраживању које је у новембру 2018. године спровео Оксфорд интернет институт поводом мид-терм избора у САД-у, број „лажних вести” порастао је за 5 одсто у односу на изборе 2016. године и чинио је четвртину (25 одсто) целокупног садржаја који је прикупљен, односно који су делили партиципанти (Marchal et al. 2018, 4; Slavković 2019,

32). Линкови ка „лажним вестима” премашили су линкове ка вестима које су пласирали професионални медији, што је износило 19 одсто укупног садржаја (Marchal et al. 2018, 4; Slavković 2019, 32). Истовремено, тек 5 одсто садржаја који су делили партиципанти водио је ка садржају који су креирале владине агенције, експерти или сами кандидати (Slavković 2019, 32). Ово истраживање указује на то да је највећи број вести о којима се говорило, заправо садржај који су у интернет простор унели условно анонимни партиципанти, односно они који нису декларисани као медији, владине агенције, експерти или сами кандидати. Међутим, да ли је, у том великом простору манипулације, оправдано одузимати „анонимним партиципантима” сваку врсту инструисања? Који би, онда, били њихови разлози? Уколико је реч о условно „анонимним” партиципантима, према Алкоту и Генцкову (Allcott and Gentzkow 2017, 217; Kulić 2019, 13) постоје две врсте мотивација:

1) економска добробит, као у случају тинејџера у Велесу у Северној Македонији који су пласирајући вести о Хилари Клинтон (*Hillary Clinton*) и Доналду Трампу зарадили десетине хиљада долара; или у случају компанија које се баве искључиво овом врстом садржаја

2) идеолошка мотивација што је случај румунског држављанина који је покрећући сајт *endingthefed.com* тврдио да је желео да помогне републиканском кандидату.

Како време одмиче, тако се и мотиви и технике усложњавају, користећи и вештачку интелигенцију. Извештај Оксфордског интернет института из 2019. године под називом „Глобални поредак дезинформација” показује да се за ширење дезинформација техникама „компјутерске пропаганде” користе најчешће људи, али и ботови, киборзи и украдени („хаковани”) налози (Bradshaw and Howard 2019, 11).

## РЕГУЛАЦИЈА И САМОРЕГУЛАЦИЈА – МОТИВИ И ДОМЕТИ

Избори, односно изборне кампање, најчешћи су повод за регулацију, односно разговор о потребама регулације. У октобру 2018. године, компаније Фејсбук, Гугл, Твитер, Мозила, као и

део компанија из рекламне индустрије потписале су Кодекс понашања, односно приступиле саморегулаторном документу како би се заједно бориле против ширења дезинформација (ECDSM 2018). Након тога, Европска унија је у новембру 2018. године, пред изборе који су се одржавали 2019. године, усвојила Акциони план против дезинформација, који је представљао списак акција које су за циљ имале јачање сарадње између земаља чланица ЕУ у борби против дезинформација. Неке од предложених активности су биле да се унапреди откривање, анализа и излагање дезинформације јавности, боља сарадња и заједнички одговор на дезинформацију, мобилисање приватног сектора да се боре против дезинформације, (пре свега компанија Гугл, Фејсбук, Твитер и Мозила), као и подизање свести грађана, подршка цивилном друштву и независним медијима (ЕС 2018).

Компаније оснивачи споменутих друштвених мрежа су се обавезале да редовно објављују извештаје о примени Кодекса понашања, а Европска комисија је у јуну 2019. године објавила Извештај о примени акционог плана против дезинформација где је закључено да државе чланице различито приступају борби против дезинформација и да то представља велики проблем за све. Истовремено, препоручено је оснивање трајне радне групе Савета Европске уније која ће се бавити овим питањем (ЕС EEAS 2019), тако да ће резултати њеног рада бити познати (и подложни анализи и коментарима) у наредном периоду.

У пољу спречавања ширења дезинформација, може се рећи да право, још једном, заостаје за захтевима за регулисањем актуелних дешавања. Сви горе набројани документи садрже географске одреднице, ограничења у погледу надлежности над пословањем великих технолошких предузећа, најчешће са седиштем у Сједињеним Америчким Државама, које тешко и споро прихватају надлежности европских институција, што је процес који траје више од две деценије. Европска унија је, по први пут, успела да у области заштите личних података, усвајањем и применом Опште Уредбе о заштити података о личности (Regulation 2016/679) компаније које послују на територији Европске уније или које складиште и/ли чувају личне податке грађана Европске уније, стави

под своју јурисдикцију. Од појединачних европских држава, Немачка је успела да проблем немоћи примене националног регулаторног оквира „спусти” са глобалног на локални ниво. У Немачкој је 1. јануара 2018. године ступио на снагу Закон о примени немачких закона на друштвене мреже, који се још назива и „Закон о говору мржње”. Занимљиво је да овај закон не регулише нове појаве, већ служи да се постојеће правне норме немачког Кривичног законика у вези са говором мржње примене на активности који се догађају на друштвеним мрежама (Tworek and Leerssen, 2019). Имајући све ово у виду, може се очекивати да ће сличан модел Европска унија морати да примени и на спречавање ширења дезинформација на својој територији и/ли намењених својим грађанима, кроз усвајање једног обавезујућег правног акта, сличног Општој уредби о заштити података о личности (Regulation 2016/679).

У Републици Србији постоји традиционални регулаторни оквир који обавезује медије да истинито извештавају. Међутим, још увек не постоји документ који се експлицитно бави спречавањем ширења дезинформација. Закон о јавном информисању и медијима у Србији каже да свако има право да буде истинито обавештен о питањима од јавног значаја и обавезује средства јавног обавештавања да то право поштују (Закон о јавном информисању и медијима 2014, чл. 2). Истовремено, „уредник и новинар дужни су да с пажњом примереном околностима, пре објављивања информације која садржи податке о одређеној појави, догађају или личности провере њено порекло, истинитост и потпуност” (Закон о јавном информисању и медијима 2014, чл. 9). И на крају, истинито, непристрасно, правовремено и потпуно информисање свих грађана Републике Србије представља јавни интерес у области јавног информисања (Закон о јавном информисању и медијима 2014, чл. 15), а тај јавни интерес, у смислу истинитог извештавања, су посебно обавезни да остварују јавни медијски сервис, кроз своје програмске садржаје (Закон о јавним медијским сервисима 2014, чл. 7.). Закон о електронским медијима обавезује пружаоце медијских услуга да обезбеде „слободно, истинито, објективно, потпуно и благовремено информисање” (Закон о електронским медијима 2014, чл. 47.). Нажалост, ни Министарство културе ни Регулаторна агенција за



електронске медије (РЕМ) не реагују на случајеве објављивања дезинформација у штампаним, онлајн или електронским медијима. Коментаришући ниске износе које судови досуђују у случају накнаде нематеријалне штете за нанету моралну штету, адвокат Душан Стојковић је рекао да „медији уопште нису заплашени потенцијалним одштетним захтевима, тако да 'лажне вести' са сврхом сензационализма, већег тиража и других интереса цветају” (Surculija Milojevic 2018–2019, 111). Правна средства која особе које су жртве објављивања неистините информације имају јесу право на одговор и право на исправку. Ова два права су ретке мере које појединац може да употреби против медија (Surčulija Milojević 2015, 237) у случају да је о њему/њој изнета неистинита информација. Нажалост, и поред солидног регулаторног оквира, медији често одбијају да у пракси примене право на одговор и право на исправку.

Што се тиче саморегулације, цео први одељак Кодекса новинара Србије се односи на истинитост извештавања, и он каже да је обавеза новинара да „тачно, објективно, потпуно и благовремено извести о догађајима од интереса за јавност, поштујући право јавности да сазна истину и држећи се основних стандарда новинарске професије” (Savet za štampu 2015). Санкција за непоштовање Кодекса новинара Србије је морална.

Када је реч о ауторима са ових простора, аналитичари примећују распрострањеност феномена у нашој медијској и друштвеној стварности указујући и на све његове опасности (Martinoli 2017; Jevtić 2017; Ružić 2018; Kulić 2019). Истовремено, домаћи аналитички портали (Раскринкавање, Fake news Трагач, Share фондација) у својим редовним медијским мониторинзима указују на примере из домаће праксе, како на друштвеним мрежама тако и у мејнстрим медијима, које ауторке овог рада имају у виду тежећи да феномен што целисходније анализирају.

Због игнорисања законских норми и етичких правила, као и због непостојања санкције или, и када постоји, њеног непримењивања, медијске махинације постају део медијске и друштвене стварности, а принцип некажњивости почиње

да важи на оном месту где се морална санкција дефинисала као начело. Такав пример би могла бити фабрикована вест таблоида Информер, коју су пренели многи медији, а затим је и цитирали посланици у Скупштини, према којој је, током блокада путева због повећања цене горива 2018. године, трудница из Тополе изгубила бебу у немогућности да стигне до Београда (вест је затим избрисана са сајтова, видети *Istinomer* 2018). Напоследку, у домаћим оквирима долазимо и до специфичне везе нерегулисаног медијског простора и информацијама пласираним на друштвеним мрежама, које заврше у простору традиционалних медија. Такав пример је вест из 2014. године да у поплављеном Обреновцу плутају мртва тела коју је објавио таблоид Курир. Деветнаестогодишњи Петар Пешић који је објавио такву информацију на свом Фејсбук профилу споразумним признањем кривице кажњен је са десет месеци условно (Јевтић 2016, 150–151), а није познато да је Курир, нити било који други медиј који је такву лажну вест пренео на својим насловним странама, трпео било какву новчану или другу казну.

У датим околностима, неопходно је размотрити улогу традиционалних медија и поставити питање – како је уопште постало могуће да овакав лажни феномен заживи упркос „живој” новинарској професији која, са својим кодексима и нормама (поред правног система) треба да буде мембрана оваквим садржајима? Зачетак кризе поверења у медије теоретичари виде још у осамдесетим (Grbeša 2005), али како су се шириле могућности за „алтернативно” информисање на интернету, нарочито на друштвеним мрежама, криза је постала све очистија, док су са растом могућности расле и опасности од оваквог информисања. Поверење у медије је подривено и оно и даље опада у већини земаља (Fletcher 2020, 30). Одсуство јавне дебате у традиционалним медијима, односно дебата на линији сличних мишљења преселила је информисање или његов покушај на друштвене мреже. Делузије о информисању и дебатама на мрежама видимо у ономе што је у пређашњем тексту дефинисано као ехо-ефекат и ефекат балона. Истовремено, политичке поларизације пресликале су се на медијску слику, па је новинарство, своју суштинску улогу „паса чувара друштва” (*watchdog*), заменило улогом „смагача” (*opiniondog*), при

чему се јавни интерес тумачи кроз сагласност са сопственим мишљењем и сопственом уређивачком политиком. Односно, како Кајл Поп истиче: „Ми смо опасно близу ситуације у којој факти више не функционишу као новинарски одговор. И шта ћемо онда?” (Pore 2019).

## ЗАКЉУЧАК

У најновијем извештају Оксфордског интернет института „Глобални поредак дезинформација” објављеном крајем септембра 2019 године, анализирано је коришћење рачунарске пропаганде, пре свега алгорита и *big data* у креирању јавног живота. У поменутом истраживању, по први пут је обухваћена и Србија, заједно са још 69 земаља. Утврђено је да код нас у овом тренутку функционишу „мали тимови са малим сајбер капацитетом који могу бити активни током избора или референдума, али прекидају активности до следећег изборног циклуса. Ови тимови раде локално, без операција споља” (Bradshaw and Howard 2019, 18). С обзиром да у Републици Србији у моменту предаје овог рада управо почиње изборни циклус за 2020. годину, остаје да се испрати како ће изгледати сама изборна кампања – како у медијима, тако и на друштвеним мрежама у погледу производње и ширења дезинформација. У Србији постоје солидни медијски закони и Кодекс новинара Србије, али недостаје постојање адекватне санкције у случају медијских закона, односно примена постојећег саморегулаторног оквира у случају Кодекса новинара Србије.

У овом тренутку, на глобалном нивоу, постоји потреба да се успостави механизам за утврђивање кредибилитета истинитости информације, као и боља међудржавна сарадња, уз обавезно поштовање међународних стандарда који се тичу слободе изражавања (Ceft 2018, 7). На дуже стазе, сузбијање дезинформације ће бити ефективно „само ако буде постојала јасна политичка воља да се ојача колективни отпор у корист демократских уверења и европских вредности” (ЕС, COM (2018) 236 final (4)).

Осим неопходног законског оквира, борба против „лажних вести” морала би да се води најмање на два фронта – у медијском смислу, повратком поверења у медије и јачањем конекције и

поверења између новинара и публике, а са друге стране јачањем медијске писмености грађана свих старосних доба. Уколико желе да опстану и да очисте медијски екосистем, новинари ће морати да „разговарају са својом публиком директно, да убеду своје гледаоце и читаоце да су непристрасни, поуздани и да заслужују подршку када их политичари нападну” (Selva 2020, 28). Јачање медијске писмености могло би да помогне публици да контролишу контролоре, пре свега медије, паралелно са доносиоцима одлука. Будућност „лажних вести” повољна је по „лажне вести” – тако прогнозира извештај Ројтерсовог института за 2020. годину (RIFSJ 2020). Избори широм света биће шанса за ширење дезинформација чак и новим AI (*artificial intelligence* – вештачка интелигенција) технологијама, док ће улога платформи бити крајње поларизована, уз директне нападе и оптужбе за пристрасност истакнутих политичара (RIFSJ 2020, 8).

## РЕФЕРЕНЦЕ

- Allcott, Hunt and Matthew Gentzkow. 2017. “Social Media and Fake News in the 2016 Election.” *Journal of Economic Perspectives* 31 (2): 211–236. doi=10.1257/jep.31.2.211
- AP. 2018. “Pope: ‘Fake news’ is evil, journalists must search for truth” 24. January 2018 <https://apnews.com/fbb8cc4bb-f554906af96cd7a189aa767/Pope:-'Fake-news'-is-evil,-journalists-must-search-for-truth>
- Bakshy, Eytan, Solomon Messing and Lada Adamic. 2015. “Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook.” *Science* 348 (6239): 1130–1133 DOI: 10.1126/science.aaa1160
- Bradshaw, Samantha, and Philip N. Howard. 2019. *The Global Disinformation Disorder: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation*. Oxford: Oxford Internet Institute.
- Brett, Will. 2016. “It’s Good to Talk: Doing Referendums Differently.” *The Electoral Reform Society’s report*.

- Ceft, Vinton G. 2018. "Unintended Consequences." *Communications of the ACM* 61 (3): 7. doi: 10.1145/3184402.
- CNN. 2018. "Trump clashes with Acosta in testy exchange." <https://edition.cnn.com/videos/politics/2018/11/07/trump-jim-acosta-enemy-of-the-people-midterms-sot-vpx.cnn>
- Dentith, Matthew X. R. 2017. "The Problem of Fake News." *Public Reason* 8 (1-2):65–79.
- European Commission [EC], 2018, A multi-dimensional approach to disinformation – Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, Luxembourg: Publications Office of the European Union
- European Commission [EC], COM(2018) 236 final, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Tackling online disinformation: a European Approach, 26.04.2018, Brussels
- European Commission [EC], JOIN (2018) 36 final, Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: "Action Plan on disinformation: Commission contribution to the European Council (13–14 December 2018)." 05 December 2018, Brussels.
- European Commission Digital Single Market (ECDSM). 2018. "Code of Practice on Disinformation." *Digital Single Market*. 26 September 2018. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>
- European Commission, European External Action Service (EC EEAS). 2019. "Action Plan Against Disinformation: Report on Progress." June 2019. [https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/factsheet\\_disinfo\\_elex\\_140619\\_final.pdf](https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/factsheet_disinfo_elex_140619_final.pdf)
- Farhall, Kate, Andrea Carson, Scott Wright, Andrew Gibbons, and William Lukamto. 2019. "Political Elites' Use of Fake News Discourse Across Communications Platforms", *International Journal of Communication* (13), 4353–4375.

- Fletcher, Richard. 2020. “Trust will Get Worse Before it Gets Better” in *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2020*, ed. Nic Newman, 30–33. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Gillmor, Dan. 2004. *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol: O’Reilly Media, Inc.
- Grbeša, Marijana. 2005. „Križa javnog komuniciranja i ideja građanskog novinarstva.” *Političko obrazovanje* 1(3): 184–196.
- Hornle, Julia. 2009. *Cross-Border Internet Dispute Resolution*. Cambridge: Cambridge University Press.
- House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee [House of Commons]. 2018. Disinformation and ‘fake news’: Interim report, Fifth report of Session 2017–19. Published on 29 July 2018. Poslednji pristup 30. januar 2020. <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcmds/363/363.pdf>
- Istinomer. 2018. „Lažne vesti kao oružje ‘specijalnog rata’ protiv Srbije.” 20. Jun 2018. <https://www.istinomer.rs/analyze/lazne-vesti-kao-oruzje-specijalnog-rata-protiv-srbije/>
- Jevtić, Milica. 2016. „Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji.” Doktorska disertacija. Univerzitet u Beogradu: Fakultet političkih nauka.
- Jevtić, Milica. 2017. „Novinarstvo u eri post-istine.” *Godišnjak Fakulteta političkih nauka* 18 (2): 121–137.
- Kulić, Milica. 2019. „Definisanje lažnih vesti:stari koncept, novi pojmovi.” U *Vjerodostojnost medija: Doba lažnih informacija*, ur. Zarfa Hrnjić Kuduzović, Milica Kulić i Jelena Jurišić, zbornik radova devete regionalne naučne konferencije Vjerodostojnost Medija, 5–19. Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli.
- Mancini, Paul. 2015. “Fragmentation, Digitalisation and Consequences on Democracy.”, Presentation on The Eight Central and East–European Communication and Media Conference (CEECOM2015), Zagreb, 15. Jun 2015.

- Marsden, Chris. 2018. "Law and Technology: How Law and Computer Science Can Work Together to Improve the Information Society – Seeking to remedy bad legislation with good science", *Communications of the ACM* 61 (1): 29–31. doi: 10.1145/3163907.
- Marchal, Nahema, Lisa-Maria Neudert, Bence Kollanyi and Philip N. Howard and John Kelly. 2018. "Polarization, Partisanship and Junk News Consumption on Social Media During the 2018 US Midterm Elections." *Data Memo* 5. Oxford, UK: Projecton Computational Propaganda.
- Martinoli, Ana. 2017. „Fake news - medijska produkcija i kriza novinarstva u doba post istine.” *Zbornik Fakulteta dramskih umetnosti* 32: 43–60.
- Mitić, Aleksandar. 2019. „Medijsko izveštavanje tokom NATO bombardovanja 1999. godine: Koren četiri globalna komunikaciona procesa.” Izlaganje na Međunarodnoj konferenciji „Kraj nekažnjivosti za zločine nad novinarima” u organizaciji Udruženja novinara Srbije i Radio-televizija Srbije (RTS) Beograd, 23. april 2019.
- Morozov, Evgenij. 2011. *The net delusion: The dark side of Internet freedom*. New York: Public Affairs.
- Murray, Andrew. 2007. *The Regulation of Cyberspace Control in the Online Environment*. Oxon: Routledge-Cavendish.
- Nenadić, Iva. 2019. "Unpacking the "European approach" to tackling challenges of disinformation and political manipulation." *Internet Policy Review* 8 (4). doi: 10.14763/2019.4.1436. <https://policyreview.info/articles/analysis/unpacking-european-approach-tackling-challenges-disinformation-and-political>.
- Pavlik, John. 2001. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press.
- Phillips, Whitney. 2019. "The Toxic We Carry". *The Columbia Journalism Review*. Poslednji pristup 30. januara 2020. [https://www.cjr.org/special\\_report/truth-pollution-](https://www.cjr.org/special_report/truth-pollution-)



- Poole, Steven. 2019. “Before Trump: the real history of fake news.” *The Guardian*. 22. November 2019 <https://www.theguardian.com/books/2019/nov/22/factitious-taradiddle-dictionary-real-history-fake-news>
- Pope, Kyle. 2019. “Beyond Facts.” *Columbia Journalism Review*. Poslednji pristup 30. januara 2020. [https://www.cjr.org/special\\_report/beyond-facts-disinformation.php](https://www.cjr.org/special_report/beyond-facts-disinformation.php)
- Reed, Chris. 2012. *Making Laws for Cyberspace*. Oxford: Oxford University Press.
- Regulation (EU) No. 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). OJ L 119. 4.5.2016, p. 1–88.
- Reuters Institute for the Study of Journalism [RIFSJ]. 2020. *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2020*. Oxford: University of Oxford
- Reuters. 2018. “EU’s Juncker takes aim at Hungary’s Orban over fake news” 14. Decembar 2018. <https://www.reuters.com/article/us-eu-cyber-disinformation/eus-juncker-takes-aim-at-hungarys-orban-over-fake-news-idUSKBN1OD1U8>
- Reuters. 2019. “Russia’s Putin signs law banning fake news, insulting the state online” 18. Mart 2019. <https://www.reuters.com/article/us-russia-politics-fakenews/russias-putin-signs-law-banning-fake-news-insulting-the-state-online-idUSKCN1QZ1TZ>
- Reuters Institute for the Study of Journalism [RIFSJ]. 2020. *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2020*. ed. Nic Newman. Oxford: University of Oxford
- Rizzo, Salvador. 2020. “Anatomy of a Trump rally: 67 percent of claims are false or lacking evidence”. *The Washington Post* <https://www.washingtonpost.com/politics/2020/01/07/anatomy-trump-rally-percent-claims-are-false-or-lacking-evidence/>

- Rose, Jonathan. 2016. "Brexit, Trump, and Post-Truth Politics." *Public Integrity* 19 (6):555–558. doi: 10.1080/10999922.2017.1285540
- Ružić, Nataša i Vladan Lalović. 2016. „Uloga Hersta i Pulitzera u manipuliranju javnošću pri izvještavanju o Španjolsko-američkom ratu.” *Časopis za suvremenu povijest* 48 (2):531–550.
- Ružić, Nataša. 2018. „Uloga medijske i informacione pismenosti u eri dezinformacija i lažnih vijesti.” U *Mediji Balkana: Zbornik u čast prof. dr Dubravki Valić Nedeljković*, ur. Dejan Pralica, 191–205. Filozofski fakultet Novi Sad
- Satariano, Adam and Amie Tsang. 2019. "Who's Spreading Disinformation in U.K. Election? You Might Be Surprised." *The New York Times*, 12. December 2019. <https://www.nytimes.com/2019/12/10/world/europe/elections-disinformation-social-media.html>
- Savet za štampu. 2015. *Kodeks novinara – Uputstva i smernice*. Beograd: Dia-Art.
- Selva, Meera. 2020. "Journalism under Fire" in *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2020*, ed. Nic Newman, 28–30. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Selva, Meera and Richard Fletcher. 2019. "Brexit: democracy needs journalists to be transparent about their political sources." *The Conversation*. 25. October 2019 [https://theconversation.com/brexit-democracy-needs-journalists-to-be-transparent-about-their-political-sources-125889?utm\\_medium=Social&utm\\_source=Twitter#Echobox=1572012017](https://theconversation.com/brexit-democracy-needs-journalists-to-be-transparent-about-their-political-sources-125889?utm_medium=Social&utm_source=Twitter#Echobox=1572012017)
- Slavković, Stefan. 2019. „Zbunjivanje kao tehnologija upravljanja – Trijumf prevare.” *NIN*. 24. oktobar: 30–32.
- Surculija Milojevic, Jelena. 2015. "The Right of Reply: A Tool For an Individual to Access the Media". *Godišnjak Fakulteta političkih nauka*, Vol 9 (13): 225–238.
- Surčulija Milojević, Jelena. 2016. „Dozvoljenost ograničenja slobode izražavanja u skladu sa evropskim instrumentima i medijskim zakonodavstvom Republike Srbije.” Doktorska disertacija. Univerzitet u Beogradu: Pravni fakultet.

- Surculija Milojevic, Jelena. 2018–2019. “Defamation as a “Weapon” in Europe and in Serbia: Legal and Self-Regulatory Frameworks.” *Journal of International Media & Entertainment Law* 8 (1): 99–128.
- The Guardian*. 2018a. “EU raises funds to fight ‘disinformation war’ with Russia” 14. December 2018.<https://www.theguardian.com/world/2018/dec/05/eu-disinformation-war-russia-fake-news>
- The Guardian*. 2018b. “Emmanuel Macron promises ban on fake news during elections” 3. January 2018.<https://www.theguardian.com/world/2018/jan/03/emmanuel-macron-ban-fake-news-french-president>
- The Guardian*. 2019. “Mark Zuckerberg calls for stronger regulation of internet”. 30 March 2019. <https://www.theguardian.com/technology/2019/mar/30/mark-zuckerberg-calls-for-stronger-regulation-of-internet>
- The United Nations (UN) Special Rapporteur on Freedom of Opinion and Expression, the Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE) Representative on Freedom of the Media, the Organization of American States (OAS) Special Rapporteur on Freedom of Expression and the African Commission on Human and Peoples’ Rights (ACHPR) Special Rapporteur on Freedom of Expression and Access to Information, FOM.GAL/3/17, Joint Declaration on Freedom of Expression and “Fake News”, Disinformation and Propaganda, 3 March 2017.
- Tandoc, Edson C. Jr, Zheng Wei Lim and Richard Ling. 2018. “Defining ‘Fake News’.” *Digital Journalism* 6 (2):137-153 doi: 10.1080/21670811.2017.1360143
- Törnberg, Peter. 2018. “Echo chambers and viral misinformation: Modeling fake news as complex contagion.” *PloS One* 13(9):1–21
- Tworek, Heidi and Paddy Leerssen. 2019. “An Analysis of Germany’s NetzDG Law.” *Institute for Information Law (IVIR)*. 15 April 2019. [https://www.ivir.nl/publicaties/download/NetzDG\\_Tworek\\_Leerssen\\_April\\_2019.pdf](https://www.ivir.nl/publicaties/download/NetzDG_Tworek_Leerssen_April_2019.pdf)

- Vosoughi, Soroush, Deb Roy and Sinan Aral. 2018. "The spread of true and false news online." *Science* 359:1146–1151.
- Wardle, Claire. 2017. "Fake News. It's Complicated." *First Draft*. 16. February 2017. <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>
- Wardle, Claire. 2019. "Information disorder: 'The techniques we saw in 2016 have evolved'." *First Draft* 21. October 2019. <https://firstdraftnews.org/latest/information-disorder-the-techniques-we-saw-in-2016-have-evolved/>
- Zakon o elektronskim medijima, „Službeni glasnik Republike Srbije”, br. 83/2014, 6/2016.
- Zakon o javnim medijskim servisima, „Službeni glasnik Republike Srbije”, br. 83/2014, 103/2015, 108/2016.
- Zakon o javnom informisanju i medijima, „Službeni glasnik Republike Srbije”, br. 83/2014, 58/2015, 108/2016.

**Jelena Surčulija Milojević\***

*Faculty of Political Science, University of Belgrade*

**Milica Kulić\*\***

*Faculty of Political Science, University of Belgrade*

**“FAKE NEWS”OR DISINFORMATION: (SELF)  
REGULATORY FRAMEWORK AND CHALLENGES  
IN PRACTICE\*\*\***

**Resume**

“Fake news”, or disinformation, as a phenomenon and as a term is being overused lately. In parallel, there is no consensus what does this term mean neither in media theory nor in media law. In the meantime, “fake news”, especially online spread disinformation, have started to have enormous impact to electoral processes worldwide, thus creating new social and political reality. Institutional sources, political leaders and media are all being accused for dissemination of “fake news”. However, disinformation are easily spread on social networks. Oxford Internet Institute Research shows that the number of visits to “fake news” web sites was, for the first time, higher than visits to links to professional media during the US mid-term elections in November 2018.

This paper aims to contribute to existing debates on attempts to clearly define the term disinformation, looking at it from the media theory, media ethics, media law and internet law points of view. The Article analyzes some of the available definitions offered by international organizations. In addition, the object of analysis is self-regulation, through various self-regulatory mechanisms, predominantly created by associations of journalists. Finally, the paper examines the new form of regulation, so called “pseudo-

---

\* E-mail address: jsurculija.milojevic@fpn.bg.ac.rs.

\*\* E-mail address: milica.jevtic@fpn.bg.ac.rs.

\*\*\* This Article was written within the scientific-research project of the University of Belgrade, Faculty of Political Sciences Political Identity of Serbia in the Regional and Global Context” (No. 179076), financed by the Ministry of education, science and technological development of the Republic of Serbia.

regulation”, in which international companies, such as Facebook, Google, Twitter or Mozilla, start to regulate themselves.

**Keywords:** Disinformation, “fake news”, media regulation, media ethics, self-regulation, pseudo-regulation, social networks, elections

---

\* Овај рад је примљен 1. фебруара 2020. године, а прихваћен на састанку Редакције 5. марта 2020. године.