
Pružanje podrške integritetu informacija i civilnom političkom diskursu



2018

Sadržaj

Pregled.....	3
Terminologija	3
Brzo širenje globalne pretnje demokratiji	4
Objašnjenja uobičajenih termina	5
Najčešće vrste pogrešnih informacija i dezinformacija	6
Pogrešne informacije.....	6
Dezinformacija	7
Počinioci i motivi	7
Širenje informacija	7
Uobičajeni instrumenti dezinformisanja	8
Protivmere za suzbijanje dezinformacija.....	9
Faktori koji utiču na raspostranjenost dezinformacija.....	10
Primeri po zemljama	10
Francuska.....	10
Kenija.....	11
Meksiko.....	11
Mjanmar	11
Nigerija.....	12
Srbija	12
Sirija	12
Ukrajina.....	12
Ujedinjeno Kraljevstvo.....	13
Zahvalnica	14
Završne Beleške.....	15

Pregled

Svrha ovog dokumenta je podizanje svesti o dezinformacijama kao pretnji i njihovom korišćenju za podiranje funkcionisanja demokratskih institucija i procesa. Dokument treba da pomogne građanskim i političkim aktivistima čiji je interes zaštita prostora za informisani dijalog i javnu raspravu. Ovo podrazumeva obezbeđenje toka tačnih informacija i pružanje podrške praksi civilnog političkog diskursa.

Terminologija

Dezinformacija

Lažna ili netačna informacija koja se namerno proizvodi ili širi s izričitim ciljem da dovede u zabludu i nanese štetu

Pogrešna informacija

Lažna ili netačna informacija, ali čiji cilj nije da nanese štetu

Zlonamerna informacija

Istinita informacija koja se deli da bi se nanela štetu, često premeštanjem informacije namenjene da ostanje privatna u javni domen

Algoritam

Utvrđen niz koraka koje izvodi računar da bi rešio problem ili izvršio zadatak. Na primer, platforme društvenih mreža koriste algoritme za sakupljanje sadržaja koji korisnici vide. Ovi algoritmi naročito su osmišljeni da korisnicima prikazuju material koji će ih zanimati, na osnovu istorije korišćenja te platforme svakog korisnika.

Automatizacija

Proces dizajniranja „mašine“ za izvršavanje zadatka uz malo ili bez ljudskog usmeravanja. Ona preuzima zadatke za koje bi ljudima trebalo mnogo vremena i pretvara ih u zadate koji se mogu izvršiti brzo i skoro bez napora.

Botovi

Nalozi na društvenim mrežama kojima u potpunosti upravljaju računarski programi i koji su osmišljeni da generišu objave i/ili učestvuju u sadržaju na određenoj platformi

Botnet

Zbirka ili mreža botova koji koordinisano funkcionišu i kojima obično upravlja jedna osoba ili grupa

Deepfake

Opisuje lažni medijski sadržaj proizveden korišćenjem veštačke inteligencije (VI). Sintezom različitih elemenata postojećih video ili zvučnih datoteka, VI omogućava relativno lake načine kreiranja „novog“ sadržaja u kojem pojedinci naizgled izgovaraju reči i vrše radnje koje nisu zasnovane na stvarnosti.

Provera činjenica

Proces potvrđivanja istinitosti i tačnosti zvaničnih, objavljenih informacija kao što su izjave političara i vesti

Veštačko pojačanje

Javlja se kada se domet ili širenje informacija povećava veštačkim sredstvima

Propaganda

Istinite ili lažne informacije koje se šire da bi ubedile određenu publiku, ali često imaju političku konotaciju i povezane su s informacijama koje potiču od državnih organa

Trolovanje

Namerno objavljivanje uvredljivog ili provokativnog sadržaja u onlajn zajednici s namerom da se isprovociraju čitaoci ili ometa razgovor. Termin „**trol**“ najčešće se koristi za osobe koje uznemiravaju ili vređaju druge na internetu..

Farma trolova

Grupa pojedinaca koji se bave trolovanjem ili promovisanjem narativa poput botova, na koordinisan način

Brzo širenje globalne pretnje demokratiji

Informacija je izvor moći, a demokratski sistemi imaju potencijal da tu moć šire. U tom smislu, informacija oslobađa kada građani mogu otvoreno da je saopšte, prime i uporede dok ostvaruju svoje osnovne slobode govora, okupljanja i udruživanja. Demokratija se oslanja i na aktivno angažovanje građana u javnom životu. Ovo obuhvata učešće u političkim procesima kao što su redovne izborne trke koje odlučuju sastav vlade. Zauzvrat, to učešće zavisi od poverenja u institucije koje rade u javnom interesu. Ovaj odnos predstavlja društveni ugovor između građana i države koji se, delimično, oslanja na tok tačnih informacija koje građanima omogućavaju da razumeju šta vlada radi i da prave izbor u pogledu različitih planova delovanja kojima se vlada poziva na odgovornost.

Integritet informacije je presudan za zdravu demokratiju. Kada je informacija lažna ili netačna, može negativno uticati na rasprave građana o različitim pitanjima i na njihove političke odluke, što dovodi do prekida civilnog diskursa i onemogućava kompromis. Mogućnost građana da informisano i učtivo raspravljaju o idejama koje se odnose na politiku i javna pitanja od suštinskog je značaja za održavanje dugoročnog demokratskog zdravlja, a to obuhvata i dijaloge i rasprave unutar vlade i među političarima. Isto tako, potrebno je da građani razumeju rad vlade, na informacije treba da budu dostupne da bi državni akteri mogli da budu odgovorni pred građanima za svoje odluke.

Demokratija je u opasnosti kada se informacije koje su lažne i dovode u zabludu šire i namerno koriste da oslabe poverenje javnosti, povedaju polarizaciju i ograniče mogućnost građana da individualno ili kolektivno deluju. Dezinformacija može naročito biti akutna tokom izbora kod kojih već postoje značajne podele u pogledu prioriteta i politika. Tada dezinformacija može uticati na glasače da se predomisle, može ometati normalno funkcionisanje izbornog procesa i podsticati javne frustracije i otuđenost. Međutim, nije svaki pokušaj plasiranja dezinformacije povezan sa konkretnim događajem kao što su izbori. Dezinformacija se takođe može upotrebiti da promeni širi informativni prostor u kojem ljudi razgovaraju o različitim pitanjima, formiraju uverenja i donose političke odluke. Dezinformacija se ponekad plasira radi podsticanja većeg narativa tokom dužeg vremenskog perioda ili da bi se kroz podsticanje podele ili cinizma degradirao civilni diskurs.

Autoritarni akteri često preduzimaju razne korake da bi uticali na tok informacija. To može obuhvatiti prekid pristupa nezavisnim izvorima informacija i javnoj raspravi, kontrolu medija i sadržaja informacija koje se pružaju, ili namerno širenje dezinformacija koje su lažne i dovode javnost u zabludu. Ovi akteri smatraju vrlo vrednom svaku radnju koja degradira javno poverenje i ometa političko učešće njihovih demokratskih kolega.

Tehnologija je na više načina iz temelja promenila proizvodnju i konzumiranje informacija.¹ Dok internet postaje sve dostupniji, brži i jeftiniji, milijarde ljudi mogu jedni s drugima da dele informacije lakše nego ikada. Ovaj tehnološki pomak uključuje i razvoj društvenih mreža, zbog čega je konzumiranje informacija koje se dele putem internet mreža postala javna umesto privatna, i pod kontrolom je nekoliko velikih kompanija. S porastom broja mobilnih uređaja i ubrzanog ciklusa vesti, prasla je i brzina kojom se dele informacije. Pošto se informacije razmenjuju brže i u realnom vremenu između ravnopravnih korisnika, manja je verovatnoća da će se, u nekim slučajevima, osporavati tačnost podeljenih informacija. U drugim slučajevima, zbog navale informacija koje se dele postaje sve teže odgonetnuti šta je tačno, a šta nije. Nedostatak osporavanja naročito važi uz sve veću personalizaciju digitalnih okruženja kroz algoritme koji vrše uparivanje sadržaja s korisnikovim ukusom i preferencijama. Ovi faktori, karakteristični za digitalnu revoluciju, javnost su učinili osetljivijom na manipulaciju putem netačnih informacija.

Digitalizovanje informativnih prostora zakomplikovano je izazovima s kojima se ljudi suočavaju pokušavajući da se izbore s brzinom tehnoloških promena. Psihološki faktori oblikuju kako ljudi obrađuju informacije, pri čemu različite vrste informacija proizvode ili racionalnu ili emocionalnu reakciju. Digitalni mediji, naročito platforme društvenih mreža gde se informacije brzo dele, mogu podsticati emocionalnu obradu informacija umesto racionalne reakcije koja se oslanja na nažljivu proveru.²

Mada manipulisanje informacijama u demokratskim društvima nije ništa novo, digitalna tehnologija povećala je opseg ovog problema jer omogućava zlonamernim akterima da anonimno manipulišu javnim mnjenjem i ugrožavaju integritet informacija. Društvene mreže pojačavaju ove efekte jer relativno jeftino i brzo šire informacije velikoj publici.³ Ovo često dodatno uvećavaju automatizovani sistemi kao što su botovi, koji nameću sadržaj korisnicima na koje se može ciljati preko podataka o ličnim preferencijama i demografskih podataka.

„Politički akteri milenijumima koriste dezinformacije za sopstvenu korist. Međutim, izgleda da su brzina i obim dezinformisanja u savremenom informativnom prostoru pojačali njihovu delotvornost i to mnoge pripadnike javnosti sve više ljuti, plaši ili dezorijentiše. Ovo, zauzvrat, javnost čini još osetljivijom na buduću manipulaciju, što dovodi do stvaranja ciklusa opadanja poverenja javnosti u objektivne izvore informacija, što neki analitičari zovu „propadanjem istine“.”

– [NED Issue Brief: How Disinformation Impacts Politics And Publics](#)

Objašnjenja uobičajenih termina

Lažna vest je termin koji se koristi kao sinonim za dezinformaciju ili druge vrste poremećaja u informativnom ekosistemu i postao je širok pojam koji se koristi da opiše netačnu ili izmišljenu vest. Međutim, termin „lažna vest” ne opisuje precizno složenost dezinformacije, pogrešne informacije i zlonamerne informacije, a autoritarni i druti akteri često ga koriste da degradiraju istinit govor koji im se ne dopada, kombinujući ga s lažnim narativima.⁴

Dezinformacija je lažna informacija koja je namerno kreirana da nanese štetu pojedincu, društvenoj grupi, organizaciji ili državi. Dezinformaciju ne čine uvek direktne laži, već to mogu biti i činjenice izdvojene iz originalnog konteksta ili činjenice koje se kombinuju s lažnim informacijama.

Primer

Kalifornijska kompanija za sajber bezbednost FireEye otkrila je dugogodišnju kampanju dezinformisanja koja je ciljala Latinsku Ameriku, Bliski istok, Ujedinjeno Kraljevstvo i Sjedinjene Države.⁵ Kompanija je otkrila preko 600 naloga na društvenim mrežama u Iranu čiji je cilj bio širenje dezinformacija širom sveta. FireEye je ovu informaciju podelio na Fejsbuku 2018. godine, što je dovelo do uklanjanja 652 lažna naloga i lažnih stranica zbog „koordinisanog neautentičnog ponašanja”.

Pogrešna informacija je lažna informacija, ali koja nije proizvedena s namerom da naškodi. .

Primer

Posle bombaškog napada u Mančesteru, u Engleskoj, 2017. godine, lokalne novine greškom su na Tviteru objavile informaciju o naoružanom napadaču ispred lokalne bolnice. Kasnije je otkriveno da je ova informacija bila pogrešna i novine su povukle taj tvit.⁶

Uloga namere u širenju lažnih informacija je ključna za razumevanju razlike između pogrešne informacije i dezinformacije. Dezinformacija je po pravilu deo namere da se prevari, dok pogrešna informacija ne mora da ima za cilj obmanu. Čak i uz ovu distinkciju, cilj kreiranja i deljenja informacija ne mora uvek biti jasan.

Zlonamerna informacija odnosi se na činjeničnu informaciju koja se namerno koristi da naškodi osobi, organizaciji ili zemlji.

Primer

Tokom prvog kruga predsedničke kampanje u SAD 2016. godine, e-poruke Nacionalnog komiteta Demokratske partije (Democratic National Committee - DNC) selektivno su puštane u javnost da pokažu navodnu pristrasnost DNC-a tokom kampanje.⁷

Propaganda se odnosi na kampanje širenja informacija osmišljenih da manipulišu publikom tako što proizvode određene stavove ili izazivaju specifične radnje.⁸

Primer

Severna Koreja je poznata po propagandnim kampanjama za indoktrinaciju svog stanovništva. Nacionalni ponos je u centru lažne skoro svih oblika medija, uključujući muziku, umetnost i film. Ograničen internet i cenzura društvenih mreža doprinose agendi severnokorejske vlade.⁹

Javne informativne kampanje podrazumevaju organizovane komunikacione aktivnosti sa ciljem da se dopre do velikih grupa ljudi i oblikuju stavovi, vrednosti ili ponašanje javnosti u nadi da će se postići određeni društveni cilj. Ovaj termin treba razlikovati od propagande, koja podrazumeva namerno manipulisanje ili obmanu.

Primer

Grčko ostvo Siros je 2016. godine započelo javnu informativnu kampanju s namerom da obavesti javnost o štetnim posledicama zagađenja. Istraživanja su pokazala da je kampanja uspešno promenila stav javnosti o bacanju otpadaka, što je dovelo do smanjenja nivoa plastičnog otpada u lokalnom priobalju.¹⁰

Najčešće vrste pogrešnih informacija i dezinformacija

Ima mnogo oblika pogrešnih informacija i dezinformacija. Da bi objasnila spektar problematičnog sadržaja koji se može naći na internetu i u medijama, Kler Vordl (Claire Wardle) sa projekta [First Draft News](#) grupisala je pogrešne informacije i dezinformacije u sedam zacebnih kategorija.

Pogrešne informacije

Vrsta	Opis	Primer
Satira	Nema nameru da naškodi, ali može da zavara	Duhovita TV emisija ili društveni komentar
Pogrešno Povezivanje	Kada naslovi, slike ili natpisi ispod slika ne odgovaraju sadržaju	„Clickbait“ – onlajn novinski članak sa šokantnim ili kontroverznim naslovom
Varljiv Sadržaj	Varljiva upotreba informacije da bi se lažiralo neko pitanje ili optužio neki pojedinac	Fotografija koja publiku navodi da poveruje da je konkretna osoba bila na određenom mestu, a nije

Dezinformacija

Vrsta	Opis	Primer
Lažan Kontekst	Kada se deli istinit sadržaj stavljen u lažni kontekst	činjenična informacija pogrešno uparena s istinitom fotografijom
Sadržaj koji objavljuju uljezi	Kada se imitiraju istiniti izvori	Lažna informacija koja se netačno pripisuje velikom, kredibilnom izvoru vesti
Izmišljeni Sadržaj	Sadržaj koji je 100% pogrešan i osmišljen da obmane ili naškodi	Slike obrađene u Fotošopu ili izmišljene informacije predstavljene kao činjenice
Manipulisan Sadržaj	Kada se istinita informacija ili slika izmanipuliše radi obmane	Istinita fotografija uparena s izmišljenom tekstom

Počinioci i motivi

Namera je ključni element za razlikovanje pogrešne informacije od dezinformacije. Motivi koji aktere podstiču da kreiraju, proizvode i deljenje dezinformacije pružaju dodatni uvid u ovaj fenomen i mogu se svrstati u četiri kategorije: finansijsku, političku, društvenu i psihološku. I državni i nedržavni politički akteri mogu koristiti dezinformaciju kao sredstvo za manipulisanje mišljenjem ili pogledima svoje ciljne publike. Političari mogu raširiti dezinformacije o institucijama ili političkim protivnicima, stranim i domaćim, da bi ugušili njihov glas i manipulirali diskursom.¹¹ Ovi politički akteri mogu biti povezani s državnim organima ili mogu biti privatni akteri koji se koordinišu s drugima kako bi pružili zajedničkom ideološkom uverenju.

Drugi akteri koji šire dezinformacije mogu imati nepolitičke motive, kao što su zabava ili uvećanje profita. Reklamiranje na internetu sada pruža finansijskom podsticaj za kreiranje dezinformacija koje se mogu brzo deliti i privući mrežni saobraćaj ka određenom veb sajtu. Pokretači manipulacije internih mehanizama društvenih mreža radi stvaranja sadržaja (algoritmi), i samih informacija radi privlačenja lažnje, mogu biti korporativni ili nezavisni akteri koji možda žele da uvećaju profit preusmeravanjem mrežnog saobraćaja. Dovođenje internet konzumenata u zabludu može biti sporedno u odnosu na primarni cilj ostvarenja finansijske dobiti, budući da zabava i vesti egzistiraju jedni pored drugih na društvenim mrežama.¹² Drugi nezavisni akteri mogu imati drugačije motive kao što su prilika da promovišu lične probleme, slava, ili čak da samo provociraju ili „troluju“ ljude.

Širenje informacija

Zahvaljujući značnom rastu digitalnog medijskog pejzaža porastao je i broj načina na koje se dezinformacije mogu širiti. Zbog svoje popularnosti širom sveta i lakoće prenošenja informacija kroz privatne grupe i lične mreže, platforme društvenih mreža postale su glavno oruđe dezinformativnih kampanje.¹³ Mada društvene mreže imaju legitimnu upotrebu, mogu se koristiti i u druge svrhe.

Platforme društvenih mreža na kojima se dele pogrešne informacije i dezinformacije su:

- Fejsbuk (Facebook)
- Tviter (Twitter)
- Jutjub (YouTube)
- Blogovi
- Forumi

Takođe, sve popularniji način širenja informacija postaju mobilne aplikacije za razmenu poruka. Ove aplikacije se donekle razlikuju od drugih platformi društvenih mreža jer je razmena poruka preko mobilnih uređaja osmišljena za privatne razgovore, a ne kao javni forum za više učesnika.¹⁴ Aplikacije kao što su Votsap (WhatsApp), Viber, Telegram i Vičet (WeChat) koriste šifrovanje poruka „s kraja na kraj” što onemogućava treća lica, uključujući i samu kompaniju, da analizira sadržaj.

Mada su društvene mreže primarni prenosioci dezinformacija, za širenje dezinformacija su se u prošlosti i konvencionalniji mediji, kao što su:

- Novine
- Televizija
- Informativni veb sajtovi
- Radio

Odnos između tradicionalnih medija i društvenih mreža u informativnom pejzažu ima složenu dinamiku. Društvene mreže mogu se koristiti da izobličie ili pojačaju priče koje putuju kroz različite oblike tradicionalnih informativnih medija, a tradicionalni mediji često izveštavaju o trendovima na društvenim mrežama i odražavaju ih. Ovo stvara negativnu povratnu petlju dezinformacija, čime se povećavaju netačne informacije. Prosto ponavljanje informacija ili činjenična provera sadržaja na internetu često dovodi do nenamernog dodatnog pojačavanja pogrešnih informacija.

Uobičajeni instrumenti dezinformisanja

Snabdevači dezinformacijama oslanjaju se na razne taktike za širenje dezinformacija, naročito kroz digitalne pejzaže. Mnoge od tih strategija smatraju se **računarskom propagandom**, koju Oksfordski institut za internet definiše kao „upotrebu algoritama, automatizacije i ljudskog uređivanja za namerno distribuiranje varljivih informacija preko društvenih mreža”.¹⁵ Računarska propaganda je metod pomoću kojeg se može deliti dezinformativni sadržaj. U primere ove taktike spadaju:

- **Lažni profili i trolovi:** Akteri koji pokušavaju da šire dezinformacije mogu se osloniti na kreiranje lažnih profila na društvenim mrežama i upotrebu lažnih imena kako bi dali pokriće i kredibilitet informacijama koje dele. Slično botovima, trolovi mogu pojačati dezinformaciju, s tim što trolovi ciljaju konkretne aktere, a farme trolova efikasno rade da učutkaju opoziciju tokom kampanje širenja dezinformacija.
- **Manipulisanje algoritmima:** Strategija manipulisanja trendovima na društvenim mrežama kako bi na njima preovladavale dezinformacije. Manipulisanje algoritmima može se koristiti ili za širenje dezinformacija ili za sprečavanje njihovog širenja, ali manipulisanje trendovima radi suzbijanja dezinformacija predstavlja agresivniju strategiju.
- **Botovi na društvenim mrežama:** Automatizovani nalozi osmišljeni da brzo šire dezinformacije ili komuniciraju s ljudima. Mada se mnogi botovi koriste za brzo širenje informacija svih vrsta, akteri su ih takođe usvojili i da bi manipulirali algoritmima društvenih mreža i menjali informacije koje potrošači vide. Mreža botnetova može se koristiti za privlačenje lažnje na varljive narative i stvaranje iluzije javne diskusije i podrške.
- **Vizuelni materijal:** Može se koristiti da prevari publiku tako što se manipuliše slikama ili video-zapisima. Novi trend, poznat kao „deepfake”, podrazumeva stvaranje lažnih video-zapisa korišćenjem slika pravih ljudi sakupljenih iz raznih audio i vizuelnih izvora, osmišljenih tako da se prevari publika, ali i stručnjaci.¹⁶
- **Mimovi ili kulturni sadržaj:** Osmišljeni za viralno deljenje, mogu biti u vidu teksta, slike ili video-zapisa.

Protivmere za suzbijanje dezinformacija

Civilno društvo, tehnološke kompanije, političke stranke, vlade i građani preduzimaju brojne mere za suzbijanje dezinformacija. Digitalna bezbednost je ključna za sprečavanje manipulisanja informacijama ili njihovog deljenja s akterima koji bi ih iskoristili da nanese štetu, a može obuhvatiti jačanje lozinki, korišćenje virtualnih privatnih mreža (VPN-ova) i omogućavanje dvostruke provere identiteta.

Tehnološke kompanije počele su da preduzimaju sledeće mere za suzbijanje dezinformacija:

- **Detekcija automatizovanih botova:** Mada nisu svi botovi osmišljeni s namerom da prevare, razumevanje konteksta u kojem se automatizovani nalozi koriste da zagade digitalni informativni prostor ključno je za identifikovanje botova koji šire dezinformacije i za preduzimanje koraka za sprečavanje ovih aktivnosti.¹⁷ Otkrivanje automatizovanih naloga može pomoći suzbijanju širenja dezinformacija, naročito preko društvenih mreža kao što su Fejsbuk i Tviter.
- **Analiziranje mreža:** Praćenje šablona automatizovanih naloga ključno je za razumevanje kako kampanje širenja dezinformacija funkcionišu i kako se akteri međusobno koordinišu da bi povećali domet određenih informacija.

Još jedna potencijalna protivmera za suzbijanje dezinformacija je provera činjenica tradicionalnih medija i informacija koje se dele. Provera činjenica treba da bude deo višestranog pristupa različitih aktera, poput organizacija civilnog društva, političkih stranaka, ministarstava prosvete, zakonodavaca i tehnoloških kompanija. Merenje tačnosti i namere informacija može biti teško, jer oni koji proveravaju tačnost činjenica ne mogu uvek odgovoriti onoliko brzo koliko se dezinformacije šire. Provera informacija tradicionalnih medija takođe treba da ide u paru sa sličnim naporima društvenih mreža kako bi se obezbedilo da se lažne informacije ne stavljaju ponovo u opticaj.

Primer

Jedna tajvanska kompanija razvila je alatku pod nazivom [CoFacts](#) za proveru činjenica z okvira LINE platforme za razmenu poruka. Ova alatka sakuplja popularne dezinformacije u bazu podataka i olanja se na zajedničku akciju proveravača činjenica i korisnika.¹⁸

Primer

Automatske alatke za proveru činjenica, kao što su [Chequeabot](#) u Argentini i [Full Fact](#) u Ujedinjenom Kraljevstvu, pokušale su da reše problem ponovnog stavljanja u opticaj informacija tako što automatski upoređuju tvrdnje informativnih medija sa zvaničnom statistikom i provernim informacijama.¹⁹

Druga važna komponenta borbe protiv dezinformacija je vraćanje poverenja građana u političke institucije, uključujući medije. Sve veće nepoverenje u sposobnost institucija da pruže tačne i nepristrasne informacije pruža priliku i prostor za promovisanje dezinformacija i umanjuje sposobnost građana da veruju informacijama koje primaju. Građenje poverenja u institucije zahteva zdrav dijalog aktera, poput političkih stranaka, kako bi se bolje razumela priroda uticaja dezinformacija na demokratiju. Ovo obuhvata uspostavljanje smernica za primereno ponašanje u onlajn kampanjama, naročito kada dezinformacije mogu igrati ulogu u oblikovanju vođenja kampanje. Tokom izbornog perioda, građanski monitoring izbora može da pomogne, i pomaže, ublažavanju efekata dezinformacija zahvaljujući razumevanju lokalnog konteksta i medijskog okruženja u kojem građani konzumiraju informacije. Građanski monitoring izbora može takođe pomoći praćenju onlajn sadržaja i praćenju tradicionalnih medija u skopu napora da se suzbiju lažnih narativi.

Organizacije civilnog društva (OCD) učestvovala su u naporima da se ojača integritet informacija kroz obrazovne kampanje i sve veći angažman na unapređenju medijske pismenosti građana. Kampanje za medijsko i informatičko opismenjavanje i naponi da se unapredi građansko konzumiranje medija, naročito u digitalnoj sferi, postale su popularna strategija za suzbijanje dezinformacija. Omladina i stariji građani su dve grupe na koje ove kampanje češće ciljaju, naročito kada je reč o društvenim mrežama, budući da su i jedni i drugi povećali svoj digitalni angažman i korišćenje onlajn usluga i mediskih platformi.²⁰ Kada su mladi ljudi izloženi dezinformacijama koje stvaraju ili učvršćuju postojeće sumnje u iskrenost institucija, oni mogu tražiti alternativne izvore informacija, što dalje potkopava njihovu mogućnost da deluju kao informisani građani. Građani s nižim nivoom informatičke pismenosti, naročito zajednice koje imaju slabiji pristup formalnom obrazovanju, takođe mogu biti osetljiva grupa. Ciljane kampanje za medijsko i informatičko opismenjavanje imaju potencijal da povećaju otpornost određenih grupa stanovništva na digitalne i tradicionalne kampanje širenja dezinformacija.

Faktori koji utiču na rasprostranjenost dezinformacija

Generalno, postoje dve grupe okolnosti kojima dezinformacije mogu biti naročito rasprostranjene. Jedna grupa se odnosi na osetljive privremene tačke pritiska, a to su trenuci kada je integritet informacija izuzetno važan i količina deljenih informacija je veća. U ove tačke pritiska spadaju izbori ili referendumi, tokom kojih ključne odluke čiji su pokretači građani oblikuju političku budućnost, kao što je bio slučaj s britanskim referendumom 2016. godine o članstvu u Evropskoj uniji ili s predsedničkim izborima u SAD 2016. godine. Druga grupa okolnosti podrazumeva šire strukturne ili posredne faktore koji imaju uticaj na više aspekata društvenog, ekonomskog i političkog života. Osetljivi konteksti koji utiču na političku stabilnost, kao što je rat ili duži sukob, mogu biti podsticaj za zagađivanje informativnog prostora dezinformacijama i dalje potkopavanje poverenja građana u sve slabije institucije. Visok nivo polarizacije takođe može omogućiti bujanje dezinformacija kroz dalje slabljenje društvenih veza između ljudi i grupa suprotstavljenih ideoloških i političkih stavova.

Primeri po zemljama

Pretnje integritetu informacija često se različito manifestuju zavisno od konteksta. Sledeći primeri ilustriraju slučajeve dezinformacija, pogrešnih informacija i zlonamernih informacija i uticaja koje ove pretnje imaju na načela demokratije.

Francuska

Tokom predsedničkih izbora 2017. godine, sistem e-pošte kampanje tadašnjeg predsedničkog kandidata Emanuela Makrona bio je meta kibernetičkog napada. Hakeri su pustili u javnost veliki broj e-poruka koje su pripadali Makronovoj partiji En Marche! Neposredno uoči nastupanja obavezne medijske izborne tišine, kada je zabranjena javna diskusija.²¹ Podaci su procurili nakon niza lažnih priča koje su se širile društvenim mrežama o Makronovom privanom životu i profesionalnoj etici, a cilj je bio da se diskredituje njegova kandidatura. Makronova kampanja odgovorila je tako što je objavila da je bila hakovana i bacila sumnju na prirodu hakovanja napomenom da su organizatori kampanje namerno falsifikovali neka dokumenta da bi zavarali hakere. Izgleda da curenje ovih informacija nije naročito uticalo na konačni rezultat izbora jer je u tradicionalnim medijama bilo sporadično pokriveno, a medijske kompanije su imale mrežu za proveru informacija i podršku projekta FirstDraft i Makron je pobedio na izborima.²²

Kenija

Velike populacije mladih ljudi, koje prvenstveno primaju informacije sa platformi društvenih mreža, sve su češće meta dezinformacija koje se dele na onlajn forumima i na njih su sve osetljivije. Kampanje širenja dezinformacija u Keniji čiji je cilj podsticanje dugogodišnjih etničkih i ekonomskih tenzija nisu ništa novo, ali zahvaljujući društvenim mrežama oblast primene i obim ovih kampanja plasiranja dezinformacija postali su akutniji.²³ Tokom predsedničkih izbora 2017. godine, mladi u Keniji činili su preko polovine registrovanog biračkog tela u zemlji. Mnogi mladi ljudi su na društvenim mrežama pratili razvoj političke situacije u zemlji, naročito preko Votsapa, Fejsbuka i Tvitera. Ove društvene mreže istisnule su tradicionalne izvore informacije u zemlji - organe vlasti, državne medije i civilno društvo - i uklonile prepreke slobodnom širenju tačnih informacija i dezinformacija z medijskom pejzažu. Neke dezinformacije koje su se širile društvenim mrežama, uključujući lažne vesti o tome da neki članovi napuštaju svoje stranke, bile su osmišljene tako da izgledaju kao da dolaze iz kredibilnih izvora, kao što su Si-En-En (CNN), Bi-Bi-Si (BBC) i En-Te-Ve Kenija (NTV Kenya).²⁴ Priče su često bile osmišljene da diskredituju određene političare ili stvore lažne narative oko određenih političkih stranaka i aktivnosti. Bio je to pokušaj da se poveća podela između mladih glasača i da se utiče na njihovo glasanje u vrlo tesnoj i kontroverznoj izbornoj trci aktuelnog predsednika Uhuru Kenijate i lidera opozicije Rajle Odinge.

Meksiko

Dezinformacije nisu nova pojava u Meksiku - u prošlosti su ih koristile vladajuće stranke protiv opozicionih da bi se održale na vlasti. Međutim, u poslednje vreme dezinformacije se u određenim kontekstima koriste da iskoriste nedostatak poverenja u institucije, uključujući vladu i državne medije, kao oružje protiv demokratije u Meksiku. Ovaj nedostatak poverenja pojačao je osjetljivost na dezinformacije, naročito otkako su za mnoge građane platforme društvenih mreža poput Fejsbuka i Votsapa postale glavni izvor vesti iz sveta politike. Tokom opštih izbora u julu 2018. godine otkrivene su mnoge kampanje dezinformacija. Na primer, u lažnoj priči pod naslovom Amor a Mexico, koja je sa stranice na Fejsbuku podeljena 8000 puta, tvrdilo se da je supruga Andresa Manuela Lopeza Obradora, tadašnjeg favorita na predsedničkim izborima, koji je na kraju i pobedio, unuka naciste.²⁵ Verifikado, konzorcijum organizacija civilnog društva i medija koje finansiraju Fejsbuk, Gugl (Google) i AJ+ Espanjol, razotkrio je ovu priču i mnoge druge. Animal politiko, partnerska organizacija Nacionalnog demokratskog instituta, učestvovala je u ovom zajedničkom projektu kome su u proveru činjenica masovnu podršku pružili novinari i stručnjaci na društvenim mrežama i političkim debatama.²⁶

Mjanmar

Dezinformacije se u Mjanmaru često koriste da utiču na javno mnjenje o stanju društvenih odnosa u zemlji, naročito o položaju verskih i etničkih manjina u društvu. Duboko ukorenjena diskriminacija može da spreči marginalizovane zajednice da učestvuju u građanskom prostoru, a mogu je pogoršati veći pristup i upotreba tehnologije. Pre nego što je pristup internetu postao rasprostranjen u zemlji, radikalne grupe u Mjanmaru delile su letke i video-snimke s lažnim informacijama o muslimanskim zajednicama kako bi povećale negativno javno mnjenje o ovim grupama. Brzim širenjem interneta i društvenih mreža povećan je domet dezinformacija u zemlji i Fejsbuk je postao glavno sredstvo za pristup internetu mada neki korisnici nisu svesni da internet postoji i izvan ove platforme. Kao rezultat toga, Fejsbuk je za mnoge postao internet. U julu 2014. godine, lažne priče na Fejsbuku da je vlasnik ranje, musliman, silovao jednu budistkinju koja je radila za njega, prouzrokovale su dvodnevne nemire u Mandaleju i smrt dve osobe, i dovele do porasta tenzija između muslimanskih i budističkih zajednica.²⁷ Sud u Mjanmaru kasnije je osudio petoro ljudi zbog širenja lažnih informacija koje su prouzrokovale nered, uključujući i budistkinju koja je priznala da joj je bio plaćeno da policiji podnese lažn prijavu za silovanje.²⁸

Nigerija

Nedostatak tačnih informacija i transparentnosti doveo je do brojnih kampanja širenja dezinformacija na društvenim mrežama u Nigeriji. Društvene mreže poput Fejsbuka brlo su popularne u Nigeriji, a tome pomaže povećan pristup tehnologiji pametnih telefona. Ove kampanje su osmišljene da pojačaju već visoke tenzije između zemljoradnika i stočara, što je dovelo do nekoliko stotina smrtnih slučajeva. Na primer, u junu 2018. godine, po društvenim mrežama kružile su realistične slike koje su navodno prikazivale skorašnje žrtve nasilja u zemlji. Kasnije je otkriveno da su to bile slike drugih, nepovezanih incidenata.²⁹ Vesti na društvenim mrežama takođe su lažno optuživale stočare da vrše napade duž auto-puta Lago-Ibadan u pokušaju da se stvori haos u bezbednosnoj situaciji u određenim regionima, uključujući anonimno fabrikovanje zvučnih zapisa i bezbednosnih upozorenja. Policija je na kraju opovrgla ove lažne izveštaje koji su se već bili proširili društvenim mrežama.³⁰ Kao odgovor na kampanje širenja dezinformacija širom zemlje, nigerijsko ministarstvo za informisanje pokrenulo je kampanju za promociju medijske pismenosti koja treba da uputi Nigerijce u posledice dezinformacija po demokratiju u zemlji.³¹

Srbija

Dezinformacije i manipulisanje informacijama postali su uobičajena strategija na Zapadnom Balkanu, a meta su im naročito odnosi Balkana sa Sjedinjenim Državama, Evropskom unijom i Organizacijom severnoatlantičkog pakta (NATO). Usklađene kampanje širenja dezinformacija poslednjih godina uzimaju maha u Srbiji. Ove kampanje pokušavaju da manipulišu javnim mnjenjem i okrenu ga protiv evropskih mirovnih i bezbednosnih institucija, kao i da podstaknu regionalne tenzije. U izveštaju Centra za istraživanje, transparentnost i odgovornost (CRTA) iz Beograda navodi se da mediji nisu naveli spoljne izvore za svoje vesti i približno trećini izveštaja o međunarodnom akterima u Srbiji objavljenim tokom perioda od mesec dana. Većina ovih sadržaja promovisala je proruske i antiameričke stavove.³² Ostaje zabrinutost da kampanje širenja dezinformacija mogu potkopati pridruživanje EU, naročito ako glasači počnu da se okreću protiv Evropske unije i soptsvene vlade.

Sirija

Građanski nemiri u Siriji pružili su priliku stranim i domaćim akterima da koriste dezinformacije kako bi uticali na javno mnjenje o ratu. Na primer, 2016. godine ruski hakeri ciljali su Bele šlemove Sirijske civilne odbrane, neprofitnu organizaciju za traganje i spašavanje, optužujući ih da podržavaju terorističke organizacije.³³ Mada su organizacije koje se bave proverom činjenica i istraživački novinari otkrili da su ove tvrdnje lažne, Graphika, američka kompanija za analizu društvenih mreža, otkrila je da su 2016. i 2017. godine tvitovi trolova stigli do oko 56 miliona ljudi.³⁴ Beli šlemovi su izgleda bili meta ne samo zato što se bave spašavanjem života već i zato što pokušavaju da dokumentuju šta se događa u zemlji. Oni koji šire dezinformacije, naročito u vreme konflikata, pokušavaju da diskredituju neprofitne i druge organizacije civilnog društva kako bi podstakli veći haos i konfuziju.

Ukrajina

Proruski onlajn akteri aktivno podržavaju dezinformisanje u Ukrajini preko društvenih mreža koje sponzoriraju država. Jedan od ciljeva ove strategije je da se zatrpavanjem javnog domena lažnim sadržajima pobudi sumnja u prirodu informacije i stabilnost države.³⁵ Aktivnosti protiv ukrajinske vlade i medijskih institucija također imaju za cilj da potkopaju jedinstvo i stabilnost zemlje i istovremeno pojačaju sve veće nepoverenje građana u državu. Tokom niza protesta protiv vlade 2014. godine, istočnom Ukrajinom su se širili alternativni narativi o prirodi protesta koje su u javnost preko interneta plasirali strani akteri pretvarajući se da su Ukrajinci. U kampanjama dezinformacija na društvenim mrežama i u tradicionalnim medijima tvrdilo se da protestanti u Kijevu podržavaju proganjanje etničkih Rusa na istoku. Isključivi cilj ovih poruka bio je da se povećaju tenzije između etničkog ruskog stanovništva u istočnom delu zemlje i ostatka stanovništva. Ovaj informativni rat, zajedno s kibernetičkim napadima čiji je cilj bio slabljenje vladinih institucija i infrastrukture zemlje, doprineo je percepciji da vlada nije u stanju da pruži sigurnost svojim građanima.³⁶

Ujedinjeno Kraljevstvo

Referendum o članstvu Ujedinjenog Kraljevstva u Evropskoj uniji (EU) otrio je pretnju koju dezinformacije predstavljaju demokratskim načelima. Istraživanje Univerziteta u Edinburgu otkrilo je da je preko 400 naloga koje su vodili Rusi, a koji su učestvovali u diskusijama tokom predsedničkih izbora u SAD 2016. godine, također korišćeno za tvitovanje o glasanju. Trolovi su pokušali da pobude strah od muslimana i emigranata u nadi da će navesti Britance da na referendumu glasaju za napuštanje EU. U februaru 2018. godine, na saslušanju koje je vodio Odbor za inostrane poslove Senata SAD, Tviter je potvrdio da je meta ruskih trolova bio Bregzit. Nakon inostranog uticaja na glasanje o Bregzitu, vlada UK formirala je Nacionalnu jedinicu za bezbednosnu komunikaciju koja će se boriti protiv dezinformacija koje šire domaći i strani akteri.³⁷

Nacionalni demokratski institut preduzima brojne mere za zaštitu integriteta informacija u demokratskim društvima, uključujući:

- Sprovođenje istraživanja o osetljivosti i otpornosti zemlje na dezinformacije.
- Uključivanje eksperata u misije za praćenje izbora radi ocene uticaja kompromitovanih informacija na izbore i rad s partnerima za monitoring izbora.
- Razvijanje alati za otkrivanje, analizu i suzbijanje pretnji integritetu informacija s partnerima i traženje načina da se podele njihova otkrića.
- Pružanje podrške dijalogu između političkih stranaka u pogledu integriteta informacija i jačanja mera za kibernetičku bezbednost.
- Sklapanje partnerstva sa društvenim mrežama i drugim demokratskim organizacijama radi zaštite integriteta informacija i promovisanja demokratskog diskursa kroz koaliciju Dizajn za demokratiju ([Design for Democracy Coalition](#)).
- Rad sa civilnim tehnološkim organizacijama u okviru [INFO/tegrity Initiative](#) radi povećanja transparentnosti i poboljšavanja poverenja javnosti u institucije.

Zahvalnica

Ovaj dokument izradio je Nacionalni demokratski institut (NDI) uz finansijsku pomoć Nacionalnog fonda za demokratiju (NED). Mišljenja izražena u ovom dokumentu ne moraju izražavati stavove NED-a.

Nacionalni demokratski institut je neprofitna, nepristrasna, nevladina organizacija koja pruža podršku jačanju demokratskih institucija širom sveta kroz učešće građana, otvorenost i odgovornost vlade. Od osnivanja 1983. godine, NDI sa svojim lokalnim partnerima pruža podršku jačanju demokratskih institucija i praksi kroz jačanje političkih stranaka, organizacija građana i parlamenata, zaštitu izbora i promociju građanskog angažovanja, otvorenost i odgovornost vlade. Svojim multinacionalnim pristupom NDI podržava poruku da iako ne postoji jedan demokratski model, svim demokratijama su zajednička određena suštinska načela. Za više informacija o NDI, posetite www.ndi.org.

National Democratic Institute
455 Massachusetts Ave, NW - 8th Floor
Washington, DC 20001
www.ndi.org



**National Endowment
for Democracy**

Supporting freedom around the world

ZAVRŠNE BELEŠKE

- 1 Claire Wardle, Hossein Derakhshan, „Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking,” objavljeno 27. septembra 2017, <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>, str. 11-12.
- 2 Natalie Jomini Stroud et al., „Making Sense of Information and Judging its Credibility,” Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem, Annenberg School for Communication, objavljeno u martu 2018, <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf>, str. 47.
- 3 Dean Jackson, „Issue Brief: How Disinformation Impacts Politics and Publics,” objavljeno 17. oktobra 2017, <https://www.ned.org/issue-brief-distinguishing-disinformation-from-propaganda-misinformation-and-fake-news>.
- 4 Commission High Level Group on Fake News and Online Disinformation, „A Multi-Dimensional Approach to Disinformation: Report of the Independent High-Level Group on Fake News and Online Disinformation,” objavljeno 2017, str. 12.
- 5 Christopher Porter, „FireEye exposed an Iranian disinformation campaign. Not from Silicon Valley but from N. Virginia.”, objavljeno 27. avgusta 2018. Washington Business Journal. <https://www.bizjournals.com/washington/news/2018/08/27/fireeye-exposed-an-iranian-social-media.html>.
- 6 Caroline Jack, Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information, Data & Society Research Institute, objavljeno 9. avgusta 2017, https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_LexiconofLies.pdf, str. 2.
- 7 Theodore Schleifer, Eugene Scott, „What was in the DNC email leak?” 25. jul 2016. CNN Politics. <https://www.cnn.com/2016/07/24/politics/dnc-email-leak-wikileaks/index.html>
- 8 Dean Jackson, „Issue Brief: Distinguishing Disinformation from Propaganda, Misinformation, and ‘Fake News,’” objavljeno 17. oktobra 2017, <https://www.ned.org/issue-brief-distinguishing-disinformation-from-propaganda-misinformation-and-fake-news/>.
- 9 „Propaganda nation: how North Korea spreads its message”, objavljeno 20. decembra 2011. The Journal Ireland. <http://www.thejournal.ie/propaganda-nation-how-north-korea-spreads-its-message-309343-Dec2011/>.
- 10 Kostas Bithas, Dionysis Latinopoulos, Charalampos Mentis, „The impact of a public information campaign on preferences for marine environmental protection. The case of plastic waste”. Marine Pollution Bulletin, Elsevier Journal, 2018.
- 11 Tim Hwang, Digital Disinformation: A Primer, The Atlantic Council, objavljeno u septembru 2017, , http://www.atlanticcouncil.org/images/Digital_Disinformation_Primer_web_0925.pdf.
- 12 Caroline Jack, Lexicon of Lies, str. 3-4.
- 13 Alice Marwick, Rebecca Lewis, Media Manipulation and Disinformation Online, Data & Society Research Institute, objavljeno 5. maja 2017, https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf, str. 26.
- 14 Nic Dias, „The Era of WhatsApp Propaganda is Upon Us,” Foreign Policy, objavljeno 17. avgusta 2017, <https://foreignpolicy.com/2017/08/17/the-era-of-whatsapp-propaganda-is-upon-us/>.
- 15 Samuel C. Woodley, Philip N. Howard, „Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary,” Computational Propaganda Research Project, University of Oxford, objavljeno 11. jula 2017, <http://blogs.oii.ox.ac.uk/politicalbots/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf>.

- 16 Derek B. Johnson, Susan Miller, „The Dangers of ‘Deep Fakes,’” GCN, objavljeno 18. jula 2018, <http://blogs.ox.ac.uk/politicalbots/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf>
- 17 Chris Doten, „In Fight Against Online Disinformation, A Variety of Tools Are Needed,” NDI DemocracyWorks, objavljeno 22. juna 2018, <https://www.demworks.org/fight-against-online-disinformation-variety-tools-are-needed>
- 18 Wu Min Hsuan, „TICTeC 2018: CoFacts, the chatbot that combats misinformation,” objavljeno 8. maja 2018, <https://youtu.be/4V2dpdmf8I0>.
- 19 Daniel Funke, „Automated fact-checking has come a long way. But it still faces significant challenges,” Poynter, objavljeno 4. aprila 2018, <https://www.poynter.org/news/automated-fact-checking-has-come-long-way-it-still-faces-significant-challenges>.
- 20 Mapping of Media Literacy Practices and Actions in EU-28, European Audiovisual Observatory, str. 29.
- 21 Amanda Erickson, „Macron’s emails got hacked. Here’s why French voters won’t hear much about them before Sunday’s election,” Washington Post, objavljeno 6. maja 2017, https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2017/05/06/macrons-emails-got-hacked-heres-why-french-voters-wont-hear-much-about-them-before-sundays-election/?utm_term=.be98b12ccd14.
- 22 Boris Toucas, „The Macron Leaks: The Defeat of Informational Warfare,” Center for Strategic International Studies, objavljeno 30. maja 2017, <https://www.csis.org/analysis/macron-leaks-defeat-informational-warfare>.
- 23 Tara Susman-Peña, Bebe Santa-Wood, „Kenyans need more than fact-checking tips to resist misinformation,” Columbia Journalism Review, objavljeno 25. oktobra 2017, <https://www.cjr.org/innovations/kenya-election-fake-news.php>.
- 24 Nanjira Sambuli, „How Kenya became the latest victim of ‘fake news,’” AlJazeera, objavljeno 17. avgusta 2017, <https://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2017/08/kenya-latest-victim-fake-news-170816121455181.html>.
- 25 Elizabeth Dwoskin, „Facebook’s fight against fake news has gone global. In Mexico, just a handful of vetters are on the front lines,” The Washington Post, objavljeno 22. juna 2018, https://www.washingtonpost.com/business/economy/in-mexico-facebook-faces-challenges-as-it-seeks-to-keep-democracy-honest/2018/06/22/098d5f3a-7624-11e8-b4b7-308400242c2e_story.html?utm_term=.0683a7a965df.
- 26 Daniel Funke, „Journalists and tech companies are teaming up to fight fake news about the Mexican election,” Poynter, objavljeno 13. marta 2018, <https://www.poynter.org/news/journalists-and-tech-companies-are-teaming-fight-fake-news-about-mexican-election>.
- 27 Samantha Stanley, „Misinformation and Hate Speech in Myanmar,” First Draft News, objavljeno 16. maja 2017, <https://firstdraftnews.org/misinformation-myanmar/>.
- 28 „Myanmar convicts five over fake rape claim that sparked riots,” Reuters, objavljeno 20. marta 2015, <https://uk.reuters.com/article/uk-myanmar-conviction-idUKKBN0MG11820150320>.
- 29 „Fake news and Nigeria’s herder crisis,” BBC News, objavljeno 29. juna 2018, <https://www.bbc.com/news/world-africa-44655148>.
- 30 Dimeji Kayode-Adedeji, „No herdsmen attack on Lagos-Ibadan expressway - Police,” Premium Times, objavljeno 7. februara 2018, <https://www.premiumtimesng.com/news/more-news/257886-no-herdsmen-attack-lagos-ibadan-expressway-police.html>.
- 31 Evelyn Okakwu, „Nigerian govt launches campaign against ‘fake news,’” Premium Times, objavljeno 11. jula 2018, <https://www.premiumtimesng.com/news/more-news/275846-nigerian-govt-launches-campaign-against-fake-news.html>.

- 32 „Disinformation Analysis on the Western Balkans: Lack of Sources Indicates Potential Disinformation”, EU vs. Disinfo, objavljeno 3. avgusta 2018, <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-analysis-on-the-western-balkans-lack-of-sources-indicates-potential-disinformation/>
- 33 Olivia Solon, „How Syria’s White Helmets became victims of an online propaganda machine,” The Guardian, objavljeno 18. decembra 2017, <https://www.theguardian.com/world/2017/dec/18/syria-white-helmets-conspiracy-theories>.
- 34 „Killing the Truth: How Russia is fueling a disinformation campaign to cover up war crimes in Syria”, The Syria Campaign. <https://thesyriacampaign.org/wp-content/uploads/2017/12/KillingtheTruth.pdf>.
- 35 Daniel Arnaudo, A New Wave of Censorship: Distributed Attacks on Expression and Press Freedom, Center for International Media Assistance, objavljeno u maju 2018, https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2018/05/CIMA_A-New-Wave-of-Censorship_web_150ppi.pdf.
- 36 Julia Summers, „Countering Disinformation: Russia’s Infowar in Ukraine,” University of Washington, objavljeno 25. oktobra 2017, <https://jsis.washington.edu/news/russia-disinformation-ukraine/>.
- 37 Matt Burgess, „Twitter has admitted Russian trolls targeted the Brexit vote (a little bit)”, Wired UK, objavljeno 8. februara 2018. <https://www.wired.co.uk/article/twitter-russia-brexit-fake-news-facebook-russia>.