

Lokalni izbori i rodne dezinformacije

Analiza narativnih okvira
rodnih dezinformacija i/ili
drugih aspekata
informacijskog poremećaja u
predizbornoj kampanji

LIBELA.ORG

GENDER **FACTS**

Izdavač:

CESI – Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje

Autori:

Josip Šipić (CESI/Libela.org)

i Brigita Miloš (Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci)

Grafičko oblikovanje:

Slobodna domena Zadruga za otvoreni kod i dizajn

Napomena:

Ovaj izvještaj nastao je u sklopu projekta „GenderFacts: uspostava novog provjeravatelja točnosti informacija u području ravnopravnosti spolova s ciljem suzbijanja rodni dezinformacija te spolne i rodne diskriminacije“. Projekt GenderFacts se financira kroz bespovratna sredstva iz sredstava Mehanizma za oporavak i otpornost. Dodijeljena od strane Agencije za elektroničke medije. Izneseni stavovi i mišljenja samo su autorova i ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije ili Europske komisije. Kao ni stajališta Agencije za elektroničke medije. Europska unija i Europska komisija ni Agencija za elektroničke medije ne mogu se smatrati odgovornima za njih.



Financira
Europska unija
NextGenerationEU



**AGENCIJA ZA
ELEKTRONIČKE
MEDIJE**

Zagreb, 2025.

Sadržaj

Uvod

1

Narativni okviri rodno uvjetovanih dezinformacija i/ili drugih aspekata informacijskog poremećaja u predizbornoj kampanji za lokalne izbore

2

1.

Narativ o neprikladnosti kandidatkinja za
obavljanje visokih političkih funkcija
na lokalnoj razini

4

2.

Ostali primjeri rodni dezinformacija
povezanih s kampanjom za lokalne izbore

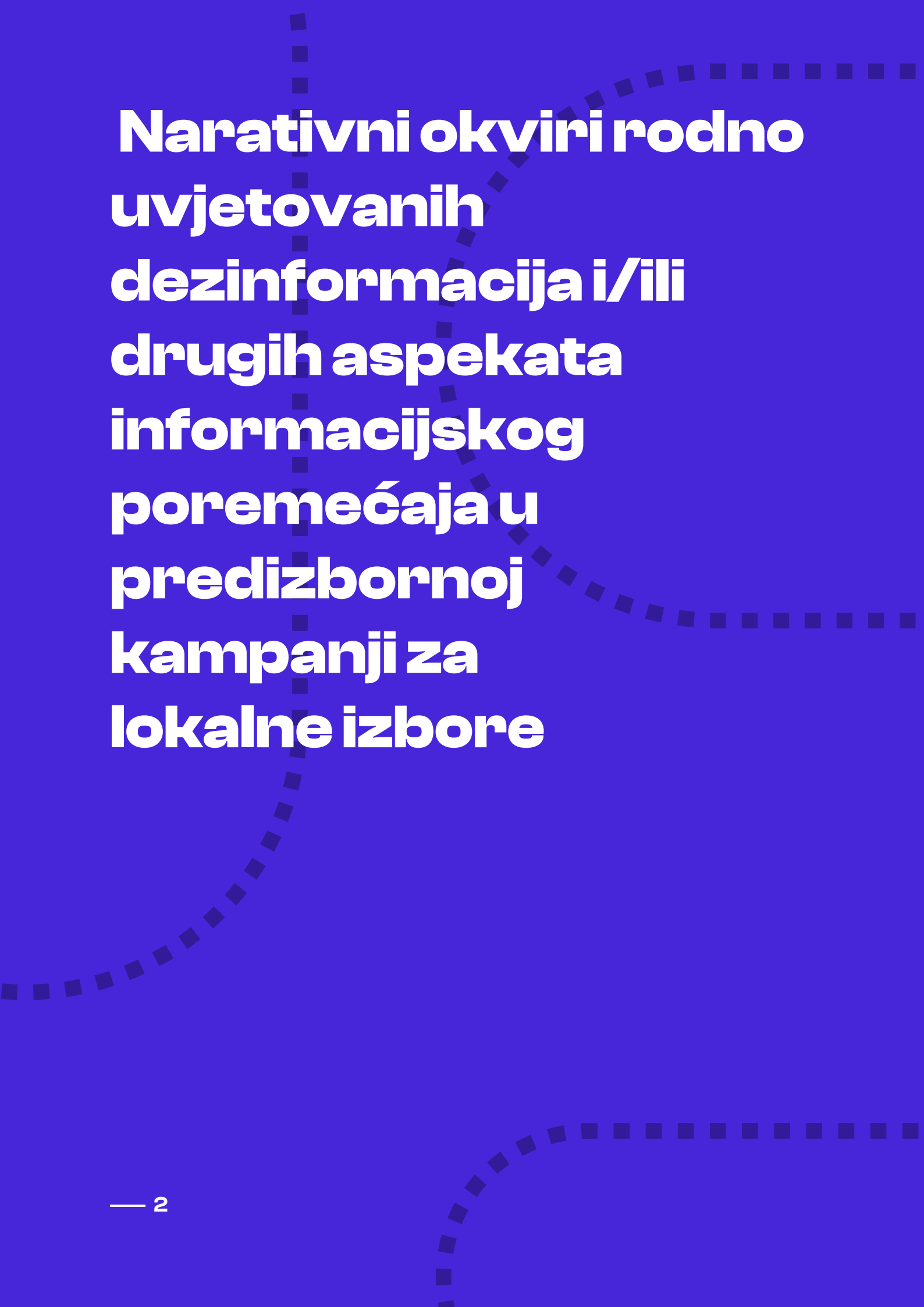
7

Uvod

Izvješće o rodnim aspektima informacijskog poremećaja tijekom predizborne kampanje za lokalne izbore četvrto je po redu izvješće projekta *GenderFacts* koji donosi podatke i analizu predizbornih kampanja u Republici Hrvatskoj tijekom 2024. i 2025. godine, s naglaskom na uočavanje rodnih dezinformacija i narativa. Građani Republike Hrvatske, kao i državljani drugih država članica Europske unije koji tu žive, birali su svoje predstavnike u županijama, gradovima i općinama u dva kruga. Prvi krug održao se 18. svibnja, a drugi 1. lipnja 2025. godine. Izbori su se održali u 576 jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, točnije u 428 općina, 127 gradova, 20 županija i u Gradu Zagrebu.

Izvješće donosi analizu medijskih napisa, odnosno iskaza i izjava političkih aktera tijekom trajanja službene predizborne kampanje, odnosno od 2. do 16. svibnja, s produžetkom do 30. svibnja u kontekstu održavanja drugog kruga izbora. Osim navedenog, u analizu su uzete i druge relevantne izjave i medijski napisi uočeni prije početka službene izborne kampanje. U navedenom su se periodu pratile objave s deset online izvora informiranja (Jutarnji.hr, Večernji.hr, 24sata.hr, Index.hr, Dnevnik.hr, RTL.hr, HRT.hr, Dnevno.hr, Tportal.hr, Net.hr). Digitalni izvori odabrani su zbog značajno šireg dosega u usporedbi s tradicionalnim medijima poput tiskanih dnevnih ili tjednih novina. Osim šireg dosega, odabir digitalnih izvora također je povezan s fokusom istraživanja na rodne dezinformacije i druge oblike rodno uvjetovanih informacijskih poremećaja, koji su posebno izraženi u digitalnom okruženju. Odabir specifičnih izvora informacija temeljen je na izvješću Reuters instituta o najčitanijim medijima u Hrvatskoj, među kojima su navedeni Index.hr, 24 sata online, Dnevnik online, Jutarnji online, Net.hr, Tportal.hr, Večernji online, Dnevno.hr i RTL News online. Nadalje, medijski izvori odabrani su i s ciljem praćenja: a) online verzija najčitanijih tiskanih dnevnih novina u Hrvatskoj (24 sata online, Jutarnji online, Večernji online), b) portala televizijskih kuća (Dnevnik online, RTL News online, HRT.hr), te c) informativnih online portala (Dnevno.hr, Indeks.hr, Tportal.hr i Net.hr), koji su među najpopularnijim izvorima vijesti za hrvatske građane. Osim navedenih izvora, pratili su se i objave relevantnih nacionalnih provjeravatelja točnosti informacija (npr., Faktograf, Lupa) kojima su se razotkrivale dezinformacije te različite manipulativne izjave i objave uočene tijekom kampanje.

Tijekom predizborne kampanje svakodnevno su se pratili i analizirali objave s odabranih izvora, posebno one koje su obrađivale predizborne teme s naglaskom na rodna pitanja. Posebna pažnja posvećivala se identificiranju izjava koje su ulazile u sferu rodno uvjetovanih informacijskih poremećaja ili rodnih dezinformacija. U procesu detekcije, selekcije i analize materijala primijećeno je preklapanje izjava ili vijesti na više praćenih izvora, uz razlike u popratnom sadržaju ili načinu uokvirivanja informacija. Konačno, ukoliko bi se uočili neki aspekti informacijskog poremećaja iz rodne perspektive objavljeni na nekim drugim portalima, i njih se odlučilo uvrstiti u analizu.

The background features several decorative dashed lines in a dark blue color. One line starts from the top left and curves towards the right. Another line starts from the top right and curves towards the left. A third line starts from the bottom left and curves towards the right. These lines create a dynamic, abstract pattern behind the text.

Narativni okviri rodno uvjetovanih dezinformacija i/ili drugih aspekata informacijskog poremećaja u predizbornoj kampanji za lokalne izbore

U predizbornoj kampanji za lokalne izbore održane tijekom svibnja i početkom lipnja 2025. godine, nasuprot ostalim izbornim kampanjama koje smo pratili tijekom provedbe projekta GenderFacts (1,2,3,4), nismo uočili sustavno i raznovrsno korištenje rodnih dezinformacija ili drugih aspekata rodno uvjetovanog informacijskog poremećaja koji bi služili izgradnji različitih narativnih okvira. U tom kontekstu jedini jasno prisutni rodno dezinformacijski narativni okvir bio je onaj kojim se dovodi u pitanje prikladnost različitih kandidatkinja za obavljanje visokih političkih funkcija na lokalnoj razini, bilo kroz propitkivanje njihove moralnosti ili sposobnosti za taj posao. S druge strane, izostala je kontinuirana izgradnja rodno dezinformacijskih okvira uočenih u prethodnim izbornim kampanjama - rodne ideologije kao društvene ugroze, migranata kao društvene ugroze i propitkivanja politika rodne ravnopravnosti – već su se određene rodne dezinformacije koje se mogu staviti u navedene narativne okvire samo sporadično pojavljivale, i to najčešće prije početka službene izborne kampanje ili na društvenim mrežama. Konačno, nismo uočile ni sustavno korištenje rodnih dezinformacija ili drugih aspekata rodno dezinformacijskog poremećaja s ciljem izgradnje nekih novih narativnih okvira.

U sljedećim paragrafima detaljnije će se predstaviti izgradnja uočenog narativa o neprikladnosti kandidatkinja za obavljanje političkih funkcija za koje su se natjecale kroz primjere konkretnih izjava političkih aktera/ki u predizbornoj kampanji i/ili napisa u medijskom prostoru. Zatim će se dati primjeri ostalih dezinformacija u rodnome ključu koje su se sporadično pojavljivale, i to najčešće prije početka službene kampanje ili na društvenim mrežama. Prisutnost samo jednog narativnog okvira o neprimjerenosti žena za obavljanje političke funkcije te izostanak sustavne izgradnje drugih narativa govori o tome da je, čak i kad se kampanja usredotočuje na konkretne komunalne teme, diskreditacija žena u politici kroz korištenje rodnih dezinformacija ili drugih aspekata rodno dezinformacijskog poremećaja postala ustaljena praksa u hrvatskoj političkoj i medijskoj kulturi.

1.

Narativ o neprikladnosti kandidatkinja za obavljanje visokih političkih funkcija na lokalnoj razini

Kao što smo već istaknuli, jedini uočeni narativni okvir koji se sustavno izgrađivao kroz kampanju za lokalne izbore bio je usmjeren prema nekima od najistaknutijih kandidatkinja za najviše političke funkcije poput gradonačelnice ili županice. Navedeni se okvir izgrađivao kroz dezinformacije i ostale oblike informacijskog poremećaja kojima se propitkivala moralnost i kompetentnost kandidatkinja. Mete dezinformacijskih sadržaja u ovoj su kampanji posebice bile Sanja Radolović, saborska zastupnica i kandidatkinja SDP-a za županicu Istre, te Iva Rinčić, nezavisna kandidatkinja za gradonačelnicu Rijeke uz podršku Akcije mladih i partnera. Obje su kandidatkinje ostvarile dobre rezultate na lokalnim izborima, pri čemu je Iva Rinčić izabrana na funkciju gradonačelnice Rijeke u drugom krugu s 19.787 glasova od ukupno 31.138 glasova birača (prema glasačkim listićima), dok je Sanja Radolović u drugom krugu izbora za županicu osvojila 26.238 glasova od ukupno 54.655 glasova birača/ica (prema glasačkim listićima) (1,2).

Prisutnost ovog narativnog okvira u kampanji za lokalne izbore predstavlja kontinuitet u odnosu na druge izborne kampanje koje smo analizirali u sklopu projekta GenderFacts, s izuzetkom kampanje za europarlamentarne izbore, kada nije zabilježen ovakav tip dezinformacijskih narativa. Tijekom analiziranih kampanja navedeni se narativni okvir najčešće izgrađivao kroz prikaze političarki kao nedoraslih za obavljanje funkcija za koje su se natjecale, pri čemu se kontinuirano propitkivala njihova sposobnost te ih se opisivalo kao marionete, nestabilne, nedorasle, netransparentne i/ili politički naivne. Takvi prikazi i opisi nastavili su se i u kampanji za lokalne izbore, posebice u slučaju kandidatkinje za gradonačelnicu Rijeke, Ive Rinčić.

Dobri rezultati Ive Rinčić u prvom krugu izbora za gradonačelnicu Rijeke rezultirali su stvaranjem narativa o njoj kao „igračici HDZ-a“ te „političkim projektom svog partnera“ (1,2,3). Navedeni je narativ posebice prevladavao u javnim istupima tadašnjeg gradonačelnika Rijeke, Marka Filipovića, i protukandidata Ive Rinčić za funkciju gradonačelnika/ce u drugom krugu izbora. Naime, Filipović je konzistentno tvrdio da „projekt Ive Rinčić jest projekt HDZ-a“, uz koji stoji cijeli spektar desnice: HDZ, Most, HSP, Hrvatski suverenisti i Domino. Daljnja diskreditacija Rinčić u istom ključu odvijala se kroz Filipovićeve tvrdnje kao i medijske napise da je ona, u stvari, politički projekt svog nevjenčanog supruga Amira Muzura, koji je postao gradonačelnik Opatije 2005. godine (1,2). O izgradnji dezinformacijskog narativa o Rinčić kao marioneti pisao je portal Libela.org tijekom izborne kampanje.

Slično kao u slučaju Ive Rinčić te drugih političarki u prethodnim izbornim ciklusima, tijekom kampanje za lokalne izbore se i kandidatkinju za istarsku županicu, Sanju Radolović, pokušavalo diskreditirati kroz muške figure u njenom životu. Međutim, navedeni narativ je u slučaju dezinformacijskih napada na ovu kandidatkinju bio sekundaran jer je u njenom slučaju većina dezinformacijskih narativa bila usmjerena ka seksualizaciji nje kao političarke i utemeljena na rodnim stereotipima i seksizmu. Dominacija ovog narativnog okvira predstavlja svojevrsnu novinu u našim analizama izbornih kampanja jer do sada nismo nailazili na primjere njegovog korištenja u dezinformacijskim kampanjama.

Izgradnja seksualizirajućeg narativa o Radolović krenula je prije početka službene kampanje pojavom snimke na društvenim mrežama na kojoj se ona navodno šeće u bikiniju kroz neki bar (1,2,3). Dostizanje šire viralnosti ove snimke spriječila je sama Radolović, koja je, [prema vlastitim riječima](#), jako brzo došla u njen posjed i na taj način dobila priliku pravovremeno reagirati i demantirati njezinu istinitost. Iako se na početku smatralo da je riječ o korištenju AI generiranog sadržaja, [koji se često koristi u građenju ovakvog dezinformacijskog narativa prema ženama](#), Faktograf je u svojoj [provjeri](#) analizom videa utvrdio veliku vjerojatnost da snimka nije generirana korištenjem umjetne inteligencije ili deepfake tehnologije te da se na njoj ne nalazi SDP-ova političarka, već druga osoba, odnosno djevojka koja svoje profile ima i na OnlyFansu – Autumn Renae. Bez obzira na to, ovakav tip korištenja tuđih snimki s ciljem diskreditacije javno istaknute ženske osobe kroz seksualizaciju, što je također jedna od standardnih praksi diskreditacije žena usko povezanih i s korištenjem umjetne inteligencije i deepfake tehnologije, predstavlja još jednu novinu u našem praćenju rodni dezinformacija i drugih oblika informacijskog poremećaja tijekom izbornih kampanja u Hrvatskoj.

Nakon pojave spomenute snimke, Radolović je kontinuirano bila izložena rodnim stereotipima i seksizmu. Tako je se u medijima nazivalo i „Saborskom Barbikom“, što predstavlja paradigmatički primjer seksualizacije i trivijalizacije žena u politici. Takvi stereotipni i seksistički napisi o Radolović tijekom kampanje predstavljaju samo nastavak iste prakse izvještavanja o ovoj političarki. O izgradnji seksualizirajućeg narativa o Radolović podrobna je analiza također dana na portalu [Libela.org](#).

2.

**Ostali primjeri rodni
dezinformacija
povezanih s
kampanjom za lokalne
izbore**

Kao što smo već napomenuli, tijekom službene kampanje za lokalne izbore izostala je sustavna izgradnja rodno dezinformacijskih narativa koji su uočeni u drugim izbornim kampanjama održanim 2024. i 2025. godine. Međutim, posebice prije početka kampanje, uočili smo sporadično korištenje rodnih dezinformacija ili drugih aspekata rodno dezinformacijskog poremećaja povezanih s narativom o rodnoj ideologiji kao društvenoj ugrozi koje su u pravilu koristili akteri/ke (radikalne) desnice kao sredstvo diskreditacije lijevo-liberalnih stranaka i njihovih kandidata/kinja.

Najveći dio uočenih dezinformacija ili drugih aspekata dezinformacijskog poremećaja u rodnome ključu bio je usmjeren prema platformi Možemo kao vladajućoj političkoj opciji u Gradu Zagrebu. Njihov je sadržaj najčešće bio reduciran na generičko korištenje sintagmi „woke ideologija“ ili „rodna ideologija“ te njihovih izvedenica. Tako je Tomislav Jonjić, kandidat za gradonačelnika Zagreba nezavisne liste Tomislava Jonjića i partnera (DOMiNO, Hrvatski suverenisti i Blok za Hrvatsku) [izjavio](#) kako će ukinuti „woke mahnitavanje po Zagrebu“, dok je Mislav Herman, kandidat HDZ-a za gradonačelnika Zagreba, [poručio](#):

”

„Dok naše kolege iz Možemo! financiraju kojekakve udruge i manifestacije koje veličaju woke ideologiju, mi ćemo financirati ovo, jer nama je demografija, obitelj i djeca na prvome mjestu”.

Mislav Herman, kandidat HDZ-a za gradonačelnika Zagreba

Hermanova izjava koja problematizira gradsko financiranje udruga dio je sustavne kampanje koja se vodila protiv platforme Možemo, a svodila se na to da određene udruge kroz svoje projekte financirane od strane Grada Zagreba zbog interesnih, prijateljskih i/ili obiteljskih veza s vodećim članovima Možemo, promoviraju ideološku agendu platforme.

Slična teza o nametanju rodne ideologije kroz korištenje gradskih resursa provlačila se kroz dezinformaciju koju je plasirao Domovinski pokret Splitsko – dalmatinske županije. Naime, DP SDŽ je u facebook objavi tvrdio da su službe gradonačelnika Ivica Puljka u Đardinu postavile uskrсне pisanice u duginim bojama, optuživši gradonačelnika da kroz uskrсне motive pokušava propagirati ideologije koje su suprotne učenju Isusa Krista i Katoličke crkve. [Navedena je dezinformacija detaljno analizirana na portalu Libela.org](#) te je utvrđeno kako je Domovinski pokret Splitsko – dalmatinske županije napao tadašnjeg gradonačelnika kroz umjetno generirane uskrсне pisanice duginih boja, pritom instrumentalizirajući LGBTIQ+ zajednicu u svojoj kampanji. Navedeni primjer rodne dezinformacije pokazuje da se u hrvatskom dezinformacijskom prostoru polako počinju koristiti umjetnom inteligencijom generirani sadržaji u rodnome ključu s ciljem nanošenja štete političkim oponentima te da kampanja za lokalne izbore predstavlja trenutak u kojem su se takvi sadržaji počeli intenzivnije upotrebljavati.

U prethodnim smo izvješćima vezanim uz predizborne kampanje za nacionalni i europski parlament te predsjedničke izbore (1,2,3,4) već naznačili najvažnije karakteristike dezinformacija u kojima se konstruira „rodna ideologija“ kao društvena ugroza. Najprije, istaknuto je da sam pojam, kao i njegove inačice i/ili bliskoznačnice koje su se koristile tijekom predmetnih kampanja („woke ideologija“, „transrodna ideologija“ i sl.) funkcioniraju kao „prazni označitelji“ koji svoje značenje dobivaju ovisno o pojedincima ili skupinama koje ga koriste kao i o kontekstu u kojem se koristi. Navedenim su se bavili i tekstovi koji su analizirali korištenje ovih pojmova nevezano uz izborne kampanje (1,2,3). Drugo, pokazalo se da su sintagma „rodna ideologija“ i njezine inačice karakteristične za diskurs političkih aktera/ki koji/e pripadaju (populističkoj) radikalnoj desnici. Treće, utvrđeno je da se u takvim dezinformacijama kao „žrtve“ ili „mete“ rodne ideologije najčešće prikazuju djeca i tradicionalna obitelj. Kao što pokazuju ranije navedeni primjeri, i u lokalnim su se izborima ponovile glavne karakteristike i akteri dezinformacija čiji se sadržaj usmjerio na „rodnu ideologiju“.

Slično kao u slučaju narativa o „rodnoj ideologiji“, nije uočena sustavna izgradnja dezinformacijskog narativa o migrantima kao društvenoj ugrozi u rodnome ključu tijekom službene kampanje za lokalne izbore, već je, posebice prije početka kampanje, uočeno sporadično korištenje rodni dezinformacija ili drugih aspekata rodno dezinformacijskog poremećaja povezanih s ovim narativom koje su, isto tako, u pravilu koristili akteri/ke (radikalne) desnice kao sredstvo diskreditacije lijevo-liberalnih stranaka i njihovih kandidata/kinja. Navedeno se posebice odnosi na izbore u Gradu Zagrebu.

Međutim, treba istaknuti da se uoči službene izborne kampanje na društvenim mrežama organizirano vodila kampanja kriminalizacije izbjeglica, migranata i stranih radnika, najčešće s ciljem nanošenja političke štete platformi Možemo, o čemu je opširno izvještavao Faktograf (1,2,3,4). Neizostavni dio takve kampanje bila je i već ustanovljena praksa konstrukcije migranata kao seksualne prijetnje „našoj djeci i ženama“.

Tako je u ožujku kandidat za gradonačelnika Grada Zagreba Ivica Lovrić, komentirajući izvješće o sigurnosti u Zagrebu za 2024., povezao ilegalne migrante i porast broja seksualnih zločina te slučajeva zlostavljanja djece mlađe od 15 godina. [Policijska uprava zagrebačka opovrgla je tezu](#) da ovakvoj statistici pridonose ilegalni migranti te priložila statistiku koja pokazuje da se od 84 utvrđena počinitelja kaznenih djela protiv spolne slobode i spolnog zlostavljanja i iskorištavanja djeteta (u što spada silovanje, pokušaj silovanja i bludne radnje) većinom radi o hrvatskim državljanima. Strani državljani počinitelji su u 16 posto – od kojih su svi osobe s reguliranim boravištem u Hrvatskoj. Slična konstrukcija o migrantima kao isključivo muškarcima i potencijalnim teroristima koji ugrožavaju domaće stanovništvo iznesena je i u Tik-Tok i Facebook napadima Mostovog Krešimira Rotima na Tomislava Tomašvića i platformu Možemo u kontekstu gradskog financiranja određenih udruga, o čemu je također izvjestio [Faktograf](#).

Konačno, treba napomenuti kako je tijekom izborne kampanje uočena i manipulativna izjava HDZ-ovog kandidata za gradonačelnika Zagreba u području reproduktivnog zdravlja. Naime, Mislav Herman je tijekom Hoda za život [neutemeljeno izjavio da je najveći broj neplaniranih trudnoća prisutan kod mladih](#), o čemu je pisao portal Libela.org. Zaključeno je da, osim što izjava nema utemeljenje, ima i potencijal da se njome manipulira s obzirom na to da ju je izgovorila stručna osoba koja ima autoritet u području medicinske struke.