

Činjenice iza  
kampanje:  
izvještaj o  
dezinformacijama  
tijekom lokalnih  
izbora 2025.

# Sadržaj

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| Uvod                                   | 3  |
| Rad Faktografa tijekom lokalnih izbora | 6  |
| Ključne teme i narativi                | 9  |
| Detektirani kanali i akteri            | 18 |
| AI-generirana politička propaganda     | 34 |
| Do sljedeće superizborne godine        | 38 |

## Izvještaj pripremili:

Tajana Broz  
Andrej Dimitrijević  
Gabrijela Galić  
Ivica Kristović  
Ana Sorić

## Urednica:

Sanja Despot

## Prijelom i dizajn:

Jordi Ilić

## Izdavač:

Faktograf – udruga za informiranu javnost  
Zagreb, srpanj 2025. godine

## NAPOMENA

*Ovaj izvještaj izrađen je u sklopu projekta "U pozadini kampanje: suzbijanje dezinformacija na lokalnim izborima u Hrvatskoj 2025. godine" kojega provodi Faktograf - udruga za informiranu javnost, a financira ga Europski fond za medije i informiranje kojim upravlja Zaklada Calouste Gulbenkian.*

*Isključivu odgovornost za sadržaj koji podržava Europski fond za medije i informiranje snose autori i on ne mora nužno odražavati stajališta EMIF-a i partnera Fonda, Zaklade Calouste Gulbenkian i Europskog sveučilišnog instituta.*

European  
**MEDIA AND  
INFORMATION**  
Fund

# Uvod

Hrvatska je s lokalnim izborima održanima u proljeće 2025. godine završila godinu dana dug izborni ciklus. Superizborna godina započela je u travnju 2024. parlamentarnim izborima, nastavila se u lipnju izborima za Europski parlament te predsjedničkim izborima u prosincu (prvi krug) i siječnju 2025. (drugi krug), a da bi završila s lokalnim izborima održanima u dva kruga - 18. svibnja i 1. lipnja 2025. godine.

**Faktograf.hr** pratio je sva četiri izborna ciklusa kroz analize političkih događaja, fact-checking izjava političkih kandidata i kandidatkinja te kroz live fact-checking političkih debata. U ovoj superizbornoj godini dodatno smo i sami organizirali dvije debate političkih kandidata uz tzv. live fact-checking, odnosno provjeravanje tvrdnji političara i političarki uživo: jednu s kandidatima za Europski parlament te jednu s kandidatima na zagrebačkim lokalnim izborima. Uz klasično pretraživanje i monitoring društvenih mreža koje Faktograf.hr kontinuirano radi, za efikasnije praćenje društvenih mreža i medija tijekom predizborne kampanje koristili smo Meta Content Library te komercijalne alate Gerluation Juno i N1 Platformu. Faktograf.hr u svome radu poštuje standarde međunarodne i europske fact-checkerske zajednice o kojima možete više saznati na [našim web stranicama](#).

Svi provedeni izbori manje su ili više održali postojeći politički status quo, no dvije su se značajne promjene dogodile u odnosima političkih grupacija na desnici i ljevici. Nakon parlamentarnih izbora, HDZ je bio prisiljen ući u koaliciju s dotadašnjim izazivačima s krajnje desnice – Domovinskim pokretom. Ta je suradnja ubrzo proširena i na lokalne izbore, gdje su u pojedinim općinama, gradovima i županijama nastupili sa zajedničkim kandidatima. No, partnerstvo je istodobno dovelo i do novih podjela unutar desnice: Domovinski pokret se ubrzo nakon ulaska u vlast raskolio na dvije struje, što je rezultiralo osnivanjem nove političke stranke DOMiNO. Usto, nisu uspjeli ponovno osvojiti mjesto gradonačelnika Vukovara, koje su preuzeli Hrvatski suverenisti. S druge strane političkog spektra, Možemo! i SDP su od uglavnom zasebnih kandidacijskih lista na parlamentarnim izborima došli do mahom zajedničkog nastupa sa zajedničkim kandidatima na lokalnim izborima, uključujući i zajedničkog kandidata za gradonačelnika Grada Zagreba te su u konačnici i potvrdili mandat Tomislava Tomaševića kao gradonačelnika i osvojili većinu u Gradskoj skupštini. Doduše, u

nekim drugim sredinama nisu imali značajnijih uspjeha (primjerice u Splitu, dok je SDP izgubio poziciju gradonačelnika/ce u Rijeci u kojoj je Možemo! išao samostalno na izbore).

Upravo je Zagreb, kao glavni grad te ekonomsko i političko središte zemlje, bio u centru javnog interesa, ali i dezinformacijskih kampanja uoči i tijekom lokalnih izbora, koje su u pravilu bile usmjerene prema vladajućoj stranci Možemo! i aktualnom gradonačelniku Tomislavu Tomaševiću. Da će tome biti tako bilo je jasno već tijekom predsjedničkih izbora na kojima je kandidatkinja Možemo! bila Ivana Kekin. Iako su joj predizborne ankete davale svega desetak posto potpore birača, značajan dio predizborne kampanje uoči prvog kruga predsjedničkih izbora bio je usmjeren na njezine (navodne) afere, uključujući i bizaran susret njezina supruga, glazbenika Mile Kekina s Nikicom Jelavićem kojega se povezuje sa zagrebačkim kriminalnim podzemljem.

Na kraju, treba i reći da su ovi lokalni izbori obilježeni brojnim spekulacijama o nepravilnostima prilikom njihove provedbe, posebno u slučajevima utvrđivanja valjanosti glasova te je određen broj tih slučajeva završio i pred Ustavnim sudom. Prema ocjeni 6 od 13 ustavnih sudaca u slučaju “Lokalni izbori (Varaždinska županija)”, ovi lokalni izbori provedeni su sa “značajnom razinom entropije”, “visokim stupnjem nedosljednosti” i “zabrinjavajućom neujednačenosti u postupanju izbornih tijela”. Nabrajajući niz situacija u kojima su slučajnosti odlučivale o konačnom ishodu, manjina u Ustavnom sudu kao jedan od najvećih problema navela je uskraćivanje prava kandidatima na uvid u izborni materijal (kompletne biračke dokumentacije, kao što su zapisnici, bilješke, prigovori ili izvaci iz biračkih popisa) i način njihove obrade (“ispravnost izbrojenosti, zbrajanja i pribrojenosti glasačkih listića pojedinim kandidatima”). Bez pristupa takvim informacijama, i to u najbržem mogućem roku, ni novinarski posao ne može biti u potpunosti ispunjen.



# Rad Faktografa tijekom lokalnih izbora

Prvi krug lokalnih izbora na kojima su se birala predstavnička i izvršna tijela u 576 jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave održan je 18. svibnja 2025. godine, dok su oni gradovi, općine i županije koje nisu izabrale svoja izvršna tijela - gradonačelnike, načelnike i župane, drugi krug održale dva tjedna kasnije - 1. lipnja.

Ukupna izlaznost na razini cijele zemlje iznosila je 44 %, pri čemu postoje značajne varijacije između jedinica lokalne i područne samouprave. [Faktograf.hr je ovoj temi posvetio postizbornu analizu](#) u kojoj je ustvrdio da je “izlaznost bila uglavnom niža u mjestima gdje građani nisu imali izbora, odnosno mogli su zaokružiti samo jednog kandidata za čelnika lokalne samouprave”. Naime, u čak sedam gradova i 112 općina građanima je bio ponuđen samo jedan kandidat pa pravih izbora nije ni bilo. Većinom je bila riječ o kandidatima HDZ-a koji drže vlast na nacionalnoj razini. “Ujedno je u takvim jedinicama primjetan i veći broj nevažećih listića među kojima zasigurno postoji značajan udio protestnih glasova”, stoji u analizi.

Faktograf.hr je tijekom pretkampanje i kampanje te poslije održanih lokalnih izbora [objavio](#) ukupno 56 članaka na temu lokalnih izbora, od čega 25 provjera točnosti te 31 analizu. Dodatno smo, u suradnji s Klimatskim portalom, organizirali [debatu na temu zagrebačkih lokalnih politika prometa, otpada i kvalitete zraka](#). Pratili smo i debate lokalnih kandidata i kandidatkinja koje su organizirali drugi mediji ([1](#), [2](#), [3](#), [4](#)) te smo objavili [opsežnu provjeru točnosti tvrdnji](#) koje su u televizijskim debatama uoči drugog kruga izbora iznosili kanidati za zagrebačkog gradonačelnika, odnosno gradonačelnicu, Tomislav Tomašević i Marija Selak Raspudić.

Ograničenja kod praćenja lokalnih izbora odnose se na činjenicu da je redakcija [Faktografa.hr](#)-a, kao i većina nacionalno orijentiranih redakcija, usmjerena na Grad Zagreb kao glavni grad Hrvatske.

Praćenje drugih regionalnih središta te manjih gradova i općina otežano je zbog nedostatka informacija, slabije medijske pokrivenosti i općenitog nedostatka istraživačkog novinarstva u manjim sredinama. Takva situacija otežava praćenje izbora s nacionalne razine u ostatku Hrvatske, kako [Faktograf.hr](https://faktograf.hr)-u tako i drugim nacionalnim medijima. Stoga se većina provjera točnosti koje je [Faktograf.hr](https://faktograf.hr) obavio odnosila na Grad Zagreb. Uz provjere točnosti vezane za lokalne izbore u Zagrebu, objavili smo i provjere točnosti koje su se odnosile na Sisak, Split, Osijek, Vukovar, Primošten, Istarsku županiju, Primorsko-goransku županiju, te Šibensko-kninsku županiju. No, kroz postizborne analize rezultata obuhvatili smo i analizirali politička kretanja u drugim dijelovima Hrvatske kako bi naši čitatelji dobili širi pregled situacije diljem zemlje ([1](#), [2](#), [3](#), [4](#)). Kada su u pitanju sami kandidati, možemo reći da smo nešto češće provjeravali tvrdnje kandidata za zagrebačkog gradonačelnika Ivice Lovrića te Mostovog Krešimira Rotima, kandidata za zastupnika u zagrebačkoj Gradskoj skupštini, koji su bili snažno prisutni na TikToku. Niti jedan od ova dva kandidata nije izabran na pozicije na koje su se kandidirali.

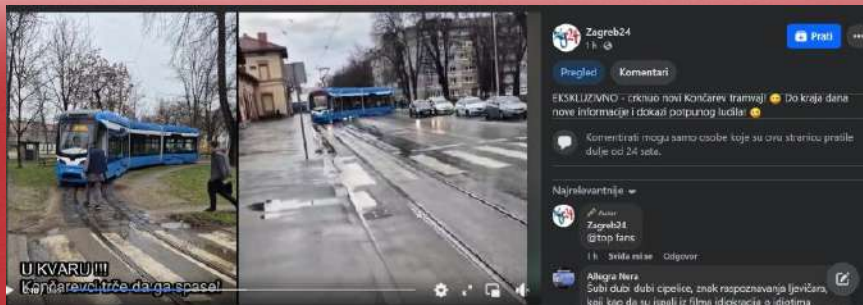


Ključne teme  
i narativi

Kako smo već naveli, radi ograničenja u nacionalnoj pokrivenosti lokalnih izbora, analiza ključnih tema koje su bile podložne dezinformacijama i manipulacijama uglavnom je primjenjiva samo na Grad Zagreb. Dezinformacije kojima smo se najviše bavili tijekom lokalnih zagrebačkih izbora odnose se na komunalnu problematiku prometa u Gradu Zagrebu - posebice nabavu tramvaja i proširenje tramvajske mreže te [otpad](#), javno financiranje udruga uz optužbe za korupciju i nepotizam, navodni kriminal povezan uz migracije i strane radnike te rodne i identitetske dezinformacije, pri čemu su ove dvije posljednje teme bile u funkciji sijanja netrpeljivosti i mržnje.

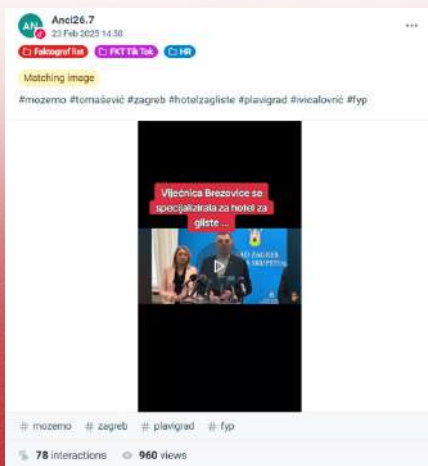
Značajan broj dezinformacija i manipulativnih tvrdnji koje smo detektirali u okviru predizborne kampanje u Zagrebu odnosio se na situaciju u ZET-u, odnosno nabavku električnih tramvaja - od toga tko je zaslužan za nove tramvaje pa do informacija o kvarenju tih tramvaja i kojom se brzinom kreću ([1](#), [2](#), [3](#), [4](#)). Pojedini akteri kontinuirano su se tijekom cijele kampanje bavili ovom temom, dovodeći u pitanje vjerodostojnost službenih gradskih izvora. U tome je najustrajniji bio portal Zagreb24 koji je ovu temu koristio i za diskreditaciju rada Faktografa kontinuirano najavljujući prijavu za klevetu radi objave provjere točnosti tvrdnji o kvaru tramvaja, a što tvrde i da su učinili 13. lipnja. Faktograf do objave ovog izvještaja nije primio službenu obavijest o prijavi. Uz ovaj portal, priču o zagrebačkim tramvajima i njihovim navodnim kvarenjima kontinuirano je na TikToku promovirao i korisnik [Neven Brnjas](#) koji se u više videa pojavljuje i s urednikom portala Zagreb24 Aleksandrom Savićem. Izazov fact-checkinga u slučajevima provjere lokalnih događanja upravo i jest broj izvora provjere informacija, koji su u pravilu službeni izvor iz gradske uprave i/ili javnog poduzeća koje je predmet dezinformacije. U kontekstu općeg društvenog nepovjerenja prema institucijama i tijelima javne vlasti, relativno je lako provoditi ovaj tip dezinformacijskih kampanji koje se primarno temelje na tvrdnjama da su službene informacije nevjerodostojne.

Tako je primjerice i kandidat za gradonačelnika Pavle Kalinić tijekom **predizborne debate** koju smo organizirali na podatak o broju prevezenih putnika zagrebačkim tramvajima pitao čiji su to podaci, a na odgovor da se radi o ZET-ovim podacima samo se nasmijao, izražavajući i potičući sumnju u vjerodostojnost službenih podataka.



**Javno financiranje udruga** bila je izrazito česta tema u zagrebačkoj kampanji. Na TikToku smo gotovo svakodnevno pronalazili video sadržaj u kojemu se tvrdilo da se javna sredstva udrugama u Gradu Zagrebu dodjeljuju netransparentno i prema ideološkom ključu, posebno udrugama koje se bave kulturom i LGBTIQ+ pravima, pri čemu profitiraju udruge povezane s gradonačelnikom Tomaševićem i Možemo!. Time se ujedno diskreditirao i **društveno koristan rad tih udruga**. Javno su dostupne informacije da su pojedinci iz vrha stranke Možemo! prije svog političkog angažmana imali istaknute uloge u hrvatskom civilnom društvu te su bili zaposlenici pojedinih udruga. Te se činjenice sada koriste da se manipulativno prikaže veza stranke s udrugama koje djeluju na području Grada Zagreba, a za svoj rad dobivaju javna sredstva. Među takvim udrugama

isticale su se one koje se preko njihovih članova ili vodećih ljudi moglo povezati s političkom strankom Možemo! - bilo stvarno, bilo insinuacijom. U tim se slučajevima i iznos sredstava koji im je dodijeljen prikazivao dekontekstualizirano ili se manipulativno i/ili zlonamjerno prikazivala svrha dodjele sredstava, kao u slučaju navodnog financiranja hotela za gliste.



Konzervativna udruga "U ime obitelji" tako je objavila **izvješće** o navodnom nepotističkom financiranju rada zagrebačkih udruga, što predstavlja njihov standardni modus operandi napada na aktere civilnog društva i nezavisne medije koji ne odgovaraju njihovom ideološkom usmjerenju. U svome izvješću tvrde: "Tijekom 2024. godine vlast Možemo u Zagrebu je podijelila nekoliko milijuna eura javnog novca udrugama čija se djelatnost teško može opisati kao ona od javnog interesa. Novac je dodjeljivan i prije vlasti Tomislava Tomaševića, no iznos se povećao za čak dva puta u odnosu na 2021. godinu." Za provjeru i kontekstualizaciju ovih tvrdnji bilo bi potrebno ne samo analizirati sve provedene natječaje i javne pozive kojih je Grad Zagreb u 2024. godini proveo 28, već ih i uspoređivati s iznosima i udjelima u ukupnim sredstvima za udruge, a koje su navedene udruge dobivale u mandatima bivšeg gradonačelnika Milana Bandića. Sam Grad navodi, a jasno je i iz dostupnih javnih podataka koje je na uvid preko portala iTransparentnost omogućio upravo Tomašević, da su višestruko povećana sredstva za sve udruge. Odnosi se to i na financiranje javnih potreba u kulturi, uključujući i institucionalne potpore neprofitnim organizacijama u kulturi koje su se posebno našle na meti radikalno desnih konzervativnih krugova, kao primjerice i na udruge u sportu. No, jasno je da je ovaj dio kampanje dio širih dezinformacijskih narativa koji se odnose na udruge koje djeluju u području ljudskih prava i nezavisne kulture s ciljem da se njihov rad prikaže kao "ljevičarski aktivizam" te njih same kao "strane agente". Faktograf je tijekom kampanje proveo provjeru točnosti dijela tvrdnji koje su kolale javnim prostorom (**1. 2. 3**), no i ova tema pokazuje kompleksnost provjera točnosti informacija tijekom kampanji te potrebu za istraživačkim novinarstvom koje će se baviti dominantnim narativima izvan samih predizbornih kampanji.





Kao vrlo česta meta dezinformacija našli su se i strani radnici, odnosno migranti čiji se broj diljem Hrvatske značajno povećao posljednjih godina. Prema podacima MUP-a, u razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2024. godine ukupno je izdano 206.529 dozvola za boravak i rad stranim državljanima. Od toga, 56.898 dozvola je produljeno, a ostatak su nove dozvole.

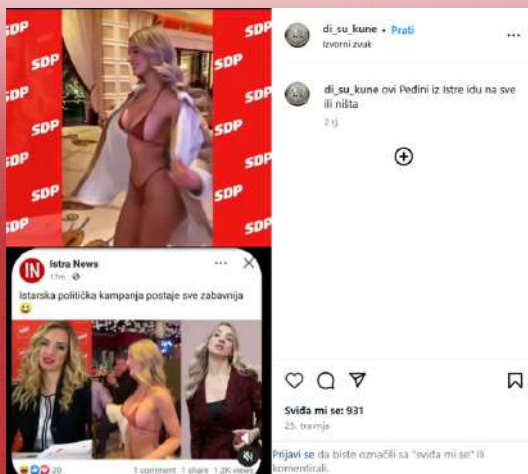
Iako je značajan dio stranih radnika u Hrvatskoj iz bivših jugoslavenskih zemalja Bosne i Hercegovine (38.100), Srbije (27.988) i Sjeverne Makedonije (13.855), značajno je porastao broj stranih radnika iz azijskih zemalja - Nepala (35.635), Indije (20.502), Filipina (14.680) i Bangladeša (13.630). Od kada je započeo rast broja stranih radnika tamnije boje kože ili drugih religija u odnosu na prosječne stanovnike Hrvatske, pojedini politički akteri ne prezaju od govora mržnje i dezinformacija. Tako su i tijekom kampanje za lokalne izbore iznošene tvrdnje o navodnim kriminalnim djelima migranata, o potencijalnim kriminalnim djelima koji su posljedica njihove "kulture", o politikama

osiguravanja smještaja za osobe pod međunarodnom zaštitom i sličnim temama, uključujući i teorije zavjere o velikoj zamjeni stanovništva. Ovdje se vrlo često preklapaju dezinformacije i govor mržnje što potencijalno može dovesti i do ozbiljnih posljedica, diskriminacije i nasilja, a čemu smo već imali prilike i svjedočiti (1, 2).





Kao primjer rodni i identitetskih dezinformacija izdvajamo [slučaj videa](#) za koji se tvrdilo da prikazuje kandidatkinju SDP-a za županiju Istarske županije Sanju Radolović. Naime, još u ožujku, tijekom pretkampanje, društvenim mrežama počeo se dijeliti video u kojem plavokosa žena, za koju se tvrdilo da je Sanja Radolović, hoda zatvorenim prostorom u bikiniju, pritom sa sebe skidajući jaknu. Iako ne postoji ništa sporno u tome da žene, uključujući i političarke, sudjeluju u događajima koji nalikuju modnoj reviji kupaćih kostima, video je korišten za poticanje rodni stereotipa te je primjer manipulativne dezinformacije usmjerene na diskreditaciju kandidatkinje tijekom izborne kampanje, o čemu je pisao i [portal koji se bavi rodni pitanjima Libela.org](#). Iako su o videu pisali brojni [mediji](#) te je sama Sanja Radolović demantirala da se ona nalazi na snimci i izjavila da se vjerojatno radi o “skepanom lažnom videu”, tek je Faktograf.hr analizom videa ustvrdio da je velika vjerojatnost da snimka nije generirana korištenjem umjetne inteligencije ili deepfake tehnologije, već se na njoj nalazi druga osoba. Pretragom putem fotografija iz snimke, Faktograf je došao do osobe koja se nalazi na videu – Autumn Renae ili “autumnxren” koja ima svoje profile na platformi OnlyFans.



Kada govorimo o rodnim i identitetskim narativima i dezinformacijama, pojam “rodne ideologije” nije zaobišao ni predizbornu kampanju za lokalne izbore (1, 2). Tijekom kampanje izrazito je bio prisutan narativ kojim se stranka Možemo! prikazuje kao stranka koja podržava LGBTIQ+ prava, što je uostalom i točno, ali u ovom narativu se ta podrška prikazuje kao ugrožavanje hrvatskog ili lokalnog identiteta, potvrda “nastranosti” te političke opcije i služi diskreditaciji političkih aktera kod pojedinih birača. Pritom se zapravo u konačnici radikalizira društvo i dovodi do jačanja homofobije i transfobije. Ovi narativi posebno su primijećeni na vizualnim društvenim platformama poput TikToka i Instagrama.



Detektirani kanali  
i akteri

U okviru redovitog monitoringa društvenih mreža - Facebooka, Instagrama i TikTok<sup>1</sup> - primijetili smo da je upravo ova posljednja tijekom superizborne hrvatske godine doživjela snažan uzlet političke promidžbe. Logičan je to slijed događaja s obzirom na to da Facebook postaje društvena mreža starije generacije koja čini relativno pouzdano biračko tijelo, za razliku od mlađih generacija koje češće apstiniraju. Vjerojatnost izlaska na izbore u Hrvatskoj gotovo je dvostruko veća kod osoba starijih od 30, nego kod osoba mlađih od 21 godine, pa samim time i mogu činiti razliku ako ih se preko TikTok privuče na biračka mjesta. Stoga smo i mi na ovim izborima prije svega bili usmjereni na TikTok, posebice jer smo primijetili značajniju aktivnost anonimiziranih profila koji su provodili dezinformacijske kampanje.

I dok su političari koristili svoje kanale na društvenim mrežama za odašiljanje političkih poruka, uključujući i manipulativne tvrdnje i dezinformacije, prilično su aktivni bili i anonimni profili, posebice na TikToku. I ovdje su najaktivniji bili oni koji su se uključili u zagrebačku predizbornu kampanju.

Od TikTok profila koji su bili posvećeni objavljivanju sadržaja vezanih za lokalne izbore u Gradu Zagrebu možemo izdvojiti anonimne TikTok profile Crotic78, Anci26.7, Vještica Ljilja, Tko i Kako troši Vaš Novac i Nemožemo bojna. Na Instagramu izrazito aktivan je profil @di\_su\_kune. Za sve ove profile, osim Crotic78 i Nemožemo bojna, uspjeli smo putem sustava Gerluata Juno prikupiti podatke od lipnja 2024 do lipnja 2025.

---

**1** Faktograf je dio Metinog Third-Party Fact-Checking Programa te globalnog programa provjere činjenične točnosti TikTok. Više: <https://transparency.meta.com/en-gb/features/how-fact-checking-works/>, <https://udruga.faktograf.hr/projekti-i-suradnje/tiktok/>

Akteri i kanali na kojima je detektiran sadržaj povezan s lokalnim izborima u Gradu Zagrebu, a uključuju difamirajuće i potencijalno dezinformirajuće poruke (izvor: Gerluata Juno)



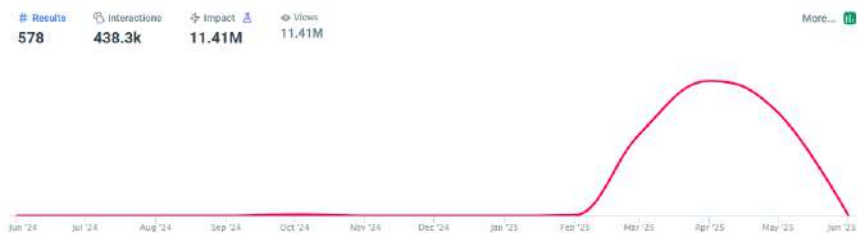
Nakon objave rezultata izbora u prvome krugu, profil [zagrebackiasfalt](#) objavio je poruku kojom zahvaljuje TikTok korisnicima koji su kako kaže: “odvojili svoje vrijeme da nam pokažu svima tu na TikToku šta ovi nesposobne spodobne (ne)rade” referirajući se na Tomaševića i Možemo!, te je pritom izdvojio profile: @M A R K O @Gradonačelnik @Vjestica Ljilja @Anci26.7 @MAD POSTMAN @miki.dji @Tomica Zagreb @Nemozemo bojna @Nemozemobojna @NEVEN BRNJAS @Zagreb Istok Bez Cenzure @Oslobodimo Zagreb @ZagrebeUstani! @gradonacelnikzagreb.



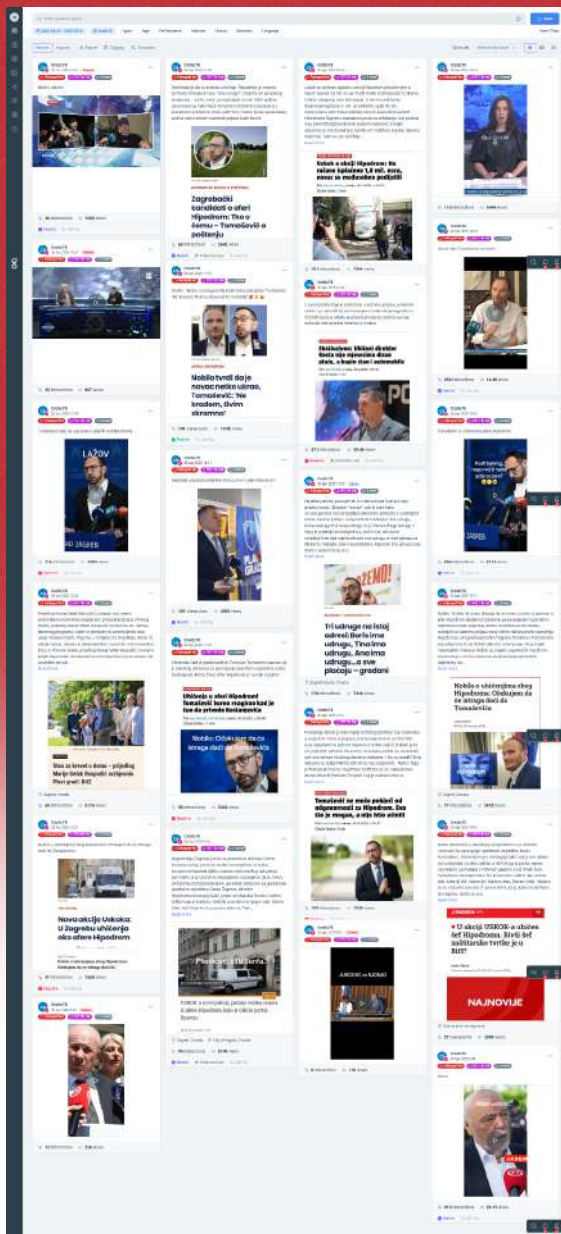


Još tijekom predsjedničke predizborne kampanje udruga Gong **prijavila** je platformi TikTok, Državnom izbornom povjerenstvu i nacionalnom Koordinator za digitalne usluge HAKOM-u nekoliko TikTok objava na kojima se šire neistine o kandidatkinji Ivani Kekin i pokušava utjecati na izbore. Nakon Gongovog upozorenja, TikTok je uklonio viralni anonimni Ne možemo (@nemozemo1) profil, a nakon čega je Gong **pozvao** Državno izbornu povjerenstvo, HAKOM i Metu, da dodatno istraže tko je od političkih aktera plasirao difamacijsku kampanju na Ne Možemo profilima na TikToku i Instagramu, kako bi spriječili daljnji negativni utjecaj na ishod predsjedničkih izbora. U svome su priopćenju naveli: “Dok je u kampanjama kritika uobičajena i dobrodošla, dezinformacije i difamacija, posebno one skrivene iza tajnih računa narušavaju izbornu utakmicu, otvaraju prostor crnom novcu u kampanjama, mogućem stranom utjecaju i narušavaju integritet izbora, zbog čega je i usvojen Zakon o digitalnim uslugama.”

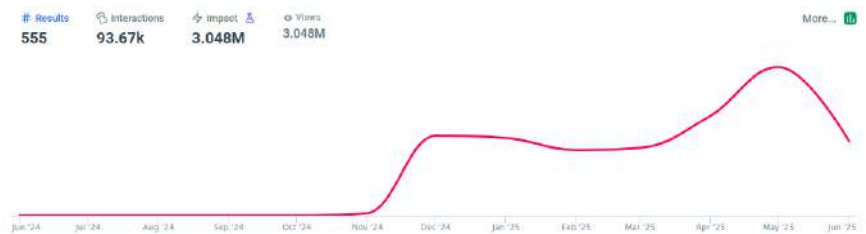
Profil Crotic78 dijelio je tijekom kampanje, uz sadržaj usmjeren difamaciji stranke Možemo!, i sadržaj posvećen promociji kandidata za gradonačelnika Ivice Lovrića. Profil više nije dostupan, a tijekom same kampanje zabilježena je njegova visoka aktivnost kada je objavljivao čak i do 22 videa dnevno.



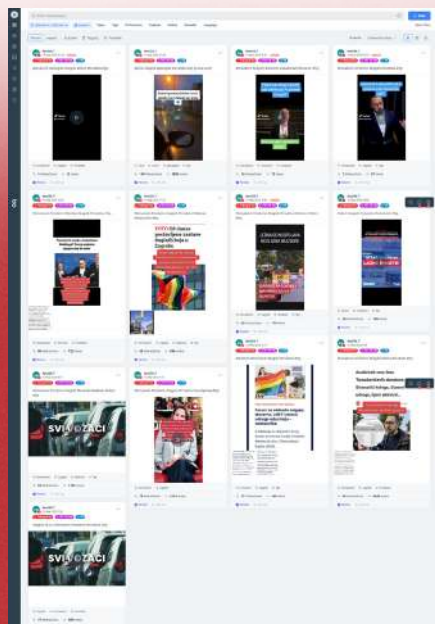
Aktivnost profila Crotic78 za period 7.10.2024. - 26.5.2025. (izvor: Gerluata Juno)



Profil **Anci26.7** aktivnost pojačava ususret predsjedničkim izborima, a značajan rast ima tijekom lokalne kampanje kada objavljuje do 10 video sadržaja dnevno. Uz komunalne teme, profil je kroz difamaciju i manipulativne narative izrazito fokusiran na LGBTIQ+ teme i financiranje udruga te je u nekoliko navrata pružao podršku kandidatu za gradonačelnika Ivici Lovriću.



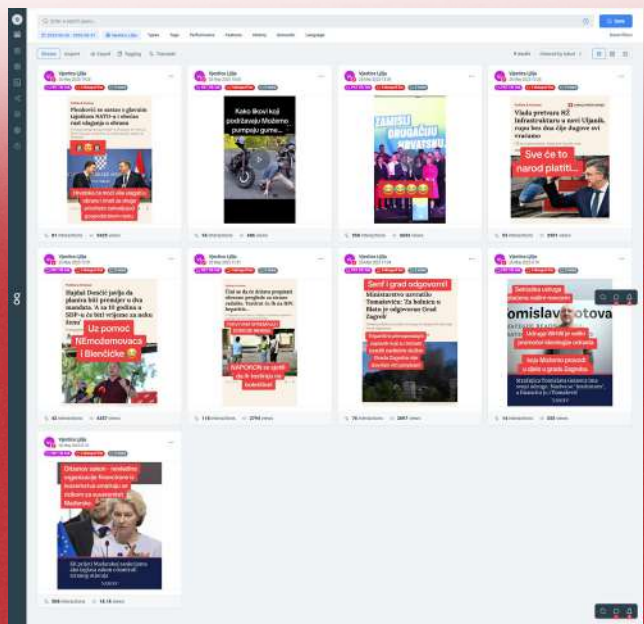
Aktivnost profila Ancy26.7 (izvor: Gerluata Juno)



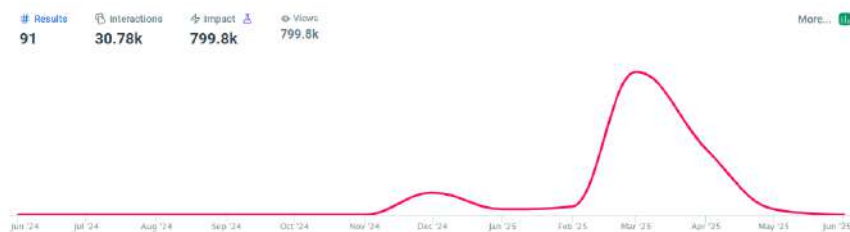
Profil **Vjestica Ljilja** pokazuje kontinuirani rast tijekom predizborne kampanje uoči predsjedničkih izbora, a tijekom lokalne predizborne kampanje objavljuje do 10 video sadržaja dnevno, no ne isključivo vezana za izbore. Profil se referira na razne tzv. anti-woke narative i teorije zavjere te s njima povezuje i stranku Možemo!.



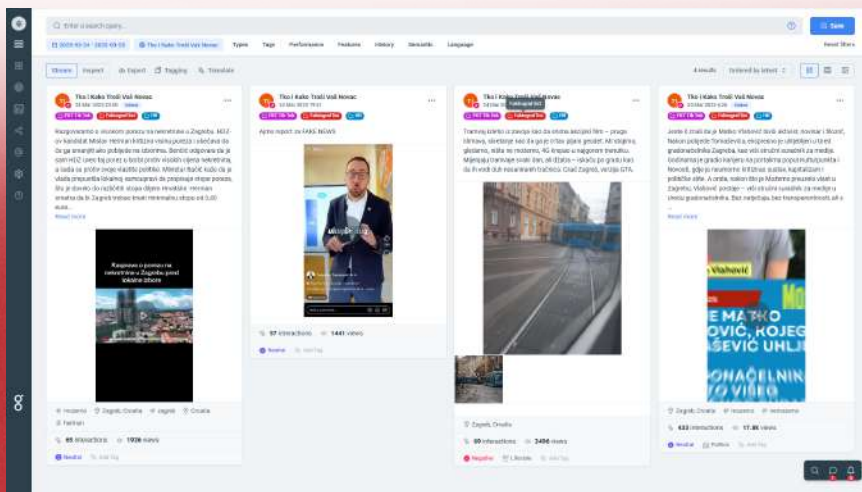
Aktivnost profila Vjestica Ljilja (izvor: Gerluata Juno)



Profil **Tko i Kako troši Vaš Novac** aktiviran je neposredno prije predsjedničkih izbora, a njegova povećana aktivnost tijekom pretkampanje za lokalne izbore bila je usmjerena ponajprije na gradonačelnika Zagreba Tomislava Tomaševića, ali i na kandidatkinju za gradonačelnicu Zagreba Mariju Selak Raspudić. Profil se bavio različitim temama kojima je želio diskreditirati aktualnu zagrebačku vlast, ali i predstaviti Mariju Selak Raspudić kao Tomaševićevu kandidatkinju. Isti profil ima i stranicu na **Facebooku** na kojoj dijeli istovjetan sadržaj.

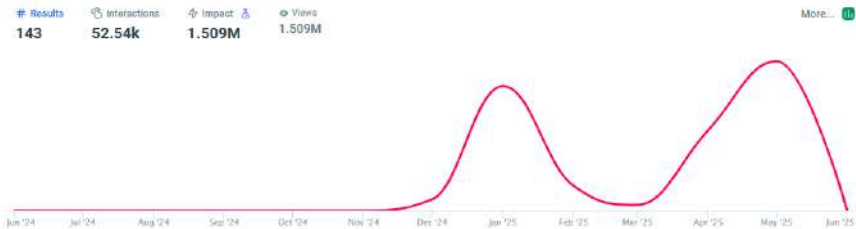


Aktivnost profila Tko i Kako troši Vaš Novac (izvor: Gerlueta Juno)

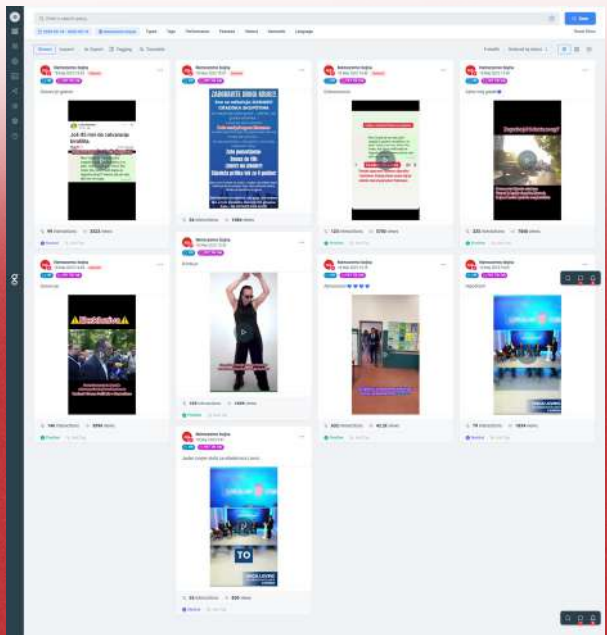




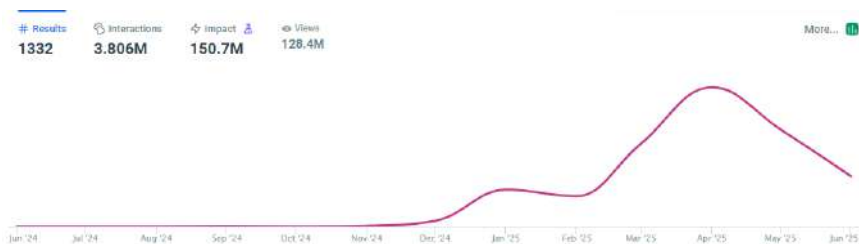
Profil Nemožemo bojna, koji više nije dostupan na TikTok, bio je izuzetno aktivan za vrijeme predsjedničkih izbora, kao i lokalnih izbora. Njegov sadržaj primarno je usmjeren difamaciji stranke Možemo! te promociji kandidata za gradonačelnika Ivica Lovrića. Profil je objavljivao do 10 video sadržaja dnevno.



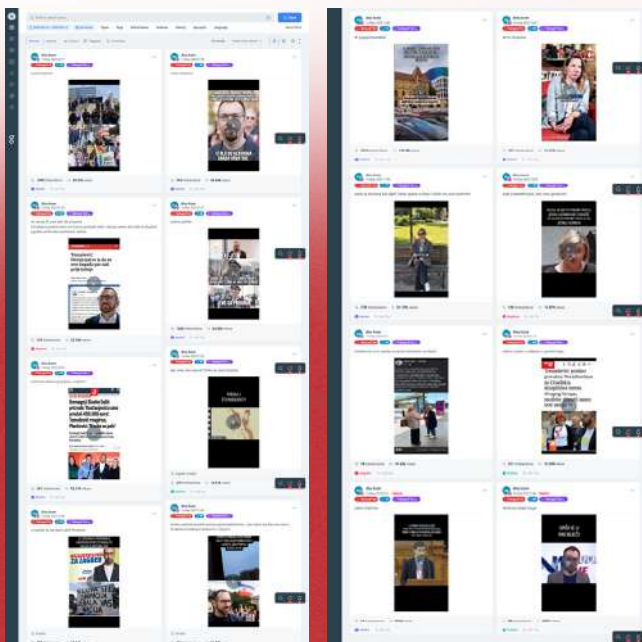
Aktivnost profila Nemožemo bojna u periodu 29.12.2024. - 18.5.2025. (izvor: Gerluata Juno)



Instagram profil [@di\\_su\\_kune](#) također započinje s rastom aktivnosti tijekom predsjedničke kampanje te bilježi značajno povećanu aktivnost tijekom lokalne predizborne kampanje kada broj objava dostiže i 28 u jednom danu. U objavama se uglavnom bavi već spomenutim narativima i aktualnom zagrebačkom vlasti, a u drugom dijelu kampanje promovira kandidatkinju Mariju Selak Raspudić.



Aktivnost profila @di\_su\_kune (izvor: Gerluata Juno)



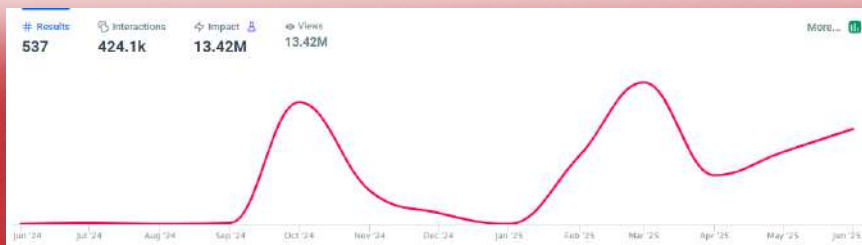
Od osobnih profila aktivnih na TikToku, a da se ne radi o političkim kandidatima, istaknuli su se Vinko Kojundžić i Domink Alpeza.

**Vinko Kojundžić**, inače **kontroverzni IT poduzetnik i vlasnik tvrtke Cuspis**, također se posebno aktivirao tijekom predsjedničkih izbora vezano za navodne afere kandidatkinje Možemo! Ivane Kekin, najavivši time i angažman tijekom kampanje za lokalne izbore. Predstavljajući se kao aktivist, ali i novinar (urednik je portala **Stijena.info** koji je u Upisnik elektroničkih publikacija upisan 6.2.2025., dakle tri mjeseca prije održavanja lokalnih izbora) “izvještavao” je o lokalnim izborima, čineći to senzacionalistički i manipulativno. Između ostalog, podnio je kaznenu prijavu protiv kandidata za zagrebačkog gradonačelnika Pavla Kalinića te objavio **navodni priručnik Možemo!** o njihovoj kampanji u kojem je navodno pisalo: “Po svim istraživanjima koje smo proveli, pobjeda u prvom krugu nije vjerojatna i u ovoj fazi prvenstveno trebamo staviti fokus na to da demotiviramo javnost od glasanja. Što manje glasača izađe na izbore, veća je šansa za pobjedu već u prvom krugu.” Možemo! je opovrgnuo navode da se radi o njihovom priručniku, no **tjednik Nacional** tvrdio je da ima izvore koji potvrđuju vjerodostojnost dokumenta.



Aktivnost profila Vinko Kojundžić (izvor: Gerluata Juno)

Na portalu [Stijena.info](#) surađuje i [Dominik Alpeza](#). Domink Alpeza, vlasnik tvrtke Next usluge j.d.o.o. koji se hvalio stranačkom iskaznicom HDZ-a i bio član izvršnog odbora Mladeži HDZ-a Trešnjevka Sjever, posebno je bio aktivan s dijeljenjem Al-generiranog sadržaja na TikToku (u međuvremenu promijenjeno je ime profila u [Narodni reporteri](#)) i [Instagramu](#), ali i sa širenjem antimigrantskih i anti-LGBTIQ+ narativa.

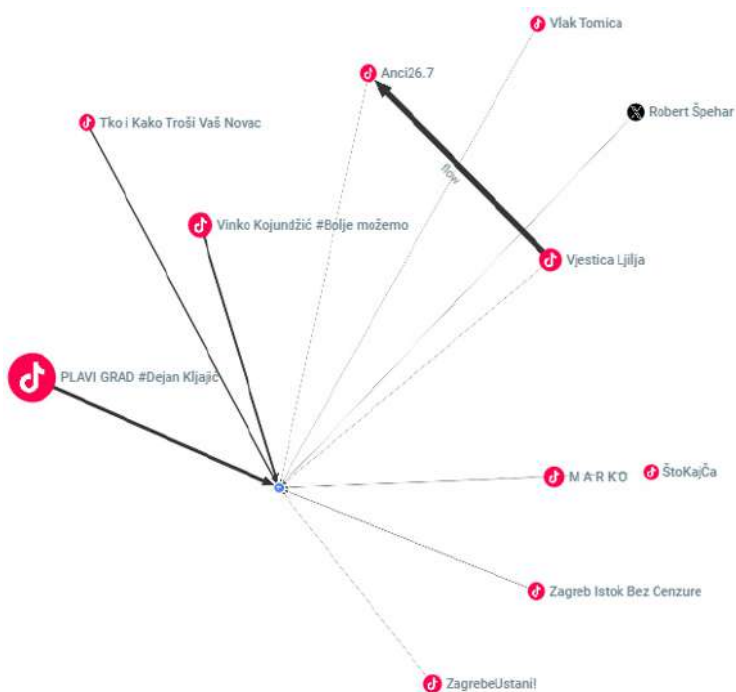


Aktivnost profila Narodni reporteri (izvor: Gerluata Juno)

Što se tiče hashtagova korištenih tijekom predizborne kampanje, uz one uobičajene poput #tomasevic, #zagreb, #zagrebtiktok, #fyp ili specifičnih promotivnih hashtagova pojedinih kandidata i inicijativa, korišten je i jedan specifičan hashtag koji je primjećen i na drugim mrežama te široko usvojen u javnoj komunikaciji kada se radi o političkim protivnicima stranke Možemo!, a radi se o hashtagu #nemožemo. Prema podacima prikupljenima kroz sustav Gerluata Juno, taj je hashtag u godinu dana prikupio 21.03K interakcija i 902.6K pregleda u godinu dana, s tim da je vidljivo da je među promatranim profilima značajnije korišten u periodu kampanje za predsjedničke izbore, kao i kampanje za lokalne izbore.



#nemožemo (izvor: Gerluata Juno)



#nemožemo (izvor: Gerluata Juno)



Spomenuti profili otvoreno su favorizirali neke od kandidata, kao što je to Ivica Lovrić, ili su njihovi narativi bili vrlo slični retorici kandidata kao što su Pavle Kalinić i Davor Bernardić. Svima njima zajedničko je da su bili suradnici bivšeg zagrebačkog gradonačelnika Milana Bandića. Upravo su Milan Bandić i njegov način vođenja Grada Zagreba, koji je uz manje prekide trajao 20 godina, bili glavna meta kritika stranke Možemo! i Tomislava Tomaševića, ne samo na lokalnim izborima 2021. godine kada su osvojili svoj prvi mandat, već su i u ovoj kampanji pravdali neke svoje poteze ili neostvarena obećanja teškom financijskom situacijom i neredom koji su zatekli u gradu. U konačnici, spomenuta su trojica kandidata na provedenim izborima u prvom krugu osvojila redom 3,84% glasova (Pavle Kalinić), 4,94% (Ivica Lovrić) i 6,78% (Davor Bernardić). Dio profila koji su agitirali protiv Tomaševića, snažno je bio i protiv kandidatkinje za zagrebačku gradonačelnicu Marije Selak Raspudić. Ona je među zadnjima istaknula svoju kandidaturu, ali je u konačnici ušla u drugi krug s 15,67 %, odnosno s više glasova od spomenute trojke zajedno (44.645 nasuprot 44.326), a da bi u drugom krugu osvojila gotovo 42 % glasova.

Temeljna difamirajuća kampanja koja se vodila protiv Marije Selak Raspudić odnosila se na optužbu da ona zapravo “radi za Tomaševića” i da je svojevrсни Trojanski konj koji želi osigurati Tomaševićevu pobjedu, kontra onih kandidata koji predstavljaju “pravu alternativu”. Ovi su napadi uglavnom dolazili od ranije spomenutih profila poput Crotić<sup>78</sup>, Nemožemo bojna i Anci<sup>26.7</sup>.

**Crotic78**  
1 May 2025 10:24

Facebook Live Crotic78 10k 12 more

Marija Selak Raspudić • Možemo



145 interactions 3948 views

**Nemozemo bojna**  
25 Apr 2025 12:21

Facebook Live Nemozemo bojna 10k 12 more

Matching video

Marija koliko para Tomica daje



363 interactions 30k views

**Dominik Alpeza**  
24 Apr 2025 19:10

Facebook Live Dominik Alpeza 10k 12 more

Matching video

Uživanje u planinama i biciklizmu, uz političke teme



29 interactions 5884 views

**Anđel25.7**  
24 Apr 2025 23:35 (olovka)

Facebook Live Anđel25.7 10k 12 more

Što to može Gospođa Selak Možemo ponuditi Zagrebu eslim još jedne kandidature u rizi? #selak #možemo #zagreb #fyp



Zagreb, Croatia zagreb

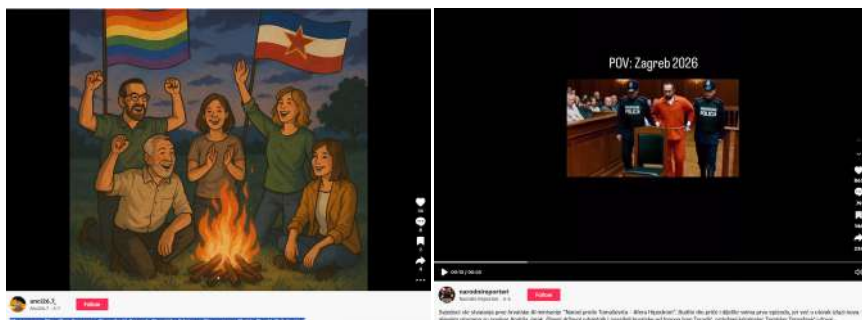
17 interactions 247 views

AI-generirana  
politička  
propaganda

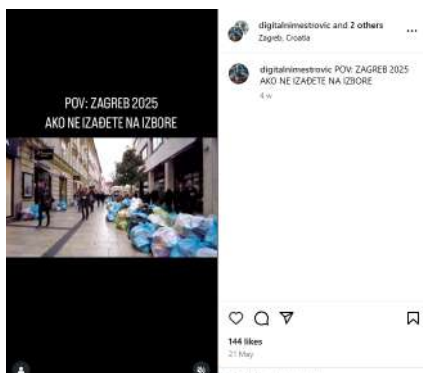
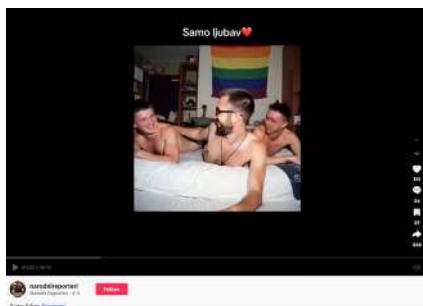
Iako su na početku superizborne godine postojale određene bojazni o mogućem utjecaju dezinformacija generiranih pomoću umjetne inteligencije (AI) na izborni proces, to se, srećom, nije ostvarilo.

AI-generirani audio i video politički sadržaj u pravilu čine dvije velike skupine. Prva su prevare koje koriste AI generirane snimke političara, o čemu [Faktograf.hr](https://faktograf.hr) kontinuirano izvještava, a drugo su satira i politički komentar, pri čemu se nerijetko od aktera koje obrađujemo u ovom izvještaju pribjegava difamacijama, stereotipima pa i širenju mržnje, posebno prema migrantima, stranim radnicima i LGBTIQ+ zajednici.

U analizi koju smo objavili tijekom predizborne kampanje konstatirali smo kako pojedini profili koriste fotomontaže i ilustracije za izrugivanje ([1](#), [2](#), [3](#), [4](#)), generiraju sadržaje koji političke aktere stavljaju primjerice u kontekst videoigre [Mortal Kombat](#) ili filma [“Sirove strasti”](#), pa do AI generirane serije koja prikazuje uhićenje i suđenje Tomislavu Tomaševiću ([1](#), [2](#)).

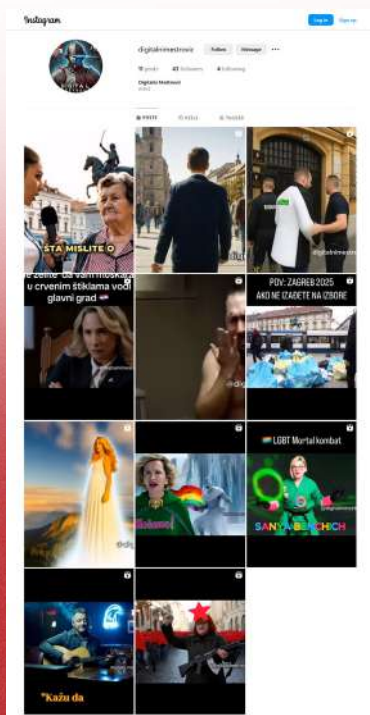


U našem se praćenju izrazito aktivnim u širenju AI-generiranog političkog sadržaja, posebno onoga protiv aktualne zagrebačke vlasti, pokazao već ranije spomenuti Dominik Alpeza koji članove Možemo! često stavlja u kontekst partizana s ciljem njihove diskreditacije kod dijela birača, prikazuje Tomislava Tomaševića kao zlikovca koji proizvodi smeće, a HDZ-ovog kandidata za gradonačelnika Mislava Hermana kao spasitelja Supermana, ruga im se zbog podržavanja LGBTIQ+ prava ili ih prikazuje kao demone.





Sadržaji koje Dominik Alpeza dijeli na Instagramu nastali su u suradnji s Instagram profilom [@DigitalniMestrovic](#) za kojega je [Stijena.info](#) napisala: “Novi hrvatski Banksy podiže prašinu na art sceni”. Osim teksta na [Stijena.info](#) te objava Vinka Kojundžića na društvenim mrežama nisu pronađeni tekstovi o radu navedenog profila, niti o njegovom “dizanju prašine”.



Vrlo često AI kreirani video sadržaj nije jasno označen kao takav, no iz tona i narativa koji se u tim videima koriste jasno je da se radi o političkoj propagandi, a ne pokušaju da se birače uvjeri u realnost prikazanog.

Do sljedeće  
superizborne  
godine

Tijekom lokalnih izbora u Hrvatskoj uočeno je nekoliko ključnih izazova koji ukazuju na dublje strukturne probleme u medijskom i informacijskom ekosustavu, s posebnim posljedicama za medijsko izvještavanje i borbu protiv dezinformacija, a koje treba imati na umu u narednom periodu pripremajući se za neku sljedeću superizbornu godinu.

1. Nedostatak kvalitetnog i sustavnog praćenja izbora izvan Zagreba i nekoliko većih gradova odražava šire probleme u domaćem medijskom krajoliku poput zarobljenih medija i medijskih pustinja, uključujući sve izraženiju centralizaciju, nedostatak novinarskih kapaciteta i značajnu financijsku ovisnost lokalnih medija o lokalnim vlastima. Ova situacija značajno utječe na njihovu uređivačku neovisnost te smanjuje mogućnost kritičkog i uravnoteženog izvještavanja u predizbornom razdoblju.
2. Kampanjom su dominirali narativi koji nisu nužno povezani s lokalnim temama, nego predstavljaju nastavak nacionalno-političkih retoričkih obrazaca, osobito oni usmjereni protiv migranata, stranih radnika i organizacija civilnog društva, a naročito onih koje djeluju u području kulture i ljudskih prava. Takvi narativi služe prvenstveno za polarizaciju birača, stvaranje moralne panike i mobilizaciju na temelju ideoloških linija podjela, a njihova prisutnost svjedoči o sustavnom i strateškom korištenju dezinformacija u političke svrhe.
3. Usprkos određenim bojaznima na početku ove superizborne godine da bi AI-generirane prevare birača mogle utjecati na izborne rezultate, umjetna inteligencija korištena je gotovo isključivo za stvaranje ili satire ili propagandnog sadržaja koji reproducira i pojačava već postojeće narative, iako često bez jasnih oznaka da se radi o AI stvorenom sadržaju.

4. S tehničke strane, monitoring dezinformacija, osobito na društvenim mrežama, i dalje je izrazito radno intenzivan proces. Iako AI alati mogu olakšati praćenje već poznatih izvora i obrazaca, otkrivanje novih aktera i sadržaja uvelike ovisi o algoritamskoj logici samih platformi te pristupu podacima, što dodatno otežava situaciju, osobito na platformama poput TikToka ili u kontekstu neizvjesnosti oko budućnosti korištenja Meta Content Libraryja od strane fact-checking organizacija. K tome, važnost političke propagande i protoka novca u izbornim kampanjama ne može se primjereno istražiti s obzirom da je za analizu potreban sveobuhvatni pristup online sadržajima poput plaćenih oglasa, uključujući i podatke o profilima koji su ih platili te usporedba s podacima o narativima i to za svih 567 jedinica lokalne uprave i samouprave u kojima se održavaju izbori.

# Faktograf.hr

Facebook | Instagram | TikTok | Youtube | WhatsApp

F-zin: Faktografov newsletter

