

DIGITALIZACIJA JAVNE SFERE U SRBIJI: ONLINE PRITISCI IZVRŠNE VLASTI NA OMBUDSMANA I REAKCIJA OPOZICIONO OPREDELJENE TWITTER ZAJEDNICE

Jovica Pavlović
Institut za evropske studije,
Beograd

SAŽETAK

Ovaj rad proučava aktivnosti korisnika društvene mreže Twitter (*twitter.com*) koji su se u periodu od januara do maja 2015. godine prvobitno uključili u debatu o načinu na koji je tadašnji zaštitnik građana Saša Janković obavljao svoju dužnost, a kasnije i u raspravu o ličnoj prošlosti samog zaštitnika. Istraživački problem je identifikovati i uporediti *online* diskurse, strategije i tehnike kojima se služe provladini i opoziciono nastrojani učesnici digitalnih rasprava u društveno-političkom kontekstu poput onog u današnjoj Srbiji u kom se digitalni diskurs sve više prožima kroz javnu sferu koju, međutim, i dalje pretežno oblikuju tradicionalni mediji. Samim tim, cilj rada je **a**) proučiti strategije *online* komunikacije čijom primenom pripadnici vladajućih struktura teže održati nadmoć u javnoj debati **b**) analizirati metode pomoću kojih oponenti vlasti pokušavaju mobilisati podršku putem Interneta **c**) uporediti komunikacione strategije suprotstavljenih strana. Cilj se sprovodi s namerom pružanja svežih empirijskih nalaza o političkoj ulozi novih medija u krhkim demokratijama, jer su se dosadašnja istraživanja prevashodno koncentrisala na ulogu društvenih mreža u razvijenim demokratijama i autoritarnim režimima. Rezultati potvrđuju uspešnost 'umreženog autoritarizma' u suzbijanju opozicionog delovanja kroz polarizaciju 'digitalne javne sfere', ali takođe ukazuju i na značaj tehnika 'umrežavanja' i 'podizanja svesti' za opoziciono delovanje na Internetu.¹

KLJUČNE REČI: Ombudsman, Twitter, digitalna javna sfera, umreženi autoritarizam, astroturfing, Srbija

1 Istraživanje je sprovedeno u okviru projekta 'Mediji, sukobi i demokratizacija' (*Media, Conflict and Democratisation – MeCoDEM*) Rukovodilac projekta: Katrin Voltmer, Univerzitet u Lidsu, Ujedinjeno Kraljevstvo. Projekat je podržala Evropska unija kroz FP7 okvirni program za istraživanje i tehnološki razvoj; sporazum o donaciji br. 613370. Više informacija dostupno na Internet stranici www.mecodem.eu.

SLUČAJ 'OMBUDSMAN'

Januara 2015. godine tadašnji zaštitnik građana Saša Janković podneo je krivične prijave protiv dvojice pripadnika Uprave Vojne policije jer su četiri meseca ranije napali žandarme u pokušaju da provedu brata premijera (sada predsednika) Aleksandra Vučića kroz policijski bezbednosni obruč uspostavljen oko lokacije na kojoj se održavala beogradska Parada ponosa. Jankovićeva prijava, kasniji zahtev za uvid u podatke koje o tom slučaju poseduju Vojnobezbednosna agencija i Ministarstvo odbrane, kao i njegova izjava da VBA bez odluke suda špijunira opozicione političke stranke i lidere sindikata, naišli su na žustru reakciju predstavnika vlasti i provladinih medija. Ujedno je pokrenuta i diskusija o političkoj zloupotrebi državnih resursa, ali i o ovlašćenjima institucije ombudsmana. Javna rasprava, koja je praćena neumornom medijskom kampanjom protiv Jankovića, prelila se i na društvene mreže, a svoj vrhunac doživela aprila 2015. godine pojavom takozvane afere 'Pištolj', kada su provladini mediji aludirali na Jankovićevu umešanost u smrt njegovog prijatelja Predraga Gojkovića, dok su ombudsmanove pristalice podsećale da su ga zvanični rezultati istrage sprovedene 1993. godine oslobodili odgovornosti.

Studija slučaja javne rasprave vezane za ombudsmana za cilj ima izučavanje i poređenje delovanja provladinih i opoziciono nastrojenih aktivista na društvenim mrežama s ciljem razumevanja načina na koji nove komunikacione tehnologije utiču na razvoj digitalne javne sfere u okruženju u kom izvršne vlasti vrše sve veću kontrolu nad medijima. Pored kvantitativne i kvalitativne obrade podataka prikupljenih sa društvene mreže Twitter, istraživanje se oslanja i na intervju sprovedene sa najrelevantnijim učesnicima pomenute rasprave, dok se u teorijskom smislu slučaj izučava kroz prizmu digitalne javne sfere.

OPERACIONALIZACIJA TEORIJSKOG POJMA
DIGITALNE JAVNE SFERE

O 'drugoj strukturalnoj transformaciji javne sfere' (Schäfer 2010), odnosno o njenoj digitalizaciji, počinje aktivno da se govori devedesetih godina prošlog veka, kada je postalo jasno da su inovacije u oblasti informacionih tehnologija pokrenule ubrzani i ireverzibilni proces preobražaja arene u okviru koje se odvija javna debata. Rani net-optimisti (Dahlberg 1998; Papacharissi 2002) i sajber-pesimisti (Barney 2000; Buchstein 1997; Fortier 2001) prilikom rasprave o demokratskom potencijalu digitalne javne sfere oslanjali su se na tradiciju koju je uspostavio sâm Habermas (1962); tradiciju prema kojoj je javna sfera prevashodno postavljena kao normativni ideal. Takav pristup komplikovao je primenu i operacionalizaciju ovog teorijskog pojma prilikom izučavanja medijskih i društveno-političkih

procesa pokrenutih pojavom Interneta, jer uobičajeni *online* diskurs – u kom emocija nadvladava razum – po svojoj priordi nije preterano sličan idealu 'buržoazijske javne sfere', odnosno konstruktivnoj, racionalnoj i kritičkoj raspravi (*deliberation*) koja se odvija u okviru unitarnog i inkluzivnog diskurzivnog prostora i koja za cilj ima formiranje konsenzusa kroz pružanje političkih odgovora na pitanja od društvenog značaja (Calhoun 1992, 1).

Ipak, potencijal za razumevanje digitalnog komunikacionog prostora kroz prizmu teorijskog koncepta javne sfere svakako je postojao, što su prepoznali i autori (Eriksen 2012; Hepp et al. 2012; Fuchs 2014; Nguyen 2016) koji su operacionalizacijom javne sfere kao segmentiranog/stratifikovanog (a ne unitarnog) debatnog prostora – koji sâm po sebi nema normativnu svrhu/cilj – prešli sa moralnog na proceduralni teorijski okvir; onaj prikladniji za analizu opipljivih promena u načinu političke komunikacije unutar starih, ali novih/manjkavih evropskih demokratija (Rasmussen 2014, 1326). Tako Gak (2016, 32) digitalnu javnu sferu odvajava od etičkih vrednosti koje bi mogle/trebale da je krasi i definiše je kao virtuelni prostor u okviru kog nastaje mnoštvo društveno-kulturnih zajednica Internet korisnika koje spajaju slični interesi/brige (*Internet communities of care*). Veliki broj ovih zajednica aktivno učestvuje u političkoj borbi, gde se diskurzivno prepliću i sudaraju, pri čemu su sudari neretko obeleženi prostim, oštrim i polarizujućim rečnikom kako zbog distance i anonimnosti koju *online* komunikacija pruža, tako i zbog ogromne količine informacija koje neprofesionalne debate ne mogu da apsorbuju i obrade na kvalitetan način (Sampredo & Avidad 2018, 24).

ONLINE STRATEGIJE VLASTI I OPOZICIJE UNUTAR NOVIH/MANJKAVIH DEMOKRATIJA

Iako savremeni *online* diskurs ukazuje na to da digitalizacija nije uticala na poboljšanje kvaliteta demokratske rasprave u meri u kojoj su to očekivali rani net-optimisti, ona jeste stvorila novu vrstu javne sfere koja je, iako segmentirana i polarizovana, omogućila razvoj alternativnih metoda političke komunikacije, organizovanja i mobilizacije (ibid., 24–25). 'Arapsko proleće' i 'Okupirajte Vol striit' najpoznatiji su primeri primene tih metoda u okviru autoritarnih, odnosno demokratskih sistema. Oponenti populističkih vlasti Istočne i Jugoistočne Evrope takođe su se, zbog rastuće tendencije vladajućih partija ka kontroli štampanih i elektronskih masmedija, dobrim delom okrenuli političkoj aktivnosti na društvenim mrežama (Denisova 2017, 979).

Zbog toga mnogi autori Internet smatraju tehnologijom slobode (*liberation technology*) koja omogućava demokratizaciju društva kroz sledeće strategije opozicionog delovanja: *i) podizanje svesti* (*awareness raising*),

što je strategija koja obuhvata upotrebu društvenih mreža radi usmeravanja pažnje javnosti na određene političke događaje/teme, radi popularizacije poruka ključnih opozicionih ličnosti, ali i radi ukazivanja na izborne i druge malverzacije vladajućih struktura (Reuter & Szakonyi 2013, 30) **ii) umrežavanje ili 'konektivna akcija'** (*network building / connective action*), koja podrazumeva povezivanje oponenta vlasti kroz formiranje fluidnih *online* zajednica u okviru kojih se oblikuju političke agende (Bennett & Segerberg 2012, 764) i u okviru kojih se organizuju događaji poput *online* akcija, javnih skupova, demonstracija i protesta, dok nalazi ovog istraživanja ukazuju i na to da konektivna akcija obuhvata i povezivanje/umrežavanje oponenta vlasti sa javnim ličnostima kako bi se pridobila njihova podrška i tako privukla pažnja elektronskih i štampanih medija.

Međutim, pojave poput takozvanih 'stranačkih botova' – pre svega na društvenim mrežama i u sekcijama za komentare informativnih veb-portala – dovode do zaljučka da Internet nije samo tehnologija slobode, već i tehnologija kontrole. Rastući značaj *online* komunikacije nije umanjio želju autoritarno nastrojenih vlasti da utiču na javni diskurs, već ih je motivisao da razvijaju različite tehnike oblikovanja veb-sadržaja. Autori koji se bave *online* strategijama vladajućih struktura navode da društva koja odlikuju proceduralna demokratija i tendencije populističkih strana/ lidera ka gušenju opozicionog delovanja prolaze kroz tri opšte faze kontrole Internet diskursa, od kojih određeno društvo – u odnosu na specifičnost političkog konteksta – može proći kroz sve ili samo neke od tih faza (Deibert & Rohozinski 2010; Pearce & Kendzior 2012).

Prva faza je jednodimenzionalni pokušaj kontrole aktivnosti na Internetu putem direktne cenzuru sadržaja, kroz šta su prošle neke od bivših sovjetskih republika (Pearce & Kendzior 2012, 287). Pošto cenzura Interneta nikad u potpunosti ne onesposobi sve kanale *online* komunikacije, a pritom zahteva ogromne resurse i sa sobom nosi stigmatu preskupu za populiste koji se žele predstaviti kao demokratski lideri, češće se pribegava metodama karakterističnijim za drugu fazu. Druga faza podrazumeva strogu, a opet nedovoljno preciznu pravnu regulaciju Internet aktivnosti, što 'autoritarcima u pokušaju' omogućuje da kroz selektivnu primenu zakona – poput određenog zakona o zabrani diskriminacije u kom pojam govora mržnje nije jasno definisan – obuzdaju opoziciono delovanje uspostavljanjem straha od krivične odgovornosti (Deibert & Rohozinski 2010, 49).

Pojedini autori (Pearce & Kendzior 2012; Maréchal 2017) koriste pojam 'umreženog autoritarizma' (*networked authoritarianism*) kako bi definisali i imenovali treću fazu sputavanja aktivnosti oponenta izvršnih vlasti na Internetu, što je faza u kojoj je manipulacija zakonima manje izražena. Ona se pre svega sastoji od strategija koje se primenjuju s ciljem demo-

tivisanja i odvrćanja političkih oponentata od učesća u *online* političkoj raspravi. Kako bi postigle taj cilj, izvršne vlasti i vladajuće partije koriste se tehnikama diskreditovanja oponentata, polarizovanja diskursa, kao i 'spamovanjem', odnosno zatrpavanjem *online* političke debate upornim komentarisanjem (Pearce & Kendzior 2012, 287). Morozov (2011, 49–50) tvrdi da su ruske vlasti otkrile najefikasniji sistem *online* kontrole – koji sa manjom ili većom uspešnošću imitiraju i ostale populističke vlasti Istočne i Jugoistočne Evrope – nakon što su zaključile da najbolji pristup nije onaj koji implementira drakonsku cenzuru, već onaj kom cenzura nije ni potrebna. Umesto cenzurisanja veb-rasprave, vlasti se danas uključuju u političku debatu na Internetu, plasiraju lažne informacije, optužuju protivnike da deluju kao strani plaćenici koji ruše poredak ili ugrožavaju stabilnost države, te onemogućavaju konstruktivnu veb-diskusiju čineći je apsurdnom i obesmišljavajući je (ibid., 88).

Literatura o umreženom autoritarizmu govori o primeni sledećih strategija radi postizanja upravo opisanih ciljeva: *i*) '**astroturfing**', odnosno strateško 'spamovanje' ili ciljano i masovno 'botovanje/trolovanje' (MacKinnon 2011, 41; Zhang, Carpenter & Ko 2013, 2; Bulut & Yörük 2017, 4096), koje često obuhvata i tehniku upotrebe 'hiperveza' (*hyperlinks*) usmerenih direktno na metu napada, kao i tehniku korišćenja podrugljivog vizuelnog sadržaja, što pokazuje i ovo istraživanje *ii*) **polarizacija** digitalne javne sfere pristrasnim i uvredljivim diskursom (Bulut & Yörük 2017, 4101) *iii*) **sinhronizacija** napada u novim i starim medijima. Opisano delovanje populističkih vlasti na Internetu uklapa se u širu teoriju o političkoj borbi i odnosu moći između suprotstavljenih političkih aktera – pre svega izvršne vlasti i njenih oponentata – u autoritarnim i hibridnim režimima (Vladišavljević 2014), ali i u državama poput Republike Srbije koje odlikuje nedovoljno visoka razvijenost demokratskih institucija. Ostatak rada fokusira se upravo na Srbiju – odnosno na slučaj 'Ombudsman' – i izučava kako vladajuća struktura i opoziciono opredeljeni akteri primenjuju navedene strategije i tehnike *online* komunikacije na društvenoj mreži Tviter.

METODOLOŠKI PRISTUP STUDIJI SLUČAJA 'OMBUDSMAN'

1) PLAN ISTRAŽIVANJA I HIPOTEZE

Istaživanje se prvobitno fokusira na identifikaciju i analizu primene digitalnih strategija komunikacije kojima su se koristili provladini akteri, oslanjajući se na teoriju o umreženom autoritarizmu i na kvantitativnu i kvalitativnu empirijsku analizu podataka prikupljenih na Tviteru. Samim tim, **prva hipoteza** pretpostavlja da su se provladini akteri u Internet debatama

o ombudsmanu uspešno koristili strategijama astroturfinga, polarizacije i sinhronizacije. Postojanje astroturfinga dokazuje se kvantitativnim ispitivanjem učestalosti tvitova sličnog sadržaja koji govore o ombudsmanu u negativnom svetlu, dok se korišćeni narativi i njihovo oblikovanje ispituju kvalitativnom analizom sadržaja. Kvalitativna analiza sadržaja služi i prilikom dokazivanja i izučavanja primene strategije polarizacije rasprave (gde se vremenskim praćenjem razvoja debate može uočiti da li je i kako ona polarizovana), kao i prilikom izučavanja strategije sinhronizacije *online* napada u novim i starim medijima, jer se poređenjem digitalnog, elektronskog i štampanog sadržaja može dokazati njegova podudarnost.

Istraživanje se potom koncentriše na proučavanje *online* strategija kojima su se služili opoziciono nastrojani učesnici debate. **Druga hipoteza** je da su se opoziciono nastrojani učesnici rasprave koristili strategijama podizanja svesti i konektivne akcije, ali da su u svom delovanju bili manje organizovani i manje uspešni od svojih suparnika. Pored oslanjanja na podatke prikupljene na Tviteru, način primene ovih strategija ispituje se i kvalitativnim proučavanjem intervjua sa involviranim akterima. Konačno, poređenjem suprotstavljenih komunikacionih strategija zaključni deo istraživanja razmatra potencijalni domet razvoja digitalne javne sfere u Srbiji, pa treća i **finalna hipoteza** pretpostavlja da će empirijski rezultati pokazati da njen dalji razvoj onemogućava vrsta *online* komunikacije koja trenutno postoji.

II) UZORAK I METODE ISTRAŽIVANJA

Visok intenzitet rasprave o zaštitniku građana proizveo je mnoštvo Tviter materijala, te izučavanje slučaja 'Ombudsman' pruža detaljan uvid u strategije *online* komunikacije koje se primenjuju u izričito polarizovanim političkim sukobima poput ovog.² Značaj istraživanja leži i u njegovom poređenju aktivnosti suprotstavljenih strana, ali i u tome što dužina trajanja konflikta omogućava uvid u način na koji se strategije *online* komunikacije oblikuju tokom vremena, prepliću sa porukama u štampanim i elektronskim medijima i prilagođavaju delovanju rivala. Veliki deo postojećih studija zasnovan je na vremenski prilično ograničenim empirijskim uzorcima koji se koncentrišu na aktivnost samo jedne grupe aktera, pa postoji potreba za vremenski dužim komparativnim istraživačkim uvidom (*comparative cross-time analysis*) u *online* političke strategije (della Porta & Mattoni 2015, 58). Zbog toga se ova studija slučaja koncentriše na period od

2 Istraživački materijal i podaci predstavljeni u okviru ove studije slučaja prikupljeni su sprovođenjem radnih paketa 4, 5, 6 i 7 projekta MeCoDEM od strane istraživačkog tima iz Srbije (rukovodilac istraživačkog tima: Nebojša Vladislavljević). Podatke i istraživački materijal prikupili su Aleksandra Krstić, Filip Ejodus i Jovica Pavlović.

14. januara 2015 – dana kada su se tenzije između ombudsmana i predstavnika vladajućih stranaka naglo povećale – do 20. maja iste godine, pet dana nakon što su se (posle četiri meseca medijske kampanje protiv ombudsmana, koja je praćena jednako burnom raspravom na Tviteru) sastali tadašnji zaštitnik građana i premijer i saglasili o potrebi bolje saradnje organa javne vlasti sa nezavisnim kontrolnim organima, čime je privremeno pacifikovan dalji sukob suprotstavljenih strana.

Iako se Internet debata o slučaju 'Ombudsman' vodila na svim značajnijim društvenim mrežama i veb-portalima, ova studija se iz nekoliko razloga koncentriše samo na materijal prikupljen sa Tvitera. Za razliku od drugih društvenih mreža poput Fejsbuka (*facebook.com*), na kojima je veliki broj objava nedostupan široj javnosti jer je namenjen isključivo poznanicima, gotovo svi tvitovi imaju javni karakter, što Tviter čini najtransparentnijom i najdostupnijom društvenom mrežom za prikupljanje podataka. Zbog takve prirode Tviter komentari ujedno najvernije imitiraju i debate na drugim društvenim mrežama i veb-portalima, te predstavljaju veran uzorak *online* političke aktivnosti Internet korisnika u Srbiji.

Tviter komentari (20828 tvitova) koji su prikupljeni radi sprovođenja ove studije uzorkovani su pomoću programa Mekodifaj (*mecodify.org*), kompjuterske aplikacije koja preuzima Tviter podatke i omogućava korisniku da ih sistematski analizira i vizuelno predstavi (Al-Saqaf, 2016: 2). Unošenjem sledećih hiperveza (*hashtags* i *mentions*)³ u pretraživač pomenute aplikacije: @Kihot_ex_of,⁴ from:Kihot_ex_of, #SasaJankovic, #SalePrangija, #prangija, #pistolj, #PorodicaGojkovic, #Gojkovic, #ostavka, #podrska, #istina, #zastitimo_zastitnika, #SNSbot, #samoubistvo i #legijacasti, Mekodifaj programu zadata je komanda da prikupi sledeće podatke: korisničko ime, avatar (profilnu sliku), ukupan broj tvitova i retvitova (*retweets*)⁵, sadržaj svakog tvita i vremensku distribuciju objave tvitova svakog aktera koji je ostavio makar jedan relevantan komentar tokom pomenutog vremenskog perioda. Navedene hiperveze odabrane su sprovođenjem nekoliko pilot-studija koje su ukazale na najrelevantnije 'heštogove', dok su podaci i sadržaj prikupljeni pomoću odabranih hiperveza

3 Hešteg (*hashtag*) je hiperveza (*hyperlink*) koja se ostvaruje postavljanjem tarabe (#) ispred željene reči u Tviter komentaru, što je postupak koji objavljeni komentar umrežava sa ostalim tvitovima koji se bave istom temom i tako pratiocima određene Tviter diskusije omogućava lakši uvid u taj komentar. Pominjanje (*mention*) je hiperveza koja se uspostavlja unošenjem tipografske oznake '@' ispred naloga drugog korisnika, što je postupak koji objavljeni tvit čini dostupnim pomenutom korisniku, kao i svim njegovim ili njenim pratiocima.

4 @Kihot_ex_of je zvanični nalog Saše Jankovića na Tviteru.

5 Retvit je ponovljeni tvit koji Tviter pratiocima korisnika koji je objavio retvit omogućava da pročitaju komentar korisnika čiji komentar je retvitovan.

analizirani kvantitativno i kvalitativno.⁶ Pronalasci su suplementirani i obradom informacija prikupljenih kroz sprovođenje intervjua sa tadašnjim zaštitnikom građana Sašom Jankovićem, poverenikom za zaštitu informacija Rodoljubom Šabićem, opozicionim liderima Draganom Šutanovcem i Zoranom Živkovićem, glumicom Bojanom Maljević, direktorom nevladine organizacije 'Centar za praktičnu politiku' Draganom Popovićem, glavnim odgovornim urednikom Informera Draganom Vučićevićem, narodnim poslanikom Srpske napredne stranke Vladimirom Đukanovićem i drugim učesnicima rasprave o zaštitniku građana.⁷

ONLINE PRITISCI NA ZAŠTITNIKA GRAĐANA: INTENZITET UMREŽENOG AUTORITARIZMA U SRBIJI

1) ASTROTURFING

„Timovi koji imaju zadatak da napadaju kritičare i osujećuju javno izražavanje kritičkog mišljenja, da kreiraju javno mnjenje i da utiču na njega, nazivaju se 'astroturferi'“ (Centar za nove medije Liber: *Astroturfing u Srbiji* 2015, 3). U domaćoj javnosti, astroturferi/trolovi češće se pominju kao 'botovi', što je naziv koji sa sobom nosi negativnu konotaciju jer dehumanizuje osobu koja obavlja datu delatnost upoređujući je sa *online* programom koji mehanički objavljuje veb-komentare. U okviru ove studije, provladini Tviter astroturferi identifikovani su na osnovu posedovanja makar pet od sedam sledećih karakteristika: 1. Nalog sadrži generički avatar, odnosno profinu sliku koja ne odgovara stvarnoj osobi. 2. Nalog je otvoren neposredno pred ili tokom Tviter debate o zaštitniku građana. 3. Nalog se vodi pod generičkim ili lažnim imenom. 4. Korisnik naloga ispoljavao je neočekivano visok nivo aktivnosti u okviru teme za koju ranije nije pokazivao interesovanje. 5. Objavljivao je veliki broj poruka istog/sličnog sadržaja. 6. Retvitovao je ili lajkovao (*like*) sadržaj objavljen od strane drugih astroturfera. 7. Aktivnost sa datog naloga obustavljena je neposredno nakon okončanja internet debate o ombudsmanu ili je preusmerena na neku drugu debatu u okviru koje je sličnim ili istim tehnikama napadana nova žrtva (Zhang, Carpenter & Ko 2013, 3).

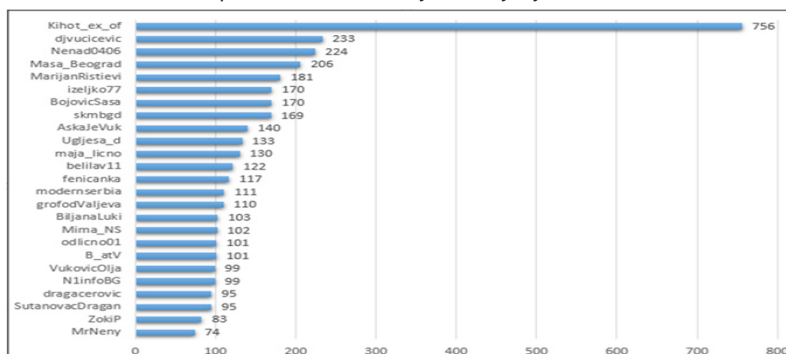
Sumnja u to da vladajuća stranka u Srbiji ima razvijenu mrežu astroturfera potvrđena je 2014. godine, kada je objavljena serija Fejsbuk poruka koje su demonstrirale kako nadređeni stranački aktivisti koordiniraju aktivnosti podređenih članova prenošenjem instrukcija o vrsti sadržaja kojim

6 Sličnom metodologijom prikupljanja i obrade Tviter podataka koristili su se Kalsnes, Krumsvik i Storsu (2014), kao i Lorenzen Gunarson (Lorentzen Gunnarsson 2014).

7 Svi intervjuisani odobrili su javnu upotrebu njihovih imena i iskaza datih tokom intervjua.

treba obasuti imenovane mete *online* napada (Centar za nove medije Liber: *Astroturfing u Srbiji* 2015, 5). Studija slučaja 'Ombudsman' takođe potvrđuje postojanje organizovanog astroturfinga usmerenog protiv oponenta vladajuće elite, jer od dvadeset-pet korisnika sa najviše objavljenih tvitova vezanih za diskusiju o zaštitniku građana njih dvanaest ispunjava zadovoljavajući broj gore navedenih uslova (pet ili više) kako bi nalozi kojima rukovode sa velikom sigurnošću bili svrstani u kategoriju provladinih 'botnaloга', dok još četiri korisnika ispunjava jedan deo tih uslova. Od preostalih devet naloga sa kojih je u izučavanom četvoromesečnom periodu objavljen zapažen broj poruka, svega četiri pripadaju 'ombudsmanovom taboru' (od kojih jedan pripada samom Jankoviću, a drugi Draganu Šutanovcu, tada poslaniku Demokratske stranke u Narodnoj skupštini Republike Srbije), dva provladinoј strani (vlasniku Informera Draganu Vučićeviću i narodnom poslaniku Marijanu Rističeviću), dva anti-vladinim tviterašima koji nisu eksplicitno pružali podršku zaštitniku građana, a jedan televiziji N1.⁸ Drugim rečima, od dvadeset-pet najaktivnijih korisnika, njih osamnaest objavljivalo je sadržaj eksplicitno usmeren protiv ombudsmana, dok su njih troje koji su pružili podršku Saši Jankoviću, ako zanemarimo nalog @Kihot_ex_of, bili rangirani kao šesnaesti, osamnaesti i dvadeset-drugi po intenzitetu svoje aktivnosti.

Grafikon 1. Dvadeset-pet korisnika sa najviše objavljenih tvitova

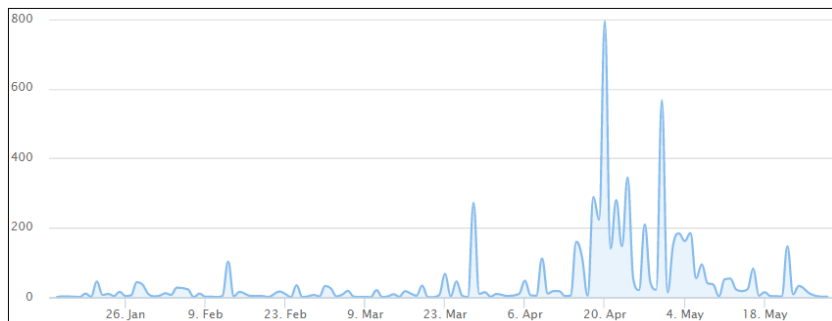


Međutim, iako su 'botovski napadi' bili dominantni u odnosu na ostatak sadržaja tokom određenih vremenskih intervala, astroturfing kao strategija nije primenjivan konstantno i uravnoteženo. Tokom druge polovine

8 Iako je ombudsman objavio ubedljivo najviše tvitova u datom periodu, jedan broj njegovih tvitova nije vezan za izučavanu *online* debatu, već predstavljaju (između ostalog) i njegove odgovore građanima koji su tražili pomoć institucije koju zastupa. Grafikon 1 ubraja ove tvitove zbog vrste komande koja je zadata programu Mekodifaj, te je bitno napomenuti da ubrajanje tih tvitova ne utiče primetno na ostale grafikone i ukupne rezultate istraživanja.

januara prilikom prve ozbiljnije konfrontacije između zaštitnika građana i predstavnika izvršne i zakonodavne vlasti, koji ujedno pripadaju i najvećoj vladajućoj partiji, nisu postojali organizovani Tviter napadi usmereni protiv ombudsmana. Iako jeste objavljen primetan broj individualnih negativnih komentara na račun Saše Jankovića i na račun kvaliteta njegovog rada, neki od kojih su praćeni uvredljivim vizuelnim sadržajem, manjak upadne masovnosti i raznolikost tih tvitova ukazuje na to da nisu sinhronizovano objavljivani, makar ne u znatnoj meri. Na manjak masovne aktivnosti ukazuje i Grafikon 2 u kom se vidi da šesnaest najaktivnijih provladinih astroturfera nisu pojačavali intenzitet svoje *online* aktivnosti sve do sredine aprila. Izuzetak je bio 28. mart, dan kada su se zaštitnik građana Saša Janković i poverenik za informacije od javnog značaja i zaštitu podataka o ličnosti Rodoljub Šabić sastali sa predsedicom britanskog Doma lordova, koja je pohvalila njihov rad.

Grafikon 2. Distribucija tvitova objavljenih od strane šesnaest najaktivnijih astroturfera



„Bez obzira koja je vrsta akcije botova na Internetu, osnovna pretpostavka uspeha i ispunjenja cilja je masovnost“ (Centar za nove medije Liber: *Astroturfing u Srbiji* 2015, 5). Stoga se vremenom menja taktika provladinih aktera koji prestaju da ulaze u individualne rasprave o Saši Jankoviću i načinu na koji vrši dužnost zaštitnika građana (što su pretežno činili tokom druge polovine januara), jer prelaze na sprovođenje klasične astroturfing kampanje. Tako prilikom pomenute posete Domu lordova u tvitovima Jankovićevih oponentata pojavljuju se dva ponavljajuća narativa; jedan u obliku pitanja o tome ko je finansirao put u London, odnosno koliko je zaštitnikova i poverenikova poseta Ujedinjenom Kraljevstvu koštala građane Republike Srbije (primer 1: „...Šabiću, ko finansira put za London? @Kihot_ex_of“ 28.03.2015, 12:09:55), a drugi u obliku optužbe za strano plaćeništvo i loše predstavljanje sopstvene zemlje u inostranstvu (primer 2: „mala ali odabrana ekipa koja na svakom

koraku pljune po Srbiji @RodoljubSabic @Kihot_ex_of naravno za nase pare“ 28.03.2015, 13:06:47).

Sledeća koordinisana upotreba astroturfing strategije primenjena je 15. aprila, kada su Twitter aktivisti organizovano postavljali i retvitovali pitanja o tome da li je Saša Janković zaštitnik svih građana ili je zaštitnik samo onih građana koji su bliski Demokratskoj stranci, optužujući ga da je 'žuta mrlja' Srbije, da bi najmasovnija kampanja krenula tri dana kasnije nakon što je dnevni list Informer objavio članak pod nazivom 'Najmračnija tajna zaštitnika građana', u kom je izneta tvrdnja da Janković već dvadeset godina ima problem sa zakonom koji želi da prikrije, čime zapravo počinje afeta 'Pištolj'. Provladini astroturferi tada kreću sa najmasovnijom aktivnošću koja svoj intenzitet održava sve do 5. maja (što se poklapa sa periodom najoštrije kampanje Informeta i Pinka protiv Jankovića), gde su samo neki dani bili izuzeci u smislu umerenije aktivnosti. Prvog dana (18. aprila) astroturferi su pretežno ponavljali konstataciju da je jasno da Janković poseduje ilegalno oružje zbog kog je neko stradao, te da je tu činjenicu skrivao duži niz godina (primer 3: „Jasno je da ima nelegalni pištolj koji je nekoga odveo u smrt. @BiljanaLuki @Kihot_ex_of“ 18.04.2015, 17:25:10). Takođe su delili fotografiju Informerovog članka, a neki su govorili i o tome kako ih Janković blokira jer nema hrabrosti da uđe u diskusiju o neprijavljenom pištolju, što ukazuje na mogućnost da su pored pominjanja korišćenjem hiperveze @Kihot_ex_of zaštitnika kontaktirali i privatnim porukama putem DM (*Direct Message*) opcije.

O ovoj metodi *online* napada govorila je i glumica Bojana Maljević, koja je strategiji astroturfinga bila izložena zbog otvorene podrške koju je putem svog bloga i Twitter naloga pružala Saši Jankoviću 2015. godine. Tokom opisivanja načina na koji je bila targetirana na društvenim mrežama kaže:

„I onda su krenuli da se bave jednom podlom stvari koja je, kako bih rekla, u prvom trenutku bila neshvatljiva. Recimo napiše neki bot: 'Šta ti, ne znam, pišeš, pričaš Bojana? Ti si vlasnica kafane. Duguješ osamdeset hiljada evra za struju!' Sad moja prva reakcija je: 'Ti si me pomešao sa nekim. Niti imam kafanu, ne tu, nego nijednu. Kakva struja, kakvo dugovanje?' A onda shvatim, pošto to nije bila jedina stvar i ne samo meni upućena, da su oni izmišljali provokacije na koje (ćeš da) reaguješ. Jer više na ono što su pisali tipa žuti, ovakav, onakav, demokrate, glupača, ružna... ne znam šta, niko više na to nije reagovao. I onda su počeli da pišu ovakve stvari na koje kao nemaš razloga da ne odreaguješ, jer ne kapiraš odmah da je to sistem u koji te uvlače.“ (Beograd, 09.11.2015.)

Priloženi isečak iz intervjua sa Bojanom Maljević govori o načinu na koji su se provladini astroturferi obraćali oponentima u direktnoj komu-

nikaciji. Nakon što bi im neposredna komunikacija bila onemogućena 'blokiranjem' (odnosno postupkom kojim se zabranjuje određenom korisniku da hiperlinkuje nalog osobe koja više ne želi da bude pominjana u njegovim/njenim komentarima, što je metod koji su Janković i ostali targetirani akteri upotrebljavali kao odbranbeni mehanizam), astroturferi bi sa strategije zavlčenja svojih oponentata besmislenim optužbama u zamajajuće i suvišne razgovore prešli na privlačenje pažnje targetirane osobe tako što bi smišljali i popularizovali heštegove koji opisuju njihovu metu na provokativan, podrugljiv i uvredljiv način.

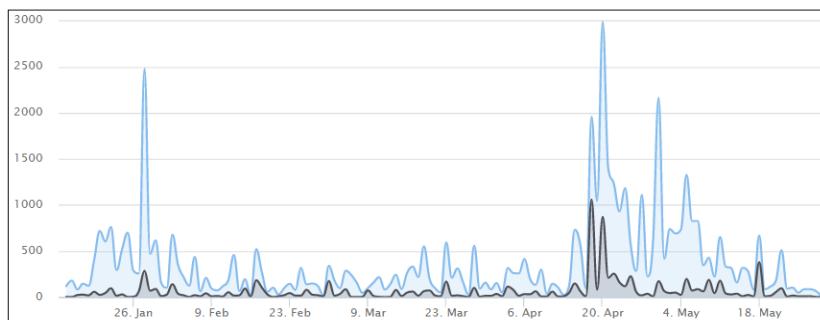
Tako se 20. aprila pojavio i masovno proširio hešteg #saleprangija (o kome će kasnije biti nešto više reči), dok se, takođe, posle kraće pauze ponovo insistiralo na heštegu #ostavka, pa su te dve hiperveze zajedno objavljene čak 6492 puta tokom izučavanog perioda. Ovaj vid aktivnosti u potpunosti je iskorenio obrise konstruktivne debate o temama vezanim za zaštitnika građana koja se u jednoj meri vodila tokom januara i februara, jer je i suprotstavljena strana – čija se aktivnost, zbog zamora od borbe sa provladinim tviterašima, smanjila tokom dvonedeljnog perioda najupornije astroturfing kampanje – (Primer 4: „@Kihot_ex_of #podrška. Imam pametnija posla od rasprave na „Twitteru”“ 20.04.2015, 01:10:39) prešla na korišćenje izlišnih kontranapada koji nisu doprinosili razvoju konstruktivne debate (Primer 5: „Danas šunka u sendviču pokidala! Komentari se sami pišu!” 20.04.2015, 13:58:29).

Važnu ulogu u astroturfing kampanji protiv ombudsmana imala je i tehnika vizuelnog materijala. Iako su se fotografijama, crtežima i drugim prikazima koristili i ombudsmanovi simpatizeri, koji su prvenstveno tvitovali javno dostupan vizuelni materijal kritično nastrojen prema medijskoj kampanji protiv zaštitnika (poput karikatura Predraga Koraksića i Dušana Petričića), najveći deo objavljenog vizuelnog materijala koji se našao na društvenoj mreži Tviter postavljen je od strane Jankovićevih oponentata. Zanimljivo je to da je različit vizuelni materijal sličnog opisa postavljan od strane velikog broja korisnika, što ukazuje na potencijalno postojanje sinhronizovane kampanje za koju je vizuelni sadržaj unapred pripremljen. U jednom broju slučajeva radilo se o prikazu Saše Jankovića u kom drži pištolj, dok je na oružju bio oslikan logo Demokratske stranke. Pojavila se i modifikovana fotografija Jankovića u kojoj je prikazan u oklopu Don Kihota, što je ismevalo njegovo korisničko ime na Tviteru. Dobar deo sadržaja prelazio je granicu dobrog ukusa prikazivanjem materijala koji aludira na ubistvo. Opisani vizuelni prikazi često su bili praćeni hipervezom #saleprangija (390 puta).

Druga vrsta vizuelnog materijala koji je objavljivan sa svrhom urušavanja Jankovićeve reputacije sastojala se od naslovnica i članaka Informera koji su vrlo pristrasno izveštavali o najnovijim događajima vezanim

za aferu 'Pištolj'. Vlasnik i glavni i odgovorni urednik Informera Dragan Vučićević redovno je u periodu nakon 18. aprila putem svog Tviter profila objavljivao naslovnice Informera koje su svakodnevno i bez izuzetka predstavljale Sašu Jankovića u negativnom kontekstu, a broj retvitova tih naslovnica varirao je između deset i sto u zavisnosti od dana na koji su objavljene. Ukupan rezultat njegovih i aktivnosti ostalih aktera koji su vodili aktivnu Tviter kampanju protiv Saše Jankovića proizveo je 8907 objava koje su imale vizuelni sadržaj, dok je samo 20. aprila objavljeno 1056 tvitova te vrste.

Grafikon 3. Tvitovi koji sadrže vizuelni materijal u odnosu na ukupan broj tvitova i retvitova



II) POLARIZACIJA DIGITALNE JAVNE SFERE PRISTRASNIM I UVREDLJIVIM DISKURSUM

Strategija astroturfinga tako je u velikoj meri uspešno ostvarila svoj cilj. U potpunosti je polarizovala debatu masovnim objavljivanjem pristrasnog i uvredljivog sadržaja, što je oponentima vladajuće partije ostavilo dve mogućnosti delovanja na Tviteru, od kojih su obe išle u prilog astroturfingima; ili da nastave svoju Tviter aktivnost na datu temu jednako pristrasnim sadržajem i tako dodatno doprinesu polarizaciji digitalne javne sfere ili da odustanu od rasprave tokom trajanja astroturfing kampanje, čime bi u potpunosti utišali javnu sferu, što je primarni cilj astroturfing kampanja ove vrste (Bulut & Yörük 2017, 4104).

Kvalitativna analiza sadržaja Tviter komentara ukazala je na nekolicinu uspešno plasiranih narativa koji su uticali na polarizaciju i banalizaciju debate, koji uglavnom slede optužbe iznete protiv Saše Jankovića na naslovnim stranama Informera. Izdvajaju se: posedovanje neregistrovanog pištolja (primer 6: „Nešto se pitam da li zaštitnik @Kihot_ex_of i danas drži nelegalno oružje... Jednom revolveraš, uvek revolveraš #pistolj“ 20.04.2015, 10:50:50), odgovornost za smrt Predraga Gojkovića (Primer 7:

„Da li je moguće da mirno spavaš @Kihot_ex_of monstrume??? #istina #porodicaGojkovic“ 30.04.2015, 19:18:53), mešanje u politiku navodnim pružanjem podrške Demokratskoj stranci (Primer 8: „A što ćemo ljubav kriti? Maske su pale. #SalePrangija i #demokrate su u ljubavi“ 22.05.2015, 18:55:30), previsoka plata (Primer 9: „Čiko, jesu li svi ti novci Vaši @Kihot_ex_of? Lepa plata, tri soma evrića, kao za deset radnika mučenika!“ 28.01.2015, 20:29:18), tvitovanje tokom radnog vremena (primer 10: „@blesan_sns @VitezLazar @SerbianPM @Kihot_ex_of Sad si već 3h na Tviteru u radno vreme, baš je mnogo. Molim premijera da ispita i preduzme nešto.“ 04.03.2015, 12:27:25), da kao ombudsman ne zastupa podjednako interese svih građana (Primer 11: „Ne budi licemer @Kihot_ex_of vidi se za koga radiš. Ti prava jednog deteta nisi zaštitio, šta da očekuju ostali? #ostavka“ 05.04.2015, 16:44:30) i tome slične opuzbe.

Iz navedenih primera jasno se vidi da Tviter komentare usmerene protiv Saše Jankovića oslikava i visok nivo emotivnog naboja, koji je pretežno ispoljavan tokom dvonedelnog perioda najagresivnije kampanje. Janković je nazivan ološem, lažovom, pa čak je – mada ne toliko često – otvoreno označavan kao ubica svog prijatelja. (Primer 12: „@Masa_Beograd Ubico,budi muško pa priznaj zašto si ga ubio i šta će tu Arkanov drug! Građani imaju pravo da znaju @KevaKosara @Kihot_ex_of“ 30.04.2015, 15:59:32) Istovremeno, uporno je pozivan da 'prizna', 'kaže istinu', 'prekine višegodišnje ćutanje', 'pogleda roditelje Predraga Gojkovića u oči', što se uklapalo u kontekst najčešće upotrebljavanog narativa; iskazivanja sumnje u 'zvaničnu verziju' događaja, što je aludiralo na to da se radi o slučaju zataškano ubistva. Neki korisnici Tvitera su se pitali kako je uopšte moguće da osoba sa tako mračnom prošlošću postane zaštitnik građana, što je bilo praćeno heštegom #samopitam, dok su drugi tvitali poruke poput one da Božja kazna stiže sve koji izbegnu ovozemaljsku pravdu, te su takve tvitove propratili heštegom #samokažem. Takvim diskursom astroturferi su podizali nivo ostrašćenosti kod učesnika debate, dok su preuzimanjem heštegova poput dva upravo navedena (koji su ranije bili upotrebljavani i od opoziciono nastrojenih Tviter korisnika) istovremeno 'spamovali' ili zatrpavali hiperveze koje su kritički nastrojene prema predstavnicima vladajuće partije i tako ih okretali u svoju korist (Centar za nove medije Liber: Studija slučaja 2015, 4).

Opisan vid aktivnosti u skladu je sa nalazima prethodnih studija čiji su rezultati ukazali na to da političke diskusije na Tviteru odlikuje pretežno polarizujući karakter, što smanjuje kvalitet diskursa, dovodi do usijanjanja debate i sputava razvitak konstruktivne digitalne javne sfere (Gunnarsson Lorentzen 2014, 330). Ono našta takođe ukazuju prethodne studije je činjenica da se političke debate retko pokreću na Tviteru, te da one zapravo više oslikavaju raspravu koja se odvija u štampanim i pre svega elektronskim

medijima (Kalsnes, Krumsvik & Storsu 2014, 314). Sprovedeno istraživanje takođe potvrđuje dato stanovište.

III) SINHRONIZACIJA NAPADA U NOVIM I STARIM MEDIJIMA

Pažljivim pregledom novinskih članaka, televizijskih vesti i relevantnih tvitova dolazi se do zaključka da je – tokom najvećeg dela trajanja kampanje protiv ombudsmana – Informer predvodio napade svakodnevnim plasiranjem sadržaja koji bi potom bio prezentovan u okviru informativnog programa televizije Pink, a zatim bi se pojavljivao i na Tviteru (Vladislavljević, Krstić & Pavlović 2019). Nakon 18. aprila i pokretanja afere 'Pištolj' od strane dnevnog lista Informer na nekoliko privatnih televizija emitovano je više emisija koje su govorile o smrti Predraga Gojkovića, dovodeći u pitanje rezultate istrage sprovedene 1993. godine. Najčešći učesnik ovih emisija bio je vlasnik Informera i voditelj emisije 'Teška reč' Televizije Pink Dragan Vučićević, koja je 5. maja 2015. godine takođe bila posvećena ovoj temi.

Svaka od ovih emisija bila je praćena komentarima gledalaca koji su svoje utiske postavljali na društvenoj mreži Tviter tokom emitovanja programa. Tako je 5. maja u periodu između 20:00 i 21:30 objavljeno 184 Tviter poruka koje u sebi sadrže ime navedene emisije ili hešteg #teskarec, a od toga čak 176 bilo je usmereno protiv ombudsmana ili poverenika Šabića, koji se u emisiji pojavio kao gost. Dan ranije, gostovanje Dragana Vučićevića na televiziji KCN kod voditelja i narodnog poslanika Vladimira Đukanovića takođe je praćeno sličnim brojem tvitova koji su većinom upućeni sa istih korisničkih naloga, dok je emisija o porodici Gojković emitovana 30. aprila na Televiziji Pink izazvala značajnu reakciju ombudsmanskih simpatizera, ali i lavinu tvitova postavljenih od strane provladinih astroturfera koji su pre, tokom i nakon emisije iz minuta u minut objavljivali komentare poput „Lako ćete za policiju, kako ćete majci pogledati u oči? #istina (Primer 13: 30.04.2015. 19:04:08)“ i „Jeziva priča, krv mi se sledila. Gde je #istina? #PorodicaGojkovic #pink (Primer 14: 30.04.2015, 19:04:34).“

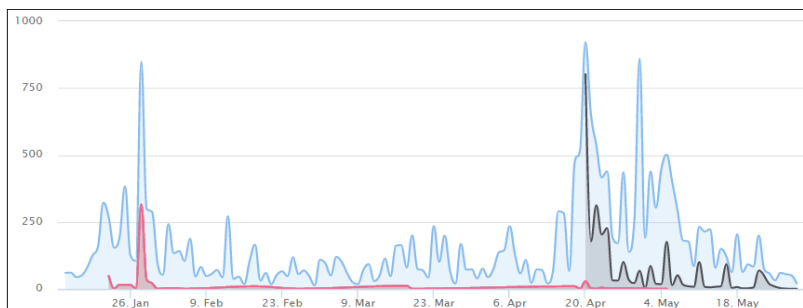
Dragan Šutanovac, koji je tokom afere 'Pištolj' pružio podršku Saši Jankoviću kako za skupštinskom govornicom, tako i na Tviteru, opisao je delovanje provladinih astroturfera koji su na Tviteru targetirali emisije poput gore pomenutih:

„Imao sam priliku da od jednog bota dobijem prezentaciju kako to rade, kako dobijaju naloge i kako su čak plaćeni po komentarama. To je jedan program u kome se pojave novinski naslovi i Vi dobijete tačno koje komentare na koje tekstove pišete i onda je cela Srbija umrežena od strane te SNS mreže gde neki mladi ljudi za pedeset, sto ili dvesta evra ceo dan provedu kucajući neke besmi-

slene komentare koji se neretko pojavljuju na više sajtova u istom obliku.“ (Beograd, 13.06.2016.)

Ovakav oblik organizovanog astroturfinga, koji je u slučaju 'Ombudsman' primenjen uz sinhronizaciju sa napadima u štampanim i elektronskim medijima, možda najbolje ilustruje primer heštega #saleprangija. Samo nekoliko minuta nakon što je 20. aprila 2015. godine na Televiziji Pink pročitano otvoreno pismo Željka Mitrovića u kom zaštitnika građana oslovljava podrugljivim nadimkom 'Sale prangija' objavljen je i prvi tvit sa pomenutom hipervezom koja je samo tog dana tvitovana i retvitovana 802 puta, što je 20. april učinilo najaktivnijim danom na Tviteru kada je u pitanju izučavani slučaj. Grafikon 4 ilustruje odnos broja tvitova i retvitova koji sadrže hipervezu #saleprangija u odnosu na ukupan broj individualnih tvitova objavljenih tokom tajanja Internet debate o zaštitniku građana, kao i u odnosu na najuspešniju kampanju Jankovićevih simpatizera koji su 28. januara pokrenuli hešteg #zaštitimo_zaštitnika.

Grafikon 4. Tvitovi i retvitovi koji sadrže #zaštitimo_zaštitnika (crveno) i #saleprangija (crno) u odnosu na ukupan broj tvitova



REAKCIJA OPOZICIONO OPREDELJENE TVITER ZAJEDNICE: ODBRANA ILI KONTRANAPAD?

1) PODIZANJE SVESTI: KOMENTARISANJE AKTUELNIH DOGAĐAJA I RETVITOVANJE JANKOVIĆEVIH KOMENTARA

Aktivnost Tviter korisnika koji su tokom afere 'Pištolj' (nakon 18. aprila) pružali podršku zaštitniku građana jeste bila proporcionalno manja u odnosu na napade kojima je bio izložen. Međutim, uzorkovani tvitovi ukazuju na značajniju zastupljenost Jankovićevih pristalica i oponentata tokom februara i marta 2015. godine, dok su u januaru (na samom početku konflikta između ombudsmana i predstavnika vladajuće partije) podržavaoci zaštitnika građana bili daleko aktivniji u okviru 'tvitosfere'. Na to ukazuje i prvi slučaj izražene aktivnosti prikazan u okviru prethodnog

grafikona, jer najveći broj tvitova objavljenih 28. januara zapravo predstavlja intepretaciju Jankovićevog obraćanja Odboru za kontrolu službi bezbednosti od strane njegovih simpatizera (koji su poruke na Tviteru postavljali u realnom vremenu, odnosno dok se putem Interneta uživo emitovao prenos sa zasedanja odbora). Pored pozitivnih komentara i hešte-gova o Jankovićevom nastupu – u okviru kog je predstavio svoj izveštaj o nepravilnostima u radu VBA i o incidentu na Paradi ponosa 2014. godine – deljene su i hiperveze (linkovi) putem kojih se uživo mogao pratiti prenos iz Narodne skupštine, kako bi se ostalim korisnicima društvene mreže Tviter skrenula pažnja na datu aktuelnost i tako podigla svest o političkom problemu vezanom za instituciju zaštitnika građana. Jedan od primarnih ciljeva reagovanja putem Tvitera u trenutku odvijanja određenog dešavanja je uticati na javno mnjenje isticanjem sopstvenog mišljenja čak i pre nego što mediji stignu da izveste širu javnost o datom događaju (Reuter & Szakonyi 2013, 32).

Način tvitovanja sličan onom ispoljenom tokom zasedanja Odbora za kontrolu službi bezbednosti Jankovići simpatizeri demonstrirali su i prilikom svečanosti priređene u čast zaštitnika građana u okviru koje mu je francuska ambasadorica u Beogradu (*Christine Moro*) 23. marta 2015. godine uručila orden za zasluge u rangu viteza, mada su tviteraši koji podržavaju ombudsmana ovom prilikom bili приметно manje aktivni nego tokom zasedanja Odbora za kontrolu službi bezbednosti.

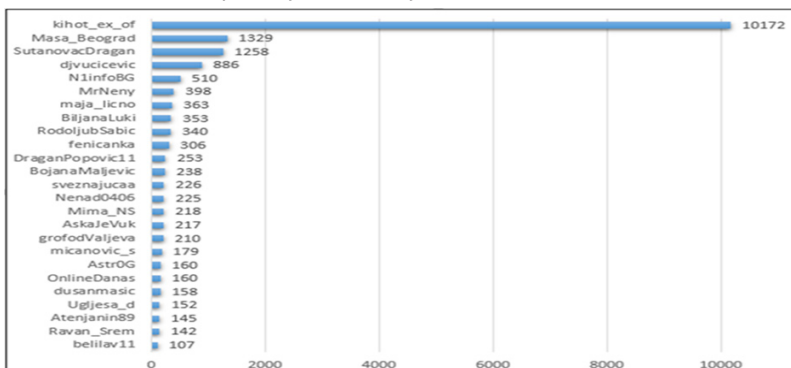
Iako tokom trajanja ovih događaja kod Jankovićevih pristalica nije detektovan isti nivo strateškog komentarisanja kao u trenucima kada su provladini astroturferi vršili svoje zadatke, određen nivo organizovanog delovanja postojao je i među opoziciono nastrojenim korisnicima društvene mreže Tviter.⁹ Važne razlike između ove vrste organizovane aktivnosti i one koju su primenjivali astroturferi je u tome što masovnost u broju tvitova jeste bila važna i Jankovićevim simpatizerima, ali ne i ključna kao astroturferima. Važnije je bilo objaviti nekoliko smislenih tvitova sa profila autentičnih Tviter korisnika koji imaju znatan broj pratilaca, jer bi ti tvitovi sami po sebi privlačili pažnju i tako obezbedili masovnost kroz retvitove. U tom smislu najlogičniji postupak bio je retvitovanje Jankovićevih tvitova, što je strategija koja je urodila plodom, našta ukazuje i grafikon na sledećoj strani, kao i popularnost tri najretvitovanije poruke koje je Janković objavio. Tvit „Hvala onima koji nisu ni sumnjali. Hvala i onima koji jesu, i to je u redu (Primer 15: 18.04.2015, 22:33:31)“, u okviru

9 Ovaj zaključak se donosi na osnovu činjenice da je tvitove ombudsmanovih simpatizera odlikovao očigledniji diverzitet u vidu sadržaja objavljenih poruka u odnosu na tvitove njegovih oponentata, kao i na osnovu podatka da su komentari u kojima je pružana podrška ombudsmanu objavljavani sa autentičnih profila u znato većem broju slučajeva nego komentari koji su ga pominjali u negativnom konetkstu.

kog je objavio i fotografiju demantija upućenog Informeru povodom prvog članka o aferi 'Pištoli', retvitovan je čak 768 puta, dok su sledeće dve najretvitovanije objave zaštitnika građana (jedna postavljena na Tviter 20. januara, a druga 20. aprila) podstakle 734, odnosno 431 retvit.

Činjenica da je za pristalice zaštitnika građana retvitovanje bilo znatno važnija strategija od tvitovanja vidi se i po broju pro-ombudsmanovih tviteraša među dvadeset-pet najretvitovanijih korisnika. Tako pored Jankovića, koji je ubedljivo prvi na ovoj listi sa 10172 retvitovanih objava, vidimo i Dragana Šutanovca (@SutanovacDragan) na trećem, Biljanu Lukić (@BiljanaLuki) na osmom, Rodoljuba Šabića (@RodoljubSabic) na devetom, Dragana Popovića (@DraganPopoic11) na jedanaestom, Bojanu Maljević (@BojanaMaljevic) na dvanaestom, nalog @Astrog na devetnaestom i Dušana Mašića (@dusanmasic) na dvadeset-prvom mestu, što zajedno sa Jankovićem predstavlja osam od dvadeset-pet pro-ombudsmanovih aktera, dok ih je među dvadeset-pet aktera sa najviše objavljenih tvitova bilo samo četiri. S druge strane, evidentirano je četrnaest provladinih aktera (od kojih su tri imali autentične profile, dok se ostali mogu opisati kao astroturferi), kao i dva naloga informativnih portala (@NiinfoBG i @OnlineDanas).

Grafikon 5. Dvadeset-pet najretvitovanijih korisnika



Pored retvitovanja, korišćena je i tehnika 'obeležavanja' profila sa kojih deluju provladini astroturferi, odnosno strategija podizanja svesti o njihovom postojanju. Učesnici debate koji bi primenjivali ovu strategiju koristili su hipervezu #snsbot, a u prilogu poruke ostavljali bi vizuelni prikaz serije tvitova sličnog ili identičnog sadržaja postavljenih sa 'botovskog' profila, odnosno seriju identičnih poruka objavljenih sa više različitih profila u kratkom vremenskom periodu (Primer 16: „OPREZ!!! Još jedan #snsbot na lajni @avucic“ 17.02.2015, 07:27:10). Međutim, s obzirom na veliki broj retvitova koji su objavljeni od strane Jankovićevih simpatizera, logično je se zapitati da li je astroturfing primenljiv i kao jedna od

njihovih komunikacionih strategija. Potencijalni ukazatelj na postojanje takve aktivnosti je i činjenica da je Dragan Šutanovac bio treći najretvitovaniji akter tokom trajanja slučaja 'Ombudsman', što aludira na moguće postojanje astroturfera i u strankama koje nisu na vlasti. Pitanje o astroturfing strategiji i njenoj primeni od strane vladajućih i opozicionih stranka postavljeno je predsedniku opozicione Nove stranke Zoranu Živkoviću, koji je u okviru odgovora na dato pitanje rekao:

„To su harange i buljuci botova koji stvarno to rade za tamo neki sendvič ili malo više od sendviča. Oni su spremni da retvituju, da edituju i da napišu šta god im se naredi. Naravno, postoje i ove druge grupe koje nisu organizovane na tako visok način, ali koje su ipak organizovane i za koje se kaže 'kontra-bot'. Oni se koriste istim metodama, ali sa pozitivnim predznakom.“ (Beograd, 24.10.2016.)

II) UMREŽAVANJE: KONEKTIVNA AKCIJA I PRIVLAČENJE PAŽNJE TRADICIONALNIH MEDIJA

Za razliku od stranačkih astroturfera, 'umrežene' *online* zajednice formiraju se spontano tako što Internet korisnici sličnih interesovanja uspostavljaju komunikaciju putem društvenih mreža, gde komentarišu aktuelne događaje, razmenju mišljenja, a ponekad i organizuju zajedničko delovanje, bilo u virtuelnom ili stvarnom svetu. Savremene komunikacione tehnologije smanjile su lične i kolektivne troškove udruživanja i održavanja veza između političkih istomišljenika, te se umrežene zajednice lako formiraju oko tema, simbola ili ličnosti (Bennett & Segerberg 2012, 748).

Dragan Popović – koji je po sopstvenom svedočenju (Beograd, 14.10.2015.) tokom medijske i *online* kampanje protiv Saše Jankovića pomogao pri pisanju saopštenja Kancelarije visokog komesara Ujedinjenih nacija za ljudska prava u kom se izražava zabrinutost zbog kontinuiranih pritisaka vlasti u Srbiji na zaštitnika građana i koji je inicirao i organizovao medijski vrlo propraćenu *online* peticiju pružanja podrške ombudsmanu u okviru koje je prikupljeno preko 4000 potpisa – tvrdi da je umrežavanje putem društvene mreže Tviter najviše doprinelo uspešnosti akcija poput pomenute peticije. U intervjuu sprovedenom za svrhe ovog istraživanja, govoreći o spontanoj podršci koja je nakon pokretanja Internet peticije pristizala sa svih strana Popović na dobar način opisuje strategiju 'konektivne akcije' (odnosno način na koji nastaje jedna umrežena *online* zajednica) kada govori o tome kako su mu se putem društvenih mreža i drugih komunikacionih kanala javljali mnogi građani koji su bili spremni da aktivno učestvuju u pružanju podrške zaštitniku građana na različite načine, neki od kojih su bili i javne ličnosti poput umetnika i političara.

„Nisu oni stali iza nečeg što sam radio ja ili CPP (Centar za praktičnu politiku) ili Kuća ljudskih prava, nego je to prosto bila jedna ogromna građanska akcija.“ (Beograd, 14.10.2015.)

Pored promovisanja i popularizacije peticije putem društvenih mreža; peticije koja je težila podizanju svesti o medijskim napadima i pritiscima sa kojima se suočavao zaštitnik građana, cilj je bio i privlačenje pažnje tradicionalnih medija radi dodatnog povećanja vidljivosti problema sa kojima se ombudsman suočavao, kao i vidljivosti podrške koja mu je tom prilikom pružena. Dragan Popović govorio je i o tome kako se samoinicijativno putem DM opcije na Tviteru umrežavao sa velikim brojem javnih ličnosti kako bi ih zamolio da potpišu peticiju i da je promovišu putem svojih profila i stranica na društvenim mrežama, jer su u medijima objavljive informacije o novim potpisnicima:

„Znaš kako mediji funkcionišu. Kad vide da je potpisao neko ko je zvučno ime ili ko obično ne potpisuje takve stvari, njima to bude zanimljivo. Na primer ja sam napravio... išao sam ciljano na neke ljude, tako da sam na primer sa <Umetnik1> se dogovorio da on to promoviše sve. On je vrlo isto bez rezerve stao iza nas, pa je pustio na svojoj Fejsbuk stranici koja ima možda, ono, ne znam koliko pratilaca... Meni je bilo važno ne samo što će <Umetnik1> da privuče mejnstrim medije, nego što smo na taj način dobacili do neke publike koja veze nema ni koje ombudsman...“ (Beograd, 14.10.2015.)

Da je aktivnost na Tviteru bila od velikog značaja za privlačenje pažnje tradicionalnih medija pokazuje i primer Dragana Šutanovca (Beograd, 13.06.2016.), koji navodi da se javnosti obraćao putem društvenih mreža jer ga novinari nisu kontaktirali da prokomentariše polemiku oko toga da li zaštitnik ima pravo na uvid u poverljivu dokumentaciju VBA (polemiku koja je nastala nakon ombudsmanove izjave da je VBA prisluškivala pripadnike opozicionih stranaka) iako je u to vreme bio član Odbora za kontrolu službi bezbednosti u Narodnoj skupštini, a pre toga i ministar odbrane od 2007. do 2012. godine. Međutim, istraživanje pokazuje da su Internet portali pojedinih dnevnih novina jednom prilikom preneli sadržaj njegovih tvitova, što ukazuje na značaj društvenih mreža za privlačenje pažnje štampanih i elektronskih medija. I sâm Janković navodi da je Tviter video kao sredstvo putem kog je najlakše mogao da plasira informacije u medije. Prema njegovim rečima, novinari su:

„...dolazili i trudili se da prenesu ono što sam ja na svom privatnom Tviter nalogu pisao i prenosili su na način koji bi trebao da pokaže o čemu se tu radi. Onda su ljudi koji u medijima ne prave agencijske vesti, već pokušavaju da analitički sagledaju stvari, prilično jasno od samog početka prozreli o čemu se radi.“ (Beograd, 13.06.2016.)

ZAVRŠNA REČ: POREĐENJE OPREČNIH STRATEGIJA I DOMET RAZVOJA DIGITALNE JAVNE SFERE U SRBIJI

Izučavanjem aktivnosti provladinih astroturfera i oponentata vlasti tokom trajanja slučaja 'Ombudsman' dolazi se do nekoliko opštih zaključaka o strategijama *online* komunikacije kojima su se koristile vladajuća struktura i njeni protivnici, kao i do zaključka o potencijalnom dometu razvoja digitalne javne sfere u Srbiji i njoj sličnim krhkim demokratijama Istočne i Jugoistočne Evrope. Pre svega, rezultati empirijskog istraživanja potvrđuju tvrdnje sajber-pesimista da je Internet kao sredstvo političke komunikacije svrsishodan ne samo oponentima populističkih vasti, već i vladajućim populističkim partijama, koje svojim *online* aktivnostima gotovo u potpunosti onemogućavaju pojavu smislene debate i razvoj konstruktivne digitalne javne sfere. Digitalna javna sfera u krhkim demokratijama poput Srbije tako ostaje segmentirana, a svaki novi politički sukob doprinosi njenoj dodatnoj polarizaciji. Zbog toga su medijske elite i dalje te koje kreiraju sadržaj, oblikuju informacije, određuju okvire javnog diskursa i te koje se, uprkos tehnološkim inovacijama, retko upuštaju u deliberativni proces sa konzumentima digitalnih medija (Rasmussen 2014, 1320), dok Internet korisnici – kao što pokazuju rezultati istraživanja – više reaguju na sadržaj koji plasiraju tradicionalni mediji nego što ga sami kreiraju (čitava podrška zaštitniku građana prevashodno je bila reakcija na kampanju štampanih i elektronskih medija), iako nisu u potpunosti samo pasivni konzumenti, što potvrđuje i primer pokretanja peticije podrške ombudsmanu.

Što se tiče konkretnih strategija *online* komunikacije, prikupljeni empirijski podaci jasno ukazuju na to da je delatnost provladinih aktera u znatno većoj meri hijerarhijski organizovana i centralizovana, što olakšava sprovođenje defanzivnih strategija poput polarizacije debate o političkom problemu na koji ukazuju oponenti vladajućih struktura, ali i ofanzivnih strategija poput sinhronizovanih astroturferskih i medijskih napada na političke protivnike. S druge strane, uspešna implementacija strategija primenjenih od oponentata vlasti poput podizanja svesti i umrežavanja zavisi ne toliko od organizovanog delovanja koliko od samoinicijative nekoliko posvećenih aktivista i njihove sposobnosti da privuku pažnju šire javnosti i tradicionalnih medija, kao i sposobnosti da se povežu sa Internet korisnicima koji imaju primetan broj pratilaca na društvenim mrežama, poput javnih ličnosti. Ipak, masovno komentarisanje pokazalo se kao najproduktivnija strategija, jer su Tviterom na kraju preovladali astroturferi, što ukazuje na to da je se strategijama umreženog autoritarizma teško suprotstaviti i da Internet ima svoje granice kao tehnologija slobode. Sâm sukob je rešen prvenstveno putem političkog pritiska iz Evropske unije, a ne *online* aktivnošću ombudsmanovih pristalica.

LITERATURA

- Al-Saqaf, Walid. 2016. "Mecodify: A tool for big data analysis & visualization with Twitter as a case study" *Stockholm University*, available from: <https://mecodify.org/mecodify-whitepaper.pdf> (accessed: March 2017): 1–15.
- Barney, Darin. 2000. *Prometheus Wired: The Hope for Democracy in the Age of Network Technology*. Sydney: UNSW Press
- Bennett, Lance & Alexandra Segerberg. 2012. "The Logic of Connective Action" *Information, Communication & Society*, 15 (5): 739–68.
- Buchstein, Hubertus. 1997. "Bytes that Bite: The Internet and Deliberative Democracy" *Constellations: An International Journal of Critical and Democratic Theory*, 4 (2): 248–63.
- Bulut, Ergin & Erdem Yörük. 2017. "Digital Populism: Trolls and Political Polarization of Twitter in Turkey" *International Journal of Communication*, 11 (1): 4093–117.
- Calhoun, Craig. 1992. "Introduction" In ed. Craig Calhoun. *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Dahlberg, Lincoln. 1998. "Cyberspace and the Public Sphere: Exploring the Democratic Potential of the Net" *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22 (2): 147–62.
- Deibert, Ronald & Rafal Rohozinski. 2010. "Liberation vs. Control in Cyberspace" *Journal of Democracy*, 21 (4): 43–57.
- della Porta, Donatella & Alice Mattoni. 2015. "Social Networking Sites in Pro-democracy and Anti-austerity Protests: Some Thoughts from a Social Movement Perspective" In ed. Daniel Trotter & Christian Fuchs. *Social Media, Politics and the State: Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and YouTube*. New York: Routledge.
- Denisova, Anastasia. 2017. "Democracy, Protest and Public Sphere in Russia After the 2011–2012 Anti-Government Protests: Digital Media at Stake" *Media, Culture & Society*, 39 (7): 976–94.
- Eriksen, Erik. 2012. "An Emerging European Public Sphere" *European Journal of Social Theory*, 8 (3): 341–63.
- Fortier, François. 2001. *Virtuality Check: Power Relations and Alternative Strategies in the Information Society*, London: Verso.
- Fuchs, Christian. 2014. "Social media and the public sphere" *TripleC*, 12 (1): 57–101.
- Gak, Martin. 2016. "The Public Sphere: Migration of Normative Principles and the Digital Construction of Transnational Ethics" In ed. Athina Karatzogianini, Dennis Nguyen and Elisa Serafinelli. *The Digital Transformation of the Pub-*

- lic Sphere: Conflict, Migration, Crisis and Culture in Digital Networks*. London: Palgrave Macmillan.
- Gunnarsson Lorentzen, David. 2014. "Polarisation in political Twitter conversations" *Aslib Journal of Information Management*, 66 (3): 329–41.
- Habermas, Jürgen. 1962. *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied: Luchterhand.
- Hepp, Andreas et al. 2012. *Politische Diskurskulturen in Europa: Die Mehrfachsegmentierung europäischer Öffentlichkeit*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kalsnes, Bente; Arne Krumsvik & Tanja Storsu. 2014. "Social media as a political backchannel: Twitter use during televised election debates in Norway" *Aslib Journal of Information Management*, 66 (3): 313–28.
- Liber. 2015. "Astroturfing u Srbiji: Društveni eksperiment i digitalna pismenost" *Centar za nove medije Liber*, Novi Sad: Liber.
- Liber. 2015. "Studija slučaja: utvrđivanje političke polarizacije na Tviteru i otkrivanje strateškog delovanja određenih političkih formacija (botova), na primeru online događaja #KZN" *Centar za nove medije Liber*, Novi Sad: Liber.
- MacKinnon, Rebecca. 2011. "China's 'Networked Authoritarianism'" *Journal of Democracy*, 22 (2): 32–46.
- Maréchal, Nathalie. 2017. "Networked Authoritarianism and the Geopolitics of Information: Understanding Russian Internet Policy" *Media and Communication*, 5 (1): 29–41.
- Morozov, Evgeny. 2011. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, New York: Public Affairs.
- Nguyen, Dennis. 2016. "Analysing Transnational Web Spheres: The European Example During the Eurozone Crisis" In ed. Athina Karatzogianni, Dennis Nguyen and Elisa Serafinelli. *The Digital Transformation of the Public Sphere: Conflict, Migration, Crisis and Culture in Digital Networks*. London, Palgrave Macmillan.
- Papacharissi, Zizi. 2002. "The virtual sphere: The internet as a public sphere" *New Media and Society*, 4 (1): 9–27.
- Pearce, Katy & Sarah Kendzior. 2012. "Networked Authoritarianism and Social Media in Azerbaijan" *Journal of Communication*, 62 (2): 283–98.
- Rasmussen, Terje. 2014. "Internet and the Political Public Sphere", *Sociology Compass*, 8 (12): 1315–29.
- Reuter, Ora John & David Szakonyi. 2013. "Online Social Media and Political Awareness in Authoritarian Regimes" *British Journal of Political Science*, 45 (1): 29–51.

- Sampredo, Víctor & Avidad, Mayra. 2018. "The Digital Public Sphere: An Alternative and Counterhegemonic Space? The Case of Spain" *International Journal of Communication*, 12 (1): 23–44.
- Schäfer, Mike. 2010. "Digital Public Sphere" in: Gianpietro Mazzoleni (ed.), *The International Encyclopedia of Political Communication*. London: Blackwell Publishing.
- Vladisavljević, Nebojša. 2014. "Competitive Authoritarianism and Popular Protest: Evidence from Serbia under Milosevic" *International Political Science Review*, 37 (1): 36–50.
- Vladisavljević, Nebojša; Aleksandra Krstić & Jovica Pavlović. 2019. (forthcoming) "Communicating power and resistance in democratic decline: The 2015 smear campaign against Serbia's ombudsman" In ed. Voltmer, K. et al. *Media, Communication and the Struggle for Democratic Change: Case Studies on Contested Transitions*. Palgrave Macmillan, London.
- Zhang, Jerry, Darrel Carpenter & Myung Ko. 2013. *Online Astroturfing: A theoretical perspective*, University of Texas at San Antonio, Research Paper: 1–7.
- Digitalization of the Public Sphere in Serbia: Online Executive Power Pressure on the Ombudsman and the Reaction of the Oppositional Twitter Community

SUMMARY

DIGITALIZATION OF THE PUBLIC SPHERE IN SERBIA: ONLINE EXECUTIVE POWER PRESSURE ON THE OMBUDSMAN AND THE REACTION OF THE OPPOSITIONAL TWITTER COMMUNITY

This study examines the activity of Twitter users (*twitter.com*) who participated in the debate regarding the quality of service provided by Serbian ombudsman Saša Janković, which (having lasted from January to May of 2015) later developed into a discussion about his personal past. The research problem is to identify and compare online discourses, strategies and techniques used by pro and anti-government participants of digital debates in a political context such as that of contemporary Serbia, in which the public sphere is still mainly shaped by traditional media even though digital discourses are influential. The aim of the study is to **a)** examine online communication strategies utilized by the ruling parties in their attempt to maintain hegemony over public debates **b)** analyse the methods used by government opponents through which they attempt to mobilize public support online **c)** compare communication strategies of the opposing sides. The purpose of this study is to provide fresh empirical findings regarding the political role of new media in weak democracies, as previous works have mostly concentrated on the political role of social media in developed democracies and authoritarian regimes. The results confirm that 'networked authoritarianism' is successful in hindering anti-government discourses and online activity, as it polarizes the 'digital public sphere', but the

findings also indicate that anti-government strategies of 'networking' and 'raising awareness' play an important role for opposing the government online.¹⁰

KEY WORDS: Ombudsman, Twitter, digital public sphere, networked authoritarianism, astroturfing, Serbia

10 This study is based on the project 'Media, Conflict and Democratisation' (Principal Investigator: Katrin Voltmer, University of Leeds, UK). The project has received funding from the European Union's Seventh Framework Programme for research, technological development and demonstration under grant agreement no 613370. For more information see www.mecodem.eu.