

# 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  
mart 2015.

Na Tviteru postoje dve jasno polarizovane političke grupacije: pozicija s jedne, i cela opozicija s druge strane, od kojih je opoziciona mreža brojčano i produktivno jača, ali kao grupacija više različitih opozicionih partija, ideologija i opredeljenja pojedinaca, sa nejasnim granicama između njih. U isto vreme, poziciona politička tviter mreža je čvršće strukturirana i ponaša se po predvidivom modelu komunikacije, oponiranja neistomišljenicima i podrške sopstvenoj grupi. Komunikacija na istom kanalu, kao što je posmatrani #KZN, povezuje samo na makro nivou ove dve grupacije, a po svim ostalim parametrima pokazuje njihovu segregiranost.

Utvdili smo i da postoje pojedinci u svakoj grupi koji su "uposleni" i "zainteresovani" i po ponašanju se razlikuju od "prolaznika" određene mreže.

U opozicionoj grupi definisali smo sa velikom sigurnošću samo jednu političku opciju za koju se može reći da se ponaša formacijski, odnosno, ima tviter-naloge koji sprovode zadatak na mreži.

Analizirajući studiju slučaja korišćenja kanala #KZN (konferencija za novinare) u dva navrata, 12. i 17. februara 2015. bavili smo se istraživanjem u kojoj meri ova društvena mreža definiše političke grupacije različitih političkih orijentacija, kao i da li može da se utvrdi aktivnost i **dokaže prisustvo "botova", shvaćenih na način aktivista na mreži sa određenim zadatkom**. Proučavali smo reakcije učesnika konverzacije #KZN i otkrili dve potpuno polarizovane mreže koje politički komuniciraju na istu temu, snažno konfrontirane. Posmatrali smo i matricu ponašanja, veze između pojedinaca i grupa, sadržaj tvitova i ključne reči, iz čega smo pronašli da jedna grupacija izvršava strogo definisan zadatak na Tviteru i da još jedna vrlo verovatno izvršava zadatke na ovoj mreži.

## Metodologija

Korišćenjem aplikacije<sup>1</sup> za agregaciju tvitova koji sadrže ključnu reč #kzn, urađena je prva linearna analiza sentimenta sadržaja tvitova, a potom smo uradili i dodatnu, direktnu analizu svakog pojedinačnog tvita, njegovog autora i uticaja tvita na mikro i makro mrežu. Obradili smo ukupno 760 originalnih statusa sa oba događaja, koji su po količini tvitova distribuirani prilično ujednačeno: 398 statusa iz 12. februara i 362 statusa iz 17. februara 2015. godine.

Online događaj 12. februara je imao za temu najavu odlaska premijera u Hrvatsku na inauguraciju predsednice, a drugi, 17. februara, imao je glavnu temu Esmark i privatizaciju železare.

Svaki od dva online događaja, po sentimentu smo analizirali na dva načina:

1) dodeljujući raspoložive sentimente svakom tvitu na osnovu sadržaja i konteksta, kao pozitivan (podrška #KZN), negativan (oponiranje #KZN), i kao varijetet govora mržnje prema drugoj strani (učesnici podrške i oponiranja, prema suprotstavljenj grupi), u cilju definisanja odnosa.

---

<sup>1</sup> Tvitni.me

2) dodeljujući samo pozitivne (podrška #KZN) i negativne (oponiranje #KZN) sentimente, kako bismo jasno diferencirali postojanje dve odvojene grupacije, u cilju definisanja polarizacije mreže.

U oba slučaja status irelevantnih tvitova smo dodelili onima koji sadrže #KZN u statusu, ali se on ne odnosi na konferenciju za novinare, već pripada nekoj drugoj mreži, temi ili jeziku) i ovi podaci nisu ušli u analizu, niti u merenje reach i impressions podataka.

Direktna kvalitativna analiza rađena je iščitavanjem statusa, definisanjem veza između alatki za komunikaciju: RT, favorites i @reply, odnosno, @mentions, kao i upoređivanjem mikromreže svakog učesnika na kanalu #KZN sa ostalim učesnicima konverzacije.

Unakrsnim korišćenjem različitih alatki<sup>2</sup> za analizu tviter profila i mreža, istraživali smo i upoređivali mikro, mezo i makro<sup>3</sup> mreže svakog učesnika i grupa učesnika, koje su pomogle utvrđivanju omeđenosti grupa, odnosno, poveznicama između grupa i pojedinaca.

Otkrili smo **dve međusobno polarizovane grupe koje se ponašaju u izrazito segregacionoj strukturi, sa ekstremno niskim međusobnim vezama i preklapanjem mreža** (following/followers). To znači da se članovi jedne, odnosno druge grupe, međusobno ne prate i ne dele istu mrežu, i tokom ova dva online događaja stupaju retko u kontakt putem @reply opcije i pominjanja (mentions).

Raspored "snaga" između ove dve grupacije ide u brojčanu korist opozicije (ovde nazvane **kontra-KZN**) kao grupe više političkih opcija i pojedinaca, čija osnovna zajednička osobina prilikom komuniciranja poruka nije promocija vrednosti i distinkcije određene opozicione strane, već kontriranje vladajućoj, pozicionoj političkoj partiji (ovde nazvana **pro-KZN**).

Brojčana prednost oponenta #KZN (kontra-KZN) je dokazana brojem originalnih statusa, brojem pojedinačnih učesnika i merenjem doseg poruka (reach). Merenjem vidljivosti poruka (impressions) utvrđeno je da je podrška #KZN (pro-KZN) dostigla veću vidljivost [vidi RT & fave].

12. februara to izgleda ovako:

|            | Broj učesnika | Broj statusa | Prosečan broj statusa po korisniku | Reach   | Impressions |
|------------|---------------|--------------|------------------------------------|---------|-------------|
| pro-KZN    | 37            | 176          | 4,7                                | 89.924  | 1.031.427   |
| kontra-KZN | 101           | 222          | 2,2                                | 151.978 | 591.385     |

Tabela 1: Rezultati kvantitativnog merenja

### **Konverzacija pro-KZN versus kontra-KZN**

U ovoj studiji slučaja posmatrali smo pozitivne (pro-KZN), odnosno negativne (kontra-KZN) nosioce poruka u odnosu na temu hashtaga #KZN i glavnog subjekta konferencija za novinare, premijera Aleksandra Vučića. Takođe, istraživali smo retweet, fave i @reply odnose između pojedinaca tokom dva #KZN događaja i tako izolovali dve polarizovane mreže. Utvrdili smo i da retweet/fave mreže funkcionišu po izrazito segregacionoj strukturi, razdvajajući se u dve suprotstavljene grupe gde jedna odgovara poziciji, a druga političkoj opoziciji. S druge strane, *mentions* veze ne funkcionišu na taj način, i opcija @reply ili pominjanje, odvija se na potpuno dva različita načina: ili da podrži istomišljenika, ili da u konverzaciju uvuče neistomišljenika radi

<sup>2</sup> Followerwonk, Truthy project, Infonodus, Twiangulate, TweepDiff, SocialBro

<sup>3</sup> po Bruns & Moe, 2014

"obračuna".

## *Uposleni, zainteresovani i prolaznici*

Posmatrajući odnos prema samoj temi #KZN, jasno smo odredili dve segregirane grupe, čiji članovi mogu dalje da se podele na "**uposlene**" i "**zainteresovane**" članove mreža, kao i "**prolaznike**", nezavisne učesnike komunikacije<sup>4</sup>.

**Uposleni** su oni koji se pojavljuju na oba događaja i proizvode 5 i više tvitova<sup>5</sup>, a **zainteresovani** su korisnici su oni koji na kanalu prave 3 ili 4 originalna statusa. Učesnike koji imaju jedan ili dva statusa koji sadrže #KZN u ovom posmatranom slučaju, nazvali smo **prolaznicima** smatrajući da dolaze usput, zbog trendovanja teme i znatiželje ili iskazivanja stava, a ne zbog izvršavanja zadatka podrške ili oponiranja. Polazeći od toga da 40,5% tviter korisnika prosečno tvitne 5 originalnih statusa u toku celog dana (ne računajući @reply već samo otpočinjanje konverzacije<sup>6</sup>), a svega 16.5% tvitne više od 10 originalnih statusa dnevno, smatrali smo da je svaka aktivnost preko 3 statusa na jednu istu temu - #KZN, pokazuje snažan nivo zainteresovanosti, a 5 i više - otkriva uposlenog na temi.

Tako je u grupaciji pro-KZN, 12. februara otkriveno čak 27 uposlenih koji imaju najmanje 5 a najviše 41 originalni tvit koji sadrži #kzn, u vremenskom periodu od 60 minuta, što za prvog govori o aktivnosti od 1.5 originalnog tvita u minuti. Zainteresovanih u ovoj grupi ima još 10 učesnika koji imaju 3 ili 4 statusa na ovu temu, što odgovara ukupnom broju od 37 pro-KZN individualnih učesnika ukupno u toj mreži. U njoj ima 0 prolaznika, odnosno, nema nijednog naloga koji je tvitnuo manje od 3 puta.

U mreži kontra-KZN istog dana pojavljuje se ukupno 101 učesnik, od čega pronalazimo 23 uposlenu koji proizvode od 5 do 20 originalnih statusa za sat vremena na istu temu, 14 zainteresovanih koji imaju 3 ili 4 statusa u istom periodu. U ovoj mreži identifikujemo čak 64 prolaznika, više od polovine, koji imaju 1 ili 2 originalna statusa na ovu temu.

|            | Uposlenih | Zainteresovanih | Prolaznika |
|------------|-----------|-----------------|------------|
| pro-KZN    | 73%       | 27%             | 0%         |
| kontra-KZN | 23%       | 14%             | 63%        |

Tabela 2: Udeo uloge pojedinaca na kanalu #KZN 12. februara

## *Analiza političkog konteksta analizom upotrebe dodatnog hashtaga*

Sve tvitove koji su uz zadat hashtag kanala #KZN, sadržali bar još jedan koji ukazuje na politički kontekst, definisali smo kao "**stranačku komunikaciju**".

U svih 176 pro-KZN originalnih tvitova 12. februara, utvrđena je stranačka komunikacija. Čak 135 koristi dodatno i #Vucic, a 9 #Vučić, što ukazuje na radni zadatak uposlenih i zainteresovanih da se tvituje sa dva hashtaga: #kzn + #vucic, odnosno #vučić. Pronalazimo i dva slučaja s tipografskom

<sup>4</sup> Adaptacija i prilagođavanje termina "zaposleni" (workers) i "nezaposleni" (non-workers), ref: Crowdturfers, Campaigns, and Social Media: Tracking and Revealing Crowdsourced Manipulation of Social Media -- Kyumin Lee, Prithivi Tamilarasan,

<sup>5</sup> Analitika globalnih trendova na Tviteru za 2014. po Sysomons

<sup>6</sup> ibid

greškom #Vucuc i #Vuci i pripisujemo ukupnom zbiru. Ovakva konverzacija čini udeo od čak 82% od svih pro-KZN tvitova. 17. februara se ova situacija ponavlja u 60% tvitova, ali se pronalazi i 6% tvitova koji sadrže dodatno i #ds. Na osnovu ovoga, sa velikom sigurnošću možemo govoriti o stranačkoj komunikaciji i pripadnosti organizovanoj mreži sa određenim zadatkom za uposlene i zainteresovane članove: *tvitujete podršku korišćenjem hashtagova #kzn i #vucic*.

U 221 kontra-KZN slučaja konverzacije 12. februara pronalazimo takođe #Vucic, u 7% statusa, a 17. februara u 5%. Ostali hashtagovi koje nalazimo u ovoj konverzaciji se pojavljuju samo jednom i ne ukazuju na zadatak i nisu relevantni za istraživanje. Oni su više proizvoljno izvedeni i upotrebljeni hashtagovi nastali u trenutku (#dugo\_putovanje\_u\_noć, #glumac, #samopitam 12. februara i #zelezara, #vlada, #esmark 17. februara...). Stoga kontra-KZN mrežu ne možemo jasno definisati kroz određenu političku pripadnost po ovom kriterijumu, već i dalje samo sa određenom kontra-političkom delatnošću, odnosno, kao opštu mrežu sa opozicionom konverzacijom.

Iz tvitova koji sadrže relevantan politički hashtag #Vucic ili #Vučić, možemo da konstruišemo političke mreže koje predstavljaju političku komunikaciju podrške, odnosno, uposlene korisnike na pro-KZN zadatku. Budući da je bilo nemoguće pronaći relevantan uzorak političkog hashtaga u mreži kontra-KZN, osim 7%, odnosno 5% pojavljivanja #Vucic u negativnom kontekstu, nije bilo moguće ukazati na sličan zadatak učesnika u ovoj grupaciji po ovom kriterijumu.

| + #vucic, #vučić | pro-KZN | kontra-KZN |
|------------------|---------|------------|
| 12. februar      | 82%     | 7%         |
| 17. februar      | 60%     | 5%         |

Tabela 3: Upotreba dodatnog političkog hashtaga za određivanje stranačke komunikacije

Zato smo se u sledećem koraku fokusirali na korisnik-korisnik interakcije: pominjanje drugih (@reply), ponavljanje poruke (RT) i favorizovanje (fave) tvitova u komunikaciji, na osnovu čega smo definisali poveznice između učesnika konverzacije na obe strane.

### ***RT, favorites & @reply i kriterijum sličnosti poruka kao ukazivanje na veze/zadatak***

Naše inicijalno istraživanje korišćenja RT i fave opcije sugerise da korisnici pre svega retvituju i fejuvu one korisnike sa kojima se politički slažu, dok se opcija @reply ili mention najčešće pojavljuje kada se oponira između korisnika dve jasno suprotstavljene grupe. U dirigovanom i dogovorenom okruženju RT i fejuv ponašanje pro-KZN grupe u potpunosti odgovora uputstvu datom grupi, pod uslovom da je donje uputstvo autentično<sup>7</sup>:

<sup>7</sup> Izvor: Opozicionar

## Twitter

- Twitter tim predstavlja našu stranku na Twitteru.
- Članovi twitter tima treba da prate akcije i aktivnosti koje se koordinišu preko Fejsbuk grupe za Twitter.
- Svi članaovi tima su obavezni da RT i FV (reetweet-uju i favorite-uju) tvitove zvaničnih naloga koje postavimo na zid grupe.
- Članovi tima učestvuju u debatama na određene teme, pre svega na političke emisije i aktuelne teme koje su određene sa # (heštagom)

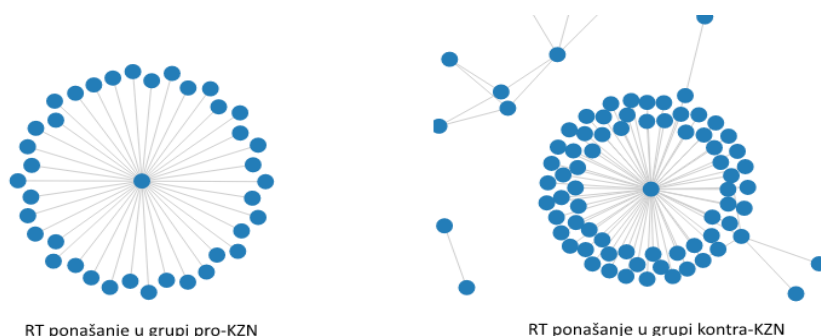
*Ilustracija 1: Deo uputstva internet timu pro-KZN za čiju autentičnost ne možemo da garantujemo, iako smo utvrdili ponašanje ove grupe 1:1 u odnosu na ovo uputstvo*

Pojedinačnom i neposrednom analizom sadržaja poruka obe grupe, utvrdili smo da su svi originalni tvitovi pro-KZN međusobno veoma slični, dok su poruke kontra-KZN većinski potpuno različite, dok je mali broj u ovoj mreži veoma sličan. Takođe, direktnom analizom RT, Fave i @reply opcija na svakom tvitu, utvrdili smo da se RT i Fave koriste u istoj grupi kao podrška i dodatna homogenizacija svoje mreže, dok su @reply, odnosno, mention konverzacije politički heterogene i koriste se za "prepućavanje" sa neistomišljenicima.

## RT & Fave

RT i fave mreža pokazuje najmanje jednu jasno omeđenu grupu korisnika, bez satelita, i to među pro-KZN korisnicima.

Članovi pro-KZN, posmatrani kroz aktivnost RT i feyv, su veoma slični, dok su korisnici kontra-KZN manje slični. Primetili smo da je u RT i feyv mreži grupa pro-KZN izrazito kohezivna i da je ta zajednica homogena, ali i ograničena na svoj krug.



*Ilustracija 2: Prikaz mreže korišćenja RT i feyv opcija za komunikaciju #KZN*

Na Ilustraciji 2 se vidi da nedogovorena grupa, kontra-KZN, ima više prstenova komunikacije putem RT i fejk opcije, i više puta potpuno izlazi iz mezo-mreže, dok pro-KZN grupa ostaje u definisanom mikro-krugu. Iz ovog prikaza možemo zaključiti da zatvaranje u određeni krug istomišljenika, kao što to čini pro-KZN grupa, smanjuje doseg poruka, ali da neprekidna aktivnost doslednog uzajamnog retvitovanja povećava njihovu potencijalnu vidljivost\* (veći impression pro-KZN, Tabela 1).

\*Ovo je dokaz da je broj koji označava vidljivost, odnosno metrika impressions, zapravo lažna predstava o stvarnoj vidljivosti poruke. Impressions se može povećati dogovorenom strategijom međusobnog doslednog ponavljanja poruka (RT), ali to ne povećava stvarnu vrednost širenja poruke - doseg ili reach, ukoliko se ne izlazi iz svoje mreže. Ilustracija 2. pokazuje da grupa pro-KZN uopšte ne izlazi iz svoje mreže. Retvit omogućava da se jedna poruka potencijalno stvarno prikaže više puta, ali ako to ostaje u okviru istog kruga i ne izlazi iz njega (retvituju se jedni te isti korisnici tvitera), ta **vidljivost se ne širi u druge mreže (reach), već se slaže, gomila jedna na drugu u istom krugu gde ostaje zarobljena.** U tom smislu, nadmoć koju pro-KZN mreža dobija merenjem impressions je - bezvredna.

Najplodnijih 5 učesnika podrške grupi pro-KZN 12. februara, dodeljuje ukupno 100 RT i 490 fejk opcija istomišljenicima. Ti isti korisnici su autori ukupno 130 tvitova. Poređenjem sa prosekom da se prirodna aktivnost na tviteru sastoji od 95% proizvodnje originalnih tvitova, a 5% RT akcija<sup>8</sup>, zapažamo da ova grupa demonstrira neprirodno ponašanje podizanjem RT aktivnosti na 43%, što je 8 puta iznad opšteg proseka globalne tvitosfere. Međutim, to im donosi i potencijalnu nadmoć u vidljivosti.

U kontra-KZN grupaciji, pet najplodnijih učesnika po broju originalnih tvitova sa #kzn proizvode 88 originalnih tvitova, a u isto vreme drugima dodeljuju ukupno 20 RT i 141 fejk (od čega samo jedan autor dodeljuje 103 fejva tuđim tvitovima). U ovoj mreži prosečna upotreba RT opcije ima udeo od 18.5%, odnosno, tri i po puta je veća od opšteg proseka.

|                    | pro-KZN | kontra-KZN | globalni dnevni prosek |
|--------------------|---------|------------|------------------------|
| RT                 | 43%     | 18.5%      | 5%                     |
| Originalni tvitovi | 57%     | 81.5%      | 95%                    |

Tabela 4: Odstupanje od proseka u aktivnosti

Analizom međusobnih RT i fave komuniciranja, u pro-KZN otkrivamo da se najplodniji autori tvitova međusobno hrabre RT i fejk opcijom u 90% uzajamnih slučajeva, a da je međusobno retvitovanje i fejkovanje statusa u grupi kontra-KZN na nivou incidenta, odnosno, manje od 2%. Iz toga smo definisali **ponašanje pro-KZN kao neprirodno, a ponašanje kontra-KZN kao prirodno** ponašanje.

Ipak, u prva tri mesta po količini fejkova na jedan tvit, najviše fejkova dobijaju tvitovi iz kontra-KZN mreže (40, 30 i 24), a status sa najviše fejkova pro-KZN grupe dobija 23 fejva tokom trajanja online događaja. Ovde je važno napomenuti da u trenutku pisanja izveštaja aktuelna situacija više ne odgovara ovom brojnom stanju, jer je u narednom periodu, nakon samog događaja porastao broj fejkova na posmatranim statusima i ovo stanje odgovara samo ispitivanim datumima, na dan događaja.

Posebno je zanimljivo da među prva tri rangirana statusa iz kontra-KZN, po broju fejkova samo

<sup>8</sup> Twopcharts, april 2014.

10% dobija fejkove profila koji su uposleni na konverzaciji na #kzn. Međutim, u 30% fejkova pro-KZN grupe, fejkovi dolaze od uposlenika pro-KZN konverzacije sa 70% od zainteresovanih. Ova situacija se može dodati argumentu da je pro-KZN grupa jasno organizovana formacija čiji zadatak je i međusobna podrška, a da oni koji su uposleni na proizvodnji originalnog sadržaja, imaju manje vremena za proizvodnju RT i fejk opcije.

| RT & fave primanje | Od uposlenih | Od zainteresovanih | Od prolaznika | Od neučesnika #KZN |
|--------------------|--------------|--------------------|---------------|--------------------|
| pro-KZN            | 30%          | 70%                | 0%            | 0%                 |
| kontra-KZN         | 10%          | 12%                | 16%           | 62%                |

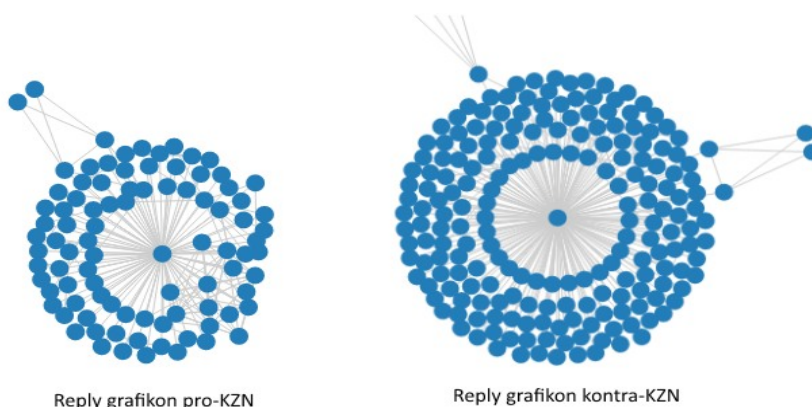
Tabela 5: Udeo učešća opcija RT i fejk od strane učesnika #KZN

## @Reply

Analizom ponašanja u akciji @reply ili @mentions, primećuje se interakcija između dve grupe, i to samo u slučajevima izjava učesnika pro-KZN na koje odgovaraju članovi kontra-KZN ili pojedinci izvan #KZN konverzacije. U nasumično odabranih 10 primera originalnih statusa koji su imali @reply ili @mentions, pronalazimo **istomišljenike na kontra-KZN izjavama, i oponente na pro-KZN statuse.**

Ova strukturna razlika ima posebnu važnost u odnosu na političku komunikaciju, jer znamo da odgovori i komunikacija kroz @reply i @mentions jesu kanal komunikacije kroz koji je korisnik izložen informacijama i mišljenjima drugih, na koje nije mogao biti unapred pripremljen, niti ih je mogao izabrati. Ako ponašanje RT i fejk posmatramo kao iskaz slaganja i pripadanja određenoj političkoj ideologiji koje može biti ranije dogovoreno unutar grupe, onda odgovori tokom komunikacije mogu da ukažu na to koliko se inter-ideološke interakcije pojačavaju među već postojećim pro i kontra identitetima i produbljuju problem političke polarizacije.

Uobičajene @reply aktivnosti istaknutih uposlenih na pro-KZN i kontra-KZN mogu se prikazati kroz donji grafikon, gde se vidi da pro-KZN uposleni pojedinac daleko ređe izlazi iz dogovorenog kruga, za razliku od tipičnog kontra-KZN predstavnika, koji izlazi iz svoje mikromreže i komunicira sa više nivoa korisnika različito udaljenih od sebe.



Ilustracija 3: Prikaz razuđenosti komunikacije predstavnika dve posmatrane grupe

Na donja dva originalna statusa možemo primetiti da RT i fejv mogu biti dogovoreni (pro-KZN 100%) ili prirodni (kontra-KZN 4%), ali da dalja konverzacija na statusu ne može biti kontrolisana.

Primer 1: učesnik kontra-KZN (dobija 5 @reply prouka podrške i slaganja sa različitih profila, od kojih je samo jedan uposlen na #KZN, a ostali nisu ni učesnici)

Drzis #kzn na dan žalosti, a ne spomenes ni u jednoj recenici poginule radnike, one koji se muce po belom svetu....lose, jako lose.

6 RT + 40 fave = 4% uposleni kontra-KZN

Primer 2: učesnik pro-KZN (dobija 15 @reply oponiranja, sa 3 različita profila, od kojih nijedan nije uposlen ili učesnik #KZN)

Trošićemo samo onoliko koliko smo zaradili i nećemo više da "jedemo" sebe i budućnost svoje dece #vucic #kzn

6 RT + 15 fave = 100% uposleni pro-KZN

Ovakva situacija može da ukazuje i na to da u dogovorenoj mreži (primer pro-KZN) zbog izvršavanja zadatka uposlenih na proizvodnji originalnog sadržaja i RT i fejv aktivnostima, nema dovoljno vremena za konverzaciju.

Međutim, analizom ličnih mreža učesnika u sličnim konverzacijama, mogli smo da utvrdimo da većina deli istu mrežu partilaca/prijatelja, među kojima su im zajednički neki istaknuti opozicioni političari, na osnovu čega smo načelno mogli da ih grupišemo u **interesnu podgrupu A mreže kontra-KZN**, kao jednu određenu političku opciju iz grupe opozicije.

### *Sličnost poruka*

U pro-KZN, tokom trajanja događaja, **sve poruke učesnika su slične**, i odnose se na podršku svega izgovorenog na konferenciji za novinare, uz zadatak korišćenja dva hashtaga, #kzn i #Vucic. Nakon završetka samog događaja konferencije, sadržaj tviter poruka u ovoj grupaciji se naglo menja, pa među **17 uzastopnih pro-KZN poruka**, sve se obraćaju opoziciji, i to rečima hejt, hejteri (8 poruka), mržnja, mrzitelji (4) "nezavisni" (4) i paranoici sa značenjem hejteri (1). Ove poruke sadrže samo #kzn, bez #vucic hashtaga.

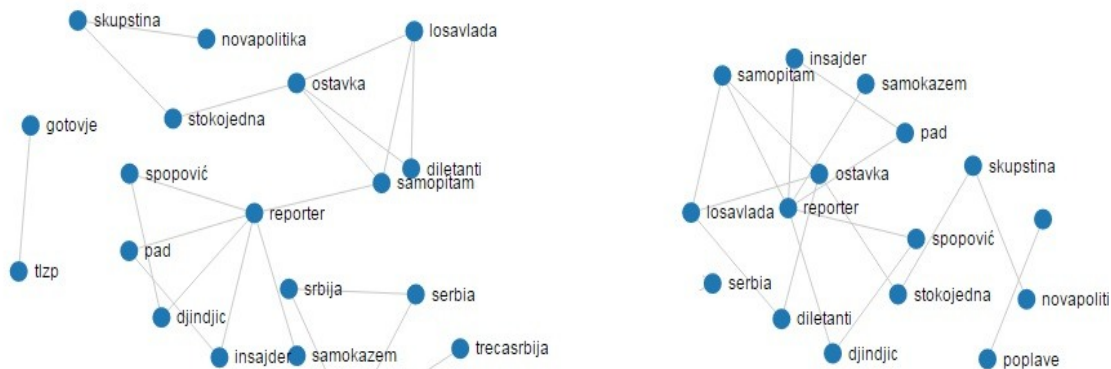
Dodatno, njihovu sličnost smo utvrđivali korišćenjem ključnih reči i hashtagova njihove mikro i mezo mreže (Ilustracija 5)

U kontra-KZN sličnost se pronalazi u 1) komentarisanoj neslobodi novinara da pitaju slobodno ili podsmev novinarima (12 takvih poruka), 2) neslaganju zbog održavanja #KZN na dan žalosti, a da se ne pominju nastradali (6 takvih poruka), 3) aluzije na psihijatriju, doktore i bolest (5 poruka), 4) aluzije na pozorište, glumu (4 poruke) i 5) osvrt na često repriziranje ovakvih događaja na medijima (4 poruke).

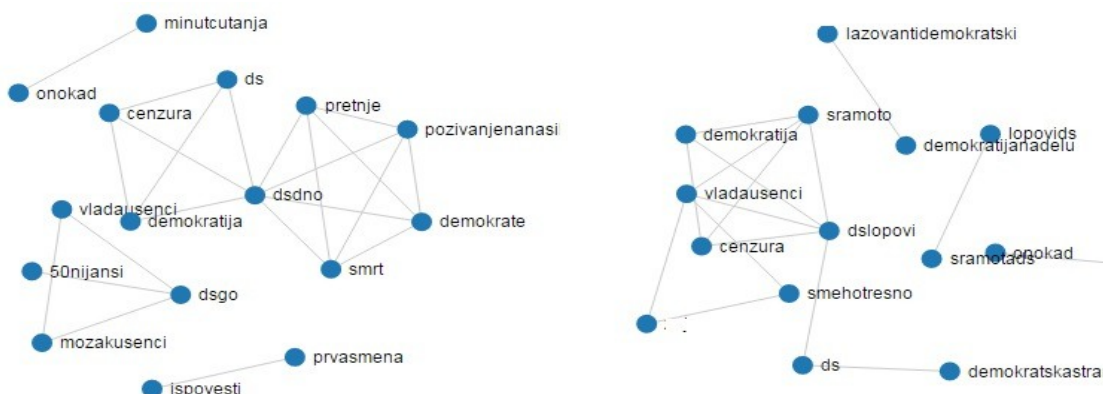
Zahvaljujući sličnosti poruka, analizirali smo naloge koji su nosioci tih poruka i proučili njihove mikromreže. Na osnovu preklapanja od 50 do 240 zajedničkih pratilaca/prijatelja, među kojima se ponavljaju uvek isti istaknuti članovi najmanje jedne određene političke partije, kao i poređenjem ključnih reči i hashtagova iz njihovih mreža u trenutku analize izveštaja (vidi Ilustraciju 4) definisali smo najmanje jednu opozicionu mrežu u kontra-KZN grupi, koja se ponaša kao stranačka



formacija. To je ista podgrupa A, koju smo definisali na osnovu @reply i @mentions aktivnosti. Sličnost poruka se ne može čvrsto definisati kao sprovođenje zadatka, isto kao što se matrica doslednog korišćenja dva ista hashtaga ne može smatrati koincidencijom. Ipak, međusobne veze, preklapanje mreže kao i sličnost korišćenja ključnih reči i hashtagova, mogu da ukažu na čvstu povezanost, pa smo zato zato smo izveli pretpostavku da autori tih poruka pripadaju jednoj mreži, odnosno, jednoj političkoj opciji opozicije i da je iz te opcije najmanje 8 članova bilo aktivno na kanalu #KZN u oba događaja, odnosno u makromreži kontra-KZN, sa zadatkom ili voljom da aktivno oponiraju temi i nosiocu konferencije za novinare.



Ilustracija 4: Postupak utvrđivanja sličnosti dva nasumična korisnika iste grupe kontra-KZN, na dan analize studije slučaja, mart 2015.



Ilustracija 5: Postupak utvrđivanja sličnosti dva nasumična korisnika iste grupe pro-KZN, na dan analize slučaja, mart 2015.

## Zaključak

► Pro-KZN je mala politička mreža, homogena je, jasno je odredljiva i ponaša se po dokazivoj matrici izvršavanja jasnih i vidljivih zadataka prema temi, jasnog odnosa prema oponentima i jakim podrškom jednih prema drugima u okviru iste mreže.

► Kontra-KZN mreža je velika, i ima najmanje jedan politički organizovan tim. Većinski je heterogena, modularna, ne izvršava nijedan unison zadatak i meša se sa prolaznicima, odnosno, nezavisnim pojedincima koji čine njenu većinu.

Kvalitativno i komparativno merenje ovog događaja sa drugima, predmet je posebnog istraživanja.

---

Ova studija slučaja je deo istraživačkog projekta  
**Promena medijskog pejzaža: Astroturfing – društveni eksperiment i digitalna pismenost**  
koji CNML sprovodi kao partner "Fondacije za otvoreno društvo, Srbija"



FONDACIJA ZA OTVORENO DRUŠTVO, SRBIJA  
OPEN SOCIETY FOUNDATION, SERBIA