

## **IZBORI 2016: KAMPANJA NA MREŽAMA SE ISPLATI**

Još jedan izborni ciklus u Srbiji je završen. Vanredni izbori nisu doneli krupnije promene na političkoj sceni, bar kada je reč o favoritima za formiranje buduće Vlade Srbije. SHARE Fondacija je tokom trajanja izborne kampanje pratila aktivnosti političkih partija na društvenim mrežama Fejsbuk i Tviter. Posle više od mesec i po dana prikupljanja i obrade podataka, vreme je da predstavimo preliminarni presek stanja i pokušamo da protumačimo napore stranaka u digitalnom okruženju. Konačne nalaze istraživanja ćemo objaviti u narednom periodu.

Kada govorimo o Fejsbuku, poslednja nedelja kampanje je očekivano bila udarna, sa više od 350.000 interakcija, od čega je približno 271.000 lajkova na objave stranaka na zvaničnim stranicama. U ukupnom skoru, zabeležili smo preko milion Fejsbuk interakcija sa više od 200.000 korisnika, što pokazuje da političke stranke nisu potcenile potencijal Fejsbuka za širenje ideja i prikupljanje podrške. Zanimljivo je da su komentari na objave daleko manje brojni od lajkova, što govori pokazuje da je komunikacija partija sa simpatizerima i potencijalnim glasačima uglavnom jednostrana.

Tokom celog perioda praćenja zvaničnih Fejsbuk stranica političkih partija, pokret Dveri je dominirao sa skoro 300.000 ukupnih interakcija (lajkova i komentara) i preko 100.000 učesnika tokom izborne kampanje. Po broju interakcija slede pokret Dosta je bilo, Srpska napredna stranka i radikali, što je poredak koji se manje-više održavao tokom čitave kampanje. Izuzimajući SNS, za koju se očekivalo da će dobiti najveći broj glasova, tj. poslaničkih mandata, ostali vodeći "igrači" na Fejsbuku su prešli cenzus. Dva građanska pokreta, Dveri i Dosta je bilo, prvi put će imati predstavnike u Narodnoj skupštini, dok se članovi SRS posle pauze od četiri godine vraćaju u poslaničke klupe.

Iako su pojačane aktivnosti na društvenim mrežama bile čak i [predmet podsmeha](#), rezultati izbora pokazuju da onlajn kampanju ne treba zanemariti. Pokret Dosta je bilo, Srpska radikalna stranka i koalicija DSS/Dveri su se u nedostatku prostora u tradicionalnim medijima okrenuli aktivnostima na društvenim mrežama, što je nesumnjivo doprinelo ostvarivanju njihovog cilja na proteklm izborima, tj. ulasku u nacionalni Parlament.

Na Tviteru, bar kada posmatramo tvitove sa opšteprihvaćenim haštagom #izbori2016, poredak je nešto drugačiji. Naime, po broju tvitova u kojima je spomenut (*mentions*) prednjači nalog Vladana Glišića (@vladanglisic), jednog od lidera Narodnog pokreta, čija je lista prikupila zanemarljiv broj glasova. Partija koja je prednjačila po broju *mentions*-a je SPS, a odmah iza njih su demokrate. Nalog @dostajebilo i lični nalog nosioca liste pokreta Saše Radulovića takođe su bili u vrhu po broju tvitova u kojima su spomenuti. Među najčešće korišćenim haštagovima koji su se javljali sa #izbori2016, pred opšteg haštaga #srbija, jesu #srbijapobedjuje, #sns i #vucic.

Društvene mreže možda još uvek ne mogu da predvide pobednika izbora u Srbiji, ali su uspesi partija koje su većinu svojih resursa usmerile na onlajn aktivnosti tokom kampanje pokazali da na Fejsbuk itekako treba računati. Čini se da Tviter po broju korisnika i njihovim interakcijama ne može da parira Fejsbuku i da se komunikacija uglavnom svodi na međustranačka prepucavanja ili targetiranje pojedinaca. Tome u prilog govore haštagovi poput #DSdno, #napreDNO, #pajtula ili #borkoprada.

Bez obzira na okončanje kampanje, političke stranke će nastaviti da aktivno koriste društvene mreže i druge onlajn platforme za promociju svojih ideja. Kako bi politička debata bila što otvorenija i korektnija, pozivamo sve političke aktere da potpišu [Deklaraciju o poštovanju Internet sloboda u političkoj komunikaciji](#). Sa principima iz Deklaracije se možete bolje upoznati u [Vodiču o Internet pravima i digitalnim slobodama u političkoj komunikaciji](#), koji je dostupan za slobodno preuzimanje.

[Monitoring baza SHARE Fondacije](#)