

*Ана З. Јевтовић¹
Бранко Вуковић²
Мираш С. Милашиновић³*

ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ КАО ТРГОВИ ДИГИТАЛНЕ ДИПЛОМАТИЈЕ

Сажетак

Модерирање садржаја друштвених мрежа велике медијске компаније ослобађа одговорности за пласиране садржаје, што у комуникацијско-безбедном пољу између државе и друштва доноси евидентне промене у сфери политичке комуникације и дипломатије. Под плаштом слободе говора, често се пласирају расистички, мизогини и дискриминаторни ставови, производећи реторичку и семантичку анархију у јавности. Са политичким повратком Доналда Трампа и идеолошким преокретом у редовима америчке деснице, оснажују се гласови против говора мржње и лажних вести које прете да постану надлазећа индустрија дигиталне стварности. Прогону дезинформација, гласина, фама и спинова не могу побећи чак ни председници водећих светских сила, што води ка проблематизацији квалитета јавних дебата и урушавању сна о интернету као античким агорама у којима влада пуна слобода изражавања. Отуда у средишту нашег рада архитектура друштвених мрежа и моћ твитовања, као нове технике информативног наметања дневног реда, што дипломатији и политичким елитама омогућава међусобно усклађивање интереса, уз привидну подршку грађана. Јавни послови посредовањем јавних порука обликују јавну политику, па метамрежним активностима дипломате подстичу политички активизам и промовишу сопствене ставове.

Кључне речи: *друштвене мреже, јавна политика, јавне поруке, пажња, утицај, дигитална дипломатија*

¹ Институт за политичке студије, Београд, Србија, ana.jevtovic@ips.ac.rs

² Институт за процјену ризика и критичну инфраструктуру, Подгорица, Црна Гора, branko.vukovic@gmail.com

³ Факултет за медије и комуникације, Универзитет Сингидунум, Београд, miras.milasinovic.20240134@fmk.edu.rs

УВОД

Када је јужноафричко-амерички инжењер и милијардер Илон Маск (Elon Musk) купио Твитер (Twitter), основно питање које је делило академску заједницу било је хоће ли се сачувати слобода говора за све учеснике јавне комуникације. Човек који је пре куповине ову онлајн друштвену мрежу и микроблог услуга схватао као „дигитални јавни трг на којем се расправља о најзначајнијим питањима за будућност човечанства” (Musk, 2022), након презимања компаније отпустио је половину запослених, обавестивши их мејлом да су остали на улици. Око четири хиљаде спољних пружалаца услуга, који су се бавили модерирањем садржаја, такође је остало без ангажовања. Враћени су деактивирани налози познатим јавним личностима, међу којима је био и Доналд Трамп (Donald Trump), а да би демонстрирао одлучност у промени уређивачког приступа, отворио је јавности странице са документима који су указивали на сарадњу претходног руководства компаније са водећим америчким обавештајним службама. Тако је почела нова фаза комуникационе политике у глобалном друштву, важна по управљачкој моћи приватног капитала који се директно меша у уређивачку политику нових медија, стварајући парадигму тотално другачије обликовану од свих претходних.⁴

Идеја виртуелних агора и тргова, као паралелног универзума, задржала се у главама њених креатора, док је држава настојала да задржи некада чврсту контролу над информацијама. На пример, Кина је компанији Јаху (Yahoo) отворила врата својих корисника, али у замену за достављање информација о активностима интернет корисника, посебно онима из сфере политике.⁵ То је важно, јер се нормативни оквири међу државама значајно разликују. У САД, нацистичка литература и симболи се слободно појављују на друштвеним мрежама, али када је Јаху дозволио да се исти садржај пренесе у Француској, настала је паника, јер је он у овој земљи забрањен. Корисник из ове европске државе је велику компанију тужио; ни амерички судови јој нису дали за право,

⁴ Вен Кулинберг и Денис МекКвејл (Van Cuilenburg & McQuail) издвајају три етапе у развоју комуникацијске политике – прву, карактеристичну по брзом технолошком развоју и етицизованој бризи државе и великих компанија за медије; другу, након окончања Другог светског рата, која се одликује бригом за социо-политичку обнову јавног простора заједнице, и трећу, која почиње информатизацијом и дигитализацијом планете, током последње деценије минулог века, карактеристичну по неконтролисаној упливу приватног капитала и игнорисању нормативне политике која штити јавне интересе (Van Cuilenburg & McQuail, 2003: 186–201); упореди са: Мижалковић, Милошевић & Ћеранић, 2023: 479–493.

⁵ Илустративан је пример угледног кинеског новинара који је „осуђен на десет година затвора, пошто је компанија Јаху доставила кинеској влади садржај његових мејлова” (Mitrović, 2019: 28).

јер је у сваком тренутку „поседовала алате којима је инкримисане садржаје могла да обрише из јавног простора” (Goldsmi & Wu, 2006: 1-10). Функционално, дуготрајно, масовно и систематски, интернет и дигитални медији граде савремене обрасце мишљења, постајући друштвени актери који обликују поступке својих припадника.

Ограничени тематиком и простором који нам је на располагању, у уводном делу рада скрећемо пажњу и на промењено схватање интернета. То је место дешавања глобалних револуција, геополитичких промена, откривања државних тајни и мобилисања истомишљеника, промоције идеја и политичких програма, а не обични канал комуникације доступан свима. Поред државе, сада препознајемо утицаје бројних других агенаса: политичких партија, моћних мега-компанија, синдиката, интересних група и група за притисак, лобија, дипломатских центара и других организованих група које стреме контроли над сајбер простором. Делберт са тимом истраживача, говорећи о важности интернет простора, уочава: „Сада се сматра доменом једнаке важности као и земља, ваздух, море и простор, то је медиј кроз који се одвија трговина, образовање, хоби, политика и рат” (Deibert et. al., 2011: 4).

ТЕОРИЈСКО-МЕТОДОЛОШКИ ОКВИР

Примењујући основне принципе који карактеришу научну методологију (објективност, поузданост, општост и систематичност), у раду тежимо да „научно аргументовано понудимо нов одговор на нов научни проблем” (Šuvaković, 2010: 36), али и да укажемо на важност методологије у савременим друштвеним истраживањима (Andrić & Milašinović, 2021). Предмет рада је врло актуелан, јер политичко-дипломатска комуникација посредством друштвених мрежа представља револуционарну промену у поређењу са периодом од пре само неколико деценија. Посебан акценат ставићемо на компарацију водећих теоријских концепата и анализираних облика јавне комуникације на друштвеним мрежама, да бисмо њиховим превођењем у варијабле дошли до емпиријских података који нас воде ка новим комуникацијским конструктима. Символички потенцијал се из наручја масовног друштва спустио у руке малих група и појединаца, чиме се и перцепција стварности драматично мења. Индустрија 4.0 је револуционарно изменила перцепцију стварности, јер је омогућила да се први пут у историји цивилизације стварност прошири помоћу технологије.⁶

⁶ Ивана Лукнар посебно издваја раст друштвене динамике и њен утицај на промене друштвених система, упозоравајући на растућу моћ вештачке интелигенције (Luknar, 2025: 148).

Информационо-комуникациона револуција променила је и обрасце дипломатске комуникације, јер су анализе садржаја порука постале још значајније у предвиђању међународних односа. Циљ нашег рада је да допринесе разумевању снаге твитова, мимова и сличних садржаја које са зидова Тамблера (Tumblr), Снепчета (Snapchat) или зидова Фејсбука (Facebook) и платформи као што је Truth Social шаљу моћни лидери, желећи да порукама у простору и времену промене размишљања и ставове јавности. Систематизујући досадашња научна сазнања, уз примену методолошких принципа, метода и техника друштвених истраживања, очекујемо да ћемо доћи до релевантних сазнања која значајно мењају савремену праксу дипломатског и политичког комуницирања. У квалитативном истраживању користимо пригодан узорак, што значи да не бирамо случајеве чије ће се карактеристике генерализовати на све остале, већ оне „који ће бити најинформативнији, који ће у највећој мери помоћи да се упозна и разуме нека друштвена појава” (Popadić et al., 2018: 214). Анализа друштвених мрежа специфична је јер не испитујемо карактеристике политичких ентитета, већ односа између њих и јавности, али и структуре коју ти односи стварају. Дигитални медији у поређењу са аналогним имају низ предности: „убрзавају испоруку вести и сличног садржаја уместо да их проверавају кроз моћан процес „чувања врата”. Публика не чека, а дигитални медији због своје брзине жртвују квалитет информација, бирајући само оне које су њој интересантне” (Jevtović & Marić, 2022: 819). Моћне државе, користећи дигиталне алате, прате шта раде друге владе, политичке партије, па чак и њихови грађани. Овде је научни значај нашег рада: карактеристике твитовања на друштвеним мрежама не зависе само од тога што су технолошки ту постављени, већ много више од места које заузимају и пажње коју придобијају у јавном простору. На тај начин савремени међународни односи добијају изражену темпоралну димензионалност, што са реалистичким приступом полази од несавршености света у којем „доминирају сила и насиље, те у таквом окружењу свака држава може остваривати интересе сходно својој снази” (Despotović & Glišin, 2025: 46).⁷

⁷ Оснивач реализма и промотер теорије о америчкој хегемонији Ханс Моргентау (Hans Morgentau) суштину америчких националних интереса види у постојању равнотеже у Европи „која обезбеђује да се ниједна држава или група држава не издигне у толикој мери да угрози јединствену позицију САД као силе хегемона без ривала” (према: Simić, 1999: 184).

СНАГА ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА И УЛОГА У ЈАВНОМ ПРОСТОРУ

Дигитализација и вештачка интелигенција су драматично преобразиле утицај новинарства у глобалном поретку, али права револуција настала је са популаризацијом друштвених мрежа, које су већ у првој деценији овог века постале важне, да би током наредне преузеле примат у јавном простору. Амерички истраживачи Готфрид и Ширер наводе да је још 2016. године 62% одрасле популације у САД друштвене мреже употребљавало као примарни извор информисања, док се још 18% најчешће информисало посредством ових интернет платформи (Gottfried & Shearer 2016). Промена на коју указујемо још је видљивија у троуглу држава – комуникацијска политика – комерцијалне медијске компаније, у којем се интеракција корисника одвија непрестано и без надзора. Суштина преображаја крије се у трансферу моћи, која се из скута државе прелила у поље интереса компанија које управљају новим медијима. Отуда у средишту нашег интересовања политичко-дипломатско комуницирање, које је теоријски једнако интересантно и комуниколозима и политиколозима. Тако га Мирољуб Радојковић тумачи као „средство за спровођење политике, за обелодањивање политичког понашања и политичких стратегија за које се тражи пристанак грађана” (Radojković, 2011: 28). Основна новинарска начела остала су на маргинама агенди друштвених мрежа, па је јавно мњење заробљено проактивним твитовима и сличним порукама, које са собом носе политичке или дипломатске интересе њихових извора, док општи интерес остаје удаљенији него што је икада био⁸.

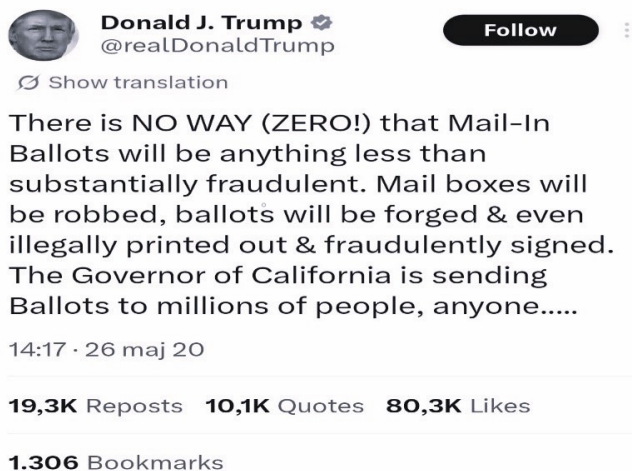
Сједињене Америчке Државе су 1996. усвојиле Закон о пристојности комуникација (*The Communications Decency Act*), чији члан 230 представља кључну одредбу у тадашњем америчком праву; она се односи на одговорност онлајн платформи за посредовани садржај. Према тумачењима, компаније се не могу сматрати ауторима или уредницима садржаја који се поставља на мреже, осим у случају да се ради о специфично кривичним делима, што поједностављено значи да немају никакву одговорност за дискурс који је доминантан на мрежама. Интерфејс, алгоритми и праксе модерирања садржаја припадају „слободи говора”, која је додатно заштићена Првим амандманом на Устав САД. То је суштинска разлика у поређењу са традиционалним медијима, у којима главни и одговорни уредник у стварности преузима одго-

⁸ Неки истражачи песимистички говоре о „крају новинарства“ (Charles & Stewart, 2011; Zelizer, 2015), мада ми сматрамо да је пре реч о потреби преиспитивања његове сврхе, професионалних принципа и друштвене улоге.

ворност редакције за публиковани садржај.⁹ Иако је велики део јавног мњења уочавао да решење временом губи на праведности, нико није желео да га урушава, посебно што је оно уживало подршку великих невладиних организација (на пример, Америчке уније за грађанске слободе (American Civil Liberties Union – ACLU) или Electronic Frontier Foundation (EFF)). Оне су схватале да би проглашавањем компанија за одговорне, велики део непоузданог садржаја (смећа) морао бити уклоњен, али и да би се довело у питање поштовање Првог амандмана.

Долазак Доналда Трампа на водећу позицију у америчком друштву пореметио је летаргичан сан о отвореном јавном простору, јер под паролом слобода изражавања, он прави сопствене мреже (Gab 2016. и Talk 2018), као транспортере идеолошких значења. Демократе га оптужују за ширење говора мржње, расизам и ксенофобичан говор, негирајући да је то дозвољено на основу слободе изражавања. Кандидати који умеју да се онлајн повежу са својим симпатизерима постају кључне фигуре у својим државама, посебно када директним обраћањем посредством мрежа заобилазе цензуру традиционалних медија. Тако је 26. маја 2020. Твитер пост америчког председника први пут добио ознаку да је неопходно проверити поузданост информације коју је управо објавио: „НЕМА РАЗЛОГА (НУЛА) да ће гласачки листићи који се шаљу поштом бити нешто више од суштинске преваре”(Trump, 2020).

Слика 1. Твит Доналда Трампа од 26. маја 2020.



⁹ На пример, када Twitter уклони неки објављени садржај или коментар корисника, он то често оправдава потребом заштите квалитета јавне комуникације и безбедног простора за изражавање других корисника. Више у: Gillespi, T.(2018). *Custodians of the Internet. Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. New Haven: Yale University Press.

Твитер је ставио ознаку упозорења испод поста, а већ на следећи твит је применио нову политику понашања према лажним вестима. Када је Трамп одговорио да „Твитер гуши слободу говора”, компанија је реаговала предлогом читаоцима да провере „чињенице о гласачким листићима”. Републиканци су истовремено жестоко напали велике друштвене мреже због монопола у јавном простору, па је комуникациона ситуација претила губљењем контроле.¹⁰ То је тренутак када јавни интерес почиње да се прилагођава приватним и политичким интересима, али битка за легитимизацију јавног простора тек започиње. Трамп ствара нову доктрину која у средишту има аутентичан приступ опису, објашњењу и предвиђању угрожавања националних интереса САД, за чију су реализацију медији неопходни.¹¹ Он деинституционализује улогу класичних медија, прескаче њихову агенду тако што је сâм ствара, производећи амбијент политичког несасгласја и моралне панике.

Криза се безбедносно манифестовала 6. јануара 2021. физичким нападом Трампових присталица на Капитол, након којег највеће друштвене мреже (Фејсбук, Твитер и Снепчет) укидају или суспендују налоге актуелног председника и његових истомишљеника. Класични политички либерализам тада је искоришћен за потискивање из јавне комуникације свих који не мисле као елите дубоке државе, чиме су друштвене мреже преузеле улоге мегафона центара политичке моћи. Истражујући међуодносе друштвених мрежа и политичке комуникације, Невен Обрадовић је уочио како је интернет омогућио „стварање бројних платформи које су мењале политичко комуницирања од средине деведесетих година 20. века, па до данашњих дана. Ера интерактивних платформи Web 2.0 по самој логици ствари омогућила је интеракцију између различитих политичких актера и отворила поље неограничених праваца комуникације” (Obradović, 2025: 40). Без сумње, Трамп је разумео суштину промена које се дешавају у дигиталном окружењу, користећи сопствене мреже за политичко-дипломатско утицање којим је чинио све да очува и увећа личну моћ. У маркетиншким кампањама то је легитимно, али у свакодневној комуникацији са грађанима, број порука је експоненцијално растао са циљем придобијања пажње, што је резултат високе политичке позиције извора информација. Уметност фаворизовања сопствених национал-

¹⁰ „Демократе нас оптужују да превише модерирамо, републиканци да недоовољно модерирамо” изјављује оснивач Фејсбука Марк Закерберг (Mark Zuckerberg). Према: Damien Le-loup, “Devant le Sénat américain, les patrons de Google, Twitter et Facebook ont dû répondre aux accusations de 'biais anticonservateur’”, *Le Monde*, 28. октобар 2020.

¹¹ Јасмина Андрић знање истиче као важну доктрину, која је у времену интернета и друштвених мрежа „динамична и мења се у складу са променом теорије и праксе изазова, ризика и претњи, као и усавршавањем процедура и стандарда у безбедносној аналитици” (Andrić, 2025: 153).

них интереса била је константа дипломатије аналогне заједнице, али са интернетом, дигиталним платформама и друштвеним мрежама, активности у онлајн простору постају основа нових договора и разумевања. Зато дигитална дипломатија „постаје средство за остваривање спољне политике на модеран начин за утицање на јавно мњење у другим земљама и оруђе за остваривање шире сарадње са економским, политичким, али и потрошачким слојевима различитих друштава” (Mitrović, 2018: 12).

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Промене о којима говоримо настале су оног тренутка када су интернет, дигитална и мобилна технологија, платформе и апликације постале општедоступне. Квалитативна анализа политичке комуникације на мрежама председника Трампа важна је као пример да важеће форме обликовања садржаја не морају робовати уобичајеном оквиру и обрасцима визуелне комуникације. У умреженом друштву, поруке се сливају једна у другу. То први човек САД препознаје, користећи вешто упаковану реторику која провоцира и позива на преиспитивање противничких ставова. То је софистицирани монопол, јер циркулисање идеја уоквирује агенду у јавном мњењу. „Људима је лакше да се затворе у ехо коморе, то јест да слушају само оне са којима се слажу и затворе ум за идеје које не потврђују оно што они сматрају за истину (то се зове когнитивна пристрасност)” (Ћејко, 2019: 99). Економија пажње тражи од креатора (пошиљалаца) порука да их значењима заинтересују, увуку у вртлог интерпретације, активирају, мобилишу и што дуже задрже, како би се постигао ефекат идентификације.

За разлику од других светских политичара, Трамп користи своју мрежу Truth Social, на којој 26. новембра 2025. године „саветује” гласачима у Хондурасу за кога да се одреде: „Демократија (у Хондурасу) биће на проби на наредним изборима који ће се одржати 30. новембра” (Trump, 2025). Пристрасност у развоју јужноамеричког континента није ништа ново, али јесте начин комуникације којом се Америка директно меша у унутрашње ствари суверене државе. Три дана раније, изборна кампања била је завршена у складу са правилима Националног изборног савеза (ЦНЕ), али је Трамп милионима гласача упутио само поруку подршке конзервативном кандидату Насрију (Nasry), „пријатељу слободе” и представнику Националне партије. Два дана касније, уследио је нови твит, којим се политички оснажује претходни садржај – ако њихов фаворит победи на председничким изборима, влада САД даће му максималну подршку, а ако изгуби, „она неће бацати новац, јер лош

вођа може једино довести до катастрофалних последица по једну земљу”. Поред концентрисања војног присуства, Трамп је коришћењем „меке моћи”¹² јасно утицао на изборни исход. Пошто одјек твитова није на очекиваном нивоу, користи се интензивирање притиска СМС порукама, како би се постигла пуна контрола. Сви власници домаћих банкарских рачуна, на које пристижу дознаке са средствима њихових чланова породица запослених у САД, добили су СМС да, уколико не гласају за пожељне кандидате, више неће добити уплате.¹³ Како у истраживачко-аналитичком тексту пише *Монд дипломатик* (*Le Monde diplomatique*): „Дана 1. децембра 2025. десило се „чудо”. Трампов „пријатељ” проглашен је победником од стране изборних власти, резултат који су остали кандидати одбили да признају” (Ventura, 2026).

Трампов поглед на свет никада није неутралан; увек је у првом плану интерес САД, али и лични став који некада уме да буде бруталан према другима актерима. Он твитове користи као политички алат којим усмерава јавно мишљење, не водећи рачуна о коректности или балансирању интересима. Користећи популарност претраживача и друштвених мрежа, он се првенствено обраћа корисницима сајбер заједнице, препознајући њихову глад за информацијама, али и већ створене навике и склоности. Зато су његови твитови тако непредвидиви, екстремни, неуобичајени и посебни. Он плански циља да кликејтовима (*clickbait*) увећа потенцијал комуникативног чина; да усмерава политичке перспективе и дипломатске иницијативе, како би скретањем пажње завршавао своје задатке.¹⁴ Када кроз сопствену мрежу Truth Social пре подне запрети европским државама енормним царинским стопама, а неколико сати касније поручи како размишља да не буду исте свим чланицама, онда он дипломатским каналима усмерава активности осталих чланица, не само на економском, већ примарно на дипломатском плану. Он рачуна на конзументе тзв. амбијенталних вести, који преузимају садржаје навикнути да верују свом вођи.¹⁵

¹² Појам „мека моћ” (*soft power*) у академски дискурс је увео амерички политиколог Џозеф Нај млађи (Joseph Nye, Jr.), подразумевајући под њим невидљиви дипломатски утицај и релацију са медијима и либералном, америчко-центричном глобализацијом, кроз дискурсе политичара, безбедоносних експерата и медијских аналитичара. (Више у: Nye, 2004: 27; Мижалковић, 2023: 101–102).

¹³ Економски показатељи указују на чињеницу да у Хондурасу више од четвртине домаћег бруто производа чине новчане дознаке (*remesas*), које пристижу са адреса више од два милиона људи који раде у САД. Када је у периоду између 27. и 29. новембра на мобилне телефоне члановима ових породица стигла порука са упозорењем шта ће се десити у случају неадекватних резултата, јасно је било како ће гласати.

¹⁴ Релевантна светска истраживања показују да је онлајн публика „спремнија да плати за јединствен садржај и онај који перципира као посебно вредан” (Groot Kormelink, 2022).

Проглашавањем стратешких безбедоносних интереса, све државе које се препознају као непријатељи постају легитимни циљеви пропагандног утицаја, па тако 11. јануара 2026. председник САД твитује: „Куба је деценијама живела од великих количина нафте и новца из Венецуеле. Заузврат, Куба је пружала „безбедоносне услуге” за последња два венецуеланска диктатора, али више не” (Trump, 2026). Одлично примењујући политику публицитета користећи мото: „Нека јавност буде информисана” (*The public be informed*) Ајви Ли (Ivy Lee), Трамп отвара тему у јавном простору, али контролишући њен ток и могуће реакције.¹⁶ Када кубански министар спољних послова одговара: „Прошло је 8 дана од бруталне отмице легитимног председника Венецуеле Николаса Мадуре (Nicolás Maduro) и његове супруге Силије Флорес (Cilia Flores). Захтевамо од владе САД да оконча ово илегално задржавање, поштује његов имунитет, заустави правну и медијску фарсу у коју су претворили овај процес...” (Rodríguez, 2026), Трамп серијом нових твитова, под плаштом „дијалога”, практично припрема јавно мњење за могућу војну интервенцију. У примеру којег наводимо нема дипломатских манира, рукавица или западне рафинираности. Све је јасно, а чињеница да се порука емитује са сопствене мреже само даје на кредибилности и ауторитету извора. Иако је мета сада на другом делу планете, тон је исти – претња могућем противнику. Први човек највеће силе нема превише времена за медије, па уместо да им одговара на теме које би му други наметнули, проактивним приступом на мрежама, он бира како и када да управља агендом.

¹⁵ Пасиван приступ праћењу вести теоретичари су идентификовали кроз мантру „перцепција нека – вест – нађе мене“, што подразумева низак ниво политичког знања и висок кредибилитет извора информација (Gil de Zuniga, Weeks & Ardevol-Abreu, 2017).

¹⁶ Ајви Ли (Ivy Lee) је оснивач модерних односа с јавношћу, познат као стручњак који је радећи за породицу Рокфелер пуно учинио на њиховој друштвеној рехабилитацији и угледу. Уместо подмићивања новинара и редакција, за публицитет је важно да су информације отворене, респектабилне и прецизне. Више у: Allen-Lee Memorial United Methodist Church. (n.d.). Dr. James Wideman Lee. Retrieved January 23, 2026, from <https://allenleememorialumc.org/dr-james-wideman-lee/>

Слика 2. Твитови Доналда Трампа



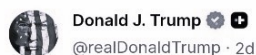
I'm hearing that the Great Country of Iraq might make a very bad choice by reinstalling Nouri al-Maliki as Prime Minister. Last time Maliki was in power, the Country descended into poverty and total chaos. That should not be allowed to happen again. Because of his insane policies and ideologies, if elected, the United States of America will no longer help Iraq and, if we are not there to help, Iraq has ZERO chance of Success, Prosperity, or Freedom. MAKE IRAQ GREAT AGAIN!

4.61k ReTruths 17.8k Likes 1/27/26, 8:57 PM



China is successfully and completely taking over the once Great Country of Canada. So sad to see it happen. I only hope they leave Ice Hockey alone! President DJT

2.83k 6.82k 29.8k



A MUST WATCH. Canada is systematically destroying itself. The China deal is a disaster for them. Will go down as one of the worst deals, of any kind, in history. All their businesses are moving to the USA. I want to see Canada SURVIVE AND THRIVE! President DJT

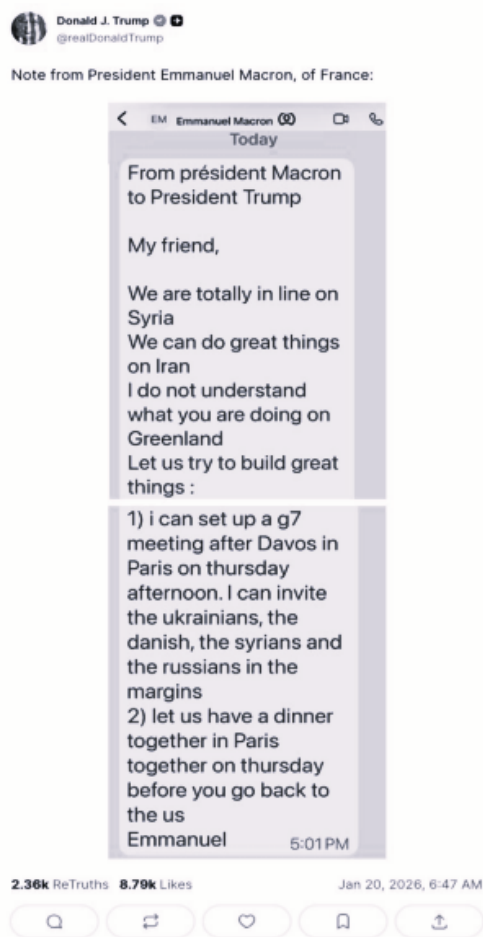
У добу дигитализације, када сваки човек са модемом има и приступ информацијама, настаје битка за пажњу, која постаје најважнија монета у обликовању јавног мњења. Уметност више није у присуству у арени политичког деловања, већ у њеном обликовању, чиме и дипломатија добија проактивне обресе. „Друштвене мреже омогућавају непосредне контакте међу политичким партијама, директне везе политичара, медија и дипломатије, али и отворене релације са грађанском заједницом”, уочавају наши истраживачи.¹⁷ Аналитички тимови који раде за америчког председника пажљиво проучавају преференције публике, поља интересовања, навике, жеље, шаблоне понашања који им се допадају, реторику којом им се обраћају... Алгоритмови, њусфидови (*newsfeed*), нише и аналитички сервиси то даље издвајају и разрађују, тако да се поруке усађују у свест аудиторијума, истовремено повећавајући репутацију промотера. Забринутост за интересе америчких грађана циља на одговорност лидера, чиме се утврђује позиција у бирачком телу.

Трампа наизглед тежи разумевању својих порука, па и по цену напуштања уобичајених дипломатских конвенција и норми понашања. Када се на мрежама открива садржај приватне преписке са француским председником Макроном (Emmanuel Macron), треба схватити да се у дигиталној дипломатији престало са приватном конверзацијом политичких лидера. Моћ стратешки позиционира онога који први твитује, а одговарање је само услуга каналу комуникације да сачува свој рејтинг. Пошиљач информације бира тренутак (време)

¹⁷ „Више новца значи и више видљивости, па не чуди што велике државе подижу улоге у такмичењу за моћ” (Више у: Jevtović, Marić i Milašinović, 2025: 267).

и ситуацију у којој се оглашава, чиме већ стиче предност. Увек треба проучавати и контекст актуелних дешавања. То је време политичке напетости у односима две државе, јер је Француска одбила позив да се прикључи *Одбору за мир за Појас Газе*, који је идеја председника Трампа. Претња царинама од 200% на француска вина и шампањце била је прва реакција, али да би се неизвесност са могућим политичко-економским интерпретацијама смањила, следи и публикавање приватне преписке. Твитовањем он промовише сопствену агенду, али и омаловажава све који је не подржавају.

Слика 3. Макронова порука Трампу



Макрон је у приватној поруци Трампа назвао „пријатељем”, али репликација памћења (навод да су „на истој линији када је реч о Сирији, Ирану”, уз неразумевање „шта (Трамп) ради са Гренландом”), разлог је за могући

самит Г7 у Паризу... Шум у комуникацијском каналу проистекао је из чињенице да у том тренутку Европа разматра политичке контрамере због противљења америчком преузимању Гренланда, па амерички председник задржава иницијативу тако што одмах одговара, укључујући у чин размене садржаја и визуелизацију порука. То је прави тренутак за дипломатско-симболички ниво комуникације, чиме индиректно указује на контекст моћи, војне снаге и идеологије. Шта мисли о Гренланду, Трамп је показао објавивши монтирану фотографију како са својим сарадницима заставом САД означава ову територију америчком. Завршни корак у дистрибуцији ефеката предузима објављивањем измењене верзије слике настале у августу 2025. године, када су европски лидери посетили Вашингтон после телефонског разговора америчког председника са руским лидером Владимиром Путином. На фотографији су европски лидери у Белој кући, а у позадини је карта Америке на којој су уцртани Гренланд и Канада. Дизајн поруке је политички савршен: архитектура избора препуштена Француској и њеним савезницима је огољена. Медијски саветници првог човека Америке добро знају да већина људи летимично чита текст порука на свом екрану, али и да још дуго памти слике које их илуструју.

Култура тајности, од античких времена до дигитализације, опстајала је како би омогућила институцијама, званичницима и дипломатама да сачувају моћ. „Дигитална ера је донела двоструки изазов: технологија омогућава већу доступност информација, али истовремено ствара механизме за њихово сакривање и манипулацију” (Matić, 2025: 149). У тренутку када велике силе формирају нови светски поредак, неопходно је разумети начине на које комуницирају са периферијом. За разлику од већине лидера који иду за догађајима, Трамп их медијски сам креира, тако што твитове са сопствене друштвене мреже деле и преузимају остале мреже, због чега електронски медији и штампа прате већ наметнуте теме. Управљањем алгоритмима, медији нуде неограничену продукцију истог или сличног садржаја, при чему приоритет није његова убедљивост, већ „кликабилност” и што дуже задржавање пажње. Амерички председник некада у истом дану објави и по неколико твитова са различитим темама (на пример: 30. јануара упозорио је градоначелника Минеаполиса да се „игра ватром” ако његов град не спроводи савезно имиграционо законодавство и одбија сарадњу са савезним агентима; мало касније властима Ирана шаље поруку како им „време истиче и да се разматрају опције за напад на команданте и институције које Вашингтон сматра одговорним за насиље према демонстрантима”, паралелно ослушкујући истраживања Политика, по којем 65% његових гласача (покрета МАГА – *Make America Great Again* – учинимо Америку поново великом) очекује напад, било на Иран, Гренланд, Кубу, Колумбију, Кину или Мексико).

Структура његових твитова је оптимизована према захтевима нових медија, метрици и рангирању у претраживачима, па се од Фејсбука, Инстаграма и других мрежа очекује промоција која традиционалне мајнстрим медије „окреће” ка доминантним темама. Трамп сјајно управља страхом, јер добро зна његову улогу у животима обичних људи. И проучаваоци конфликта то потврђују: „Када је реч о нашој савремености, чини се да је осећај предстојеће катастрофе постао свакодневни аспект културног и политичког живота – претња тероризма, трагедија мигрантске кризе, као и баук климатске кризе” (Kešetović, 2024: 149).

Алекс Бранс (Alex Bruns) у својим анализама истиче дубину промена којима се из преддигиталне фазе политичко-дипломатске комуникације прешло у дигитално доба. Он то своди на процес уређивачке контроле (*gatekeeping*), којим су до пре само неколико година уредници представљали чуваре јавних информативних капија, да би са дигитализацијом дошли у фазу *gatewatching*, у којој сваки учесник у игри комуникацијске размене посматра шта се унутар капија дешава. У медијској пракси „искључивање мање важних вести и окретање ка пракси истицања најважнијих вести, није само могућност, већ и неопходност”, тврди он (Bruns, 2014: 22). Порука на друштвеним мрежама Трампу је важна, јер импресивним пласирањем вести, уз минималне трошкове, креира широко циљану јавност, остварујући високе ефекте комуникационог чина. Смисао и тумачење порука су максимално поједностављени, а пошто располаже сопственом мрежом и аналитиком, увек има на располагању корективни механизам којим евентуално дискутабилне ставове појашњава или допуњује. Филтрирајући нијансе у значењима, амерички лидер управља свим доступним медијима. Узроци сукоба су увек на другој страни, а вештина презентације се манифестује у „чињеници да је он заговорник мира”, који оштрим тоном казивања обезбеђује медијско праћење. Илустрација нам је и твит након конференције у Давосу, којим дипломатски вешто смирује нарасле тензије у Европи, али и већем делу света, превиђајући да је својим поступцима кризу сâм изазвао.

Слика 4. Твит Доналда Трампа након конференције у Давосу



У глобално отвореном дигиталном пејзажу, платформско мрежно поље не доноси очекивану демократизацију друштва, али производи промене у јавном дискурсу. Поруче су краће, брже се читају и трансферишу ка другим каналима, постајући метакомуникајске, док су фотографије које их илуструју „кликабилне”, уз неретко коришћење вештачке интелигенције. Уређивачка политика и етика се повијају пред притисцима центара политичко-економске моћи, што узрокује даље промене у систему јавног комуницирања, посебно у његовом нормирању. Друштвене мреже производе огромну количину непоузданих информација, што и јесте циљ великих компанија. Зато поруке лидера одмах изазивају одјек, директне позиве на акцију и хибрид који комбинује политичку комуникацију и манипулацију. Овде се крије још једна важна промена. Док је традиционални gatekeeping „водио рачуна о релевантности приче за дату публику (по оцени уредништва, чија је процена базирана на искуству и професионалним етичким стандардима), садржај нове генерације подстакнут је новим моделом ангажовања технолошки оспособљене публике, који кориснике подстиче да означе своје преференције, укажу на њих, оцењују их, лајкују, вреднују и издвоје” (Heinderyckx, 2015: 260).

Преображаји су очигледни и у сфери публике којој се политичари обраћају. Знајући за дејство које поруке остављају, они садржину смањују, чиме добијају простор да јој се поново враћају, омамљујући сумњу и критичност конзумента. То им је олакшано, јер дигитални трагови које за собом оставља сваки корисник друштвених мрежа и нехотично откривају њихову политичку оријентацију. Наше вредности, приоритети, религија и обичаји разликују се према идентитету и култури у којој живимо, што значи да у комуникацији на мрежама треба бити отворен и флексибилан за промене. Трамп често оптужује друге како не играју фер, уживљавајући се у улогу глобалног суверена који спољну политику уређује према сопственим судовима, интензивно користећи комуникајске канале да свет претвори у „глобално село”, али обликовано према америчким интересима.¹⁸ Одређујући размеру и облик делања, он користи твитове као светлост којом привлачи гомиле, испоручујући им дејство порука којима их омамљује. Зато су резултати оваквих истраживања друштвено релевантни – могу се користити у дипломатским и политичким кризним ситуацијама као могући обрасци јавног комуницирања којима се снага друштвених мрежа користи за публицитет актера који њима комуницирају (Cvetković, Milašinović & Lazić (2018).

¹⁸ Канадски теоретичар медија Маршал Маклуан (Marshall McLuhan) метафору о свету као „глобалном селу“ види кроз тумачење да друштвена општина (медији) одређују структуру живљења и његову динамику (1971: 10).

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Шта нам показује америчко кризно искуство саобраћања на друштвеним мрежама? Еластична тумачења и непрецизно регулисана дигитална сфера довели су до трансфера онлајн садржаја, који се из простора друштвеног надзирања прелио у приватне центре одлучивања, који су у одређеним ситуацијама нестабилни и интересно оријентисани. На пример, републиканци су се као опозиција залагали за пуну слободу изражавања на интернету, док су у државама у којима су се налазили на власти (Флорида и Тексас) забрањивали одређене текстове у школама и библиотекама.

Анализом смо уочили и да на мрежама доминира култура изопштавања (*cancel culture*) оних који не деле владајуће мишљење, уз подилажење трендовима у јавној политици. Информативно загађен виртуелни простор обесмишљава учешће обичних људи у политичким борбама, па утицајне и снажне поруке доприносе њиховом мењању ставова. Алгоритми друштвених мрежа су подешени тако да аудиторијум наводе на исте или сличне садржаје, док статистика и метрика омогућавају изворима информација да одлично разумеју потребе својих корисника, па чак и да их делом сами развијају. То је дијалектичко-комуникацијски процес међусобног утицања и допуњавања, у којем је селекција пажње неопходна да би се остварио планирани публицитет.

Председник Доналд Трамп је сјајан пример политичара који сâм обликује јавно мишљење, вешто користећи твитове, али и остале традиционалне медије и технике, како би управљао сликама о моћи америчке државе. Дипломатске конвенције, обрасци и вештине гурнуте су у други план, коришћењем мрежа као канала за презентацију порука између владе и јавности у међународној политици. Радикализујући медијске наступе, он се прилагођава конвергентним облицима медијских сервиса, повезујући се са публиком кратким, провокативним и вишесмисленим порукама. Намећући агенду осталим медијима, он управља кризама, често их и сам производећи, са циљем да демонстрира спремност за њиховим решењем и опредељење да пласира себе као активног актера у заговарању мира у свету. Подршка бирчког тела осваја се и твитовима, што овај рад доказује, али и сугерише невидљиву моћ друштвених мрежа у наметању информативне агенде, чиме актери политичког живота више не зависе од воље мајнстрим медија. Твитовима могу да усмеравају решења и преносе задатке онима који треба да их извршавају. Такође, твитови служе и да би се извршио трансфер јавне пажње, па се уместо проблема у јавни простор „убацују” теме које су популарне, али не и кључне по друштво. Заваравањем се добија на времену, да би се прикриле, преобликовале и прилагодили тачне информације. Својој публици он

испоручује тачно што она жели, емотивно је укључујући у садржај твитова.

Дигитална дипломатија и политичка комуникација појавом Трампа добијају нови смисао, јер претварајући твитове у геополитику и спектакл, он управља пажњом света, што је најизраженији облик нове моћи. Рад је показао како у окружењу преобила информација и догађаја, амерички председник твитовањем успешно привлачи публицитет светских медија, односно, истакао је важну улогу коју у том комуникацијском процесу имају друштвене мреже. Снага великих сила више није у нуклеарном оружју или снажним војскама – она је у способности политичара да ефектно промовишу вести и комуницирају с јавностима, добијајући њихову сагласност.

*Ana Z. Jevtović*¹
*Branko Vuković*²
*Miraš S. Milašinović*³

SOCIAL MEDIA AS THE PUBLIC SQUARES OF DIGITAL DIPLOMACY

Content moderation on social media platforms relieves major media corporations of responsibility for disseminated content, thereby generating evident transformations within the communicational and security nexus between the state and society, particularly in the spheres of political communication and diplomacy. Under the guise of freedom of expression, racist, misogynistic, and discriminatory views are frequently disseminated, producing rhetorical and semantic anarchy within the public sphere. With the political return of Donald Trump and the ideological shift within the ranks of the American right, voices opposing hate speech and disinformation have gained renewed strength, as false news increasingly threatens to become an emerging industry of digital reality. Not even the presidents of the world's leading powers can evade the persecution of disinformation, rumors, fabrications, and spin narratives, which further problematizes the quality of public debate and undermines the idealized vision of the Internet as an ancient agora governed by unrestricted freedom of expression. Consequently, the central focus of this paper is the architecture of social media platforms and the power of tweeting as a novel technique of informational agenda-setting, enabling diplomacy and political elites to harmonize mutual interests under the apparent support of citizens. Through the mediation of public messages, public affairs shape public policy, while diplomats, through meta-network activities, stimulate political activism and promote their own positions.

Keywords: *social media, public policy, public messages, attention, influence, digital diplomacy*

¹ Institute for Political Studies, Belgrade. ana.jevtovic@ips.ac.rs

² Institute for Risk Assessment and Risk Infrastructure of Montenegro. branko.vukovic@gmail.com

³ Faculty of Media and Communications, Singidunum University, Belgrade.
miras.milasinovic.20240134@fmk.edu.rs

INTRODUCTION

When the South African-American engineer and billionaire Elon Musk acquired Twitter, the principal question dividing the academic community concerned whether freedom of expression would be preserved for all participants in public communication. The man who, prior to the acquisition, had perceived this online social networking and microblogging service as “the digital public square where matters vital to the future of humanity are debated” (Musk, 2022), subsequently dismissed half of the company’s employees after the takeover, informing them via email that they had lost their jobs. Approximately four thousand external contractors engaged in content moderation were likewise dismissed. Previously deactivated accounts belonging to prominent public figures, including Donald Trump, were reinstated, while, in order to demonstrate his determination to transform the platform’s editorial approach, Musk made public internal documents indicating cooperation between the company’s previous management and leading American intelligence agencies. Thus began a new phase in the communication policy of global society, significant for the governing power of private capital directly intervening in the editorial policies of new media and creating a paradigm fundamentally different from all previous ones.⁴

The idea of virtual agoras and public squares as a parallel universe remained deeply embedded in the minds of their creators, while the state sought to preserve what had once been firm control over information. For example, Yahoo granted access to its users in China, but in exchange for providing information concerning the activities of Internet users, particularly those involved in political matters.⁵ This is important because normative frameworks differ substantially among states. In the United States, Nazi literature and symbols may circulate freely on social media platforms; however, when Yahoo permitted the same content to be transmitted in France, public alarm ensued, as such material is prohibited in that country. A user from this European state filed suit against the corporation, while even American courts did not rule in the company’s favor, arguing that at all times it “possessed the tools through which it could remove incriminating content from the public sphere” (Gold-

⁴ Van Cuilenburg and Dennis McQuail distinguish three stages in the development of communication policy – the first, characterized by rapid technological development and the etatized care for the media by the state and large companies; the second, after the end of World War II, characterized by the concern for the socio-political renewal of the public space of the community; and the third, which begins with the informatization and digitalization of the planet, during the last decade of the last century, characterized by the uncontrolled influence of private capital and the ignoring of normative policies that protect public interests (Van Cuilenburg & McQuail, 2003: 186–201); compare with: Mijalković, Milošević & Čeranić, 2023: 479–493.

⁵ An illustrative example is a prominent Chinese journalist who was “sentenced to ten years in prison after Yahoo provided the Chinese government with the content of his emails” (Mitrović, 2019: 28).

smit & Wu, 2006: 1–10). Functionally, persistently, massively, and systematically, the Internet and digital media construct contemporary patterns of thought, becoming social actors that shape the behavior of their participants.

Constrained by both the thematic scope and the available space, in the introductory section of this paper we also draw attention to the transformed understanding of the Internet. It has become the arena of global revolutions, geopolitical transformations, disclosures of state secrets, mobilization of like-minded individuals, and the promotion of ideas and political programs, rather than merely a communication channel accessible to all. Alongside the state, one now recognizes the influence of numerous additional agents: political parties, powerful mega-corporations, trade unions, interest groups and pressure groups, lobbying networks, diplomatic centers, and other organized actors striving for control over cyberspace. Deibert and his team of researchers, emphasizing the importance of cyberspace, observe: “It is now considered a domain of equal importance to land, air, sea, and space; it is the medium through which commerce, education, hobbies, politics, and war are conducted” (Deibert et al., 2011: 4).

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FRAMEWORK

Applying the fundamental principles that characterize scientific methodology: objectivity, reliability, generalizability, and systematicity, this paper seeks to “offer a scientifically grounded new answer to a new scientific problem” (Šuvaković, 2010: 36), while simultaneously emphasizing the importance of methodology in contemporary social research (Andrić & Milašinović, 2021). The subject of this study is highly topical, as political and diplomatic communication conducted through social media represents a revolutionary transformation when compared to the period only a few decades ago. Particular emphasis will be placed on the comparison of leading theoretical concepts and analyzed forms of public communication on social networks, so that, through their translation into variables, we may obtain empirical data leading toward new communicational constructs. The symbolic potential has shifted from the embrace of mass society into the hands of small groups and individuals, thereby dramatically transforming the perception of reality itself. Industry 4.0 has revolutionized the perception of reality because, for the first time in the history of civilization, technology has enabled reality to be expanded and technologically augmented.⁶

⁶ Ivana Luknar particularly highlights the growth of social dynamics and its impact on changes in social systems, warning of the growing power of artificial intelligence (Luknar, 2025: 148).

The information and communication revolution has also transformed the patterns of diplomatic communication, as analyses of message content have become increasingly significant in forecasting international relations. The aim of this paper is to contribute to a deeper understanding of the power of tweets, memes, and similar content disseminated from the walls of Tumblr, Snapchat, Facebook, or platforms such as Truth Social by powerful leaders seeking, through messages transmitted across space and time, to alter public thought and attitudes. By systematizing existing scientific knowledge and applying methodological principles, methods, and techniques of social research, we expect to arrive at relevant findings capable of significantly reshaping the contemporary practice of diplomatic and political communication. In this qualitative study, we employ a purposive sample, meaning that we do not select cases whose characteristics will be generalized to all others, but rather those “that will be the most informative and that will most effectively contribute to understanding a particular social phenomenon” (Popadić et al., 2018: 214). The analysis of social networks is specific in that we do not examine the characteristics of political entities themselves, but rather the relationships between them and the public, as well as the structures created through those relationships. Compared to analog media, digital media possess numerous advantages: they “accelerate the delivery of news and similar content instead of subjecting them to verification through the powerful process of „gatekeeping”. Audiences do not wait, and digital media, because of their speed, sacrifice the quality of information, selecting only content that is attractive to them” (Jevtović & Marić, 2022: 819). Powerful states, through the use of digital tools, monitor the activities of other governments, political parties, and even their citizens. Herein lies the scientific significance of this paper: the characteristics of tweeting on social media do not depend solely upon their technological placement, but far more upon the position they occupy and the attention they command within the public sphere. In this manner, contemporary international relations acquire a pronounced temporal dimension which, from a realist perspective, proceeds from the imperfections of a world in which “force and violence dominate, and in such an environment every state may pursue its interests in accordance with its own power” (Despotović & Glišin, 2025: 46).⁷

⁷ The founder of realism and promoter of the theory of American hegemony, Hans Morgenthau, sees the essence of American national interests in the existence of a balance in Europe “which ensures that no state or group of states rises to such an extent as to threaten the unique position of the USA as the unrivaled hegemonic power” (according to Simić, 1999: 184).

THE POWER OF SOCIAL MEDIA AND ITS ROLE IN THE PUBLIC SPHERE

Digitalization and artificial intelligence have dramatically transformed the influence of journalism within the global order; however, the true revolution emerged with the popularization of social media, which became increasingly important during the first decade of this century and assumed primacy within the public sphere during the following decade. American researchers Gottfried and Shearer note that as early as 2016, 62% of the adult population in the United States used social media as their primary source of information, while an additional 18% relied predominantly upon these Internet platforms for news consumption (Gottfried & Shearer, 2016). The transformation to which we refer is even more visible within the triangle constituted by the state, communication policy, and commercial media corporations, where user interaction unfolds continuously and without supervision. The essence of this transformation lies in the transfer of power, which has flowed from the sphere of the state into the domain of corporate interests represented by companies managing the new media environment. Consequently, the focal point of our interest is political and diplomatic communication, which is theoretically equally compelling for both communication scholars and political scientists. Thus, Miroljub Radojković interprets it as “a means for implementing policy, for revealing political behavior and political strategies for which the consent of citizens is sought” (Radojković, 2011: 28). Fundamental journalistic principles have remained marginalized within the agendas of social media platforms, leaving public opinion captured by proactive tweets and similar messages that carry the political or diplomatic interests of their sources, while the general public interest remains more distant than ever before.⁸

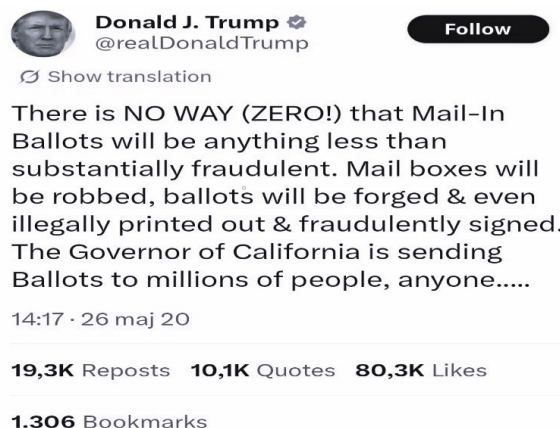
The United States adopted *The Communications Decency Act* in 1996, with Section 230 representing a crucial provision within the American legal framework of the time, as it pertains to the liability of online platforms for intermediary content. According to prevailing interpretations, companies cannot be regarded as the authors or publishers of content posted on networks, except in cases involving specific criminal offenses, which, in simplified terms, means that they bear virtually no responsibility for the discourse dominant on such platforms. Interfaces, algorithms, and content moderation practices are considered to fall under the domain of “freedom of speech,” additionally protected by the First Amendment to the United States Constitution. This constitutes an essential distinction in

⁸ Some researchers pessimistically speak of the “end of journalism” (Charles & Stewart, 2011; Zelizer, 2015), although we believe that it is more about the need to reexamine its purpose, professional principles, and social role.

comparison with traditional media, in which the editor-in-chief effectively assumes editorial responsibility for published content.⁹ Although a considerable portion of public opinion recognized that this solution gradually lost its sense of fairness over time, few were willing to challenge it, particularly because it enjoyed the support of major non-governmental organizations, such as the American Civil Liberties Union (ACLU) and the Electronic Frontier Foundation (EFF). These organizations understood that declaring companies legally responsible would require the removal of a substantial amount of unreliable content, yet would simultaneously raise questions concerning the protection of the First Amendment.

The rise of Donald Trump to the leading position within American society disrupted the lethargic dream of an open public sphere, as, under the slogan of freedom of expression, he established his own networks (Gab in 2016 and Talk in 2018) as transmitters of ideological meanings. Democrats accused him of spreading hate speech, racism, and xenophobic rhetoric, denying that such discourse could legitimately be protected under the principle of freedom of expression. Candidates capable of connecting online with their supporters increasingly become key political figures within their states, particularly when direct communication through networks enables them to bypass the censorship of traditional media. Thus, on May 27, 2020, a post by the American president on Twitter was, for the first time, labeled with a notice indicating that the reliability of the information required verification: "THERE IS NO WAY (ZERO!) that Mail-in Ballots will be anything less than substantially fraudulent" (Trump, 2020).

Figure 1. Donald Trump's tweet from May 26, 2020.



⁹ For example, when Twitter removes a user's posted content or comment, it often justifies it by the need to protect the quality of public communication and a safe space for other users to express themselves. More in: Giles, T. (2018). *Custodians of the Internet. Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. New Haven. Yale University Press

Twitter responded by placing a warning label beneath the post, and shortly thereafter applied its newly adopted policy concerning disinformation to Trump's subsequent tweet. When Donald Trump replied that "Twitter is stifling freedom of speech," the company reacted by encouraging readers to "get the facts about mail-in ballots." Simultaneously, Republicans launched fierce attacks against major social media platforms, accusing them of monopolizing the public sphere, while the communication environment increasingly appeared to be spiraling beyond control.¹⁰ This marked the moment at which the public interest began adapting itself to private and political interests, although the struggle for the legitimization of the public sphere had only just begun. Trump thereby formulated a new doctrine centered upon an authentic approach to describing, explaining, and predicting threats to the national interests of the United States, for the realization of which media became indispensable instruments.¹¹ He deinstitutionalized the role of classical media, bypassing their agenda by constructing one of his own, thereby generating an atmosphere of political discord and moral panic.

The crisis manifested itself in security terms on January 6, 2021, through the physical assault carried out by Trump supporters against the United States Capitol, after which the largest social media platforms – Facebook, Twitter, and Snapchat – either suspended or permanently removed the accounts of the sitting president and his like-minded people. Classical political liberalism was thus employed to marginalize from public communication all those who did not think in accordance with the elites of the so-called "deep state," whereby social media platforms assumed the role of megaphones for centers of political power. Examining the interrelationship between social media and political communication, Neven Obradović observed that the Internet enabled "the creation of numerous platforms that transformed political communication from the mid-1990s to the present day. The era of interactive Web 2.0 platforms, by its very logic, enabled interaction among various political actors and opened a field of unlimited directions of communication" (Obradović, 2025: 40). Undoubtedly, Trump understood the essence of the transformations occurring within the digital environment, using his own networks for political and diplomatic influence in an effort to preserve

¹⁰ "Democrats accuse us of moderating too much, Republicans accuse us of moderating too little," says Facebook founder Mark Zuckerberg. According to: Damien Leloup, "Devant le Sénat américain, les patrons de Google, Twitter et Facebook ont dû répondre aux accusations de 'biais anti-conservateur'", *Le Monde*, October 28, 2020.

¹¹ Jasmina Andrić emphasizes knowledge as an important doctrine, which in the age of the Internet and social networks is "dynamic and changes in accordance with changing theory and practice of challenges, risks and threats, as well as with the improvement of procedures and standards in security analytics" (Andrić, 2025: 153).

and expand his personal power. Within marketing campaigns, such conduct may be regarded as legitimate; however, in everyday communication with citizens, the number of messages increased exponentially with the aim of capturing public attention, which was itself a consequence of the elevated political position occupied by the source of information. The art of privileging national interests had always been a constant of diplomacy within the analog era, yet with the rise of the Internet, digital platforms, and social media, online activities became the foundation of new agreements and understandings. Consequently, digital diplomacy “has become a means of conducting foreign policy in a modern manner, influencing public opinion in other countries and serving as an instrument for achieving broader cooperation with economic, political, and consumer strata across different societies” (Mitrović, 2018: 12).

RESEARCH FINDINGS

The transformations discussed herein emerged at the very moment when the Internet, digital and mobile technologies, platforms, and applications became universally accessible. A qualitative analysis of President Trump’s political communication on social media is important because it demonstrates that prevailing forms of content construction need not remain confined within conventional frameworks and patterns of visual communication. Within networked society, messages continuously flow into one another. The President of the United States recognized this dynamic, skillfully employing rhetoric designed to provoke and encourage the reexamination of opposing viewpoints. This constitutes a sophisticated monopoly insofar as the circulation of ideas frames the agenda of public opinion. “People increasingly find it easier to retreat into echo chambers, that is, to listen only to those with whom they agree and to close their minds to ideas that do not confirm what they regard as truth – a phenomenon known as cognitive bias” (Čejko, 2019: 99). The attention economy requires creators and senders of messages to imbue them with meanings capable of attracting audiences, drawing them into a vortex of interpretation, activating and mobilizing them, and retaining their attention for as long as possible in order to achieve the effect of identification.

Unlike many other world leaders, Trump utilizes his own network, Truth Social, on which, on November 26, 2025, he “advised” voters in Honduras regarding whom they should support: “Democracy (in Honduras) will be put to the test in the upcoming elections to be held on November 30” (Trump, 2025). Partiality toward the political development of the South American continent is nothing new; however, the method of communication through which the United States di-

rectly interferes in the internal affairs of a sovereign state is unprecedented. Three days earlier, the electoral campaign had formally concluded in accordance with the regulations of the National Electoral Council (CNE), yet Trump addressed millions of voters solely with a message of support for the conservative candidate Nasry, described as a “friend of freedom” and representative of the National Party. Two days later, another tweet followed, politically reinforcing the previous message – if his preferred candidate were to win the presidential election, the United States government would provide him with maximum support; however, should he lose, “it will not waste money, because a bad leader can only bring catastrophic consequences upon a country.” In addition to concentrating military presence, Trump clearly exercised influence over the electoral outcome through the use of soft power¹². Since the resonance of the tweets failed to reach the anticipated level, pressure was intensified through SMS messaging in order to achieve full control. All holders of domestic bank accounts receiving remittances from family members employed in the United States reportedly received text messages stating that, unless they voted for the preferred candidates, further financial transfers would cease.¹³ As *Le Monde diplomatique* wrote in an investigative and analytical article: “On December 1, 2025, a ‘miracle’ occurred. Trump’s ‘friend’ was declared the winner by the electoral authorities, a result the remaining candidates refused to recognize” (Ventura, 2026).

Donald Trump’s worldview is never neutral; the interests of the United States invariably occupy the foreground, accompanied by a personal posture that can at times be overtly ruthless toward other international actors. He employs tweets as a political instrument for shaping public opinion, showing little concern for political correctness or the balancing of competing interests. By capitalizing on the popularity of search engines and social media platforms, he primarily addresses users within the cyber community, recognizing both their appetite for information and their already established habits and predispositions. This is precisely why his tweets are so unpredictable, extreme, unconventional, and distinctive. Through the deliberate use of clickbait, he seeks to amplify the communicative potential of po-

¹² The term soft power was introduced into academic discourse by the American political scientist Joseph Nye, Jr., who understood it to mean invisible diplomatic influence and relations with the media and liberal, American-centric globalization, through the discourses of politicians, security experts, and media analysts. (More in: Nye, 2004: 27; Mijalković, 2023: 101–102).

¹³ Economic indicators point to the fact that in Honduras more than a quarter of the gross domestic product is made up of remittances (remesas), which arrive from the addresses of more than two million people working in the United States. When, between November 27 and 29, members of these families received a message on their mobile phones warning them of what would happen in the event of inadequate results, it was clear how they would vote.

litical messaging, directing political perspectives and diplomatic initiatives in ways that allow him to achieve strategic objectives through the diversion and concentration of public attention.¹⁴ When, through his own network, Truth Social, he threatens European states with exorbitant tariff rates in the morning, only to announce several hours later that he is considering differentiated treatment among member states, he is in effect steering the activities of those states through diplomatic channels, not merely on the economic level, but primarily within the sphere of diplomacy. In doing so, he relies upon consumers of so-called ambient news, who absorb such content conditioned by habitual trust in their political leader¹⁵.

By proclaiming strategic security interests, all states identified as adversaries become legitimate targets of propaganda influence. Thus, on 11 January 2026, the President of the United States tweeted: “For decades, Cuba has survived on massive quantities of oil and money from Venezuela. In return, Cuba provided ‘security services’ for the last two Venezuelan dictators, but no longer.” (Trump, 2026). Skillfully applying the politics of publicity through the maxim “The public be informed,” associated with Ivy Lee, Donald Trump introduces an issue into the public sphere while simultaneously controlling both its trajectory and the range of possible reactions.¹⁶ When the Cuban Minister of Foreign Affairs responded: “It has been eight days since the brutal kidnapping of the legitimate President of Venezuela, Nicolás Maduro, and his wife Cilia Flores. We demand that the Government of the United States end this illegal detention, respect his immunity, and stop the legal and media farce into which they have transformed this process...” (Rodríguez, 2026), Trump, through a subsequent series of tweets framed under the guise of “dialogue,” effectively prepared public opinion for the possibility of military intervention. In the example cited here, there is an absence of diplomatic decorum, subtlety, or Western refinement. Everything is explicit, while the fact that the message is disseminated through his own platform further reinforces the credibility and authority of the source. Although the target is now located on another part of the globe, the tone remains unchanged – a threat directed toward

¹⁴ Relevant global research shows that online audiences are “more willing to pay for unique content and content they perceive as particularly valuable” (Groot Kormelink, 2022).

¹⁵ Theorists have identified a passive approach to news monitoring through the mantra “let the perception - the news - find me”, which implies a low level of political knowledge and high credibility of the information source (Gil de Zuniga, Weeks & Ardevol-Abreu, 2017).

¹⁶ Ivy Lee is the founder of modern public relations, known as an expert who, working for the Rockefeller family, did a lot for their social rehabilitation and reputation. Instead of bribing journalists and editorial staff, publicity is about being open, respectable, and accurate. More at: Allen-Lee Memorial United Methodist Church. (n.d.). Dr. James Wideman Lee. Retrieved January 23, 2026, from <https://allenleememorialumc.org/dr-james-wideman-lee/>

a potential adversary. The leader of the world's most powerful state has little time for traditional media; consequently, rather than responding to issues imposed upon him by journalists, he adopts a proactive approach on social networks, choosing independently both the manner and the timing through which the political agenda will be managed.

Figure 2. *Donald Trump's tweets*

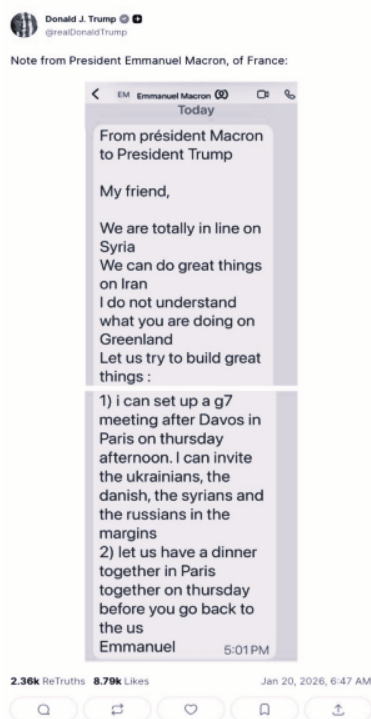


In the age of digitalization, when every individual with a modem also possesses access to information, a battle for attention emerges, with attention itself becoming the most valuable currency in the shaping of public opinion. The art no longer lies merely in participating within the arena of political action, but rather in shaping that arena itself, thereby granting diplomacy increasingly proactive contours. As noted by our researchers, “social networks enable direct contacts among political parties, direct connections between politicians, the media, and diplomacy, as well as open relations with the civic community.”¹⁷ Analytical teams working on behalf of the American president carefully examine audience preferences, fields of interest, habits, desires, favored behavioral patterns, and the rhetoric to which audiences respond positively. Algorithms, newsfeeds, niche platforms, and analytical services further classify and elaborate these patterns, enabling messages to be embedded within the consciousness of audiences while simultaneously enhancing the reputation of those promoting them. Concern for the interests of American citizens is strategically directed toward projecting the responsibility of leadership, thereby consolidating political standing within the electorate.

¹⁷ “More money means more visibility, so it is not surprising that large states are raising the stakes in the competition for power” (More in: Jevtović, Marić and Milašinović, 2025: 267).

Donald Trump ostensibly strives to ensure that his messages are understood, even at the cost of abandoning conventional diplomatic norms and standards of conduct. When the content of private correspondence with French President Emmanuel Macron is disclosed on social networks, it becomes evident that, within the sphere of digital diplomacy, genuinely private conversations between political leaders have effectively ceased to exist. Strategic power is conferred upon the actor who tweets first, while any subsequent response merely serves the communication channel in preserving its own visibility and rating. The sender of information selects both the timing and the circumstances of publication, thereby securing an inherent strategic advantage. The broader context of ongoing political developments must always be examined. This occurred during a period of heightened political tension between the two states, following France's refusal to join The Committee for Peace in the Gaza Strip, an initiative promoted by President Trump. The initial reaction took the form of threats imposing tariffs of 200% on French wines and champagne; however, in order to reduce uncertainty and contain possible political and economic interpretations, the publication of private correspondence soon followed. Through tweeting, he not only promotes his own political agenda, but simultaneously disparages all those who refuse to support it.

Figure 3. *Macron's message to Trump*



In a private message, Emmanuel Macron referred to Donald Trump as a “friend,” yet the replication of memory – specifically the assertion that they were “on the same line regarding Syria and Iran,” accompanied by incomprehension concerning “what (Trump) is doing with Greenland” – became the basis for a possible G7 summit in Paris. Noise within the communication channel arose from the fact that, at that particular moment, Europe was considering political countermeasures in response to its opposition to the American acquisition of Greenland. The American president retained the initiative by responding immediately, incorporating into the act of content exchange not only textual communication, but also the visualization of messages. This represented the ideal moment for a diplomatic-symbolic level of communication, indirectly signaling a broader context of power, military strength, and ideology. Trump’s position regarding Greenland was clearly illustrated through the publication of a manipulated photograph depicting him and his associates marking the territory with the flag of the United States, symbolically presenting Greenland as American territory. The final step in the distribution of communicative effects was undertaken through the publication of an altered version of an image originally created in August 2025, when European leaders visited Washington following a telephone conversation between the American president and Russian leader Vladimir Putin. The photograph depicted European leaders in the White House, while in the background appeared a map of America on which Greenland and Canada had been incorporated. The design of the message was politically impeccable: the architecture of choice left to France and its allies was entirely stripped bare. Media advisers to the American president are fully aware that most individuals read the textual content of messages only superficially on their screens, while retaining vivid memory of the images that accompany and illustrate them.

The culture of secrecy, from Antiquity to the age of digitalization, persisted in order to enable institutions, officials, and diplomats to preserve power. “The digital era has produced a dual challenge: technology enables greater accessibility of information, while simultaneously creating mechanisms for its concealment and manipulation” (Matić, 2025: 149). At a moment when the great powers are shaping a new world order, it becomes essential to understand the ways in which they communicate with the periphery. Unlike the majority of leaders, who merely react to events, Donald Trump actively constructs them through media strategies, insofar as tweets originating from his own social network are subsequently shared and reproduced across other platforms, compelling electronic and print media alike to follow already imposed themes. Through the management of algorithms, the media provide an unlimited production of identical or similar content, where the priority is not persuasiveness, but rather “clickability” and the prolonged retention of audience attention. On certain occasions, the American president publishes several

tweets on entirely different issues within a single day. For example, on 30 January he warned the mayor of Minneapolis that the city was “playing with fire” if it failed to enforce federal immigration legislation and refused cooperation with federal agents; shortly thereafter, he sent a message to the authorities of Iran declaring that “their time is running out” and that options for strikes against commanders and institutions regarded by Washington as responsible for violence against demonstrators were under consideration. Simultaneously, he monitored polling conducted by Politico, according to which 65% of his voters – supporters of the MAGA movement (“Make America Great Again”) – expected military action, whether directed against Iran, Greenland, Cuba, Colombia, China, or Mexico.

The structure of his tweets is optimized in accordance with the demands of new media, metrics, and search-engine rankings; consequently, platforms such as Facebook, Instagram, and other networks are expected to generate a promotional effect that redirects traditional mainstream media toward dominant themes. Trump manages fear with exceptional skill because he fully understands its role within the lives of ordinary people. Scholars of conflict likewise confirm this assessment: “With regard to our contemporary era, it appears that the feeling of an impending catastrophe has become an everyday aspect of cultural and political life – the threat of terrorism, the tragedy of the migrant crisis, as well as the specter of the climate crisis” (Kešetović, 2024: 149).

Axel Bruns, in his analyses, emphasizes the depth of transformation through which political and diplomatic communication evolved from its pre-digital phase into the digital age. He reduces this transformation to the process of gate-keeping, through which editors until only a few years ago functioned as guardians of public informational gateways, whereas digitalization has shifted communication into the phase of gatewatching, in which every participant in the communicative exchange observes what occurs within those gates. In media practice, “the exclusion of less important news and the turn toward the practice of highlighting the most important news is not merely a possibility, but a necessity,” he argues (Bruns, 2014: 22). Messages on social networks are of immense importance to Trump because, through the impressive dissemination of information at minimal cost, he creates a broadly targeted public while achieving highly effective communicative outcomes. The meaning and interpretation of messages are maximally simplified, while possession of his own network and analytical infrastructure provides him with a permanent corrective mechanism through which potentially controversial positions may be clarified or supplemented. By filtering nuances of meaning, the American leader exercises control over all available media channels. The causes of conflict are invariably located on the opposing side, while the skill of presentation manifests itself in the “fact that he is an advocate of peace,” who

nevertheless secures media attention through an exceptionally harsh rhetorical tone. An illustrative example is provided by a tweet following the conference in The World Economic Forum Annual Meeting in Davos, through which he diplomatically sought to calm rising tensions in Europe and across much of the world, while overlooking the fact that his own actions had themselves generated the crisis.

Figure 4. *Donald Trump's tweet after the conference in Davos*



Within the globally open digital landscape, the platform-based network environment has not produced the anticipated democratization of society; however, it has generated profound transformations in public discourse. Messages have become shorter, are read more rapidly, and are transferred across communication channels with greater speed, thereby acquiring a metacommunicative character, while the photographs illustrating them are increasingly designed to be “clickable,” often through the use of artificial intelligence. Editorial policy and professional ethics bend under the pressure of centers of political and economic power, resulting in further transformations within the system of public communication, particularly in its normative dimension. Social networks generate enormous quantities of unreliable information, which is precisely one of the objectives pursued by large corporations. Consequently, leaders’ messages immediately produce resonance, direct calls to action, and hybrid forms that combine political communication with manipulation.

At this point another important transformation emerges. Whereas traditional gatekeeping “considered the relevance of a story for a given audience (as assessed by editorial boards whose judgment was based upon experience and professional ethical standards), the content of the new generation is stimulated by a new model of engagement involving technologically empowered audiences, encouraging users to identify their preferences, indicate them, evaluate them, like them, rate them, and distinguish them” (Heinderyckx, 2015: 260).

Transformations are equally visible within the sphere of the audiences to whom politicians address themselves. Fully aware of the effects their messages produce, political actors reduce the content itself, thereby creating space for re-

peated returns to the same themes, dulling suspicion and diminishing the critical capacities of media consumers. This process is facilitated by the fact that the digital traces left behind by every user of social networks inadvertently reveal their political orientation. Our values, priorities, religions, and customs differ according to the identities and cultures within which we live, meaning that communication on networks must remain open and flexible toward change. Donald Trump frequently accuses others of failing to “play fair,” immersing himself in the role of a global sovereign who structures foreign policy according to his own judgments, while intensively utilizing communication channels in order to transform the world into a “global village” shaped in accordance with American interests.¹⁸ By determining both the scale and form of political action, he employs tweets as a source of light attracting crowds, delivering messages whose effects captivate and overwhelm audiences. For this reason, the findings of such research possess substantial social relevance: they may be employed in diplomatic and political crisis situations as potential models of public communication through which the power of social networks is utilized to secure publicity for the actors communicating through them (Cvetković, Milašinović & Lazić (2018).

CONCLUDING REMARKS

What does the American crisis experience of communication through social networks reveal to us? Elastic interpretations and an imprecisely regulated digital sphere have resulted in the transfer of online content from the realm of socially supervised communication into private centers of decision-making that, in certain circumstances, prove unstable and interest-oriented. For example, Republicans, while in opposition, advocated complete freedom of expression on the internet; yet in states where they exercised political power, such as Florida and Texas, they prohibited certain texts in schools and libraries.

Our analysis further demonstrated that social networks are dominated by a culture of exclusion (cancel culture) directed against those who do not share prevailing opinions, accompanied by accommodation to trends in public policy. The informationally polluted virtual sphere renders the participation of ordinary individuals in political struggles increasingly meaningless, while influential and powerful messages contribute significantly to the transformation of their attitudes. Social network

¹⁸ Canadian media theorist Marshall McLuhan sees the metaphor of the world as a “global village” through the interpretation that social communities (media) determine the structure of life and its dynamics (1971: 10).

algorithms are configured in such a manner as to direct audiences toward identical or similar content, whereas statistics and metrics enable information sources to understand the needs of their users with remarkable precision, and even partially to shape and develop those needs themselves. This constitutes a dialectical-communicative process of mutual influence and supplementation, within which the selection of attention becomes indispensable for achieving the desired publicity.

Donald Trump represents an outstanding example of a politician who independently shapes public opinion, skillfully employing tweets, together with traditional media and communication techniques, in order to manage perceptions of American state power. Diplomatic conventions, patterns, and skills have been relegated to a secondary position through the use of networks as channels for presenting messages between government and the public within international politics. By radicalizing media appearances, he adapts himself to convergent forms of media services, connecting with audiences through brief, provocative, and polysemic messages. By imposing an agenda upon other media outlets, he manages crises, frequently producing them himself, with the objective of demonstrating readiness to resolve them and positioning himself as an active advocate of peace in the world order. Support from the electorate is won not only through policies, but also through tweets – a conclusion confirmed by this study, which simultaneously points toward the invisible power of social networks in imposing informational agendas, thereby liberating political actors from dependence upon the will of mainstream media. Through tweets, they are capable of directing solutions and transmitting tasks to those expected to carry them out. Tweets also serve as instruments for transferring public attention, so that instead of socially essential problems, the public sphere becomes saturated with topics that are popular, yet not fundamentally significant for society. Through distraction, political actors gain time in order to conceal, reshape, and adapt accurate information. Trump delivers to his audience precisely what it desires, emotionally incorporating them into the content of his tweets.

With the emergence of Donald Trump, digital diplomacy and political communication have acquired an entirely new meaning. By transforming tweets into instruments of geopolitics and spectacle, he governs the attention of the world – arguably the most pronounced form of contemporary power. This paper has demonstrated how, within an environment characterized by an overabundance of information and events, the American president successfully attracts the publicity of global media through tweeting, while simultaneously highlighting the significant role played by social networks within that communicative process. The strength of great powers no longer resides exclusively in nuclear weapons or powerful armies; rather, it lies in the ability of political leaders to promote information effectively and communicate persuasively with public, thereby securing their consent.

REFERENCE LIST

Andrić, J. (2025). Potreba i mogućnost kreiranja bezbednosne analitike. *Diplomatija i bezbednost*, 8(2), 139–178.

Andrić, S. i Milašinović, M. (2021). The Problem of Research in Social Sciences: The Place of Methodology in Contemporary Research. *Teme*, XLV, No. 3, 885-894.

Bruns, A. (2014). Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback: new challenges for Journalism. *Brazilian Journalism Research*, 10(2), 224-237. Retrieved January 16, 2026, from [http:// dx.doi.org/10.25200/BJR.v10n2.2014.778](http://dx.doi.org/10.25200/BJR.v10n2.2014.778).

Cvetković, V., Milašinović, S., & Lazić, Ž. (2018). Examination of citizens' attitudes towards providing support to vulnerable people and volunteering during disasters. *Teme*, 42 (1), 35-56.

Čejko, M. (2019). *Superpovezani: Internet, digitalni mediji i tehno-društveni život*. Klio.

Charles, A. & Stewar, G. (2011). *The End of Journalism: News in the Twenty-First Century*. Peter Lang AG, Internationaler Verlag der Wissenschaften.

Deibert, R., Palfrey, J., Rohozinski, R., & Zittrain, J. (2011). *Access contested: security, identity, and resistance in Asian cyberspace*. MIT Press.

Despotović, Lj. & Glišin, V. (2025). *Savremeni međunarodni odnosi i geopolitika*. Arhiv Vojvodine / Institut za političke studije.

Gil de Zúñiga, H., Weeks, B., & Ardévol-Abreu, A. (2017). Effects of the news-finds-me perception in communication: Social media use implications for news seeking and learning about politics. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(3), 105–123.

Gottfried, J., & Shearer, E. (2016, May 26). *News use across social media platforms 2016*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/journalism/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>

Goldsmith, J., & Wu, T. (2006). *Who controls the Internet?: illusions of a borderless world*. Oxford University Press.

Groot Kormelink, T. (2022). Why people don't pay for news: A qualitative study. *Journalism*, 24(10): 2213-2231.

Jevtović, A., & Marić, K. (2022). The Characteristics of Title Blocks on News Portals: the Case of the Crime Column. *Teme*, Vol. XLVI, No. 3.

Jevtović, A., Marić, K., & Milašinović, M. (2025). Propaganda i cenzura na društvenim mrežama u doba političke komunikacije i digitalne diplomatije. *Diplomatija i bezbednost*, 8(1), 259–293.

Kešetović, Ž. (2024). Prikazi kriza i katastrofa u popularnoj kulturi. *Diplomatija i bezbednost*, 7(2), 11–45.

Luknar, I. (2025). Društvena dinamika u eri veštačke inteligencije. *Srpska politička misao*, 90(2), 145–162.

Lelu, D. (2020, October 28). Devant le Sénat américain, les patrons de Google, Twitter et Facebook ont dû répondre aux accusations de 'biais anticonservateur'. *Le Monde*. https://www.lemonde.fr/economie/article/2020/10/28/devant-le-senat-americain-les-patrons-de-google-twitter-et-facebook-ont-du-repondre-aux-accusations-de-biais-anticonservateur_6057689_3234.html

Makluan, M. (1971). *Poznavanje opštita – čovekovih produžetaka*. Beograd: Nolit.

Matić, G. (2025). Kultura tajnosti u digitalnom dobu: Između nužnosti, zloupotrebe i sajber bezbednosti. *Nacionalni interes*, 52(3), 147–172.

Mijalković, S. (2023). *Nacionalna bezbednost (peto idanje)*, Kriminalističko-policijski univerzitet, Beograd.

Mijalković, S., Milošević, M. i Ćeranić, P. (2023). *Obavještajne i bezbjednosne službe, organizacija i metodika obavještajnog, bezbjednosnog i subverzivnog djelovanja*. Fakultet bezbjednosnih nauka. Univerzitet u Banjoj Luci.

Mitrović, V. (2018). Globalno umrežavanje i digitalna diplomatija. *Vojno delo*, 70(7), 7–22. <https://doi.org/10.5937/vojdelo1807007M>

Mitrović, M. (2019). *Uloga države i internet intermedijatora u zaštiti prava internet korisnika* (Doktorska disertacija). Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu, Beograd.

Musk, E. [@elonmusk]. (2022, April 28). *Free speech is the bedrock of a functioning democracy, and Twitter is the digital town square where matters vital to the future of humanity are debated* [Tweet]. X. <https://x.com/elonmusk/status/1519480762125940736>

Nye J., Jr. (2004). *Think Again: Soft Power*. Foreign Policy.

Obradović, N. (2025). *Političko komuniciranje u doba društvenih mreža*. Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu.

Radojković, M. (2011). Politička komunikacija u Srbiji. U A. Zerfass & M. Radojković (Ur.), *Menadžment političke komunikacije – osnove i koncepti*. Fondacija Konrad Adenauer, Medijski program Jugoistočna Evropa.

Rodríguez Parrilla, B. [@BrunoRguezP]. (2026). *Han pasado 8 días desde el brutal secuestro del legítimo presidente de Venezuela Nicolás Maduro y su esposa Cilia Flores. Exigimos al gobierno de EE.UU. que ponga fin a esta detención ilegal, respete su inmunidad y detenga la farsa legal y mediática en que han convertido este proceso...* [Tweet]. X.

Tarleton G. (2018). *Custodians of the Internet. Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. Yale University Press.

Trump, D. J. [@realDonaldTrump]. (2020, May 27). *There is NO WAY (ZERO!) that Mail-In Ballots will be anything less than substantially fraudulent* [Tweet]. X. <https://x.com/realDonaldTrump/status/1265255835124539392>

Trump, D. J. [@realDonaldTrump]. (2025). *Democracy (in Honduras) will be tested in the upcoming elections on November 30* [Tweet]. X. URL

Trump, D. J. [@realDonaldTrump]. (2026, January 11). *Cuba has for decades lived off large quantities of oil and money from Venezuela. In return, Cuba provided “security services” for the last two Venezuelan dictators, but no more* [Tweet]. X.

Van Cuilenburg, J., & McQuail, D. (2003). Media policy paradigm shifts: Towards a new communications policy paradigm. *European journal of communication*, 18(2), pp. 181–207.

Zelizer, B. (2015). Terms of Choice: Uncertainty, Journalism, and Crisis. *Journal of Communication*. 65 (5): 888–908. Retrieved January 14, 2026, from <https://doi.org/10.1111/jcom.12157>.

Ventura, C. (2026, January). Donald Trump pirate of the Caribbean. *Le Monde diplomatique*.