

NOVI OBLICI POLITIČKE PARTICIPACIJE: ANALIZA DINAMIKE POLITIČKE KAMPANJE NA FORUMU 4CHAN

Matej Mikašinović-Komšo
Zagreb

SAŽETAK

U radu se analizira i kritički razmatra politička kampanja korisnika internetskog foruma *4chan* – specifičnije, s podforumu */pol/* (*Politically Incorrect*), u svrhu utvrđivanja predstavlja li ona novi oblik političke participacije. Kroz prikaz relevantne literature o političkoj participaciji, te kroz prikaz povijesti, organizacije i koncepcije foruma *4chan*, uspostavljaju se temelji na kojima se razrađuje kvalitativna analiza studije slučaja političke kampanje korisnika */pol/-a*. Glavni nalazi analize odabrane političke kampanje pokazuju da je ona kolektivna, subverzivna, da koristi *troll* strategije radi realiziranja konzervativnih ciljeva, te da sudjelovanje korisnika u njoj, zbog političke motiviranosti djelovanja, predstavlja oblik političke participacije. Takva politička participacija se također, zbog naglaska na djelovanju manjeg broja pojedinaca iz cijelog svijeta, nedostatka organizacijske hijerarhije, te drugačije logike upotrebe društvenih mreža za dijeljenje materijala, može smatrati novim oblikom političke participacije.

KLJUČNE RIJEČI: politička participacija, političke kampanje, meme, memetično ratovanje, *4chan*

1. UVOD

Politička participacija predstavlja temelj demokratskih političkih sustava, čija se koncepcija kontinuirano transformira, a opus oblika djelovanja neprestano proširuje. Jednu od ključnih dimenzija takve suštinske

Kontakt autora:

Matej Mikašinović-Komšo, Fakultet političkih znanosti, Lepušićeva 6, 10000 Zagreb
E-pošta: komshov@gmail.com

promjene političke participacije čini razvoj interneta, unatoč neslaganju znanstvenika o konačnom značenju njegovog utjecaja na političku participaciju.

Internet, kao novi oblik društvene komunikacije, ima velik utjecaj na mnoge aspekte ljudskog života, pa tako i u pogledu mogućnosti političke mobilizacije i participacije birača koju pruža (Vissers and Stolle 2013, 937–940). Iako se najčešće govori o upotrebi interneta kao platforme za vođenje političkih kampanja od strane političara, te za mobilizaciju birača, daleko je zanimljivija primjena interneta od strane samih birača. Oni ga koriste kao sredstvo pomoću kojega mogu brzo i efikasno organizirati vlastite političke kampanje, jer omogućava lakše informiranje o politici, efikasnije organiziranje prosvjeda, brže širenje svijesti o političkim problemima, te promoviranje političkih ideja – kao primjer se može izdvojiti *Occupy Wall Street* pokret (Milner 2013, 2358–2359). Analiza potencijalnih oblika politički motiviranih djelovanja na internetu neophodna je kako bi se utvrdilo mogu li se oni smatrati oblicima političke participacije (Vissers and Stolle 2013, 938), a jedan od takvih potencijalnih oblika su i političke kampanje korisnika internetskog foruma *4chan*, specifičnije, korisnika njegova podforumu */pol/-a* (*Politically Incorrect*).

Unatoč tome, trenutno ne postoji dostatna znanstvena literatura o takvim političkim kampanjama – one su nova i uglavnom neistražena internetska pojava. Stoga je temeljno pitanje kojim se rad bavi značenje političkih kampanja */pol/-a* u kontekstu političke participacije. Cilj rada je utvrditi i opisati internu logiku, te karakteristike takvih političkih kampanja, u svrhu njihova pojašnjavanja, te pronalaska odgovora na temeljno istraživačko pitanje rada: mogu li se političke kampanje */pol/-a* smatrati oblikom političke participacije te, ukoliko mogu, predstavljaju li inovativni, novi oblik političke participacije? Kako bi se na to pitanje moglo odgovoriti prikazat će se kroz relevantnu literaturu razvoj političke participacije i kolektivnog djelovanja, sama platforma *4chan*, povijest i funkcioniranje foruma, kao i razvoj čimbenika koji omogućuju koncipiranje takvih internetskih političkih kampanja. Na temelju prikazane literature i platforme definirat će se metodologija pomoću koje će biti provedena analiza izdvojene političke kampanje *4chan*-ovog podforumu */pol/*, čiji će temeljni nalazi biti prezentirani u diskusiji radi utvrđivanja odgovora na istraživačko pitanje rada. Konačno, zaključak će pružiti osvrt na cjelokupnu temu, rezultate analize i diskusije, te prijedloge za daljnje analize */pol/-a*.

2. RAZVOJ POLITIČKE PARTICIPACIJE

2.1. ŠIRENJE KONCEPTA POLITIČKE PARTICIPACIJE

Razvoj studija o političkoj participaciji posljednjih pedeset godina reflektira važnost građanske uključenosti u demokratski proces odlučivanja, koja se zbog društvenih promjena sve šire shvaća. Dok je 1950-ih naglasak bio na glasanju, danas katalog političke participacije poznaje aktivnosti poput potpisivanja peticija, blokiranja prometa, donacija ili suprotstavljanja policiji. Širenje opsega vladinih djelovanja prati i širenje domena političke participacije: aktivnosti unutar političke participacije počinju utjecati na sve aspekte života razvijenih društava (van Deth 2006, 3-4). Razvoj građanske uključenosti doveo je do nastanka oblika političke participacije koji nisu odgovarali krutim okvirima tradicionalnog promišljanja političkog djelovanja te su često, poput kanala koji ih omogućuju, bili ignorirani (Ross and Rivers 2017, 285). Istovremeno, demokratski su sustavi suočeni sa sve manjom stopom sudjelovanja u klasičnim oblicima političke participacije, pogotovo mladih. Gubitak veza u zajednici, premalo znanja o političkim procesima, te niska razina povjerenja u političare i demokratske institucije smatraju se pokazateljima slabijeg političkog angažmana novih generacija. Međutim, nije moguće ustvrditi da su mladi nezainteresirani za politiku – pokazalo se da bolje artikuliraju svoje preferencije i interese te češće izražavaju mišljenje o načinu upravljanja političkim sustavima (Eurobarometar 2012, 2).

Štoviše, mladi preferiraju sudjelovanje u novim oblicima političke participacije, koji su individualiziraniji, *ad-hoc* prirode, fokusirani na probleme i manje povezani s tradicionalnim društvenim rascjepima, osjećajući da tako izravno i djelotvorno utječu na političke odluke. Udaljavanje od institucionalizirane političke participacije, koja predstavlja sve oblike političkog djelovanja direktno vezane za službene institucionalne procese, prema neinstitutionaliziranoj, prema kojoj se političkim djelovanjem smatra svaki pokušaj utjecaja na državu i politiku izvan političkog sustava (Hoodge and Marien 2013, 133), povezano je s promjenom percepcije pojma aktivnog građanina (Eurobarometar 2012, 2). Nekoć je temelj participacije aktivnog građanina bilo glasanje; sada su stil života i samoizražene vrijednosti, te sklonost neinstitutionaliziranom djelovanju i proširenim oblicima političke participacije (van Deth 2014, 4). Konceptualna razlika između političke participacije i šireg građanskog angažmana počela se gubiti, stoga političku participaciju predstavlja svako organizirano djelovanje s ciljem utjecaja na kolektivni život (van Deth 2006, 352).

Iako je u takvim definicijama naglasak na manifestnim dobrovoljnim aktivnostima običnih građana, koji nastoje utjecati na vladu, njene odluke i političke ishode, bitno je uključiti i latentne oblike političke participacije

koji se mogu smatrati prepolitičkim ili pričuvnim. Takvi oblici se ne mogu izravno klasificirati kao politička participacija, ali istovremeno mogu biti značajni za buduće političke aktivnosti konvencionalnijeg tipa. Naime, kako bi utjecali na političku agendu ili političke ishode, građani se mogu uključiti u izvanparlamentarne aktivnosti, „nekonvencionalnu“ političku participaciju (Ekman i Amna 2012, 286–290), angažirajući se formalno izvan političke domene, ali na načine koji mogu imati političke posljedice (Ekman i Amna 2012, 297–298). Širenje oblika političke participacije znači uključivanje raznih kreativnih, personaliziranih djelovanja, s naglaskom na nepolitičkim aktivnostima u političke svrhe, jer ih upravo izražavanje političkih ciljeva i intencija čini oblicima političke participacije (van Deth 2014, 350–351).

2.2. ONLINE POLITIČKA PARTICIPACIJA

Razvoj interneta otvara nove kanale i oblike političkog djelovanja, posebno mlađim generacijama koje se sve više bave *online* aktivnostima. Tehnološke inovacije mijenjaju načine na koje ljudi izražavaju svoje političke stavove i pokušavaju utjecati na politiku, dok izborne kampanje koriste internet kao sredstvo komunikacije (Bakardjieva 2008, 91). Međutim, internet i *online* politička participacija, unatoč sve većoj važnosti, nisu u potpunosti istraženi. Ne postoji konsenzus oko utjecaja interneta, te mogućnosti ostvarivanja opipljivih rezultata kao kod konvencionalnih oblika političke participacije (Theocharis 2015, 2). Tako jedna struja smatra internet sredstvom komunikacije i širenja ideja koje nije u stanju radikalno promijeniti političku participaciju, već samo proširuje mogućnosti angažiranja u već postojećim oblicima političke participacije (Halupka 2016, 4), dok druga internetske aktivnosti percipira sličnima *offline* aktivizmu, ali manje značajnima i pojednostavljenima, a rješavanje problema klikom miša, takozvani „*clicktivism*“ – angažman ispražnjen od značenja (Koc-Michalska and Lilliker 2017, 1), poticanjem ideje da pojedinci koji prakticiraju ove aktivnosti pridonose promjeni svijeta, iako zapravo ništa ne rade (Vissers and Stolle 2013, 939).

Međutim, postoji struja koja smatra da se politička participacija ne treba shvaćati jednodimenzionalno (Koc-Michalska and Lilliker 2017, 1). Poroznost *online* i *offline* okruženja ima potencijal redefinirati uvjete demokratskog angažmana: građani, svedeni na poziciju pasivnih primatelja izborne političke komunikacije, koriste internet za izgradnju mreža koje dovode u pitanje postavljene političke procese (Koc-Michalska and Lilliker 2017, 2). Iako oblici *online* političke participacije mogu predstavljati digitalnu verziju tradicionalnih oblika, nužno je sagledati sve inovativne mogućnosti interneta u pogledu političke participacije i privlačenja većeg broja građana u političku arenu (Dalton 2015, 2).

Naime, internet je omogućio novi način političkog angažiranja: povezivanje s drugima, prikupljanje i dijeljenje informacija (Dalton 2015, 3) „uz minimalne troškove, poruka i slika koje globalna publika može odmah vidjeti” (Lupia i Sin 2003, 316, prema de Zuniga i ostali 2010, 39). Stoga se danas i neformalna komunikacija smatra vrijednom za demokraciju (Vaccari and Valeriani 2018, 1), a tradicionalni oblici političke participacije više ne pokrivaju raspon političkih aktivnosti dostupnih javnosti (de Zuniga i ostali 2010, 38). Pritom razvoj interneta olakšava nastanak i rastuću vidljivost „kontrajavnosti“, koju čine grupe i interesi koji nisu zastupljeni u glavnim javnim diskursima (Bakardjieva 2008, 91). Interaktivnost interneta, širenje alternativnih kanala djelovanja i komunikacije putem blogova i foruma, te njeni niski troškovi, omogućuju takvim grupama zaobilazanje tradicionalnih ograničenja i sudjelovanje u novom obliku političkog angažmana, obilježenom *grassroot* (baznim) djelovanjem, „odozdo prema gore“ karakterom i stvaranjem sadržaja od strane građana (de Zuniga i ostali 2010, 38). Novi načini angažmana ubrzano se razvijaju, mijenjaju način sudjelovanja u demokraciji, te predstavljaju bitnu promjenu tradicionalne dinamike društvenih pokreta (Halupka 2016, 2).

2.3. VAN DETHOVA TIPOLOGIJA OBLIKA POLITIČKE PARTICIPACIJE

Unatoč prikazanim mogućnostima *online* političke participacije, postavlja se pitanje političkog karaktera takvog djelovanja. Može li se određeno *online* djelovanje smatrati oblikom političke participacije moguće je utvrditi pomoću van Dethove sustavne razrade oblika političke participacije u današnjim razvijenim digitaliziranim društvima, u kojima skoro svo ljudsko djelovanje počinje predstavljati potencijalnu političku participaciju – zbog ovog fenomena, van Deth istraživanja političke participacije naziva „istraživanjem svega“ (van Deth 2001, 4–5), te iz osnovnog shvaćanja političke participacije gradi daljnje oblike, prikazane u sljedećoj tablici kroz sedam pravila:

Tablica 1. Van Dethova pravila oblika političke participacije
(van Deth 2014, 354–359)

Pravilo	Objašnjenje
1. Je li u pitanju ponašanje?	Sve definicije participacije započinju utvrđivanjem je li u pitanju djelovanje.
2. Je li djelovanje dobrovoljno?	Nužno je da djelovanje bude opcionalno, rezultat slobodne volje, a ne posljedica upotrebe sile, pritiska ili prijetnje. Ukoliko nema vidljive prisile djelovanje se može smatrati dobrovoljnim.
3. Provode li djelovanje građani?	Za jasno definiranje političke participacije, nužno ju je limitirati isključivo na građanske, amaterske aktivnosti.
4. Nalazi li se djelovanje unutar sfere vlade/države/politike?	Nužno je utvrditi odvija li se političko djelovanje unutar političkog sektora državne moći/ <i>polity</i> -ju.
5. Nalazi li se meta djelovanja unutar sfere vlade/države/politike?	Djelovanje koje nije locirano u vladi/državi/politici može biti oblik političke participacije ukoliko je meta takvog djelovanja ipak u toj sferi. Takva djelovanja naglašavaju probleme čije rješavanje zahtjeva uključivanje vlade i države, a koji još uvijek nisu službeno percipirani kao problemi.
6. Je li djelovanje usmjereno na rješavanje kolektivnog ili komunalnog problema?	Amatersko, dobrovoljno djelovanje koje se ne nalazi, ili nema metu u sferi vlade/države/politike, može biti politička participacija ukoliko nastoji riješiti kolektivne ili komunalne probleme.
7. Koristi li se djelovanje za izražavanje ciljeva i intencija sudionika?	Ukoliko djelovanje zadovoljava prva tri pravila, ali ne sljedeća tri, ono može predstavljati političku participaciju ako se koristi za izražavanje političkih ciljeva i intencija sudionika.

Analiziranje svakog djelovanja kroz ova pravila omogućuje utvrđivanje njegove naravi kao oblika političke participacije. Početna 4 pravila (1+/2+/3+/4+) dovode do minimalističke definicije političke participacije: takvim se može smatrati dobrovoljno amatersko djelovanje, locirano u sferi vlade/države/politike, primjerice glasanje na izborima. Ovakav I. oblik političke participacije se najčešće naziva konvencionalnim oblikom (van Deth 2014, 356). Međutim, svaka konvencionalna participacija se s vremenom suočava s novim oblicima političke participacije, koji izazivaju

status quo države i institucija: moguće je utvrditi II. oblik političke participacije (1+/2+/3+/4-/5+) u kojem se naglasak stavlja na metu djelovanja, a ne na intenciju sudionika (van Deth 2014, 358).

Pozitivnim odgovorom na šesto pravilo (1+/2+/3+/4-/5-/6+) djelovanje se definira kao III. oblik političke participacije kojem je cilj rješavanje kolektivnih ili komunalnih problema: primjer takve participacije su građanske inicijative ili odbori susjedstva. Kao i kod II. oblika političke participacije, ovdje nema naglaska na ciljeve ili intencije sudionika. Negativan odgovor na šesto pravilo definira djelovanje kao nepolitičku aktivnost, koja ne odgovara niti jednom od prethodna tri oblika političke participacije. Međutim, takvo djelovanje može biti oblik političke participacije ukoliko se koristi u političke svrhe: to su novi, kreativni oblici participacije, poput kupovanja određenog *brenda* radi slanja političke poruke. Sedmo pravilo (motivacija djelovanja) može rezultirati motivacijskom definicijom političke participacije (IV) kojoj pripadaju sve dobrovoljne nepolitičke aktivnosti građana, radi izražavanja političkih ciljeva i intencija (1+/2+/3+/4-/5-/6-/7+). Sedmo pravilo može se retroaktivno primijeniti na prethodne tri definicije političke participacije, koje mogu biti politički ili nepolitički motivirane, ovisno o svojim ciljevima (Van Deth 2014, 358–359).

3. INTERNETSKI FORUM 4CHAN

3.1. POVIJEST I ORGANIZACIJA 4CHAN-A

Primjer potencijalno inovativnih, novih oblika *online* političke participacije moguće je pronaći na internetskom forumu *4chan*.¹ Stranica omogućuje korisnicima sudjelovanje u bilo kojem od 70 dostupnih podforumu fokusiranih na specifičnu temu, podijeljenih u sedam tematskih kategorija.² Anonimnost je zadano (i preferirano) ponašanje, korisnicima nije potreban profil za čitanje i pisanje *postova*³ (objava), no mogu unijeti ime koje se svakom objavom može promijeniti. Na nekim je podforumima (primjerice */pol/-u*) implementiran sustav *ID* (osobnog identiteta) kori-

1 Christopher "Moot" Poole napravio je *4chan* 1. listopada 2003, kako bi *anime* fanovima pružio mogućnost dijeljenja slika i raspravljanja o njima (Kushner, 2015). Dužnost administratora je obnašao sve do siječnja 2015, kada je prodao stranicu Hiroyukiju Nishimuri, trenutnom administratoru (*4chan* 2019).

2 Tematske cjeline su: *Japanese Culture, Video Games, Interests, Creative, Other, Misc. i Adult* (*4chan* 2019).

3 Objava je internetski naziv za „poruku, bilo tekstualnu ili vizualnu, poslano digitalno od strane korisnika“ (*Computerhope.com* 2019).

snika. Unutar jednog *threada*⁴ (dretve) svaki korisnik dobiva jedinstveni *ID* koji se pojavljuje zajedno s njegovom objavom, koristeći kombinaciju kolačića i *IP* praćenja. Ujedno, */pol/*, */sp/* i */int/*⁵ su jedini podforumi koji, temeljem geolokacije *IP* adrese, prikazuju zastavu države iz koje je korisnik komentirao (Hine i ostali 2017, 1).

“*Opening poster*” (otvarajući objavitelj) stvara novu dretvu postavljajući objavu (najčešće s jednom priloženom slikom) na podforum kojem tematski odgovara. Drugi korisnici mogu odgovarati, sa ili bez slika, referirajući se na prethodne objave ukoliko žele (Hine i ostali 2017, 1). Svaki podforum ima limitiran broj dretvi (takozvani katalog). Dretve se stoga, nakon relativno kratkog vremena, brišu pomoću *bumping* sistema: *bump* je naziv za „čin (na primjer pisanje objave) kojim se pojedina dretva vraća na vrh liste dostupnih dretvi“ (Webopedia.com 2019). Kako bi se spriječilo da se dretva održi vječno implementirana su ograničenja broja *bumpova*. Naime, nakon što je dretva *bump*ana određen broj puta, nova objava ga više neće podizati. Dretve s najnovijim objavama automatski brišu one s najstarijom objavom (Hine i ostali 2017, 2–3). Unatoč tome što *4chan* kao forum ima svoju „kulturu“ koju korisnici istovremeno samostalno stvaraju i mijenjaju, svaki podforum ima svoju „zajednicu korisnika“ s vlastitim nepisanim pravilima ponašanja: najsnažnijim i najutjecajnijim zajednicama *4chan*-a smatraju se */b/* i */pol/* jer su najviše utjecali na kulturu *4chana*, internetsku kulturu i vanjski svijet. Naime, njihovi članovi najbolje su iskoristili internet i smanjene troškove komunikacije za zajedničku mobilizaciju i koordinaciju raznih aktivnosti.

3.2. POVIJESNI RAZVOJ ORGANIZIRANOG DJELOVANJA KORISNIKA *4CHAN*-A

Najpoznatiji podforum *4chana* je */b/* (*Random*), gdje je gotovo sav sadržaj prihvatljiv. Svakog trenutka se u */b/-u* mogu pronaći seksizam, rasizam, uvrede, ali i otvorenost, kreativnost i humor (Merrin 2019, 204). Razlog dominacije takvog sadržaja je činjenica da */b/* nema pravila ponašanja (osim zabrane planiranja stvarnih zločina), niti zadane teme kojih se korisnici moraju pridržavati (Stryker 2011, 43). Iz takvog „kaosa“ nastali su bitni internetski *memeovi* i aspekti internetske kulture (Merrin 2019, 204–205), poput *Rickrolling* i *LOLcats* (Stryker 2011, 43), a jedan od temeljnih, koje je popularizirao */b/* je digitalno *trollanje*, korišteno radi organiziranog sudje-

4 Dretva je internetski naziv za „skup originalne poruke (objave) i svakog sljedećeg odgovora na originalnu poruku“ (Computerhope.com 2019).

5 *Politically Incorrect, Sports i International*.

lovanja u internetskim *raidovima*⁶ (Merrin 2019, 204–5). Korisnici /b/-a, koji vole kaos sadržaja svojeg podforuma, koristili su samostalno organizirane akcije *trollanja* na šaljive načine – primjer za to su stalni *raidovi* na *Habbo Hotel*⁷ (Merrin 2019, 205).

Do postepene politizacije /b/-a i njegovog djelovanja, te sve važnije uloge na svjetskoj političkoj sceni, dolazi 2008. Prvi primjer vidljive politizacije je bio *Project Chanology*, koordinirani protesti usmjereni protiv Scijentološke crkve zbog pokušaja cenzuriranja informacija na internetu (Merrin 2019, 205), u kojima se 10. veljače 2008. u gradovima diljem svijeta okupilo oko 10.000 osoba iz novonastalog *online* kolektiva *Anonymous*.⁸ Pritom je najznačajnije da je prosvjede provela decentralizirana skupina bez formalnog vodstva ili unutarnje organizacijske strukture (Underwood and Welsler 2011, 204), koja je, kombinacijom internetske *meme*-kulture, humora, *troll*-strategija i komunikacijskih tehnologija, odudarala od tipičnih oblika aktivizma (Merrin 2019, 205).

Iako je politizacija *Anonymousa* (samim time /b/-a) bila podržavana, mnogi su korisnici *4chana* i /b/-a kritizirali napuštanje humora i *trollanja*, te jasno definiranje političke pozicije. Taj sentiment je prerasao u stapanje *troll*-kulture s novonastalim pokretom *alt-right*,⁹ koji se pojavio 2016. i pratio politički pomak *4chana* udesno. Promjena je vidljiva od listopada 2011, kada je *4chan* uspostavio podforum /pol/ zbog sve većeg broja ekstremističkih objava, koji postaje središte rasističkog, seksističkog, bijelosupremacističkog, neonacističkog komentiranja (Merrin 2019, 205–206).

Prvi događaj i veliki javni istup novopolitiziranog *4chana*, koji je privukao mnoge korisnike interneta političkim stavovima /pol/-a, *Gamer-gate* skandal, dogodio se 16. kolovoza 2014. Optužbe Erona Gjonija, bivšeg dečka nezavisne dizajnerice video-igara Zoe Quinn, da ga je prevarila s pet muškaraca, izazvale su agresivne i snažne reakcije internetske *gaming* zajednice (/v/ s *4chana* i razni podforumi *Reddit*) jer je jedan od njih bio Nathan Grayson, urednik časopisa o video-igricama *Kotaku*, koji je

6 *Raid* (prodor) je naziv za „koordinirani pokušaj razbijanja zajednice određene internetske stranice aktivnim sustavnim maltretiranjem korisnika i preuzimanjem kontrole nad raspravama“ (de Christofaro 2016).

7 Korisnici /b/-a su 2006. čuli glasinu da moderatori *Habbo Hotela* (stranice za *online* druženje u obliku igrice) zabranjuju korisnicima koji koriste tamnolute avatare sudjelovanje u igri. Stoga su ometali druge korisnike tako da su vlastitim digitalnim likovima (koji su redom bili crnci u odijelima sa afro-frizurama) onemogućili pristup bazenima, govoreći *Pool's Closed* (Knowyourmeme.com 2018).

8 „Grupa aktivista hakera stvorena radi promoviranja slobode govora, nesmetanog pristupa informacijama, te transparentnosti vlada i privatnih tvrtki“ (Rouse 2015).

9 Definiran je kao „politički desni, primarno internetski politički pokret utemeljen u SAD-u, čiji članovi odbacuju glavni tok konzervativne politike i zagovaraju ekstremističke ideje bjelačkog nacionalizma (Merriam-Webster.com 2019).

i napisao službenu recenziju za igru Zoe Quinn *Depression Quest*. To je percipirano kao dokaz pristrasnosti, korupcije novinarstva o video-igramama, te pokrenulo napad na novinske kuće optuženih novinara, samu Zoe Quinn i druge osobe koje su stale u njihovu obranu. Međutim, tek je snažna reakcija novinskog establišmenta na njihovo djelovanje rezultirala promjenom karaktera tih zajednica (Knowyourmeme 2018), okretanjem mnogih članova *gaming* zajednice udesno, te naglim porastom */pol/-ove* populacije. Sustavna „etička“ kampanja *4chana* i *Reddita* protiv medijske pristrasnosti podvrgla je Quinn, njezinu obitelj, te sve pojedince koji su stali na njezinu stranu prijateljima. Time se pokret otkrivanja korupcije razvio u organiziranu, seksističku kampanju pročišćavanja *gaming*-kulture od političke korektnosti, progresivnih ideja, te smanjenja prisutnosti žena u industriji video-igara (Merrin 2019, 206); da bi u konačnici prerastao u želju za postizanjem istoga na političkoj sceni.

Korisnici */pol/-a*, naglo radikalizirani, okrenuli su se borbi protiv establišmenta, glavnog toka političkog poretka, duboke države, liberalnih medija, te „kulture političke korektnosti“, vjerujući da diskriminiraju bijelce i muškarce, a potiču ženske i manjinske pokrete. Pritom su se pokazali važnim medijskim elementom *alt-righta* (alternativna desnica), jer su, donoseći važnu demografsku skupinu mladih, imali središnju ulogu u konzervativnom napadu na *mainstream* medije i politiku, te naoružali i preusmjerili *troll*-kulturu, podržavajući izbor Trumpa za predsjednika (Merrin 2019, 207).

Iako *4chan*-kultura nije direktno omogućila Trumpu pobjedu na izborima, proizvela je snažnu pro-Trumpovsku ikonografiju, koja je bila daleko prilagodljivija od Obaminih *Hope* postera. Pro-Trumpovski *4chan* i *Reddit* su neumorno stvarali i putem *Twittera* proširili *memeove*. Službena Trumpova kampanja je najkorisnije *memeove* proširila na druge platforme, poput *Facebooka*, radi masovnijeg dijeljenja (Merrin 2019, 208-209).

3.3. TEMELJI ORGANIZIRANOG DJELOVANJA KORISNIKA *4CHAN-A*

Strategije političkog angažmana korisnika */pol/-a* prate određenu internu logiku, utemeljenu na nekoliko elementa. Ključan element je *trollanje*, ranije uglavnom nepolitička aktivnost, a danas politizirana i široko korištena na internetu, te u aktivizmu. Pojam potječe iz sredine 15. stoljeća od francuske riječi *trolle* (lutati u potrazi za lovinom), te staronjemačke riječi *trollen* (šetati), dok kasnije postaje ribolovni termin (odnosio se na povlačenje mamca iza čamca kako bi se vidjelo što se može uhvatiti) koji se zadržao do Vijetnamskog rata, kada su američki piloti govorili da „*trollaju* za MiG-ovima“ (nastoje privući neprijateljske zrakoplove, često kao mamac

za druge aktivnosti). Upravo su te ideje mamljenja i igranja s metom inspirirale *online* upotrebu tog pojma: nastojanje da se izmami odgovor koji se zatim mogao ismijavati (Merrin 2019, 201–202).

Na taj element nadovezuje se koncept memetičnog ratovanja, „natjecanja oko narativa, ideja i društvene kontrole na bojišnici društvenih medija“ (Giese 2016, 70). Pojam dolazi s margina vanjske politike (Giese 2016, 69), no bio je prihvaćen od korisnika */pol/-a*, kao karakterizacija njihovog djelovanja. Može se smatrati digitalnom verzijom psihološkog ratovanja: ako su propaganda i javna diplomacija konvencionalni oblici memetičnog i psihološkog ratovanja, onda je *troll*anje „gerila-verzija“, s ciljem preuzimanja kontrole dijaloga, narativa i psihološkog prostora. Bitno je, radi razumijevanja važnosti interneta i memetičnog ratovanja, uvidjeti brzinu širenja informacija na globalnoj razini, te utjecaj koji one mogu imati na percepciju i društvene pokrete (Giese 2016, 70–72).

Zadnji element je sredstvo kojim se, pomoću *troll*-strategija, vodi memetično ratovanje – internetski *meme*.¹⁰ Razvoj interneta, smanjenje troškova komunikacije, te veća vidljivost digitalnog sadržaja omogućili su razvoj koncepta *memea*, „određene ideje prezentirane kao pisani tekst, slika, jezični pomak ili druga jedinica kulture“ (Shifman 2013, 364), definiranog u digitalnom svijetu internetske kulture s tri atributa. Prvenstveno, *memeovi* su „kulturene informacije koje prelaze s jedne osobe na drugu, no postepeno eskaliraju u zajednički društveni fenomen“ (Shifman 2013, 365). Iako se dijele na mikro razini (s osobe na osobu), njihov utjecaj na mentalitet, ponašanje i djelovanje društvenih grupa ostvaruje se na makro razini. *Memeovi*, šireći se kao i digitalna kultura, od strane pojedinaca, imaju potencijal eskalirati unutar nekoliko sati. Drugi je da se *memeovi* „reproduciraju kroz razna sredstva imitacije“ (Shifman 2013, 365), jer korisnici viđene *memeove*, umjesto da samo prenose, samostalno mijenjaju i preoblikuju. Treći je difuzija *memeova* kroz kompeticiju i selekciju. Naime, ne cijene se svi *memeovi* jednako: neki primjeri internetskih *memeova* su prilagodljiviji sociokulturnom okruženju u kojem se šire od drugih (Shifman 2013, 364–365).

Kombinacija ovih elemenata predstavlja *4chan*ovu „*troll*-politiku“ utemeljenu na prisvajanju *troll*-kulture u političke svrhe, upotrebljavajući humor, satiru i *troll*anje za napad na postojeće ideje, argumente i ponašanje. Pritom se od izvornog *troll*anja razlikuje po tome što to čini radi razvijanja alternativne pozicije u koju vjeruje – za razliku od *troll*anja, „*troll*-politika“ je ozbiljna. Da bi postala takva morala se udaljiti iz šaljivog kaosa podforumu */b/* u podforum */pol/*, jer istinsko *troll*anje ne mari za bijeli nacionalizam i supremacizam. *Alt-right* je, međutim, originalne ideje

10 Koncept *memea* je osmislio Richard Dawkins 1976. u knjizi „Sebični gen“, definiravši ga kao „male kulturne jedinice transmisije, slične genima, koje se šire s osobe na osobu kopiranjem ili oponašanjem“ (Shifman 2013, 363).

trollanja prenamijenio u sredstvo, koristeći *memeove* za promicanje svoje političke agende, uživajući pritom u mogućnostima memetičkog diskursa¹¹ (Merrin 2019, 219–220).

Unatoč intrigantnoj prirodi i velikim mogućnostima koje pruža, *4chan* ostaje uglavnom neistražen (Hine i ostali 2017, 1). Nije moguće tvrditi da se politički angažman korisnika temelji isključivo na kontinuiranoj proizvodnji propagandnog materijala u obliku *memeova*, pa je, u okviru istraživanja o političkoj participaciji, potrebno pomno analizirati podforum */pol/* i njegovo potencijalno političko djelovanje.

4. METODOLOGIJA

Mogu li se političke kampanje */pol/-a* smatrati oblikom političke participacije te, ukoliko mogu, predstavljaju li inovativni, novi oblik političke participacije? Na temelju prikazane literature i predstavljene platforme za ovo istraživačko pitanje uspostavljaju se dvije istraživačke pretpostavke koje će biti provjerene u analizi: proučavanu političku kampanju */pol/-a* moguće je definirati kao oblik političke participacije; moguće ju je definirati kao inovativni, novi oblik političke participacije.

Polazeći od predstavljenih teorijskih pretpostavki o političkoj participaciji i *4chanu*, u nastavku rada će se, na temelju dijakronijske kvalitativne studije, provesti studija slučaja reprezentativne uspješne internetske kampanje */pol/-a*, u svrhu davanja odgovora na navedeno istraživačko pitanje i pretpostavke. Uvjet odabira relevantne političke kampanje, njena uspješnost, temelji se na tome jesu li je prikazali i obradili relevantni mediji, što podrazumijeva da se šira, u strategiju kampanje neupućena javnost susrela s tom specifičnom kampanjom – takvom je definirana politička kampanja */pol/-a It's Okay To Be White* (St. George 2017).

Nužno je utvrditi način na koji će se ona analizirati: evidentirat će se i analizirati internetske dretve od kojih je kampanja sastavljena (pojedinačne rasprave o političkoj temi sa */pol/-a* maksimalne veličine od oko 300 objava/komentara). Dretve sadrže diskusije o procesu nastanka kampanja, objave koje detaljno obrazlažu plan djelovanja, strategiju, razvoj ciljeva, završne reakcije sudionika o uspjehu/neuspjehu kampanja – sve što će omogućiti utvrđivanje mišljenja i prijedloge anonimnih učesnika koji su u njoj sudjelovali, te prirodu i karakter političke kampanje. Pritom će se

¹¹ Korištenje *memeova* je dovelo do stvaranja ujedinjenijeg identiteta na *online* forumima, posebno na *4chanu*. Korisnici su 2008. manifestirali svoje, kao i političke aspiracije *4chana*, stvaranjem *Anonymousa*. S druge strane, *alt-right* je u svojim *memeovima* koristio humor i parodiju kako bi prikrio svoje ekstremne stavove i marginalizirao njihove problematične aspekte. Tako oni koji vide *memeove* pomisle da se radi samo o šali, iako se unutar nje nalazi politički sadržaj i pokušaj političkog uvjeravanja (Lamerichs i ostali 2018, 182).

same dretve analizirati pomoću objava, individualnih komentara korisnika koji tvore dretve i predstavljaju najnižu razinu analize.

Svi ovi relevantni podaci dostupni su na internetskom arhivu *4plebs*, ključnom izvoru primarnih podataka, koji sadrži sve diskusije */pol/-a* od 2014. i omogućuje im direktan pristup (*4plebs* 2019). Pojedine dretve o političkim kampanjama pronađeni su na *4plebsu* identificiranjem ključnih riječi kampanje, unutar specificiranog vremenskog perioda u kojem je politička kampanja provedena, tako da je pronađena početna dretva, iz kojeg su praćeni sve daljnje dretve koje su je kronološki i strateški slijedili.

U nastavku je, nakon definiranja ciljeva i jedinica analize, nužno definirati samu analizu političke kampanje */pol/-a*, koja se svodi na tri razine. U prvoj se daje deskriptivni opis kampanje – na temelju sadržaja objava unutar dretvi će biti prikazana u tablici s jasnim pregledom ključnih podataka: ukupan broj dretvi i objava, vremensko trajanje aktivnog organiziranja i provođenja kampanje (datum početka i kraja kampanje), prosječni broj sudionika (svakom anonimnom korisniku se dodaje jedinstveni identifikacijski kod za vrijeme sudjelovanja u jednoj dretvi), prosječni broj sudionika koji su u dretvi napisali objavu samo jednom (što znači da nisu bili snažno uključeni u raspravama), prosječni broj komentara osnivača dretve, te prosječni broj sudionika iz SAD-a. Tablicu će pratiti druga razina, opis formiranja temeljne strategije, cilja, načina provedbe, krajnjeg rezultata, te ocjene kvalitete kampanje sudionika dretvi. Ovi elementi će se utvrđivati na temelju objava korisnika, unutar dretvi vezanih za političku kampanju, na način da će se prikupljati one objave korisnika čiji se sadržaj direktno tiče organiziranja, provođenja, te rasprave o pojedinoj kampanji. Definiranje i opisivanje kampanje pomoću ovih elemenata istovremeno predstavlja uvid u njenu unutrašnju koncepciju i način funkcioniranja, te nužan korak prije konačne razine analize i utvrđivanje zaključaka. U njoj će se, na temelju van Dethovih sedam pravila/koraka definiranja oblika političke participacije s detaljnijim uvjetima, utvrditi u kakav se oblik političke participacije može smjestiti politička kampanja */pol/-a*:

Tablica 2. Prikaz uvjeta za van Dethova pravila utvrđivanja oblika političke participacije

Pravilo		Uvjet utvrđivanja odgovora za /pol/ političku kampanju	Oblik političke participacije
1.	Je li u pitanju djelovanje?	Je li moguće iz komentara korisnika zaključiti da su oni eksplicitno izjavili da su proveli plan kampanje kakav je zamišljen, a ne da su samo raspravljali o tome? Ukoliko je moguće onda je kampanja djelovanje. Ukoliko nije moguće sudjelovanje u kampanji nije oblik političke participacije.	I
2.	Je li aktivnost dobrovoljna?	Je li moguće iz komentara zaključiti da se eksplicitno prijetilo i tjerovalo korisnike da se pridruže aktivnosti? Ukoliko nije moguće onda je aktivnost dobrovoljna.	
3.	Provode li građani aktivnost?	Je li moguće iz komentara zaključiti da su korisnici eksplicitno izjavljivali da imaju poziciju u sferi politike? Ukoliko nije moguće onda aktivnost provode građani.	
4.	Je li aktivnost locirana u sferi vlade/države/politike?	Je li moguće iz komentara zaključiti da se aktivnost odvijala u sektoru politike – unutar institucionalne arhitekture političkog sustava (<i>polity</i>)? Ukoliko nije onda se aktivnost tamo ne nalazi.	
5.	Da li aktivnost ima za metu sferu vlade/države/politike?	Je li moguće iz komentara zaključiti da je aktivnost usmjerena na ukazivanje na probleme zanemarene od strane politike? Ukoliko nije onda meta aktivnosti nije sfera politike.	II
6.	Je li aktivnost usmjerena prema rješavanju kolektivnih ili komunalnih problema?	Je li moguće iz komentara zaključiti da korisnici eksplicitno izjavljuju kako je cilj kampanje rješavanje kolektivnih problema određene skupine, ili rješavanje lokalnog problema zajednice? Ukoliko nije moguće onda se aktivnost ne bavi takvim pitanjima.	III
7.	Je li aktivnost korištena radi izražavanja političkih ciljeva ili intencija sudionika?	Je li moguće iz komentara zaključiti da korisnici eksplicitno izjavljuju kako je cilj kampanje široj javnosti izraziti određeni politički cilj, koji korisnici žele ostvariti? Ukoliko je moguće onda je aktivnost bila politički motivirana.	IV

Na temelju podataka iz prethodne dvije razine analize bit će moguće odgovoriti na ovih sedam pitanja, te će se moći utvrditi gdje se može, u odnosu na navedena četiri oblika političke participacije, svrstati sudjelovanje u političkim kampanjama /pol/-a. Negativni odgovori na neko od prva tri pravila označavaju da promatrano djelovanje nije oblik političke participacije. Za sva ostala pravila vrijedi da se promatrano djelovanje, ovisno o utvrđenom odgovoru na njih, može svrstati u jedan od četiri oblika političke participacije. Što se više političko djelovanje približava sedmom pravilu to se može smatrati šire shvaćenim oblikom političke participacije (IV), u usporedbi s pojednostavljenim svođenjem političke participacije na glasanje (I). Nakon provedene treće razine analize uslijedit će diskusija s prikazom temeljnih nalaza analize i usporedbom proučavane političke kampanje s ostalim oblicima političke participacije, u kojoj će se odgovoriti na istraživačke pretpostavke, te dati konačni odgovor na istraživačko pitanje.

5. ANALIZA

5.1. PRIKAZ *IT'S OKAY TO BE WHITE* KAMPANJE

Tablica 3. Deskriptivni podatci kampanje *It's Okay To Be White*

Broj dretvi	53
Datum početka/završetka kampanje	25.10.2017. 0:30 – 12.11.2017. 11:22
Broj objava	16941
Prosječni broj objava po dretvi	319
Prosječni broj jedinstvenih korisnika po dretvi	123
Prosječni broj korisnika koji su samo jednom objavili po dretvi	75
Prosječni broj objava OP-a po dretvi	17
Prosječni broj korisnika iz SAD-a po dretvi	64

Početak kampanje se može locirati u dretvi naziva *operation its ok to be white*, korisnika „zSyc6j8L“, objavljenog 25. listopada 2017. u 0:30. U njemu je korisnik objasnio da je, zbog snažne reakcije ljevičara na poster na bostonskom kampusu nekoliko dana ranije, došao na ideju o postavljanju postera s natpisom *It's okay to be White* na američkim kampusima, kako bi namjerno izazvao identičnu reakciju, jer bi „snažna reakcija ljevice na nešto tako trivijalno pokazalo da je trenutačno politička klima nastrojena protiv bijelaca, što bi ih probudilo“. Pritom nije bio siguran u kojem

trenutku bi trebalo započeti takvu kampanju – istog dana ili nakon 04. studenog 2017, kada političko lijevi protesti završavaju.

Inicijalna reakcija korisnika na prijedlog koncepta kampanje bila je gotovo univerzalno pozitivna. Razlog takvog pozitivnog prijema bilo je mišljenje kako postoji velika vjerojatnost da će kampanja biti medijski popraćena, da su koncept dovođenja ljevice i liberala u svojevrsnu „šah-mat“ poziciju, kao i dizajn postera i sama strategija dobri, da je kampanja suptilne prirode, te da posjeduje mogućnost izazivanja burnih reakcija. Pored pozitivnih, bilo je i negativnih reakcija sudionika, koji su smatrali kako je strategija kampanje preslaba, zahtijevali su snažnije konzervativne političke motive ili su smatrali kako koncept ne funkcionira, jer se suptilnost i neutralnost poruke urušavaju zbog činjenice da je očito kako bi jedino bijeli supremacisti zalijepili takav poster.

Temeljnu strategiju kampanje je u velikoj mjeri definirao njen tvorac u uvodnoj objavi; međutim, i drugi sudionici su imali ulogu u njenom razrađivanju i finaliziranju – u raspravama s tvorcem kampanje je njen naglasak stavljen na stvaranje i postavljanje postera koji je dizajnom i porukom toliko blag i suptilan da ga nitko ne može optužiti za veličanje jedne rase. U raspravi je naglašena nužnost neagresivnosti i izbjegavanja nacističke i /pol/ ikonografije (kukasti križevi i *Pepe*¹²), jer bi naglasak kampanje trebao biti na neutralnom karakteru postera – stavljanje bilo kakvih vrijednosnih obilježja omogućilo bi povezivanje postera s određenom grupom i usmjerenje napada na tu grupu i njene motivacije, dok je u suprotnom moguće reagirati i napasti isključivo sam poster, projicirajući time vlastita uvjerenja. Sudionici su se nadali da će takva projekcija unutarnjih percepcija rezultirati agresijom spram postera, te netolerantnom reakcijom liberala i lijevo orijentiranih, što bi dalo običnim ljudima priliku da uvide njihove „predrasude“. Cilj je stoga dovođenje progresivne ljevice i liberala, pomoću pažljivo pripremljenog postera, u takvu poziciju u kojoj će njihova reakcija stvoriti negativni učinak, te razotkriti njihove „prave vrijednosti“. Pritom su prava meta kampanje primarno bijelci, jer je ključno bilo da se oni zapitaju zbog čega liberali, ljevičari i mediji tako reagiraju na jednu običnu izjavu, te da ih to eventualno dovede do /pol/-a, koji bi ih uvjerio da su liberali i mediji nastrojeni protiv bijelaca. U tom trenutku će biti otvoreniji njegovim idejama, te će biti spremni češće ga posjećivati, a u konačnici postati *redpillani* (crvenopilulirani).¹³

12 Pepe je lik iz Matt Furiejevog stripa *Boy's Club*, nastalog 2005, kojeg su 2008. korisnici /b/-a počeli koristiti kao šaljivu reakciju u komentarima. Međutim, 2015. se počeo povezivati s *alt-right* pokretom, zbog korisnika /pol/-a koji su ga pretvorili u propagandu za Donalda Trumpa (Knowyourmeme.com 2019).

13 *Redpill* (crvena pilula) je naziv za „uvjerenja, odluke ili informacije koje nam omogućuju da vidimo svijet onakvim kakav jest, iako bi se osjećali sigurnije i sretnije da ga ne vidimo

Iako je bilo nekoliko prijedloga slogana, poput *It's alright to be white*, relativno brzo su se svi složili da prijedlog slogana originalnog tvorca kampanje najbolje utjelovljuje neagresivnu poruku koju žele predočiti. U pogledu osmišljavanja jedinstvenog i službenog postera kampanje i njegovog dizajna rasprave su u ranim fazama kampanje bile fokusirane na boju pozadine, veličinu i stil fonta i upotrebu podebljanih riječi. Također je bitnim procijenjeno da pozadina bude bijela, te da oko poruke ostane prostora za upisivanje negativnih komentara. Zaključeno je da će efikasnost poruke porasti ukoliko dizajn bude jednostavan, uočljiv, bez vidljivih političkih obilježja, fontova, podcrtavanja, te podebljavanja. Općeprihvaćeni dizajn postera je dao korisnik „2SxFLab+“, 25. listopada 2017. u 05:32 – taj je dizajn najbolje utjelovio sve postavljene zahtjeve o jednostavnosti, neutralnosti, vidljivosti i slobodnom prostoru za dodatne komentare.

U raspravi oko načina provedbe kampanje korisnici su zaključili kako je postere potrebno postavljati širom SAD-a, na lokacijama gdje dnevno prolazi mnogo ljudi, poput fakulteta, kampusa, benzinskih postaja, centra grada i shopping-centara. Pritom su odlučili da se poster neće lijepiti na privatno vlasništvo (poput automobila), jer bi takav čin mogao biti protumačen kao vandalizam (naglasak strategije je stavljen na miroljubivost i legalnost poruke). Odlučeno je da širenje poruke putem društvenih medija nije potrebno – naglasak je bio na lokalnoj razini, gdje će prolaznici osobno vidjeti utjecaj postera. U pogledu datuma provedbe kampanje predloženo je bilo nekoliko termina – početni predloženi termin je bio 5. studeni 2017, jer bi se tako kampanja događala u isto vrijeme kada i ljevičarski prosvjedi, kao i 28. listopada, 29. listopada, 4. studenog, te 8. studenog. Međutim, datum koji je najviše rezonirao s korisnicima je bio 31. listopada na 01. studenog – termin bi pao na Noć vještica, a korisnici bi se prerusili u kostime i riješili time problem nadzornih kamera. Također, provedbom kampanje nekoliko dana prije najavljenih *Antifa* prosvjeda (4. studenog – 5. studenog), postojala bi mogućnost da se razvije otpor spram *IOTBW* postera, što bi potencijalno rezultiralo time da i *Antifa* na svojim skupovima prosvjeduje protiv njih – tako bi povećali vidljivost mogućih agresivnih reakcija na postere. U konačnici je taj termin i odabran, s napomenom da se poster mogu postavljati i nakon njega, ovisno o uspješnosti provedbe. Sa spremnim materijalom, planom djelovanja i datumom provedbe, dretve o kampanji su na tri dana prestali, kako nitko ne bi mogao otkriti što sudionici planiraju.

takvim“ (Dictionary.cambridge.org 2019). Naziv je referenca na film *The Matrix*, u kojem glavni lik Neo dobije izbor između ostajanja nesvjesnim u zamišljenom svijetu (uzimanje plave pilule) i osvještavanja o postojanju pravog svijeta (uzimanje crvene pilule) (Dictionary.cambridge.org 2019). Korisnici /pol/-a su preuzeli tu metaforu nazvavši proces u kojem novi, politički neupućeni korisnici prihvaćaju informacije i stavove iskusnijih korisnika *redpilling*.

Sljedeća dretva je nastala tek kasno poslijepodne 31. listopada 2017, kada je provedba kampanje već započela.

Prvi poster postavio je korisnik „5xUyXWSP“ 28. listopada 2017. u 08:15, unatoč dogovorenom terminu, što nije bilo pozitivno prihvaćeno od strane drugih korisnika. Masovno postavljanje postera je ipak započelo, prema dogovoru, na Noć vještica i nastavilo se u narednim danima, a prve reakcije s *Twittera* na postere korisnici su zabilježili u 23:26. Iako nije moguće utvrditi konačan broj korisnika koji su zalijepili postere (neki jednostavno nisu objavili da su to učinili), iz dretvi je utvrđeno 61 korisnika koji su fotografirali svoj zalijepljeni poster, ili barem javili da su to učinili. Pritom je količina zalijepljenih postera po korisniku varirala – najmanji prijavljeni broj je bio jedan poster, najveći 50.

Prva reakcija medija na postere je zabilježena 31. listopada 2017. u 20:00, kada je portal *Metronews* objavio članak u kojem kritizira širenje bjelačko-supremacijskih poruka. Uskoro su objavljene razne druge reportaže, uglavnom od strane lokalnih i regionalnih novina. Posteru su u njima okarakterizirani rasističkim i politički radikalno desnim, te se naglašavalo postojanje organiziranog i ciljanog pristupa širenju poruka. Veliki broj različitih novinskih kuća (njih 29) napravilo je video-reportažu o posterima, te su objavljena 142 novinska članka o posterima (136 iz SAD-a, šest izvan SAD-a). Čak 7 obrazovnih ustanova objavilo je službenu izjavu, u kojima su postere prozvali rasističkim, neinkluzivnim i štetnim za rasne odnose. Korisnici su zabilježili razne internetske komentare i rasprave o posterima na forumima, blogovima, *Redditu*, *Twitteru*, *Facebooku* i *Youtubeu*. Pritom su korisnici dojavili da je interna strategija kampanje otkrivena 1. studenog 2017, u 16:23, kada je portal *Cleveland Scene* objavio članak u kojem, s dokazima u obliku prijepisa prethodnih dretvi, optužuju *4chan* za organiziranje „troll-pokreta“, što su ubrzo objavile i ostale novine i portali.

Na temelju komentara moguće je zaključiti kako je procjena uspješnosti kampanje kod sudionika bila uglavnom pozitivna. Većina je smatrala kako kampanja predstavlja solidan uspjeh, iako nije postigla sve što su namjeravali. Stvarna reakcija liberala, ljevičara, manjina i medija bila je upravo onakva kakvu su i očekivali. Problematičnim su smatrali to što su mediji relativno brzo otkrili da je kampanja potekla s */pol/-a*, što je smanjilo neutralnost i utjecajnost poruke: bila bi bolje percipirana da je uistinu bila anonimna, a ne povezana s određenom politički definiranom grupom. Međutim, optimistični sudionici smatraju kako povezivanje kampanje s radikalno desnim forumima ipak ne negira suštinu poruke postera, jer je ona, po njihovom mišljenju, ispravna. Negativna mišljenja iznosila su stavove da je sama ideja bila odlična, ali da je nekoordiniranost i brzo otkrivanje prave strategije kampanje rezultiralo lošom i forsiranom provedbom kampanje.

Službeno je kampanja završena 12. studenog 2017. zbog rasipanja zainteresiranih sudionika i osjećaja da je momentum završio. Međutim, u sljedećim je mjesecima povremeno otvarana nova dretva s ciljem ponovnog provođenja *IOTBW* kampanje – najčešće bez većeg odjeka. Nasljeđe kampanje i percepcija njenog uspjeha nastavlja postojati na */pol/-u*, jer je i u 2020. moguće naći reference na kampanju i pozive da se ponovno pokrene njeno provođenje.

5.2. PRIMJENA VAN DETHOVE TIPOLOGIJE NA PROUČAVANE POLITIČKE KAMPANJE */POL/-A*

Naredni korak, nakon prikaza tijeka razvoja i provedbe kampanje, predstavlja treću razinu analize, u kojoj će se, na temelju van Dethove podjele oblika političke participacije, nastojati utvrditi može li se sudjelovanje u *IOTBW* kampanji smatrati oblikom političke participacije. Prikazane informacije i podaci o *IOTBW* kampanji analizirat će se primjenom van Dethovih sedam pravila političke participacije, kako bi se sudjelovanje u njoj definiralo u kontekstu van Dethove podjele oblika političke participacije.

U odnosu na prvo pravilo (možemo li aktivnost smatrati djelovanjem), moguće je, na temelju prethodno izloženih prikaza, sudjelovanje u *IOTBW* kampanji definirati kao djelovanje, jer sudjelovanje u njoj nije ostalo samo na raspravi o određenim temama i mogućim planovima, već su se diskutirani i dogovoreni planovi i proveli. Sudionici kampanje su dogovorili dizajn postera i metodu njihovog postavljanja, te proveli postavljanje postera širom SAD-a. Potvrdnim odgovorom na ovo pravilo nastavlja se prema drugom pravilu (je li aktivnost bila dobrovoljna), te je moguće utvrditi da nigdje u pripremi i provedbi kampanje *IOTBW* nije bilo vidljive prisile i mogućnosti sankcija za one koji nisu sudjelovali. Jedino što se moglo uočiti su sudionici koji su nastojali motivirati, ponekad agresivnije, ostale da sudjeluju. Međutim, takvi sudionici nemaju nikakvu mogućnost sankcioniranja drugih, stoga njihove agresivnije motivacije ne mogu prisiliti ostale na djelovanje. S potvrdnim odgovorom na drugo pravilo moguće je razmotriti treće pravilo (jesu li djelovanje provodili građani), te je moguće utvrditi kako nema dokaza da su u pripremi i provedbi kampanje *IOTBW* sudjelovali pojedinci vezani za sferu politike, ali se ne može decidirano tvrditi niti da su to bili isključivo građani. Naime, anonimnost korisnika onemogućuje jasnu potvrdu njihova identiteta, što znači da je bilo tko mogao sudjelovati u pripremi i provedbi proučavane političke kampanje. Međutim, budući da su sudionici proučavane kampanje iskazivali prijezir spram cjelokupnog političkog sustava i političara SAD-a (cijenili su jedino Donalda Trumpa), te uzimajući u obzir problematični diskurs i ideje koje se šire, teško je zamisliti da bi se političari uključili u proučavanu kampanju,

s obzirom na negativne implikacije za njihove političke karijere ukoliko bi bilo otkriveno da u njoj sudjeluju.

S potvrdnim odgovorom na treće pravilo moguće je razmotriti četvrto pravilo (nalazi li se djelovanje u sferi politike), koje utvrđuje je li djelovanje oblik političke participacije vrste I, ili nešto više. Za kampanju *IOTBW* nije moguće reći da je pripremana i vođena u sferi politike, to jest infrastrukturi političkog sustava, jer je pripremana na međunarodnom internetskom forumu koji nije lociran u pojedinoj infrastrukturi političkog sustava, te provedena u nepolitičkim sferama – na ulicama. Negativan odgovor na četvrto pravilo ne omogućava definiranje sudjelovanja u *IOTBW* kampanji kao oblik političke participacije I. Stoga je, prema van Dethovom petom pravilu (je li meta djelovanja sfera politike), potrebno utvrditi spada li djelovanje u oblik političke participacije II. Na temelju prethodnih analiza moguće je utvrditi kako političko djelovanje u *IOTBW* kampanji nije imalo za cilj podizanje svijesti o postojanju problema kojeg politički predstavnici nisu uvidjeli. *IOTBW* nije za cilj uopće imala širenje svijesti o postojanju problema u svrhu utjecanja na trenutačne političke predstavnike – cilj je bio utjecanje na misli građana SAD-a.

Negativan odgovor na peto pravilo ukazuje na to da sudjelovanje u *IOTBW* kampanji nije moguće smjestiti u političku participaciju II. Stoga je, prema šestom pravilu (je li aktivnost usmjerena prema rješavanju problema zajednice), potrebno utvrditi spada li djelovanje u oblik političke participacije III. Na temelju *IOTBW* nije moguće utvrditi da je sudjelovanje u njoj imalo za cilj rješavanje problema neke zajednice. Kampanja je indirektnim strategijama i djelovanjem nastojala realizirati svoje ciljeve širenja konzervativnih političkih percepcija u SAD-u, te nije bila usmjerena na bavljenje specifičnim problemima određenih zajednica. Stoga, negativan odgovor na šesto pravilo onemogućava smještanje sudjelovanja u *IOTBW* kampanji u oblik političke participacije III. Time se takvo sudjelovanje približava najširoj definiciji političke participacije, obliku IV koji utvrđuje sedmo pravilo – je li djelovanje bilo politički motivirano. Moguće je utvrditi kako je sudjelovanje u pripremi i provedbi kampanje *IOTBW* bilo politički motivirano – njome se nastojalo ostvariti velike političke planove /*pol*/-a, takozvano *redpill*anje građana SAD-a, „pobjedu“ nad idealima i ciljevima progresivnih liberala. Pritom valja napomenuti kako su među sudionicima u političkoj kampanji definitivno bili i pojedinci koji su se uključili isključivo zato jer im se koncept činio zabavnim.

6. DISKUSIJA

6.1. PRIKAZ TEMELJNIH NALAZA ANALIZE

Nalazi analize pokazuju da sudjelovanje u *IOTBW* kampanji, na temelju van Dethove metodologije, predstavlja četvrti oblik političke participacije, obilježen politički motiviranim nepolitičkim djelovanjem. Takva politička participacija može se percipirati apstraktnijom, udaljenijom od uobičajene logike političkog djelovanja, te inovativnijom – što je karakter primjeren suvremenom obliku političke participacije. Sudjelovanje u proučavanoj kampanji se stoga, iz razloga što je politički motivirano, može definirati kao oblik političke participacije, iako ne predstavlja političko djelovanje. Time se potvrđuje prva istraživačka pretpostavka rada, no preostaje druga – možemo li sudjelovanje u političkim kampanjama */pol/-a* smatrati inovativnim, novim oblikom političke participacije?

Da bi se na drugu istraživačku pretpostavku moglo odgovoriti potrebno je najprije prikazati elemente *IOTBW* kampanje, te ih zatim usporediti s drugim oblicima političke participacije. Iz analize je moguće zaključiti da proučavana politička kampanja */pol/-a*, kao oblik političke participacije, posjeduje specifične karakteristike. Njeni sudionici su smatrali kako je za uspješnu realizaciju ciljeva bilo važno subverzivno djelovanje, da bi se istinski cilj političke kampanje što duže skrio od javnosti i meta na koje je kampanja bila usmjerena. Za njenu konceptualizaciju i provedbu ključno je bilo zainteresirati i uključiti druge korisnike */pol/-a* – oni se nisu spremni uključiti u bilo kakvu političku kampanju, već je bilo potrebno interesantnom idejom postepeno privući njihovu pažnju. Prilikom njene provedbe sudionici su koristili *troll* strategije djelovanja koje izazivaju snažne reakcije ciljanih skupina, što je ujedno bio i temeljni uvjet za realiziranje dogovorenih ciljeva. Konačno, temeljni element jest da je ona bila konzervativne političke prirode i ciljeva. Pritom cilj nije bio podređen pomaganju određenom političaru, što pokazuje da kampanja ne mora nužno biti fokusirana na pojedinog političara, već može biti usredotočena na šire političke ideje ili ideale.

Također, proučavana politička kampanja je imala relativno mali broj sudionika – prosječni broj jedinstvenih korisnika po dretvi je bio 123, a broj korisnika koji su potvrdili aktivno sudjelovanje u provođenju kampanje 54. Pritom, u raspravama o dizajniranju i samom provođenju političke kampanje nije postojala jasno definirana, organizirana i kruta hijerarhija, koja bi koordinirala sudjelovanje u kampanji. Razlog tome leži u činjenici što je sam forum *4chan* koncipiran na takav način da onemogućuje čvrste oblike organiziranja, zbog anonimnosti korisnika i nužnosti stvaranja novih dretvi. Promatranje perioda trajanja proučavane političke kampanje pokazuje kako se ona izrazito brzo koncipirala i provela – ukupno je trajala

18 dana. Iako je koncipirana prilično kaotično, te je provedena s relativno malim brojem sudionika u kratkom vremenskom periodu, analiza je pokazala da se proučavana politička kampanja uspjela probiti u širu političku i medijsku sferu, te javnost – *IOTBW* kampanju je popratio izrazito velik broj medija.

6.2. USPOREDBA PROUČAVANE POLITIČKE KAMPANJE I DRUGIH OBLIKA POLITIČKE PARTICIPACIJE

Radi utvrđivanja karaktera proučavane političke kampanje */pol/-a* kao oblika političke participacije, nužno ga je usporediti s drugim oblicima političke participacije – klasičnom političkom participacijom (prosvjedi i demonstracije, bilo *online* ili *offline*), te „klasičnom“ digitalnom političkom participacijom (pokreti poput *Occupy Wall Street*).

Kada je u pitanju klasična politička participacija, njene temeljne razlike naspram proučavane političke kampanje */pol/-a* odnose se na značaj brojnosti sudionika, potrebu za hijerarhijom u organizaciji, te nužnost jasno definiranog političkog cilja. Dok se klasična politička participacija uvelike temelji na mobilizaciji i sudjelovanju velikog broj sudionika (Biggs 2016, 359; Castels 2012, 166), *IOTBW* kampanja je imala daleko manji broj sudionika - za realizaciju njezinih ciljeva nije postojala nužnost sudjelovanja velikog broja sudionika. Time se *IOTBW* kampanja udaljava od glavnog principa demokratske političke participacije prema kojem je bilo kakvom obliku političkog djelovanja, za potvrđivanje legitimnosti aspiracija, bitno da ima dovoljno velik broj podržavatelja (Parvin 2017, 31–33). Također, u usporedbi s njom, klasično političko djelovanje stavlja veći naglasak na postojanje vođe i hijerarhije u organizaciji i djelovanju. Dok klasična treba jasno definiranu hijerarhiju i vođu, koji će organizirati i usmjeravati djelovanje (Biggs i Michael 2016, 353), u *IOTBW* kampanji uočen je potpuni izostanak formalnih vođa i hijerarhije, u korist otvorenog i nepovezanog surađivanja sudionika radi organiziranja i provedbe kampanje.

Daleko zanimljivija je usporedba s drugim oblicima digitalne političke participacije, jer se tako uviđa ne samo različitost metoda upotrebe interneta, već i raznolikost načina osmišljavanja političkog djelovanja. Primjer takve političke participacije je *Occupy Wall Street (OWS)* pokret.¹⁴ Naime, ovaj je pokret, povodom njegova uspjeha, proglašen inovativnim oblikom

14 Započeo je 17. rujna 2011, kada se oko 1000 pojedinaca skupilo u Zuccotti parku, ispred financijskog centra *Wall Street*, kako bi prosvjedovali protiv društvenih i ekonomskih nepravdi, poput nejednakosti prihoda, utjecaja korporacija na politiku i nereguliranih poslovnih praksi. Prosvjednici su mjesecima živjeli u šatorima u parku, organizirajući dnevne prosvjedne marševe. Iako na početku nisu imali pozornost tradicionalnih medija, stalnim širenjem svojih ideja i zahtjeva putem društvenih medija, poput *Twittera* i *Youtubea*, pridobili su sve veću pozornost, popularnost i nove sudionike u tolikoj mjeri da su, kada su ih poli-

političke participacije: on nema jasno definiranu strukturu jer ne stavlja naglasak na vođu i realizaciju konkretnih ciljeva; ne povezuje se s političarima i političkim strankama; stapa *online* i *offline* sudjelovanje otvarajući time mogućnost participacije većem broju ljudi, te je u suštini neupravljiv i nepredvidljiv, jer svaki sudionik u jednakoj mjeri može utjecati na njegov tok. OWS pokret je zanemario tipične aspekte političkog pokreta i kratkoročnost uobičajenih političkih ciljeva i zahtjeva, usredotočivši se na političku edukaciju i utjecanje na svijest svih koji su došli u kontakt s njime – cilj mu je bio pripremanje, razvijanje i širenje drugačijeg oblika političkog djelovanja, obilježenog novim političkim normama i ponašanjem. Ključna je stavka da je on ciklične prirode, jer se uspostavlja u sadašnjosti kroz aktivnosti sudionika, kako bi podučio druge i pripremio ih za nove pokrete, nadovezane na namjere originalnih tvoraca – njegove političke aspiracije se perpetuiraju (Raškof 2014, 15–19).

U usporedbi s *IOTBW* kampanjom, moguće je uvidjeti kako se ona i OWS pokret u mnogim aspektima podudaraju, no međusobne razlike ukazuju da *IOTBW* kampanja predstavlja inovativniji i revolucionarniji oblik političke participacije, pogotovo u odnosu na prethodno spomenute elemente OWS pokreta, koji ga čine inovativnim. I OWS i *IOTBW*, naime, prate suvremene promjene političke participacije, zbog kojih sam čin komuniciranja i stupanja u kontakt s drugim korisnicima na internetu, putem dijeljenog sadržaja (objave, slike ili videa), postaje politiziran (Vaccari and Valeriani 2018, 1–2). No, dok je OWS pokret kroz komunikaciju s korisnicima interneta imao namjeru dijeljenjem sadržaja razvijati svijest o postojanju problema (Halupka 2016, 14), korisnici */pol/-a* su u *IOTBW* kampanji prilikom dijeljenja sadržaja, u svrhu realiziranja ciljeva kampanje, svjesno manipulirali percepcijom ostalih korisnika interneta. Tako je *IOTBW* kampanja okrenula naglavačke logiku dijeljenja sadržaja – umjesto da korisnici dijele sadržaj u svrhu političkog educiranja i razvijanja svijesti o određenom problemu, cilj je bio da korisnici u svojim komentarima agresivno kritiziraju postere, kako bi se drugi distancirali od političkih ideja koje takvi zastupaju. Kampanja je stoga uvelike ovisila o provociranju priželjkivane reakcije pojedinih skupina, bez koje ne bi bilo moguće realizirati njenu svrhu.

Nadovezujući se na logiku upotrebe interneta, korištenje društvenih mreža i digitalne participacije je kod OWS pokreta predstavljalo korisno sredstvo za povećanje vidljivosti pokreta i uključivanje što većeg broja sudionika, a ne temelj na kojem se pokret gradi. S druge strane, cjelokupna logika i strategija *IOTBW* kampanje temeljila se na korištenju interneta – bez njega ne bi bilo moguće provesti potrebne rasprave o konceptualiziranju

cajci otjerali iz parka 15. studenog 2011, njihovi zahtjevi nastavili živjeti u sličnim pokretima diljem svijeta, snažno utječući na politički diskurs (Milner 2013, 2357).

kampanje, organizirati provođenje kampanje, te realizirati zadane ciljeve. Pritom se najbitnija razlika ogledava u prirodi njihovih političkih ciljeva. Iako oba primjera ne stavljaju naglasak na jasno definiranim političkim ciljevima i zahtjevima, moguće je utvrditi kako je *IOTBW* od svojeg nastanka imala jasno zadani narativ i utjecaj koji želi ostvariti – širenje konzervativnog političkog sentimenta među neupućenim građanima SAD-a, kako bi oni samostalno, svojom voljom, potražili */pol/* i prihvatili njegove ideje, u svrhu mijenjanja političkog horizonta SAD-a prema političkoj desnici, a protiv progresivne političke ljevice. Razlog tome leži u činjenici što *IOTBW* kampanja predstavlja jednu od mnogobrojnih političkih kampanja */pol/-a* koje, iako se međusobno razlikuju po strategiji, organizaciji i sudionicima, jednako prate temeljni politički sentiment zajednice korisnika. Nasuprot njemu, *OWS* pokret je u konačnici utjecao na političku svijest pojedinaca i mijenjanje obrasca političkog ponašanja i djelovanja, ali nije moguće utvrditi da je to bio njegov zadani cilj od početka koncipiranja pokreta. Upravo je zbog te temeljne razlike političku kampanju */pol/-a* moguće definirati kao oblik cikličnog sustava političke participacije – njegovi korisnici osmišljavaju i provode manje i kratkoročne političke kampanje sa svjesnim i ciljanim pristupom, kako bi utjecali na stavove drugih, privukli ih prema korištenju */pol/-a* i pripremili ih za nastavak političkog djelovanja. Korisnici koji su sudjelovali u *IOTBW* kampanji možda neće sudjelovati u daljnjim kampanjama ili će prestati posjećivati *4chan*, ali će zato budući korisnici, koje su privukli svojom originalnom kampanjom i stilom političkog djelovanja, nastaviti emulirati takvo političko djelovanje.

Usporedivši ove oblike političke participacije, može se zaključiti da specifičnost *IOTBW* političke kampanje kao oblika političke participacije leži u inovativnoj viziji upotrebe interneta i njegovih mogućnosti, zanemarivanju važnosti demokratskog legitimiteta svojih namjera, te svjesna i ciljana ciklična koncepcija političkog djelovanja.¹⁵ Korisnici */pol/-a*, koji

15 Iako se sudjelovanje u proučavanoj političkoj kampanji */pol/-a*, u kojoj je moguće vidjeti novonastale i inovativne mogućnosti pojedinaca da se, uz male troškove i napore, samostalno organiziraju i djeluju diljem svijeta u svrhu ostvarivanja političkih težnji i ciljeva, može smatrati pozitivnim aspektima novijih digitalnih oblika političke participacije, takvo sudjelovanje donosi sa sobom potencijalne probleme i zabrinjavajuće implikacije za demokraciju. Naime, anonimnost, mali broj sudionika potrebnih za uspješno provođenje kampanje, olakšana komunikacija pomoću interneta, te široki spektar strategija, ciljeva i načina na koji se može politički djelovati izrazito povećava mogućnost i opasnost da relativno mala i zatvorena skupina diskretno utječe na politička mišljenja i svijest društva. Pritom takav utjecaj nije ograničen na djelovanje male skupine građana jedne države – analiza je pokazala da su u *IOTBW* kampanji u velikoj mjeri sudjelovali građani drugih država iz cijelog svijeta. Takve mogućnosti dovode u pitanje nacionalni politički suverenitet država, jer internet predstavlja tehnologiju neobuzdanu fizičkim i regulatornim kontrolama nacionalnih država – što stvara potrebu za daljnjom diskusijom o potencijalnim implikacijama takve upotrebe interneta.

se nalaze po cijelom svijetu, koriste niske troškove komunikacije putem interneta, kako bi na predanom forumu zajednički koncipirali, organizirali i provodili specifične političke kampanje, koje same po sebi nemaju jasno definirane političke zahtjeve i ciljeve, ali se međusobno nadovezuju jedna na drugu kako bi realizirale temeljne političke aspiracije korisnika /pol/-a – bujanje konzervativnog političkog sentimenta širem SAD-a i privlačenje novih korisnika, koji će tada biti otvoreniji prihvaćanju njihovih temeljnih političkih ideja i „istina“ u okviru procesa prethodno definiranog kao „redpillanje“. Temeljem prethodno navedenog, moguće je potvrditi i drugu istraživačku pretpostavku: politička kampanja /pol/-a predstavlja inovativan oblik političke participacije. U konačnici je, sagledavajući predstavljene odgovore na istraživačke pretpostavke, moguće potvrdno odgovoriti i na istraživačko pitanje rada.

ZAKLJUČAK

Cilj rada je bio opisati i definirati reprezentativnu političku kampanju 4chanovog podforumu /pol/, u svrhu utvrđivanja može li se sudjelovanje u takvim političkim kampanjama smatrati oblikom političke participacije te, ukoliko može, predstavlja li inovativni, novi oblik političke participacije. Kroz sustavni pregled literature o političkoj participaciji, te prikaz 4chanovog podforumu /pol/, uspostavljeni su temelji metodologije, primjenom koje je analiza reprezentativne političke kampanje /pol/-a pokazala da ona, kada se uspoređi s drugim, klasičnim oblicima političke participacije, uistinu predstavlja novi oblik. Za razliku od sličnih radova, koji naglasak istraživanja stavljaju isključivo na kvantitativna istraživanja (Hine i ostali 2017; Chatzakou i ostali 2017; Zannettou i ostali 2017; Zannettou i ostali 2018), ovaj je rad imao namjeru definirati i opisati internu koncepciju, kulturu i način političkog sudjelovanja korisnika /pol/-a, jer potpuno razumijevanje ovakvog kompleksnog fenomena nije moguće samo na temelju statističkih podataka. Pritom je sugestija za buduća istraživanja fokusiranje na detaljno i sustavno proučavanje ostalih političkih kampanja /pol/-a, kako bi se o njima mogli donijeti univerzalni zaključci, na proučavanje drugih, 4chanu sličnih foruma, kao i na dublju analizu objava korisnika u svrhu potpunijeg razumijevanja takvih oblika političke participacije te, konačno, utvrđivanje utjecaja koje internetske političke kampanje mogu imati na pojedince, same korisnike foruma i interneta, kao i na društvo u cjelini. Zaključno, nada je autora da će ovaj rad omogućiti zainteresiranima da se bolje upoznaju s ovim fenomenom, jer on predstavlja potencijalno važan segment budućnosti političke participacije. Moguće je da će ovakvi oblici političke participacije u dogledno vrijeme postati uobičajeni, a za njihovo uspješno razumijevanje neophodno je analizirati i razu-

mjeti aspekte i okolnosti njihovih začetaka – neophodno je razumijevanje sadašnjosti.

LITERATURA

- 4chan.org. 2019. Main page. <https://www.4chan.org/> (Pristupljeno 23. svibnja 2019).
- Adl.org. 2019. Who Are The Antifa? <https://www.adl.org/resources/backgrounders/who-are-the-antifa> (Pristupljeno 10. lipnja 2019).
- Amna, Erik and Ekman, Joakim. 2009. Political participation and civic engagement: Towards a new typology. *Human Affairs*, 22(3): 283–300. doi: 10.2478/s13374-012-0024-1.
- Bakardjieva, Maria. 2009. Subactivism: Lifeworld and Politics in the Age of the Internet. *The Information Society*, 25(2): 91–104. <https://doi.org/10.1080/01972240802701627>.
- Biggs, Michael. 2016. Size Matters: Quantifying Protest by Counting Participants. *Sociological Methods & Research*, 47(3): 351–383. <https://doi.org/10.1177/0049124116629166>.
- Chatzakou, D., Kourtellis, N., Blackburn, J., De Cristofaro, E., Stringhini, G. and Vakali, A. 2017. Measuring #GamerGate: A Tale of Hate, Sexism, and Bullying. *WWW '17 Companion: Proceedings of the 26th International Conference on World Wide Web*: 1285–1290. doi: 10.1145/3041021.3053890.
- Computerhope.com. 2019. POST. <https://www.computerhope.com/jargon/p/post.htm> (Pristupljeno 26. svibnja 2019).
- Computerhope.com. 2019. THREAD. <https://www.computerhope.com/jargon/t/thread.htm> (Pristupljeno 26. svibnja 2019).
- Dalton, Russell. 2015. Substitution versus Expansion: The Contrasts between Offline and Online Political Participation. *Socsci.uci.edu* <http://www.socsci.uci.edu/~rdalton/articles.htm> (Pristupljeno 21. svibnja 2019).
- Dictionary.cambridge.org. 2019. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/guerrilla-gardening> (Pristupljeno 20. svibnja 2019).
- Dictionary.cambridge.org. 2019. Red Pill. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/red-pill?q=redpill> (Pristupljeno 23. svibnja 2019).
- Definitions.net. 2019. Political Campaign. <https://www.definitions.net/definition/political+campaign> (Pristupljeno 10. lipnja 2019).
- De Zuniga, H., Veenstra, A., Vraga, E. and Shah, D. 2010. Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 7(1): 36–51. <https://doi.org/10.1080/19331680903316742>.
- Encyclopediadramatica.rs. 2019. Gamergate. <https://encyclopediadramatica.rs/GamerGate> (Pristupljeno 29. svibnja 2019).

- Halupka, Max. 2016. The rise of information activism: how to bridge dualisms and reconceptualise political participation. *Information, Communication & Society*, 19(10): 1487–1503. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1119872>.
- Hine, G. E., Onaolapo, J., de Cristofaro, E., Kourtellis, N., Leontiadis, I., Samaras, R., Stringhini, G. and Blackburn, J. 2017. Kek, Cucks, and God Emperor Trump: A Measurement Study of 4chan's Politically Incorrect forum and Its Effects on the Web. doi: 10.5281/zenodo.841769.
- Hooghe, M., and Marien, S. 2012. How to reach members of Parliament? Citizens and members of Parliament on the effectiveness of political participation repertoires. *Parliamentary Affairs*, 67(1): 1–25. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11266-018-0002-2>.
- Koc-Michalska, Karolina and Lilleker, Darren. 2016. Digital Politics: Mobilization, Engagement, and Participation. *Political Communication*, 34(1): 1–5. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1243178>.
- Knowyourmeme.com. 2018. Gamergate. <https://knowyourmeme.com/memes/events/gamergate> (Pristupljeno 22. svibnja 2019).
- Kushner, David. 2015. 4chan's Overlord Christopher Poole Reveals Why He Walked Away. *Rollingstone.com* <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/4chans-overlord-christopher-poole-reveals-why-he-walked-away-93894/> (Pristupljeno 23. svibnja 2019).
- Lamerichs, N., Bohmer, A. L., Nguyen, D., Melquizo, M. C. P. and Radojevic, R. 2018. Elite male bodies: The circulation of alt-Right memes and the framing of politicians on Social Media. *Journal of Audience & Reception Studies*, 15(1): 180–206.
- Merriam-webster.com. 2019. Alt-right. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/alt-right> (Pristupljeno 25. svibnja 2019).
- Merrin, William. 2019. President Troll: Trump, 4chan and Memetic Warfare. In: Happer, C. I Merrin, W. (ed.), *Trump's Media War* (pp. 201–226). Cham, Palgrave Macmillan.
- Milner, Ryan M. 2013. Pop Polyvocality: Internet Memes, Public Participation, and the Occupy Wall Street Movement. *International Journal of Communication*, 7: 2357–2390.
- Nigrapedia.com. 2009. World AIDS Day 2009. http://www.nigrapedia.com/World_AIDS_Day_2009 (Pristupljeno 29. svibnja 2019).
- Parvin, Phil. 2017. Democracy Without Participation: A New Politics for a Disengaged Era. *Res Publica*, 24: 31–52. <https://doi.org/10.1007/s11158-017-9382-1>.
- Rouse, Margaret. 2019 Anonymous. *Techtarget.com* <https://whatis.techtarget.com/definition/Anonymous> (Pristupljeno 03. veljače 2020).
- Ross, Andrew S. and Rivers, Damian J. 2017. Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 U.S.

- Presidential candidates. *Discourse, Context & Media*, 16(2): 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.01.001>.
- Shifman, Limor. 2013. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3): 362–377. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>.
- Stryker, Cole. 2011. *Epic Win For Anonymous: How 4chan's Army Conquered The Web*. New York: The Overlook Press.
- St. George, Donna. 2017. Signs saying 'it's okay to be white' found at Maryland high school. *Washingtonpost.com* https://www.washingtonpost.com/local/education/signs-saying-its-okay-to-be-white-found-at-maryland-high-school/2017/11/01/92013a26-bf3b-11e7-959c-fe2b598d8c00_story.html?utm_term=.553baa88d801&noredirect=on (Pristupljeno 23. svibnja 2019).
- Techopedia.com. 2019. Doxing. <https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing> (Pristupljeno 28. svibnja 2019).
- Theocharis, Yannis. 2015. The Conceptualization of Digitally Networked Participation. *Social Media + Society*, 1(2): 1–14. <https://doi.org/10.1177/2056305115610140>.
- Trackalytics.com. 2019. 4chan.org. <https://www.trackalytics.com/website/4chan.org/> (Pristupljeno 29. svibnja 2019).
- Underwood, Patrick W. and Welser, Howard T. 2011. 'The Internet is Here': Emergent Coordination and Innovation of Protest Forms in Digital Culture. *iConference '11: Proceedings of the 2011 iConference*: 304–311. doi: 10.1145/1940761.1940803.
- Vaccari, Cristian and Valeriani Augusto. 2018. Digital Political Talk and Political Participation: Comparing Established and Third Wave Democracies. *SAGE Open*, 8(2): 1–14. <https://doi.org/10.1177/2158244018784986>.
- Van Deth, Jan W. 2001. Studying Political Participation: Towards a Theory of Everything? *Researchgate.net* https://www.researchgate.net/publication/258239977_Studying_Political_Participation_Towards_a_Theory_of_Everything (Pristupljeno 03. svibnja 2019).
- Van Deth, Jan W. 2014. A conceptual map of political participation. *Acta Politica*, 49(3): 349–367. doi: 10.1057/ap.2014.6.
- Visser, Sara and Stolle, Dietlind. 2013. The Internet and new modes of political participation: online versus offline participation. *Information, Communication & Society*, 17(8): 937–955. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.867356>.
- Webopedia.com. 2019. Thread bump. https://www.webopedia.com/TERM/T/thread_bump.html (Pristupljeno 26. svibnja 2019).
- Zannettou, S., Cauldield, T., De Cristofaro, E., Kourtellis, N., Leontiadis, I., Sirivianos, M., Stringhini, G. and Blackburn, J. 2017. TheWeb Centipede: Understanding HowWeb Communities Influence Each Other Through the Lens of Mainstream and Alternative News Sources. doi: 10.1145/3131365.3131390.

Zannettou, S., Cauldield, T., Blackburn, J., De Cristofaro, E., Sirivianos, M., Kourtellis, Stringhini, G. i Suarez-Tangil, Guillermo. 2018. On the Origins of Memes by Means of Fringe Web Communities. Researchgate.net https://www.researchgate.net/publication/329237247_On_the_Origins_of_Memes_by_Means_of_Fringe_Web_Communities (Pristupljeno 24. svibnja 2019).

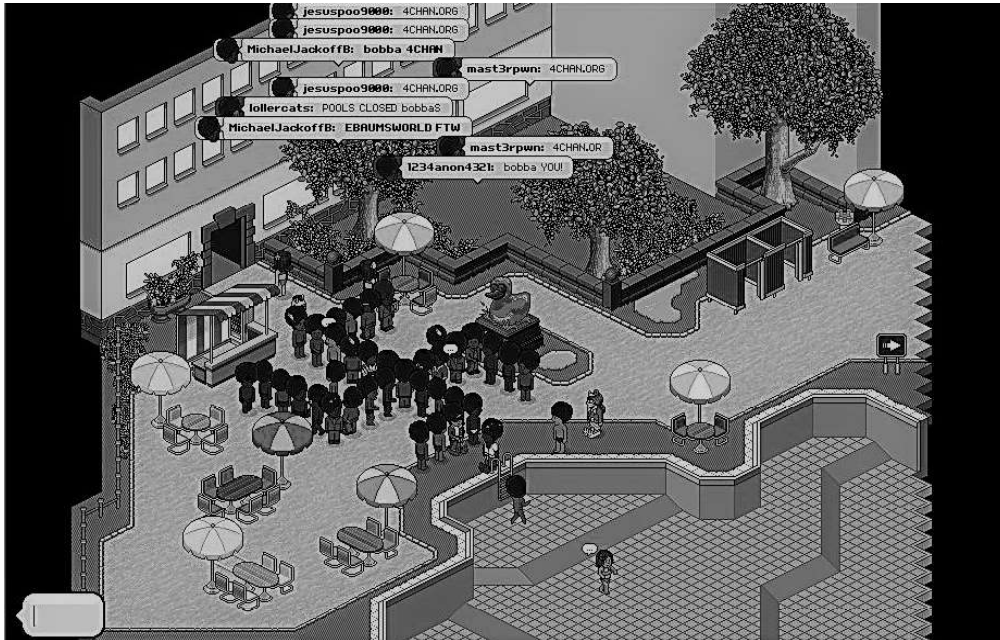
SUMMARY

NEW FORMS OF POLITICAL PARTICIPATION: AN ANALYSIS OF THE DYNAMIC OF A POLITICAL CAMPAIGN ON THE FORUM 4CHAN

The focus of this work is the analysis and critical consideration of the political campaign from the forum 4chan's – more specifically, from the subforum /pol/ (Politically Incorrect), in order to determine whether it represents a new form of political participation. By detailing major points of relevant literature on political participation, as well as through detailing the history, organization and conception of the forum 4chan, the author prepares a ground for the case study of a political campaign from /pol/. The main findings of the analysis of the selected political campaign show that it is collective, subversive, that it uses troll strategies in order to successfully realize conservative political goals and that the participation of the site's users in them can be considered to represent a form of political participation, due to the politically motivated nature of such participation. Such a form of political participation can also be considered to be an inovative, new form of political participation, through its emphasis on the participation of a smaller number of people throughout the world, lack of an established organizational hierarchy, and its different use of social media for content sharing.

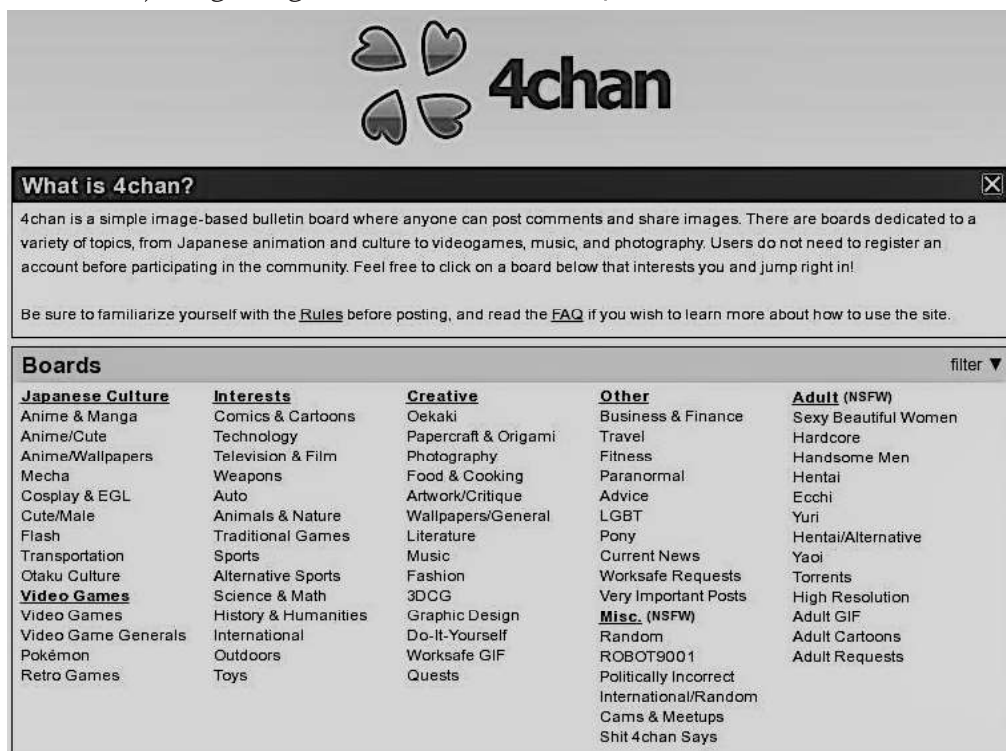
KEYWORDS: political participation, political campaigns, meme, memetic warfare, 4chan.

PRILOZI

Slika 1. Primjer raida na Habbo Hotel¹⁶

MATEJ MIKAŠINOVIĆ-KOMŠO
NOVI OBLICI POLITIČKE PARTICIPACIJE:
ANALIZA DINAMIKE POLITIČKE KAMPANJE NA FORUMU 4CHAN

Slika 2. Primjer izgleda glavne stranice foruma 4chan¹⁷



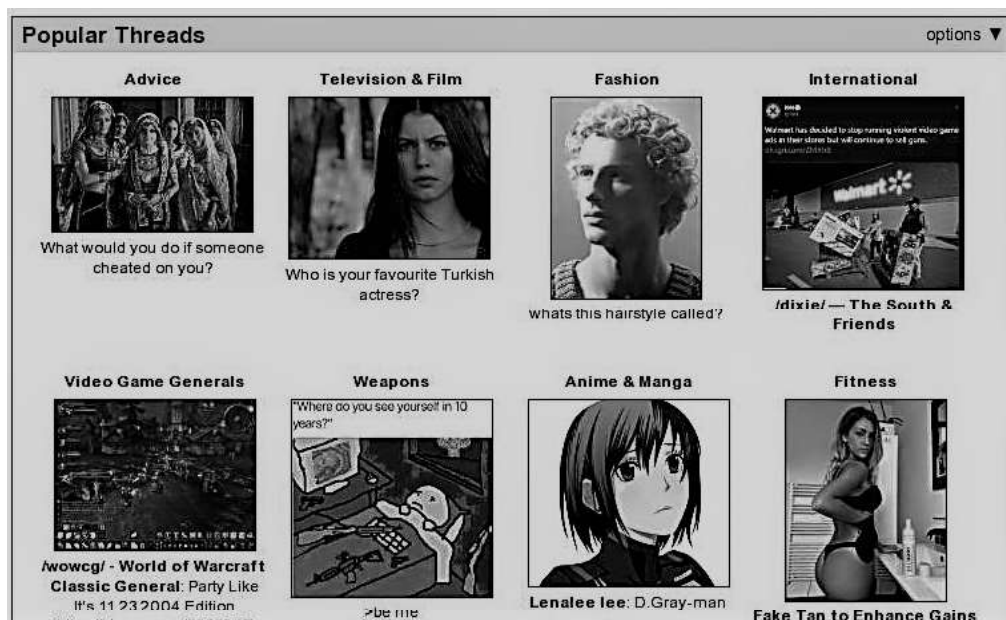
What is 4chan? ✕

4chan is a simple image-based bulletin board where anyone can post comments and share images. There are boards dedicated to a variety of topics, from Japanese animation and culture to videogames, music, and photography. Users do not need to register an account before participating in the community. Feel free to click on a board below that interests you and jump right in!









Be sure to familiarize yourself with the [Rules](#) before posting, and read the [FAQ](#) if you wish to learn more about how to use the site.

Boards filter ▼

<u>Japanese Culture</u>	<u>Interests</u>	<u>Creative</u>	<u>Other</u>	<u>Adult (NSFW)</u>
Anime & Manga	Comics & Cartoons	Oekaki	Business & Finance	Sexy Beautiful Women
Anime/Cute	Technology	Papercraft & Origami	Travel	Hardcore
Anime/Wallpapers	Television & Film	Photography	Fitness	Handsome Men
Mecha	Weapons	Food & Cooking	Paranormal	Hentai
Cosplay & EGL	Auto	Artwork/Critique	Advice	Ecchi
Cute/Male	Animals & Nature	Wallpapers/General	LGBT	Yuri
Flash	Traditional Games	Literature	Pony	Hentai/Alternative
Transportation	Sports	Music	Current News	Yaoi
Otaku Culture	Alternative Sports	Fashion	Worksafe Requests	Torrents
<u>Video Games</u>	Science & Math	3DCG	Very Important Posts	High Resolution
Video Games	History & Humanities	Graphic Design	<u>Misc. (NSFW)</u>	Adult GIF
Video Game Generals	International	Do-It-Yourself	Random	Adult Cartoons
Pokémon	Outdoors	Worksafe GIF	ROBOT9001	Adult Requests
Retro Games	Toys	Quests	Politically Incorrect	
			International/Random	
			Cams & Meetups	
			Shit 4chan Says	




Popular Threads options ▼

Advice	Television & Film	Fashion	International
 What would you do if someone cheated on you?	 Who is your favourite Turkish actress?	 whats this hairstyle called?	 /dixie/ — The South & Friends
Video Game Generals	Weapons	Anime & Manga	Fitness
 /wowcg/ - World of Warcraft Classic General: Party Like It's 11 23 2004 Edition	 "Where do you see yourself in 10 years?"	 Lenalee lee: D.Gray-man	 Fake Tan to Enhance Gains

Slika 3. Česta /pol/ percepcija Gamergatea i njegovog efekta na gaming zajednicu¹⁸

Anonymous (ID: LXHTU9N) 01/26/17(Thu)17:25:38 No.109255051 >>109255564
>>109255606 >>109255636 >>109255849 >>109256323 >>109257213 >>109257650 >>109257848
File: Cw2Q-OVUcAAqwE2.png (605 KB, 542x627)



>>109253171
A woman cheated on her boyfriend and fucked 5 guys, some of which were reviewing her shitty indie game.

He spilled the beans and everyone called out the reviewers for not mentioning the developer literally fucked them.

So a bunch of autists got together to see what other drama was there, and uncovered a shitload of collusion and favor trading for shilling of each other's games and organizations.

It would have ended there as "no fucking shit gaming journalism is just one big circlejerk of shilling" but they tried to cover it all up. The cover up was this massive lockstep "gamers are dead" campaign and making up a bunch of baloney to disguise what a bunch of jokes they are.

Then it kept growing and growing until it went mainstream. Celebrities chimed in, feminists went to the UN, federal investigations into harassment, etc. It got wildly out of control and redpilled a bunch video game playing losers about how the media works to control narratives. How Jews and feminists and blacks use the same tactics to be victims that can only be helped through more shekels, etc.

That redpilling led to a lot of new /pol/ members being born because people starting seeing the same tactics in political media and started asking questions. It turned out shitposting about controlled narrative and happenings is more fun than video games because they all suck now.


Then a bunch of stuff happened and Donald Trump is now the president.

Slika 4. Originalna objava tvorca kampanje *operation it's ok to be white*

operation its ok to be white Anonymous ID: zSyc6j8L Wed 25 Oct 2017 00:30:19 [330 / 91]

No.146524824 View Reply Original Report

Quoted By: >>146525163 >>146527693 >>146530144 >>146530796 >>146532482 >>146532694 >>146532705 >>146533083 >>146533589 >>146535876 >>146537180 >>146537525 >>146537583 >>146537643 >>146538616 >>146539433 >>146539895 >>146540268 >>146540612 >>146541042 >>146541171 >>146541325 >>146541598 >>146541767 >>146542006 >>146542661 >>146543272 >>146545094 >>146545869 >>146546647 >>146546773 >>146546900 >>146547125 >>146547243 >>146549015 >>146549272



747KB, 868x513, operation its ok to be white.png
View Same Google iqtB SauceNAO Trace

/pol/ i have an idea recently a "disturbing" poster went up at Boston college (pic related), the left went ape shit and called the cops for an investigation and it made the news <https://www.youtube.com/watch?v=mfu8UkvpKYc> what if we made signs like this pop up in college campuses around the world? a simple sign that just says "its ok to be white" the left going apeshit over something so trivial would show just how anti white the political climate is and it would wake up normies/emings. the only question is do we do this now? or after nov 4th when anti fa does their little riots >ldr go put up signs at your local college campus that say "its ok to be white" in plain text with no pictures or symbols

if you have any better ideas or would like to share your thoughts please do so in this thread

Slika 5. Službeni dogovoreni dizajn postera



Slika 6. Izdvojeni komentari sudionika na pripremu kampanje

Anonymous ID: a0QzKP1h Wed 25 Oct 2017 04:04:02 No.146547243 [Report](#)
Quoted By: >>146547628

>>146524824
This is great because there's no way the left wins this one. They don't react and we get our fliers up everywhere, they do react and they show how unhinged they are.

I'll make some for my local uni this weekend, or should we plan this together.

Anonymous ID: /+I2VQ+u Fri 03 Nov 2017 19:09:46 No.147792944 [Report](#)

>font is perfect
>leading perfect
>kerning is perfect
>message is perfect

/pol/ really brings a smile to my face. It's literally perfect. It's not in your face, screaming. It's not some whiny victim complex. It's a subtle reassurance. It's just a simple, innocuous statement and it's really bringing out the hate and bigotry. It's exposing the crazy people on a McCarthy level witch hunt.

Anonymous ID: t5M9MfFU Wed 25 Oct 2017 01:59:15 No.146534085 [Report](#)

>>146533607
There is a time and place for overt national socialism.
Showing an idea and having the person later discovering it's a quote from Hitler will do far more good in convincing them he was right than scaring away immediately

[View Same](#) [Google](#) [iqdb](#) [SauceNAO](#) [Trace](#) [18819481941865.jpg, 43KiB, 500x500](#)



Anonymous ID: t3wGyQzm Sun 05 Nov 2017 06:02:58 No.148021443 [Report](#)

Quoted By: >>148021625 >>148021664

>>148016299

Absolutely love this idea. Unaltered it is so perfectly concise and subtle. This is a whole new level of redpilling.

There is defienietly going to be someone who sees some of the posters on the street and may be lead to the path of redpilling by this.

Great job /pol/ keep it up

Anonymous ID: A0s55//w Wed 25 Oct 2017 03:04:42 No.146541042 [Report](#)

>>146524824

This is an amazing idea. Just be sure not to use any phrases which might imply that whiteness is positive, like "white pride" or even "love who you are" like on that poster. The best is when you just assert that whiteness is not negative. The subtitle of that poster is a great example: "Don't apologize for being white." No reasonable person can disagree with that.

[View Same](#) [Google](#) [iqdb](#) [SauceNAO](#) [Trace](#) [MotherT.jpg, 99KiB, 412x600](#)



Anonymous ID: ChBP+08g Wed 01 Nov 2017 01:18:30 No.147415049 [Report](#)

>>147414409

no it's perfect formatting

if they vandalize it then PERFECT because it also proves our point that they are racist against white

That's the beauty with passive aggression, there is literally nothing your stronger foe can do against

Anonymous ID: /MlJ5SVL Tue 31 Oct 2017 02:27:08 No.147293188 [Report](#)

Quoted By: >>147293471

>>147292573

The concept is to place the posters in any and all locations. In white suburban neighborhoods where trick-or-treating will be rampant, in liberal universities and colleges, on federal buildings and lamp posts. The idea is to expand range of visibility, in the white neighborhoods were promoting the empowerment of whites while in the other scenarios it is to create tension as a result of misunderstandings or misinterpretations by the left. They will see this as an attack on other races, blow this up beyond proportion and then redpill the masses when they argue how it is not okay to be a white person.

Anonymous ID: zSyc6j8L Wed 25 Oct 2017 01:21:41 No.146530244 [Report](#)

Quoted By: >>146530378 >>146533385

>>146529957

yes thats the plan. we are counting on the left to freak out over it and get it into the local news. when people see the left freaking out over such a trivial sign it will hopefully wake a lot of people up

Anonymous ID: ZqvAgSYS Wed 25 Oct 2017 03:24:37 No.146543124 [Report](#)

>>146538666

The point isn't to convince the people who cry Nazi at everything, it's to convince the bystanders.

I know that its preaching to the choir for everyone here, but there are a lot of normies who legitimately don't understand how anti-white leftists are.

Anonymous ID: VHiIcyc4 Sat 28 Oct 2017 06:17:45 No.146934718 [Report](#)

>>146934407

The dosage is so much more effective if they FIND IT THEMSELVES. You can lead a horse to water.... Political messages cannot be forced on people, they will reject every time. If their curiosity is piqued, and then they find /pol/ after 5 minutes of internet searching out of sheer curiosity, they will be much more open to it.