

Populizam i mladi

Vučićević, Marina

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:525990>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-08**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Studij novinarstva

Marina Vučićević

**Populizam i mladi: analiza komunikacije Ivana Pernara na
društvenim mrežama**

Završni rad

Mentorica: doc. dr. sc. Milica Vučković

Zagreb, 2024.

Sadržaj

| | |
|--|----|
| Uvod | 3 |
| 1. Teorijski okvir..... | 5 |
| 1.1 Populizam..... | 5 |
| 2. Studija slučaja - Ivan Pernar..... | 8 |
| 3. Empirijska analiza | 9 |
| 3.1 Metodologija – analiza sadržaja..... | 9 |
| 4. Rezultati | 12 |
| 5. Rasprava | 18 |
| 6. Zaključak | 20 |
| Popis literature: | 22 |
| Popis priloga..... | 24 |

Uvod

Živimo u dobu u kojem društvene mreže imaju ključnu ulogu u našem životu – one nas informiraju i obavještavaju o aktualnim događanjima u svijetu te nas s istim povezuju, bilo s obitelji i prijateljima ili potpunim strancima koji (ne) dijele isto mišljenje kao i mi. Društvene mreže sve su popularnije među svim generacijama, posebice mladima, a i iz dana u dan raste broj ljudi koji sve više vjeruje društvenim mrežama i (samo) putem njih se informira. U takvom dobu važno je prepoznati koristi toga resursa i iskoristiti ga na što bolji način. Jedan od primjera kako za vlastitu korist i promociju iskoristiti društvene mreže jest poznati, kontroverzni, hrvatski političar Ivan Pernar. Ivan Pernar, bivši je saborski zastupnik poznat po brojnim skandalima – možda je najpoznatiji po tome što su ga iznosili iz sabornice ili po tome što je veliki zagovaratelj vitamina C. Pernar se ističe kao primjer političara koji vješto koristi društvene mreže kako bi privukao pozornost javnosti. Iako nikad u potpunosti nije prestao koristiti društvene mreže, znao bi uzeti pokoju pauzu i ne objavljivati učestalo, no uoči superizborne godine u Hrvatskoj ponovno se aktivirao i na nove, kontroverzne načine privukao pozornost – ove godine su to bili posjet srednjim školama te interakcija s maloljetnicima. Dakle, Pernar se u svojoj političkoj kampanji odlučio fokusirati na mlade – na društvenim platformama kao što su TikTok, Instagram i Telegram okupljao je svoju vjernu publiku te se svojim komunikacijskim vještinama i strategijama, koje su često popraćene populističkim tehnikama, uspio povezati s tom skupinom ljudi. Ivan Pernar prvi je hrvatski političar koji je otvorio TikTok profil, a kasnije su ga pokušali slijediti i drugi političari, no ne toliko uspješno ili bolje rečeno efektivno, s obzirom na to da su se TikToku pridružili kratko prije izbora. Na ovaj način Pernar se nastojao pozicionirati kao istaknuti predstavnik naroda koji se bori protiv korumpirane elite.

Ovaj se rad bavi analizom komunikacijskih strategija Ivana Pernara na društvenim mrežama, odnosno na njegovom TikTok profilu. Poseban naglasak odnosit će se na privlačenje mladih birača te na tehnike i taktike koje primjenjuje. Ono što je potaknulo nastajanje ovog rada jest upravo to što je Ivan Pernar prvi na ovaj inovativan i moderan način odlučio pristupiti mladima, a tek ga je nekolicina odlučila u tome slijediti. Mladi su posebna dobna skupina o kojoj se u posljednje vrijeme sve više govori, a Pernar je njihovu važnost očito prepoznao. On je koristeći društvene medije odlučio zadobiti njihovu pozornost temama i interesima koji su njima relevantni i tako doprijeti do njih. Mladi, koji inače ne pokazuju toliko interes za politiku, za njega predstavljaju potencijal i mogućnost promjene u državi. Cilj ovog rada je istražiti kako

Pernar koristi društvene mreže, odnosno TikTok u periodu prije, tijekom i nakon parlamentarnih izbora, te kako njegove strategije utječu na političku mobilizaciju mladih.

U ovom je radu riječ o analizi sadržaja Pernarovih objava u kojem su se nastojale proučiti teme kojima se on bavi, strategije i tehnike koje on koristi. Pitanja kojima se ovaj rad bavi su:

- a) Kako Ivan Pernar koristi društvene mreže za političku komunikaciju?
- b) Koje populističke tehnike koristi u privlačenju mladih birača?
- c) Jesu li njegove strategije uspješne u postizanju političke mobilizacije mladih?

Na temelju tih pitanja, postavljene su i dvije hipoteze. Prva hipoteza tvrdi da Ivan Pernar koristi društvene mreže, odnosno TikTok, kao alat za političku komunikaciju te kombinira kontroverzne teme i populističke tehnike kako bi privukao pažnju mladih birača. Druga hipoteza odnosi se na to da su emocionalno uvjeravanje i vizualni sadržaj, kao što su videozapisi i interaktivni formati, ključni elementi Pernarove strategije za privlačenje mladih birača na TikToku.

Na određenom uzorku, uz set od dvadeset i dva pitanja nastojalo se odgovoriti na zadana pitanja i odrediti sveukupan zaključak i analiza. Na temelju ove analize sadržaja može se dublje ući u temu populizma općenito, ali posebice u Hrvatskoj. Osim toga, ovaj rad služi i za lakše razumijevanje strategija i tehnika koje politički akteri koriste na društvenim mrežama.

1. Teorijski okvir

Jedna od osnovnih čovjekovih karakteristika jest da je on socijalno biće, što znači da mu je potrebna prisutnost i interakcija s drugim ljudima. U takvim se druženjima služimo komunikacijom koju Zoran Tomić (2012: 12) definira kao “pojam u društvenim znanostima koji općenito označuje sveukupnost različitih oblika veza i dodira između pripadnika društva, a posebno prenošenje poruka s jedne osobe ili skupine na druge”. U suvremenom svijetu, ta se komunikacija sve češće odvija putem društvenih mreža, posebice kad je riječ o mladima. Mladi su posebna skupina – Vlasta Ilišin za njih kaže da predstavljaju društvenu skupinu čiji je proces integracije u zajednicu često praćen specifičnim izazovima, a na koje i oni sami, a i društvo mogu različito reagirati, ovisno o vremenskom i povijesnom kontekstu (2007:9). Ona također ističe (2007:9) da su mladi ključan resurs za razvoj svakog društva jer ih njihova integracija u društvo čini jednom od najdinamičnijih skupina, zbog čega su uvijek zanimljiv predmet istraživanja. Mladi svoje slobodno vrijeme vole provoditi na društvenim mrežama poput Instagrama ili TikToka – te im platforme nude sve, od informativnog pa do zabavnog sadržaja. Društvene mreže također nude i opciju razmjene informacija, educiranja, što služi kao odličan resurs suvremenim političarima koji se služe političkim diskursom. Politički diskurs, odnosno politička komunikacija, kako ju još zove Brian McNair, ukratko je “svrhovita komunikacija o politici” (2003:12). To prema njemu (2003:12) uključuje:

1. sve oblike komunikacije kojima se služe političari i drugi politički akteri u svrhu ostvarivanja specifičnih ciljeva;
2. komunikacija koju prema tim akterima usmjeravaju nepolitičari kao što su birači i novinski kolumnisti te
3. komunikaciju o tim akterima i njihovim aktivnostima kakva se pronalazi u izvješćima, uvodnicima i drugim oblicima medijske rasprave o politici.

Pojavom televizije, političari su otkrili da ona ima svoje prednosti – “tisak može prenijeti ono što političar kaže, ali elektronički mediji to mogu posredovati uživo, u bojama” (McNair, 2003:82). Ista stvar se dogodila i s društvenim mrežama – njihovom se pojavom omogućuje još brži prijenos informacija i interakcija, kao i reakcija na neke krize i sl.

1.1 Populizam

Marijana Grbeša i Berto Šalaj u svojoj knjizi Dobar, loš ili zao? (2018:29) ističu kako se pojam populizam može upotrebljavati na više načina, odnosno razina – primjerice, politički analitičari

će koristeći taj pojam nastojati opisati djelovanje novih aktera i stranaka u različitim dijelovima svijeta, dok će u medijskom ili političkom diskursu taj pojam biti pejorativan i aktere opisivati kao one koji “nastupaju demagoški i skloni su davati nerealna i lažna obećanja kako bi zadobili političku potporu građana”. S obzirom na to, definicija populizma varira ovisno o kontekstu. Grbeša i Šalaj (2028: 30-31) bave se populizmom kao znanstvenom temom, gdje ističu pet različitih pristupa populizmu: 1) populizam kao tip stranačke organizacije, 2) populizam kao strategija političke mobilizacije 3) populizam kao politički diskurs 4) populizam kao političko – komunikacijski stil i 5) populizam kao politička ideologija. Ovaj posljednji pristup je, ističu (2018:37) u posljednjih petnaestak godina postao dominantan. Možda najpoznatiju definiciju populizma dao je politolog Cas Mudde, prema kojoj je populizam “ideologija koja dijeli društvo na dvije antagonističke grupe, pošteni narod i korumpiranu elitu, i koja tvrdi da bi politika trebala biti izraz opće volje naroda” (2004:543, prema Grbeša, Šalaj, 2018:38). Postoje različite podjele populizma, na primjer na radikalni i progresivni ili agrarni i politički i sl. (Tomić, 2018:6). Tomić u svom radu također ističe i tehnike političkog populizma, a to su: tehnika uključivanje-isključivanje, karizmatičnost, imidž, retorika, mi i oni, opasni drugi, strah i prijetežje, glasnogovornici ‘malih’ ljudi, apel na emocije, mobilizacija “protiv”, govor tijekom (odijevanje), komunikacija na “ti”, humor te kontrola medija (2018: 9-13). To su sve tehnike kojima se nastoji dobiti podrška naroda.

U Hrvatskoj se populizam manifestira kroz djelovanje nekoliko političara koji često koriste jednostavne, emotivne poruke i polarizirajući diskurs kako bi pridobili simpatije birača - najpoznatiji među njima su Ivan Pernar i Željko Kerum, ali i stranka Most u kojoj se ističu neke populističke odlike (Grbeša, Šalaj, 2018). Oni svojom retorikom često kritiziraju političku elitu i prikazuju sebe kao predstavnike "običnog naroda". Što se tiče globalne razine, populizam se najviše uočava kod političara poput bivšeg predsjednika SAD-a Donalda Trumpa. Najpoznatiji je po svojoj politici "America First" u kojoj je naglašavao nacionalni suverenitet nastojeći mobilizirati široke mase birača, a to mu je uspjelo na različite načine - jednostavnim sloganima, apelom na emocije, te naglašavanje podjele između "naroda" i "korumpiranih elita" (Grbeša, Šalaj, 2018). Trump je danas jedan od najpopularnijih populista.

U ovom kontekstu važno je definirati i pojam “samoskandalizacija” (self-scandalization) koji možda i najbolje opisuje način na koji Ivan Pernar komunicira i uspijeva ostati u fokusu javnosti.

1.2. Samoskandalizacija (self-scandalization)

Namjerna samoskandalizacija se definira kao onaj tip skandala koji je prouzrokovan namjerno od strane političara sa svrhom postizanja određenog komunikacijskog cilja (Haller, 2015). Ona predstavlja moćan alat za političku komunikaciju jer koristi provokaciju kao sredstvo za stjecanje publiciteta. Svrha je često podijeliti javnost na one koji podržavaju i one koji se protive kontroverznoj akciji, čime se stvara emocionalno nabijen politički diskurs koji dodatno jača vidljivost političara (Populismobserver.com, 2016).

Postoje tri vrste skandala koje populisti koriste za svoju političku komunikaciju:

1. Originalni skandali – skandali u koje su umiješani etablirani političari ili stranke, često zato što su prekršili vrijednosti ili zakonske norme. Populisti koriste ove skandale kako bi napadali establišment i predstavili ih kao poraz političkog sustava
2. Atmosfera skandala – ova vrsta skandala često se razvija tijekom kriznih situacija. U takvim trenucima, populisti iskorištavaju stvarne ili percipirane nepravde kako bi stvorili podjelu u javnosti i emocionalizirali raspravu, što rezultira osjećajem sveprisutnog političkog skandala. Ova tehnika omogućuje populistima da izgrade retoriku "mi protiv njih" u kojoj se pozicioniraju kao branitelji naroda protiv korumpirane elite.
3. Namjerna samoskandalizacija – skandali koji proizlaze iz namjernog kršenja društvenih vrijednosti ili tabua od strane političkih aktera. Ovi skandali nastaju kada političar svjesno provodi akcije koje izazivaju kontroverzu s ciljem privlačenja pažnje i mobilizacije podrške. Primjer ove vrste skandala može se pronaći u kampanji švicarske Narodne stranke (SVP) 2007. godine s plakatom "Crna ovca", koji je namjerno izazvao polemike oko pitanja imigracije (Populismobserver.com, 2016).

Strategija samoskandalizacije kod Ivana Pernara očituje se kroz njegove namjerne provokacije i kontroverze. Naime, one su osmišljene kako bi privukle medijsku pažnju i izazvale podjele među javnosti, što mu omogućava da ostane relevantan u političkom diskursu. Pernar tako uspijeva zadržati visoku razinu vidljivosti i angažiranosti među svojim sljedbenicima, a ujedno i provocira rasprave koje oblikuju javni diskurs prema njegovim ciljevima.

1.3. Političari na društvenim mrežama

Društvene mreže postale su ključan alat u modernoj političkoj komunikaciji. One političarima omogućuju direktan kontakt s biračima, mobilizaciju podrške i oblikovanje javnog diskursa (Mkparty.org.za, 2024). Dok omogućuju veću transparentnost i angažman, također donose izazove poput dezinformacija i polarizacije (Mkparty.org.za, 2024).

Međutim, društvene mreže imaju i svoje negativne strane. To uključuje poticanje polarizacije jer algoritmi prikazuju samo informacije koje odgovaraju korisnikovim uvjerenjima, što jača predrasude i fragmentaciju društva (Netlaw.bg, 2022). Širenje dezinformacija predstavlja ozbiljan problem, jer lažne vijesti mogu oblikovati javno mnijenje i manipulirati izbornim ishodima, posebno u autoritarnim režimima (Netlaw.bg, 2022). Također, upotreba društvenih mreža za jednostrano širenje informacija smanjuje mogućnost dijaloga i razmatranja različitih stavova, dok politički akteri često zaobilaze novinare i stvaraju vlastite medijske sadržaje, što može dovesti do manjka odgovornosti i širenja netočnih informacija – tu su mladi ljudi posebno pogođeni zbog nedostatka iskustva i kritičkog razmišljanja, što otežava razlikovanje istinitih informacija od lažnih (Netlaw.bg, 2022).

U vremenu kada se povjerenje u političke institucije i medije smanjuje, a u društvene mreže raste, važno se dobro povezati sa svojom publikom. U posljednje vrijeme, TikTok se pokazao kao platforma koja privlači sve veći broj političara. S obzirom na to da je TikTok popularan među mlađom populacijom, to političarima daje jedinstvenu priliku da se obrate mladim biračima koji su često zanemareni u tradicionalnim kampanjama. Na TikToku se objavljuje kratak i dinamičan sadržaj pa političari na kreativan način moraju prikazati sebe i svoje stavove. Osim već spomenutog Ivana Pernara, u Hrvatskoj je potencijal TikToka prepoznao i premijer Andrej Plenković, koji je otvaranje svog TikTok profila pretvorio u nacionalnu vijest, pokazujući kako se i mainstream političari sve više prilagođavaju novim digitalnim trendovima kako bi pridobili podršku mlađih generacija.

Međutim, ovaj trend nije specifičan samo za Hrvatsku - političari poput američkog predsjednika Joe Bidena, francuskog predsjednika Emmanuela Macrona i drugih koriste TikTok kako bi dospjeli do mlađih birača. Kao rezultat toga, TikTok je postao prostor političke komunikacije gdje se miješaju tradicionalne političke i viralnim zvukovi, priče i humoristični scenariji. To za političare predstavlja izlazak iz zone komfora, odnosno pomak od tradicionalne, formalne političke retorike.

2. Studija slučaja - Ivan Pernar

Ivan Pernar bivši je saborski zastupnik koji je u listopadu 2016. započeo obnašati svoj mandat, a krajem srpnja 2022. je s istim i završio (Sabor.hr, 2024). Godine 2017. objavio je kako je postao član stranke Živi zid, a zatim 2019. godine prestaje biti član iste te postaje nezavisni zastupnik. Iste je godine prestao biti nezavisni zastupnik te je počeo obnašati zastupničku dužnost kao član Stranke Ivana Pernara (Sabor.hr, 2024). Poznat je po brojnim skandalima –

iako je još davno postao prepoznatljiv po tome što su ga iznosili iz sabornice ili po tome što je veliki zagovaratelj vitamina C, ove godine još više je poznat po svojim antivaxerskim stavovima, transfobnim stavovima te neprimjerenom ponašanju za vrijeme konferencija za novinare i posjetima škola koje pohađaju maloljetnici. Za Hrvatsku je ova godina, 2024, iznimno važna kad je riječ o politici. Ova se godina naziva superizbornom godinom jer su pred biračima europski, parlamentarni i predsjednički izbori. Ivan Pernar kandidirao se na europskim i parlamentarnim izborima, odnosno na izborima za zastupnike u Hrvatski sabor. On je prvi političar koji je svoj program promovirao putem TikToka, platforme na kojoj su većinom mladi. Mladi su jedna posebna skupina koja nije toliko zainteresirana za politiku, ali Pernar je u njima vidio potencijal i nastojao ih je politički mobilizirati. Ovaj će rad istražiti na koji način i je li mu to pošlo za rukom. Iako ne postoji puno istraživanja na ovu temu, Domagoj Bebić (2011:44) je u svom istraživanju došao do zaključka kako su stranke na izborima 2007. samo djelomično iskoristile marketinški potencijal interneta te kako nisu putem interneta raspravljali i komunicirali s biračima.

3. Empirijska analiza

3.1 Metodologija – analiza sadržaja

U ovom radu korištena je metoda analize sadržaja kao glavna istraživačka metoda pri ispitivanju komunikacijskih vještina I strategija Ivana Pernara na njegovim društvenim mrežama, odnosno na njegovom TikTok profilu. Analiza sadržaja je “istraživački alat koji se koristi za utvrđivanje prisutnosti određenih riječi, tema ili pojmova unutar nekih danih kvalitativnih podataka, tj. teksta” (Publichealth.columbia.edu, 2024). Koristeći analizu sadržaja, istraživači mogu kvantificirati i analizirati prisutnost, značenja i odnose takvih određenih riječi, tema ili koncepata te tada mogu donositi zaključke o porukama unutar tekstova, , publici, pa čak i kulturi i vremenu okruženja teksta (Publichealth.columbia.edu, 2024). U ovom će se slučaju istražiti kako je Ivan Pernar iskoristio digitalne platforme u političke svrhe. Iako je Ivan Pernar aktivan na već spomenutom Instagramu, TikToku i Telegramu, ovaj se rad fokusira na njegov TikTok profil pod korisničkim imenom ipernar. Na svom profilu Ivan Pernar broji više od 146 tisuća pratitelja, dok on prati samo 245 profila. Ukupan broj lajkova na njegovim videima iznosi gotovo pet milijuna.

3.2. Istraživačka pitanja

Ovaj rad istražuje sljedeća pitanja:

- a) Kako Ivan Pernar koristi društvene mreže za političku komunikaciju?
- b) Koje populističke tehnike koristi u privlačenju mladih birača?
- c) Jesu li njegove strategije uspješne u postizanju političke mobilizacije mladih?

Na temelju tih pitanja, postavljene su i dvije hipoteze. Prva hipoteza tvrdi da Ivan Pernar koristi društvene mreže, odnosno TikTok, kao alat za političku komunikaciju te kombinira kontroverzne teme i populističke tehnike kako bi privukao pažnju mladih birača. Druga hipoteza odnosi se na to da su emocionalno uvjeravanje i vizualni sadržaj, kao što su videozapisi i interaktivni formati, ključni elementi Pernarove strategije za privlačenje mladih birača na TikToku.

3.3. Uzorak i vremenski period

Istraživanje se temelji na analizi objava koje je objavio prije, za vrijeme te nakon parlamentarnih izbora na kojima se kandidirao. Parlamentarni izbori 2024. u Hrvatskoj održali su se 16. i 17. travnja, a sadržaj koji je s Pernarovog profila analiziran obuhvaća period od deset dana, točnije od 8. travnja do 17. travnja (uključujući i taj dan). Za vrijeme tih deset dana Pernar je objavio nešto više od trideset TikTok objava, no samo ih je trideset analizirano. Neke nisu odgovarale na gotovo niti jedno postavljeno pitanje, dok je na nekim videima zvuk bio nedostupan. U prosjeku, Ivan Pernar je po danu objavljivao po tri TikTok videa.

3.4. Kategorijalni aparat

Na temelju prethodno istražene literature koja se tiče političke komunikacije, mladih te populizma i njegovih tehnika te društvenih mreža, izrađene su kodna lista i matrica. Kodna lista obuhvaća različite kategorije – temu objava, format objava, retoričke tehnike, populističke tehnike, primarni fokus objava i slično. Matrica je izrađena kako bi se objave mogle klasificirati prema rubrikama, 1) interakcija s pratiteljima i publikom, 2) korištenje jezika, tona i retoričkih tehnika, 3) politika i politički ciljevi, 4) napadi, 5) emocije, 6) format i 7) primarni fokus. Kriterij za odabir analize Pernarovih objava bio je taj da su pregledljive, odnosno podložne analizi, a ne da na primjer nemaju zvuk te da su povezane s temom, odnosno da objavljuje sadržaj povezan s politikom i parlamentarnim izborima. Razdoblje od nekoliko dana uoči izbora te tijekom i nakon izbora odabrano je jer autorica smatra da je to bilo ključno vrijeme za političku mobilizaciju.

Sveukupno su najprije bila postavljena dvadeset i dva pitanja, međutim, dva su naknadno izbačeno zbog nedovoljno dobrih odgovora. Riječ je o pitanjima: 1) Koja je ključna politička poruka prisutna u objavi? i 2) Koja su glavna obećanja ili politički ciljevi koji se ističu u objavi? Kod Pernarovih se vide poruke i ciljevi, odnosno obećanja ne mogu baš iščitati. Ovdje je većinom sadržaj bio ili smiješnog karaktera ili je poticao ljude da glasaju za njega. Također je razgovarao s ljudima oko sebe, a rijetko bi konkretno razgovarao o tome što on obećava ispuniti.

Prva je rubrika bila interakcija s pratiteljima i publikom, gdje su bila postavljena pitanja poput 1) Koje su glavne teme koje Ivan Pernar ističe u svojim objavama na društvenim mrežama?, gdje su ponuđene teme bile politika, društvena pitanja, ekonomija, kultura i zabava te aktivizam. Zatim je postavljeno 2) Je li u objavi prisutna kontroverzna tema ili skandal?, 3) Kakav je sadržaj objave? (edukativan, humorističan, političke objave, memeovi, interaktivne naravi). Na to pitanje nadovezivalo se i pitanje 4) Je li u objavi prisutna satira, humor, vicevi ili pak ironični komentari? Postavljeno je i pitanje 5) Sadrži li objava medijske prijenose ili interakcije s drugim javnim osobama?, 6) Koji format je prisutan u analiziranoj objavi te 7) Sadrži li objava poziv na aktivizam ili sudjelovanje u političkom procesu? Ovim pitanjima nastojalo se istražiti kako Ivan Pernar nastoji pridobiti pažnju, koji su elementi populizma prisutni u njegovim objavama te saznati nešto više o njegovom političkom programu.

Iduća je rubrika bila korištenje jezika, tona i retoričkih tehnika. Rubrika se sastojala od četiri pitanja: 1) Je li u objavi prisutna neka od sljedećih tehnika? – ponuđeni odgovori bili su humor, ironija, sarkazam, emotivnost i agresivnost; 2) Jesu li i koje su tehnike bile prisutne u objavama? – ponuđeni odgovori su bili senzacionalizam, simplifikacija, polarizacija, dezinformacije te kritika “elita”; 3) Je li u objavi prisutan napad na elite? Te 4) Jesu li u objavi prisutni “opasni drugi” (imigranti, strani radnici)? Ovim se pitanjima ulazilo dublje u populizam i tehnike kojima se populistički koriste.

Treća rubrika po redu bili su politika i politički ciljevi, a rubrika se sastojala od dva pitanja. Prvo pitanje istraživalo je postoji li u objavama Ivana Pernara napad na osobu, instituciju ili organizaciju, a zatim se ispitalo je li sadržaj objave pozitivan, negativan ili neutralan.

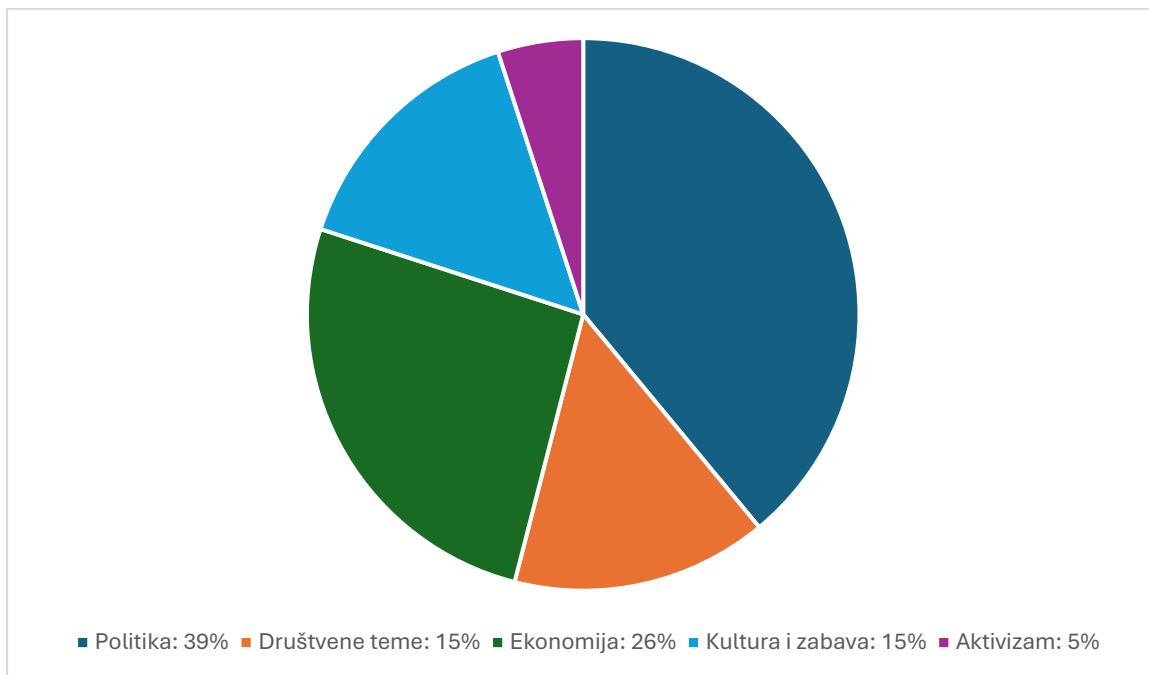
U rubrici napadi ispitalo se je li u Pernarovim objavama prisutan napad na pojedince, institucije i politike. U toj rubrici su bila postavljena tri pitanja, dok su u idućoj, rubrici emocije, bila postavljena dva. Ispitalo se sadrže li objave Ivana Pernara emociju straha i anksioznosti te emociju ljutnje. Pretposljednje pitanje glasilo je: Koja je vrsta formata najčešće korištena u

objavama Ivana Pernara na društvenim mrežama?, dok je posljednje bilo: Što je u primarnom fokusu objave Ivana Pernara na društvenim mrežama?

Za većinu pitanja bio je moguć jedan odgovor, dok su neka pitanja, poput onih o temi imala jedan ili više odgovora. Iz tablice su prikupljeni i zbrojeni svi rezultati. U idućem će poglavlju biti predstavljeni.

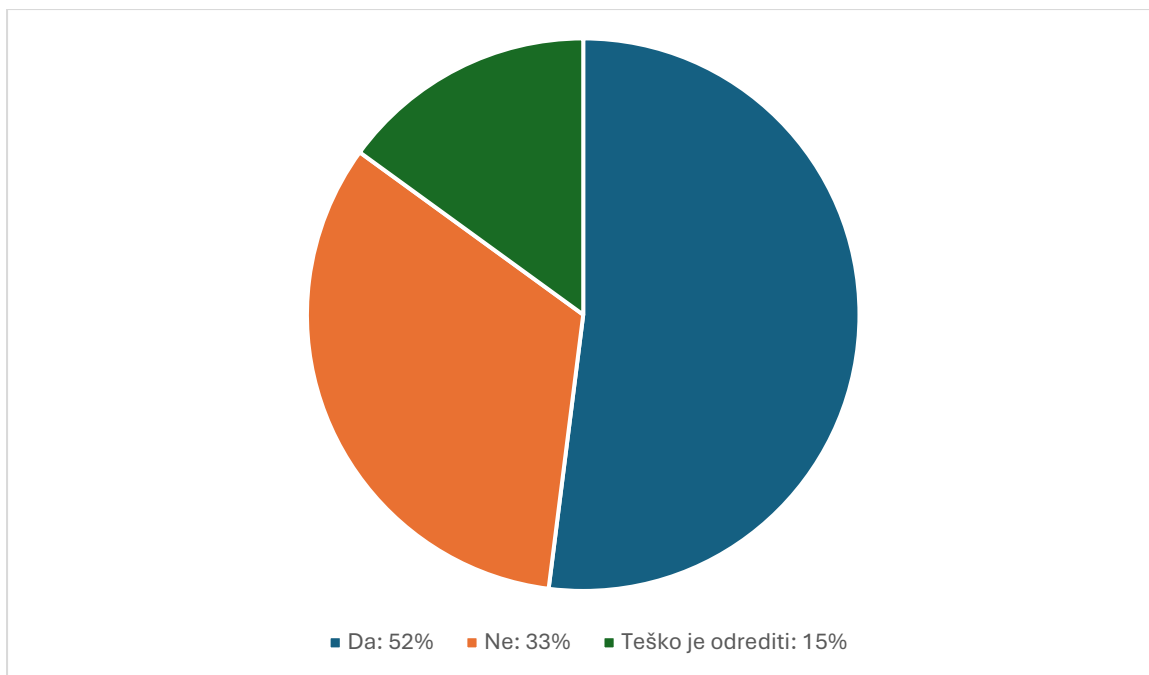
4. Rezultati

Rezultati ove analize sadržaja temelje se na matrici koja se sastoji od 20 pitanja, a primijenjena je na uzorak od 30 videozapisa objavljenih na TikTok profilu Ivana Pernara. Cilj analize bio je istražiti karakteristike objava, glavne teme, retoričke tehnike, emocionalne komponente i formate objava kako bi se dobio uvid u komunikacijski stil i strategije Ivana Pernara.



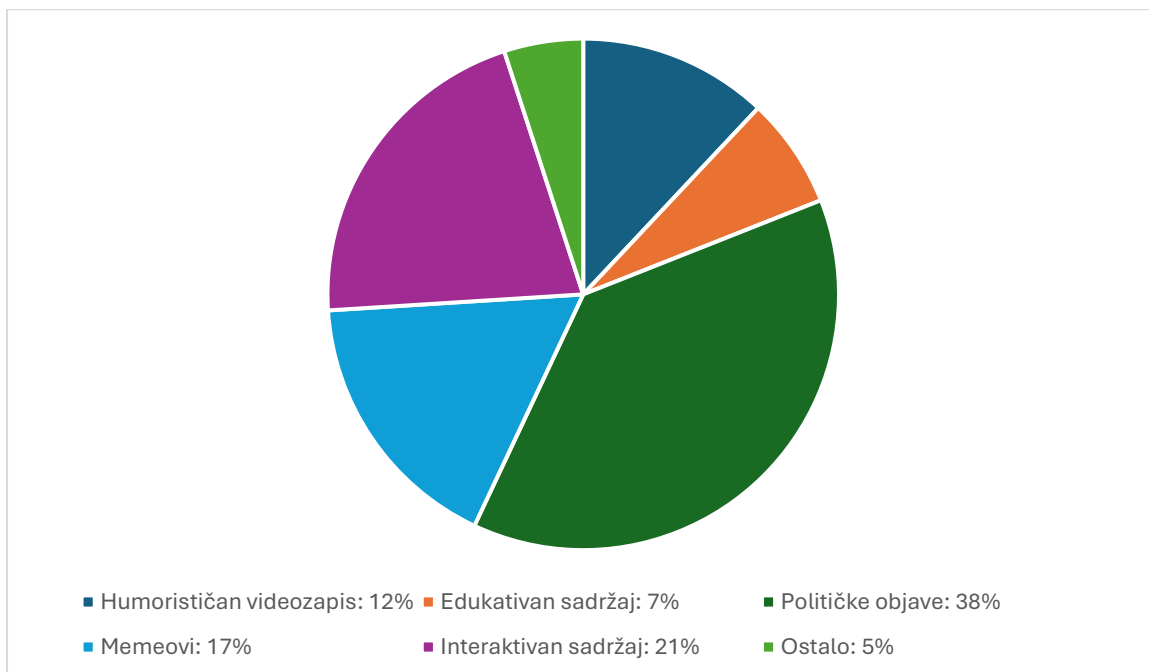
Grafikon 1. Glavne teme u objavama u postotcima

Analiza je pokazala da je najčešća tema u objavama politika, koja je zastupljena u 18 odgovora. Prati ju ekonomija s 12 odgovora, a zatim društvene teme te humor i zabava sa sedam odgovora. Najrjeđe zastupljen je bio aktivizam koji je zabilježen samo dva puta. Teme o kojima je Pernar najčešće govorio bile su legalizacija marihuane i porez na nekretnine. Spominjao se i porez na dionice i kriptovalute, cijepljenje i zdrav život mladih. Što se tiče zabavnog sadržaja, kratica naziva njegove stranke, Stranka Ivana Pernara je SIP, što je ujedno i naziv pjesme poznatog hrvatskog repera Grše pa je tako Pernar stavljao videe i fotografije s njegovog koncerta, tvrdeći da fanovi uzviču ime njegove stranke.



Grafikon 2. *Prisustvo kontroverzne teme ili skandala*

Teme koje su se mogle naći na njegovom profilu uglavnom su bile aktualne i kontroverzne, jer su kontroverznost i skandali zabilježeni u 14 odgovora, dok u devet odgovora nije zabilježena prisutnost takvih tema, a u četiri je odgovora bilo teško odrediti prisutnost skandala. Iz ovoga možemo zaključiti da je kontroverznost često dio strategije Ivana Pernara kako bi privukao pažnju javnosti.

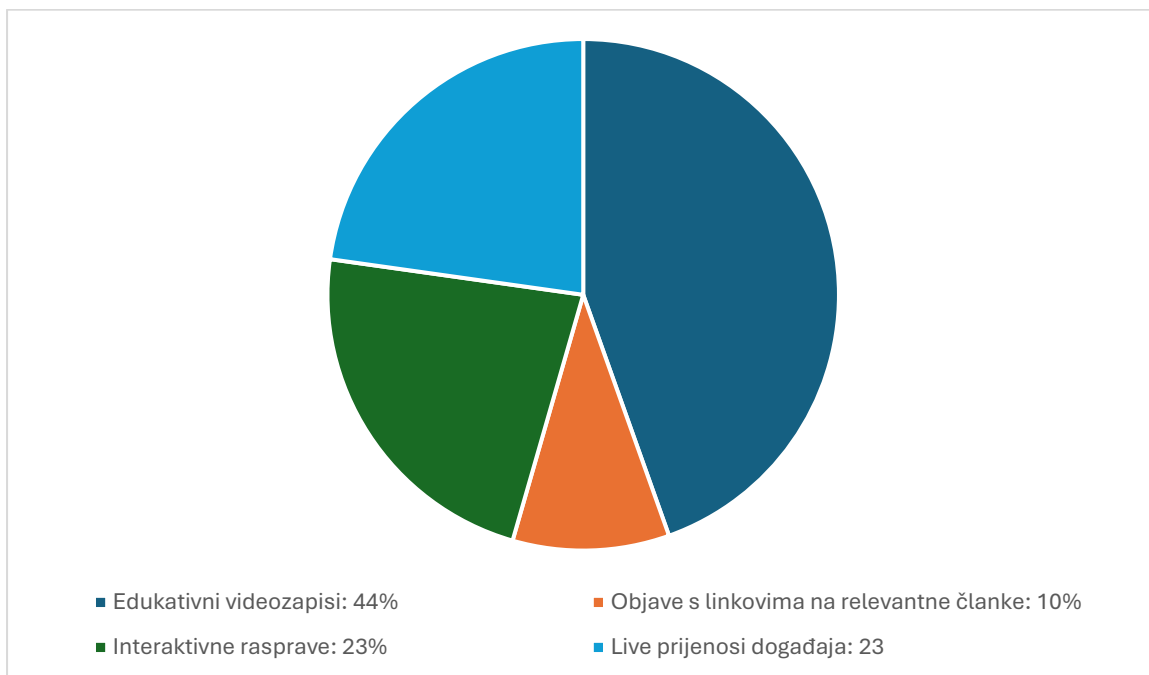


Grafikon 3. *Sadržaj objave*

Iako sadržaj objava varira, baš poput tema, dominiraju političke objave (16 odgovora), dok humoristični videozapisi, memeovi i edukativni sadržaji imaju manju zastupljenost. Na Pernarovom profilu bilo je puno interaktivnog sadržaja (devet odgovora) – priča, isječaka iz live prijenosa, razgovora s biračima i ljudima koje je zadesila nesreća kao i videa koji su mu njegovi mladi pratitelji slali. Bilo je naravno i tema koje nisu spadale u ponuđene odgovore, ali takve su samo dvije.

Što se tiče humora, rijetko se koriste satire (1 odgovor) i ironični komentari (4 odgovora), dok su vicevi i memeovi potpuno izostali (0 odgovora). Njegova šala bila je igra s riječi SIP te nazivanje gradonačelnika grada Zagreba Tomislava Tomaševića pogrđnim komentarima

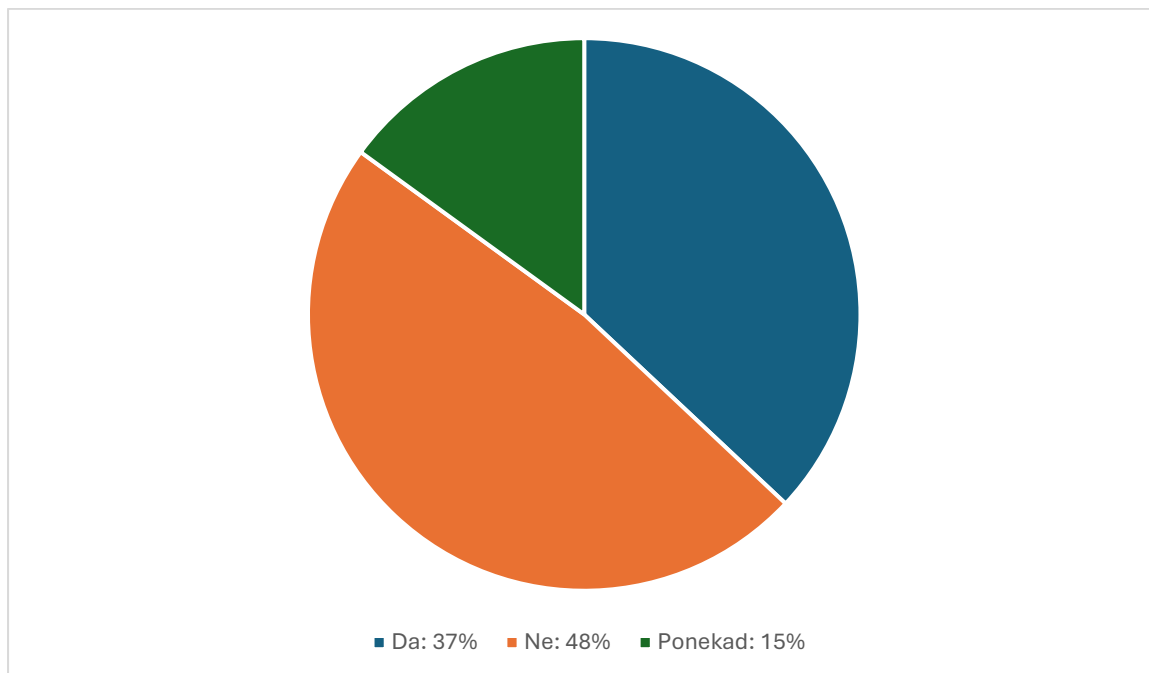
U njegovim objavama nije bilo puno interakcije s drugim javnim osobama, ponekad bi ih napadao, ali ako bi se i pojavila koja poznata osoba, to bi uglavnom bio netko iz njegove stranke (influenceri i TikTokeri koji ga podržavaju).



Grafikon 4. *Format prisutan u analiziranoj objavi*

Kao glavni format, ističu se videozapisi s čak 17 odgovora, dok su tekstualne objave, fotografije, interaktivni sadržaji (live) i priče rjeđe korišteni. Edukativni videozapisi (14 odgovora) i interaktivne rasprave (7 odgovora) također su prisutni. To nas dovodi do zaključka kako Ivan Pernar kombinira različite za interakciju sa svojim pratiteljima. Na videozapisima se uvijek nalazio na novoj lokaciji, s novom pričom i novim gostima (sljedbenicima njegove

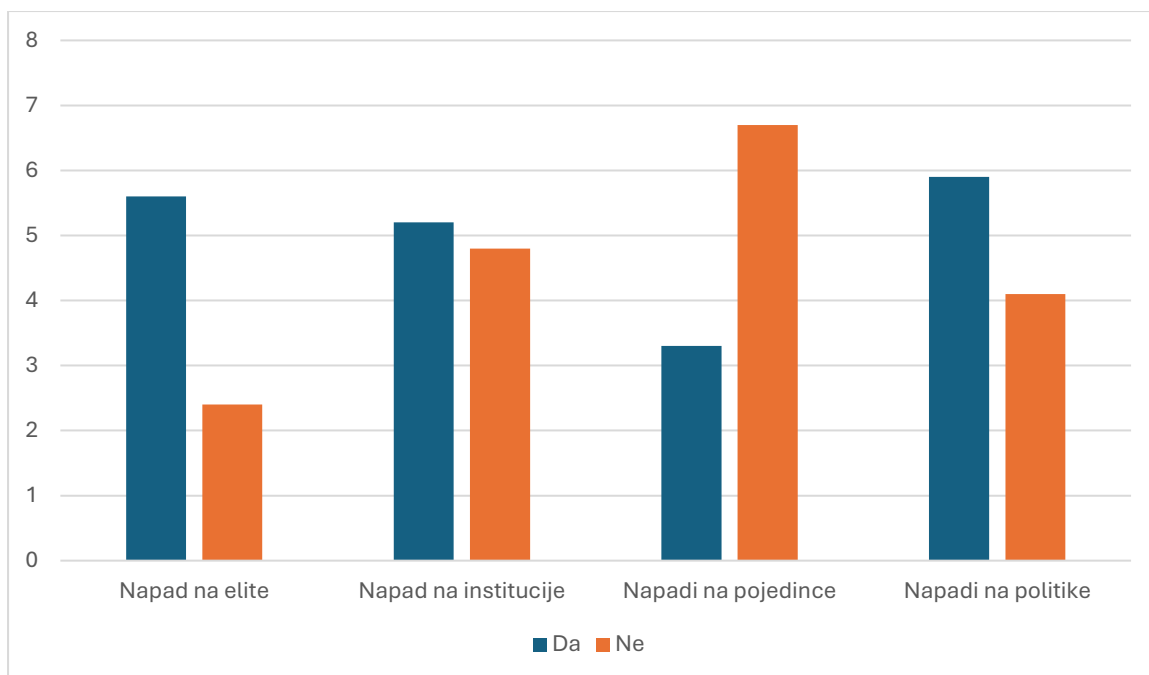
stranke), dok bi se na tekstualnim objavama ili fotografijama mogli samo vidjeti dijelovi članaka i anketa u kojima je pokazivao vodstvo svoje stranke.



Grafikon 5. Poziv na aktivizam ili sudjelovanje u političkom procesu

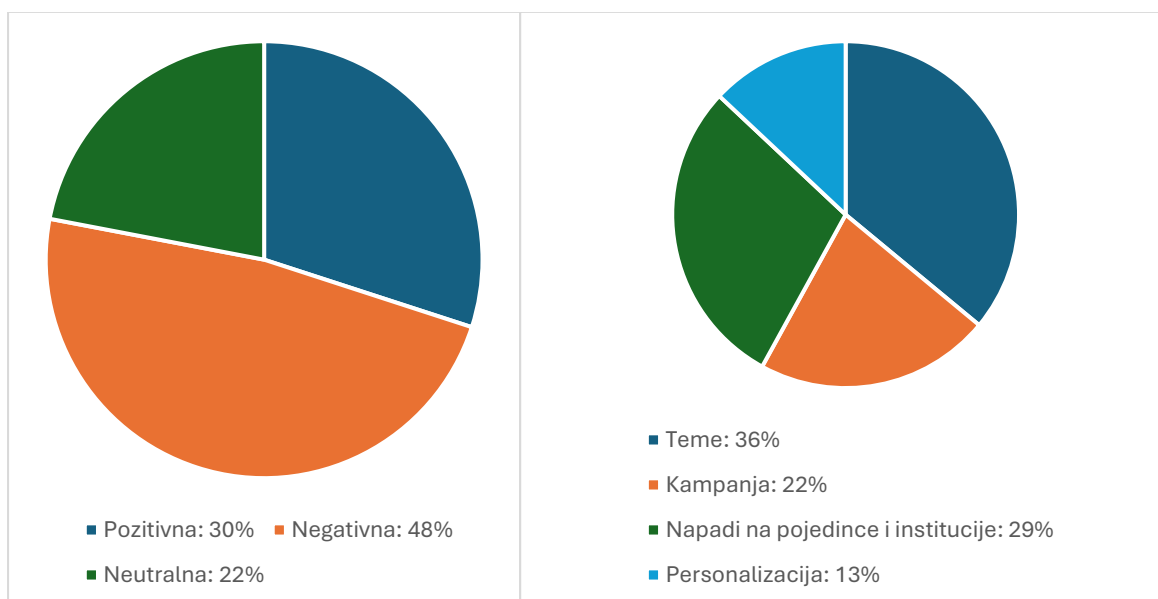
U deset odgovora, objave sadrže poziv na aktivizam ili sudjelovanje u političkom procesu, dok 13 odgovora navodi da takav poziv nije prisutan, a u 4 odgovora je navedeno da je ponekad prisutan, odnosno poluprisutni je. To pokazuje da Pernar povremeno koristi svoje objave kako bi motivirao publiku na sudjelovanje u društvenim i političkim aktivnostima.

Na poziv za aktivizam mogu se nadovezati pitanja iz kategorije retorike. Pernarove objave rijetko koriste humor, ironiju ili sarkazam kao retoričke tehnike, emotivnost se također rijetko pojavljuje (2 odgovora), dok agresivnost nije prepoznata ni u jednom odgovoru. Ipak, kritika elita je česta (17 odgovora), a pojedine objave sadrže elemente senzacionalizma, simplifikacije i polarizacije – upravo tim ih je tehnikama Pernar pozivao na političko djelovanje.



Grafikon 6. Usporedba vrsta "napada" u objavama Ivana Pernara

U objavama su većinom prepoznati napadi na elite (15 odgovora) i institucije (14 odgovora), dok su napadi na pojedince i politike nešto rjeđe, ali i dalje prisutni (9 i 16 odgovora). Prisustvo emocija anksioznosti i straha zabilježeno je u manjem broju odgovora (4), dok emocija ljutnje ima veću zastupljenost (14 odgovora). U svojim objavama Pernar je negodovao zbog vladajuće vlasti, ali i njihove konkurencije. Nezadovoljan je bio i radom već spomenutog zagrebačkog gradonačelnika. Što se tiče politika, najviše su mu smetali strani radnici i stanovi koje im država pomaže financirati, ali i reforma o porezu na nekretnine protiv koje se on, kao i sam vlasnik apartmana, žestoko bori.



Za sami kraj, analiza je također pokazala da je orijentacija objava najčešće negativna (13 odgovora), dok su pozitivne i neutralne objave manje zastupljene (8 i 6 odgovora). To znači da je Ivan Pernar uglavnom strahovao za budućnost, širio (dez)informacije o budućim reformama i stanju u državi te kritizirao ljude koji su dosad bili na vlasti. Primarni fokus objava najčešće su razne političke i društvene teme (16 odgovora). Slijede ga napada na pojedince i institucije (13 odgovora), a zatim objave o kampanji i programu (10 odgovora) te na kraju personalizacija.

4.1. Analiza ključnih videozapisa

Iako u analiziranim videozapisima nije bilo njegovih tipičnih primjera s kojima se u svojoj ovogodišnjoj kampanji proslavio, opisat ćemo detaljno glavne primjere pomoću kojih Ivan Pernar nastoji privući pažnju javnosti i ostati popularan među mladima.

Neki od najgledanijih Pernarovih videozapisa na TikToku prikazuju ga kako odlazi pred srednju školu i razgovara s grupom maloljetnika tijekom velikog odmora. Svoj obilazak srednjih škola najprije je započeo na području Zagreba, a zatim je nastavio obilaziti škole po cijeloj Hrvatskoj. U takvim se videozapisima koristi provokativnim jezikom i poziva mlade da "otvore oči" i bore protiv današnjeg sustava. U razgovoru s maloljetnicima poticao je transfobiju, antivakserstvo te zdrav život, ali plaćajući učenike tko dulje može raditi izdržaj. Ovaj primjer jasno prikazuje njegovu strategiju da se približi mladima na način koji zaobilazi tradicionalne kanale komunikacije. Osim toga, svojim ulaskom u njihove svakodnevne prostore, on krši društvene norme i izaziva javno negodovanje. Komentari ispod videozapisa su, naravno, podijeljeni – Pernar dobiva ili ogromnu podršku ili ogromnu zabrinutost.

Drugi primjer videozapisa prikazuje Pernara koji upada na konferencije za medije zagrebačkog gradonačelnika Tomislava Tomaševića. Pernar prekida konferenciju postavljanjem provokativnih pitanja i uvredama, nazivajući gradonačelnika "senfom" (igra riječi koja se odnosi na Tomaševićovo ime). Ovaj video pokazuje njegovu strategiju napada na političke protivnike i korištenje humorističnih tehnika kako bi ih omalovažavao pred publikom. Ovakvi videozapisi također izazivaju veliki broj pregleda i reakcija, te također polariziraju javnost između onih koji ga podržavaju kao "glas naroda" i onih koji smatraju da njegovo ponašanje prelazi granice pristojnosti.

5. Rasprava

Rezultati analize sadržaja objava Ivana Pernara na TikToku, pokazuju nekoliko ključnih trendova u njegovom korištenju te platforme za političku komunikaciju i mobilizaciju mladih birača. Kroz analizu je obrađeno 30 videa koji su obuhvatili raznolike strategije i retoričke tehnike, a koje su podijeljene u različite kategorije i tematske skupine. Kroz set od 22 pitanja istraženo je na koji način Pernar koristi društvene mreže, odnosno koje teme preferira, koje retoričke tehnike koristi i u kojoj mjeri su njegove strategije uspješne u privlačenju mladih birača.

Analiza sadržaja pokazuje da Ivan Pernar primarno koristi društvene mreže, odnosno TikTok kao alat za privlačenje pažnje, a to mu uspijeva kombinirajući populističke tehnike, poput kritike političkih elita, polarizacije i senzacionalizma. Glavna tema njegovih objava na TikToku je politika (18 odgovora), što jasno pokazuje njegov fokus na politička pitanja kao sredstvo za mobilizaciju birača. Uz to, značajan broj objava odnosi se i na ekonomiju (12 odgovora) i društvene teme (sedam odgovora) koje su usko povezane sa samom politikom, dok je relativno manje pažnje posvećeno kulturi i zabavi (sedam odgovora) te aktivizmu (dva odgovora). To pokazuje da Pernar koristi razne političke i društvene teme kako bi došao do šire publike.

Kada je riječ o formatu objava, najčešće korišten format su videozapisi (17 odgovora), a slijede interaktivni sadržaji (live) i fotografije (oboje po pet odgovora). Ovo ukazuje na važnost vizualnih i dinamičnih formata u Pernarovoj komunikacijskoj strategiji, s obzirom na to da mladi na društvenim mrežama kao što je TikTok preferiraju sadržaje koji su brzi, dinamični, zanimljivi i vizualno privlačni. Značajna je i njegova interakcija s pratiteljima i potencijalnim biračima, što je ključni element u njegovoj strategiji povezivanja s mladima.

Govoreći o korištenju retoričkih tehnika, analiza pokazuje da Pernar koristi nekoliko ključnih tehnika za privlačenje pažnje. Humor i slični elementi su prisutni u manjim količinama (sedam odgovora), dok je prisutnost agresivnijih retoričkih tehnika, poput ironije i sarkazma, minimalna (samo jedan odgovor). To sugerira da se Pernar u svojim objavama više oslanja na informativne i/ili provokativne sadržaje nego na humoristične elemente. Međutim, znatno je prisutna kritika "elita" (17 odgovora), što predstavlja klasičnu populističku strategiju. Napadi na elite (15 odgovora) i institucije (14 odgovora) također su česta tema u njegovim objavama, što može ukazivati na njegovu namjeru da se pozicionira kao predstavnik običnih ljudi u borbi protiv korumpirane elite.

Iako je prisutnost "opasnih drugih" minimalna (četiri odgovora), Pernar je vrlo često koristio napade na pojedince (9 odgovora) i institucije (14 odgovora). Ovaj trend ukazuje na strategiju stvaranja konflikta s postojećim političkim i društvenim strukturama. Povezano s time, analiza je pokazala da su emocije ljutnje prisutne u 14 odgovora, dok su emocije anksioznosti i straha manje zastupljene (četiri odgovora), što može sugerirati da Pernar tako nastoji privući pažnju i motivirati mlade birače.

6. Zaključak

U ovom radu analiziran je način na koji Ivan Pernar koristi TikTok za političku komunikaciju i mobilizaciju mladih birača. Analiza sadržaja njegovih objava na ovoj platformi otkrila je nekoliko ključnih elemenata i trendova u njegovoj strategiji, a rezultati sugeriraju kako se moderni digitalni alati mogu uspješno koristiti za političke svrhe.

Pernarova upotreba TikToka dobar je pokazatelj na koji način političari mogu iskoristiti ovu platformu za izravnu komunikaciju s mladima. Dominantna tema u njegovim objavama je politika, što ukazuje na njegov fokus na politička pitanja kao sredstvo za mobilizaciju birača. Ekonomija i društvene teme također su značajne, a manja pažnja posvećena je kulturi, zabavi i aktivizmu. Analiza sadržaja također pokazuje da Pernar preferira objavu videozapisa, što je u skladu s trendovima kod mladih i u njihovoj komunikaciji. Videozapisi omogućuju dinamiku i vizualnu privlačnost koja može doprijeti do mladih na TikToku. Interaktivni sadržaji, kao što su live prijenosi i razgovori s pratiteljima, također igraju značajnu ulogu u njegovoj strategiji, što ukazuje na njegovu želju za aktivnim angažmanom s publikom.

Retoričke tehnike koje Pernar koristi ukazuju na njegovu populističku strategiju. Iako humor i ironija nisu dominantni, Pernar koristi provokativne tehnike kako bi stvorio konflikt i potencijalno motivirao svoje pratitelje. Napadi na elite i institucije, s emocijama ljutnje, česti su u njegovim objavama, što mu pomaže da se prikaže kao borac protiv korumpiranih elita.

Iako minimalna, prisutnost "opasnih drugih" i fokusiranje na napade na pojedince i institucije pokazuje njegovu strategiju stvaranja polarizacije i sukoba s postojećim političkim strukturama. Ova taktika može biti učinkovita u mobilizaciji birača koji su nezadovoljni trenutnim stanjem i osjećaju potrebu za promjenom.

Međutim, iako se na prvi pogled može činiti da je Pernar tipični populist koji vješto koristi društvene mreže, analizom njegovih strategija dobija se dublji uvid u stvarnu situaciju. Kao prvi hrvatski političar koji je aktivno koristio ovu platformu, Pernar je iskoristio prazninu u političkoj komunikaciji prema mladima. Naime, većina političara ne obraća se mladima na njihovim platformama i ne koristi njihov jezik, dok je Pernar prepoznao ovu priliku i odlučio ju iskoristiti na nekonvencionalan način. Korištenjem TikToka, platforme koja je popularna među mladima, on se pozicionira kao jedini političar koji razumije njihove interese i preferencije, čak i kad njegovi postupci izazivaju kontroverze ili prijepore.

Njegovi postupci često prelaze granice uobičajenog političkog ponašanja. Pernar koristi strategiju namjerne samoskandalizacije, aktivno provocirajući i kršeći društvene norme kako bi privukao pažnju. Primjeri uključuju dolazak pred škole kako bi se sastajao s maloljetnicima, često bez odobrenja ili prethodne najave, što je izazvalo negativne reakcije roditelja i škola. Također, svojim javnim nastupima, poput upadanja na konferencije za medije drugih političara ili miješanja među molitelje na zagrebačkom trgu, Pernar stalno pokušava ostati u središtu javne pozornosti..

Nadalje, njegovo zagovaranje antivaxerskih stavova, poticanje korištenja vitamina C za liječenje i širenje teorija zavjere predstavlja ozbiljnu prijetnju javnom zdravlju i sigurnosti. Na ovaj način, Pernar manipulira informacijama i koristi društvene mreže za širenje dezinformacija i povećanje vlastitog utjecaja. Njegov pristup je svjesno osmišljen da izazove reakciju – bilo pozitivnu ili negativnu – kako bi ostao u javnom fokusu.

U kontekstu političkog djelovanja, Pernar predstavlja izazov za standardne norme i pravila političke komunikacije. On koristi TikTok ne samo kao alat za komunikaciju, već kao platformu za polarizaciju javnog mnijenja. Njegove metode ciljaju mlađe generacije koje su često politički nezainteresirane, a njegov pristup može ih privući jer se doima "drukčijim" i "neformalnim", što može dovesti do manipulacije u političkom prostoru.

Zaključno, Ivan Pernar svojim nekonvencionalnim pristupom i ponašanjem ispunjava prazninu u komunikaciji s mladima, ali na način koji često prelazi granice etičnog i konstruktivnog političkog djelovanja. Njegova strategija samoskandalizacije omogućava mu da ostane vidljiv i relevantan, ali isto tako doprinosi stvaranju konflikta i senzacionalizma u javnom prostoru, potencijalno nanoseći štetu demokratskom diskursu i političkoj kulturi u Hrvatskoj.

Popis literature:

Bebić, Domagoj (2011) Uloga interneta u političkoj komunikaciji i poticanju političke uključenosti građana u Hrvatskoj: izborna kampanja na internetu 2007. *Medijske studije* 2(3-4): 29-47.

Grbeša, Marijana i Šalaj, Berto (2018) *Dobar, loš ili zao? Populizam u Hrvatskoj*. Zagreb: TIM press d.o.o.

Haller A. (2015). How to deal with the Black Sheep? An evaluation of journalists' reactions towards intentional selfscandalization by politicians. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 4, 435-451.

Ilišin, Vlasta i Radin, Furio (2007) *Mladi: problem ili resurs*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu

Izbori.hr (2024) 24.Što je izborna šutnja i koliko traje? <https://www.izbori.hr/site/ostalo/aktualnosti/ususret-izborima-2019/izbori-clanova-u-europski-parlament-iz-republike-hrvatske-313/sto-zanima-kandidate-408/24-sto-je-izborna-sutnja-i-koliko-traje/446> (Pristupljeno: 6. Rujna 2024.)

McNair, Brian (2003) *Uvod u političku komunikaciju*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu

Netlaw.bg (2022) The negative impact of social media on politics <https://www.netlaw.bg/en/a/the-negative-impact-of-social-media-on-politics> (Pristupljeno: 10. Rujna 2024.)

Populismobserver.com (2016) Why scandals are vital in populist communication <https://populismobserver.com/2016/01/28/why-scandals-are-vital-in-populist-communication/> (Pristupljeno: 10. Rujna 2024.)

Publichealth.columbia.edu (2024) Content analysis. <https://www.publichealth.columbia.edu/research/population-health-methods/content-analysis> (Pristupljeno: 6. Rujna 2024.)

Sabor.hr (2024) 9. saziv Hrvatskoga sabora (14.10.2016. - 22.7.2020.) – Ivan Pernar. <https://www.sabor.hr/hr/zastupnici/pernar-ivan-9-saziv> (Pristupljeno: 6. Rujna 2024.)

Tomić, Zoran (2012) *Osnove političkog komuniciranja*. Zagreb: Synopsis d.o.o

Tomić, Zoran (2018) *Tehnike političkog populizma*.
<file:///C:/Users/marin/Downloads/Tehnikopolitikogpopulizma.pdf> (Pristupljeno: 6. Rujna
2024.)

Popis priloga

Grafikon 1. *Glavne teme u objavama*

Grafikon 2. *Prisustvo kontroverzne teme ili skandala*

Grafikon 3. *Sadržaj objave*

Grafikon 4. *Format prisutan u analiziranoj objavi*

Grafikon 5. *Poziv na aktivizam ili sudjelovanje u političkom procesu*

Grafikon 6. *Usporedba vrsta “napada” u objavama Ivana Pernara*

Grafikon 7. *Orijentacija objave*

Grafikon 8. *Primarni fokus objava*