

GAB

MARIJA ARSOVSKA, ANEMARI HRASTNIK, SARA KARAKAŠ,
HANA FOTAK

Univerza v Mariboru, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko, Maribor,
Slovenija

marija.arsovska@student.um.si, anemari.hrastnik@student.um.si sara.karakas@student.um.si,
hana.fotak@student.um.si

V tem poglavju smo se osredotočili na decentraliziran družben medij Gab. Raziskali smo njegov razvoj kot družben medij ter preučili prehod iz centraliziranega v decentraliziran medij. Predstavili smo ključne koncepte, ki jih platforma uporablja, in analizirali, kako se medij poslužuje teh konceptov. Posvetili smo se metrikam, povezanim z Gabom. Ugotovili smo, da Gab ne zagotavlja obsežnih možnosti za vpogled v analitiko običajnih objav, zato smo se osredotočili predvsem na metrike, ki so namenjene oglaševanju. To nam je pomagalo razumeti, kako te metrike odražajo učinkovitost oglaševalskih kampanj in interakcijo s ciljno publiko. V zaključnem poglavju smo predstavili celostno sliko Gabovega vpliva in izzivov, ki se pojavljajo v decentraliziranem medijskem prostoru. Razpravljali smo o tem, kako se Gab kot platforma sooča z izzivi decentraliziranega okolja.

DOI

[https://doi.org/
10.18690/um.feri.3.2024.6](https://doi.org/10.18690/um.feri.3.2024.6)

ISBN

978-961-286-864-2

Ključne besede:

Gab,
decentralizirani medij,
konceptualna analiza,
uporabniki,
kontroverznost

1 Uvod

Decentralizirani mediji predstavljajo paradigmo v pokrajini širjenja informacij. Za razliko od tradicionalnih centraliziranih platform decentralizirani mediji omogočajo uporabnikom nadzor nad njihovimi podatki in vsebino. Ta pristop si prizadeva omiliti cenzuro, izboljšati zasebnost in spodbujati neomejeno komunikacijo [1].

V tem poglavju bomo obravnavali družbeni medij Gab. Prvič je bil izdan kot centraliziran medij, potem pa je zamenil tehnologijo na katero temelji in postal en izmed decentraliziranih družbenih medijev. Na ta način se je izognil različnim prepovedim in množičnih kampanj za odstranjevanje njegove platforme [1].

Gab zamenja centralizirani družbeni mediji, kot je Twitter. Ponuja veliko podobnih opcij mreženja, komuniciranja in objavljanja, vendar je razlika v tem, da dovoljuje objave, ki bi se na centraliziranih medijev šteje kot sovražen govor. Zato Gab ohranja ugled ekstremističnega desničarskega družbenega medija [2].

V tem članku bomo podrobneje predstavili zgodovino družbenega medija ter osnovne koncepte na katerih temelji. Podrobneje bomo primerjali Gab in njegove alternative, da bi bolje razumeli prednosti in slabosti. Na ta način bomo boljše razumeli, kako deluje, kdo ga uporablja in zakaj.

2 Pojav in razvoj družbenega medija

2.1 Kratek opis rojstva družbenega medija

Gab je bil izdan leta 2016 kot družbeni medij za svobodo govora, predvsem kot alternativa X-u (Twitterju) [3]. Na samem spletnem mestu piše, da gre za socialno omrežje, katerega poslanstvo je braniti, zaščititi in ohraniti svobodo govora na spletu za vse ljudi".

Gab je ustanovil Andrew Torba z izrecnim namenom omogočanja svobode govora vsem pogledom, ne glede na to, kako ekstremni so. Torba pravi, da je njegov razlog za ustanovitev tega omrežja zatiranje ameriških konservativcev na Facebooku, pa tudi splošna cenzura konservativcev, za katero meni, da je prisotna na najbolj priljubljenih družbenih medijih [4]. Zato je Gab ideološko desničarsko omrežje, od samega začetka [3].

2.3 Časovna os poglavitnih dogodkov

Gab se za privabljanje uporabnikov prek mobilnih naprav močno zanaša na trgovine z aplikacijami. Zato je doživel težave, ko so jih izključili iz trgovin App Store in Google Play zaradi kršenja politike sovražnega govora. Brez možnosti prenosa aplikacije je bila platforma omejena na svojo spletno stran. Poskusil je pritegniti pozornost preko X-a (Twitterja), a tudi tam je naletel na omejitve. Da bi omilil te omejitve, je ustvaril razširitev v brskalniku, imenovano Dissenter. Ta je omogočila neomejen odziv na katerokoli spletno stran, a so kasneje brskalniki onemogočili tudi to funkcijo.

Njegovo delovanje ključno zbiranje množic in naročnine na Pro in Premium račune. Prva večja finančna storitev, ki je umaknila svojo podporo, je bila PayPal leta 2018. Brez dostopa do plačilnih sistemov Gab ni mogel več prodajati blaga ali sprejemati donacij od uporabnikov. V začetku oktobra 2018 je tudi Stripe, začasno onemogočila Gabov račun. Zato se je odločil obrniti na alternativne storitve obdelave plačil, ki temeljijo na kripto žetonih. Potem ko je bil Gab leta 2019 izgnan iz storitev gostovanja in trgovin z aplikacijami, se je poskušal znova zgraditi na Mastodonovi programski opremi in se decentralizirati na temeljih Fediverse [1].

2.4 Priljubljenost in spremembe

Družbeno omrežje Gab pridobilo je priljubljenosti med določenimi skupinami uporabnikov - predvsem med tistimi, ki se identificirajo kot konservatici ali desničarji in iščejo alternativo bolj priljubljenim družbenim omrežjem, kot sta X (Twitter) in Facebook. [5]. V primeru Gab-a, je bilo za uporabnike pomembno, da je bil manj restriktiven pri moderiranju vsebin (v primerjavi z nekaterimi drugimi platformami). Če primerjamo uporabo desničarskih objav na Twitterju, Parleru in Gabu, lahko dobimo podatke o uporabnikih in obsegu objav na Gabu v primerjavi z ostalimi družbenimi omrežji [5]. To je razvidno v tabeli 1.

Tabela 1: Pregled objav na Gabu v primerjavi z X (Twitter) in Parler

| Platforma | Število objav | Število uporabnikov | Objava na uporabnika |
|-------------|---------------|---------------------|----------------------|
| X (Twitter) | 12.325 | 5.861 | 2,18 |
| Parler | 78.892 | 4.648 | 17,52 |
| Gab | 6.708 | 501 | 13,97 |

Vir: [5].

Najpomembnejša sprememba je prehod iz centralizirane platforme v decentralizirano platformo. Na začetku svojega obstoja je družbeno omrežje Gab delovalo kot centralizirana platforma, kjer so vse vsebine in podatki gostovali na njihovih lastnih strežnikih in infrastrukturi. [3]. Vendar pa so se v kasnejšem času odločili za premik v smeri decentralizacije z uporabo tehnologij, kot je protokol ActivityPub. To je omogočilo, da se uporabniki povežejo s strežniki, ki temeljijo na tem odprtem protokolu, in omogočilo možnost federacije, kjer so se uporabniški podatki lahko širili med različnimi strežniki, vključno s strežniki drugih podobnih decentraliziranih družbenih omrežij.

Gab se je odločil za decentralizacijo zaradi zaveze svobodi govora in želje po izogibanju nadzoru in omejitvam, ki jih lahko uveljavljajo centralizirane platforme in tudi v odgovor na odstranitve z drugih družbenih omrežij, kot je bila odstranitev njihovega računa s strani večjih družbenih omrežij [5].

2.4 Predhodniki in centralizirane alternative

Alternative Gaba, ki so centralizirane, v nasprotju z Gabo uporabljajo veliko bolj tradicionalne načine nadzorovanja vsebine, prav tako imajo pravila, ki jim morajo slediti skoraj vse skupnosti teh centraliziranih platform. S pomočjo takšnega nadzorovanja in pravil platforme poskušajo uravnovežiti svobodo izražanja z učinkovitim upravljanjem vsebine [3]. Med bolj znanimi centraliziranimi alternativami Gaba so: Facebook, X (Twitter), Instagram, Reddit, Tumblr [6].

Sam Gab je vizualno najbolj podoben kombinaciji Facebooku, X-u (Twitterju) in Redditu. Ima pa tudi nekaj podobnih funkcij, kot so ustvarjanje profila, objavljanje novosti, interakcijo med uporabniki in ustvarjanje mikroblogov in kratkih sporočil. Največja razlika med temi centraliziranimi platformami in Gabom je politika nadzorovanja vsebine in značilnostmi njihovih uporabnikov. Nekatere od teh platform, kot so Facebook, X (Twitter), Reddit bi lahko rekli, da so morebitni predhodniki Gaba [7].

3 Konceptualna analiza

3.1 Identiteta

Identiteta je eden izmed ključnih gradnikov Gaba, saj uporabniki lahko z malo truda ustvarijo svoj račun, ki mora vključevati unikatno uporabniško ime, sliko in opisa, dodamo pa še lahko sliko za ozadje. Uporabniki predvsem s temi sredstvi lahko

predstavijo samega sebe [8]. Informacije, ki jih lahko o profilu ogledajo drugi uporabniki je mogoče določiti v nastavitvah računa, kjer lahko uporabniki označijo račun za zasebnega, tako da podrobnosti računa lahko vidi samo lastnik računa in njegovi sledilci [9].

3.2 Prisotnost

Zasnova prisotnosti na družbenih omrežjih se lahko razlikuje glede na platformo. Običajno se nanaša na to, ali je določen uporabnik trenutno prijavljen in aktiven na platformi, kar se lahko kaže na različne načine, kot sta označbi aktiven (angl. *online*), ikone ki označujejo status in podobno. Gab še nima opcije za izbiranje statusa in ogleda dejavnosti koristnika [10].

3.3 Odnosi

Na družbenem mediju Gab so odnosi med uporabniki izraženi skozi različne funkcije. Objave na domači časovnici so vidne samo tistim, ki obiščejo profil ali le tega spremljajo. To omogoča bolj osebno izkušnjo, saj so objave usmerjene na lastno časovno os na strani profila. Skupine na platformi moderirajo skrbniki skupine, ne Gab, kar omogoča interakcijo med člani skupine in sledilci.

Objave v skupini so vidne vsem članom skupine in sledilcem, kar spodbuja deljenje vsebin. Objave zasebnih računov so v skupinah vidne tudi tistim, ki niso bili odobreni kot sledilci. Na Gab je možno zaklepanje računa, kar omogoča dodatno omejitev vidnosti in posledično bolj zasebno izkušnjo. S tem lahko uporabniki bolj nadzorujejo svojo interakcijo in komunikacijo s sledilci.

3.4 Pogovori

Gab kot družbeni medij je primer asinhrona komunikacije. Uporabniku omogoča pisanje objav (imenovanih »Gabs«), ki so dolge do 3000 besed [11]. Objave so lahko besedilo, slike, videoposnetki ali povezave, drugi uporabniki pa si jih lahko ogledajo in nanje odgovorijo, ko jim ustreza. Ni potrebe po takojšnjih odzivih in pogovori se lahko odvijajo v daljšem obdobju [10].

Čeprav je mogoče napisati daljše objave, gre večinoma za platformo za mikrobloganje s kratkimi, enostavnimi in pogostimi objavami. Komunikacija poteka večinoma preko odgovorov (angl. *replies*). Objave so javne in je zato komunikacija eden proti mnogim

(angl. *one-to-many*). Obstaja možnost sporočanja ena na ena (angl. *one-to-one*) v sporočilih in omejevanje objav na skupine ali samo sledilce [10]. Objave so ohranjeni dokler, jih uporabnik ne izbriše ali uredi.

3.5 Skupine

Skupine na Gabu so ena glavnih funkcij. Uporabnikom omogočajo združevanje glede na interese, mnenja, poklic itd. Skupine se uporabljajo za izmenjavo misli in idej o določenih temah. Vsaka skupina ima oznake (angl. *tags*) in opis, po katerih jih je mogoče iskati. Uporabnik mora klikniti gumb, da se pridruži skupini, da bi lahko komuniciral z drugimi člani v skupini. Skupine so lahko odprte, zaprte ali skrite. Odprte skupine so odprte in vidne za vse, vsi lahko vidijo vsebino v njih, vendar se mora za interakcijo pridružiti. Za pridruževanje zaprti skupini in si ogledati vsebino, mora administrator sprejeti vašo zahtevo. Skrite skupine je mogoče odkriti le s povabilom ali s povezavo. V nekaterih skupinah je vsebina moderirana in če pošljete objavo, jo mora najprej odobriti administrator [8].

3.6 Sloves

Uporabniki na družbenem mediju Gab gradijo svoj ogled z aktivnim sledenjem in sodelovanjem z vsebinami. Ustvarjanje privlačne strani s profilom, iskanje skupin z enakimi interesi in aktivnost v skupinah prispevajo k doseganju slovesa. Gab je postala platforma, ki privablja ekstremistične vsebine in teorije zarote. Čeprav se predstavlja kot neregulirano družbeno omrežje s svobodo govora, se v praksi izkaže kot prostor, kjer prevladujejo posamezniki povezani z desničarsko politiko. To lahko uporabniku prinese večjo prepoznavnost in poveča sloves [12].

3.7 Deljenje

Na Gabu lahko uporabnik deli objave s klikom na gumb "Repost" pod objavo, ki jo želi deliti. S tem je omogočano, da objava postane del uporabnikova profila, kjer jo lahko uporabnik komentira in označi drugega uporabnika (primer: @oseba), in jo lahko vidijo uporabnikovi sledilci. Prav tako uporabnik lahko poveže Gab račun z drugimi družabnimi omrežji, kot so X (Twitter), Facebook in Instagram, kar omogoča uporabniku, da svoje objave na Gabu avtomatično deli tudi na teh platformah.

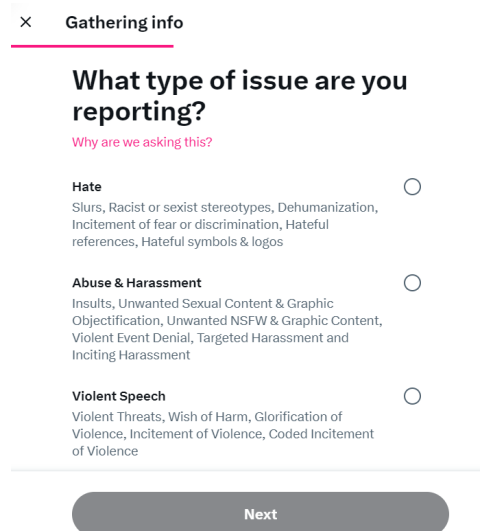
3.8 Napredni koncepti

Gab ima tudi mnoge napredne koncepte. Ti so: sponzorirane objave, lokalno ciljanje, personalizirane objave, oglaševanje preko vplivnežev, kripto valute, video vsebine, kratke video vsebine, prenosi v živo, družbeno nakupovanje. Video vsebine in prenosi v živo so velik del objav in vsebine na Gabu v njih je pogosto tudi oglaševanje preko vplivnežev. Prav tako kot X (Twitter) Gab uporablja lokalno ciljanje in personalizirane objave in tako obdrži uporabnika dalj čas na strani z objavami, ki so aktualna za posameznika. Gab ima tudi svojo lastno trgovino, ki bi jo lahko premerjali z Facebook marketplace, kjer lahko uporabniki oglašajo in tako prodajajo različne rabljene predmete in tudi nepemčičnine. Za njihove plačljive storitve pa je možno plačati tudi z kripto valutami.

4 Primerjava z X (Twitter)

4.1 Primerjava vsebine

Čeprav X (Twitter) in Gab delujeta na podoben način, je njuna vsebina ena glavnih razlik. Gab je bil v glavnem ustanovljen kot družbeni medij, ki dovoljuje vse vsebine in spodbuja svobodo govora, tudi ekstremistična politična mnenja, medtem ko je X (Twitter) vedno moderiral sovražni govor [2]. To je razvidno tudi iz predloženih možnosti za prijavo objav. X (Twitter) je veliko bolj občutljiv na sovražni govor proti marginaliziranim skupinam ljudi, medtem ko Gab ponuja le možnosti za prijavo objave zaradi nezakonite dejavnosti, neoznačene pornografije ali ko je nekdo v smrtni nevarnosti. S slikama 1 in 2 primerjamo možnosti prijave objave, ki ih ponujata X (Twitter) in Gab.



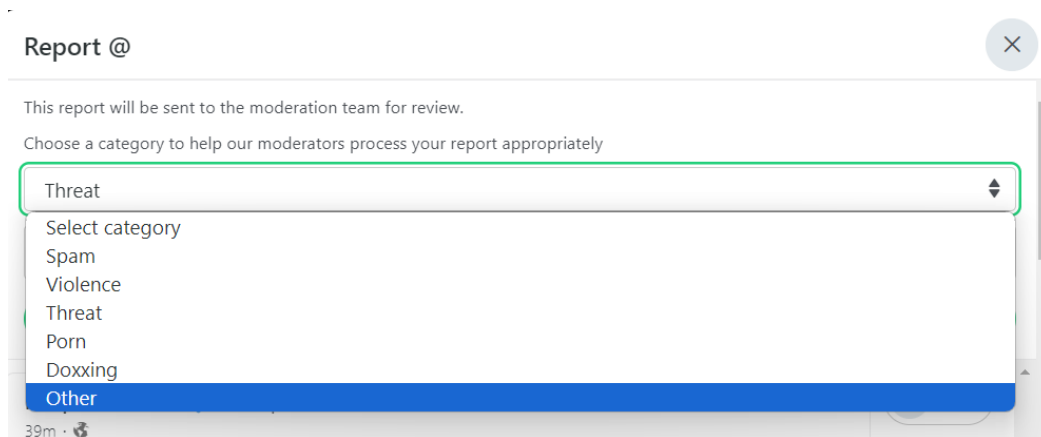
The image shows a mobile interface for reporting an issue on X (Twitter). At the top, there is a close button (X) and the text 'Gathering info'. Below this is the question 'What type of issue are you reporting?' followed by the subtext 'Why are we asking this?'. There are three radio button options:

- Hate**: Slurs, Racist or sexist stereotypes, Dehumanization, Incitement of fear or discrimination, Hateful references, Hateful symbols & logos
- Abuse & Harassment**: Insults, Unwanted Sexual Content & Graphic Objectification, Unwanted NSFW & Graphic Content, Violent Event Denial, Targeted Harassment and Inciting Harassment
- Violent Speech**: Violent Threats, Wish of Harm, Glorification of Violence, Incitement of Violence, Coded Incitement of Violence

At the bottom of the form is a 'Next' button.

Slika 1: Možnosti za prijavo objave na X-u (Twitterju).

Vir: [13].



Slika 2: Možnosti za prijavo objave na Gabu.

Vir: [14].

Ker imata obe strani možnost ponovnega objavljanja (tujih) objav, je bilo pri analizi najbolj objavljanih vrst objav ugotovljeno, da so na X-u (Twitterju) največkrat objavljane (retvitane, angl. *retweet*) objave v veliki meri slavnih osebnosti, kot so Harry Styles, Ellen DeGeneres, Zayn Malik, Louis Tomlinson in BTS, ki so vsi v zabavni industriji. Potem nekaj objav od političnih osebnosti, kot sta dve od Hillary Clinton, ena od Baracka Obame in ena od Donalda Trumpa. 78 od 100 najpogosteje deljenih objav je bilo slavnih [2].

V nasprotju s tem so Gabove najpogosteje ponovno objavljene objave v veliki večini o politiki in rasnih vprašanjih. Devet od 50 najbolj deljenih sporočil je o ideologiji, veri ali rasi, dve o Donaldu Trumpu in osem posebej o tem, kako X (Twitter) cenzurira desničarske poglede in "dokazi", da je Gab boljša platforma v primerjavi s X-om (Twitterjem). Tu so tudi prispevki o pravicah do orožja, muslimanih, kritikah evropskih voditeljev – predvsem ženskih in streljanja v šolah v Ameriki [2].

Zaključek je, da je Gab veliko bolj osredotočen na politiko in še posebej na podporo skrajno desničarski politiki. Prav tako osvetljuje dejstvo, da je bil Gab ustanovljen kot odgovor na X-ov (Twitterjevo) nadzorovanje sovražnega govora in je bil posebej ustanovljen, da bi omogočili prosto izražanje ekstremističnih desničarskih mnenj. Na X-u (Twitterju), čeprav veliko tvitov vključujejo politične teme, je le-teh majhen odstotek v primerjavi s široko paleto drugih tem, o katerih se razpravlja na platformi [2].

4.2 Primerjava možnosti komuniciranja

Uporabniki se lahko povežejo in organizirajo v različnih skupinah ali skupnostih (angl. *groups*), kjer se pogovarjajo o skupnih interesih in stališčih. Na Gabu najdemo številne skupine, kot vidimo na sliki 3, ki se ukvarjajo s politiko, predvsem tistimi, ki se

osredotočajo na konservativne in desničarske politične teme, vključno z volitvami, političnimi kampanjami in razpravami o vladnih politikah. Po drugi strani pa najdemo tudi skupine, posvečene osebnim interesom, kot so vrtnarjenje, skupine za pse, mačke, knjige, avtomobile itd.

V nasprotju z Gabom X (Twitter) nima skupine – vse je ena časovnica (angl. *timeline*), na katerem ljudje objavljajo vsebin (tvitajo), in je več usmerjeno na aktualnih dogodkih, novice in trendih. Stil komunikacije na X-u (Twitterju) lahko varira od uradnega in strokovnega do bolj neuradnega in humornega. Primer neuradnega stila komunikacije lahko ogledamo na sliki 4.

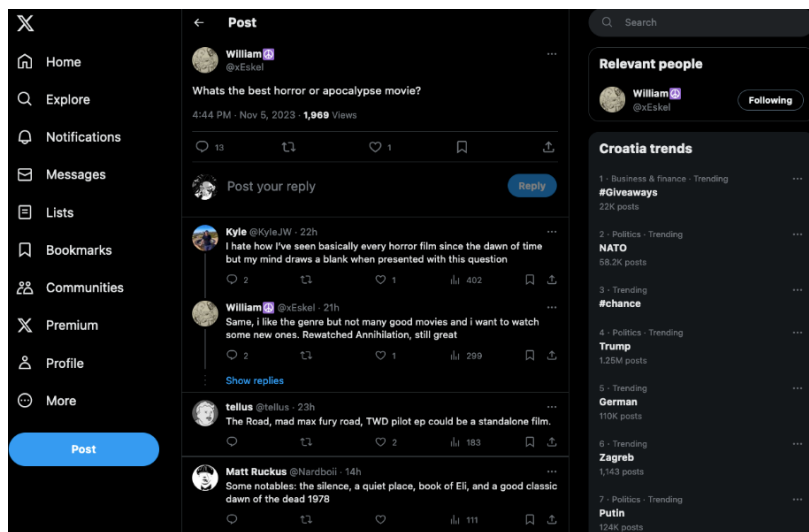


Slika 3: Predstavljene skupine na Gab

Vir: [14].

Uporabniki na Gabu se pogovarjajo na različne načine, pri čemer ima svoboda izražanja ključno vlogo. Kot platforma, ki promovira zasnovano svobode govora, omogoča uporabnikom objavljanje besedilnih sporočil, slik (kot meme), videoposnetkov in drugih medijskih vsebin, kar jim omogoča izražanje svojih mnenj in stališč na širok spekter tem.

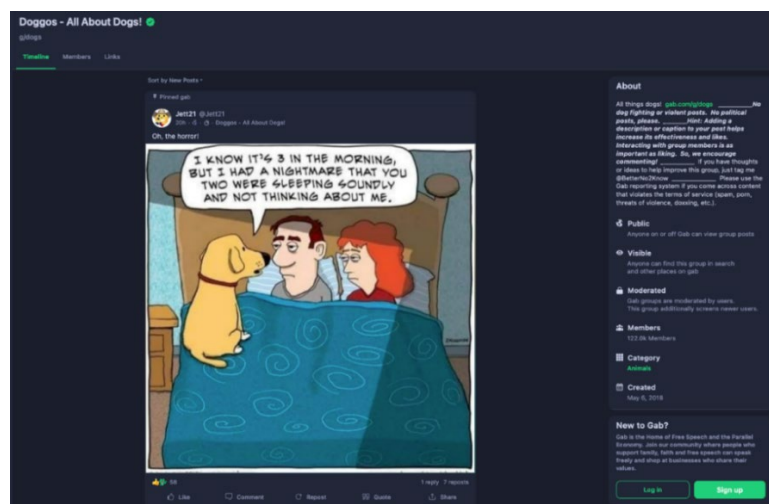
Uporabniki lahko komunicirajo z drugimi prek komentarjev, odgovorov in sporočil v zasebnih klepetalnicah. Primer komuniciranja v skupini je prikazan na sliki 5.



Slika 4: Primer komunikacije na X-u (Twitterju)

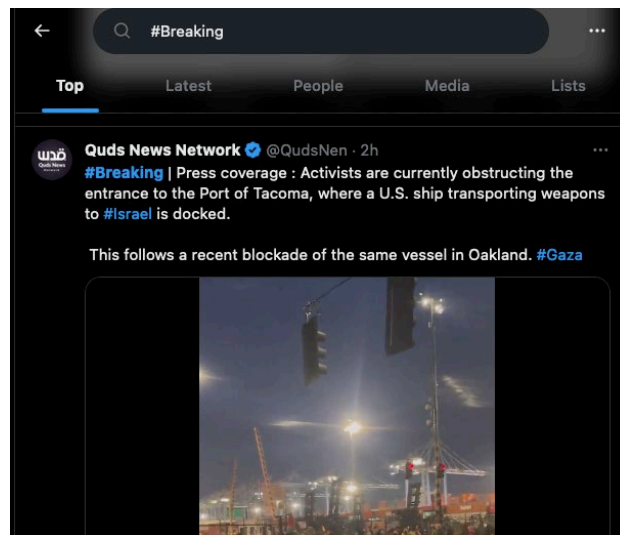
Vir: [15].

Na X-u (Twitterju) so omejeni na kratek in jedrnat format tvitov, ki lahko vsebujejo največ 280 znakov (vključno s slikami, videi in drugimi medijskimi vsebinami). To omejitev spodbuja hitro in neposredno komunikacijo. Poleg tega je X (Twitter) znan po uporabi ključnikov (angl. *hashtag*), ki omogočajo označevanje in sledenje določenim temam ali dogodkom, kar olajša organizacijo razprav in sledenje aktualnim trendom. Primer uporabe ključnikov je prikazan na sliki 6. Uporabniki tvitajo o različnih temah, novicah, dogodkih in osebnih mnenjih ter uporabljajo odgovore, retvit in omembe, da sodelujejo v razpravah in komunicirajo s sledilci ter drugimi uporabniki.



Slika 5: Primer objav v klepetalni skupini na Gabu

Vir: [16].



Slika 6: Primer uporabe ključnika (angl. *hashtag*) na X (Twitterju)

Vir: [17].

4.3 Primerjava slovesa

X (Twitter) je priljubljen družben medij, kjer se ljudje povezujejo v različne skupine in delijo informacije. Kljub občasnemu odstranjevanju neprimernih vsebin ga večina uporabnikov dojema kot prostor za svobodno izražanje. Čeprav je podvržen regulaciji, se X (Twitter) trudi ohranjati ravnovesje med svobodo govora ter preprečevanjem širjenja neprimernih vsebin, zaradi česar na njem najdemo različne politične in družbene perspektive.

Po drugi strani pa je Gab pridobil sloves kot platforma, ki privablja uporabnike z ekstremističnimi in radikalnimi pogledi. Čeprav se trži kot omrežje svobode govora, Gab zbuja zaskrbljenost zaradi svoje povezanosti z desničarsko politiko. Kot uporabniki družbenih medijev lahko vidimo X (Twitter) kot raznoliko in odprto platformo za izmenjavo mnenj, medtem ko Gab pogosto dojemamo, kot kontroverzna okolje, kjer se srečujemo s skrajnimi vsebinami [12].

4.4 Primerjava uporabnikov

Gab uporabnik prevzeto uporabljajo za delanje in razpravljanje o novicah. Gab predvsem privlači desničarske uporabnike ter teoretike zarot. Večina uporabnikov je med seboj tesno povezanih. Zaradi ne tako velike razširjenosti Gaba pa je veliko število uporabnikov znotraj Amerike. Prav tako lahko najdemo številne »trolovske« račune. Profili uporabnikov so sestavljeni iz njihove slike, ki jo lahko izberejo sami, unikatnega uporabniškega imena, in imena, določijo lahko tudi poljubno sliko za ozadje. Računi so

lahko zasebni [12]. X (Twitter) uporabnik so pogosteje mlajši in demokrati. Raznolikost med samimi uporabniki je zaradi razširjenosti Twitterja velika. Profili uporabnikov so sestavljeni iz njihove slike ki jo lahko izberejo sami, unikatnega uporabniškega imena, določijo lahko tudi poljubno sliko za ozadje. Računi so tudi na X-u (Twitterju) lahko zasebni [18].

5 Analitika Gaba

Med raziskovanjem metrike družbenega medija smo opazili, da Gab ne omogoča preveč opcij za vpogled v analitiko navadnih objav. Največ metrik so namenjeni oglaševalcev (ki plačajo za njihovo oglaševanje) in samo ena metrika namenjena uporabnikom, ki je omogočena le, če je uporabnik naročnik PRO različice družbenega medija. V tabeli 2 lahko vidimo glavnih metrik, ki so dostopne na družbenem mediju.

Tabela 2: Pregled metrik Gab-a

| Naziv metrike | Koncept, ki ga določa metrika | Meritev, formula | Interpretacija izmerjene metrike | Komu je metrika namenjena? | Vir |
|--|-------------------------------|--|--|----------------------------|------|
| Število ogledov objav | Koncept zavedanja | $x = n$ n=število ogledov objav | Vrednost pomeni število ljudi, ki so videli posamezno objavo – doseg (angl. <i>reach</i>). | GabPRO naročnikov | [19] |
| Cena na klik (ang. Cost per Click) | Koncept pretvorbe | $\frac{\text{Stroški oglaševanja}}{\text{Število klikov oglasa}}$ | Vrednost prikazuje ROI (Return of Investment) v smislu denarja. Pokazuje koliko vas stane en klik. | Oglaševalcem | [20] |
| Razmerje med prikazi in kliku (angl. Click Through Rate) | Koncept pretvorbe | $\frac{\text{št. klikov na "poziv k dejanju"}}{\text{število prikazov}}$ | Vrednost prikazuje število ljudi ki so kliknili oglas. Večjo število je boljše. | Oglaševalcem | [20] |
| Porabljen denar za oglaševanje | Koncept pretvorbe | $\text{proračun} * \text{pomembnost dosega množice}$ | Vrednost nam pove, koliko denarja smo porabili za oglaševanje | Oglaševalcem | [20] |
| Proračun | Koncept pretvorbe | $x = n$ | Vrednost nam pove, koliko denarja smo si zastavili ob ustvarjanju kampanje | Oglaševalcem | [20] |

| Naziv metrike | Koncept, ki ga določa metrika | Meritev, formula | Interpretacija izmerjene metrike | Komu je metrika namenjena? | Vir |
|---|-------------------------------|---|--|----------------------------|------|
| Pogostost | Koncept pretvorbe | $\frac{\text{število skupnih ogleda}}{\text{število edinstvenih ogleda}}$ | Vrednost je ocena, kolikokrat je ista oseba videla oglas | Oglaševalcev | [20] |
| Kazalnik stanja kampanje | Koncept pretvorbe | $\frac{\text{število pretvorb}}{\text{število ogledov}} \times 100$ | Vrednost nam pove stanje naše kampanje (začetek, prekinitev, arhiviranje) | Oglaševalcem | [20] |
| Oglasi (posamezniki ali združeni) | Koncept pretvorbe | $\frac{\text{št. uporabnikov, ki poznajo našo znamko}}{\text{skupno št. ciljnih uporabnikov}} \times 100$ | Vrednost nam pove uspešnosti kampanj oglasov za posameznike in skupine | Oglaševalcem | [20] |
| Porabljen denar za oglaševanje v enem dnevu | Koncept pretvorbe | <i>Proračun * pomembnost dosega množice v tistem dnevu</i> | Vrednost nam pove, koliko denarja smo porabili za oglaševanje v enem dnevu | Oglaševalcem | [20] |

6 Primeri in dobre prakse uprabe

6.1 Uporaba Gaba

Gab je družbeni medij, ki poudarja svobodo govora in je pritegnil pozornost, še posebej med konservativcev v Ameriki, saj omogoča širjenje idej in mnenj brez omejitev, kar je lahko privlačna značilnost. Med glavnih tem je politika v Ameriki, bivši predsednik Donald Trump in drugi temi, ki so pogosto predmet pogovora v ZDA. Zato se je Gab izpostavil, kot boljša alternativa centraliziranih medijev (primer X) za izražanje takšnih mnenj. Vendar je svoboda govora, od nekaterih pogledov dobra praksa družbenega medija, nemoderirana vsebina je tudi temna plast Gaba, ker ljudje to izkoriščajo, da bi razširjali ekstremne ideologije in sovražni govor [21]. V Evropi, Gab je najbolj priljubljen v Nemčiji, vendar samo 1.75 % od skupno število uporabnikov so Nemci [22]. Tudi med uporabniki, ki prihajajo iz Nemčije, prevladuje pogovor o politiki [2].

6.2 SWOT analiza

SWOT analiza je eden izmed načinov z katero lahko določimo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti družbenega medija. V tabeli 3 lahko vidimo, da Gab ima veliko število pomanjkljivosti in nevarnosti z primerjavo z prednostmi.

Tabela 3: SWOT analiza Gab-a

| SWOT | Opis |
|-----------------|---|
| Prednosti | <ul style="list-style-type: none"> – Spodbujanje svobode govora in posameznika [11]. – Zvesta baza uporabnikov [7]. – Razvoj lastnih storitev kot so Gab TV, Gab Chat Gab Ads... [4]. – Razlikovanje od drugih podobnih plaform [21]. |
| Pomanjkljivosti | <ul style="list-style-type: none"> – Sovražne vsebine [4]. – Tehnične in finančne težave [4]. – Povezave z večimi nasilnimi dogodki [4] [2]. – Majhna in homogena baza uporabnikov [12]. – Pomankanje raznolikosti uporabnikov [12]. |
| Priložnosti | <ul style="list-style-type: none"> – Gab lahko izkoristi povpraševanje po alternativah za Twitter in podobne platforme. – Gab lahko izkoristi svojo bazo uporabnikov za širjenje identitete platforme. – Gab lahko izkoristi nove načine za izboljšanje platforme z današnjimi tehnologijami, prav tako lahko izkoristijo sodelovanje z drugimi platformami. |
| Nevarnosti | <ul style="list-style-type: none"> – Konkurentne platforme, ki uporabnikom lahko ponudijo večji nabor funkcij in predvsem boljše uporabniško izkušnjo [5]. – Pojavijo se lahko še mnoge pravne težave, zaradi kontroverznega upravljanja in uporabniške baze [4]. |

6.3 Omejitve uporabe Gaba

Zaradi kontroverznosti, Gab Social je bil blokiran v nekaterih državah, vključno z:

1. Avstralijo: Leta 2019 je Avstralska agencija za komunikacije in medije (ACMA) naročila blokado dostopa, zaradi ekstremistične vsebine in sovražnega govora;
2. Novo Zelandijo: Po streljanju v mošnji v Christchurchu leta 2019 je nova zelandska vlada blokirala dostop do več spletnih mest, vključno z Gab Social, ki so bila ugotovljena, da so delila video posnetke;
3. Kitajsko: Gab Social je na Kitajskem blokiran zaradi politične občutljivosti;
4. Združenim kraljestvom: Ni uradne blokade, vendar določeni ponudniki internetnih storitev, zaradi vsebine blokirajo dostop [23].

6.4 Priljubljene instance

V tabeli 4 lahko vidimo skupine, ki imajo največje število članov in uporabniki, ki imajo največ sledilcev. Lahko sklepamo da teme, kot so Donald Trump, religija, cenzura, orožje se nadaljujejo tudi pri priljubljenih instancah. Najbolj sleden profil na Gabu je profil samega ustanovitelja Gaba, Andrew Torba.

Tabela 4: Priljubljene instance

| Najpopularnejše javne skupine | Najpopularnejše zasebne skupine | Uporabniki z največ sledilci |
|--|---|--|
| /g/TheDonald (299,156 članov) | Internet Censorship (76,820 članov) | Andrew Torba, @a, Gab CEO(2,187,241 sledilcev) |
| Trump 2020 (225,711 članov) | Conservative Teachers of America (18,711 članov) | Gab Help, @help, (1,649,252 sledilcev) |
| News(210,733 članov) | Hunting and Fishing (17,886 članov) | @gab (1,604,953 sledilcev) |
| QAnon and the Great Awakening (210,201 članov) | Thank heaven Biden is President... said no one ever. (6,727 članov) | Donald J. Trump, @realdonaldtrump (1,300,952 sledilcev) |
| WeLoveTrump (185,007 članov) | American Patriot Reality Check (2,583 članov) | @NeonRevolt (658,673 sledilcev) |
| Conservative News (178,843 članov) Stop The Steal (165,184 members) | Parler people (2,370 članov) County by County (1,580 članov) | Paul Joseph Watson, @PrisonPlanet (525,685 sledilcev) |
| QAnon (156,739 članov) | The Patriot Party (1,250 članov) | The Epoch Times, @TheEpochTimes (506,975 sledilcev) |
| QAnon Patriots (147,193 članov) | US / UK Patriots (1,112 članov) | Ron Watkins, @codemonkey (433,084 sledilcev) |
| Guns of Gab (146,938 članov) | The Right Side (914 članov) | Donald Trump Jr. Feed, @DonaldJTrumpJrFeed (432,583 sledilcev) |

Vir: [24].

7 Zaključek

Glede konceptualne analize družbenega medija, sklepamo da Gab omogoča veliko načinov interakcije in komunikacije. Uporabniki imajo na voljo široko paleto možnosti za prilagajanje informacij na svojem profilu, lahko se pridružijo različnim skupinam ter delijo vsebino. Prav tako uživajo svobodo govora, omogočeno jim je izražanje raznolikih stališč, brez pretiranega nadzora nad vsebino. To je pritegnilo veliko uporabnikov skrajne desnice s čemer je Gab postal tarča kritik. Primerjava z drugimi družbenimi omrežji, kot je X, razkriva razlike v trendih vsebin in pristopov k svobodi govora.

Pri daljši analizi smo ugotovili da Gab, kot decentraliziran medij, sledi novim trendom v družbenih medijih, vključno z uporabo naprednih konceptov, kot so decentralizirano trgovanje pomočjo Gab Market kje uporabnik lahko kupuje razne storitve, lokalno ciljanje pomoču katerega korisniki lahko odabirajo priljubne regije in potem dobivajo rezultate bližje njihovi lokaciji, razni prenosi v živo na Gab TV itd.

Gab ostaja dober primer, kako lahko decentralizirana platforma vpliva na spletne razprave ter kaj omogočajo posameznikom, ki se gibljejo po spletu. Decentralizirane platforme postavljajo uporabnikovo avtonomijo v ospredje, brez cenzure ali omejitev. To je omogočilo Gab, da je postal priljubljen med desničari.

Literatura

- [1] J. Van Dijck, T. de Winkel in M. Tobias Schäfer, „Deplatformization and the governance of the platform ecosystem,“ *New Media & Society*, 2021. doi:doi.org/10.1177/14614448211045662.
- [2] Y. Zhou, M. Dredze, D. A. Broniatowski in W. D. Adler, „Elites and foreign actors among the alt-right: The Gab social media platform,“ *First Monday*, Izv. 24, št. 9, 2019. doi:doi.org/10.5210/fm.v24i9.10062.
- [3] E. Dehghan in A. Nagappa, „Politicization and Radicalization of Discourses in the Alt-Tech Ecosystem: A Case Study on Gab Social,“ *Social Media + Society*, Izv. 8, št. 3, 28 julij 2022. doi:doi.org/10.1177/20563051221113075.
- [4] J. Goodwin, „Gab: Everything you need to know about the fast-growing, controversial social network,“ *CNN Business*, 17 januar 2021. [Elektronski]. Dostop: <https://edition.cnn.com/2021/01/17/tech/what-is-gab-explainer/index.html>. [Poskus dostopa 15. 10. 2023].
- [5] A. Sipka, A. Hannak in A. Urman, „Comparing the Language of QAnon-Related Content on Parler, Gab, and Twitter,“ v *14th ACM Web Science Conference 2022*, New York, 2022. doi:doi.org/10.1145/3501247.3531550.
- [6] R. Rogers, „Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media,“ *European Journal of Communication*, Izv. 35, 2020. doi:doi.org/10.1080/1369118X.2021.1994631.
- [7] G. Jasser, J. McSwiney, E. Pertwee in S. Zannettou, „Welcome to #GabFam?: Far-right virtual community on Gab,“ *New Media & Society*, Izv. 25, št. 7, 2023. doi:doi.org/10.1177/14614448211024546.
- [8] Gab AI Inc., „Gab Help: Discover / Join Gab Groups,“ 21 December 2020. [Elektronski]. Dostop: <https://help.gab.com/article/basics-social-groups-discover>. [Poskus dostopa 26. 10. 2023].
- [9] Gab AI Inc., „Gab Account Privacy Options,“ 9 December 2020. [Elektronski]. Dostop: <https://help.gab.com/article/gab-social-account-privacy-options>. [Poskus dostopa 4. 11. 2023].
- [10] G. Polančič, „Družbeni Mediji,“ 2023. [Elektronski]. Dostop: www.estudij.com. [Poskus dostopa 10. 26. 2023].
- [11] D. Mahl, J. Zeng in M. S. Schäfer, „Platformization of conspiracism: Introducing a Theoretical Framework for Investigating Conspiracy Theories on "Alternative" Platforms Using a Case Study of Bitchute and Gab,“ v *The 23rd Annual Conference of the Association of Internet Researchers*, Dublin, 2022. doi:doi.org/10.5210/spir.v2022i0.13049.
- [12] S. Zannettou, B. Bradlyn, E. De Cristofaro, H. Kwak, M. Sirivianos, G. Stringini in J. Blackburn, „What is Gab: A Bastion of Free Speech or an Alt-Right Echo Chamber,“ v *The Web Conference*, Lyon, 2018. doi/10.1145/3184558.3191531.
- [13] 2. X. Corp., „Twitter Homepage,“ [Elektronski]. Dostop: <https://twitter.com/home>. [Poskus dostopa 8. 11. 2023].
- [14] G. A. Inc., „Gab Homepage,“ [Elektronski]. Dostop: <https://gab.com/home>. [Poskus dostopa 8. 11. 2023].
- [15] „xEskel on Twitter,“ [Elektronski]. Dostop: <https://twitter.com/xEskel/status/1721191651052581003>. [Poskus dostopa 8. 11. 2023].
- [16] Gab AI Inc., „Doggos - All About Dogs!,“ [Elektronski]. Dostop: <https://gab.com/groups/116>. [Poskus dostopa 11. 8. 2023].
- [17] X. Corp., „#Breaking - Search,“ [Elektronski]. Dostop: https://twitter.com/search?q=%23Breaking&src=typed_query. [Poskus dostopa 8. 11. 2023].
- [18] S. Wojcik in A. G. Hughes, „Sizing up Twitter users,“ 2019. [Elektronski]. Dostop: <https://www.pewresearch.org/internet/2019/04/24/sizing-up-twitter-users/>. [Poskus dostopa 14. 11. 2023].
- [19] Gab AI Inc., „Gab PRO,“ [Elektronski]. Dostop: <https://pro.gab.com/>. [Poskus dostopa 13. 11. 2023].
- [20] Gab AI Inc., „Gab Ads - Understanding the Dashboard,“ [Elektronski]. Dostop: <https://help.gab.com/article/gab-advertising-glossary>. [Poskus dostopa 13. 11. 2023].

- [21] L. Lima, J. C. Reis, P. Melo, F. Murai, L. Araujo in P. Vikatos, „Inside the Right-Leaning Echo Chambers: Characterizing Gab, an Unmoderated Social System,“ v *IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)*, Barcelona, 2018.
- [22] Gab AI Inc., „Gab.com Traffic Analytics, Ranking,“ [Elektronski]. Dostop: <https://www.similarweb.com/website/gab.com/#geography>. [Poskus dostopa 27. 11. 2023].
- [23] S. Acampa, N. C. Crescentini in G. M. Padricelli, „Between alternative and traditional social platforms: the case of gab in exploring the narratives on the pandemic and vaccines,“ *Frontiers in Sociology*, 17. 7. 2023. doi.org/10.3389/fsoc.2023.1143263.
- [24] M. Lee, „Inside Gab, the Online Safe Space for Far-Right Extremists,“ *The Intercept*, 15. 3. 2023. [Elektronski]. Dostop: https://theintercept.com/2021/03/15/gab-hack-donald-trump-parler-extremists/?fbclid=IwAR3ZdQ1LU8TCILQC7eYsjFhPXfmkzkB64_IbUoLQcXL_kfkK2XirfVOvJnk. [Poskus dostopa 27. 11. 2023].

