

Fenomenologija kontroverznih influencera: studija slučaja influencerice Gypsy Rose Blanchard

Delbijanko, Angelina

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:962628>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-11**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMET
SVEUČILIŠNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ KULTURA, MEDIJI I
MENADŽMENT

ANGELINA DELBIJANKO

**FENOMENOLOGIJA KONTROVEZNIH
INFLUENCERA: STUDIJA SLUČAJA
INFLUENCERICE GYPSY ROSE BLANCHARD**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

Izv. prof. dr. sc. Iva Buljubašić

SUMENTOR:

dr. sc. Snježana Barić-Šelmić

Osijek, 2024.

SAŽETAK

U ovome radu promatraju se društvene mreže i influenceri, te kako oni danas igraju ključnu ulogu u oblikovanju javnog mišljenja i potrošačkih navika. Influencer marketing koristi osobni utjecaj poznatih ili utjecajnih pojedinaca na društvenim mrežama kako bi povećao svijest o brendovima i potaknuo kupovinu. Parasocijalni odnosi, koji su razvijeni kao koncept koji opisuje jednosmjerne, emocionalne veze između gledatelja i medijskih likova, dodatno su pojačani pojavom društvenih mreža. Ovi odnosi mogu biti snažni i dugotrajni, omogućujući ljudima da se povežu s likovima iz medija kao da su pravi prijatelji ili savjetnici. S obzirom na to, parasocijalni odnosi mogu uključivati likove iz različitih medija, uključujući poznate osobe na društvenim mrežama, TV serije, pa čak i likove iz video igara. U kontekstu Gypsy Rose Blanchard, njezin slučaj pokazuje kako društvene mreže i parasocijalni odnosi mogu utjecati na percepciju i ponašanje ljudi. Gypsy Rose, koja je postala poznata zbog tragične i kontroverzne situacije u kojoj je bila uključena, postala je predmet velikog interesa medija i javnosti. Njen slučaj se prati s velikom pažnjom, a njezina prisutnost na društvenim mrežama dodatno je povećala njen utjecaj i prisutnost u javnom diskursu. Nakon što je puštena iz zatvora, Gypsy Rose je koristila društvene mreže kako bi komunicirala s javnošću i medijima, dok su parasocijalni odnosi omogućili obožavateljima da se povežu s njenom pričom na emocionalnoj razini. Ovaj rad opisuje kako društvene mreže i influenceri mogu oblikovati i mijenjati javnu percepciju, te kako parasocijalni odnosi mogu imati značajan utjecaj na način na koji ljudi razumiju i reagiraju na medijski sadržaj.

Ključne riječi: društveni mediji, Gypsy Rose Blanchard, influenceri, parasocijalni odnosi

ABSTRACT

In this paper, social media and influencers are examined, focusing on how they play a crucial role in shaping public opinion and consumer habits today. Influencer marketing leverages the personal influence of well-known or influential individuals on social media to increase brand awareness and drive purchases. Parasocial relationships, developed as a concept describing one-sided, emotional connections between viewers and media figures, have been further amplified by the advent of social media. These relationships can be strong and enduring, allowing individuals to connect with media figures as though they were real friends or advisors. Accordingly, parasocial relationships can involve characters from various media, including social media personalities, TV series, and even video game characters. In the context of Gypsy Rose Blanchard, her case demonstrates how social media and parasocial relationships can impact people's perceptions and behavior. Gypsy Rose, who became known due to the tragic and controversial circumstances surrounding her case, has attracted significant media and public attention. Her case is closely followed, and her presence on social media has further enhanced her influence and visibility in the public discourse. After her release from prison, Gypsy Rose used social media to communicate with the public and the media, while parasocial relationships allowed fans to connect with her story on an emotional level. This paper describes how social media and influencers can shape and alter public perception, and how parasocial relationships can significantly affect how people understand and respond to media content.

Keywords: Gypsy Rose Blanchard, influencers, parasocial relationships, social media

Sadržaj

| | |
|---|----|
| 1. Uvod..... | 1 |
| 2. Društveni mediji..... | 2 |
| 2.1. Definicije društvenih medija..... | 2 |
| 2.2. Povijest i razvoj društvenih medija..... | 3 |
| 3. Društvenomrežni influenceri | 4 |
| 3.1. Parasocijalni odnosi s influencerima | 5 |
| 4. Gypsy Rose Blanchard..... | 8 |
| 4.1. Raniji život..... | 8 |
| 4.2. Ubojstvo..... | 10 |
| 4.3. Život nakon zatvora | 13 |
| 4.4. Reakcije na društvenim mrežama | 17 |
| 5. Zaključak..... | 25 |
| 6. Literatura..... | 25 |
| 7. Popis slika | 27 |

1. Uvod

U ovom završnom radu bit će analizirana pojava društvenih medija i društvenih mreža te njihov sveobuhvatan utjecaj na suvremeni način komuniciranja i stvaranja sadržaja. S razvojem interneta i digitalnih platformi, društvene mreže postale su ključan alat ne samo za povezivanje i razmjenu informacija, već i za stvaranje novih oblika interakcije. U tom kontekstu, koncept prosumera – pojedinca koji istovremeno konzumira i proizvodi sadržaj – dobiva na značaju. Prosumerski pristup omogućio je da se obični korisnici pretvore u ključne aktere digitalnog ekosustava, gdje kroz kreativne procese stvaraju sadržaj koji se dijeli i konzumira na globalnoj razini.

Influenceri su osobe koje, koristeći društvene mreže, grade značajnu publiku i utjecaj, često na temelju specifičnih interesa, stručnosti ili osobnosti. Ovaj rad će definirati pojam influencera, istražiti kako su nastali te kako su se razvijali od svojih početaka do sadašnje uloge važnih figura u digitalnom marketingu i oblikovanju javnog mišljenja. Također, biti će analizirani faktori koji su doveli do njihovog uspona, uključujući razvoj algoritama društvenih mreža, promjene u medijskim navikama korisnika te sve veći naglasak na autentičnost i neposrednost u komunikaciji s publikom. Posebna pozornost bit će posvećena konceptu parasocijalnih odnosa, tj. emocionalnih veza koje pratitelji razvijaju s influencerima.

Parasocijalni odnosi predstavljaju jednostranu povezanost gdje pratitelji doživljavaju influencerice kao stvarne prijatelje ili uzore, iako interakcija nije obostrana. Ova pojava ima značajan utjecaj na ponašanje i percepciju publike, jer može potaknuti snažnu lojalnost, utjecati na odluke o kupovini i promijeniti način na koji ljudi doživljavaju društvene norme. Analiza ovog fenomena bit će temeljena na relevantnoj literaturi i istraživanjima koja se bave psihološkim aspektima ovakvih odnosa.

U drugom dijelu rada, teorijska podloga će poslužiti kao temelj za studiju slučaja jedne odabrane influencerice. Ova studija obuhvatit će detaljnu analizu njenog života i karijere, s posebnim osvrtom na način na koji koristi društvene mreže kako bi izgradila svoj brend i utjecaj. Bit će prikupljeni podaci o njenim ključnim postignućima, marketinškim suradnjama i strategijama koje koristi za angažiranje svoje publike. Također, rad će se osvrnuti na njen stil komunikacije i vrstu sadržaja koju stvara, analizirajući kako utječe na svoje pratitelje i kako

oni razvijaju parasocijalne odnose s njom. Na kraju rada, kroz sveobuhvatnu analizu ovog slučaja, bit će pružen uvid u to kako influenceri oblikuju digitalne zajednice i utječu na ponašanje svojih pratitelja, što dodatno potvrđuje njihov značaj u suvremenom društvu. Ovaj rad ima za cilj ne samo analizirati fenomene koji su oblikovali svijet društvenih mreža, već i pružiti dublje razumijevanje dinamike koja stoji iza utjecaja influencera u digitalnom dobu.

2. Društveni mediji

2.1. Definicije društvenih medija

Društveni mediji su internetske stranice [ili platforme] na kojima ljudi slobodno komuniciraju, dijeleći i raspravljajući informacije [često] o sebi i svojim životima, koristeći multimedijску kombinaciju osobnih riječi, slika, videa i zvuka" (Curtis, 2013).

Uz promjene u komunikaciji, došlo je i do značajne promjene u načinu pristupa informacijama. Društvene mreže su postale brz i jednostavan alat za međusobnu komunikaciju u poslovnim i privatnim sferama, dijeljenje osobnih iskustava te uspostavljanje novih poznanstava.

Društvene mreže su široko rasprostranjene, no postoje različita mišljenja o njihovim prednostima i manama. Keith Miller (2020) u svom radu iznosi 21 prednost i nedostatak društvenih mreža, a ovdje ćemo spomenuti nekoliko ključnih. Među prednostima, Miller ističe mogućnost povezivanja s ljudima širom svijeta, dijeljenje informacija u stvarnom vremenu, pomoć u integraciji socijalno izoliranih osoba, poslovne prilike, pa čak i potencijalnu upotrebu u policijske svrhe.

S druge strane, kao nedostatke društvenih mreža, Miller (2020) navodi probleme s privatnošću, internetsko nasilje, brzo širenje lažnih informacija te povezanost s razvojem poremećaja ličnosti. Na kraju, može se zaključiti da su društvene mreže ubrzale globalnu komunikaciju i omogućile višesmjerno dijeljenje informacija, čime je zamućena granica između medija kao stvaratelja i publike kao konzumenata sadržaja.

2.2. Povijest i razvoj društvenih medija

Kako bi se započela rasprava o razvoju društvenih medija, prvo je potrebno definirati što se podrazumijeva pod pojmom društvenih medija. Društveni mediji su oblik komunikacije posredovan računalom. Društvene mrežne stranice, kako su gore opisane – one koje se temelje na osobnim profilima – moderniji su oblik društvenih medija koji su "strukturirani kao osobne (ili 'egocentrične') mreže, s pojedincem u središtu vlastite zajednice" (Boyd & Ellison, 2008, str. 219).

U prvih trideset godina društvenih medija, platforme su se natjecale za masovne publike i direktno su se sukobljavale. No, od početka novog stoljeća, društveni mediji su se usmjerili na specijalizirane platforme. Danas, umjesto da se natječu izravno, društvene mreže koegzistiraju i neizravno se natječu za korisničke resurse. Stari mediji suočavaju se s izumiranjem. Revolucija Weba 2.0 donijela je obećanje pružanja više istine većem broju ljudi—više informacija, širi globalni pogled, nepristrano mišljenje od nezainteresiranih promatrača. No, sve je to samo dimna zavjesa. Ono što revolucija Weba 2.0 zapravo donosi su površna zapažanja o svijetu oko nas, umjesto dubinske analize, i vrišteća mišljenja umjesto promišljenih zaključaka. Informacijska industrija transformira se pod utjecajem interneta u čistu buku stotinu milijuna blogera koji istovremeno govore o sebi. Umjesto više zajednice, znanja ili kulture, Web 2.0 u stvarnosti donosi samo sumnjiv sadržaj iz anonimnih izvora, otimajući naše vrijeme i iskorištavajući našu lakovjernost. U svijetu Weba 2.0, gomila je postala autoritet za ono što je istina, a što nije.

Prvi prethodnik modernih društvenih mreža bio je Internet Relay Chat (IRC) sustav, koji je pokrenut 1988. godine i omogućavao komunikaciju u stvarnom vremenu unutar "chat soba." Sredinom 90-ih godina pojavljuje se ICQ chat sustav, koji je omogućavao brzo slanje poruka te se može smatrati začetnikom današnjeg dopisivanja. Prva društvena mreža u suvremenom smislu bila je Sixdegrees, pokrenuta 1997. godine. Korisnicima je omogućavala stvaranje profila i dodavanje te pretraživanje prijatelja. Ubrzo nakon toga, 2002. godine, nastaje Friendster, što označava početak brzog razvoja društvenih mreža. Godine 2003. pokrenuta je LinkedIn, prva poslovna društvena mreža, s ciljem povezivanja korisnika s potencijalnim

poslodavcima i izgradnje karijere. Iste godine nastaje i MySpace, koji je tri godine kasnije postao najpopularnija društvena mreža na svijetu. Također, 2003. godine pokrenuti su Wordpress i Skype, koji je bio prva mreža s besplatnim audio i video pozivima putem interneta. Facebook, jedna od najpoznatijih mreža danas, osnovan je 2004. godine i koristi se za društveno i poslovno umrežavanje.

Ubrzo nakon toga, pojavio se YouTube, fokusiran na kreiranje, konzumaciju i dijeljenje video sadržaja. Uz Facebook i YouTube, Instagram je također postao jedna od najkorištenijih mreža današnjice, omogućavajući dijeljenje fotografija i videozapisa za privatne i poslovne korisnike. Neke od najpopularnijih društvenih mreža danas su Instagram, Snapchat i TikTok

3. Društvenomrežni influenceri

Riječ influencer u engleskom jeziku odnosi se na osobu ili grupu ljudi koja ima određeni utjecaj. U poslovnom kontekstu, influencer označava osobu ili skupinu koja može utjecati na poslovne odluke zbog svog ugleda, položaja ili veza, pri čemu njihovo mišljenje i djelovanje imaju veću težinu od mišljenja ili djelovanja njihovih kolega ili sličnih grupa. U hrvatskom jeziku, unutar poslovnog žargona, koristi se engleski izraz influencer u ovom značenju, iako nije dio standardnog jezika.

Također, i u engleskom i u hrvatskom jeziku, ovaj izraz se koristi u vezi s društvenim mrežama, gdje se odnosi na popularnost osobe ili grupe. U tom kontekstu, influenceri su često novinari, poznate osobe ili stručnjaci u određenim područjima, odnosno ljudi koji imaju mnogo sljedbenika na društvenim mrežama. Društvenomrežni influenceri često se doživljavaju kao neovisni treći zagovornici koji mogu koristiti svoje blogove, tweetove i druge vrste alata na društvenim mrežama kako bi utjecali na stavove svojih čitatelja i pratitelja. Društvene mreže su najutjecajnije online društvene platforme, jer milijarde ljudi svakodnevno pristupaju tim kanalima kako bi učili i dijelili informacije. Kao takve, društvene mreže služe kao jedan od motora koji omogućava "stalne interakcije između ljudi i tehnologija koje mijenjaju društva."

Influenceri se obično klasificiraju na dva načina: prema veličini i prema nišama u kojima djeluju. Gottbrecht (2016) u svom članku razvrstava influencere prema veličini u tri kategorije: mega influencere, makro influencere i mikro influencere.

Mega influenceri su poznate osobe poput glumaca, umjetnika, sportaša i zvijezda društvenih mreža s više od milijun pratitelja. Zbog tog velikog broja pratitelja, imaju najveći doseg, iako njihov utjecaj na poticanje publike na akciju nije uvijek najjači. U SAD-u se procjenjuje da postoji oko 5000 influencera u ovoj kategoriji, a često se koriste u marketinškim kampanjama za podizanje svijesti o brendovima.

Makro influenceri su, prema Gottbrechtu (2016), blogeri, novinari i poslovni ljudi s 10.000 do milijun pratitelja. Njihov sadržaj često pokriva specifične teme, poput mode ili životnog stila, a oni se također koriste za kampanje podizanja svijesti. U SAD-u ima oko 32.000 makro influencera. Mikro influenceri su, prema ovoj podjeli, osobe s 500 do 10.000 pratitelja. U SAD-u ih ima oko 15 milijuna, a karakterizira ih visoka razina angažiranosti njihovih pratitelja. Njihov utjecaj temelji se na osobnom iskustvu s brendom ili specifičnim područjem te jačoj povezanosti s publikom u usporedbi s većim influencerima.

Drugi način podjele influencera je prema nišama. Ova podjela nije jednostavna zbog velikog broja različitih područja u kojima influenceri djeluju. Neke od tih niša, prema trendHERO (2020), uključuju zdravlje i fitness, ljepotu, modu, životni stil, poslovanje, životinje, hranu i kuhanje, putovanja, roditeljstvo, religiju, kriptovalute, arhitekturu, glazbu i gaming.

3.1. Parasocijalni odnosi s influencerima

Parasocijalna interakcija odnosi se na jednostrani odnos koji se čini bliskim između gledatelja i medijskog lika (Horton i Wohl, 1956). Prema Horton i Wohl (1956), glavne karakteristike parasocijalne interakcije uključuju (a) jednostranost, (b) nedostatak stvarne komunikacije, (c) nemogućnost uzajamnog razvoja odnosa i (d) potpunu kontrolu odnosa od strane medijskog lika. Ove karakteristike razlikuju parasocijalnu interakciju od socijalne interakcije.

Influencer marketing definira se kao strategija koja koristi osobni utjecaj važnih lidera mišljenja kako bi povećala svijest potrošača o brendu i njihovu namjeru kupnje (Lou & Yuan, 2019). Konkretno, influenceri na društvenim mrežama mogu povećati namjeru potrošača da dijele preporuke koje im sugeriraju, kroz interakciju s drugim korisnicima društvenih mreža (Casaló et al., 2020) putem procesa elektroničke usmene predaje (eWOM) brzo i učinkovito. Budući da su mnogi influenceri na društvenim mrežama pojedinci koji stvaraju vlastitu popularnost kako bi postigli status lidera mišljenja, percipiraju se kao pristupačnije "narodne zvijezde" (Schouten et al., 2020; Jin et al., 2019) u usporedbi s tradicionalnim liderima mišljenja (npr. poznatim sportašima, glazbenicima ili glumcima).

Kao što sugerira teorijska perspektiva parasocijalne interakcije, želja korisnika društvenih mreža da vide omiljenog influencera kao svog pouzdanog prijatelja ili savjetnika može ih navesti na pseudo-socijalnu interakciju i razvijanje parasocijalnog odnosa s influencerom (Bond, 2016; Yuksel & Labrecque, 2016). Posljedično, korisnici društvenih mreža koji su uspostavili parasocijalni odnos kroz svoje parasocijalne interakcije s omiljenim influencerom također će vjerojatnije vjerovati preporukama za korištenje proizvoda i kupnju koje im taj influencer daje (Reinikainen et al., 2020). Za razliku od parasocijalne interakcije, parasocijalni odnos nadilazi te interakcije i uključuje zamišljene odnose između gledatelja i medijskog lika u raznim situacijama. Slično kao stvarni socijalni odnos, parasocijalni odnos traje i nakon završetka interakcije i može se razviti u dugotrajan odnos (Liebers i Schramm, 2019). Kada su Horton i Wohl (1956) prvi put opisali parasocijalni odnos, smatrali su da je on karakterističan za likove u medijima koji postoje isključivo kroz medij, odnosno koji se ne pojavljuju u drugim društvenim sferama osim u medijima, kao što su televizija i radio (npr. voditelji kvizova, vijesti, intervjueri). Međutim, s razvojem novih medija (društvene mreže, platforme za prijenos uživo) i zabavnog sadržaja (videoigre, razni žanrovi TV serija, emisija, filmova, podcastova), parasocijalni odnosi proširili su se i na druge medijske likove. Ljudi sada mogu razviti parasocijalne odnose s likovima iz crtića (Rosaen i Dibble, 2008), voditeljima vijesti (Levy, 1979), glazbenicima (Sanderson, 2009), likovima iz različitih TV serija (Perse i Rubin, 1989; Eyal i Cohen, 2006), poznatim YouTube ličnostima (Rasmussen, 2018), članovima kraljevske obitelji (Brown i sur., 2003) i drugima. Neke karakteristike medijskih likova koje jačaju parasocijalni odnos uključuju sličnost s gledateljem (Turner, 1993), simpatiju (Kronewald, 2008; prema Liebers i Schramm, 2019) i visoku privlačnost, bilo fizičku, socijalnu ili karakternu (Knoll i sur., 2015). Također, jačinu parasocijalnog odnosa

pozitivno utječe identifikacija s likom (Tian i Hoffner, 2010; Baek i sur., 2013) te percipirana realnost programa i lika (Rubin i sur., 1985).

Zanimljivo je da ljudi mogu razviti parasocijalne odnose i s likovima koje vole i s onima koje ne vole. Caughey (1984; prema Perse i Rubin, 1989) sugerira da su zlikovci ponekad zanimljiviji od glavnih, dobrih likova te gledatelji uživaju u njihovom praćenju iako ih ne vole. Međutim, neki istraživači ističu da je, zbog važnosti identifikacije u razvoju parasocijalnih odnosa, sve karakteristike tih odnosa značajnije i intenzivnije za likove koje gledatelji vole ili prema kojima su neutralni, u usporedbi s onima koje ne vole (Tian i Hoffner, 2010).

Što se tiče gledatelja, istraživanja pokazuju da se intenzitet i vjerojatnost pojave parasocijalnog odnosa povećavaju s dobi (Levy, 1979). To se povezuje s čimbenicima kao što su veća upotreba televizije (Grant i sur., 1991), gledanje televizije iz navike (Gleich, 1997; prema Liebers i Schramm, 2019), snažna povezanost s određenim serijama ili likovima (Nordlund, 1978) te izolacija i smanjena pokretljivost koje dolaze s godinama, posebno nakon umirovljenja (Eggermont i Vandebosch, 2001). Ipak, parasocijalni odnos ispitan je i prisutan kod djece (Howard Gola i sur., 2013), adolescenata (Gleason i sur., 2017) i odraslih (Park i Lennon, 2004). Većina djece razvija parasocijalne odnose s omiljenim likovima iz medija tijekom djetinjstva, najčešće kroz filmove, igre ili TV programe (Brunick i sur., 2015), ali i s inteligentnim avatarima koji im pomažu u učenju (Brunick i sur., 2016). Kod adolescenata, parasocijalni odnosi mogu biti korisni za savladavanje razvojnih zadataka, poput formiranja identiteta i razvijanja autonomije od roditelja (Giles i Maltby, 2004), te mogu pomoći u oblikovanju vlastitih stavova i perspektiva kroz povezanost s likovima iz medija (Giles i Maltby, 2004; Madison i Porter, 2015). Visoka razina empatije i emocionalnosti mogu biti razlozi zašto su parasocijalni odnosi snažniji kod žena nego kod muškaraca (Liebers i Schramm, 2019). Istraživanja pokazuju da žene, iako imaju čvršće interpersonalne odnose, lakše podnose prekid tih odnosa, što objašnjava činjenicu da žene koje su razvile snažne parasocijalne odnose ne osjećaju intenzivniju tugu ili žaljenje kada njihova omiljena televizijska ličnost napusti seriju (Cohen, 2003).

4. Gypsy Rose Blanchard

Gypsy-Rose Blanchard-Anderson (rođena 27. srpnja 1991.) je amerikanka koja je preživjela Munchausenov sindrom kroz posredovanje. Postala je poznata nakon što je osuđena za ubojstvo drugog stupnja u Springfieldu, Missouri, zbog smrti svoje majke Dee Dee Blanchard. Njena majka je cijeli život izlagala Gypsy-Rose fizičkom, mentalnom i medicinskom zlostavljanju. Gypsy-Rose je dobila deset godina zatvora. Ovaj rad će se usredotočiti na razdoblje njenog života nakon odslužene kazne.



Slika 1. Gypsy Rose i Dee Dee Blanchard

Izvor: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod/images/gypsy-and-dee-dee-1541524831.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980:* (pristupljeno: 23.08.2024)

4.1. Raniji život

Njezina majka počela je tvrditi da Gypsy Rose ima različite zdravstvene probleme još od dojenačke dobi. Na početku, majka joj je govorila da pati od mišićne distrofije i da joj je potrebna hodalica. Kada je imala oko sedam godina, doživjela je manju nesreću na motociklu

s djedom, pri čemu je zadobila manju ogrebotinu na koljenu. Nakon toga, Dee Dee je rekla da su joj potrebna invalidska kolica. Nakon što je uragan Katrina uništio njihov dom u Louisiani 2005. godine, Dee Dee i Gypsy Rose su živjele u iznajmljenoj kući u Aurori, Missouri. Tijekom tog vremena, Gypsy Rose je dobila priznanje od Oley, organizacije koja se zalaže za prava osoba koje koriste cijevi za hranjenje, kao Dijete godine 2007. godine. Iako je Gypsy znala da ne treba cijev za hranjenje i da može hodati, nastavila je s pretvaranjem iz straha od majke.

Godine 2008, Habitat for Humanity im je izgradio malu kuću s rampom za invalidska kolica i hidromasažnom kadom kao dio većeg projekta na sjeveru Springfielda, a one su se preselile tamo. Priča o samohranj majci s teže invalidnom kćeri koja je morala pobjeći od razaranja uzrokovanih Katrinom dobila je značajnu lokalnu medijsku pažnju, a zajednica je često pružala pomoć ženi koja je sada koristila ime Claudinnea Blancharde, poznatu kao Dee Dee. Mnogi ljudi koji su upoznali Gypsy Rose bili su očarani njome. Njezina visina od 1,50 m, gotovo bezub osmeh, velike naočale i visok, djetinjast glas pojačavali su dojam da ima sve probleme koje je majka tvrdila. Dee Dee je redovito brijala Gypsy Roseinu glavu kako bi oponašala izgled osobe na kemoterapiji, navodno joj govoreći da će joj kosa ionako ispasti zbog lijekova pa je najbolje da je obrije unaprijed; Gypsy Rose je često nosila perike ili kape kako bi prikriila ćelavost. Kada su izlazile iz kuće, Dee Dee je često nosila stroj za kisik i cijev za hranjenje; Gypsy Rose je pila dječju tekuću prehranu PediaSure sve do svojih 20-ih godina. Dee Dee je koristila fizičko zlostavljanje kako bi kontrolirala svoju kćer, uvijek držeći je za ruku u prisustvu drugih osoba. Kada bi Gypsy Rose izjavila nešto što je sugeriralo da nije stvarno bolesna ili se činila izvan svojih navodnih mentalnih sposobnosti, Gypsy se prisjeća da bi joj majka čvrsto stiskala ruku.

Dee Dee je barem jednom falsificirala kopiju rodnog lista Gypsy-Rose, promijenivši datum rođenja u 1995. kako bi ojačala tvrdnju da je još tinejdžerka. Kasnije je Gypsy Rose u intervjuu izjavila da je tijekom 14 godina bila nesigurna u svoje pravo godište. Dee Dee je također tvrdila da je originalni rodni list uništen tijekom poplava nakon Katrine. Dee Dee je međutim imala i drugi primjerak s pravim datumom rođenja Gypsy Rose. Gypsy se prisjeća da je vidjela taj dokument tijekom jednog njihovog posjeta bolnici i da je bila zbunjena; Dee Dee joj je rekla da je riječ o tiskarskoj pogrešci.

Gypsy Rose je od 2001. godine prisustvovala konvencijama znanstvene fantastike i fantastije, često u kostimu kako bi se uklopila u njihove raznolike zajednice koristeći invalidska kolica. Na događaju 2011. godine, pokušala je pobjeći, što je završilo kada ju je majka pronašla u hotelskoj sobi s muškarcem kojeg je upoznala online. Dee Dee je ponovno pokazala dokumente s lažnim, mlađim datumom rođenja Gypsy Rose i zaprijetila da će obavijestiti policiju. Gypsy Rose tvrdi da je nakon toga Dee Dee razbila njezino računalo čekićem. Gypsy također navodi da je bila vezana za krevet dva tjedna, međutim, u domu nisu pronađeni lanci ili lisice. Dee Dee je kasnije rekla Gypsy Rose da je podnijela prijavu policiji tvrdeći da je Gypsy Rose mentalno nesposobna, što ju je dovelo do uvjerenja da joj policija neće vjerovati ako pokuša potražiti pomoć.

Otprilike 2012. godine, Gypsy Rose, koja je nastavila slobodno koristiti internet i telefon, stupila je u kontakt online s Nicholasom Godejohnom, muškarcem s kojim je tvrdila da se upoznala na kršćanskoj stranici za upoznavanje.

Godine 2014., Gypsy Rose se povjerila susjedi Aleah Woodmansee da su ona i Godejohn razgovarali o bijegu i čak su odabrali imena za buduću djecu. Gypsy Rose, koja je imala pet različitih Facebook računa, i Godejohn su se online dopisivali, a njihovi razgovori ponekad su uključivali BDSM elemente, za što je Gypsy kasnije tvrdila da je on bio više zainteresiran. Unatoč Dee Deeninim pokušajima da joj onemogući korištenje interneta, uključujući uništavanje njezinog telefona i laptopa, Gypsy-Rose je održavala kontakt s Woodmansee, koja je spremala isprintane kopije njezinih objava, sve do 2014. godine.

Sljedeće godine, Gypsy Rose je organizirala i platila dolazak Godejohna u Springfield. Planirala je pretvarati se da se prvi put sastaje s Godejohnom u kinu s majkom, a zatim uspostaviti vezu temeljem navodnog slučajnog susreta. Kada su se konačno sreli uživo, Godejohn tvrdi da ga je Gypsy Rose odvela u kupaonicu, gdje su imali seksualni odnos. Njih dvoje su nastavili svoje internetske interakcije i počeli razvijati plan za ubojstvo Dee Dee.

4.2. Ubojstvo

Godejohn se vratio u Springfield 10. lipnja 2015., dolazeći dok su Gypsy-Rose i njezina majka bile na liječničkom pregledu. Nakon što su se vratili kući i kad je Dee Dee otišla na spavanje, Godejohn je otišao do kuće Blanchard. Gypsy-Rose ga je pustila unutra i navodno mu je dala selotejp, rukavice i nož, s razumijevanjem da će ih koristiti za ubijanje Dee Dee. Gypsy Rose

se sakrila u kupaonici i pokrila uši kako ne bi čula majčine krike. Godejohn je zatim 17 puta izbo Dee Dee nožem u leđa dok je spavala.

Nakon toga, njih dvoje su imali seksualni odnos u Gypsy Roseinoj sobi i ukrali više od 4.400 dolara u gotovini koje je Dee Dee čuvala u kući, većinom od alimentacijskih čekova. Pobjegli su u motel izvan Springfilda, gdje su boravili nekoliko dana planirajući svoj sljedeći potez; tijekom tog vremena viđeni su na sigurnosnim kamerama u nekoliko trgovina. Gypsy Rose je izjavila da je u tom trenutku vjerovala da su uspješno izbjegli kaznu za zločin. Paket s oružjem poslali su natrag u Godejohnovu kuću u Wisconsinu kako bi izbjegli da budu uhvaćeni s njim, a zatim su otišli autobusom tamo. Nekoliko svjedoka koji su ih vidjeli na putu do tamo, a Gypsy Rose je imala plavu periku i hodala samostalno bez invalidskih kolica. Nakon što su primijetili zabrinjavajuće objave na Facebooku, prijatelji Blanchardovih posumnjali su da nešto nije u redu. Kada pozivi nisu bili odgovarani, nekoliko prijatelja i susjeda otišlo je do kuće.



Slika 2. Objava s Facebook profila

Izvor: <https://www.facebook.com/deegyp.blancharde> (pristupljeno: 23.08.2024.)

Iako su znali da su Dee Dee i Gypsy Rose često odlazile na medicinske preglede bez najave, vidjeli su Dee Deein modificirani automobil još uvijek u dvorištu, što je činilo nenajavljeni odlazak malo vjerojatnim. Zaštitni film na prozorima otežavao je pogled unutra zbog slabe rasvjete. Nitko nije odgovarao na vrata, pa su prijatelji pozvali policiju. Kada su policajci stigli, morali su čekati da se izda nalog za pretragu prije nego što su mogli ući, ali su dopustili jednom susjedu da se popne kroz prozor. On je izvijestio da je unutrašnjost kuće bila gotovo nepromijenjena i da su Gypsy Roseina kolica bila prisutna. Kada je nalog izdan, policija je ušla u kuću i pronašla Dee Deeinu tijelo. Susjedi su bili zabrinuti kako će Gypsy-Rose proći bez svojih kolica, lijekova i opreme za podršku, poput kisikovih boca i cijevi za hranjenje. Prijatelji su otvorili GoFundMe račun za pokrivanje troškova Dee Deeinog pogreba i moguće troškove za Gypsy Rose. Woodmansee, koja je bila među okupljenima na travnjaku Blanchardovih, obavijestila je policiju o Gypsy Rose i njezinom tajnom dečku. Pokazala im je isprintane materijale koje je sačuvala, uključujući njegovo ime. Na temelju tih informacija, policija je zatražila od Facebooka da uoči IP adresu s koje su objave na Dee Deeinom računu postavljene.

Utvrđeno je da je adresa bila u Wisconsinu, a sljedećeg dana policija u okrugu Waukesha upale su u kuću Godejohnovih u Big Bendu. Godejohn i Gypsy Rose su se predali i uhvaćeni su pod optužbom za ubistvo i teške kriminalne radnje sa oružjem.



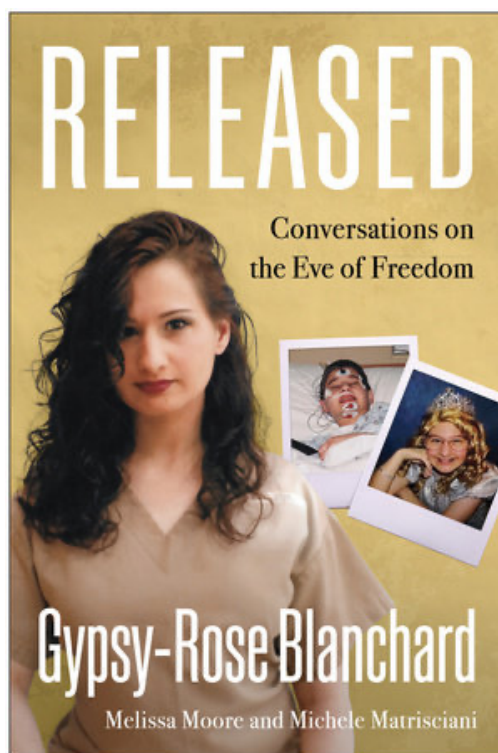
Slika 3. Gypsy Rose i Nicholas

Izvor: [https://people.com/thmb/L3GcGMCRwrl00mnx-O3q6tXr_1U=/4000x0/filters:no_upscale\(\):max_bytes\(150000\):strip_icc\(\):focal\(999x0:1001x2\)/gypsy-rose-blancharde-2-ec17a837c6c6465198f169bddfe8666b.jpg](https://people.com/thmb/L3GcGMCRwrl00mnx-O3q6tXr_1U=/4000x0/filters:no_upscale():max_bytes(150000):strip_icc():focal(999x0:1001x2)/gypsy-rose-blancharde-2-ec17a837c6c6465198f169bddfe8666b.jpg) (pristupljeno: 23.08.2024.)

Vijest da je Gypsy Rose sigurna dočekana je s olakšanjem u Springfieldu, gdje su ona i Godejohn uskoro izručeni i zadržani uz jamčevinu od 1 milijun dolara. Međutim, šerif Greene Countyja, Jim Arnott, upozorio je da "stvari nisu uvijek onakve kakve se čine". Mediji u Springfieldu ubrzo su izvijestili pravu istinu o životima Blanchardovih: da Gypsy Rose nikada nije bila bolesna i da je uvijek mogla hodati, ali je njezina majka natjerala da se pretvara da je drugačije, koristeći fizičko zlostavljanje za kontrolu. Arnott je potaknuo ljude da ne doniraju novac obitelji dok istražitelji ne otkriju razmjere prijave. Gypsy Rose je priznala krivnju za ubistvo drugog stepena i osuđena je na deset godina zatvora. Godejohn je proglašen krivim za ubistvo prvog stepena i osuđen je na doživotni zatvor bez mogućnosti uvjetne slobode te dodatnih 25 godina za teške kriminalne radnje sa oružjem. Dok je bila u zatvoru, Blanchard se zaručila za muškarca po imenu Ken Urker, kojeg je upoznala putem programa dopisivanja. Kasnije su prekinuli svoju vezu. U srpnju 2022. godine, udala se za učitelja iz Louisiane, Ryana Andersona, u zatvorskoj ceremoniji bez prisustva gostiju.

4.3. Život nakon zatvora

Blanchard je puštena na uvjetnu slobodu 28. prosinca 2023., nakon što je odslužila osam godina od svoje desetogodišnje kazne. Najavila je da će njezina e-knjiga, "Released: Conversations on The Eve of Freedom", biti objavljena u siječnju 2024.



Slika 4. Naslovnica knjige

Izvor: <https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/S/compressed.photo.goodreads.com/books/1702588560i/203663496.jpg>
(pristupljeno: 23.08.2024.)

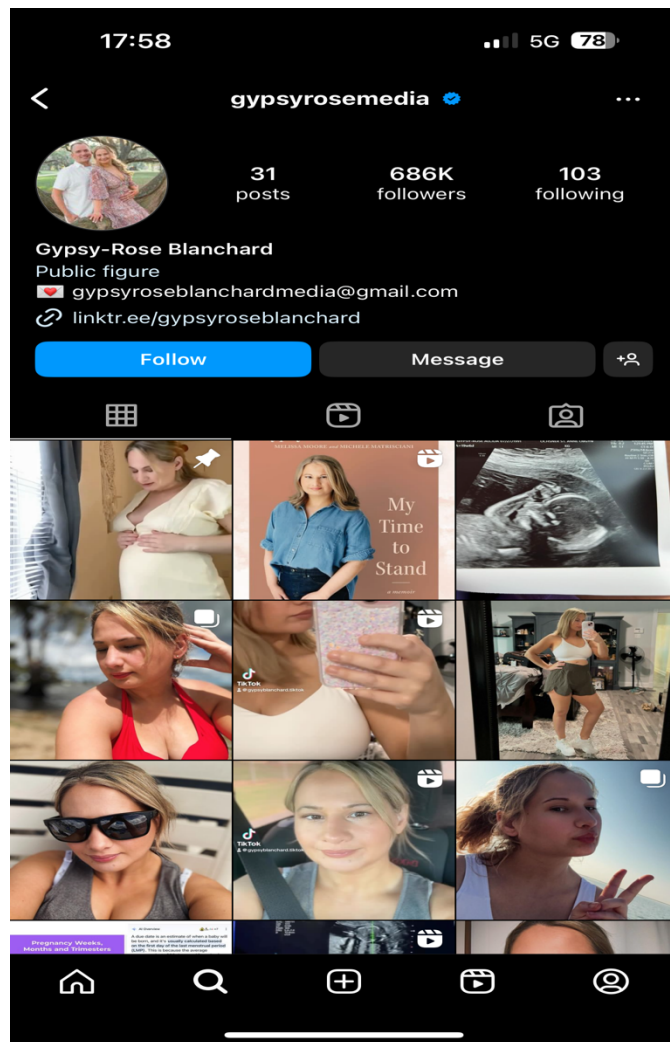
Nakon izlaska iz zatvora, Blanchard je počela davati intervjue različitim novinskim agencijama i televizijskim programima. U svom prvom televizijskom intervjuu 5. siječnja razgovarala je s emisijama “Good Morning America” i “CNN”. Kasnije toga dana, pojavila se u epizodi “The View”, gdje je razgovarala o svom izlasku iz zatvora i budućim planovima. Blanchard i Anderson snimili su dokumentarnu seriju o svojim životima tijekom i nakon njenog izlaska iz zatvora. Serija, nazvana “Gypsy Rose: Life After Lock Up”, premijerno je prikazana na platformi Lifetime u lipnju 2024.

Dana 10. ožujka 2024., Blanchard je izbrisala svoje Instagram i Twitter račune. U najvišoj fazi, njezin Instagram račun imao je 7,8 milijuna pratitelja. Dana 14. ožujka, u sada izbrisanom TikTok videozapisu, najavila je da planira zadržati svoj račun, ali je kasnije obrisala svoj TikTok. Nakon toga ga je ponovno aktivirala. Dana 28. ožujka 2024., Blanchard je objavila da se razdvojila od Andersona u izjavi koju je objavila na svom privatnom Facebook računu, a koju je dobio "People" magazin.

"Ljudi me pitaju što se događa u mom životu. Nažalost, moj muž i ja prolazimo kroz rastavu braka i preselila sam se kod svojih roditelja. Imam podršku obitelji i prijatelja koji mi pomažu da prođem kroz ovo. Učim slušati svoje srce. Trenutno mi treba vrijeme da pronađem... tko sam."

Blanchard će se pojaviti u petoj sezoni Huluove reality emisije "The Kardashians".

Dana 30. travnja 2024., Blanchard je putem TMZ-a najavila da je obnovila svoju vezu s bivšim zaručnikom Kenom Urkerom. Dana 9. srpnja 2024., Blanchard je najavila da ona i Urker očekuju svoje prvo dijete, koje bi trebalo biti rođeno u siječnju 2025.



Slika 5. Novi Instagram profil

Izvor: <https://www.instagram.com/gypsyrosemedia/> (pristupljeno: 23.08.2024.)

4.4. Reakcije na društvenim mrežama

Gypsy Rose trenutno ima privatni Facebook profil, te javni Instagram i TikTok profil. Na Instagramu trenutno ima preko 686 tisuće pratitelja, a na TikToku preko 10 milijuna pratitelja. Mišljenja o njoj nakon izlaska iz zatvora su podijeljena.

Nitko ne može reći da ona nije žrtva nasilja, ali način na koji ona koristi svoje platforme i novu slavu su upitačni. Primjerice osoba koja ima više knjiga, filmova i serija o sebi i prima zaradu od toga, ne stvara linkove sa stvarima za svoje buduće dijete kako bi joj njezina publika to kupila. Što se i dogodilo. Unutar pola sata sve što je objavila, publika je kupila. Pratitelji smatraju da se ponaša jako slično svojoj pokojnoj majci koja je radila slične stvari koristeći se manipulacijom putem medija. Također Gypsy u intervju sa ABC News na platformi YouTube govori kako je ona svoju kaznu odradila i da ta činjenica što je Godejohn još uvijek zatvoru za ubojstvo opravdana.

„All I can say is that I did my time, he is doing his time for his part and I wish him well on his journey“ (ABC News, 2024.)

Makar sama priznaje da je smislila cijeli plan. Mora se obuhvatiti činjenica da je Godejohn osoba koja mentalno nije dobrostojeća. On ima poremećaj ličnosti i sve što je napravio, napravio je iz ljubavi prema njoj. Gypsy Rose u intervju sa Dr. Philom navodi kako je Godejohn tijekom dopisivanja koristio više ličnosti.



Slika 6. Poruka između Gypsy i Godejohna

Izvor: <https://www.reddit.com/r/GRBSkeptic/s/VXaJxYGO6z> (pristupljeno: 10.09.2024.)

I to što ona sada ignorira činjenicu da je osoba kojoj treba pomoć je u zatvoru do kraja života. Dok ona sada isčekuje dijete i zarađuje kao da je “normalna” slavna osoba. Treba se zapitati kome sve pružamo platformu i na koji ju način oni koriste. Gypsy Rose više ne prikazuje nikakvu vrstu empatije prema cijeloj situaciji. A publika na društvenim mrežama ima puno toga za reći i to je neizbježno pa čak i za nju s obzirom koliko su današnji algoritmi na društvenim mrežama napredni.

Mišljenja prema analizi sadržaja na društvenim mrežama možemo razvrstati u pet kategorija:

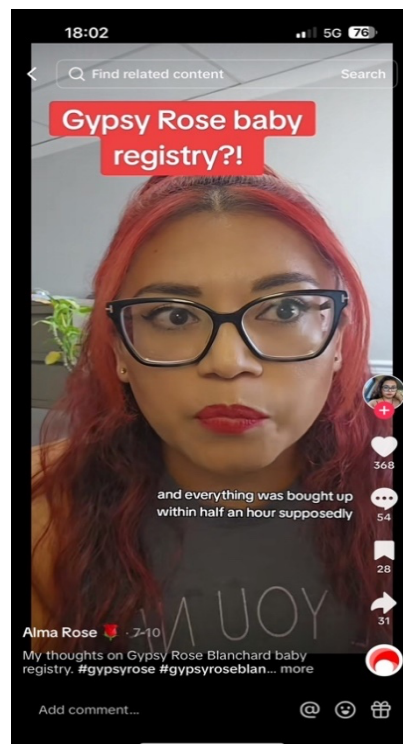
Svi izvori su prikupljeni s platformi TikTok, Instagram i Reddit od raznih korisnika te njihovih objava i komentara

1. Empatija i Suosjećanje: Nakon što je Gypsy Rose Blanchard puštena iz zatvora, mnogi korisnici društvenih mreža izrazili su empatiju i suosjećanje prema njoj. Oni su isticali njenu tešku situaciju, uključujući medicinsko zlostavljanje od strane njene majke, i često

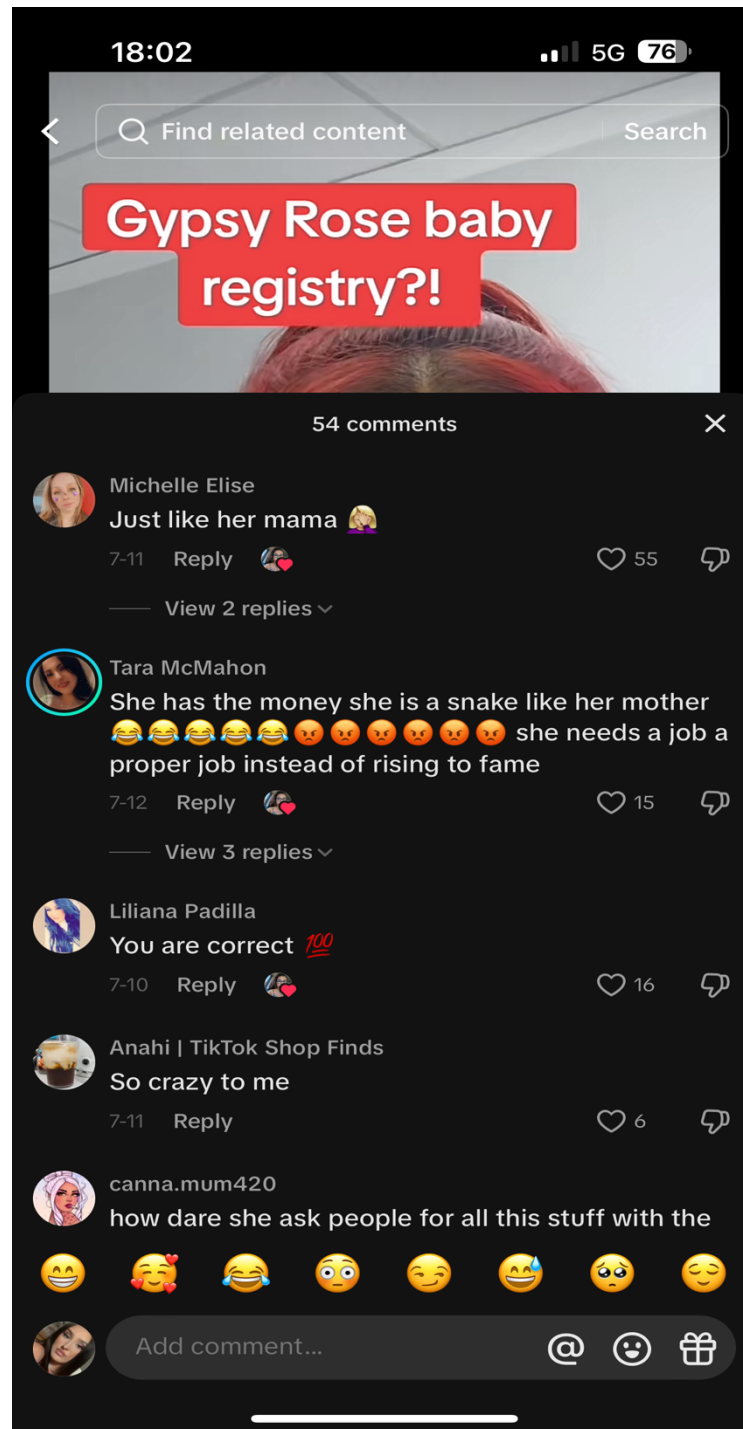
su je vidjeli kao žrtvu. Ovi korisnici su obično pokazivali razumijevanje i potporu, posebno kada je Gypsy Rose podijelila svoje iskustvo i priču putem društvenih mreža.

2. **Kritika i Odbacivanje:** S druge strane, dio publike je bio kritičan prema Gypsy Rose, osobito zbog njenih postupaka koji su uključivali zločin. Neki korisnici su izrazili ljutnju i nezadovoljstvo zbog njenih odluka, smatrajući da je njeno ponašanje neprihvatljivo bez obzira na okolnosti. Ova kritika često se fokusirala na moralne i etičke aspekte njenog slučaja.
3. **Medijska znatiželja:** Gypsy Rose Blanchard je također bila predmet medijskog senzacionalizma. Korisnici su se bavili detaljima njenog života i slučaja, ponekad na način koji je naglašavao spektakularne aspekte priče umjesto složenosti njenog stvarnog iskustva. Takva percepcija može dovesti do površnog razumijevanja njenih postupaka i problema.
4. **Utjecaj Influencera i Novinara:** Neki influenceri i novinari također su igrali ključnu ulogu u oblikovanju mišljenja o Gypsy Rose. Njihovi postovi, članci i komentari često su oblikovali pogled i utjecali na to kako je publika gledala na njen slučaj. Ovo može uključivati kako su predstavili njezin slučaj, koje aspekte su naglasili i kako su interpretirali njezine postupke.
5. **Različite Perspektive i rasprave:** Na društvenim mrežama su se odvijale rasprave koje su uključivale različite perspektive o njenom slučaju, uključujući psihološke i socijalne aspekte. Ove rasprave su omogućile korisnicima da se bave složenim pitanjima i razmotre različite aspekte njenog života i ponašanja.

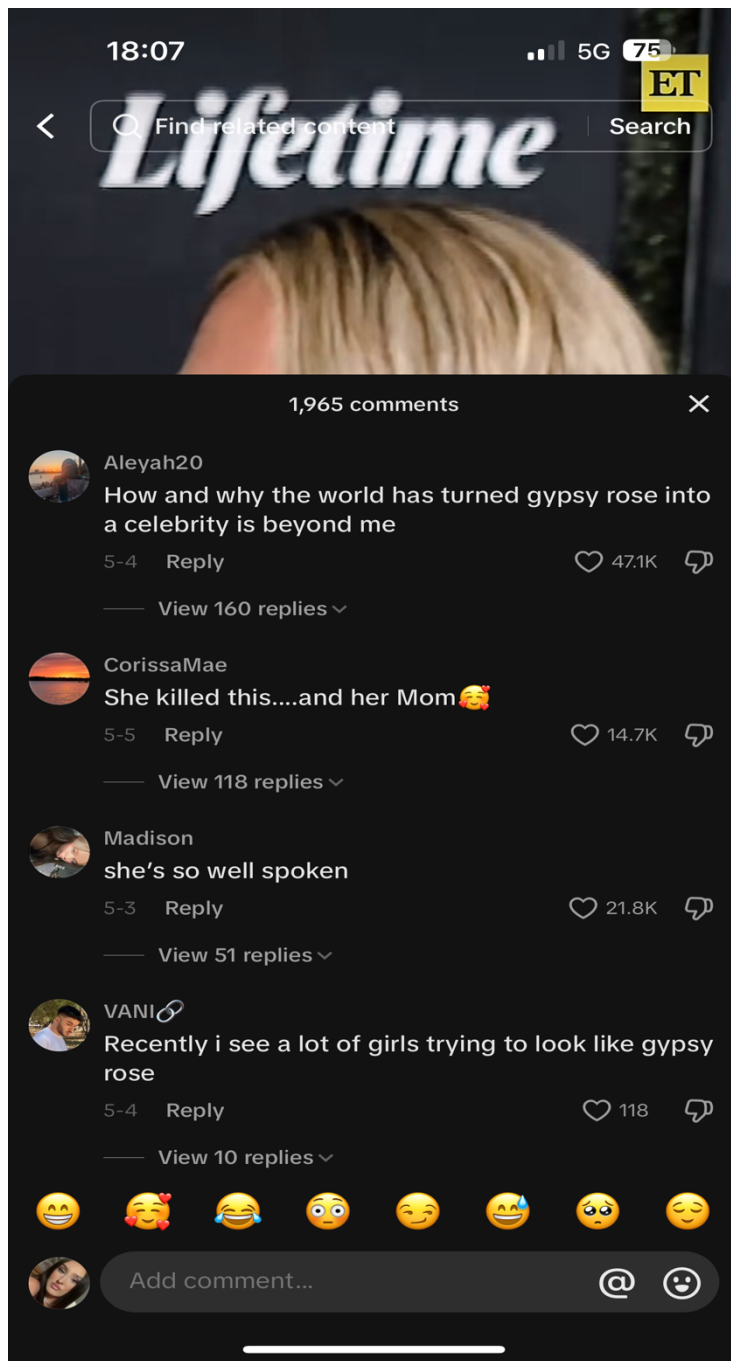
Neki od primjera su:



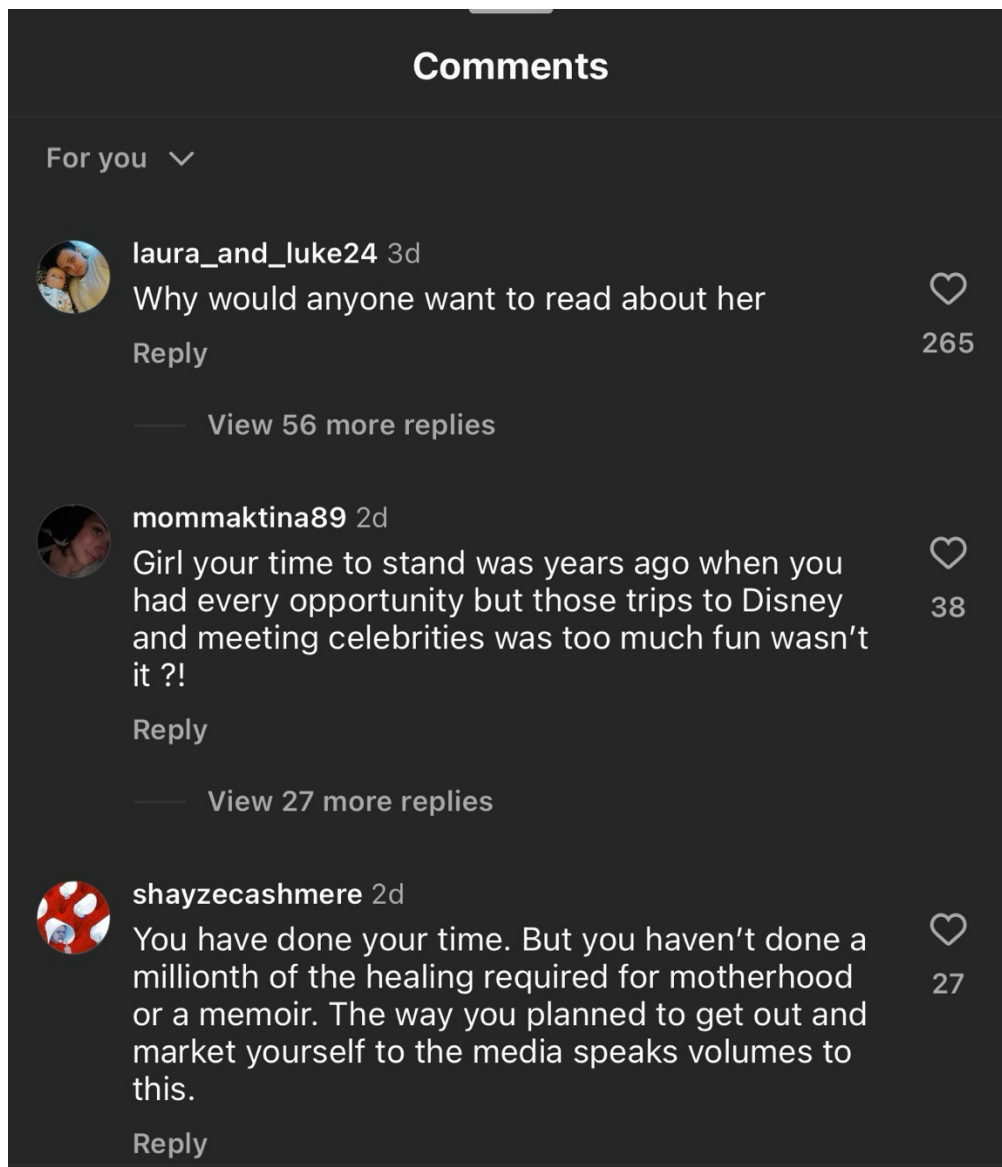
Slika 7. TikTok video o objavi za kupovinu potrepština za dijete



Slika 8. Komentari na TikTok objavi, Alma Rose

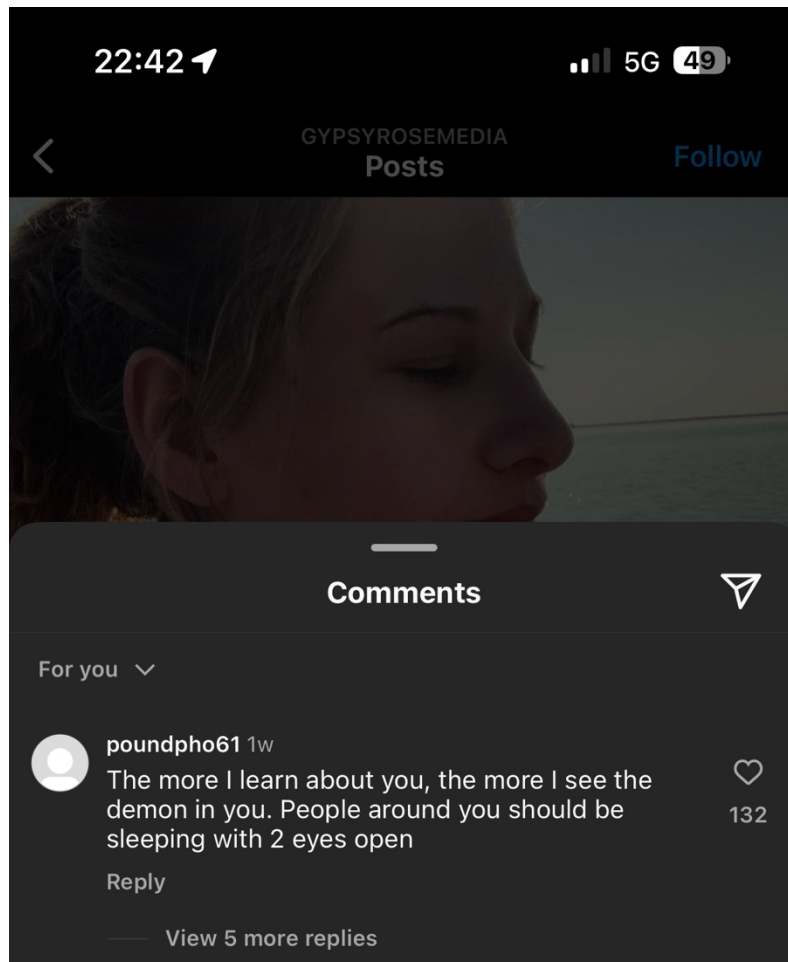


Slika 9. Komentari na TikTok objavi, Lifetime



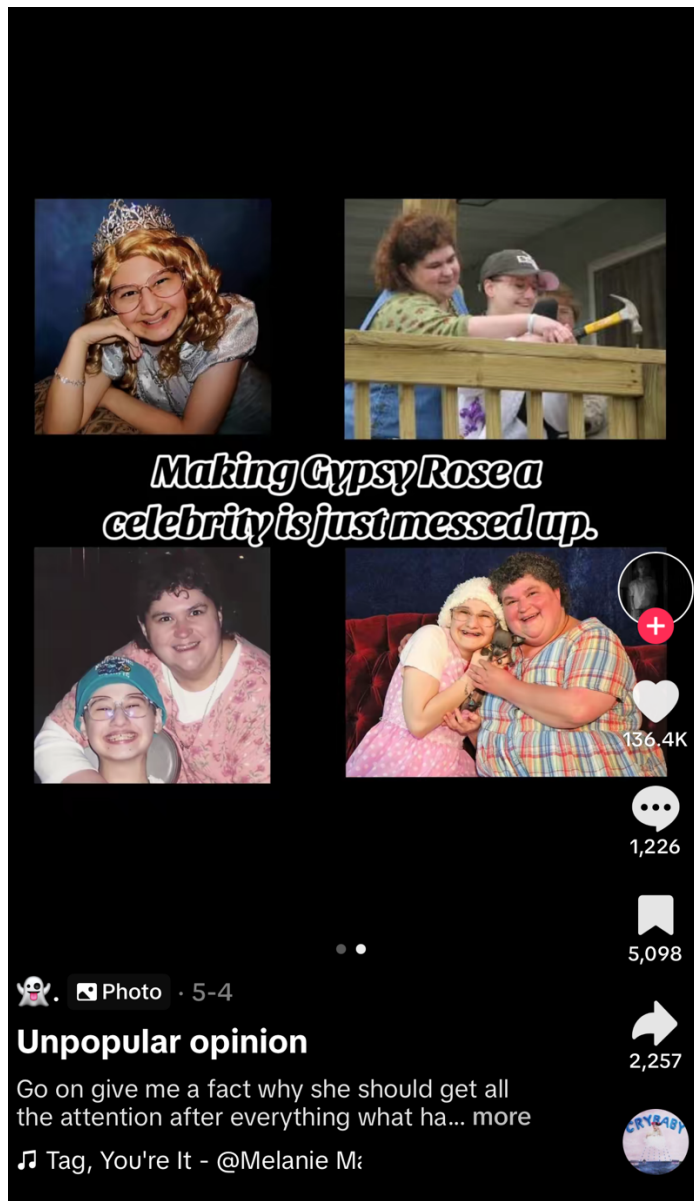
Slika 10. Komentari na Instagram objavi

Ovi komentari se odnose na najavu nove knjige koju će Gypsy Rose izdati. Ova objava kao i mnoge izazvale su lavinu mržnje na društvenim mrežama.



Slika 11. Negativni komentar na Instagramu

Komentari su sve češće loši, da je Gypsy Rose zaključala komentare na nekim objavama, ali aktivno na TikToku dijeli videozapise uživo. Tematike su „GRWM“ (Get ready with me), porod, q&a tip videa sa Kenom.



Slika 12. TikTok objava

5. Zaključak

Uspon društvenih mreža i influencer marketinga duboko je promijenio način na koji se oblikuje javno mišljenje i potrošačke navike. Platforme društvenih medija i influenceri postali su ključni u oblikovanju percepcije brendova i poticanju potrošačkih odluka.

Koncept parasocijalnih odnosa dodatno komplicira ovu dinamiku, omogućujući jednostrane, emocionalno nabijene veze između medijskih figura i njihovih publika, čime se medijska interakcija čini osobnijom i utjecajnijom. Slučaj Gypsy Rose Blanchard ilustrira snažnu povezanost između društvenih mreža i parasocijalnih odnosa. Njezina tragična i kontroverzna priča privukla je značajnu medijsku pažnju i javni nadzor, što je dodatno pojačano njezinom prisutnošću na društvenim mrežama.

Nakon što je puštena iz zatvora, Gypsy Rose je koristila društvene mreže kako bi komunicirala s javnošću, dok su parasocijalni odnosi omogućili obožavateljima da se emocionalno povežu s njenom pričom. Reakcije publike na Gypsy Rose i njezine postupke ilustriraju duboki utjecaj društvenih mreža na oblikovanje narativa i utjecanje na percepciju publike. Razvijanje parasocijalnih odnosa s medijskim figurama može dovesti do intenziviranih reakcija, kako pozitivnih tako i negativnih. Ovaj slučaj naglašava značajnu ulogu koju društvene mreže i parasocijalna dinamika igraju u oblikovanju javnog mišljenja i složene načine na koje se pojedinci i njihove priče percipiraju u digitalnom dobu.

Sveukupno, priča Gypsy Rose Blanchard otkriva dvostruku prirodu društvenih mreža: kao moćan alat za komunikaciju i utjecaj te kao platformu na kojoj parasocijalni odnosi mogu oblikovati i ponekad iskriviti javnu percepciju. Ova interakcija pokazuje potrebu za kritičkim pristupom medijskom sadržaju i sviješću o emocionalnim i psihološkim utjecajima digitalnih interakcija.

6. Literatura

Arger, A. (2023) *Who is Gypsy Rose Blanchard? why a 'sick' girl helped murder her mom*, *Scripps News*. Dohvaćeno iz: <https://scrippsnews.com/stories/who-is-gypsy-rose-blanchard-why-a-sick-girl-helped-murder-her-mom/> (pristup: 23.08.2024).

- Cohen, D. and Vujić, K. (2024) *Gypsy Rose Blanchard is back on TikTok, The Cut*. Dohvaćeno iz: <https://www.thecut.com/article/why-did-gypsy-rose-blanchard-leave-instagram-tiktok.html> (pristup: 23.08.2024).
- Dean, M. (2016) *Dee Dee wanted her daughter to be sick, gypsy wanted her mom murdered, BuzzFeed News*. Dohvaćeno iz: <https://www.buzzfeednews.com/article/michelledean/dee-dee-wanted-her-daughter-to-be-sick-gypsy-wanted-her-mom> (pristup: 23.08.2024).
- Flinders, P. (2017) *Gypsy Rose Blanchard claims mom convinced everyone she was ill and disabled since childhood, Yahoo! News*. Dohvaćeno iz: <https://uk.news.yahoo.com/gypsy-rose-blanchard-claims-mom-080327729.html> (pristup: 23.08.2024).
- Horton, D. (2006) *Mass Communication and Para-Social Interaction*
- Influencer > utjecajna osoba/skupina/Tvrtka - Bolje je hrvatski!* (no date) *Bolje je Hrvatski*. Dohvaćeno iz: <https://bolje.hr/rijec/influencer-gt-utjecajna-osoba-skupina-tvrtka/136/> (pristup: 01.09.2024.).
- Keegan, H. (2015) *That Knife Blancharde suspect said he mailed to Wisconsin? search turns up envelope. and \$4,400, Leader*. Dohvaćeno iz: <https://www.news-leader.com/story/news/crime/2015/06/18/search-warrant-provides-new-details-blancharde-case/28958433/> (pristup: 23.08.2024.).
- Keegan, H. (2016) *In 'extraordinary' case, Gypsy Blanchard gets 10 years for murdering mother, Leader*. Dohvaćeno iz: <https://www.news-leader.com/story/news/crime/2016/07/05/gypsy-blanchard-pleads-guilty-murder/86617662/> (pristup: 23.08.2024).
- Keegan, H. (2021) *Everything you need to know about Dee Dee and Gypsy Rose Blanchard, Leader*. Dohvaćeno iz: <https://www.news-leader.com/story/news/local/2017/05/10/gypsy-blanchard-everything-you-need-know-case/101499166/> (pristup: 23.08.2024).
- Keen, A. (2007) *The Cult of the Amateur*
- Ištvanović, L. (2020) *Influenceri i medijska manipulacija*. Dohvaćeno iz: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:175700> (pristup: 01.09.2024.)
- McIntyre K. (2014) *The Evolution of Social Media from 1969 to 2013: A Change in Competition and a Trend Toward Complementary, Niche Sites*
- Lehmann, W. (2024) *Social Media Theory and Communications Practice*
- Lynn, C.A. et al. (2021) *Effects of parasocial interaction with an instafamous influencer*

- Romano, A. (2024) *Gypsy-rose blanchard, whose bizarre tale of abuse ended in her mother's murder, is the latest free woman at the eye of a media hurricane*, Vox. Dohvaćeno iz: <https://www.vox.com/culture/2024/1/6/24027177/gypsy-rose-blanchard-britney-spears-release-memes-husband-interviews> (pristup: 23.08.2024)
- Roppolo, M. (2024) *Gypsy Rose Blanchard released from prison after serving 7 years for mother's murder. here's what to know about her case.*, CBS News. Dohvaćeno iz: <https://www.cbsnews.com/news/gypsy-rose-blanchard-parole-dee-dee-blanchard/> (pristup: 23.08.2024).
- Ružić, S. (2022) Prikaz influencerica na najčitanijim portalima u Hrvatskoj. Dohvaćeno iz: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:261253> (pristup: 15.08.2024.)
- Santaflorentina, H. (2024) *Gypsy Rose Blanchard to explore life after prison release in New Docuseries*, E! Online. Dohvaćeno iz: <https://www.eonline.com/news/1394634/gypsy-rose-blanchard-to-explore-life-after-prison-release-in-new-docuseries> (pristup: 23.08. 2024)
- Starej, F. (2020) Influenceri kao opinion leaderi: suvremen pogled na 2-step flow teoriju Paula Lazarsfelda. Dohvaćeno iz: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:011858> (pristup: 16.08.2024.)
- Turner, J. (2011) How to make money with social media
- Verković, A. (2019) Novi mediji i influenceri. Dohvaćeno iz: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:604820> (pristup: 16.08.2024.)
- Vlašić, I. (2022) 'Obilježja parasocijalnih odnosa od vremena tradicionalnih medija do društvenih mreža'. Dohvaćeno iz: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:640876> (pristup: 16.08.2024.)

7. Popis slika

Slika 1. Gypsy Rose i Dee Dee Blanchard

Slika 2. Objava s Facebook profila

Slika 3. Gypsy Rose i Nick

Slika 4. Naslovnica knjige

Slika 5. Novi Instagram profil

Slika 6. Poruka između Gypsy i Godejohna

Slika 7. TikTok video o objavi za kupovinu potrepština za dijete

Slika 8. Komentari na TikTok objavi, Alma Rose

Slika 9. Komentari na TikTok objavi, Lifetime

Slika 10. Komentari na Instagram objavi

Slika 11. Negativni komentar na Instagramu

Slika 12. TikTok objava