

Politički konflikt u virtualnom prostoru

Bajić, Ines

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:713471>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-18**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA KULTURALNE STUDIJE

Ines Bajić

POLITIČKI KONFLIKT U VIRTUALNOM PROSTORU

DIPLOMSKI RAD

Rijeka, 03.09.2019.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA KULTURALNE STUDIJE

Ines Bajić

POLITIČKI KONFLIKT U VIRTUALNOM PROSTORU

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: dr. sc. Katarina Peović Vuković

Rijeka, 03.09.2019.

Sadržaj:

| | |
|---|------------|
| 1. Uvod..... | 1. |
| 2. Kratki povijesni presjek hrvatskog novinarstva od početka do danas..... | 3. |
| 3. Kako su nastali novi mediji..... | 8. |
| 3.1. Načela novih medija..... | 11. |
| 3.2. Internet..... | 15. |
| 3.3. Mediji nakon decentralizacije..... | 17. |
| 3.4. Internet kao medij..... | 21. |
| 4. Razvoj publike..... | 24. |
| 5. Početak komunikacije..... | 27. |
| 5.1. Komunikacija..... | 28. |
| 5.2. Društveno odgovorna komunikacija..... | 30. |
| 6. Ljudska prava..... | 32. |
| 6.1. Etika na internetu..... | 34. |
| 6.2. Novi zakon ili moralna panika?..... | 36. |
| 6.2. Identitet vs. virtualni identitet..... | 38. |
| 7. Vlastito istraživanje..... | 42. |
| 8. Zaključak..... | 48. |
| 9. Literatura..... | 49. |
| 10. Članci korišteni u analizi..... | 53. |
| 11. Sažetak..... | 56. |

Kazalo grafova i tablica

Tablica 1. Prikaz omjera negativnih, pozitivnih i ostalih komentara na negativne vijesti...**43.**

Tablica 2. Prikaz omjera negativnih, pozitivnih i ostalih komentara na pozitivne vijesti...**45.**

Graf 1. Prikaz omjera negativnih, pozitivnih i ostalih komentara na negativne vijesti.....**43.**

Graf 2. Prikaz omjera negativnih, pozitivnih i ostalih komentara na pozitivne vijesti.....**45.**

1. Uvod

Početak 2018. godine je u Hrvatskoj aktualizirao pitanje govora mržnje u virtualnom prostoru. Naime, internet je svojom pojavom omogućio nešto što konzumentima vijesti do nedavno nije bilo omogućeno. Radi se o mogućnosti komentiranja čime primatelji vijesti ujedno postaju i kreatori. Iako se na publiku počelo gledati kao na aktivnu osnutkom Frankfurtske škole¹, njihova aktivnost podrazumijevala je kritičko razmišljanje o primljenom sadržaju. Međutim, internet je, kao najveća medijska platforma, omogućio svojim korisnicima, odnosno publici, mogućnost kreiranja vlastitog medijskog sadržaja. Time ljudi istovremeno postaju primatelji i kreatori vijesti. Jedan od načina stvaranja tog sadržaja je, uz kreiranje vlastitog bloga, YouTube videa i sl., i pisanje te objavljivanje vlastitih komentara. Komentirati je moguće bilo što, od videa na YouTube platformi do raznih sadržaja na Facebooku i sličnim stranicama, a često korisnici komentiraju članke na raznim novinskim portalima. Radi se o tome da se u suvremenom dobu gotovo sve novine, koje su se prije interneta prodavale samo u fizičkom obliku, sada mogu naći u virtualnom obliku. Neki novinski portali poput index.hr-a distribuiraju se isključivo putem interneta. Upravo su komentari na slične portale koji djeluju u Republici Hrvatskoj na hrvatskom jeziku, polazište za ovaj diplomski rad. Točnije, kroz ovaj rad ću pokušati teoretizirati što bi zabrana određenih komentara značila za internet kakvog danas poznajemo. Sloboda govora jedna je od temeljnih ljudskih prava. Ljudska prava zajamčena su svakom čovjeku na temelju njegova postojanja i ona su neotuđiva, što znači da nikome ne mogu biti oduzeta (Benić i Vulić, 2014; 89). Iako se radi o zakonu koji je na snazi u svim zemljama svijeta, a štiti sve ljude, njegova provedba u praksi je često razočaravajuća (Jurišić, 1999). Međutim, govor mržnje je također nešto što možemo naći svugdje u svijetu, a za razliku od zaštite ljudskih prava, u praksi je vrlo zastupljen. „Pod govorom mržnje općenito se misli na verbalno izražavanje agresivnosti prema manjinskim društvenim skupinama. To je svaka "vrsta govora kojom se širi, potiče ili opravdava nacionalna i rasna netrpeljivost, ksenofobija, antisemitizam, vjerski i drugi oblici mržnje temeljeni na nesnošljivosti" (Malović i sur., 2007; 61). Sloboda govora i govor mržnje su, iako oprečni pojmovi, pojmovi za koje se podrazumijeva da idu zajedno u kombinaciji. Ukoliko je čovjek slobodan reći sve što želi i misli, tada bi mu u teoriji trebalo biti

¹Frankfurtska škola je naziv za grupu neomarksističkih filozofa okupljenih oko Instituta za društvena za društvena istraživanja čiji su intelektualci bili usmjereni na kritiku kapitalističkog društva (Thereborn, G. 2011).

omogućeno da se izrazi i na vulgaran, oštar i neprijatan način, ako je to ono što izražava njegovo mišljenje u tom trenutku. Većina država i funkcionira na taj način. Međutim, sve veća aktivnost korisnika na internetu, a pogotovo opcija komentiranja dovela je do propitivanja posljedica govora mržnje i opcije suzbijanja iste. Njemačka je početkom 2018. godine uvela rigorozne mjere protiv govora mržnje na internetu, a po uzoru na nju se, između ostalih europskih zemalja, i u Hrvatskoj počelo raspravljati o uvođenju sličnog zakona. Fokus ovog rada je na promjeni koncepta slobode govora. Ukoliko bi se ukinuo govor mržnje na internetu, ona bi bila izmijenjena u obliku u kojem je do sada bila poznata. Provest ću vlastito malo istraživanje tako što ću nekoliko dana paralelno pratiti komentare na člancima novinskog portala 24 sata i dati uvid koliko je govor mržnje u Hrvatskoj zaista prisutan. Pratiti ću omjer negativnih i pozitivnih komentara te prirodu vijesti kako bih došla do tih rezultata. Na temelju toga ću pokušati donijeti općeniti zaključak o trenutnom stanju prakse komentiranja i konotacije koju ista nosi sa sobom u Hrvatskoj. Pri pisanju ću se koristiti i stručnom literaturom relevantnih teoretičara i teoretičarki, kako za područje kulturalnih studija, tako i za dotičnu tematiku. Prije svega ću se kratko osvrnuti na početak i razvoj novinarstva, s naglaskom na publiku u Hrvatskoj do danas. Zatim ću se dotaknuti pitanja novih medija kao pojma koji pojavom digitalizacije zauzima središnje mjesto, a zatim i interneta te njegove strukture kao najveće medijske platforme današnjice. Pri analizi ove problematike neizostavno je pitanje etike općenito kao i sve popularnijih teorija o etici u medijima. Neizostavan je i koncept komunikacije, odnosno njezine transformacija kada je riječ o onoj na internetu i virtualnom prostoru pa će i taj segment zajedno sa segmentom virtualnog prostora biti razrađen kroz rad, a cijeli teorijski dio zaokružiti ću vlastitom analizom.

2. Kratki povijesni presjek hrvatskog novinarstva od početka do danas

Početak novinarstva u Hrvatskoj seže u 1771. godinu s prvim hrvatskim tjednikom *Ephemerides Zagrebienses*² koji se pojavio u Zagrebu, a put novinarstva u Hrvatskoj bio je dug i spor. Bilo je mnogo neuspjelih projekta, a i oni koji su bili uspješni su se prodavali u svega nekoliko stotina primjeraka. Novinarstvo u Hrvatskoj svoje mjesto ozbiljnije zauzima prije, za vrijeme, i nakon Prvog i Drugog svjetskog rata. Osim razvoja tehnologije i prometne povezanosti, tome pridonosi i znatiželja oko političke situacije. Uoči Prvog svjetskog rata, najprodavanije novine bile su one senzacionalističkog tipa (članci o kriminalu, skandalima, katastrofama, ali i ekonomskim kretanjama itd.) Tako slobodan razvoj novina trajao je do 1912. godine kada se uveo Zakon o tisku. Iako je i do tada postojao, ovaj zakon je bio mnogo stroži i unazadio je razvoj novinarstva (Najbar-Agičić, 2015; 54-132). Za vrijeme, i nakon Prvog svjetskog rata, novinarstvo je dobilo novu ulogu. Trebalo je formirati određen osjećaj kod čitateljstva, osjećaj domoljublja i homogenizacije. Zbog toga vijesti nisu bile objektivne, već bi se žrtve jedne zaraćene strane npr. ignorirale, dok bi se druge veličale, kao i sve okolnosti vezane za sukob. Novinarstvo je opet zadobilo slobodniju formu u međuratnom stanju, no već je za vrijeme Drugog svjetskog rata zapao pod kontrolirane uvjete, čija je najveća funkcija bila ratna propaganda. Iako bi novinarstvo uvijek trebalo biti objektivno i služiti u svrhu nepristranog informiranja, tome često nije tako. Zbog toga novinarstvo još od početaka vuče razne negativne konotacije. Svejedno, pogotovo u svojim počecima, novinarstvo je uživalo veliku moć. Recipijenti su upijali pročitane informacije i najčešće ih uzimali zdravo za gotovo. Mислеći kako se cenzura može naći samo u diktatorskim zemljama, ljudi su olako prihvaćali informacije. Tome je pogodovalo i državno propagiranje slobodnog izražavanja u novinarstvu. Iako se naizgled činilo kako se vladajući bore za slobodu novinarstva zbog stavova koje su iznosili javno, istina je bila drukčija. Publika nije bila svjesna u kojim se sve oblicima cenzura pojavljivala kao rezultat plasiranja onog što vladajućima odgovara³ (Grbelja, 1996; 11-39). Mnoge države ne priznaju cenzuru te joj se

2 „Prva periodička tiskovina u Hrvatskoj bile su *Ephemerides Zagrebienses* (Zagrebačke novine) pokrenute 1771. godine na latinskom jeziku. *Ephemerides* su izlazile tjedno, svake subote na četiri stranice. Izdavač je bio Antun Jandera, upravitelj Kaptolske tiskare“ (Najbar-Agičić, 2015: 55).

3„U periodu između dva svjetska rata, pa sve do sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća, teorije koje su se bavile medijskim publikama prvenstveno su se fokusirale na medije kao agense moći i kontrole koji putem svojih sadržaja utječu na publike. Pritom su medijske publike percipirane kao pasivna,

suprotstavljaju. „Iako je formalno ukinuta u mnogim zemljama, cenzura se javlja u prikrivenom vidu, kao oblik kontrole i to primjenom niza mjera: prethodnim prijavama, odobrenjima, potkupljivanjem vlasnika, osiguravanjem utjecaja u redakcijama u kojima se vrši autocenzura, financijskim pritiskom davatelja reklamnih oglasa i na mnoge druge načine“ (Grbelja, 1998; 39). Međutim, realno stanje je mnogo drukčije. Iako se politička situacija uvelike izmijenila od početka novinarstva u Hrvatskoj, a time i količina utjecaja koja se vršila na novinarstvo od strane vladajućih, ono što se najviše promijenilo kod cenzure je svijest publike- recipijenta koji su sve svjesniji njezine prisutnosti. Cenzura je i dalje uvelike prisutna, iako kazna za one koje se ne pridržavaju pravila nije toliko drastična kao što je to bilo za vrijeme, i nakon Drugog svjetskog rata⁴. Prognanstvo i strijeljanje tako su bili česta praksa (Grbelja, 1998; 77-91). Iako danas sankcije nisu toliko drastične, još uvijek postoji praksa dijeljenja otkaza onima koji pišu previše slobodno. Prema Grbelji se može pratiti promjena masovnog informiranja kroz pet faza u Hrvatskoj, ali i ostalim državama Jugoslavije. Prva faza je predratna koja djeluje klasno- socijalno te opredjeljujuće, uz ono diktatorsko-fašističko. Druga faza je ratna te označava pozivalačko, optimistično, zbližavalačko, uz ono okupatorsko-kvislinško. Treća faza je agitacijska, odnosno herojsko vrijeme štampe, a podrazumijeva junake, divljenje, sreću uz ono sovjetizirano, boljševičko, uništavajuće, uniformno. Četvrta je ekonomska - obuhvaća šezdesete i sedamdesete godine (dezinformacijsko novinarstvo) te peta- delegatska koja je navodno pluralistička i tribina svih (Grbelja, 1998; 162). U tom smislu bi četvrta faza obuhvaćala Hrvatsko proljeće za vrijeme kojeg je politička situacija bila mirnija i liberalnija, a razvoj medija slobodniji. Nakon rata, novinske vijesti su sve više počele zadobivati zabavni štih pa se ubrzo počele brisati granice između informiranja i zabave. Takav tip novinarstva opstaje do danas kad su tabloidi najprodavanija skupina časopisa. Kontrola nad medijima nikada nije prestala, moguće je samo da si neki časopisi mogu priuštiti veću, a neki manju slobodu (Najbar-Agičić, 2015; 180-188). Mediji, a pogotovo tisak, oduvijek imaju veliku moć nad čitateljima. Rat je ostavio dugotrajne posljedice koje su stvorile takvu klimu da se još godinama nakon rata nisu slegli dojmovi, te je tema ostala aktualna. Iako se nakon 1990-ih u Hrvatskoj popravilo stanje s kontrolom

manipulirana masa ili su pak potpuno zanemarene, viđene naprosto kao ‘primatelji poruka’ (Hromadžić, Popović, 2010; 99).

⁴Josip Grbelja u svojoj knjizi „U hrvatskom novinarstvu 1945.- 1999.“ navodi dugi popis novinara i umjetnika koji su nastradali zbog nepridržavanja dogovora oko onog što se smije pisati (Grbelja, 1988; 81-100).

medijskog sadržaja od strane vladajućih, posljedice se očituju u nepovjerenju čitatelja. Čitatelji više ne znaju što da vjeruju. Tome ne ide u prilog privatizacija medija i njihova orijentacija prema kapitalu. Izobličenje, preuveličavanje i laži u svrhu prodavanja novina ne idu u prilog novinarima koji u takvim okolnostima stječu niski status. Tako je prvotno apsolutno povjerenje čitatelja zamijenjeno skeptičnošću zbog cenzure, a zatim zbog iskrivljenih sadržaja koje su tiskani mediji iznosili. Još prije pojave interneta razni su članci izazivali različite reakcije. Razlika je u tome što čitatelji prije pojave interneta nisu mogli ostaviti neugodne komentare ispod medijskih sadržaja. Čitatelj se od pasivnog primatelja informacija pretvorio u aktivnog čitatelja koji može kreirati i vlastiti medijski sadržaj i to sadržaj koji nije napisan ni po čijoj direktivi. Pitanja koje se ovdje mogu postaviti su: hoće li zakon o ukidanju govora mržnje u virtualnom prostoru ponovo učiniti čitatelje pasivnima te ih na neki način staviti pod kontrolu, kao što je slučaj s većinom medijskih sadržaja? Je li vrijeme za cenzuru mišljenja publike, koja je dugo vremena bila u nepovoljnom položaju? Iako mediji imaju dugu povijest stvaranja negativnog raspoloženja kod čitatelja, pitanje je zašto je govor mržnje tek danas postao osviješteni problem?

Pojavom tehnologije danas je sve manje cenzure. S obzirom na to da svi na neki način stvaraju medijski sadržaj, veoma je teško pratiti što bi sve trebalo biti cenzurirano. Iako novinari još uvijek teže cenzuri, publika je pronašla načine kako sama stvarati vijesti. Kako ne bi bili „izgurani“ od strane čitatelja, novinari moraju pronaći nove alternative pri stvaranju vijesti. Pa osim toga što one moraju biti što atraktivnije i bez cenzura, moraju pratiti i tehnološki razvoj te se plasirati u što različitim formama (u novinama, na televiziji, ali obavezno na internetu). Internet je danas najveća medijska platforma te ona vijest koja nije objavljena na internetu kao da ostaje bez pedeset posto primatelja. Prve internet novine u Hrvatskoj se pojavljuju 1993. godine, a riječ je o računalnim časopisima Byte i Bug koje su se na internetu mogli pročitati prije nego u fizičkom obliku, iako je u to vrijeme internetsku vezu moglo uspostaviti veoma mali broj ljudi. Prijelomna godina je 1998. kada veći broj ljudi ima pristup internetu te sve više novina ima svoj internetski portal (Brautović, 2010; 23-42). Iako je prošlo još nekoliko godina do razvoja interneta i sadržaja koji se mogu na njemu pronaći, a kakvog poznajemo danas, nedvojbeno je kako se radi o revolucionarnoj platformi. Ljudi su objeručke prihvatili takvu platformu gdje sami mogu doprinosti na mnogobrojne načine. Najpopularnije je objavljivanje video klipova na YouTube kanalu. Ta videa mogu biti razne reportaže ili osvrti običnih ljudi, ne novinarske profesije. Zatim prednjače blogovi. Blogovi su mrežni dnevници koje može kreirati bilo tko, zatim razni članci, komentari i slično. Sve češće i

novinari moraju biti upoznati s novim formama te stvarati vlastite blogove, ali i ostale medijske formate kako bi držali korak i bili ispred ostalih kreatora. Sve te mogućnosti danas su dovele do prezasićenosti vijestima. S obzirom na to da korisnici nisu obavezni objavljevati pod imenom i prezimenom, već to može biti neki nadimak, može se naići na vijesti koje nisu vjerodostojne. To je segment koji ipak još uvijek novinarima daje prednost. Veća je mogućnost kako će vijest potpisana imenom i prezimenom nekog novinara izazvati veće odobrenje i uživati povjerenje čitatelja od one koja to nije. Nova situacija koja je zadesila novinare i publiku naziva se još i „sudionička vijest“, odnosno „sudioničke vijesti“ (Vilović, 2007; 139-142). Sudioničke vijesti kao pojam označavaju preokret od dosadašnje novinske prakse gdje publika prelazi iz pasivne u proaktivne sudionike u stvaranju vijesti. Još jedan oblik novinarstva koji se pojavio razvojem tehnologije zove se „flash novinarstvo“ koje je također dostupno svim građanima. Podrazumijeva usvajanje svih potrebnih znanja za postavljanje raznih medijskih formata na internet. Ono što je dovelo i do sudioničkih vijesti i do „flash novinarstva“ je konvergencija u novinarstvu. Iako postoji više varijanta konvergencije, poput one u kulturi, Henry Jenkins nudi univerzalnu definiciju gdje konvergencija uvijek stoji iza povezivanja dviju ili više komponenti (Vilović, 2007;146-147). Konkretno „konvergencija u medijima jest dinamičan proces koji obuhvaća različita međusobna medijska povezivanja i interakcije tehnologije, industrije, sadržaja i publike, i to nije krajnja forma“ (Vilović, 2007; 147). Drukčije rečeno, konvergencija medija bi trebala podrazumijevati pozitivnu pojavu da se što prije, na što brži način i na što više načina dođe do neke vijesti. Međutim, postavlja se pitanje kako je došlo do toga. Je li to nešto čemu su se velike novinarske kuće i monopoli nadali ili nešto što ih je zateklo. Jer, iako konvergencija ima naoko pozitivne strane za sve medijske korisnike, s druge strane rješava moći velikih korporacija. U tom slučaju više nema smisla govoriti o personaliziranim, već socijaliziranim medijima (Jenkins, 2008). Socijaliziranim zato što je prošlih nekoliko desetljeća medije zadesilo nešto što Yochai Benkler opisuje kao 'prostor' unutar kojeg trgovine, amateri, vlade, neprofitne organizacije, edukativne, aktivističke i ostale zajednice sudjeluju i djeluju međusobno na način da svaka od navedenih grupa želi postići svoj cilj, a istovremeno i pomaže u kreiranju cjelokupnog medijskog okruženja, a sve putem platformi kao što je YouTube, Second Life ili na primjer Wikipedia. Zbog toga više nije riječ o personaliziranim medijima u kojima su individue prije bile definirane kroz uloge 'konzumenta' prije nego stvaratelja, ili još bolje sudionika u novim medijskim sadržajima (Jenkins, 2008). Danas se na medije može gledati samo u uskom suodnosu s publikom zato što direktno djeluju međusobno. U svom tekstu Jenkins razrađuje proces kako zapravo konvergencija funkcionira.

On smatra kako se konvergencija ne odvija primarno kroz same medijske uređaje, već u mozgovima konzumenata. S time da uzima u obzir sve društvene okolnosti pojedinca. Time se nadovezuje na «grassroot» zajednice (grupa ili pokret koji udružuje pojedince koji utječu na korporativna postrojenja). Smatra kako su te zajednice veoma zaslužne za novi pogled na publiku kao aktivne sudionike u stvaranju medijskih proizvoda. Također navodi zajednicu fanova koji konstantno tjeraju medije na promišljanje o objavljenom. Zadnje navedene stavke spadaju u jedan od njegova tri koncepta, a to je kolektivna inteligencija. Ostala dva su konvergencija medija i participativne kulture⁵. S jedne strane takve zajednice stvaraju korisne odnose, ali s druge strane vode i k stvaranju konflikata. To znači da je danas možda teže provoditi ideologiju vladajućih putem medija kao glavnim sredstvom pri toj nakani, ili možda baš suprotno. Možda se sada ideologija širi brže no ikada, ali je pitanje tko je sada stvara. Jenkins je jedan od rijetkih kritičara koji daje zapravo uvid u to kako publika djeluje na medije, a ne obratno (Jenkins, 2008).

⁵Medijska konvergencija više je od tehnološkog pomaka. Konvergencija mijenja odnos postojećih tehnologija, industrija, tržišta, žanrova i publike. Konvergencija mijenja logiku na kojoj djeluju medijske industrije i način na koji publika proizvodi vijesti i zabavu. Treba imati na umu kako se konvergencija odnosi na proces, a ne na krajnju točku (Jenkins, 2006; 15).

Pojam participativne kulture u suprotnosti je sa starim pojmovima pasivnog medijskog promatranja. Umjesto da gledamo na medije i publiku kao na pojmove koji zauzimaju različite uloge, sada ih možemo vidjeti kao sudionike koji međusobno komuniciraju prema novim skupovima pravila koja nitko od nas u potpunosti ne razumije (Jenkins, 2006; 3).

3. Kako su nastali novi mediji

Iako je možda popularno razmišljanje kako era novih medija počinje internetom kao najnovijom medijskom platformom, tome nije tako. Početak koji tek nagoviješta nove medije seže još u daleku 1830- u godinu, a medijski teoretičar Lev Manovich u svojoj knjizi 'Jezik novih medija' upravo nudi odličan pregled razvoja tehnologije koja je zaslužna za sve što će se kasnije dogoditi. U skladu s time, ovo će se poglavlje uglavnom referirati na njega. Te 1830. godine, dakle, započinje stvaranje nove ere medija zahvaljujući Analitičkom stroju Charlesa Babbagea i dagerotipiji Luisa Daguerrea. Analitički stroj bio je preteča modernih kalkulatora te je kao takav, uz ostale odlike, imao i binarni sustav, a rezultati su se printali. Međutim, stroj nikada nije bio sastavljen do kraja. Dagerotipija je, s druge strane, proces trajnog stvaranja fotografije. Do tada su se fotografije mogle dobiti jedino razvijanjem filma koje je zatim bilo moguće uništiti. Ovaj proizvod prepoznale su i optičke prodavaonice te je u velikom broju bio pušten u prodaju, a služio je kao preteča današnjih fotoaparata. Kod dagerotipije je potrebno staviti naglasak na neuništivost fotografija. Analitički stroj je za unos podataka i uputa koristio bušene kartice čiji princip nedvojbeno „vuče“ ideju od ranije izumljenog razboja za pletenje J. M. Jacquarda iz 1800. godine. Njegov razboj za pletenje također je funkcionirao pomoću bušenih papirnih kartica, a koristio se za pletenje figurativnih prikaza (uključujući njegov vlastiti portret) (Manovich, 2001; 22). Bitno je naglasiti kako su se mediji poput: fotografije, filma, televizije, radija i slično, dugi period vremena razvijali paralelno, ali odvojeno od kompjutora koji su služili za matematičke operacije. Stapanje suvremenih medija i kompjutora dogodilo se pola stoljeća nakon što je Konrad Zuse 1936. godine izumio stroj koji nosi istoimeni naziv. Ta godina predstavlja veliku prekretnicu zato što je to ujedno i prvi digitalni kompjutor koji je doista radio. Funkcionirao je po principu odbačene 35- milimetarske filmske vrpce koja je služila za programsku kontrolu. „Jedan od sačuvanih dijelova tog filma ima binarni kod izbušen po originalnim kadrovima nekog interijera. Tipična filmska scena - dvoje ljudi nešto radi - postala je osnovicom za niz kompjutorskih komandi“ (Manovich, 2001; 25). Zuseov kompjutor postaje prvi primjer stapanja medija i kompjutora. To je trenutak u kojem dolazi do postojanja novih medija. Izumi koji prethode ujedinjenju suvremenih medija i kompjutera, a imaju važnu ulogu u stvaranju nove ere medija, odnosno prethode Zuseovom kompjuteru su prvi filmovi: Edisonova „Black Maria“ iz 1893. godine te filmovi braće Lumiere iz 1895. godine. Prekretnica se očitava u postavljanju statičnih fotografija u pokret. Što se tiče kompjutorskih medija, ključna godina bila je 1890. Herman Hollerith zaslužan je za najzastupljeniji stroj za

računanje u poslovnom svijetu do tada. Riječ je o Hollerithovom tabulatoru koji je sve podatke bušio u kartice. Nakon ovog stroja, bilo je nemoguće zamisliti rad u tvrtkama kao što je tvrtka za dobra javne potrošnje, računovodstvenim uredima i slično. Posljednji značajniji izum koji je još uvijek djelovao po principu stvaranja odvojenih matematičkih radnji od stvaranja ostalih medijskih sadržaja je Turingov stroj iz 1936. Iako je stroj mogao izvoditi samo matematičke kalkulacije, činio je to gotovo dobro kao čovjek. Stroj je funkcionirao na temelju čitanja i pisanja brojeva na beskonačnoj vrpici. Međutim, vrpčin dijagram sličio je na filmski projektor. Stroj je sličio na filmski projektor zato što se i kompjuterski program i podaci moraju pohraniti na nekom mediju. Radi se o stroju koji radi na principu kamere i projektora u jednom, ali služi u matematičke svrhe (Manovich, 2001; 24)⁶. Stapanjem kompjutorskih i ostalih medijskih forma kao što su film, fotografija, zvuk, tekst i ostalo dolazi do pravog smisla riječi novi mediji. Mediji postaju novi kada se svi već postojeći mediji mogu preoblikovati u numerički zapis koji kompjutor može prepoznati. Na taj način kompjutor postaje medijski procesor. Na tragu toga, novi mediji podrazumijevaju proces digitalizacije⁷. Prema Lev Manovichu „svi su novi medijski objekti, bilo da su kompjuterski generirani od samog početka ili su nastali na temelju mijenjanja analognih medijskih izvora, sastavljeni od digitalnog koda - numerička reprezentiranja“ (Manovich, 2001; 26). To bi značilo shvaćanje kako npr. tiskana knjiga, podložna fizičkom uništavanju, spada u starije medije, no ona koja je unesena u kompjutor - u nove medije. To nije pogrešno shvaćanje, ali može odvesti u smjeru razmišljanja o „smrti“ starih medija te u tom smislu treba biti pažljiv s terminologijom.

Pojam „novi medij“ može biti problematičan u smislu da je uvijek neki medij bio nov u određenom razdoblju, što može dovesti do pogrešnog razmišljanja kako je došlo do „smrti“ starih medija, što je u potpunosti netočno. Međutim, ukoliko bi se vodili do sada rečenom o novim medijima - kako su novi mediji samo oni koji pojavljuju u kompjuterski posredovanom

6.,Izumitelji filma na koncu su odlučili koristiti niz zasebnih slika snimljenih na celuidnoj vrpici, dok su izumitelji kompjutora - kojima je bila veća brzina pristupa, kao i mogućnost brzog čitanja i pisanja podataka - na koncu počeli podatke pohranjivati elektronički, u binarnom kodu“ (Manovich, 25; 2001).

7.,Konvertiranje kontinuiranih podataka u numerički tip reprezentiranja naziva se digitalizacija. Digitalizacija se sastoji od dva koraka: uzorkovanja i kvantizacije. Prvo se uzorkuju podaci, najčešće u pravilnim intervalima. Tehnički, uzorak se definira kao „mjera stvorena u konkretnom vremensko-prostornom odsječku, a u skladu s određenom procedurom. Učestalost uzorkovanja se naziva rezolucija. Uzorkovanje pretvara kontinuirane podatke u razdvojene podatke. Ti se podaci pojavljuju u diskretnim jedinicama: ljudi, stranice, knjige, pikseli. Zatim se svaki uzorak kvantificira, odnosno pripisuje mu se numerička vrijednost koja se izvodi iz određenog opsega“ (Manovich, 26; 2001).

obliku, dalo bi se izvesti takav zaključak. Zbog toga se Manovich, kao i ostali teoretičari novih medija, slaže kako se danas svi mediji mogu smatrati novim medijima te kako nema smrti starih medija. Ali, svejedno, koristi se izraz „novi mediji“ koji stoji iza modernog poimanja digitalno posredovanih medija. „Novi mediji kao digitalni mediji jesu: e-mail, World Wide Web, DVD, CD-ROM, MP3, Ipod itd., (Paić, 2008). Svi ti mediji ne bi postojali bez interneta, „mreže svih mreža“. „Daljnja dioba novih medija kao digitalnih medija pokazuje da su novi mediji istodobno i tehnički proizvedena sredstva informacija i komunikacija. To su mobilni telefon, kompaktni disk, digitalni video, digitalna televizija, e-Book, internet, kompjutorske igre i novi interaktivni mediji. Oni nastaju hiperprodukcijom “novih” uređaja ubrzane digitalizacije svijeta“ (Paić, 2008). Ukratko, iako novi mediji predstavljaju svaki oblik zapisa ili prikaza koji je pomoću numeričkog zapisa preveden u digitalni oblik, to ne podrazumijeva smrt starih medija, već praktični naziv za jednu novu eru medijskog posredovanja s kraja prošlog stoljeća do danas.

3.1. Načela novih medija

Kao što je za ovaj diplomski rad, prije nego što se dotakne svoje srži, bilo važno izložiti kako je došlo do postojanja novih medija, odnosno dotaknuti se procesa digitalizacije kao ključnog faktora istih, tako je važno i iznijeti načela novih medija. Važno je zbog toga što komentiranje, ugrubo rečeno, ne bi bilo moguće da ne postoje svi ti segmenti, a što je još važnije, ne bi bila moguća ni cenzura. Bez digitalizacije ne bi ni postojao „on line“ svijet gdje bi se sve to odvijalo. Iako je komentiranje moguće na gotovo svim internetskim stranicama, od Facebooka, YouTubea i slično, ovaj diplomski rad usmjeren je na analizu novinskih - „on line“ izdanja. Odvajanje dijela od cjeline, a da se pritom ne mijenja sadržaj, veoma je bitan faktor pri ostavljanju vlastitih komentara, a također i brisanja istih. Načela novih medija su: numeričko reprezentiranje, modularnost, automatizacija, varijabilnost i transkodiranje (Manovich, 2001).

Definicija prvog načela novih medija - numeričko reprezentiranje, glasi kako je to osnovni uvjet nastajanja novog medija. Svaki medij koji postaje novi, prolazi kroz proces digitalizacije za čiju je provedbu osnovan numerički kod⁸. Iako su film i fotografija postojali još prije digitalizacije, također su se vodili principom kombinacije kontinuiranog i razdvojenog kodiranja. Ono što je im je nedostajalo kako bi se na njih gledalo kao na digitalnu formu, bila je kvantificiranost uzoraka. Međutim, može se reći kako su se medijske tehnologije oduvijek koristile nekim oblikom razdvojenih jedinica. Jedna teorija, ona koja se oslanja na učenje Ronalda Barthesa govori o tome kako je općenito, sva postojeća ljudska komunikacija utemeljena na razdvojenim jedinicama (govor dijelimo na rečenice, rečenice na riječi, riječi na morfeme). Te je samim time logično kako će se i mediji pri reprezentiranju sadržaja voditi istom idejom. Međutim, detaljnijom analizom, ova je teorija odbačena argumentom kako takvo gledište ne može biti univerzalno. „Razdvojene jedinice suvremenih medija obično nisu jedinice značenja na način kao što su to morfemi. Niti filmske sličice niti točke u nijansama jedne boje nemaju veze s tim kako film ili fotografija utječu na gledatelja“ (Manovich, 2001; 29). No, teorija koja je prihvatljivija je ona koja govori kako je do prakse

8,1.1. „Novi se medijski objekt može opisati formalno (matematički). Na primjer, slika ili obris se mogu opisati pomoću matematičkih funkcija“.

1.2. „Novi se medijski objekt može podvrgnuti algoritamskoj manipulaciji. Na primjer, primjenom odgovarajućih algoritama možemo automatski ukloniti „šum“ iz fotografije, poboljšati njezin kontrast, locirati rubove obrisa ili promijeniti njezine obrise. Ukratko, postaje moguće programirati medij“ (Manovich, 2001;27).

razdvojenih jedinica u medijima došlo zbog okruženja industrijske revolucije, za čije su vrijeme nastali suvremeni mediji. Devetnaesto stoljeće donosi novi oblik podjele rada. Rad u tvornicama podrazumijeva standardizaciju i podjelu radova. Poanta je bila u tome da je jedan radnik znao samo svoj dio zadatka, a ne cijeli proces proizvodnje pa ga zbog toga nije bilo teško zamijeniti, a da sve ostalo ne „pati“. Kako bilo, filozofija industrijske revolucije bila je masovna proizvodnja za homogenu masu. Kako je vrijeme prolazilo, medijska publika postala je sve raznolikija pa se može reći kako je poveznica rada novih medija s radom postindustrijskog društva također pogrešna, jer, baš naprotiv - novi mediji podilaze pojedincu i njegovim potrebama, a ne potrebama mase (Manovich, 2001; 27-30).

Modularnost je načelo novih medija i može se još nazvati i „fraktalnom strukturom novih medija“. Baš kao što fraktal ima i pri različitim veličinama istu strukturu, tako i novi medijski objekt ima uvijek istu modularnu strukturu“ (Manovich, 2001; 30). Ukratko, radi se o tome da je moguće izmjenjivati neke elemente određenog medija, a da ti izuzeti elementi ne utječu na ostatak sadržaja. Za primjer se može uzeti Word dokument koji može sadržavati tekstualne, slikovne, zvukovne i razne druge elemente. Oko teksta se na primjer može dodavati bezbroj slika, kao i oduzimati, a da pritom to nema nikakvog utjecaja na tekst. Osim toga, i internet vrvi modularnošću. „Sastoji se od brojnih web - stranica, koje se također sastoje od odvojenih medijskih elemenata. Svakom elementu je uvijek moguće pristupiti neovisno“ (Manovich, 2001; 31).

„Razdvojeno reprezentiranje informacija i njihovo numeričko kodiranje omogućuju automatizaciju brojnih operacija koje se koriste pri kreiranju, manipulaciji i pristupanju medijima. Tako se ljudski čimbenik može namjerno izostaviti iz kreativnog procesa, pa makar djelomično“ (Manovich, 2001; 32). Razlikujemo automatizaciju „više“ i „niže razine“. Automatizacija niže razine obuhvaća sve one radnje koje uvelike olakšavaju radnje čovjeku, u smislu kako je dovoljno da osoba samo klikće mišem kako bi stvorila ono što želi (npr. potoshop) pomoću algoritama. „Viša“ razina se odnosi na pokušaj stvaranja, odnosno usavršavanja, umjetne inteligencije. Iako postoji nekoliko uspješnih pokušaja stvaranje iste, kao na primjer kod video igrice, njihov stupanj nikad nije toliko razvijen da bi mogli korespondirati s čovjekom. Osim „niske“ i „visoke“ automatizacije, važno je spomenuti i automatizaciju kod pristupa medijima. To se očituje prebacivanju na računalo pri svakojakim istraživanjima medijskih materijala. Automatizacija omogućava lako pronalaženje željenog sadržaja uz pomoć kategorizacije i klasifikacije istog. Najpoznatiji primjer je možda primjer web - tražilice u koju je dovoljno upisati traženi pojam te nam računalo pomoću algoritama taj

pojam pronade u mnoštvu drugih pojmova i informacija te nam na taj način neupitno šteti vrijeme pretraživanja (Manovich, 2001; 33).

Varijabilnost je načelo novih medija koje u najvećoj mjeri dokazuje kako se princip novih medija ne temelji na postindustrijskoj logici stvaranja za mase, već upravo suprotno. Svim rečenim do sada, može se zaključiti kako medijski objekti nisu stalni te kako su podložni raznim promjenama i verzijama. Samim time, moguće je kreirati medijski objekt prema vlastitim potrebama i željama. Na taj način, svačiji je ukus zadovoljen te se radi o proizvodnji prema potrebama pojedinca u tijeku samog stvaranja sadržaja. Vjerojatno svima najpoznatiji primjer varijabilnosti je onaj kada nam internetski preglednik nudi, prikazuje i sugerira reklame, oglase i sve što im veze s onim što smo jednom ili više puta pretraživali. Na taj način „novi medijski objekti uvjeravaju da su njihovi odabiri- te, u skladu s tim, i misli i želje koje iza njih stoje- jedinstveni, a ne unaprijed programirani, te da ih korisnici ne dijele s drugima“ (Manovich, 2001; 36).

Posljednje načelo, načelo transkodiranja u samom nazivu ima svoje objašnjenje. Radi se o tome da kompjutor pretvara medije u kompjutorske podatke. Ljudi imaju vlastitu logiku viđenja pojmova, slika, zvukova, dok kompjutor ima sasvim drukčije rješenje prikaza istog. Transkodiranje omogućuje ljudima da shvaćaju medijski sadržaj kreiran pomoću procesa digitalizacije i numeričkog koda. „Struktura kompjutorske slike tu je karakterističan primjer. Na razini prikaza ona pripada ljudskoj kulturi, automatski ulazeći u dijalog s drugim slikama, drugim kulturalnim „semima“ i „mitemima“. Ali na drugoj razini to je kompjutorski dokument koji se sastoji od zaglavlja što ga može pročitati stroj, iza kojeg slijede brojevi koji reprezentiraju RGB (crveno – zeleno - plave) vrijednosti njihovih piksela“ (Manovich, 2001; 45). Ukratko, može se reći kako ljudi utječu na kompjutorske sadržaje, ali i kako kompjutorski sloj utječe na kulturalni. Kompjutorski sloj podrazumijeva stalnu inovaciju i progres koji za sobom također vuče kulturalni progres. Kulturalni i kompjutorski sloj tako međusobno utječu jedan na drugog.

Osim glavnih načela, novi mediji funkcioniraju i po principu remedijacije, zajedno s njezine dvije logike- hipermedijacija i imedijacija. Remedijacija se sastoji od četiri stupnja: prevođenje iz analognog u digitalno, redizajniranje medija, stari medij nađen u novom kontekstu i stvarni konflikt (Bolter i Grusin, 2000). Stvarni konflikt je tendencija apsorpiranja starog medija, tako da su njihovi diskontinuiteti svedeni na minimum. Remedijacija osigurava da stari medij ne može biti izbrisan, no postaje ovisan o novom (Bolter i Grusin, 2000). Autori

J. D. Bolter i R. Grusin u svom primjeru su naveli videoigru „Myst of Doom“ koja remedira kino zato što igrači postaju likovi u filmskom narativu te se zbog mogućnosti kontroliranja sadržaja mogu smatrati redateljima i glumcima. Dvije logike remedijacije su hipermedijacija i imedijacija. Hipermedijacija je stil koji naglašava prelazak iz jednog medija u drugi, ima očite rezove i ne želi prikriti medij dok je imedijacija težnja da medij postane nevidljiv te pokušava prikriti proces remedijacije. Stalno se radi na poboljšanju i usavršavanju tehnologije za što realniji prikaz stvarnosti, a najrealističniji digitalni prikaz koji danas postoji je virtualna realnost koja također nije dosegla svoj puni potencijal. Tehnologija je još uvijek puna nedostataka pa ne može pružiti iskustvo bez medijacije (Bolter i Grusin, 2000).

3.2. Internet

Opće je poznato kako je internet nastao kao projekt koji je trebao poslužiti u vojnoj nadmoći nad Sovjetskim savezom. Tako je današnji internet, s kraja 60.-ih godina prošlog stoljeća bio poznat kao ARPANET, osnovan sa strane Agencije za napredne istraživačke projekte. ARPANET je prvenstveno bio osmišljen u sasvim drugačije svrhe nego što je to internet danas. Iako se internet, na svom početku onog kakvog danas poznajemo, afirmirao tek 1995. godine, uvijek je počivao na nekim temeljnim načelima kao što su protokol, operativni sustav, te mogućnost umrežavanja. Drugim riječima, osnovna pravila na kojima se temelji internet, od njegova početka do danas glase: „struktura decentralizirane mreže, distribuiranje računalne snage preko svih čvorišta mreža, te mnoštvo funkcija u samoj mreži radi smanjivanja opasnosti od prekida veze“ (Castells, 2003; 28). Ta su pravila u suštini oduvijek ista, ali sadrže mnogo prostora za poboljšanje i unapređivanje sustava. Često se internet zbog svoje strukture - skupa međusobno povezanih čvorova, naziva i Mreža. Ono što je neupitno je kako je internet od početka usavršavao te su mnogi zaslužni za njegov napredak. Tako je od Mreže, dostupne samo nekolicini odabranih u vojne svrhe, internet postao medij dostupan svima za privatne i javne svrhe. Iako Castells 2003. godine u svojoj knjizi „Internet galaksija“ nije htio predviđati budućnost, zasigurno bi se iznenadio do kojeg je stupnja današnji internet napredovao. Podaci o korištenju interneta, prikupljeni 2001. godine, dok je pisao knjigu, ukazivali na to kako se internet uvjerljivo najviše koristi u svrhu pisanja elektroničke pošte. Danas bi ti rezultati zasigurno bili mnogo drukčiji. Internet je danas poznat kao najveća medijska platforma i najkorišteniji novi medij koji pruža nekada nezamislive mogućnosti. Takav napredak moguć je zahvaljujući „otvorenom kodu⁹“. Castells zaključuje kako je otvoreni kod bio ključan za razvoj interneta, ali njegove strukturalne komponente. Nadalje, otvoreni kod govori o prirodi kulture na internetu. Internet tako počiva na ideji o jednakosti članova te vjeri u znanstveni i tehnički razvoj kao osnovne komponente za napredak čovječanstva, poznata kao tehno-meritokratska kultura znanstvene i tehnološke izvrsnosti. Pokraj te, može se reći kako internet opisuju još tri kulture: hakerska¹⁰, virtualno

9,„Besplatna distribucija izvornog koda omogućila je svakome da modificira taj kod i razvija nove programe i aplikacije u uzlaznoj spirali tehnološke inovacije zasnovane na suradnji i slobodnom kruženju tehničkog znanja,, (Castells, 49; 2001).

10,„Ugradnjom pravila i običaja u mreže suradnje usmjerene prema tehnološkim projektima, tehno-meritokratska kultura biva pobliže određena kao hakerska kultura“ (Castells, 2001; 48).

komunitarijanska¹¹ i poduzetnička kultura¹². Shodno tome, internet je devedesetih godina težio ka slobodi govora i izražavanja te je to ujedno bio i najveći adut kojim se internet predstavljao korisnicima. Korisnici su ujedno i stvaratelji interneta. Međutim, pri tome treba bit oprezan jer, korisnik iako stvara sadržaj, ne utječe na tehnološki razvoj. Zbog toga je Castells ponudio sljedeću razdiobu. Stvaratelji/ korisnici su oni čije djelovanje izravno djeluje na tehnološku promjenu ili stanje sustava, dok su potrošači/ korisnici oni koji stvaraju sadržaj, primaju razne aplikacije i mogućnosti koje internet pruža te, moguće, i na taj način u konačnici djeluju na krajnji razvoj sustava, iako ne nužno. Tako bi hakeri spadali u stvaratelje/korisnike, dok bi ostale navedene kulture više spadale u potrošače/korisnike. Iako je popularan način razmišljanja kako su hakeri loši te kako se bave razbijanjem šifri i ostalim ilegalnim radnjama, tome nije tako. „Crackeri¹³“ su ti koji se tako ponašaju, a ime su dobili upravo zbog razbijanja šifra. Ono što je bitno hakerima, kao i ostalim kulturama je to da internet jest i ostane „mjesto“ nehijerarhijske, slobodne komunikacije (Castells, 2003; 19-67). „Mreža interpretira cenzuru kao štetnu i zaobilazi je“ (Castells, 2003; 67). Uvidom u povijest interneta, njegovom razvoju kroz dalju i bližu prošlost pa sve do nedavno, može se zaključiti kako je sloboda izražavanja bila veoma važna, a možda i najvažnija stavka interneta. No, jesu li korisnici počeli zloupotrebljavati tu činjenicu, s obzirom na to da su neke zemlje već donijele odluku o cenzuri na internetu, a u nekima kao što je Hrvatska to pitanje „iskače“ u javnost s vremena na vrijeme, nije upitno. Do čega je to točno došlo da su potrebne takve mjere biti će razrađeno u slijedećim poglavljima, kao i kako je uopće moguće održati kontrolu na internetu. Ono što je svakako jasno jest, kako se provedba te kontrole kosi sa svim pravilima za koje se internet zalagao kao i s osnovnim čovjekovim pravom slobode govora. Imajući to na umu, može se zaključiti kako su ljudi morali zaista preći granicu kada je već došlo do govora o cenzuri na internetu.

11,„Virtualna komunitarijanska kultura tehnološkom zajedništvu dodaje društvenu dimenziju, čineći internet medijem selektivne društvene interakcije i simboličkog pripadanja“ (Castells, 2001; 48).

12,„Poduzetnička kultura djeluje na komunitarijansku kulturu, a povrh hakerske, šireći putovima novčane zarade upotrebu interneta u sve društvene domene“ (Castells, 2001; 48).

13,„Crackers“- doslovno oni koji lome, razbijaju (Castells, 2001; 52).

3.3. Mediji nakon decentralizacije

Pitanje na odgovor je li cenzura potrebna, velikim dijelom vjerojatno leži u činjenici kako je internet na početku koristilo mali broj ljudi i to uglavnom u poslovne svrhe te je samim time i komunikacija bila sofisticiranija pa se tada ideja o slobodi na internetu činila mnogo realnijom nego što je to danas. Danas pristup internetu ima gotovo svatko pa se tako može očekivati i drugačija, raznolikija vrsta komunikacije koja nije uvijek ugodnog karaktera. Ivica Mitrović razlikuje dvije faze razvoja novih medija u Hrvatskoj u svojoj knjizi „Dizajniranje novih medija“. Za njega prvu fazu predstavlja pojava interneta početkom devedesetih godina 20. stoljeća, a karakterizira je upravo mali broj obrazovanih korisnika. „Radove ove faze odlikuje zaokupljenost autora radošću stvaranja, slobodom, demokratičnosti i nekontroliranosti, te tehnološkom demokratizacijom novih medija“ (Mitrović, 2012; 24) . Druga faza počinje sredinom 2000.-ih godina gdje se počinju postavljati mrežni standardi dok se upotrebljivost i pristupačnost vode kao najvažniji kada je riječ o medijskim elementima. To je faza u kojoj se broj korisnika povećava zajedno s logikom u kojoj sadržaj sve više dominira nad formom. Takav razvoj događaja omogućuje Web 2.0. estetika¹⁴. „Dizajn sjedišta postaje sve više uniforman, gubi se individualizacija i autorski rukopis, sjedišta sve više slične jedno drugo“ (Mitrović, 2012; 24). Internet kojeg poznajemo danas temelji se na tim značajkama. Pitanje je kako je uopće moguće održati kontrolu u takvom sustavu. Kako bi se to shvatilo, potrebno je najprije shvatiti strukturu interneta.

Može se reći kako kontrola na internetu prati kontrolu koja se vrši nad suvremenim društvom. A. Galloway opisuje tri vrste mreže nadovezujući se na esej Gillesa Deleuzea „Postskriptum uz društva kontrole“ dok je Deluze svoju inspiraciju našao u idejama Michela Foucaulta. Deluze u svom eseju prati kako se kontrola mijenjala u društvu suverenog društva klasicističkog doba preko disciplinarnog društva do društva kontrole. Društvo vladavine suverena, Deluze smješta u klasicističko razdoblje, a kao karakteristike navodi sasvim

14. „**Web ili WWW** je sustav međusobno povezanih hipertekst dokumenta koji sadrže tekst, slike i multimedijske sadržaje, a dostupni su putem interneta. Za pristup i prikaz sadržaja koriste se *web* preglednici, a za prijenos sadržaja *http* protokol. Web se često pogrešno koristi kao sinonim za internet, a zapravo predstavlja samo jedno od niza servisa i protokola (mogućnosti) koji su dostupni na internetu (kao što je primjerice i elektronička pošta, ftp ili chat...). Iniciran je 1990. godine na švicarskom istraživačkom institutu CERN,

Web 2.0. Trend u razvoju WWW tehnologije koji se razvija u drugoj polovici 2000-ih godina. Termin se odnosi na drugu generaciju *web* sjedišta, koja se temelji na društvenoj komponenti, sudjelovanju korisnika u kreiranju i razmjeni sadržaja. Jednosmjernan protok informacija iz prvog vremena *weba* zamjenjuje dvosmjerna komunikacija u kojoj korisnik postaje aktivni sudionik. Web 2.0 odlikuju i nova tehnološka rješenja produkcije *web* stranica te pripadna estetika. Najkarakterističniji primjeri Web 2.0 sjedišta tog vremena su MySpace, YouTube, Flickri dr.“ (Mitrović, 130; 2012).

drukčiju kontrolu nego što nam je danas poznata. Tada je nasilje bilo prihvatljiv odgovor za neposluh, te se točno znalo tko ima moć i tko to nasilje može izvršiti. Cilj i funkcija su se također očitavali u drukčijim smjerovima pa je važnije bilo nametati velike poreze nego organizirati proizvodnju, isto kao što važnije bilo vladati smrću nego rukovoditi životom. Nakon toga slijede disciplinarna društva u 18. i 19. stoljeću sa svojim vrhuncem na početku 20. stoljeća. U ovom društvu se kontrola očitovala zatvorenim prostorom gdje zatvor stoji kao najradikalniji. Takvo društvo se opisuje pojedincem koji konstantno prelazi iz jednog zatvorenog prostora u drugi (Deluze, 1990). Ovdje se još Galloway nadovezuje pa kaže kako je u moderno doba nasilje zamijenjeno birokratskim oblicima vladanja i kontrole (Galloway, 2004; 3). Posljednje, ujedno i društvo koje mi činimo danas, jest društvo kontrole. Pojam „kontrola“ prvi je ponudio William Seward Burroughs. Ime stoji za novo čudovište ili, kako ga je Foucault vidio, za našu neposrednu budućnost. Tako, dok je pojedinac u disciplinarnom društvu uvijek počinjao iz nova - iz jednog zatvorenog prostora u drugi, pojedinac u društvu kontrole nikada nije s ničim gotov. Konstantno smo opterećeni obrazovnim sustavom, korporacijom i raznim drugim sustavima deformacije. Točnije rečeno, pojedinac je u disciplinarnom društvu imao svoj potpis i broj. Potpis koji ga je određivao kao jedinstvenu osobu i broj pomoću kojeg ga se može identificirati u masi (Deluze, 1990). Ono što je za pojedinca i za njegovo prepoznavanje važno u društvu kontrole je kod - lozinka. Na taj način pojedinci postaju dividue (Deluze, 1990). Ovo je trenutak u kojem je Galloway našao poveznicu s razvojem uređenja društva do danas, s onim na internetu. Iako to ne znači da tehnologija determinira društvo već da odražavaju društvene forme koje ih proizvode (Deluze, 1990). Za većinu ljudi je princip po kojem internet funkcionira prava enigma te može često doći do pogrešnog mišljenja kako na njemu nema nikakve organizacijske strukture ili pravila, što je potpuno krivo razmišljanje. Možda je teško shvatiti koncept interneta zbog toga što nema nikakvu institucionalnu vlast i jezgru pa moć nije vidljiva. To odmah vodi apstrakciji i, iako se gotovo svi znaju koristiti internetom, malo tko zna zapravo princip po kojem funkcionira. Galloway je u svojoj knjizi „Protokol“ detaljno razradio cjelokupnu teoriju i pravila interneta. Prije svega, razlikuje tri vrste mreže: centraliziranu¹⁵, decentraliziranu¹⁶, te

15,„Centralizirana mreža sastoji se od jedne središnje energetske jedinice (hosta) na koju su spojeni radijalni čvorovi. Centralna je jedinica spojena sa svim satelitskim čvorovima koji su povezani samo sa središnjim čvorom (Galloway, 2004; 11).

16,„Decentralizirana mreža ima višestruke središnje hostove, svaki sa svojim skupom satelitskih čvorova. Satelitski čvor može biti povezan s jednim ili više hostova, ali ne i s drugim čvorovima (Galloway, 2004; 11).

distribuiranu mrežu koja je svojstvena društvima kontrole, a koja predstavlja sam internet. Galloway distribuiranu mrežu poistovjećuje s društvom kontrole gdje nema središnje jedinice i niti jedna jedinica nema satelitski čvor. „Mreža ne sadrži ništa osim inteligentnih sustava krajnje točke koji su samoodređujući, a omogućava svakom sustavu krajnje točke da komunicira s bio kojim hostom kojeg izabere“ (Galloway, 2004; 11). Svejedno, za uspostavu komunikacije je ključno da dva čvora koriste isti jezik. Ukoliko je zajednički jezik postignut, svaki čvor može komunicirati s drugim bez javljanja hijerarhijskom posredniku.

Sada se dolazi do pitanja kako opstoji kontrola na internetu nakon decentralizacije, ako znamo da je internet globalna distribuirana računalna mreža. Odgovor na to pitanje glasi: pomoću protokola. Protokol¹⁷ oduvijek podrazumijeva skup formalnih pravila ponašanja. Protokoli ne bi bili mogući bez kodiranja, a čim prepozna kod, započinje svoj način upravljanja i uspostavljanja kontrole što ga čini temeljem umreženog računarstva. Kako je internet heterogeni sustav potreban mu je protokol kako ne bi nastao potpuni kaos na Mreži. RCF dokumenti su ti koji sadrže većinu protokola. Najpoznatiji i najkorišteniji protokoli su TCP/IP i DNS. TCP/IP (Transmission Control Protocol/ Internet Protocol) je karakterističan za prvu strojnu tehnologiju¹⁸. TCP i IP su vodeći protokoli koji obavljaju konkretne prijenose podataka s jednog računala na drugom, a sve pomoću Mreže. Zahvaljujući protokolima svaki kompjutor može uspostaviti vezu s drugim i to kroz ravnopravni odnos. DNS spada u drugu strojnu tehnologiju¹⁹. DNS služi za preoblikovanje mrežnih adresa u mrežna imena. Adrese koje se dobiju tim preoblikovanjem su IP adrese, a označavaju se pomoću niza od četiri skupine brojeva. Taj proces zove se rezolucija. Pri objašnjavanju ju je najlakše objasniti kao obrnuto stablo gdje svaka grana stabla ima svu kontrolu nad granama ispod sebe. U svijetu postoji nekoliko desetaka vršnih poslužitelja koji se nalaze na vrhu okrenutog stabla koji kontroliraju niže grane (Galloway, 2004; 8).

Shodno tome, danas nije nemoguće ući u trag nečijem pregledniku. Dapače, to je veoma lagan proces za kontrolore koji prepoznaju kodove mreže. Možda je pomoću šifriranja privatnost poruke donekle sigurna, ali to nije isti slučaj s lokacijom. Vrlo je lako ući u trag

17 Protokol (francuski protocole: zapisnik, pravila ceremonijala < srednjovjekovni latinski protocollum < grčki πρωτόκολλον: prvi zalijepljeni list službenoga svitka papirusa) (Leksikografski zavod Miroslav Krleža)

18 Prva strojna tehnologija stoji za mrežu koju nije moguće kontrolirati (Galloway, 2004; 8).

19 Druga strojna tehnologija je ona koja usmjerava kontrolu u čvrsto definirane hijerarhije (Galloway, 2004; 8).

komputera s kojeg je poruka poslana i na taj način saznati adresu i identitet. Iako je to rijetkost, postoje izuzetci kada je ulazak u trag nekoj adresi naručen sa strane vladajućih tijela. Inače, svakodnevno prihvaćamo uvjete korištenja koji raznim stranicama daju dozvolu da prate naše kretanje na Mreži. Na taj način poslužitelji kreiraju indirektnu, individualnu ponudu sadržaja, sve u svrhu zarade. Međutim, korisnici, najčešće bez razmišljanja pristaju i tako prihvaćaju da budu praćeni. Možda je lakše prepustiti se moći kada ne vidimo odakle ona dolazi. Paradoksalno, tako svi mi zapravo pristajemo na to da smo kontrolirani. Castells je internet, još dok je pisao knjigu 2000-ih godina, vidio kao teren oko kojeg se vodi rasprava za slobodu u informatičkom dobu. Zanimljivo, kako je nakon toliko godina kasnije, ista borba još uvijek prisutna. Internet je možda samo u godinama svojeg početka mogao uživati anonimnost. Nakon uvođenja protokola, jedini način da netko bude anonim na internetu je jednostavno taj da ne bude dio njega. Tako ispada kako je sloboda oduvijek samo naizgled dana. Stvarnost je drukčija. Sloboda je vječita borba sposobnosti redefiniranja autonomije i provođenja demokracije u svakom društvenom i tehnološkom kontekstu. (Castells, 2003; 181-189). Castells nadalje zaključuje kako „U zoru 21. stoljeća, svijetom interneta vlada uznemirujuća kombinacija: sveprisutna slobodarska ideologija uz sve češću praksu slobode“ te kako bez obzira na to što postoje društveni pokreti za zaštitu slobode na internetu, otpor neće biti dovoljan. „Zakoni, sudovi, javno mnijenje, mediji, korporacijska odgovornost i političke agencije bit će odlučujuća područja na kojima će se oblikovati budućnost Interneta“ (Castells, 2004; 203).

Međutim, iako se pri kreiranju vlastitog računa na Mreži moramo koristiti pravim imenom, još uvijek se pri kreiranju različitih sadržaja, kao što su to npr. komentari, možemo koristiti nadimcima. U tom smislu, još uvijek postoji neki vid anonimnosti na Mreži. No, sve više i više stranica ukida takvu mogućnost te se sadržaj bilo kakve vrste može kreirati isključivo koristeći pravo ime i prezime. Isto tako, kao što je već rečeno, sve je više govora o cenzuri. „Sloboda javnog govora i prava na anonimni govor - danas su najugroženije slobode umreženog društva. S druge strane stvarna kršenja osobnih sloboda znače ograničavanja Mreže privatizacijom javnog prostora i komercijalizacijom osobnih prava“ (Peović Vuković, 2012; 137). Očigledno je kako se nikako ne mogu zadovoljiti obje strane. Pitanje je samo hoće li prevagnuti cenzura ili sloboda govora.

3.4. Internet kao medij

Internet kao medij doveo je do mnogih promjena u svakodnevnom životu, zapravo, do mnogo promjena kojih je malo tko zapravo svjestan. I, dok mnogi na internet gledaju kao na „prostor“ zabave i opuštanja u slobodno vrijeme, realnost je zapravo mnogo drukčija. Radi se o dijaloškom prostoru koji je kompletno izmijenio poimanje dosadašnjeg pojma udruživanja s ostalima. Kompletno je promijenio i značenje javnog prostora koji treba nanovo promisliti. No, možda se najskrivenija uloga interneta očituje u tome da mi kao subjekti u komunikaciji, provodeći vrijeme na internetu, i to slobodno vrijeme (van korištenja interneta na radnom mjestu) stvaramo profit. Kako? S obzirom na to da se svako razdoblje u povijesti treba proučavati zasebno (od feudalizma pa sve do komunizma i kapitalizma) hajmo najprije ustanoviti u kakvoj to ekonomsko društvenom sustavu danas živimo.

Naime, pojava tehnologije dovela je do mnogih promjena u svakodnevnom životu ljudi diljem svijeta (negdje više negdje manje) i, iako se nikako ne radi o tehnološkoj determinaciji, dok ni društvo ne određuje tehnologiju, može se izvesti zaključak kako je tehnologija društvo, a društvo se ne može prikazati bez svojih tehnoloških alata. Ta promjena je, prema Castellsu, rezultat pojave novog načina razvoja – informacionalizma, oblikovanog restrukturacijom kapitalizma kao načina proizvodnje. Danas je potrebno u obzir uzeti dva različita procesa koje treba promatrati odvojeno. Tako se Castells referira na teorije postindustrijalizma i informacionalizma Alana Tourainea i Daniela Bella koji u svojim klasičnim djelima ustanovljuju razliku između razdoblja prije industrijalizma, industrijalizma i informacionalizma te kapitalizma i etatizma i uspostavlja razliku između dvije paralele koje opisuju društvo:industrijalizam i informacionalizam (Castells, 2000). To dvoje kao pojmovi spadaju pod postindustrijalizam i označavaju način razvoja, a kapitalizam i etatizam stoje iza kolektivismu i označavaju način proizvodnje. Shodno tome, današnja promjena prati se u pojavi novog načina razvoja (informacionalizma) oblikovanim restrukturacijom kapitalizma kao načina proizvodnje (Castells, 2000). Takav način proizvodnje teško je 'sjeo' onima koji su krivo protumačili marksizam, zato što oni smatraju da zagovornici postindustrijalizma ne uzimaju u obzir odnose moći te da zaboravljaju kako informacije nisu rezultat ljudskog rada. „Ali, važnost informacija u proizvodnji više se ne može zanemariti, a vulgarni marksistički položaj koji odbacuje informacije kao puki višak industrijske proizvodnje više nije zanemariv“ (Soderberg, 2002). S druge strane, treba imati na umu i kako se često izvode teorije koje zapravo nemaju veze s onim što je Karl Marx originalno zagovarao. U ovom slučaju Marx zapravo tvrdi kako se ekonomija proteže kroz sve ljudske aspekte, a na robu kao

materijalnost rada gledao je kao na metaforu koja se ne tiče njezine materijalnosti nego konačnog rezultata.

No, zašto je to uopće važno za internet kao medij? Važno je zbog toga što je Marx između ostalog razvio i dva koncepta rada: 'work' (rad koji osigurava životne potrebe, konkretni rad koji je kvalitativno određen i stvara uporabnu vrijednost) i 'labour' (rad koji stvara vrijednosti i mjeri se kvantitativno), odnosno 'work' kao konkretan rad i 'labour' kao apstraktan. S obzirom da ova dva pojma nemaju prikladan prijevod na hrvatskom jeziku, nastaviti ću ih koristiti u engleskim inačicama prema Fuchsu. Marx je, naravno, i za jedan i za drugi oblik rada ponudio mnoge primjere u kapitalističkom sustavu, no, Christian Fuchs je u ovom konceptu pronašao odličnu paralelu s digitalnim razvojem. Fuchs se tako nadovezuje na Marxa i nudi u suštini jednake, ali u koraku s vremenom, 'nove' koncepte: digitalni 'work' i 'labour' (Fuchs i Sevignani, 2013). Ono što Fuchs zapravo čini je to da 'otvara' oči svima nama koji smo možda društvene mreže uzimali 'zdravo za gotovo'. Fuchs se služi Facebookom, kao tada najpopularnijom društvenom mrežom, ali ova teorija je primjenjiva na sve društvene mreže. Iako Fuchs ne vidi zašto bi bilo potrebno razdvajati informaciju i rad kao zasebne forme, on podržava da se 'labour' zasniva na četverostrukom otuđenju ljudskog bića: otuđenju od samoga sebe, otuđenju od sredstava i od predmeta svoga rada, i od proizvoda koje je stvorio. Inspiriran, dakle, Marxom, Fuchs to sve primjenjuje na Facebook (Fuchs i Sevignani, 2013). Korisnici Facebooka nisu, naravno, plaćeni za svoj rad (labour) već su oni neplaćeni (work) radnici. Kako je to moguće? Tako što ljudi na društvenim mrežama 'prodaju' svoje iskustvo. Sve agencije kojima je to u interesu, mogu pratiti svačiji profil i pratiti kako se netko ponaša, što voli i što konzumira. Tada nastupaju oglasi koji, ako imaju efekta, rezultiraju profitom. Korisnici tako imaju prividni 'nadzor' na društvenim mrežama, no zapravo su oni ti koji su nadzirani. Na taj način Facebook zapravo istodobno postaje 'work' i 'labour' zato što stvara upotrebne vrijednosti i razmjensku vrijednost. Naime, 'work' u ovom slučaju predstavlja sve ono što prethodi i što se događa pri objavljivanju neke informacije na društvenim mrežama (razmišljanje i pisanje npr.), a informacija djeluje na tri razine. To su kognitivni procesi, komunikacija i kooperacija - sve što Facebook kao platforma zadovoljava jer osoba prije svega dolazi do neke ideje koja je osobna sve dok je ne odluči podijeliti s ostalima kada dolazi do komunikacije, a zatim do stvaranja novih ideja i djelovanja. Dakle, digitalni 'work' podrazumijeva da informacija na kraju ima svoju vlastitu ekonomiju, a koja istovremeno stvara i upotrebne vrijednosti. Odnosno „Digitalni rad je specifična forma informacijskog rada koja omogućava korištenje digitalnih medija kao instrumenata te surađuje zajedno s ljudskim mozgom kako bi organizirao ljudsko iskustvo na način da ono očituje u simboličkoj

reprezentaciji, društvenim vezama, artefaktima, društvenim sistemima i zajednicama s novim kvalitetama“ (Fuchs i Sevignani, 2013; 257). Isto tako, korisnici bivaju otuđeni ne koriste li se Facebookom zato što je dotična platforma stekla toliku popularnost da je, pogotovo za mlade, postalo nemoguće sklopiti neki dogovor bez korištenja iste što se dovodi u vezu s 'labour'. Oni koji je ne koriste automatski postaju na neki način otuđeni od društva, a ono što Facebook koristi kao objekt rada je ljudsko iskustvo. S toga mnogi posežu za ovom platformom kako bi bili aktualni u društvu, a ukupno vrijeme koje korisnik provede na Facebooku kao i ostalim društvenim mrežama zapravo je produktivno vrijeme (Fuchs i Sevignani, 2013).

Internet je tako definitivno važan medij za razmjenu informacija i iskustva i to na jednoj novoj, do sad, neviđenoj razini, ali je istovremeno i mjesto zarade i profita.

4. Razvoj publike

Svojevremeno je Marshal McLuhan svojim terminom „globalno selo“ apelirao kako se razvojem tehnologije informacije šire globalno te kako mogu doseći globalnu publiku. 'Globalno selo' je termin koji se, dakle, usko veže uz globalizaciju. Globalizacija pri ovoj analizi zauzima ključno mjesto zajedno s novim medijima zbog toga što, između ostalog, pretpostavlja da lokalno utječe na globalno. Iako se McLuhanovo globalno selo odnosi na televiziju, može se primijetiti poveznica i s internetom. U ovom slučaju svaki korisnik interneta ključan je akter u stvaranju cjelokupne komunikacije. Što se tiče globalizacije, postoji široka literatura iz raznih perspektiva kao što su sociološka, ekonomska, kulturna, politička ili tehnološka. Suočena s mnogim teorijama i definicijama, globalizacija počinje izgledati više kao poštapalica, negoli politički koncept. Razni autori nude svoj pogled na globalizaciju, pa tako za neke ona predstavlja negativan, a za neke pozitivan koncept. Na primjer, Anthony Giddens govori o vremenskoj i prostornoj udaljenosti te o izlaženju iz okvira društvenih odnosa. On objašnjava kako je globalizacija shvaćena kao koncept prostorno vremenske udaljenosti. To je proces u kojem su lokalni mediji oblikovani događajima koji su jako udaljeni od njih i obrnuto (Giddens, 1991). Osim toga, globalizacija može biti ekonomska, politička i kulturalna. Kako ona nije samo jedna stvar, nije ni „dobra“ ni „loša“, otvorena je višestrukim evaluacijama, odnosno procjenama (Ray, 2007). Kad je McLuhan govorio o 'globalnom selu' to je stvaralo prizvuk koji je pretpostavljao i bolju komunikaciju, onu koja će prije voditi do međusobnog zbližavanja, a ne udaljavanja. Zahvaljujući prirodi medija, čitavo ljudsko društvo doživljava imploziju, odnosno zbijanje, čime se vraćamo na seoski način života, jer svakoga poznajemo i sa svakim isti čas uspostavljamo komunikaciju (McLuhan, 1968). No, je li tome zaista tako?

Iako je McLuhan svijet zamišljao kao globalno selo, gdje će zahvaljujući globalizaciji svi biti povezani sa svima, danas prije možemo pričati o prilagođenim kolibama koje se proizvode globalno, a distribuiraju lokalno (Castells, 2000). Za to je zaslužna diverzifikacija medija zahvaljujući kojoj publika nije primorana konstantno primati isti sadržaj, već za svakog ima ponešto. Kako bilo, iako su mediji svojom raznolikom ponudom možda naizgled publici dali dojam o slobodi izbora, povratna informacija publike je dugo vremena bila ograničena, a bila bi i danas da nema interneta - te strašne platforme od koje strepe i najveći moćnici zbog straha da će 'procuriti' nešto što ne bi smjelo, a što nemaju pod kontrolom, za razliku od ostalih medija (Castells, 2000; 370). „Ukratko, novi mediji određuju segmentiranu, diferenciranu publiku koja, iako je brojčano velika, po istodobnosti i uniformnosti poruke

koju prima više nije masovna“ (Castells, 2000; 368). Poruka zapravo postaje medij, a publika ima svoje novo mjesto u cijeloj toj priči, kako aktivnošću tako i komunikacijom.

Publika i masovno komuniciranje usko su povezani pojmovi, štoviše, korisnici masovno medijalizirane poruke obično se nazivaju publika, koja može biti raznolika: mala ili vrlo brojna te može imati malu ili pak nikakvu interakciju s komunikatorom, a najčešće je heterogena i anonimna (Malović i sur., 2014; 67). A možemo i napraviti paralelu između dvije vrste medijskih publika danas, medijske publike kao javnosti i medijske publike kao tržišne kategorije. Prva ima informativno – edukacijsku ulogu te se takvoj publici pristupa s ciljem informiranja, educiranja i zabave, druga publika ima za cilj stvaranje profita. Mediji ovu vrstu publike vide kao potencijalne potrošače koje se 'napada' raznim reklama, ali i oglasima. U tako postavljenom sustavu, publiku se zapravo tretira kao proizvod, no više o tome u odlomku 'Internet kao medij'. „Ovako pojednostavljena, binarna matrica: javni vs. komercijalni mediji, jasno predviđa – istina kvantitativno najmanje zastupljen, ali u dobu izrazito novomedijski obilježene društvene stvarnosti itekako bitan i profiliran tip medijskih institucija – treći medijski sektor u kojeg ulaze neovisni, neprofitni i tzv. mediji zajednice (community media), koji su danas najviše prisutni u sklopu djelovanja određenog tipa internetskih portala“ (Hromadžić, 2001; 18). Na taj način je publika zapravo postala aktivni kreator onoga što će mediji poslužiti, odnosno plasirati. Upravo o tome govori Yochai Benkler. U tom slučaju više nema smisla govoriti o personaliziranim, već socijaliziranim medijima (Jenkins, 2008). Danas se na medije može gledati samo u uskom suodnosu s publikom zato što direktno djeluju međusobno. U svom tekstu Jenkins razrađuje proces kako zapravo konvergencija funkcionira. On smatra kako se konvergencija ne odvija primarno kroz same medijske uređaje, već u mozgovima konzumenata. S time da uzima u obzir sve društvene okolnosti pojedinca. Time se nadovezuje na «grassroot» zajednice (grupa ili pokret koji udružuje pojedince koji utječu na korporativna postrojenja). Smatra kako su te zajednice veoma zaslužne za novi pogled na publiku kao aktivne sudionike u stvaranju medijskih proizvoda. Drugim riječima, publika je od pasivnog recipijenta postala aktivni kreator sadržaja²⁰. Jenkins Također navodi zajednicu fanova koji konstantno tjeraju medije na promišljanje o objavljenom. Zadnje navedene stavke

20„Riječ je o homo zappiens /1/ generaciji, djeci kojoj su osobno računalo, internet, mobitel i iPod, te svi «stari» mediji, činili prirodno okruženje za odrastanje. Naziv homo zappiens izveden je iz latinske riječi «homo» (čovjek) i onomatopeje mahanja laserskim oružjem «zap-zap-zap». Moderna ih tehnologija ne plaši, naprotiv, znatizeljni su i doživljavaju je vrlo prijateljskom“ (Mučalo, Šop, 2008; 51).

spadaju u jedan od njegova tri koncepta, a to je kolektivna inteligencija. Ostala dva su konvergencija medija i participativne kulture. S jedne strane takve zajednice stvaraju korisne odnose, ali s druge strane vode i k stvaranju konflikata. To znači da je danas možda teže provoditi ideologiju vladajućih putem medija kao glavnim sredstvom pri toj nakani, ili možda baš suprotno. Možda se sada ideologija širi brže no ikada, ali je pitanje tko je sada stvara. Jenkins je jedan od rijetkih kritičara koji daje zapravo uvid u to kako publika djeluje na medije, a ne obratno. No, koliko je publika zapravo međusobno povezana? Koja joj je zajednička točka? Chandler i Munday imaju jednostavan odgovor na to: „Publike su labavi, tranzicijski i heterogeni društveni kolektiviteti ujedinjeni zajedničkim interesom partikularnih publika“ (Vilović, 2014; 261), što znači da publika ima jednu zajedničku točku interesa koja ih u tom trenutku spaja, ali čim ta točka nestane i publika nestaje s njom i te ljude više ništa ne povezuje. Mnogi se pitaju je li publika starih i novih medija drukčija te kako opisati publike novih medija. Znanstvenici Jose Damasio i Carlos Poupa s Odjela za komunikacijske znanosti i medijske studije iz Lisabona napravili su upravo istraživanje o promjeni publike kroz tranziciju sa starih na nove medije. Rezultat istraživanja je prilično očekivan, a to je da je današnja publika znatno aktivnija u odnosu na nekadašnju. Rezultati se temelje na sljedećim vrijednostima: pretraživanje podataka na internetu, slušanje glazbe, slanje poruka, razgovori, igranje igrica, pisanje i čitanje bloga, gledanje videozapisa i sudjelovanje u mrežnim zajednicama. Na temelju toga, svrstali su publiku u tri skupine: 1. Osnovni internetski korisnici, 2. Sofisticiranija mrežna publika i 3. publika koja je orijentirana na samo jednu aktivnost na mreži (Vilović, 2014; 262). Zanimljivo je ono što je dalje iščitano iz istraživanja, a to je kako je jedan dio internetske publike uvjeren kako je internet mjesto potpune slobode izražavanja i za njih ne postoji pojam 'etičnost publika' koji podrazumijeva određeni način ponašanja na internetu dok se drugi ipak drže nepisanih pravila o odgovornosti i pristojnosti za napisano (Vilović, 2014).

Koliko je publici zapravo nedostajalo 'pravo glasa', odnosno mjesto na kojem bi mogla izraziti svoje mišljenje govori činjenica kako danas ljudi, osim komentara, masovno snimaju YouTube snimke na kojima pričaju o svemu. Doslovno o svemu. Tako se snimaju reakcije na razne pjesme, događaje, osobe, pa čak i reakcije na reakcije. Ljudi koji se posebno istaknu svojim mišljenjem ili bilo čime skrenu pozornost na sebe, počinju imat mnogo pratitelja, te, kad ih skupe dovoljno, dobivaju i titulu, odnosno naziv youtuber/ica. To se danas smatra i zanimanjem, kao što je i influencer/ica... Izgleda da je ljudima toliko nedostajalo tuđe mišljenje da ih sad ne mogu prestatu slušati. No, to je fenomen za zasebnu analizu.

5. Početak komunikacije

Ljudi se od ostalih živih bića razlikuju prvenstveno zbog jezika, odnosno dogovorenog načina komuniciranja pomoću kojeg mogu izraziti svoje misli, želje i osjećaje. Iako jezik ne postoji oduvijek, i ne zna se u kojem je trenutku točno nastao, ljudi su oduvijek znali komunicirati međusobno, makar je komunikacija kakvu danas znamo nekada izgledala potpuno drukčije. Iako i životinje na neki način znaju komunicirati, znanost nikad nije potvrdila kako ijedno drugo živo biće na Zemlji ima stupanj komunikacije kakav ima čovjek. Evo kako je Michael Kunczik prikazao nastanak komunikacije ako izuzmemo upravo taj moment izuma jezika: 1. Razvitak pisma, iako i danas velik broj čovječanstva ne umije čitati i pisati, 2. izum tiska uz pomoć metalnih slova, 3. općenito formulirano: izum električnih (radio i televizija) i elektroničkih transportnih tehnika (kompjutor, internet itd), 4. digitalizacija komunikacije (Kunczik, u Malović i sur., 2014; 19). No, možda najpoznatiji pregled razvoja komunikacije je onaj Fredricka Williamsa koji je 1982. ponudio zaista zanimljiv i jednostavan pristup ovoj temi. Frederick je osmislio imaginarni sat na kojem je nultu vrijeme bilo namješteno na 36 000 godina unatrag (do trenutka kad je čovjek počeo koristiti govor za sporazumijevanje). Od tog trenutka pa do osam sati se apsolutno ništa nije promijenilo. U osam sati je čovjek otkrio novi način komuniciranja, a to je crtanje po zidinama pećina i to je trajalo sve do dvadeset sati što znači da su tisuće godina provedene u crtanju (Malović i sur., 2014; 43). „Tek prije 4000 godina Sumerani su izmislili pismo. Razvijeno komuniciranje moglo je početi. Od tada pa dok Homer nije spjevao Ilijadu, prošla su dva sata na Williamsovu imaginarnom satu. Ponoć se strelovito približavala, a da nama poznato komuniciranje još nije postojalo“ (Malović i sur., 2014: 44). Gutenbergov pisaći stroj tako je izumljen tek u 23: 38, a u 23: 53 parni stroj, što znači da je komunikacija kakvu danas poznajemo zapravo jako nedavno uspostavljena. Kako kaže Malović, najveća promjena dogodila se unutar jedne generacije. Nadalje, zaključuje kako komunikacija određuje društvo. No, koja je onda definicija komunikacije? Ovo je problematičan trenutak zato što ne postoji jedna ispravna definicija, a i trebalo je proći mnogo vremena kako bi komunikacija postala predmet studiranja. Ali, jedna od definicija, ona Johna Fiskea glasi: „Komuniciranje je jedna od onih ljudskih djelatnosti koju svatko prepoznaje, ali rijetki je mogu zadovoljavajuće definirati. Komuniciranje je razgovarati jedan s drugim, to je televizija, širenje informacija, to je stil nečije frizure, to je to je književna kritika: popis definicija je neograničen“ (Fiske u Malović i sur., 2014; 49).

5.1. Komunikacija

I Manuel Castells je u svojoj knjizi „Communication power“ između ostalog predstavio razvoj komunikacije. Komunikaciju je objasnio kao proces dijeljenja značenja kroz razmjenu informacija, a način komunikacije se mijenja usporedno s razvojem tehnologije (Castells, 2009). Prema njemu značenje može biti razumljivo samo kroz kontekst socijalnih veza unutar kojih su informacije i komunikacija procesuirane. Castells je objasnio elemente ovakve definicije u kontekstu globalno umreženog društva. Započinje s pojmom masovne komunikacije. Takva komunikacija razlikuje se od interpersonalne. Interpersonalna komunikacija se najprije mora razlikovati od socijalne komunikacije. U interpersonalnoj komunikaciji su određeni pošiljatelj i primatelj subjekti komunikacije. U masovnoj komunikaciji sadržaj komunikacije ima potencijala biti raspršen velikom broju primatelja. Interpersonalna komunikacija je interaktivna, a masovna može biti interaktivna ili jednosmjerna (Castells, 2009). Tradicionalna masovna komunikacija je jednosmjerna (npr. knjige, novine). Maletzke je objasnio kako masovno komuniciranje počiva na paradoksu upravo zbog toga što se poslanom porukom zapravo ne očekuje nikakav odgovor. Masovno komuniciranje da, ali tako što se poruka pojavljuje na nekom masovnom mediju koji istu može uputiti velikom broju ljudi, ali ne u smislu da ljudi jedni s drugima mogu razmjenjivati informacije (Maletzke u Malović i sur, 2014). Barem je to bilo tako prije pojave interneta, kad su reagiranja ljudi na informaciju bila strogo kontrolirana (ljudi su se mogli uključivati pozivom u radijske ili televizijske emisije ili pisati osvrte koje su novine zatim objavljivale). S pojavom interneta afirmirala se nova forma interaktivne komunikacije, a karakterizira ju mogućnost da mnogo korisnika može poslati mnoštvo poruka u pravom ili odabranom vremenu. Internet, odnosno novi mediji „tehnološkim mogućnostima pružaju dvosmjerno komuniciranje. Primatelj poruke može odmah, isti čas kad je pročitao tekst, napisati svoj stav i objaviti ga“ (Malović i sur., 2014; 57). Radi se o novoj formi komuniciranja masovnoj samo-komunikaciji zato jer može doseći globalnu publiku postavljanjem sadržaja na razne popularne mreže na internetu. Samo - komunikacija je zato što je sadržaj poruke samostalno kreiran i reguliran. Definicija potencijalnog primatelja je samo - odabrana i doseg specifičnih poruka ili sadržaja koje možemo pretražiti putem World Wide Weba i elektroničke umrežene komunikacije je samo-odabrana. Poanta je kako su danas granice između masovno medijske komunikacije i svih drugih forma komunikacije zamagljene. Danas se sve forme tradicionalne masovne komunikacije mogu pronaći na internetu koji vodi ka masovnoj samo-komunikaciji. Televizija se može gledati preko interneta, kao što također možemo čitati knjigu ili pogledati

film putem istog. Samo-maskomunikacijske forme evoluirale su te se sada poruke mogu slati na brojne, nekada nezamislive načine (Castells, 2009). „S izgledima za širenje infrastrukture i opadanju cijena komunikacije, nije predviđanje, već opservacija kada se kaže kako su internetske zajednice u ubrzanom razvoju, ali ne kao virtualan svijet, već kao stvarna virtualnost integrirana s ostalim formama interakcije i sve više hibridiziranom svakodnevnom životu“ (Castells, 2009; 68). Korisnici danas internetsku komunikaciju sve češće smatraju stvarnom dok je stvarna sve više opada. Pod stvarnom podrazumijevam onu koja se vodi osobno u fizičkom prostoru i realnom vremenu. Također, internetske zajednice postaju za neke stvarnije od stvarne komunikacije, te čak idu toliko daleko da stvarni život mijenjaju s virtualnim. Virtualna komunikacija postaje jednako, ako ne i važnija od stvarne, a virtualna poznanstva sve su značajnija. Onaj tko nije član jedne takve zajednice kao da nije u kontaktu s jednom cijelom novom životnom domenom i nije u koraku sa suvremenim svijetom. No, ovakav vid komunikacije dovodi upravo do problematike ovog diplomskog rada, a to su razni neugodni komentari koji često nemaju nikakvu osnovu. Ljudi jednostavno pišu svoja mišljenja koja nisu ničim potkrijepljena, a često su nasilnog tona i neprijateljskog stava. To primjećuje i Malović: „Ova neprocjenjiva vrijednost interneta doživjela je svoju suprotnost: najgore što se pojavljuje na internetu upravo su takozvani komentari čitatelja, koji svojim psovkama, vrijeđanjima i nemuštom komunikacijom dokazuju kako je osjetljivo područje masovnoga komuniciranja i kako je nerazvijena kultura dijaloga i tolerancija prema tuđemu mišljenju“ (Malović i sur., 2014; 57). Sve to dovodi upravo do spornog prijedloga o ukidanju slobode govora na internetu, a neki portali su tu ideju već i prihvatili.

5.2. Društveno odgovorna komunikacija

Pojavom raznih društvenih mreža kao što su Instagram ili Twitter, otvorilo se još mnogo 'prostora' za javno objavljivanje vlastitog sadržaja, ali i komentara. Problem je u tome što, iako postoji nepisano pravilo o društveno odgovornoj komunikaciji, ista nije nigdje zakonom propisana. Ono što je zabrinjavajuće je činjenica kako komentirati može svakakav profil ljudi i dok neki vode brigu o društvenoj odgovornosti, ostali svojim komentarima stvaraju nelagodu, a često i zgražanje. Neki ljudi jednostavno nemaju osjećaja za druge ljude i jednostavno ih nije ni briga. Neki doslovno 'žive' kako bi po cijele dane pisali negativne komentare na internetu i zagorčavali tuđe živote. Ti ljudi se zovu *internetski trolovi*. Iako su trolovi inače poznati kao minijaturna, ružna stvorenja iz nordijske mitologije, izgleda kako era stvarnih trolova tek počinje. Naime, provedena su mnoga istraživanja na tu temu i pokazano je kako trolovi itekako utječu na psihičko zdravlje drugih, a nerijetko su zabilježena samoubojstva nakon zlih komentara istih. Adian White definira internetske trolove sljedećim riječima: „Ludi koji skrivaju svoj identitet kada vrijeđaju, a nerijetko maltretiraju i napadaju druge ljude“ (White u Hulin i sur., 2013; 65). Malović primjećuje kako se konzekvence zlorporabe uočavaju tek nakon nekog vremena. „A vrijeme je nešto što društvene mreže nemaju, jer su sve osnovane doslovno nedavno, pa se ne može ni osnovati javno mnijenje koje će upozoriti na potrebu za društvenom odgovornošću, kao što je bilo s masovnom medijima u njihovim ranim počecima“ (Malović i sur., 2014; 121). Ti ljudi komentare najčešće, naravno, puštaju anonimno, pod raznim nadimcima i na taj način se štite. Puno je lakše dati svoje mišljenje ako drugi ne zna tko stoji iza njega. „Anonimno komentiranje koje doista može biti 'glas naroda', jednako može biti evidentna zlorporaba javnoga, virtualnog, prostora i psihičko maltretiranje koje oduzima drugoj osobi dostojanstvo, čast pa i život“ (Vilović, 2014; 231). Samim time što korisnici ne djeluju pod pravim imenom i prezimenom, ne djeluju pod svojim pravim identitetom. Identitet koji je kreiran može biti u raskolu s pravim. Ljudi često anonimno pišu i objavljuju stvari koje pod svojim imenom nikada ne bi objavili, no više o tome u nastavku rada. Istovremeno, prostori za komentare postaju sve veća platforma za razmjenu mišljenja i ideja na globalnoj razini. Takav pristup ima svoj znanstveni temelj u knjizi 'Povezani' autora Nicholas A. Christakisa i James H. Fowlera, koji govore o istoj problematici kroz drukčiji primjer. Oni se, umjesto na korisnička imena, fokusiraju na avatare koji korisnici stvaraju prilikom početka video igrice. Video igrice, zajedno s internetom, danas čine najpopularniji oblik novih medija. Neke video igrice uživaju veću popularnost od filmova, a njihovi likovi veću slavu od glumaca. Koliko je komunikacija bitna u tom svijetu i kakav je

zamah uzela, govore slijedeći primjeri. Prvi primjer je igrica „Second life“. „Ovaj virtualni prostor ima takav komunikacijski kapacitet da su neka sveučilišta osnovala kampuse. U Second life-u postoje eksperimenti korištenja tih kampusa kao edukacijskih platforma. „Dok neki svoju opsjednutost prenose on line, drugi internet koriste da bi svoja stvarna iskustva ostavili iza sebe. U virtualnim je svjetovima moguće voditi „drugi život“ i prema ostalima se ophoditi bez ograničenja iz stvarnog života. Invalidne osobe mogu imati fizički i sposobne avatare, a muškarci se mogu pretvarati da su žene (...)“ (Christakis i Fowler , 2010; 267). Shodno s time, može se izvući jedan od mogućih zaključaka. Sve navedeno može dovesti u pitanje masovnu samo-komunikaciju u slijedećem smislu. Korisnici pri korištenju interneta stvaraju korisnička imena odnosno avatare. Ta imena i avatari nisu u nužno u uskoj vezi s pravim identitetom korisnika što ostavlja veliki prostor za 'hrabrost' pri pisanju i objavljivanju raznog sadržaja, ako se isti primjer stavi u okvire kreiranja nadimka pri komentiranju. Zbog toga su mnogi portali odlučili ukinuti opciju komentiranja pod nadimkom, već je to moguće isključivo pod pravim imenom i prezimenom.

6. Ljudska prava

Često možemo čuti kako su nekome povrijeđena ljudska prava ili da se pozvao na ljudska prava. No, sigurno bi se začudili kada bi netko rekao kako je postigao ljudska prava. To je zato što se ljudska prava ostvaruju rođenjem. Ljudska prava zajamčena su svakom čovjeku na temelju njegova postojanja kao čovjeka i ona su neotuđiva, što znači da nikome ne mogu biti oduzeta. Međutim, iako je danas to tako, postojalo je razdoblje kada spomenuta izjava „postići ljudska prava“ bila nedostižan cilj za mnoge.

Ideja o ljudskim pravima ima korijene u grčkoj antičkoj filozofiji i u religiji (svi su ljudi pred Bogom jednaki). Razvoj te ideje ima 3 sastavnice. Prva leži u filozofskim korijenima (ideja stara više od 2000 godina koja govori o jednakosti svih ljudi) s početkom u grčkoj, a kasnije poznata sastavnica kako u ranom kršćanstvu, tako i u drugim religijama. Druga se očituje u političkom ostvarenju ljudskih prava u sklopu nacionalnih država - vođena Engleskom i *Magnom Chartom Libertatum* koja sadrži prava određena sa strane kralja 1215. godine (Benić, Vulić, 2014). Osim toga, bitan dokument u ovoj sastavnici je *Petition of Rights* iz 1628. godine koji jamči nepovredivost građana, a završava *Habeas-Corpus- Act-om* koji je značio preokret ideje o ljudskim pravima u konkretnom državnom pravu. U Sjedinjenim Američkim Državama je prvi put u povijesti formuliran Katalog ljudskih prava i to pozivanjem na zamisli Johna Locka. John Lock je važna ličnost kada se govori o ljudskim pravima. On smatra kako su urođena prava čovjeka prava na život, slobodu i privatno vlasništvo. Smatra kako je zadaća svake države da štiti ta prirodna ljudska prava. To je ključno zato što time on radi prevrat od apstraktne ideje o ljudskim pravima do njezina konkretnog ostvarenja u sklopu države. Najvažniji dokument u povijesti ljudskih prava je 'Virginia Bill of Rights' iz 1776. godine. Treća sastavnica leži u univerzalnom političkom ostvarenju ljudskih prava (Ujedinjeni narodi). Dotična podrazumijeva sporazum svih država- *Poveljom Ujedinjenih naroda* iz 1948. pravno je prevladan univerzalni zahtjev i nacionalno značenje ljudskih prava.

Postoji nekoliko vrsta ljudskih prava, a to su: osobna, politička i civilna, socijalna i ekonomska te prava treće generacije. Osobna prava su jezgra svih ljudskih prava i osiguravaju slobodan razvoj osobe. Politička i civilna (građanska) prava osiguravaju slobodu mišljenja i tiska te neometano sudjelovanje u političkom životu u sklopu njegove zajednice. Socijalna i ekonomska prava osiguravaju svakom čovjeku da bude opskrbljen barem osnovnim stvarima koje će mu omogućiti preživljavanje. Prava treće generacije se tek od nedavno ubraja u

ljudska prava, a prije svega se odnosi na pravo na zaštitu okoliša. Ta su prava jamstvo da čovjekovi prirodni životni prostori neće biti previše oštećeni ili čak potpuno uništeni

Iako prema regulativama koje postoje u svakoj državi može izgledati kako je povreda ljudskih prava rijetka pojava, stvarnost je zapravo suprotna. Treba znati kako kršenja nisu ograničena ni na kontinente ni na određene političke sustave, društvene norme ili religije (Benić, Vulić, 2014). A napretkom tehnologije dolazimo do jednog sasvim novog 'svijeta' koji njeguje svoja pravila i norme ponašanja, a u kojem su također itekako sadržana ljudska prava kao i pravila ponašanja.

No, ako pitamo Slavoj Žižeka, sloboda, iako je stvarna, lako se može pretvoriti u svoju suprotnost. Žižek je kroz razne primjere u knjizi 'O nasilju' objasnio zašto je to tako. „Taj paradoks htijenja ili slobodnog izbora onog što je u svakom slučaju već unaprijed obavezujuće, održavanje privida da postoji sloboda izbora kad nje zapravo nema, u strogom je smislu međuovisna s pojmom prazne simboličke geste, ponude koja je smišljena kako bi bila odbijena“ (Žižek, 2008; 135). Po njemu su upravo ti običaji i navike to što tvori naš identitet i upravo su običaji mediji društvenog nasilja. Kako? George Orwell to, između ostalog, objašnjava primjerom kako se „mi svi bunimo zbog klasnih razlika, ali vrlo malo ljudi ih zaista želi ukinuti“ (Orwell u Žižek, 2008; 198). Ukidanje klasnih razlika značilo bi gubitak vlastitog identiteta jer se ne bi znali prepoznati više izvan takvog sustava. Tako objašnjeno, teorija o prividnosti slobode zaista ima smisla, no, možemo li zamisliti što bi bilo kad koncept slobode ne bi postojao ni pod ovom 'krinkom'? Teško, možda bi stanje bilo još gore nego što je ono sada, pogotovo na internetu.

6.1. Etika na internetu

Iako se internet duže vrijeme smatralo mjestom bez pravila, to je možda vrijedilo samo za njegov početak dok nije bio dovoljno brz da učita određene stranice, a ljudi su postali posebno osjetljivi na to da je djeci nadohvat ruke svakakav, neprimjereni sadržaj. Dio o kontroli nakon decentralizacije je već obrađen, no što je s etikom nakon decentralizacije? Kao što je već rečeno, kao što ni internet nije tako neorganiziran već ima svoja pravila i moguće ga je kontrolirati, tako i za sve korisnike postoje neka pravila ponašanja. Iako nepisana, ta pravila bi se zaista trebalo poštovati kako bi svima bilo bolje. Zamislimo si da svih, više od četiri milijarde korisnika, koliko ih je zabilježeno 2018. godine, da za pravo ponašati se kako ih je volja na toj platformi. Nastao bi potpuni kaos, baš kao i u pravom svijetu. I baš kao u stvarnosti, i na internetu postoji etika i moralno ponašanje koje se razlikuje od zakona zato što se temelje na dobroj volji, koje se može ili ne mora poštovati – da, baš kao i u ne virtualnom svijetu (Ivanušić, 2017). Network Working Group je u samim internetskim počecima 1995. godine izdala neka poželjna ponašanja na mreži. Iako naizgled jednostavna, za aktere ovog diplomskog rada kršenje ovih pravila je imperativ. Moralne smjernice koje nudi Network Working Group su: izbjegavanje pisanja riječi velikim slovima jer se pisanje velikim slovima smatra vikanjem, važno je razgovarati na moralan i etičan način s obzirom da preko internet komunikacije nema razgovora licem u lice te je lakše vrijeđati, važno je poštivati tuđa stajališta, komunikacija treba biti prijateljski nastrojena (Ivanušić, 2017). Daleko od toga kako bi korisnici također trebali imati svoja prava u pogledu privatnosti i zaštite podataka, iako u praksi tome često nije tako, zaista je važno da postoji neko međusobno uvažavanje i minimalna pristojnost. Privatnost i zaštita podataka na internetu također su kompleksne teme koje zaslužuju potpunu pozornost, ali s obzirom da to nije fokus ovog rada, predlažem da se zadržimo s ove druge strane etike – one koja se tiče međusobne komunikacije. Odnosno na jedan aspekt ljudskih prava koji Jovan Kurbalija navodi u osnovnom setu ljudskih prava, a to su: privatnost, sloboda izražavanja, pravo na dobivanje informacija, različita prava koja štite kulturnu, jezičnu i manjinsku raznolikost, i pravo na obrazovanje o kojima se često žestoko raspravlja na Svjetskom susretu informacijskog društva (WSIS-u) i na Forumu o upravljanju internetom (IGF-u). Tako se ljudska prava uvijek na neki način prožimaju kroz pitanja koja se bave mrežnom neutralnošću kao što su sloboda izražavanja, pravo na pristup i anonimnost (Kurbalija, 2011; 137).

Sloboda izražavanja na internetu svakako je dio oko kojega se najviše spori. Svako toliko u javnosti se pojavi pitanje cenzure i kontrole sadržaja što izaziva razne rasprave. Te

rasprave se često kreću u tri smjera. Prvi je sadržaj za čiju kontrolu postoji globalni konsenzus (dječja pornografija, genocid, terorističke akcije i sl.). Drugi smjer tiče se sadržaja koji su osjetljivi u pojedinim zemljama, regijama ili etničkih skupina te treći, koji se odnosi na političku cenzuru. No, čini se kako se razvojem platformi kao što su blogovi, forumi i ostale stranice koje korisnici mogu sami kreirati ili pridonijeti stvaranjem vlastitog sadržaja na bilo koji način, doveli do sada najkontroverznije kontrole (Kurablija, 2011; 141). U Hrvatskoj se već nekoliko godina svako toliko u javnosti pojavljuje pitanje o kontroliranju govora mržnje na internetu, što po nekima automatski predstavlja ukidanje slobode govora te veliko negodovanje. Iako na službenom Hrvatskom portalu, Središnjem državnom portalu jasno piše zakon o pravilu ponašanja na internetu, gdje, između ostalog piše kako svatko ima slobodu online izražavanja, ali kako se „ograničenja mogu odnositi na izražavanje koje potiče diskriminaciju, mržnju i nasilje, a ta ograničenja moraju biti zakonita, usko prilagođena i moraju se provoditi uz nadzor suda²¹“, a ta se pravila zbog nedostatnog kažnjavanja, često jednostavno zanemaruju. I dok su i do sada postojali razni admini koji uklanjaju uglavnom komentare koji u sebi sadrže psovke, dolazimo do točke kada takvi komentari, komentari puni mržnje imaju tendenciju zaista postati kažnjivi. Ali kažnjivi za koga? Možemo li zamisliti državu u kojoj bi netko zaista dobro promislio prije nego bi nešto napisao? Iz ove perspektive – teško. No, to nije i nemoguće. Samo što nikad zapravo neće postati praksa kažnjavati pojedinca zato što to zahtijeva sudske procese i privatne tužbe i ne postoji to vrijeme u kojem bi svi pravodobno bili kažnjivi. Stoga bi suzbijanje govora mržnje mogli biti primorani provoditi sami portali, a ukoliko na vrijeme ne sankcioniraju nepodobne komentare uslijedile bi enormne novčane kazne. Zašto je to loše i zašto se mnogi tome protive kao i više o cijeloj ideji i mogućnosti, odnosno nemogućnosti provedbe ideje u djelo - u sljedećem poglavlju.

²¹ Preuzeto s <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=11750> (2.09.2019).

6.2. Novi zakon ili moralna panika?

Postoji stručni termin za ovo što se trenutno događa u Hrvatskoj kada je riječ o novom zakonu protiv govora mržnje na internetu, a zove se 'moralna panika' koja je karakteristična za suvremena društva. Ili, kako je definirao Stanley Cohen, to je: „pojam koji je usko povezan s masovnim medijima koji javnost obavještavaju o devijacijama i društvenim problemima“ (Cohen, 2011). Taj proces odvija se u tri koraka. U prvom koraku mediji prepoznaju neki problem kao 'dobru priču' vrijednu dramatiziranja, u drugom koraku se stvara veza između toga događaja i šireg konteksta, a u trećem moralna panika zahtjeva posebni angažman i rješavanje problema (Cohen, 2011). No, ono što je karakteristično za moralnu paniku jest to da nestaje jednako brzo kao što i nastupa. Evo kako je započela priča o ukidanju govora mržnje na internetu u Hrvatskoj i što je poduzeto po tom pitanju. U siječnju 2018. godine u javnosti je 'odjeknula' vijest o ukidanju govora mržnje na internetu. Mnogi domaći, kao i strani portali počeli su pisati o tome te se činilo kao da će stvar biti ubrzo riješena. Iako već postoji zakon propisan člankom 325.²² važećeg Kaznenog zakona koji se direktno tiče slučaja govora mržnje, a glasi: "Tko putem tiska, radija, televizije, računalnog sustava ili mreže, na javnom skupu ili na drugi način javno potiče ili javnosti učini dostupnim letke, slike ili druge materijale kojima se poziva na nasilje ili mržnju usmjerenu prema skupini ljudi ili pripadniku skupine zbog njihove rasne, vjerske, nacionalne ili etničke pripadnosti, jezika, podrijetla, boje kože, spolnog opredjeljenja, rodnog identiteta, invaliditeta ili kakvih drugih osobina, kaznit će se kaznom zatvora do tri godine“, taj zakon se očito ne provodi dosljedno. Zakon bi se navodno temeljio na smjernicama koje je uvela Europska komisija koja predlaže da oni društveni mediji koji u roku od dvadeset i četiri sata ne uklone sporan sadržaj budu kažnjeni u iznosu od pedeset milijuna eura po uzoru na zakon koji je donijela Njemačka 2018. godine. Najava novog zakona (odnosno zaista postupanje po već postojećem zakonu) mnoge je uznemirila zato što postoji sumnja kako bi tako nešto dovelo do cenzure svega što vladajućima ne bi odgovaralo. Jer, postavlja se pitanje, tko bi to određivao gdje je granica između iznošenja negativnog mišljenja i govora mržnje? Strepi se od mogućnosti da bi vladajući jednostavno mogli imati u kontroli da uklone s interneta svaki komentar koji im ne odgovara i ne ide u prilog. Kako bilo, s obzirom da bi bilo nemoguće kažnjavati svakoga pojedinačno, za kontrolu komentara bili bi zaslužni odgovorni na portalima i ostalim internetskim stranicama. Nadovezujući se na moralnu paniku, važno je spomenuti kako je ta

²² Preuzeto s <https://zakonipropisi.com/hr/zakon/kazneni-zakon/325-clanak-javno-poticanje-na-nasilje-i-mrznju> (2.09.2019).

vijest potresla hrvatske građane da bi potom sve utihnulo, a potom bi se vijest aktivirala u nekoliko navrata, ali nikad s konkretnim rezultatom, iako je rečeno da će zakon biti u funkciji prije ljeta 2019. godine. Naime, „veliku ulogu u širenju moralne panike imaju mediji pa tako i televizija i internet. (...) Stvaranju moralne panike pridonosi veoma emotivan jezik i izrazita ekspresivnost pri opisivanju kakve pojave (npr. određene se skupine prikazuju kao 'monstruozne'), rabe se 'zastrašujući slučajevi', veoma dramatični i nereprezentativni“ (Labaš, 2013). Primjer za to možemo pronaći u članku portala 'Oko.hr' koji je u naslovu istaknuo: 'VRIJEĐANJE RADI VRIJEĐANJA Evo do kad će kompjutorski trolovi moći nekažnjeno provocirati', a ispod naslova velikim slovima naveden je jedan brutalan primjer govora mržnje: „Trebate brutalno silovati i zaklati; treba ti prerezati grlo, izrezati te na komadiće i baciti te divljim svinjama; je..no ću te uništiti!...

S obzirom na to da ovaj diplomski rad nema za cilj donijeti zaključak treba li donijeti zakon o ukidanju govora mržnje ili ne, već samo približiti trenutno stanje u državi po tom pitanju, bitno je napomenuti kako brutalni govor mržnje zaista postoji, ali i objasniti razloge protiv ukidanja govora mržnje kao i kakvo bi pravo stanje zapravo moglo biti - da je sve 'govor u prazno', odnosno da je riječ samo o moralnoj panici. U sljedećem poglavlju ulazim u srž 'trolanja' i posljedica koje vuče za sobom, a u vlastitoj analizi, između ostalog, donosim i neke konkretne primjere istog.

6.3. Identitet vs. virtualni identitet

Identitet

Prilikom pokušaja definiranja kulture, možemo naići na mnogo različitih definicija te je teško odabrati najtočniju. Slično je i sa definicijom identiteta. Pojam identiteta se posebno proučava posljednjih nekoliko godina te se u skladu s raznim pogledima na pojam i njegovo značenje, razvio povelik broj definicija. Sistem analize i kritike subjekta probale su dati mnoge discipline, pa se tako pitanje subjektivnosti i nesvjesnih procesa razvilo unutar diskursa feminizma i kulturalne kritike pod psihoanalitičkim utjecajem. Susrećemo se s pojmom koji predstavlja cjelovitu suštinu, a to je jastvo ili sebstvo koje dobiva na značenju u postmodernizmu. Hall se pita zašto je potrebno razglabanje o identitetu i kome to treba (Hall, 1996). Zaključuje da se dekonstrukcijski pristup odnosi prema ključnim pojmovima kao da su prekriveni, budući da ne postoji u potpunosti različiti pojmovi koji ih mogu zamijeniti, svejedno se promišlja pomoću njih, ali kako su oni sada dekonstruirani, više ne djeluju unutar paradigme u kojoj su stvoreni.

Identitet je jedan od takvih pojmova – „koji djeluje dok je prekriven, u intervalu između dokidanja i pojavljivanja: ideja koju se može misliti na stari način, ali bez koje određena ključna pitanja uopće ne možemo promišljati“ (Duda, 2006; 358). To znači da ukoliko nemamo izgrađeni neki vlastiti stav, koji je produkt naših vlastitih iskustva i koji može biti u kontradikciji sa tuđim, zapravo nismo u mogućnosti misliti svojom glavom, već to činimo tuđom.

Usporedno se nadovezuje na pojam identifikacije: ona se konstruira na pozadini prepoznavanja nekoga zajedničkog porijekla ili zajedničke osobine s drugom osobom ili grupom, ili s idealom, i u skladu sa solidarnošću i odanošću koje počivaju na prirodno uspostavljenim temeljima (Duda, 2006; 359). Identitet je zapravo polazište za identifikaciju, na primjer, sljedbenike neke ideologije čine pojedinci koji su dijelom svoga identiteta prihvatili njezine ideje kao nešto što će ih definirati te su se zatim povezali s ostalim istomišljenicima, tj. identificirali su se s njima zbog istog stajališta. Kako mi nikada nismo do kraja definirani kao osobe, ni identifikacija nikada nije do kraja usavršena. Važno je napomenuti da značenje identiteta ne razvijamo esencijalistički, to je ideja da postoji objektivna kvaliteta određene grupe ljudi koja je vječna i ustaljena. Moguće je izvršiti kategorizirana grupiranja koja su zasnovana na problematičnim kriterijima kao što su rod, rasa, narodnost, seksualna orijentacija i klasa. Razvija se strategijski i pozicijski, definicija se

sastoji u suprotnom od esencije. Ona prihvaća da identiteti nisu nikada jedinstveni te da u kasnom modernom dobu postaju sve više fragmentirani i razlomljeni, nikada nisu singularni, nego se umnažaju, gradeći se preko različitih, antagonističkih diskursa, praksi i pozicija koji se često međusobno presijecaju (Hall, 1996). Kao što ne postoje dvije potpuno identične osobe, čak ni u slučaju jednojajčanih blizanaca, tako ne postoje ni dva jednaka identiteta, a uključujući koncepte modernosti kao što su vjerovanje u mogućnost ljudskog napretka, racionalno planiranje da bi se mogli postići ciljevi, vjerovanje u superiornost racionalne misli u usporedbi s emocijama, vjeru u sposobnost tehnologije i znanost (Martin Holborn, 2000), te potpuno drukčiji politički koncept, kao što je demokracija, rezultira stvaranjem heterogene mase ljudi gdje sada oni više nisu sljedbenici nametnute ideologije već su u mogućnosti razlučiti čemu će se prikloniti i prihvatiti, a što odbaciti u konceptu svog identiteta i na taj način se očituje sve veća raznolikost pojedinaca u nekom društvu, tj. povećava se broj originalnih jedinki dosljednih sebi.

Identiteti se konstruiraju u odnosu na druge. To je povezano sa statusom i ulogom, naime svaki čovjek svojim rođenjem ulazi u proces socijalizacije i dok se u nekim društvima status stječe, nekima je on već po rođenju pripisan. No nitko nije lišen statusa. Na taj način mi zapravo uviđamo svoj identitet, npr. netko može biti nesvjestan svog neznanja sve dok ne dođe do interakcije s onim koji je obrazovan, dok je isti vjerojatno na nekoj društveno većoj funkciji od prvog.

Virtualni identitet

Kao što je spomenuto u prethodnom odlomku, općenito pričajući o identitetu prije pojave interneta, taj je pojam imao konotaciju originalnih jedinki, no, pojavom virtualnosti to se razumijevanje bitno promijenilo. Naime, pristup internetu ujedno znači i pristup virtualnim zajednicama koje su, izgleda, promijenile cjelokupno tradicionalno razmišljanje o subjektu. Sada čovjek ne teži biti originalna jedinka, što različitija od ostalih već se želi što više 'ukalupiti' i postati dijelom neke virtualne zajednice. „Povijest promjena od mehaničkih do informacijskih tehnologija pomaže pri potkopavanju ideja o suverenitetu i samodostatnosti koje su pružale ideološko sidrište pojedinačnom identitetu još otkad su grčki filozofi postavili taj koncept prije više od dva tisućljeća“ (Barglow u Castells, 2000; 58). Evo kako je došlo do takvog shvaćanja.

Do takvog načina razmišljanja došlo je pojavom svih novih medija i informacionalizma o kojem je riječ u poglavlju 'Internet kao medij'. Castells, objašnjavajući ovakav novi način funkcioniranja, u kojem nove informacijske tehnologije povezuju svijet u globalne mreže instrumentalnosti, postavlja tezu kako postoji temeljna podijeljenost između apstraktnog univerzalnog instrumentalizma i povijesno ukorijenjenih partikularističkih identiteta, odnosno bipolarne suprotnost između Mreže i Sebstva. Taj odnos između Mreže i Sebstva²³ može se usporediti s onim globalizacije i identiteta (Castells, 2000). Globalizacija povećava naš proizvodni kapacitet, kulturnu kreativnost i komunikacijske mogućnosti dok istodobno iste te mogućnosti oduzimaju prava glasa društvima (Castells, 2002). Doticaj s toliko različitih identiteta trebao bi samo pojačati osjećaj vlastitog, s obzirom na to da se identitet spoznaje u odnosu na druge. Ono što se zaista događa je suprotna priča. U bliskom odnosu s toliko različitih identiteta ne znamo gdje počinje, a gdje završava vlastiti, dolazi do alijenacije i zbunjenosti. No, treba uzeti u obzir to da je Castells na virtualni prostor gledao uglavnom kao na prostor (što je pogrešno) zato što mi možemo svoje realno vrijeme provoditi u virtualnom prostoru, no kao prostor - virtualni prostor je samo metafora te ga ne možemo opipati ili osjetiti. Stoga se imaginarna identifikacija u virtualnom prostoru može predstaviti kao dva pola identiteta: „stvarnog (koji je racionalan, normalan, koji pristaje na društvene norme) i virtualnog identiteta koji može biti nasilan, pomaknut, drugačiji. Ipak, uobičajena dihotomija, razdvajanje realnog od virtualnog, uključuje i drugačiju interpretaciju“ (Peović

23Ja (ego, I) predstavlja srž ljudske osobnosti, jastvo (myself) njezin subjekt i sebstvo (the self) njezin objekt (Bezić, 2001).

Vuković, 2014). Virtualna verzija identiteta tako može biti u velikom raskoraku sa stvarnim, ali može čak i postati stvarniji od stvarnog . „Subjekt igrajući nasilnika može otkriti da je i sam nasilan, odnosno može ignorirati svoj autentični identitet koji se krije ispod maske“ (Peović Vuković, 2014). Upravo je to točka koja služi kao polazište ovog diplomskog rada. Korisnici su tu činjenicu uvelike počeli iskorištavati pa su tako kreirali račune pod nadimcima i nedefiniranim profilnim slikama iza kojih su bezbrižno mogli djelovati kako su htjeli. Kako ne bi stvari izmakle kontroli, društvene mreže poput Facebooka ukinule su tu mogućnost te se sada potrebno prijaviti punim imenom i prezimenom. A čak je i na novinskim portalima sve češće moguće komentirati samo pod punim imenom. Može se reći kako u kompjutorskoj komunikaciji nedostaje susret osoba uživo, nema gestikulacija ni nikakvih popratnih elemenata koje osoba s drugom osobom može doživjeti u komunikaciji 'licem u licem'. Zbog toga dolazi do manjka empatije i pisanja loše promišljenih komentara i mišljenja (Labaš, 2009).

7. Vlastito istraživanje

Kako bi ovaj diplomski rad imao svoje uporište u konkretnim slučajevima trolanja, provela sam vlastitu malu kvantitativnu i kvalitativnu analizu na temelju komentara upućenih na članke portala 24 sata koji svoju popularnost uživa i u manje popularnom tiskanom obliku. 24 sata je trenutno vodeća medijska kuća u Hrvatskoj koja na dan bilježi čak dva milijuna čitatelja, a obuhvaća teme koje se tiču novosti, zabave, sporta i brige o životu. Iako se najviše komentara može pročitati na člancima vezanim uz politiku, kako bi uspjela prikazati postoji li, i u kojoj mjeri u Hrvatskoj tendencija trolanja, proučavala sam dvije prirode vijesti – pozitivne i negativne. Odnosno, koristila sam se kvalitativnom i kvantitativnom analizom podataka tako što sam htjela sam vidjeti koliko će biti komentara na neku tužnu ili lošu vijest kao i na, na primjer, vijesti o rođenju ili nekom uspjehu, gdje zapravo nema nekog konkretnog razloga zašto bi netko napisao nešto ružno. Također, s obzirom na to da 24 sata ima mogućnost komentiranja pod nadimkom, kao i pod pravim imenom, zanimalo me koliko će se ljudi odlučiti za opciju komentiranja pod imenom, a koliko njih će to učiniti pod nadimkom. Ako se podsjetimo kako „anonimno komentiranje koje doista može biti 'glas naroda', jednako može biti evidentna zlouporaba javnoga, virtualnog, prostora i psihičko maltretiranje koje oduzima drugoj osobi dostojanstvo, čast pa i život“ (Vilović, 2014; 231), može se reći da istraživanje rezultira zanimljivom statistikom. Iako napominjem kako se radi o maloj analizi koja se sastoji od dvadeset proučenih članaka s komentarima, vjerujem da je to dovoljno za valjani uvid u temu ovog rada, a to je relevantnost suzbijanja govora mržnje na internetu u Hrvatskoj. Odnosno, postoje li zaista dobre osnove za to ili ipak nije još vrijeme za tako drastične mjere. Ono što također moram napomenuti je kako 24 sata zapravo već ima admina koji kontrolira sadržaj komentara kao i cijeli niz pravila kojih bi se svaki komentator trebao pridržavati²⁴, no sudeći prema viđenom, kažnjavaju se samo drastični slučajevi kao što je bio

²⁴ 1. Izravno prijetiti korisnicima, novinarima, administratorima ili subjektima članaka, koje mogu rezultirati i kaznenim progonom

2. Vrijeđanje, omalovažavanje i napad na temelju nacionalne, rasne, spolne ili vjerske pripadnosti, govor mržnje te propagiranje nasilja

3. Prikupljanje i objavljivanje osobnih podataka, upload, distribucija ili objava sadržaja pornografskog, obscenog, nametljivog ili nezakonitog karaktera te korištenje prostačkog ili uvredljivog nicka te nicka u kojem je sadržano ime i prezime drugih osoba

4. Objavljivanje lažnih informacija s ciljem zavaravanja ili klevete, te "trollanje" - namjerno provociranje drugih komentatora

5. Oglašavanje, netematski sadržaj, spam, kršenje autorskih prava, citiranje uvredljivih komentara ili bilo kakvih drugih komentara koji nisu dopušteni na portalu

6. Upotreba psovki, osim u slučaju kada se koriste kao stilski izraz, odnosno nisu nekome direktno upućene

slučaj s člankom 4²⁵ u skupini negativnih vijesti. Članak je o direktoru kojeg djelatnica tuži zbog seksualnog uznemiravanja, a dva komentara koja sam uspjela pročitati prije adminovog brisanja bila su: „A koja korist od tajnice kad ju nemoš poderat kad oš i đe oš!?!“, te „I ne kaže se stražnjica neg guzčetina ili guzica“. Iako je adminu trebalo nekoliko sati da reagira, ovakav komentar je na kraju ipak bio izbrisan. Međutim, iako možda ne tako loši, ostaju mnogi komentari koji ostavljaju gorak okus u ustima nakon čitanja, pogotovo zato što, napominjem, stoje iza zaista tragičnih ili pak lijepih vijesti. U svom istraživanju razvrstala sam komentare u tri skupine: negativne, pozitivne i ostale. Pod ostalim pritom mislim na one komentare koji ne vrijeđaju i ne hvale, već su najčešće rasprava ljudi koji raspravljaju o nečemu što uopće nije tema članka. Evo kako dobiveni rezultati izgledaju u tablici i grafičkom prikazu.

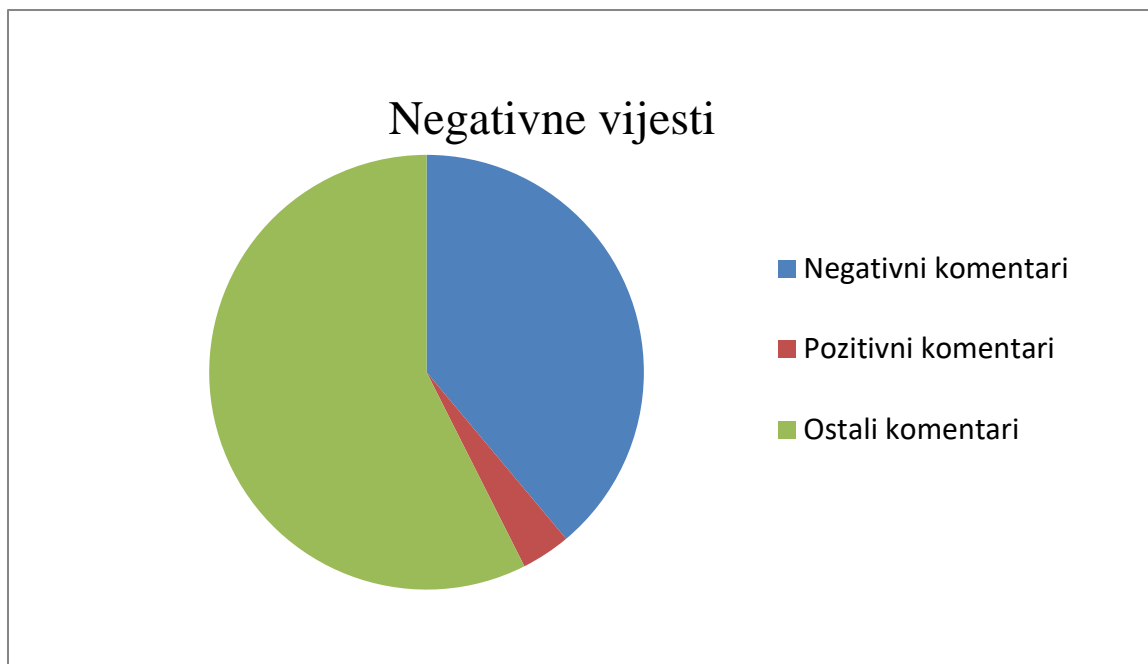
| Negativne vijesti | | | | |
|--------------------------|-------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------|
| | Ukupno komentara | Negativni komentari | Pozitivni komentari | Ostali komentari |
| Članak 1 | 29 | 8 | 2 | 19 |
| Članak 2 | 54 | 10 | 0 | 44 |
| Članak 3 | 37 | 17 | 7 | 13 |
| Članak 4 | 94 | 18 | 4 | 72 |
| Članak 5 | 79 | 45 | 1 | 33 |
| Članak 6 | 67 | 43 | 0 | 24 |
| Članak 7 | 60 | 20 | 1 | 39 |
| Članak 8 | 25 | 13 | 1 | 11 |
| Članak 9 | 29 | 11 | 1 | 17 |
| Članak 10 | 17 | 6 | 1 | 10 |
| Ukupno | 491 | 191 | 18 | 282 |
| Postotak | 100 | 38,90 | 3,67 | 57,43 |

Tablica 1.

7. Pisanje bilo kojim drugim jezikom osim hrvatskog ili pismom osim latinice i pisanje isključivo velikim slovima

8. Vrijeđanje ostalih korisnika i njihovih komentara, autora članaka, te izravnih ili neizravnih subjekta članaka te prozivanje administratora ili polemiziranje s administratorom na bilo koji način. Preuzeto s <https://www.24sata.hr/uvjeti-koristenja/> (Posjećeno 29.08.2019).

²⁵ <https://bit.ly/2ZCE00J>



Graf 1.

U skupini 'negativnih vijesti' obuhvatila sam članke s naslovima poput: „Tragedija u Big Brotheru: Pred kamerama joj rekli da ima rak“ (članak 1²⁶), „Na zadarskoj plaži u pola sata dvoje umrlo od zatajenja srca“ (članak 2²⁷), „Jeste li je vidjeli? Otišla je na trening i više se nije vratila...“ (članak 3²⁸), „Stavili mu bombu u auto usred Zagreba, 2017. mu ubili brata“ (članak 5²⁹) i slično. I, iako bi se možda reklo da će ljudi na takvu prirodu vijesti reagirati empatijom, redom se mogu iščitati komentari poput sljedećih, a koji se tiču članka 6³⁰ pod naslovom „Spašavala pijanog muža pa pala u more: Žena je preminula“ – na što je jedan korisnik komentirao: „Samo Darwin“ , dok je drugi napisao „Stari je dobro prošao“, s čim je zapravo počela bujica komentara okrenutih sprdnji i izrugivanju. Dotični članak nije imao niti jedan komentar suosjećanja ili žaljenja. Također, navedeni članak pod brojem 5 nije bio previše od pomoći već je poslužio kao mjesto izrugivanja komentarima poput: „Možda sa svećenikom bila“ ili „Valjda još trenira“ , a koji su redom naišli na odobravanje, a zanimljivo je i kako je komentar jedne osobe koja smatra da je neprimjereno pisati takve stvari naišao na odgovor: „I šta ako netko komentira svoje mišljenje imamo slobodu govora a ako tebi smeta

²⁶ <https://bit.ly/2PwJFFU>

²⁷ <https://bit.ly/30JdXXI>

²⁸ <https://bit.ly/30J6IUN>

²⁹ <https://bit.ly/2L1KEty>

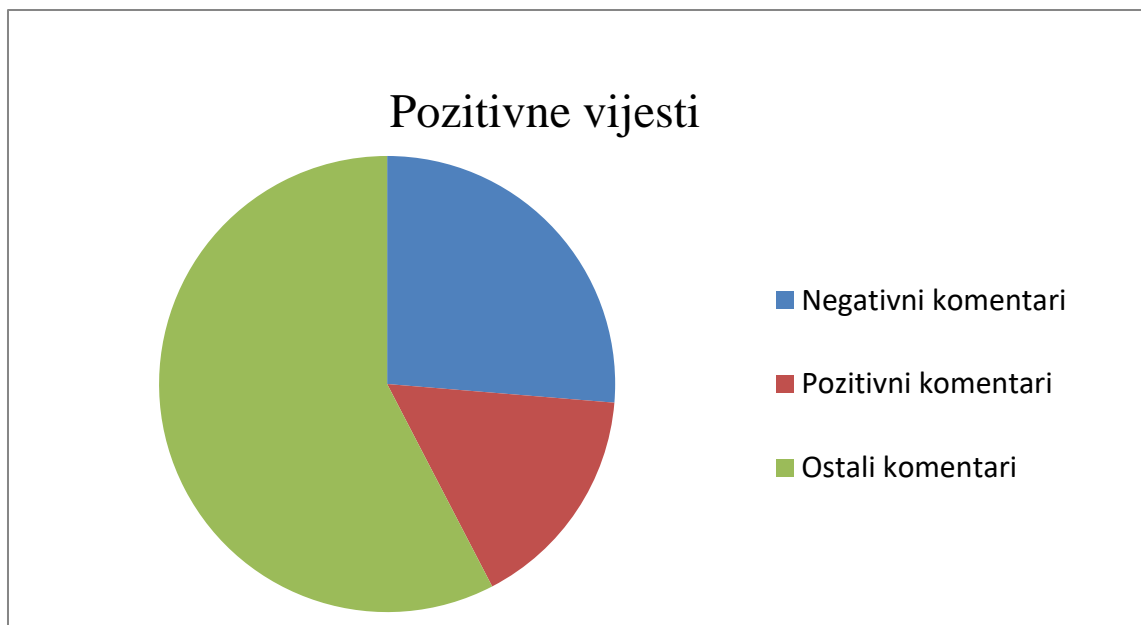
³⁰ <https://bit.ly/2LjrtKE>

ne čitaj komentare pusa bok“ (koristim originalne rečenice). Također, kao što sam rekla, česta praksa kod komentiranja je razviti diskusiju oko nečega što uopće nije tema razgovora. Tako je i članak 7 naslova “Auto i tramvaj sudarili su se u Zagrebu: 'Audi je skroz skršen“ ostao bez razumijevanja čitatelja pa je s 20 negativnih komentara od ukupno njih 60, završio s 39 komentara koji se uopće ne tiču nesreće već rasprave tko su bolji, odnosno gori vozači – Zagrepčani ili Dalmatinci.

Uzevši ovo u obzir krenula sam na analizu članaka koji su po prirodi vijesti pozitivni, nadajući se da će bar u tom slučaju situacija biti potpuno drukčija. Evo koji su rezultati ovog mini istraživanja:

| Pozitivne vijesti | | | | |
|--------------------------|-------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------|
| | Ukupno komentara | Negativni komentari | Pozitivni komentari | Ostali komentari |
| Članak 1 | 46 | 7 | 5 | 34 |
| Članak 2 | 88 | 21 | 5 | 62 |
| Članak 3 | 126 | 9 | 20 | 97 |
| Članak 4 | 18 | 4 | 6 | 8 |
| Članak 5 | 26 | 12 | 1 | 13 |
| Članak 6 | 11 | 2 | 1 | 8 |
| Članak 7 | 77 | 41 | 0 | 36 |
| Članak 8 | 54 | 29 | 8 | 17 |
| Članak 9 | 11 | 0 | 11 | 0 |
| Članak 10 | 22 | 1 | 20 | 1 |
| Ukupno | 479 | 126 | 77 | 276 |
| Postotak | | 26,30 | 16,08 | 57,62 |

Tablica 2



Graf 2.

Iako je u ovom slučaju situacija nešto bolja, još se nailazi na komentare kao što su ispod članka 2³¹: „Majstorica za žbuku: 'Zidam za peticu, tako mi piše i u diplomi““ gdje je jedan anonimni čitatelj dodao: „Je...? Jel i za noge dizat oli samo za dizat zid'?, a drugi: „Katice dali si ti učila Kolindu zidati i lijepiti pločice“?, a to su samo jedni u nizu takvih od ukupno 88 komentara. Naslov članka 6³² „Amelie se jako žurilo, rodila se na odmoru Istarskog ipsilona“, nije potaknuo ljude na čestitke i lijepe želje već na raspravu o tome je li ime 'Amelie' lijepo ili ružno: „Ja mislila neka luda turistkinja (na ljetovanju na kraju trudnoće) kad ono još ljudi naši koji obilježe dijete za sva vremena stranim imenom. Baš joj paše uz prezime, siroto dijete. Pored toliko lijepih naših imena. Ne mogu shvatiti šta je u tim mozgovima. Ništa. Eto“, bio je jedan od komentara. Negativnih komentara tako je ostala lišena samo baka koju su čistači ulice iznenadili tortom za 100. rođendan (članak 9³³).

Sukladno s time, može se reći da, iako postoji admin i, iako postoje pravila komentiranja, zapravo na neki način već postoji suzbijanje govora mržnje. No, prema svemu sudeći, admin u praksi zapravo uklanja samo one zaista drastične komentare dok ostali ostaju, pa makar nisu predmet rasprave ili njima osoba ne želi poručiti ništa lijepo, već joj je cilj

³¹ <https://bit.ly/2zuwx9F>

³² <https://bit.ly/2ZCM1qE>

³³ <https://bit.ly/2PIEEQs>

samo poremetiti cjelokupni dojam članka. A, trolanje nisu samo uvrede već i remećenje normalne diskusije³⁴. Ukoliko bi došlo do uvođenja zakona o suzbijanju govora mržnje, ova pravila bi se zasigurno morala postrožiti i u praksi. Tako je od sveukupno 970 komentara njih 317 negativnih, svega 95 pozitivnih, a čak 558 onih koji remete raspravu i potiču raspravu među čitateljima o sasvim drugim temama no što je ona u članku. Zanimljivo je i kako je od sveukupno 970 komentara samo 12 osoba iste pustilo pod imenom i prezimenom, a komentari tih korisnika su zapravo i bili dosljedni temi. Ostali su se koristili nadimkom.

³⁴ https://bs.wikipedia.org/wiki/Internetski_trol

9. Zaključak

Počevši od pitanja što bi suzbijanje govora mržnje na internetu značilo za hrvatske građane dolazim do zaključka kako bi prije svega sigurno značio jedan šok. Kako za one koji više ne bi mogli toliko slobodno širiti negativu, tako i za one koji bi optimistično čitajući komentare zaista i imali mogućnost ostati optimistični. Kao što sam već rekla, ovom diplomskom radu nije cilj bio donijeti zaključak treba li donijeti takav zakon ili ne, već ima li zaista u Hrvatskoj razloga za tako nešto. Uzevši sve u obzir, osobno mišljenje je kako definitivno ima razloga za govor o takvom zakonu zato što čitajući komentare, ne samo na portalu 24 sata, već na svim društvenim mrežama - You Tubeu i slično, konstantno nailazim na veliku dozu negativnosti, ali ne negativnosti u kojoj ljudi argumentirano iznose svoje mišljenje na koje imaju pravo, već je zaista riječ o gruboj negativnosti, odnosno trolanju. I dok neki svoj 'otrov' puštaju iza pravog imena i prezimena, a ostali pod nadimkom, svi trolovi zapravo na neki način utječu na tuđe sudbine. Dok oni ograđeni s '4 zida' iz sigurne udaljenosti upućuju loše komentare, s druge strane stoji osoba koja to čita i 'ruši joj se svijet'. Nepromišljeno ponašanje trolova itekako ima utjecaja na one kojima upućuju svoje komentare. Ono što njima predstavlja šalu i bezbrižnost, za drugog je možda upravo okidač za nešto strašno kao što je u najgorim slučajevima, oduzimanje života. Iako trolanje ne rezultira uvijek tako drastičnim ishodom, zasigurno nikada ne ostavlja ugodan osjećaj kod drugih. Analizom komentara na članke portala 24 sata vidljivo je kako će se uvijek naći neki zlobnici koji će i na najljepšu ili najtužniju vijest imati nešto loše za reći. No, s druge strane, zaista je teško reći je li to sve dovoljno da se oskrvne sloboda govora koja je jedna od temeljnih ljudskih prava. Opet, čini se kako je ona na papiru zapravo na neki način već ograničena, kao što pokazuju uvjeti o korištenju, u ovom slučaju 24 sata, samo što se isti provode dosljedno. Je li onda problem samo u tome što mediji s vremena na vrijeme plasiraju ovu problematiku kao veliku uzbunu? Teško je reći, no jedno je sigurno, a to je da bi ovo mogao zaista biti jedan čisti primjer moralne panike s obzirom da je pitanje o suzbijanju govora mržnje u Hrvatskoj, po uzoru na neke druge zemlje kao što je Njemačka, prvi put objavljeno u javnosti u siječnju 2018. godine, zatim još u nekoliko navrata - dok se još uvijek zapravo ništa nije poduzelo po tom pitanju. Dakle, razloga za govor o suzbijanju govora mržnje svakako ima, ali kad će i hoće li uopće taj zakon ikad zaživjeti trenutno je nemoguće znati već nam samo preostaje čekati.

10. Literatura:

Knjige:

1. Benić, Đ., Vulić, N. (2014). *Politika i gospodarstvo*. Udžbenik za srednje strukovne škole. Školska knjiga: Zagreb
2. Bolter, J. D. i Grusin R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. MIT Press
3. Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press, New York
4. Castells, M. (2003). *Internet galaksija*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
5. Castells, M. (2002). *Moć identiteta*. Zagreb: Golden marketing
6. Christakis, N. A., Fowler J. H. (2010). *Povezani*. Zagreb: Algoritam
7. Cohen , S. (2011). *Folk Devils and Moral Panics The creation of the Mods and Rockers*. New York: Routledge
8. Deleuze, G., (1990). *Postskriptum uz društva kontrole*. L' Autre journal, No. 1 (svibanj 1990).
9. Duda, D. (ur.) (2006). *Politika teorije: Zbornik rasprava iz kulturalnih studija*. Zagreb: Disput
10. Galloway, A.R. (2004). *Protocol*. The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, England
11. Giddens, A. (1991). *The Consequencess of Modernity*. Polity Press, Cambridge
12. Grbelja, J. (1998). *Cenzura u hrvatskom novinarstvu 1945.- 1990*. Zagreb: Naklada Jučić Okel, d.o.o
13. Hall, S. (1996). „*Kome treba identitet*“. U: Questions of Cultural Identity (ur. Hall, S. & Gay, P du). London
14. Holborn, M., Haralambos, M. (2002). *Sociologija: Teme i perspektive*. Zagreb: Golden marketing
15. Hromadžić, H. (2014). *Medijska konstrukcija društvene zbilje: socijalno – ideološke implikacije produkcije medijskog spektakla*. Zagreb:AGM

16. Jenkins. H. (2008). *Convergence Culture*. The International Journal of Research into New Media Tehnologies, Sage Publications.
17. Kurablja, J. (2011). *Uvod u upravljanje internetom*. Beograd: Albatros Plus
18. Labaš, D. (2009). *Novi mediji – Nove tehnologije – Novi moral*. Zbornik radova Okruglog stola s međunarodnim sudjelovanjem. Studijsko središte Hrvatskih studija u Skradinu, 17. svibnja 2008. Zagreb: Hrvatski studij Sveučilišta u Zagrebu
19. Malović, S., Maletić, F., Vilović, G., Kurtić, N. (2014). *Masovno komuniciranje*. Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga; Sveučilište Sjever, Varaždin
12. Malović, S., Ricchiardi S. i Vilović, G. *Etika novinarstva*. Zagreb: Sveučilišna knjižara
21. Manovich, L. (2001). *The language of new media*. The MIT press Cambridge, Massachusetts London, England
22. McLuhan, M. (1986). *The Globall Village*. Oxford University Press Inc
23. Mitrović, I. (2012). *Dizajniranje novih medija / dizajn i novi mediji - hrvatski kontekst 1995-2010*. Split: Umjetnička akademija u Splitu
24. Najbar- Agičić, M. (2015). *Povijest novinarstva- kratki pregled*. Zagreb: IBIS20. Peović Vuković, K. (2012). *Mediji i kultura: ideologija medija nakon decentralizacije*. Zagreb: Jesenski i Turk
25. Peović Vuković, K. (2012). *Mediji i kultura: Ideologija medija nakon decentralizacije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
26. Ray, L. (2007). *Globalization and Everyday Life*, London: Routledge.
27. Vilović, G. (2007). *Povijest vijesti*. Zagreb: ICEJ
28. White, A. (2013). "Etika i digitalno novinarstvo", Vodič za samoregulaciju online medija, Beč: OSCE

Internetski izvori:

1. Bezić, Ž. (2001). *Jastvo i Sebstvo*. Crkva u svijetu : Crkva u svijetu, Vol. 36 No. 2. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/39048> (11.06.2019.)
2. Brautović, M. (2010). *Razvoj hrvatskog online novinarstva 1993-2010*. MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima, Vol. 4 No. 8. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/65463> (20.04.2018.)
3. Fuchs, C., Sevignani, S. (2013). What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media. Pruzeto s <https://doi.org/10.31269/triplec.v11i2.461> (2.09.2019).
4. Hromadžić, H., Popović, H. (2010). *Aktivne medijske publike: razvoj koncepta i suvremeni trendovi njegovih manifestacija*. Medijska istraživanja : znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije, Vol. 16 No. 1. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/58485> (2.09.2019).
5. Ivanušić, M. (2017). *Etika i zaštita privatnosti* (diplomski rad). Preuzeto s <https://repositorij.unin.hr/islandora/object/unin:1318/preview> (20.04.2019).
6. Jurišić, K. (1999). *Globalizacija i ljudska prava*. Politička misao : časopis za politologiju, Vol. 36 No. 1. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/32065> (2.09.2019).
7. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. „Protokol (francuski protocole: zapisnik, pravila ceremonijala < srednjovjekovni latinski protocollum < grčki πρωτόκολλον>: prvi zalijepljeni list službenoga svitka papirusa“ Preuzeto s <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=50760> (8.11.2018.)
8. Mučalo, M., Šop, S. (2008). Nova publika novih medija. Informatologia, Vol. 41 No. 1 Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/21831> (12.06.2019.)
9. Paić, Ž. (2008). *Novi mediji- od živih slika do slika života*. Preuzeto s <http://www.zarez.hr/clanci/novi-mediji-od-quotzivih-slikaquot-do-quotlika-zivotaquot> (17.10.2018.)
10. Peović Vuković, K. (2014). *Virtualni prostor i problem virtualnosti. Simboličko, Imaginarno i Realno kao virtualno. / Mjesto, granica, identitet. Prostor u hrvatskoj*

književnosti i kulturi / Lana Molvarec (ur.).

Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2014. str. 117-127 Preuzeto s

<https://www.bib.irb.hr/714994> (11.06.2019.)

11. Portal Oko.Hr. (2017). *Internetsko nasilje: Vrijedanje radi vrijedanja, evo do kad će kompjutorski trolovi moći nekažnjeno provocirati*. Preuzeto s

<http://www.portaloko.hr/clanak/vrijedanje-radi-vrijedanja---evo-do-kad-ce-kompjutorski-trolovi-moci-nekaznjeno-provocirati/0/92798/?fbclid=IwAR3YFi4VjVpCLh6kPxCug-oqQVG1z0z6VDcJb2PM3oP8veJO23iwkd-ewn0> (14.06.2019).

12. Söderberg, Johan (ožujak, 2002). „*Copyleft vs. Copyright. A Marxist Critique*”, *First Monday*, 7, br. 3-4 Preuzeto s <https://firstmonday.org/article/view/938/860> (12.06.2019.)

13. Središnji državni portal. „Sloboda izražavanja i informiranja“ Preuzeto s

<https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=11750> (11.06.2019.)

14. Therborn, G. (2011). *Frankfurtska škola*. Čemu: Časopis studenata filozofije, Vol. X No.

20. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/72904> (2.09.2019.)

15. Vilović, G. (2006). *Govor mržnje*. Političke analize, Vol. 2 No. 6. Preuzeto s

<https://hrcak.srce.hr/175715> (2.09.2019.)

16. Vujić, A. *Globalizacija i identitet*. (2018). Preuzeto s

<https://pdfslide.net/documents/globalizacija-i-identitet-hrvatski-identitet-i-kulturni-razvoj-antun-vujic-globalizacija.html> 11.06.2019.)

17. ZakoniPropisi. Preuzeto s <https://zakonipropisi.com/hr/zakon/kazneni-zakon/325-clanak-javno-poticanje-na-nasilje-i-mrznju> (13.06.2019).

18. Wikipedia, „Internetski trol“. Preuzeto s https://bs.wikipedia.org/wiki/Internetski_trol (29.08.2019).

Članci korišteni u vlastitoj analizi:

Negativni članci

Članak 1: Bosančić, M. (23. kolovoza 2019). 24 sata. „Tragedija u Big Brotheru: Pred kamerama joj reki da ima rak“ Preuzeto s <https://bit.ly/2PwJFFU> (26.08.2019.)

Članak 2: Šale, P. (26. kolovoza 2019). 24 sata. „Na zadarskoj plaži u pola sata dvoje umrlo od zatajenja srca“ Preuzeto s <https://bit.ly/30JdXXI> (27.08.2019.)

Članak 3: Zdelar, M. (26. kolovoza 2019). 24 sata. „Jeste li je vidjeli? Otišla je na trening i više se nije vratila...“ Preuzeto s <https://bit.ly/30J6IUN> (27.08.2019.)

Članak 4: Ozmec-Ban, T. (27. kolovoza 2019). 24 sata. „Dirao ju za stražnjicu, govorio da ju treba j***** i vrijeđao?“ Preuzeto s <https://bit.ly/2ZCE0OJ> (28.08.2019.)

Članak 5: Cvok, V. (26. kolovoza 2019). 24 sata. „Stavili mu bombu u auto usred Zagreba, 2017. mu ubili brata“. Preuzeto s <https://bit.ly/2ZmpC1D> (27.08.2019.)

Članak 6: Grgat, I. (30. srpnja 2019). 24 sata. „Spašavala pijanog muža pa pala u more: Žena je preminula“. Preuzeto s <https://bit.ly/2LjrtKE> (26.08.2019.)

Članak 7: Pacek, L. (27. kolovoza 2019). 24 sata. „Auto i tramvaj sudarili su se u Zagrebu: Audi je skroz skršen“. Preuzeto s <https://bit.ly/2Le1sMZ> (28.08.2019.)

Članak 8: Živko, I. (28. kolovoza 2019). 24 sata. „Eruptirao vulkan kod Sicilije: Turisti jedva spasili živu glavu“. Preuzeto s <https://bit.ly/2PkUI53> (28.08.2019.)

Članak 9: Zdelar, M. (28. kolovoza 2019). 24 sata. „Na terasi je vježbala jogu pa je ured poze pala sa 6 kata“. Preuzeto s <https://bit.ly/32dY8rX> (28.08.2019.)

Članak 10: Pacek, L. (26. kolovoza 2019). 24 sata. „Vojska se uključila: Čak sedam kanadera gase požar kod Knina“. Preuzeto s <https://bit.ly/2zv5niR> (27.08.2019.)

Pozitivni članci

Članak 1: Tuđan, S. (22. kolovoza 2019.) 24 sata. „Bračni par iz Rijeke sa psićem putuje kajakom uzduž Jadrana“. Preuzeto s <https://bit.ly/2ZvI9sB> (26.08.2019).

Članak 2: Lepanj, F. (26. kolovoza 2019). 24 sata. „Majstorica za žbuku: 'Zidam za peticu, tako mi piše i u diplomi““. Preuzeto s <https://bit.ly/2ZuVQHf> (27.08.2019).

Članak 3: Bosančić, M. (12. kolovoza 2019). 24 sata. „Franka i Čorluka objavili fotku: 'Naša obitelj se povećava““. Preuzeto s <https://bit.ly/2HxWHgh> (26.08.2019.)

Članak 4: Tušek, A. (26. kolovoza 2019). 24 sata. „Našoj Marli ide jedan drenažni prsluk, drugog ćemo pokloniti““. Preuzeto s <https://bit.ly/2UgvaoC> (27.08.2019).

Članak 5: Šimunić, D. (19. veljače 2019). 24 sata. „Rodila Nataša Janjić, Nenad se pohvalio 'najslađom bebicom““. Preuzeto s <https://bit.ly/2zt7hkf> (26.08.2019).

Članak 6: Trupeljak, K. (12. kolovoza 2019). 24 sata. „Amelie se jako žurilo, rodila se na odmorištu istarskog ipsilona““. Preuzeto s <https://bit.ly/2ZCM1qE> (26.08.2019)

Članak 7: Čada, A. (28. kolovoza 2019). 24 sata. „Hrvatska Kardashianka uživa s bivšim 'Vatrenim““. Preuzeto s <https://bit.ly/30IwmDx> (28.08.2019).

Članak 8: Bosančić, M. (10. svibnja 2019). 24 sata. „Sve je spremno za svadbu Maje Šuput; Ukrasili imanje u Istri““. Preuzeto s <https://bit.ly/2ZALtBQ> (26.08.2019.)

Članak 9: Krmpotić, Ž. (15. kolovoza 2019). 24 sata. „Svi plaču: Čistači ulice tortom ganuli baku za 100. rođendan““. Preuzeto s <https://bit.ly/2PIEEQs> (26.08.2019.)

Članak 10: Krstić, E. (13. kolovoza 2019). 24 sata. „Prvakinja svijeta: Nitko ne zna urediti akvarije ljepše od Petre““. Preuzeto s <https://bit.ly/2ZBR2zP> (26.08.2019).

Članak o uvjetima korištenja: 24 sata (24.5.2018). Preuzeto s <https://www.24sata.hr/uvjeti-koristenja/> (29.08.2019).

Tablice i grafovi:

Tablica 1. Prikaz omjera negativnih, pozitivnih i ostalih komentara na negativne vijesti

Tablica 2. Prikaz omjera negativnih, pozitivnih i ostalih komentara na pozitivne vijesti

Graf 1. Prikaz omjera negativnih, pozitivnih i ostalih komentara na negativne vijesti

Graf 2. Prikaz omjera negativnih, pozitivnih i ostalih komentara na pozitivne vijesti

Sažetak

Ovaj diplomski rad za cilj ima istražiti pitanje o suzbijanju govora mržnje (trolanja) na internetu nauštrb slobode govora, koja kao takva čini jedno od temeljnih ljudskih prava. Da bi došla do odgovora na to pitanje najprije sam se osvrnula na početak novinarstva u Hrvatskoj kako bi saznala kako je tada cenzura funkcionirala te jesmo li se po tom pitanju unaprijedili ili unazadili, a zatim sam ukratko opisala razvoj novih medija, interneta i svega što je utjecalo na razvoj toga da danas svi imamo pravo i mogućnost komentiranja. Osim toga, važno je razumjeti i kako opstoji kontrola nakon decentralizacije kao i kako se razvijala komunikacija zajedno s razumijevanjem osnovnim ljudskih prava. Kako bi dobila konkretan uvid u praksu komentiranja u Hrvatskoj, napravila sam vlastitu malu analizu komentara na portalu 24 sata čime sam došla do zaključka kako je govor o novom zakonu suzbijanja govora mržnje opravdan, ali kako nam preostaje samo čekati da vidimo radi li se samo o moralnoj panici ili će taj zakon u Hrvatskoj jednog dana zaista zaživjeti.

Abstract

This master's thesis aims to explore the issue of suppression of hate speech (trolling) on the internet at the expense of free speech, which is one of the fundamental human rights. I started with the beginning of journalism in Croatia in order to find out how censorship was implemented then versus censorship today. Then I briefly described development of the new media, internet and anything that has an effect on the fact that today we all have the right and the ability to comment whatever we want. In addition, it is important to understand how post-decentralization control works and how communication has evolved along with an understanding of basic human rights. In order to get a concrete insight into the practice of commenting in Croatia, I made my own analysis over the comments on the portal 24 hours, and I came to the conclusion that talking about the new law is justified, but that we would only have to wait to see if it was only a moral panic or that law will actually be implemented in Croatia one Day.

Ključne riječi: Novi mediji, internet, sloboda govora, govor mržnje, trolanje, moralna panika, komentari