

UNIVERZITET U SARAJEVU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK: SOCIOLOGIJA

**INTERNET, DEMOKRACIJA I INFORMACIJSKA POLITIKA -
SOCIOLOŠKI PRISTUP**

Završni magistarski rad

Kandidat:
Adla Hadžajlić

Mentor:
Doc. dr. Jelena Gaković

Sarajevo, april 2021.

2021.

Adla Hadžajlić INTERNET, DEMOKRACIJA I INFORMACIJSKA POLITIKA - SOCIOLOŠKI PRISTUP

UNIVERZITET U SARAJEVU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK: SOCIOLOGIJA

**INTERNET, DEMOKRACIJA I INFORMACIJSKA POLITIKA -
SOCIOLOŠKI PRISTUP**

Završni magistarski rad

Kandidat:

Adla Hadžajlić

Mentor:

Doc. dr. Jelena Gaković

Sarajevo, april 2021.

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
2. PROBLEM I METODE ISTRAŽIVANJA	3
3. HISTORIJA MEDIJSKOG RAZVOJA	5
3.1. Razvoj štampe	7
3.2. Društveni značaj starih medija	8
3.3. Pojava interneta	11
3.4. Konvergencija medija i nove forme	13
4. ULOGA MEDIJA U DRUŠTVU	16
4.1. Konzumerizam	18
4.2. Medijska manipulacija	19
4.3. Medijsko nasilje	23
5. INTERNET I DEMOKRATIJA U DIGITALNOM DOBU	26
5.1. Internet i demokratija	26
5.2. Internet i političke promjene	30
5.3. Kapitalizam i demokratija	33
5.4. Politička ekonomija u službi razumijevanja interneta	35
5.5. Pojam javne sfere	37
5.6. Internet i demokratska javna sfera	38
5.7. Informacijsko-komunikacijske tehnologije i razvoj e-demokratije	41
5.8. Internet i kapitalizam.....	43
5.9. Nadzor i kontrola	47
6. TEHNOLOGIJA PRILAGOĐENA SREDNJOJ POZICIJI	52
7. ZAKLJUČAK	57
8. LITERATURA	59

1. UVOD

Internet je odavno postao sastavni dio života savremenog čovjeka. S ubrzanim razvojem telekomunikacijske tehnologije nastale su velike promjene u društvenom i političkom životu. Ono što je nekada bila industrijska revolucija, danas je digitalna.

Čovjek je tokom historije razvijao različite oblike komunikacije. Uloga i društveni značaj medija mogu se, u cjelini, pratiti u procesima društvene modernizacije i transformacije: od štampe do interneta kroz historiju medijskog razvoja pojavili su se mediji poput radija, televizije, a svaki je imao specifičan značaj za javnu komunikaciju. U historiji medijskog razvoja razlikuju se stari i novi mediji. Mediji odražavaju odnos prema nosiocima moći određenog društva, odnosno prilikom komunikacije uvijek se koristi onaj medij koji će najefikasnije komunicirati između nosioca društvene moći i aktera unutar društvene strukture. Nekada su najutjecajnije mediji bili radio i televizija, a danas, u savremenom dobu, to je internet. Pojava interneta dovela je do mnogih promjena, ne samo u tehnološkom nego i u društvenom i političkom smislu. Pojedini autori su posmatrali internet kao revolucionarni medij koji je bitno izmijenio društvenu komunikaciju. Internet je za društvo postao temeljni, ako ne i najbitniji, komunikacijsko-informacijski medij.

Mediji imaju tri važne uloge, a to su informisanje, obrazovanje i zabava, ali nisu samo sredstvo edukacije, informisanja i zabave, njihova uloga je takva da posreduju u društvenom odnosu između ljudi, grupa, zajednica, institucija. U radu se razmatra današnja uloga medijskog posredovanja u različitim dimenzijama društvenosti, s posebnim naglaskom na važnost u demokratskim procesima i javnoj sferi. Obrazlaže se i negativna funkcija medija u odnosu na konzumerizam, medijsku manipulaciju i medijsko nasilje.

Mediji imaju važnu ulogu u demokratiji, ključni su za formiranje informacija koje su temelj političkog mišljenja i ponašanja građana. Neki su mišljenja da će medij poput interneta obnoviti demokratiju te postati snaga poput inovacija prošlog vremena: štamparskog stroja ili baruta, te da će trajno promijeniti društvo.

U radu će biti riječi i o tome kako kapitalizam suprotstavlja internet demokratiji. R. McChesney smatra da je nemoguće zamisliti demokratsko društvo s političkim slobodama, a da nema kapitalističku ekonomiju, a upravo taj uvjet sprečava razvoj demokratije. Kapitalizam je taj koji doprinosi promovisanju nejednakosti, monopolu, hiperkomercijalizaciji. Sve ovo negativno utječe

na demokratske institucije i stubove na kojima počiva. Kapitalisti žele maksimalan povrat uloženog, a što manji rizik od gubitka, te teže profitu. Ništa ne ukazuje na to da će ovi faktori nestati u digitalnom dobu. Politička ekonomija komunikacije mogla bi pomoći u boljem razumijevanju djelovanja interneta u okviru savremenih društava. Neki entuzijastično smatraju da će digitalizacija donijeti mnogo promjena u društvenom i političkom pogledu, a mogla bi doprinijeti i unapređenju demokratije, dok drugi smatraju da procesi u javnoj sferi u vezi s informacijsko-komunikacijskim tehnologijama ne idu u prilog demokratskoj evoluciji.

2. PROBLEM I METODE ISTRAŽIVANJA

Problem kojim se rad bavi tiče se transformacije medija u digitalnom dobu i razvoja informacijske politike. U radu se koristi analiza sadržaja djela značajnih teoretičara koji se bave ovim temama i primjenjuje konceptualna analiza fenomena digitalnog doba.

Hipoteza rada

„Internet kao medij i sredstvo komunikacije značajno djeluje na javnu sferu i demokratiju.“

Hipoteza rada odnosi se na internet kao novi medij i sredstvo komunikacije koje pruža ogromne mogućnosti za proširenje javne sfere i participativne demokratije. Internet je u procesu konstantne transformacije i unapređenja, ali ono što je nesporno je da sile koje ga oblikuju dolaze iz ekonomske sfere i žele ga pretvoriti u mjesto za razmjenu i potrošnju. Doba tehnike i tehnologije je, također, utjecalo na način življenja, a pogotovo danas, u doba pandemije. Utjecaj nove tehnologije na razvitak čovječanstva bit će mnogostruko značajniji od utjecaja tehnologija iz prošlosti. Živimo u međusobno povezanom svijetu u kojem ljudi s cijele planete sudjeluju u jedinstvenom informacijskom poretku. Inovacije u tehnologiji i društvenim medijima značajno su utjecale na razvoj demokratije. Savremena ekspanzija interneta otvorit će mnoga pitanja o kojima će biti riječi u posebnim poglavljima rada.

U prvom poglavlju *Historija medijskog razvoja* obrazloženo je značenje riječi medij, zatim podjela medija, uloga i njihov zadatak. Mediji za društvo postaju nešto izuzetno važno, što će biti usađeno u sve aspekte društva. Važno pitanje na koje je dat osvrt u ovom poglavlju je hoće li s dolaskom novih medija izumrijeti stari. Stari mediji se ne daju lahko skloniti ustranu, a novi se, ipak, uspijevaju izboriti za svoje mjesto i preživjeti u konkurenciji postojećih medija. U nastavku ovog poglavlja obrazloženi su razvoj štampe, društveni značaj starih medija, pojava interneta, konvergencija medija i nove forme.

Drugo poglavlje se odnosi na ulogu medija u društvu. Doba tehnike i tehnologije utjecalo je na način življenja i sredinu, a pogotovo danas u svijetu kakvom živimo, na značaj informacije i njihov protok koji će biti ubrzan s jednog na drugi kraj svijeta zahvaljujući razvoju novih tehnologija. Mediji kao posrednici informacija imaju jednu od najvažnijih uloga u savremenom i demokratskom društvu, a to je da informišu građane putem vjerodostojnih i relevantnih informacija radi boljeg odlučivanja o važnim pitanjima u zajednici. Uloga medija je da obrazuje, informiše i zabavlja. U radu će biti navedene i negativne strane medija kao što su konzumerizam, medijska manipulacija i medijsko nasilje.

U trećem poglavlju *Internet i demokratija u digitalnom dobu*, koje je ujedno i ključno poglavlje ovoga rada, dat je osvrt na knjigu R. McChesneya (2013) „*Digitalna isključenost: kako kapitalizam okreće internet protiv demokracije*“. Obrazloženi su pojam demokratije, internet kao novi medij koji je oblikovan kao tehnologija slobodne komunikacije, koji će postati globalno bitan za razvoj ljudske civilizacije. Bit će posmatran kao revolucionarni medij koji je okrenuo komunikaciju naopačke. Također, ovaj medij će biti i dio političkih promjena, ali samo u onim državama gdje već postoji barem malo demokratskog potencijala. U dijelu o kapitalizmu pojašnjeno je kako internet donosi doba konkurentskog kapitalizma, odnosno internet je taj koji može poticati monopol i oligopol. McChesney internet vidi kao sredstvo za podizanje demokratije tek onda kada se suoči s postojećim kapitalizmom, nejednakosti, korupcijom itd. Smatra kako bi politička ekonomija pomogla u razumijevanju interneta. Javna sfera koju je pratio Habermas je, također, od značaja kada je u pitanju internet. Smatra kako je kroz javnu sferu dat glas onim dijelovima društva koji do tada nisu bili uključeni u pitanje upravljanja. Internet ima mogućnost da oživi javnu sferu i doprinese razvoju demokratskih procesa i diskusija. Već je navedeno kako je internet tehnologija slobodne komunikacije, a kontroliše li i nadzire li neko tu komunikaciju? Ovoj temi posvećena je pažnja u narednom poglavlju.

U četvrtom poglavlju opisano je na koji način tehnologiju prilagoditi srednjoj poziciji. Internet i šira digitalna revolucija se oblikuju onako kako ih društvo odluči razvijati, smjer njihovog razvoja koji odaberemo oblikovat će i društvo, smatra McChesney. U ovom poglavlju dati su odgovori na pitanja na koji način internet predstavlja prijetnju demokratiji i kako može dovesti do demokratskijeg društva.

3. HISTORIJA MEDIJSKOG RAZVOJA

„Riječ medij latinskoga je podrijetla (lat. medius – srednji, u sredini). Definicija medija ovisi o tome sa kojeg aspekta se tumače, da li sa naučnog, poslovnog ili političkog. Kada pojam medij posmatramo sa stajališta komunikacijskih nauka, medij možemo definisati kao fizičko ili tehničko sredstvo pretvaranja poruke u signal koji se može slati kanalom.“¹

Historijski put i razvoj komunikacije seže u duboku prošlost čovječanstva, kada je homo sapiens počeo komunicirati putem jezika, a s vremenom je razvio i druge oblike neverbalne komunikacije, poput grafičkih simbola ili dimnih signala.

„Pojam komuniciranje označava tok, odnos između subjekata u procesu razmjene informacija odnosno sporazumijevanja, a pojam informisanje ono što čini svrhu i sadržaj tog procesa, odnosno tog odnosa, prikupljanje, oblikovanje, distribuciju ili razmjenu informacija.“²

Medij najčešće određujemo kao sredstvo komuniciranja ili sredstvo za prenošenja vijesti, koji imaju svoje korijene u počecima društvenih zajednica u kojima je postojala potreba za javim saopćenjem informacija. Uloga, a ujedno i zadatak medija jeste prikupiti, obraditi i plasirati informacije u javnost. Mediji se dijele u tri grupe:

- štampane (knjige, časopisi, novine, magazini),
- elektronske (radio i televizija),
- nove (internet).

Za društvo su mediji postali izuzetno važni, upleteni u sve aspekte društva. Pitanje koje se ponavlja kroz historiju medijskog razvoja je hoće li s dolaskom novih medija izumrijeti stari. Tako su s pojavom štampe, stari mediji usmene i pismene komunikacije i dalje postojali, kao što i danas štampa, stari medij, postoji uz televiziju i internet. Historija će se ograničiti na razmjenu informacija, ideja i zabave u riječima i slikama, ostvarenu pomoću govora, pisanja, štampe, radija, televizije i interneta. U 20. stoljeću televizija je prethodila računarima, baš kao što je štamparska presa prethodila parnoj mašini, radio televiziji, a željeznice i parobrodi automobilima i avionima.

¹ Juričić, D. (2017). *Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. Stručni članak, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/pristupljeno> (15. 06. 2020)*

² Osmančević, E., *Demokratičnost www-komuniciranja, Sarajevo: Friedrich Ebert Stiftung, 2009, str. 5.*

Izumi su se nadovezivali. Telegrafija je prethodila telefonima, a radio je bio kao bežična telegrafija. Doba tehnike je utjecalo na način života, sredinu i način mišljenja.

„Svaka roba je ostavila sopstveni pečat, a prelazak na drugu robu uvijek bi izazivao periode krize.“³ McLuhan (1964) smatra da svaka tehnologija teži tome da stvori novu ljudsku sredinu, kao što su papir i papirus stvorili jednu takvu. Proizvodi moderne nauke nisu ni dobri ni loši, a način upotrebe određuje im vrijednost. McLuhan (1964) smatra da je „tehnologija pismenosti dala čovjeku moć za akciju bez reakcije“⁴, s tim da se danas akcija i reakcija odigravaju istovremeno. Uvodi nas u epohu električnog doba, za koju kaže da nužno sudjelujemo dubinski u posljedicama svake svoje akcije, jer više nije moguće zauzeti stav ravnodušnosti i izdvojenosti koji je odlikovao pismenog čovjeka.

U novom, električnom dobu, „automatizacija u industriji zamjenjuje djeljivost procesa, dok električna traka zamjenjuje beskrajnu traku“⁵. Odnosno, u doba elektroničnog medija automatizacija ukida mehaničku i industrijsku paradigmu. Doba elektroničkih medija započinje slučajnim izumom, koji donosi promjene civilizaciji. Doba obavještenja i programirane proizvodnje, sami robni artikli sve više poprimaju obilježje obavještenja, iako se ovaj razvojni pravac očituje u rastućem budžetu. Za čovjeka su znanje i proces znanja podjednako značajni. Čovjek uči i spoznaje cijeli svoj život. Koliko god da je tehnologija napredovala, mora postojati neko ko će upravljati, programirati i nadgledati. Zahtjev nove tehnologije predstavlja psihičku posljedicu svake nove tehnologije. Niko nije želio automobil dok se nije pojavio. Ova moć tehnologije stvara svijet potražnje. Postavlja se pitanje je li tehnologija dio našeg tijela? Ona je tu neposredno s našim čulima, s našim centralnim živčanim sistemom. Sve tehnologije produžuju naš tjelesni i živčani sistem u cilju povećavanja moći i brzine.

Većina analitičara je posvetila pažnju sadržaju (značaju) poruke, dok je McLuhan (1964) strukturi, te naglašava da je sadržaj poruke sporedna stvar i da je važno obratiti pažnju na formu i strukturu opštila kao takvih. Medij je poruka. To je čuvena McLuhanova (1964) rečenica i s njim se moramo složiti. On proširuje pojam opštila i uključuje pojmove poput govorne riječi, pisane riječi, drumova, brojeva, odjeće, stambenog prostora, novca, satova, štampe, stripova, točka, fotografije,

³ Brigs, A., Berk, P., *Društvena historija medija*, Beograd: Clio (2006), str. 15.

⁴ McLuhan, M., *Poznavanje opštila čovjekovih produžetaka*, Beograd: Prosvjeta, (1964) str. 38.

⁵ McLuhan, M., *Poznavanje opštila čovjekovih produžetaka*, Beograd: Prosvjeta, (1964) str. 74.

automobila, oglasa, igre, telegrafa, pisaće mašine, telefona, fonografa, filmova, radija, televizije, oružja i automatizacije. „Svaki proizvod čovjekovog rada je opštilo, jer je u svakom proizvodu upisana čovjekova misao koja nas obavještava o stvaraoču.“⁶ McLuhan (1964) smatra da većina ljudi nije svjesna svih posljedica koje jedno opštilo svojim prisustvom izaziva u njihovom životu bez obzira na način korištenja. „Svako novo opštilo, prije svega, predstavlja produžetak bilo čovjekovih tjelesnih organa, bilo njegovih pet čula, bilo živčanog sistema. Pero, čekić i točak produžeci su šake, ruke i noge; telefon je produžetak uha i glasa: televizija - čula dodira ili međudjelovanja čula; elektronski računari - tehnološki produžetak svijesti.“⁷

3.1. Razvoj štampe

Prije razvoja štamparske tehnike tekstovi su se prepisivali na papirus, poslije na *pergament*⁸, a kasnije i na papir. Počeci štamparstva vezani su uz otiskivanje pomoću pečata i reljefnih valjaka u glini i vosku. Kasnije, pravi štamparski počeci su bili motivirani željom da knjiga postane dostupna što većem broju ljudi. Štamparstvo se bavi postupcima oblikovanja i izrade štampanih proizvoda kao što su knjige, časopisi, novine, plakati, obrasci i vrijednosni papiri. Ekspanzija medija dolazi s izumiteljem štamparske prese Johannesom Gutenbergom. Štamparstvo se nakon toga prvo proširilo Evropom, a kasnije i svijetom. Štampanje je predstavljalo određenu vrstu manuelnog zanata. Kada govorimo o „izumu štampanja“, on obilježava graničnu liniju između srednjovjekovne i moderne tehnologije. Tipografija nalikuje filmu isto kao što čitanje štampanog sloga stavlja čitaoca u ulogu filmskog projektora. Štampani slog je bio prva masovno proizvedena stvar i ujedno prva jednoobrazna i ponovljiva roba, tvrdi McLuhan (1973). Štampa kao neposredan tehnološki produžetak ljudske osobe je vrući medij, vrući filmski medij, a i vrući medij radija. „Tako je sa štampanjem Evropa doživjela svoju prvu potrošačku fazu, jer ne samo što je štampa bila potrošački medij i potrošna roba, već je naučila ljude kako da organizuju sve ostale djelatnosti na sistemskoj linearnoj osnovi, odnosno pokazala je ljudima kako da stvaraju tržišta i nacionalne vojske. Jer vrući medij štampe je ljudima omogućio da prvi put vide svoj maternji jezik i zamišljaju

⁶ Šušnjić, Đ., *Ribari ljudskih duša*, Beograd: Mladost (1976), str. 110.

⁷ McLuhan, M., *Poznavanje opštila čovjekovih produžetaka*, Beograd: Prosvjeta (1964), str. 85, 326, 307, 97.

⁸ Pergament (*pergamena*, po ant. gradu Pergamu), pisaća podloga napravljena od kože sitne stoke (obično kože i ovce).

nacionalno jedinstvo i moć kroz jezične granice.“⁹ U antičkom i srednjovjekovnom svijetu svako čitanje je bilo čitanje naglas, i sve tako do pojave štampe, gdje je glas polahko nestajao. Štampa je tehnologija individualizma, ona razvija moć fonetske abecede mnogo više nego rukopisna kultura. Štampa je delirij, tvrdi McLuhan (1973). U kulturnoj historiji poznata je činjenica da kada se neki novi žanr ili medij, kao naprimjer štamparstvo, pojavi, prethodni žanrovi ili mediji ne nestaju u potpunosti. Stari i novi mediji, film i televizija, naprimjer, postoje uporedo i nadmeću se dok se naposljetku ne uspostavi neka raspodjela rada ili funkcije. Rukopis se i dalje koristio u ličnoj korespondenciji, kao što su porodična i poslovna pisma, ali ono što je bitno istaći je da je u ovom periodu na rukopisno pismo utjecalo štamparstvo.

Stari mediji usmene i rukopisne komunikacije postojali su paralelno i djelovali međusobno s novim medijima - štamparstvom. Štamparstvo je zastupalo fiksnošću tekstova, ali je doprinijelo sticanju znanja, tako što su otkrića objavljivana širokoj publici, a informacije su mogle teže da se izgube. Rukopis je nekada bio ono što bismo danas nazvali interaktivnim medijem. U štamparskoj revoluciji pojavljuje se težnja ka fiksnošću, ali bilo je i nepreciznosti. Rukopis se u mnogo čemu razlikovao od distribucije štampanih knjiga. Tekstovi su često bili izmijenjeni od prepisivača koji su se osjećali tako slobodno da dodaju ili oduzmu od stihova koje su kopirali. Ono što mi nazivamo plagijatom, kao i intelektualna svojina kojoj on prijeti, u suštini je proizvod štamparske revolucije.

3.2. Društveni značaj starih medija

Izum kao što je telegraf „*sastojao se od uređaja koji je prenosio kodirane poruke putem električnih signala. Da bi to učinio, koristio se radio komunikacijama ili žičanim linijama. Ovaj uređaj smatra se prvim sredstvom električne komunikacije i njegova je upotreba bila vrlo važna tokom vojnih sukoba.*“¹⁰ Samuel Morse ostvario je značajan napredak u razvoju telegrafa. Izumio je telegrafsku abecedu ili, kako se još naziva, Morseovu abecedu, u kojoj se za svaki znak koristila kombinacija koja se sastojala od tačaka i crtica.

Riječ telefon (tele - daleko, fon - govor, zvuk) koristila se prije rođenja Alexandera Grahama Bella. Korištena je kao oznaka za napravu namijenjenu u svrhu prenošenja muzičkih nota preko drvenih

⁹ McLuhan, M., *Gutenbergova galaksija*, Beograd: Nolit. 1973, str. 162.

¹⁰ <https://bs.warbletoncouncil.org/telegrafo-10312> (pristupljeno 22. 04. 2021)

palica. „Telefonijom se naziva telekomunikacioni sistem koji omogućava razgovor udaljenih osoba upotrebom efekata električne struje. Prvi izum na području prijenosa glasa napravio je Robert Hook, koji je glas prenosio mehaničkim putem, pomoću zategnute žice na udaljenosti oko 200 m.“¹¹

Historija radija je više povezana s telegrafijom nego s telefonijom, telefonija ima neke osobine pisma i novina, može se ograditi privatnošću i u isto vrijeme objaviti milionima ljudi. Razvoj radija ima dugu historiju, čak i prije rada njemačkog naučnika Heinricha Rudolfa Hertza. „Hertz je potkrijepio rad britanskog naučnika Jamesa Clerka Maxwella koji je bez ikakvih aparata sastavio osnovne matematičke jednačine koje se odnose na elektromagnetno polje. Radio je bio vrhunac historije komunikacija u 19. vijeku, smatran je samo zamjenom za žičanu telegrafiju.“¹² Radio je imao izvanrednu praktičnu upotrebu na okeanima ili na velikim, rijetko naseljenim prostorima. To je masovni medij zasnovan na tehnološkom postupku prijenosa govora i zvuka putem radiovalova. Posjeduje moć daleko snažnije angažovanosti emocija i mašte nego televizija. Djelovanje televizije na radio sastojalo se u njegovom preobraćanju iz zabavnog opštita u neku vrstu obavještajnog sistema (vijesti, tačno vrijeme, podaci o saobraćaju). Radio kao medij djeluje prisno, lično, a opet predstavlja neki svijet nijemog opštenja između pisca, govornika i slušaoca. Radio je snabdjeven svojim ogrtačem nevidljivosti, smatra McLuhan (1964).

„Puno je izumitelja televizije, ali John Logie Baird i Philo Farnsworth su ipak najveće zvijezde njene historije.“¹³ Prijenos signala na tako veliku udaljenost je jedno od najvećih dostignuća devetnaestog stoljeća. U nekim krugovima postojala je zabluda u vezi s budućnošću televizije, gdje se vjerovalo da će ona privlačiti grupe samo s višim prihodima. To, naravno, nije bila istina. R. McChesney (2008) smatra kako se proizvodnja televizijskih aparata drastično uvećala. Svake nedjelje broj gledalaca se drastično povećavao, a bioskopi su imali sve manje publike. U savremenim viđenjima televizije naglašava se njen globalni prije nego nacionalni utjecaj, što je učinio i McLuhan kada je govorio o konceptu globalnog sela. McLuhan (1973) u *Gutenbergovoj galaksiji* pažnju je usmjerio na osobine određenih medija, a to su štampa, radio i televizija. Bavio

¹¹ Deljanin A. (2013). *Razvoj saobraćaja i komunikacija u svijetu i Bosni i Hercegovini*, dostupno na: <https://www.scribd.com/doc/189830834/Skripta-Predavanja-Razvoj-Saobracaja-i-Komunikacija-u-Svijetu>, pristupljeno (23. 04. 2021) str. 231.

¹² <https://severnyetravy.ru/bs/dzheims-klerk-maksvell-biografiya-nauchnye-trudy-dzheims-maksvell/>, pristupljeno (23. 04. 2021)

¹³ <https://www.telegram.hr/zivot/znate-li-tko-je-stvarno-izumio-televizor-evo-kratkog-sata-povijesti/>, pristupljeno (26. 04. 2021)

se opsegom medija, odnosno hladnim i vrućim medijima, više nego porukama i njihovim sadržajem. Televizija je izazvala više komentara, više argumenata nego bilo koji drugi mediji u historiji. U televizijskoj, kao i u radijskoj mreži, naglasak je bio na stereotipnoj zabavi. Televizija je moćan medij, ali je i aktivni tvorac stvarnosti.

Bourdieu (2000) smatra da televizija predstavlja opasnost za sve domene kulturnog stvaralaštva, počevši od umjetnosti, književnosti, nauke. Današnji svijet je sve više oblikovan medijem, odnosno televizijom za koju Pierre Bourdieu (2000) koristi metaforu naočara, kao što sam korisnik ne vidi staklo i okvir naočara, ali to određuje opseg i kvalitet onoga što će biti viđeno. Ono što je bitno napomenuti je da je ranijih godina televizija bila najkorišteniji i najutjecajniji medij, medij koji pruža zabavu i zadovoljstvo.

Šezdesetih godina prošlog stoljeća McLuhan (1964) tvrdi da je bitnije kojim putem je prenesena poruka nego sam sadržaj poruke. Televizijska stvarnost je uvijek samo konstrukcija stvarnosti, jer i kada prenosi neki događaj uživo, bez novinarskih komentara, bez sudionika, ostaje važan položaj i ugao kamere iz kojeg se događaj snima. Televizija je, zapravo, instrument koji omogućava stupanje u vezu sa svakim. Vrijeme na televiziji je veoma cijenjeno. Postoje ljudi koji ne čitaju nijedne dnevne novine, ali su zato predani televiziji kao jedinom izvoru informacija. Ovdje dolazi do podjele u pogledu prijema informacija na one koji čitaju dnevne novine i na one koji primaju informacije koje im pruža televizija (informacije koje im pruža direktno upoznavanje ljudi i žena promatranjem njihovog lica i izgleda). „*Televizija predstavlja svijet u kojem imamo utisak da su svi društveni činiooci, iako prividno posjeduju izuzetan značaj, slobodu, nezavisnost, ponekad čak i izvanrednu auru (dovoljno je čitati neke televizijske novine), zapravo marionete nužnosti, koju treba opisati, i strukture, koju treba razotkriti i objelodaniti.*“¹⁴ Bourdieu (2000) upozorava da televizija predstavlja opasnost za kulturu, politički život i demokratiju. Postoje neki ljudi kojima je medij poput televizije glavni izvor informacija, a ne konzumiraju druge medije.

McLuhan (1973) je uočio pomjeranje sa zvučnog ka vizuelnom naglašavanju, a to je štamparska kultura. Štamparstvo je predstavljalo nepriznatu revoluciju i njegova je uloga kao nosioca promjena bila potcijenjena u tradicionalnim studijama o renesansi, reformaciji i naučnoj revoluciji. Dvije dalekosežne posljedice izuma štampe jesu, na prvom mjestu, da je štamparstvo standardizovalo i sačuvalo znanje koje je bilo mnogo nedostižnije u doba usmenog predanja ili rukopisa. Na drugom mjestu, štamparstvo je poticalo kritiku autoriteta, ljudima su bili pristupačniji

¹⁴ Bourdieu, P., *Narcisovo ogledalo, Multimedia Clio (2000), str. 56.*

suprotni pogledi. Televizija ima tendenciju da postane ekonomski i simbolički dominantna na polju novinarstva. To ćemo uvidjeti ako posmatramo postojeću krizu novina. Postoje novine koje nestaju, i one druge koje su primorane da svakog trenutka razmišljaju o opstanku, ali i pridobijanju čitalaca. Bourdie (2000) uzima za primjer nekoliko francuskih novina koje su ugrožene, a bavile su se temama poput crne hronike i sporta. Ove novine nemaju šta ponuditi kako bi se suprotstavile televiziji koja je sve usmjeravala ka tim temama, i to u mjeri u kojoj ona nastoji izbjeći dominaciju ozbiljnog novinarstva. Ako se osvrnemo na prošlost kada je u pitanju utjecaj televizije, vidjet ćemo da je i tada postojala suprotstavljenost, ali nije bila tako jakog intenziteta kakvog je danas. Televizija tokom samo jedne večeri, za vrijeme dnevnika u 20.00 sati, može okupiti više ljudi nego sve francuske jutarnje i večernje novine zajedno, smatra Bourdie (2000). Ovo jasno govori o utjecaju i moći televizije.

3.3. Pojava interneta

Internet (engl. od inter + net [work] mrežni sistem) predstavlja svjetski sistem međusobno povezanih računalnih mreža. „*Internet je tkivo naših života.*“¹⁵ Današnja uloga informacijske tehnologije ekvivalentna je ulozi električne energije u industrijskoj eri, smatra Castells (2003). Internet upoređuje s električnom mrežom i elektromotorom zbog njegove moći koju posjeduje, a to je širenje informacija čitavim područjem ljudske aktivnosti. Uloga informacijske tehnologije u današnjem svijetu je jako značajna. Zahvaljujući razvoju informacijske i komunikacijske tehnologije, postao je osnova savremene elektroničke komunikacije, a postepeno dobiva i značenje vodećeg komunikacijskog medija današnjice. Mreža kao što je internet bila je slobodna i nije bila ni u čijem vlasništvu, ali je zavisila od agencije za telekomunikacije. „*Internet je komunikacijski medij koji prvi put omogućava komunikaciju mnogih sa mnogima, u odabranom vremenu i na globalnoj razni. Kao što je širenje štamparskog stroja na Zapadu stvorilo ono što je McLuhan nazvao Gutenbergovom galaksijom, i tako je novi svijet komunikacije omogućio Internet galaksiju.*“¹⁶

Internet koriste pojedinci u cijelom svijetu u različite svrhe. Na početku je to bila ograničena mreža u kojoj su se razmjenjivale različite informacije između univerziteta i drugih istraživačkih

¹⁵ Castells, M., *Internet galaksija*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk (2003), str. 11.

¹⁶ Castells, M., *Internet galaksija*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk (2003), str. 13.

institucija. Internet je nudio besplatan pristup akademskim i istraživačkim korisnicima. Svaki računar je imao pristup internetu, a informacije koje su se razmjenjivale bile su podijeljene u pakete. Sistem kojih ih je slao, razbijao je informacije u kodirane dijelove, a sistem koji ih je primao, ponovo ih je sklapao da bi stigle na svoje odredište. Sva ključna tehnološka dostignuća koja su dovela do interneta nastala su oko vladinih institucija, velikih univerziteta i razvojnih centara. Internet se razvio u sigurnom okruženju, u kojem su osigurani javni resursi i istraživanja za završetak projekata, ali isto tako nije manjkalo slobode razmišljanja i inovacija. Ono što je bitno istaći jest da bez kulturnog i tehnološkog doprinosa računalnih mreža, internet vjerovatno ne bi obuhvatio cijeli svijet ili ne tolikom brzinom. Mreže su tražile okosnicu u snažnijim strojevima, ali to je bilo moguće preko veze između znanstvenih temeljnih mreža i zajednice hakera, odnosno studenata na sveučilištima. Sveučilišta su bila zapravo mjesta inovacija između velikih znanstvenih ekskluzivnih mreža i onih improvizovanih mreža koje su se pojavljivale u svakakvim oblicima. Kada se osvrnemo na tehnološku historiju, vidjet ćemo da su korisnici ključno proizvođači tehnologije, oni je prilagođavaju svojim potrebama i vrijednostima i na kraju je u potpunosti mijenjaju. S pojavom interneta dolazi do novog načina korištenja tehnologije, kao i stvarne modifikacije tehnologije, objavljuje se cijelom svijetu u stvarnom vremenu. Vremenski razmak između procesa učenja korištenjem i proizvodnje korištenjem veoma je smanjen, a rezultat je taj da ulazimo u proces učenja proizvodnjom, u virtuelnom povratu informacija između širenja tehnologije i njenog unapređivanja. Upravo zbog ovakvih stvari internet se širio velikom brzinom, i to ne samo kada su u pitanju mreže već i raspon aplikacija. Castells (2003) smatra da bi ovo bilo ostvareno, moraju biti ispunjena tri uvjeta: prvi je taj da konstrukcija mreže mora biti otvorena, razdijeljena i usmjerena u više pravaca, drugi je da komunikacijski protokoli i njihove implementacije moraju biti otvoreni i distribuirani, zatim i podložni modifikacijama, i treće, ujedno i posljednje, jeste da institucije vlasti na mreži moraju biti u skladu s načelima otvorenosti i saradnje.

Nova faza počela je kada je Net privukao poslovne interese. Englez po imenu Tim Berners - Li godine 1989. osmislio je Mrežu (*„World Wide Web - svjetska mreža, najčešće korišten internetski servis, koji korisnicima omogućava pregledavanje mnoštva digitalnih dokumenata danih na raspolaganje preko umreženih računala diljem svijeta; vrlo često samo web ili mreža.“*¹⁷ Berners

¹⁷ Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Hrvatska enciklopedija (1999), dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/>

je pokušao mrežu održati slobodnom, otvorenom i bez vlasnika. Njegov uspjeh je doprinio mnogima samim time što je uzeo snažni komunikacijski sistem i pretvorio ga u masovni medij.

Štamparski stroj Johana Gutenberga je označio početak masovnog komuniciranja, ali World Wide Web je označio početak globalne komunikacije.

3.4. Konvergencija medija i nove forme

Multimedij i novi medij su pojmovi koji su široko rasprostranjeni. Pod pojmom multimedij podrazumijevamo mnoštvo novih proizvoda i usluga s područja računarstva, telekomunikacija i medija. Ovaj pojam igrao je bitnu ulogu osamdesetih godina u opisu novih medijskih tehnologija, obećavao je korisniku univerzalnu dodatnu vrijednost. Michael Kunczik i Astrid Zipfel (2006) smatraju da multimedij i usluge s područja telekomunikacija i medija imaju zajedničke osobine:

- *mogućnost interaktivnog korištenja, tj. korisnik nije isključivo primatelj, nego sam može korištenjem odgovarajućih povratnih kanala mijenjati sadržaje, odnosno inicirati akcije,*
- *kombinuje se interaktivno korištenje različitih medijskih tipova, tj. dinamički (video i audio sekvence) sa statičkim medijima (npr. tekst i podaci),*
- *digitalna tehnika služi kao baza aplikacija koja znatno pojednostavljuje i uopće omogućuje pohranu i kasniju obradu podataka, dijelom zahvaljujući i postupcima kompresije.¹⁸*

Javne i privatne, vizuelne poruke, od šezdesetih godina počele su se posmatrati kao podaci, informacije koje mogu prenijeti, sakupiti i zapisati odakle god su poticale, a sve uz pomoć elektronske tehnologije. Ni u jednom od ovih doba, barem posmatrajući prošlost, jedan medij nije ukinuo drugi, stari i novi mediji postojali su uporedo. Televizija nije zamijenila radio, radio je našao svoju upotrebu u zemljama trećeg svijeta jer je bio jeftiniji od televizije. Važan način transporta su bile željeznice, čak i onda kada se broj automobila vrtoglavo povećavao. Pisma su se i dalje slala poštom. Kako se tehnološki napredak ubrzao, stare tehnologije su se stavljale na probu. Riječ generacija primjenjivala se kako na računare tako i na ljude. Dolazak televizije potaknuo je historičare medija da preispituju utjecaj izuma štamparstva i razvoja novih elektronskih

¹⁸ Kunczik, M., Zipfel A., *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert (2006), str. 29.

tehnologija, kulminirajući s internetom i World Wide Webom, potaknuo je njihove nasljednike da preispituju implikacije niza izuma iz 19. stoljeća.

Kako se svaki medij konvertovao u svoj novi oblik, tako se i novinarstvo mijenjalo, i to najvećim dijelom zbog novih tehnologija. Internet je imao tri negativne posljedice kada je u pitanju novinarstvo, definisao ih je Klaus Dieter Altmeppen (2006). Novi mediji postaju novim sredstvom rada (npr. online istraživanje), predstavljaju novi predmet izvještavanja (tj. nastaju nove rubrike, stručni časopisi itd.) i dovode do nastanka novih (novinarskih) proizvoda (ponuda na www, novine online itd.). Postavlja se pitanje hoće li novinari uopće biti potrebni u budućnosti, jer korisnici sami traže informacije. Kunczik i Zipfel (2006) navode da je internet glavi krivac što se gubi monopol novinara kao onih koji nude informacije, ali isto tako smatra da novinari imaju jako važnu ulogu jer se sam pojedinac više ne može snaći u moru podataka, a novinari su ti koji koriste te količine informacija profesionalnom pripremom i odabirom (važne i manje važne informacije) usmjerenim prema korisniku. Uvijek se može sumnjati u tačnost i vjerodostojnost informacija koje se nalaze na mreži, dok su novinari odgovorni za vjerodostojnost i relevantnost informacija.

Internet je bio u centru pažnje. Konvergencija se počela primjenjivati kako na organizacije tako i na procese, pogotovo na spajanje industrija, medija i telekomunikacija. Tehnološka revolucija temeljena na informacijskim tehnologijama, sve brže mijenja materijalnu osnovu društva. Novi sistem komunikacije govori sve univerzalnijim i digitalnijim jezikom koji ujedinjuje proizvodnju i distribuciju riječi, slika naše kulture, ali isto tako prilagođava se ukusima identiteta i raspoloženjima pojedinca.

Šta su to novi medij? Spadaju li tu internet, računarski medij, CD-ROM i DVD, virtuelna stvarnost, videoigre, televizijski programi snimljeni digitalnom tehnikom i izmontirani na računarskim radnim stanicama? Spadaju li u nove medije i slike te tekstualno-slikovne kompozicije, fotografije koje su stvorene na računaru, a štampane na papiru? Ovo su neka od pitanja koje L. Manovich (2001) postavlja. Shvatanje novih medija izjednačava se s korištenjem računara za distribuciju i prikazivanje prije nego za proizvodnju. Tekst koji se dobije preko računara, bilo to putem web-lokacije ili su u pitanju elektronske knjige, smatraju se novim medijima, dok se tekstovi na papiru ne smatraju novim medijima.

Računar je predstavljen kao mašina za prikazivanje i distribuciju medija, ali ne kao instrument za njihovu proizvodnju i pohranjivanje. L. Manovich (2001) smatra da je utjecaj računara na kulturu

suviše ograničavajući. S tim da svi oblici mogu promijeniti postojeće jezike kulture, a pritom da kultura ostane onakva kakva je zapravo. Nalazimo se u vremenu revolucije novih medija. Računarska medijska revolucija utječe na komunikaciju, uključujući akviziciju ili stečeno dobro, manipulaciju, memorisanje i distribuciju. Isto tako utječe na sve vrste posrednika tekstova nepokretne slike, pokretne slike, zvuk i prostorne konstrukcije. Razvoj novih medija i računara počinje u isto vrijeme.

Novi mediji su digitalizovani stari mediji, ali možemo porediti nove medije sa starim kao što su štampa, fotografija ili televizija. Digitalni mediji se definišu kao novi mediji koji sa sobom donose mnoštvo promjena, od stvaranja nove publike, promjena u novinarstvu, obrazovanju, stvaraju jednu novu epohu. Suština novih medija ogleda se u nauci o računarima. Novi mediji su interaktivni, dok stari imaju nepromjenjiv redoslijed predavljanja, gdje korisnik može stupati u međudejstvo s medijskim stvarima.

Koncept interaktivnosti predavlja nepotrebno ponavljanje. L. Manovich (2001) smatra da savremeni interfejs čovjek - mašina omogućava korisniku da kontroliše računar u realnom vremenu, rukujući informacijama koje su prikazane na ekranu. Interfejs je zapravo način na koji korisnik shvata sam računar i treba napomenuti da on određuje kako korisnik razmišlja o bilo kojoj medijskoj stvari do koje dolazi putem računara. Kada se određena stvar prikaže na računaru, istog trenutka postaje interaktivna. Najnovija tehnologija digitalnih računara omogućila je virtuelnu stvarnost, teleprisustvo i interaktivnost. Sve ovo je ostvareno zahvaljujući mnogo starijoj tehnologiji, a to je ekran. O konceptu interaktivnosti govore Kunczik i Zipfel (2006). Oni smatraju da je interaktivnost bitno obilježje, ako ne i najbitnije, mnogih multimedijalnih aplikacija, gdje se nudi korisniku da djeluje na različite načine te da se sadržaji plasiraju na njegov zahtjev u određenom obliku. „*Kad promatramo klasične masovne medije - tisak, televiziju i radio, onda oni imaju određeni ritam ažuriranja (tisak) ili su vremenski usko povezani s korisnicima (radio i TV). Ali još uvijek određena naklada dnevnih novina, kao i večernji dnevnik, dolaze do korisnika u identičnu obliku. Stanje je drukčije u «World Wide Web» (WWW): i tu se doduše korisnicima mogu satima i danima staviti na raspolaganje iste informacije s neznatnim vremenskim pomakom, ali takva praksa, koja obilježava tradicionalni mentalitet proizvođača sadržaja, gubi važnost.*“¹⁹

¹⁹ Kunczik, M., Zipfel, A., *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert (2006), str. 29.

Karakteristika ovakvog medija je da iz široke i analitičke informacijske ponude korisniku stavlja na raspolaganje samo one elemente koji ga doista zanimaju. Ovo se posebno odnosi na one portale na kojima korisnik bira sam početnu stranicu i traži ono što ga zanima. Kada su se nove tehnologije proširile i kada su postale prihvaćene u različitim državama, kulturama i organizacijama, nastala je eksplozija različitih vrsta aplikacija.

4. ULOGA MEDIJA U DRUŠTVU

„Komunikacijske tehnologije su izvele tihu revoluciju u kojoj su informacija, zabava i kultura dostigle visok stepen upotrebljivosti u svakodnevnom čovjekovom životu. Sve više prisutna digitalizacija započinje novu eru globalne komunikacije. Napredak i razvoj tehnologije uticao je kako na cjelokupno društvo tako i na razvoj i uticaj medija u društvu. Razvoj medija, već od prvih novina, preko radija, televizije, do interneta doprinosi većem uticaju medija na čovjekov život, posebno kroz spajanje riječi, simbola, slike i zvuka u jednu cjelinu, jednu poruku ili novi medijski proizvod.“²⁰ Informacija postaje roba. Protok informacija će biti ubrzan s jednog na drugi kraj svijeta, a sve zahvaljujući razvoju novih tehnologija. Danas skoro da ne postoji čovjek koji nije informisan ili koji ne želi biti informisan. Informacije se šire velikom brzinom, pogotovo sada, u vrijeme društvenih mreža, internetskih portala, gdje su informacije dostupne 0-24 sata. Društvo danas ima širok spektar informacija. Medij kao posrednik u informisanju ima jednu od najvažnijih uloga u savremenom i demokratskom društvu. Kroz medije građani primaju informacije o dešavanjima, događajima, radu političara i slično. „Mediji predstavljaju jedan od ključnih alata kroz koje se građani informišu o društveno-političkim događajima, procesima u političkoj sferi – unutarnoj i vanjskoj, ekonomiji, sportu, kulturi i umjetnosti, zdravlju, događajima u njihovom okruženju, kao jedan od dostupnijih i prisutnijih alata za prijenos informacija, oni sudjeluju u procesima informiranja građana, a načinom na koji su sadržaji oblikovani i u formiranju njihova mišljenja i usmjeravanja njihovih odluka vezanih uz političke procese.“²¹ Medije možemo posmatrati kao sredstvo učenja kroz koje građani primaju informacije o svijetu oko sebe.

Kao što je navedeno, uloga medija u društvu je, prije svega, da obrazuju, informišu i zabavljaju. Obrazovni proces u medijima se prvobitno odnosio na to da korištenje medija, štampe, radija, televizije, doprinese da obrazovna djelatnost bude sadržajnija. Zadatak medija je da informiše građane putem vjerodostojnih i relevantnih informacija radi boljeg odlučivanja o važnim pitanjima u zajednici. Što se tiče zabavne uloge medija, ona može često biti i povezana s obrazovnom ulogom. Postoji dosta sapunica na radiju i televiziji, muzički videospotovi mogu širiti pozitivne vrijednosti ili mogu poslužiti kao podrška edukativnim organizacijama. Kunczik i Zipfel (2006)

²⁰ Nišić, V., Pavlišić, D., *Uloga medija u konstruisanju društvene stvarnosti, Fakultet političkih nauka Banja Luka (2014), str. 73.*

²¹ Letinić, A. et al., *Čitajmo između redaka - Priručnik za razvoj medijske pismenosti, Gong i Kruziv, Zagreb (2016), str. 35.*

navode primjer radijske sapunice *The Archers* koju je BBC emitirao 1951. godine i koja je širila inovacije u poljoprivredi među britanskim seljacima, a sve s ciljem da gradsko stanovništvo shvati seoske probleme.

Zabava je medij koji je najuspješniji na tržištu medijske industrije, a i medij koji donosi veliki profit. Pedesetih i šezdesetih godina 20. stoljeća granice između informacije i zabave znatno su izbljedjele i u novinama i u elektronskim medijima. Producenti su prikazivali omiljene sportove uz muzičku pratnju, a gledaoci su pjevali pjesme prije i tokom utakmica. Producenti koji su vodili sportske programe ubacivali su zabavne elemente. Miguel Sabido razvio je poseban oblik telenovele odgojnog karaktera koju je Televisa uspješno emitirala od 1975. do 1982. godine, a neke od tema su bile obrazovanje odraslih, planiranje porodice, odgoj djece. Ovakve teme su se pokazale dosta uspješnim, dok Kunczik i Zipfel (2006) navode primjer sapunice *Hum Log* za Indiju, koja je bila u središtu srednje klase, a poruke su bile vezane za bolji položaj žene, planiranje porodice, probleme urbanog života i alkoholizam.

Mediji nisu samo sredstvo edukacije, informisanja i zabave, oni su sve ovo. Njihova uloga je takva da budu posrednici između ljudi, grupa, zajednica, institucija, da budu sredstvo masovne komunikacije. „Mediji, putem objašnjenja i tumačenja informacija, „konstruišu“ društvenu stvarnost, na taj način što informacijama dodaju neke elemente koje izvorna informacija nije imala, što informacije oblikuju prema zahtjevima ili očekivanjima centara moći ili nekih drugih interesnih grupa.“²²

Mediji imaju i negativne strane. U nastavku rada bit će riječi o konzumerizmu, medijskoj manipulaciji i medijskom nasilju.

4.1. Konzumerizam

„Konzumerizam se u stručnoj i znanstvenoj literaturi češće raščlanjuje kao strukturni društveni fenomen nego kao individualna psihološka disfunkcija koja se manifestira kao poremećaj

²² Nišić, V., Pavlišić, D., *Uloga medija u konstruisanju društvene stvarnosti, Fakultet političkih nauka Banja Luka (2014), str. 72.*

*kompulzivnoga kupovanja, a koja se može promatrati i kao relativno nova ovisnost.*²³ Konzumerizam je također jedan vid manipulacije. Čovjek po prirodi voli sve što je lijepo i nastoji to i imati, na neki način udovoljiti sebi, rijetko ko se može oduprijeti ovom fenomenu. Ovisnost o kupovanju kao individualnom poremećaju proističe iz konzumerizma kao društvenog fenomena, odnosno same biti potrošačkog društva. „*Konzumerizam, on se temelji na iluziji da je zadovoljstvo proporcionalno potrošnji individue. Drugim riječima, što čovjek više troši, trebao bi biti sretniji.*“²⁴

Ono što nas zanima jeste spona između konzumerizma i medija. Mediji su odavno izgubili svoju prvobitnu svrhu koju su imali, a to je informisanje i izvještavanje o ekonomskim, političkim i društvenim zbivanjima, a tek su neki medij poput knjiga zadržali prvobitnu svrhu. Konzumerizam je dostigao svoj vrhunac sa napretkom tehnologije i usavršavanjem medija. „*Mediji su postali industrija koja teži što većem profitu, industrija koja svoj profit ostvaruje spajanjem informacija sa zabavom i komercijalnim aspektom. Pod potrošnju i konzumerizam ne spadaju samo odjevni predmeti, kozmetički proizvodi, prehrambeni proizvodi, nego i usluge koje se na svojevrsan način konzumiraju. Sav medijski sadržaj koji se prenosi ili putem televizija ili novina se može klasificirati pod usluge.*“²⁵ Autorica Burić (2010) tvrdi da su mediji zakoračili u prostor bitnog faktora koji kreira društvene procese, potrebe i trendove. „*Masovni elektronski mediji vode snažnu tržišnu utakmicu u kojoj žele biti dominantan kreator društvenih zbivanja, a ne tek puki prenositelj događaja i društvenih kretanja.*“²⁶ Možemo slobodno reći da su mediji omogućili konzumerizmu da postane prevladavajuća društvena ideologija. Medijske reklamne kampanje su te koje potiču na potrošnju. Postoje, naprimjer, neke medijske reklame koje direktno zahtijevaju od oglašivača i medija da nešto moramo posjedovati, skupiti, kupiti, a sve u imperativnom tonu. Burić (2010) još navodi kako je „*medijski prostor ispunjen infozabavom, teletabloidima, infooglasima, pornooglasima, i da se njihov broj u praksi iz dana u dan povećava, dok u teoretskom smislu njihovo mjesto ostaje nedefinirano i nedovoljno opisano kako bi moglo biti izloženo učinkovitim*

²³ Žakman-Ban, V., Špehar Fikuš, K., *Konzumerizam - Društveni fenomen i nova ovisnost*, Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet Sveučilišta u Zagrebu (2016), str. 39, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/185997> (pristupljeno 16. 07. 2020)

²⁴ Peričić, A., *Medij i konzumerizam*, Sveučilište u Zagrebu, 2017.

²⁵ Burić, J., *Djeca i mladi kao konzumenti masovnih medija*, Zagreb (2010), str. 629, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/68567> (pristupljeno 27. 11. 2020)

²⁶ Burić, J., *Djeca i mladi kao konzumenti masovnih medija*, Zagreb (2010), str. 630, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/68567> (pristupljeno 27. 11. 2020)

javnim raspravama.“²⁷ Na osnovu ovoga možemo zaključiti da se polako brišu granice između ozbiljnih i popularnih sadržaja u medijima, a sve više pažnje je posvećeno kupovini ili prodaji proizvoda i usluga. Vraćamo se na ono prethodno, a to je da su medij odavno izgubili svoju svrhu. Konzumerizam ima podršku, između ostalog, javnog oglašavanja, reklamnih kampanja, velikih trgovačkih centara i korporacija, a sve u cilju ostvarivanja dobiti. „*Negativne posljedice konzumerizma kao društvenoga fenomena i kao osobne ovisnosti mogu se, uz ostalo, ublažiti i ponudom sadržaja koji bi pretendirali promjeni životnih stilova, i to u smislu njihove konceptualizacije povezane s vlastitim izborima kvalitetno ispunjenoga slobodnog vremena.*“²⁸ Ono što je bitno napomenuti je da mediji imaju snažan utjecaj na pojedinca, na njegove stavove i razmišljanja. Mediji često podliježu zloupotrebi moći koju izražavaju putem manipulacije.

4.2. Medijska manipulacija

„Manipulacija se može odrediti kao smišljen, sistemski i kontrolisan postupak ili skup postupaka pomoću kojih manipulator, koristeći simbolička sredstva, uz njega pogodnim psihosocijalnim uslovima, odašilje u masu, preko sredstava komunikacije, određene poruke, s namjerom da utiče na uvjerenja, stavove i ponašanje velikog broja ljudi, tako da bi se oni, u stvarima o kojima ne postoji opšta saglasnost, a za koje su životno zainteresovani, usmjerili prema ubjedenju, stavovima i vrijednostima manipulatora, a da toga nisu ni svjesni.“²⁹

Đ. Šušnjić (1976) podvlači jasnu granicu između pojma manipulacije i ostalih srodnih pojmova kao što su socijalizacija, ideologija, propaganda (ekonomska i politička), indoktrinacija, industrija svijesti, propovijedanje, uvjeravanje itd. Počet ćemo od socijalizacije i manipulacije kao dva moćna oblika komunikacije. „*Socijalizacija (prema lat. socialis: društveni, od socius: zajednički; drug, partner), dugotrajni, složeni procesi u kojima pojedinac u interakciji s društvenom okolinom razvija, oblikuje i uči društveno relevantne oblike doživljavanja i ponašanja: uvjerenja, stavove,*

²⁷ Burić, J., *Djeca i mladi kao konzumenti masovnih medija*, Zagreb (2010), str. 630, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/68567> (pristupljeno 27. 11. 2020)

²⁸ Žakman-Ban, V., Špehar Fiškuš, K., *Konzumerizam - Društveni fenomen i nova ovisnost* (2016), str. 60.

²⁹ Šušnjić, Đ. Ribari ljudskih duša, Beograd: Mladost (1976), str. 42.

vrijednosti, navike, običaje.“³⁰ Šušnjić (1976) navodi dosta razlika između ova dva pojma, a u radu su navedene samo neke:

- *onaj ko socijalizuje, pokušava druge da nauči kako svi mogu da misle, a onaj ko manipuliše, nastoji da druge navede da misle kao što on misli,*
- *onaj koji socijalizuje, upotrebljava u svom radu provjerene podatke, onaj ko manipuliše, zloupotrebljava sve podatke,*
- *onaj ko socijalizuje, stvara racionalni autoritet, a onaj koji manipuliše, nameće iracionalni autoritet,*
- *onaj koji socijalizuje, nudi istinu kao poruku, a onaj ko manipuliše, nudi svoju poruku kao istinu.*³¹

Danas je život društva, ali i pojedica prožet medijima. Već je istaknuto da mediji imaju snažan utjecaj kako na društvo tako i na pojedinca. „Njihova je „inkorporiranost“ u svakodnevni život posebno vidljiva kod djece i mladih, dakle, kod generacija koje sužive sa svijetom medija već od samoga početka. Uloga medija posebno dolazi do izražaja u procesima socijalizacije.“³² Kada se govori o procesu socijalizacije, on se više ne obavlja kao prije, pomoću tradicionalnih institucija (porodica, škola, vjerske ustanove), tu ulogu su preuzeli mediji, ovo se posebno odnosi na djecu i mlade.

„Ideologija je način mišljenja pojedinaca i grupa kojim je društvo uslovljeno i koji odgovara određenom tipu društva - klasnom društvu. Ideologija se često pokušavala interpretirati kao znanost o idejama.“³³ Uzmemo li za primjer ideologije poznatu zabavnu (i filmsku) industriju Disney, pojam postaje jasniji. Naime, nisu li pomalo ironične ideologijske reklame Disneya koje bi, navodno, trebale promovisati pozitivne ljudske karakteristike poput istine, ljubavi, suosjećanja i sreće? S obzirom na razliku u plaćama između korporacijskog direktora te industrije opće zabave, i između radnika u trećem svijetu koji rade majice upravo za tog istog direktora, ironija je na vrhuncu ideologije. „Medijski je zadatak tog direktora da, sa svojom cjelokupnom korporacijom,

³⁰ Šušnjić, Đ., *Ribari ljudskih duša*, Beograd: Mladost (1976), str. 42.

³¹ Šušnjić, Đ., *Ribari ljudskih duša*, Beograd: Mladost (1976), str. 42.

³² Valković, J., *Uticaj medija na socijalizaciju*, Riječki teološki časopis, Izvorni znanstveni članak, *Teologija u Rijeci* (2016), str 100-101, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/170107> (pristupljeno 02. 11. 2020)

³³ Šušnjić, Đ., *Ribari ljudskih duša*, Beograd: Mladost (1976), str. 38.

pokušava širiti pozitivnu sliku javnosti o tome kako bi društveni odnosi trebali biti empatični, puni suosjećanja, ljubavi i poštenja ili se ustvari povodi nužnim profitom i time ustvari pokazuje upravo negativnu stranu „ideologije zabave“, odnosno iskorištavanja medija u te svrhe, te medijskog iskorištavanja javnosti upravo putem takvih odnosa.”³⁴

Pojmovi kao što su propaganda, indoktrinacija, industrija svijesti, do 70-ih godina ovog stoljeća gospodarile su svojim značenjima. Ovi pojmovi ukazuju na posebne oblike kontrole ponašanje pojedinca ili grupa, da oni toga nisu ni svjesni.

U ekonomskoj oblasti manipulacija (potrošačima) uzima oblik reklame koja je smišljeno, sistematsko i kontrolisano širenje simbola neke moćne grupe proizvođača, koja tim simbolima prikriva svoju težinu za profitom, a svoj poslovni interes predstavlja kao potrebu svih potrošača, kako bi ih navela da kupuju ne samo one proizvode koji zadovoljavaju njihove potrebe, već i one koje im nisu potrebni. Kontrola tržišta se vrši kontrolom potreba potrošača. Reklamiranje i propaganda putem medija su na visokom nivou. Naprimjer, brend Garnier putem TV-reklama navodi nas da kupimo njihov proizvod uz uvjerenje da je baš taj šampon za našu kosu, da on posjeduje ono što drugi šamponi ne posjeduju. Nesvjesno, ali ipak kupujemo taj šampon. Zapravo, zavedeni smo reklamom koja se bezbroj puta pojavila na TV-u.

U političkoj oblasti manipulacija (biračima) uzima oblik propagande smišljeno. Sistematsko, kontrolisano širenje simbola neke političke grupe, koja tim simbolima prikriva svoj politički interes prikazujući ga interesom svih članova društva. „*Masovni mediji svakodnevno objavljuju interes vladajuće grupe kao jedinu istinu društva, uporno ćuteći o mnogim drugim kritičnim pitanjima koja se odnose na društvenu strukturu i položaj ljudi u njoj. Lukav način odvrćanja pažnje javnosti od osjetljivih društvenih pitanja kao što su pitanja raspodjele društvenog bogatstva, moć ugleda, znanja, sigurnosti, pokazuje se stvarno uspješnim sve dok ne izbije društvena kriza koja izbacuje na površinu.*”³⁵ Nesporno je da masovni mediji nameću čovjeku velike količine različitih informacija. Politička reklama dezorijentiše narod, nazivi partija i kod nas i u Evropi, smatra Šušnjić (1976), biraju se ponekad direktno u cilju reklame, a programi partija pišu se radi obmanjivanja publike. Na izborima većinom pobjeđuje ona partija koja ima više novca

³⁴ Vertovšek, N., Tomović, A., *Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije*, Studentski radovi, Hrvatska: Sveučilište u Zadru (2015), str. 956.

³⁵ Lenjin, V. I., *Izabrana djela*, Kultura, Beograd (1960), str. 477, tom 10.

da plati širenje svojih ideja, ima više moći da utječe na masovne medije i tu vještinu da uvjeri masu da je njen kandidat najbolji, dok programi partija koji nemaju sve to, ali imaju bolji program i razumnija rješenja društvenih problema, gube. Na osnovu ovoga možemo vidjeti da se partije više bore za glasove birača nego za dokazivanje svojih ideja. „*Više se ne bore dvije političke partije, bore se dvije reklamne agencije.*“³⁶

U pedagoškoj oblasti, manipulacija učenicima i studentima uzima oblik indoktrinacije i opisuje se kao plansko, sistemsko i kontrolisano širenje ideologije vladajuće partije, kojom ona prikriva, opravdava i ojačava svoju društvenu moć kako bi mlade generacije preko obrazovnih sistema usvojile tu ideologiju, ne osjećajući potrebu za drugim pogledom na svijet. I sami znamo da djeca vjeruju u ono što kažu odrasli, jer nemaju razvijene kritičke moći da sami sude. Djeca zavise od odraslih, a moćnici koriste školski sistem u manipulativne svrhe.

Chomsky (2008) kritikuje škole i njihov odgoj te smatra kako institucije poput škola sprečavaju mogućnost samostalnog ili kritičkog razmišljanja, pa ističe kako bi se u školama trebalo uvesti medijsko obrazovanje i odgoj. Tako bi se motivisali učenici da samostalno razmišljaju i razvijaju svoje stavove i mišljenja kako ne bi bili izmanipulisani. Mediji na određeni način zanemaruju obrazovne funkcije, a sve zbog profita te trendova i usmjerenosti ka manipulaciji.

Industrija zabave i sna je metodičan način djelovanja na masovne nagone i ukuse pomoću raznih vrsta simbola čija funkcija nije da kultiviše, nego da eksploatiše nagone i ukuse mase. Industrija zabave i sna uzima za primjer kada manipulator nema mogućnost da ideološki i politički utječe na stavove i vjerovanja, već ih samo eksploatiše po principu da što više vide, čuju i doznaju, smatra Šušnjić (1976). Nije istina da se gomile zabavljaju iz čiste potrebe za razonodom, to je ustvari samo privid, ako se malo bolje sagleda situacija, uvidjet će se da je potreba za razonodom zapravo bijeg od brige. „*Što je više briga i strepnje to je veća potreba za zabavom.*“³⁷

Visoki stepen utjecaja može se očekivati kada su ljudi neobrazovani i neobaviješteni. Samim time onaj koji ih uvjerava, ili manipulator, može ići dokle želi u svome naumu. S druge strane, onima koji imaju kvalitetno znanje o nekoj stvari, ali potvrđeno znanje, ne samo u ličnom već i u iskustvu drugih, teško je manipulirati. Ono što je bitno napomenuti je da se ne manipuliše samo neobrazovanima, nego i obrazovanima, tako što se poruka izradi da pogađa lične ili grupne

³⁶ Pakard, V., *Industrija svijesti*, str. 170.

³⁷ Šušnjić, D., *Ribari ljudskih duša*, Beograd: Mladost (1976) str. 192.

potrebe, a ne racionalnu osnovu na kojoj počivaju stavovi pojedinca. Neminovno je da će manipulator lakše utjecati na pojedince s niskim ili prosječnim intelektualnim sposobnostima, nego na one koji posjeduju izuzetne intelektualne sposobnosti.

„Biti manipulisan znači (iz)gubiti slobodu kao bitnu odrednicu čovjekova života. Borba protiv manipulacije treba u prvom redu da bude: - borba za slobodu dolaženja novih saznanja, borba za slobodan pristup tehničkim sredstvima za prenošenje saznanja, a to znači otvoren pristup svim masovnim medijima, borba za slobodu širenja saznanja, borba za preuzimanje odgovornosti za posljedice koja ta saznanja izazivaju s obzirom na slobodu drugih.“³⁸

4.3. Medijsko nasilje

Nasilje je društvena pojava koja se tumači kao upotreba fizičke prisile radi nanošenja štete i prisiljavanja na određeno ponašanje. Ono što nas zanima je medijsko nasilje. *„Nasilje u medijima od svjesnog pojedinca može učiniti pasivnog konzumenta ili promatrača koji smatra kako su sve deformacije normalne, a upravo u tome i jest razorna moć medija - manipulatora. Mediji poput interneta, TV i sl., potencijalno su moćni manipulatori jer utječu na mladog čovjeka da sa sumnjom i nevjericom gleda na sveukupnu javnost. Glavni alibi ovakvih medija jest privući i fascinirati korisnika, te kratkoročno stvoriti trenutnu ugodu i zadovoljstvo, a dugoročno dovodi do gubljenja osobnosti.“³⁹*

Navedeno je da mediji imaju snažniji utjecaj na mlađe generacije, lakše ih je impresionirati i teže razlikuju fikciju od realnosti. Igrice koje ujedno spadaju u kategoriju zabave, mogu doprinijeti i lošem psihičkom stanju. Mediji često pojedincima daju ideju i uzore. Tragičan primjer oponašanja dogodio se kada je na televiziji i internetu prikazana snimka pogubljenja Sadama Huseina. Da se to nije smjelo prikazati, potvrđuje činjenica da se dvoje djece objesilo nakon što su odgledali snimku. Među njima je 15- godišnja djevojčica iz Indije. *„Rekla je da su objesili domoljuba. Nismo je shvatili ozbiljno kada nam je rekla da želi osjetiti bol koju je Sadam osjetio tijekom pogubljenja, rekao je otac djevojčice Manhoman Karmakar. Dodao je da je njegova kći bila krajnje depresivna*

³⁸ Ibid. str. 22.

³⁹ Petani, R., Tolić, M., *Utjecaj medijskog nasilja na adolescente i obitelj*, Sveučilište u Zadru, Odjel za pedagogiju (2008), str. 16, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/190055> (pristupljeno 26. 07. 2020)

nakon što je vidjela pogubljenje.“⁴⁰ Mediji moraju biti oprezni prilikom izvještavanja, posebno zbog mladih generacija koje ih prate. U posljednje vrijeme vidljive su napomene o uznemirujućem sadržaju. Mediji potpuno mijenjaju vrijednosni sistem u društvu. „*Svjedoci smo da mladi danas sve više postaju robovi i ovisnici o blogovima, internetu, videoigricama kao sredstvima masovnih komunikacija. Međutim, uz to je prisutna i socijalna potištenost, izoliranost te nasilje, što znači da se mladima otvaraju novi putevi pristupa informacijama i formiranja identiteta, a to sa sobom donosi poteškoće i opasnosti za osobni razvoj.*“⁴¹

Mediji, a posebno masovni, sve se više koriste u skoro svim aspektima naših života, kao sredstvo komunikacije, kao posrednici, ali češće kao manipulatori. Prije nego što su se pojavili masovni mediji, sve ono što osoba uradi, ostajalo je unutar kruga porodice, prijatelja, grupe, grada, sela, dok danas sve što čovjek uradi, to i kaže putem masovnih medija. Kako Šušnjić (1976) kaže, velikih i moćnih javnih usta nema više u uskom krugu, već to dopire do miliona slušalaca i gledalaca. Danas skoro da ne postoji čovjek koji u ovom tehnološkom razvijenom digitalnom svijetu nema pristup informacijama ili nije informisan. „*Ako ljudska jedinka od „kolijevke pa do groba“, prima i usvaja određene ideje (informacije), iz određenih autoritativnih izvora, koji stoje pod kontrolom vladajuće grupe u društvu - svjesno da li ona ili njena produžena ruka odabire, organizuje, odašilje i kontroliše te ideje - vjerovatno je da će ona moći da misli samo u okvirima onoga što je i kako je učena da misli.*“⁴² Pojedincima koji su naučeni da misle tuđom glavom nije teško da se ponašaju onako kako ta glava zapovijeda, još ako ima moć i ako je autoritativna. „*Ljudi nisu svjesni, ili nisu dovoljno svjesni da njihov svakodnevni život nadziru moćne grupe, koje preko masovnih medija sistematski ispaljuju kišu pažljivo odabranih i organizovanih simbola, čija funkcija nije da obavijeste svijet, nego da iskoriste potrebe svijeta. Osnovna svrha ovih duhovnih radijacija sastoji se u podešavanju ljudskih duša, a osnovna posljedica u savijanju njihove volje za samoodređenjem.*“⁴³ U današnje vrijeme rijetko ko se služi svojom pameću, većinom slušamo što nam drugi nametnu. Način na koji se mogu potaknuti mlade generacije na zdravorazumno razmišljanje jest da budu upoznate s opasnostima zloupotrebe interneta i da se prema medijskom

⁴⁰ Ružić, N., *Mediji kao izvor ideja za oponašanje, Sveučilište u Podgorici (2009), str. 108, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/44535> (pristupljeno 15. 07. 2020)*

⁴¹ Petani, R., Tolić, M., *Utjecaj medijskog nasilja na adolescente i obitelj, Sveučilište u Zadru, Odjel za pedagogiju (2008), str. 18, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/190055> (pristupljeno 26. 07. 2020)*

⁴² Šušnjić, Đ., *Ribari ljudskih duša, Beograd: Mladost (1976), str. 145.*

⁴³ Pakard, V., *Industrija svijesti, Sedma sila, Beograd, 1967, str. 111.*

sadržaju odnose uravnoteženo. Također, potrebno je podići svijest mladih ili, bolje rečeno, motivirati ih za programe koji se odnose na prepoznavanje medijske ovisnosti. U svim školama bi se trebale uvesti medijska pismenost i medijska kompetencija (sposobnost da se mediji pravilno koriste) kao sastavni dio programa. „*Kako bi bili svega svjesniji, potrebno je dublje razumjeti same medije, tehnologiju i proceduru stjecanja i distribucije informacija, ekonomske uvjete proizvodnje, te preispitivati funkcioniranje sistema, osobito odgojno-obrazovanoga, jer je važno osposobiti društvo za život u suvremenom medijskom okruženju.*“⁴⁴

⁴⁴ Vertovšek, N., Tomović, A., *Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije*, Studentski radovi, Hrvatska: Sveučilište u Zadru (2015), str. 961, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/151830> (pristupljeno 23. 06. 2020), str. 967.

5. INTERNET I DEMOKRATIJA U DIGITALNOM DOBU

5.1. Internet i demokratija

O demokratiji se najviše raspravljalo u filozofskoj, sociološkoj i pravnoj znanosti. Pojam demokratije mijenjao je tokom historije značenje. Kao političku ideju i poredak demokratiju su uveli antički Grci. Riječ demokratija grčkog je porijekla, demos - narod i kratio - vlada, što bi u prijevodu značilo - vladavina naroda.

Svako na svoj način poima demokratiju. Aristotel (1992) odbacuje demokratiju kao sistem vladavine. Naime, on u svom djelu *Politika* odbacuje demokratiju i upoređuje je s oligarhijom (vladavina većine, obično bez poštivanja volje građana) i tiranijom (odbacuje oblik vladavine koja nije utemeljen na pravu, u kojoj vlada tiranin koji nije izabran i koji nije priznato naslijedio vlast, on vlada protiv ostalih i u svoju korist). Aristotel, ipak, preporučuje monarhiju (vođa koji, po pravilu, to postaje naslijedom i doživotno vrši svoju funkciju) te aristokratiju ili timokratiju (vlast po časti i bogatstvu).

Platon (2009) se protivi demokratiji zato što smatra da posjeduje previše slobode. Platon kazuje da ako je čovjek bolestan i želi savjet o svome zdravlju, ići će stručnjaku – liječniku. Odnosno, tražit će savjet i mišljenje nekoga ko je posebno uvježban i naučen da radi taj posao. Odatle zdravlje države za Platona nije ništa manje važno od vlastitog zdravlja. Donošenje odluka o njenom zdravlju – političkih odluka, zahtijeva sposobnost prosuđivanja i vještinu.

„Te odluke se svakako ne smiju prepustiti narodu, jer bi to nalikovalo na plovidbu morem po savjetima putnika, ne obraćajući pozornost ili namjerno izbjegavajući one koji su zaista vješti u umijeću plovidbe. Kao što takav brod sigurno skreće sa ispravnog kursa, ista sudbina zadesi i državu ukoliko je ne vode za to sposobni i obučeni ljudi.“⁴⁵

Pojam demokratije mijenjao je svoje značenje tokom historije. Svako pojam demokratije definiše na drugačiji način, što je uzrokovalo različita shvatanja i suštinu. Demokratija je vlast cijelog naroda, a odgovornost snosi cijeli narod. Ako je demokratija vladavina naroda, na koji način narod vlada? Uzet će se primjer demokratskog sistema kakav je bio u Ateni, u antičkoj Grčkoj, da bi se bolje razumio način vladanja tadašnje demokratije i današnje demokratije. Tadašnja demokratija

⁴⁵ Arnaut, S., *Platon protiv demokratije* (2019) dostupno na: <https://dunjalucar.com/2019/10/22/platon-protiv-demokratije/> (pristupljeno 08. 11. 2020)

ili kako je još nazivaju „klasična Atenska demokratija“ (jer je ona prva o kojoj posjeduju dovoljno podataka o načinu primjene ideje vladavine naroda) podrazumijevala direktno političko sudjelovanje, što znači da su svi Atenjani s pravom glasa mogli učestvovati u radu skupštine, i tako donositi odluke koje će biti obavezujuće za sve građane. Ono što je bitno napomenuti je da je glas svakog građanina imao jednaku vrijednost, ali je u Ateni je bilo ograničeno razumijevanje toga ko je sve građanin. Pravo učestvovanja u skupštini su imali odrasli slobodni muškarci atenskog porijekla, stariji od 20 godina, a ostali koji nisu imali pravo glasa su žene, robovi, slobodni doseljeni muškarci. Odnosno, u tadašnjoj demokratiji odlučivala je manjina od ukupnog broja stanovnika, dok su odluke bile obavezujuće za sve. Atensku demokratiju ne možemo danas smatrati demokratskim sistemom. Kada govorimo o savremenoj demokratiji, ona dopušta pravo sudjelovanja svim punoljetnim državljanima neke političke zajednice, bez obzira na spol, dob, klasu, etničku pripadnost, imovinu itd. *„Zato su u suvremenim državama demokratski sistemi predstavnički. To znači da građani ne upravljaju izravno, već biraju svoje predstavnike na koje prenose pravo upravljanja zajedničkim poslovima zajednice u kojoj žive. Izabrani predstavnici odlučuju o važnim pitanjima, a njihove odluke obvezujuće su za cijelu zajednicu. Pritom bi izabrani predstavnici trebali voditi računa o interesima građana koji su ih izabrali, odnosno, kako sama riječ kaže, trebali bi predstavljati građane. Upravo u tome leži izazov demokratije.“*⁴⁶

Internet je zbog nekih historijskih i kulturnih razloga oblikovan kao tehnologija slobodne komunikacije. Slobodan protok informacija predstavljao je pravo civilizacijsko dostignuće. *„Proces komunikacije ostvaruje se aktiviranjem umova koji nastoje da među sobom podijele neko značenje.“*⁴⁷

*„Komunikacija pretpostavlja interakciju. Ljudi imaju potrebu da dobiju valjane informacije od sagovornika, kao i da saopšte svoje mišljenje. Osnov slobode govora leži u mogućnosti da se mišljenje slobodno izrazi i distribuira, što internetu daje na važnosti, jer preko tog medija informacije, uz sada već krajnje dostižne resurse, mogu stići do mnogih ljudi.“*⁴⁸

McChesney (2013) smatra da će internet postati globalno bitan razvoj ljudske civilizacije, dok ne postane toliko prirodan i ne bude sastavni dio našeg živčanog sistema društva do te mjere da ga

⁴⁶ http://edu.goo.hr/wp-content/uploads/2017/03/uf_ta_demokracija.pdf (pristupljeno 26. 11. 2020)

⁴⁷ Castells, M., *Moć komunikacije*, Beograd: Clio, 2014, str. 174.

⁴⁸ Raković, D. (2017), *Javno mnijenje, internet i demokratija*, dostupno na <http://digitalnapismenost.net/2017/11/30/javno-mnjenje-internet-demokratija/> (pristupljeno 07. 06. 2020)

nećemo prepoznati kao nešto novo ili odvojeno od našeg bitka, poput samog govora. Internet je posmatrao kao revolucionarni medij koji je okrenuo medije i komunikaciju naglavačke. Internet za društvo postaje bitan, ako ne i najbitniji komunikacijsko-informacijski medij.

McChesney (2008) u poglavlju „Hoće li nas internet osloboditi“ govori o tome da ono što izdvaja internet od ostalih komunikacija jest njegova priroda. Pojava interneta mijenja sve, način života, igru, učenje... Ono što je nekada bila industrijska revolucija koja je trajala sto godina, danas je to internet koji je zaživio u kratkom roku. Razlika između pojave automobila i interneta imat će istu ulogu u ekonomiji i društvenoj strukturi 21. stoljeća kao što je ranije imala televizija. Kada je uveden automobil i kada mu je pala cijena, većina stanovništva ga je željela, ali to više nije bila puka želja, nego potreba. Automobil je zapravo bio predmet potrebe. Plaćate, naprimjer, za to što posjedujete automobil (zagađenje zraka, saobraćajna gužva). Međutim, postali su neodvojivi dio društva, niko nije uzeo u obzir da se na demokratski način razmatraju sve prednosti i nedostaci automobila. Je li to slučaj s internetom? Internet je globalni medij, i negdje je prisutan za globalnu integraciju ekonomije, ali neki smatraju da ima društvene posljedice koje se odnose na globalnu kulturu i politiku. To je način da se prošire tržišta kompanije, a da se ne troši toliko novca. Kako se gigantske medijske firme proširuju na svjetskom nivou, tako je i internet bio od bitnog značaja. „Sile koje ga dominantno oblikuju dolaze iz ekonomske sfere i teže da ga pretvore u mjesto za razmjenu i potrošnju.“⁴⁹

U knjizi *Nerazumijevanje interneta* James Curran (2013) iznosi stavove prvih zagovornika interneta, to su bili vodeći stručnjaci, političari, poslovni ljudi, novinari koji su smatrali da internet donosi ogromne promjene. Smatrao je da će internet označiti početak novog doba kulturne demokratije, u kojoj će suvereni korisnici nazvani „prozumenti“ biti oni koji donose odluke, a stari mediji će propasti i izumrijeti. „On će obnoviti demokratiju u nekim verzijama tako da će omogućiti neposrednu e-vladavinu kroz narodne referendumne. Internet će postati nezaustavljiva snaga: poput izuma štamparske mašine ili baruta, on će trajno i nepovratno promijeniti društvo.“⁵⁰ Bio je u pravu, zaista će medij kao što je internet dovesti svijet do neprepoznatljivosti.

⁴⁹ Raković, D. (2017). *Javno mnijenje, internet i demokratija*, dostupno na <http://digitalnapismenost.net/2017/11/30/javno-mnenje-internet-demokratija> (pristupljeno 07. 06. 2020)

⁵⁰ Curran, J., *Nerazumijevanje interneta* (2013), str. 25.

„Sloboda govora smatra se jednim od najvažnijih elemenata savremenog demokratskog društva, ali se često predviđa kako sloboda govora ne znači ništa bez slobode komunikacije - mogućnosti da se govor plasira u javnu sferu i da bude svima jednako dostupan. Budući da je javna sfera u savremenom civilnom društvu medijski posredovana, zadaća je medija da omogući slobodnu komunikaciju.“⁵¹ O konceptu javne sfere govorio je J. Habermas, on je ujedno i razradio pojam javne sfere. U radu će također biti govora o tome kako internet doprinosi animiranju javne sfere. U knjizi *Javni dijelovi*, iz 2011. godine, Jeff Jarvis „javnost definiše kao simbol epohalne promjene, javnost je ta koja prijeti institucijama čija se moć zasniva na kontroli informacije i publike.“⁵² Navodi dalje kako diktatori, političari i medijski moguli (označava uspješnu poslovnu osobu ili magnata, koji je sam sagradio i stvorio ogromno bogatstvo i monopol u smislu poslovnog carstva) pokušavaju reći šta da mislimo i da govorimo, a sada u jednom javnom društvu oni moraju slušati ono što mi govorimo, bilo da se služimo bilo kojom društvenom mrežom poput Twittera kako bismo se požalili na neki proizvod ili putem Facebooka kako bismo organizovali neke proteste. On smatra da ako te institucije žele napredak, moraju naučiti kako nam ravnopravno pristupiti, a uz to poštujući nas, pojedince, zbog moći koju imamo kao skupina, kao javnost. Pobornici smatraju da društvenim mrežama i tehnologijom ustvari stvaramo svijet kakav želimo.

S jedne strane, imamo pobornike koji se bore za obožavanje kombinacije tehnologije, tržišta, napretka. Kako McChesney (2013) kaže, dobivate prednosti revolucije bez nepreglednosti politike. To je upravo ono što se može smatrati dominantnim oblikom razmišljanja o internetu. Dok druga strana, skeptici, donosi malo realizma i obično ne nudi nikakav uvjerljiv alternativni smjer. Također naglašava da oba tabora imaju fatalan nedostatak, a taj nedostatak je postojeći kapitalizam te da je taj kapitalizam izostavljen i potcijenjen, a on zapravo igra bitnu ulogu jer dominira društvenim životom. „Oba tabora ne uviđaju način na koji kapitalizam definira naše doba i postavlja preduvjete za razumijevanje ne samo interneta nego gotovo i svega ostaloga što u našem društvu ima društveni karakter, uključujući politiku.“⁵³ Politička ekonomija bi trebala biti načelo sagledavanja digitalne revolucije, smatra R. McChesney (2013). Također kaže kako bi

⁵¹ Basrak, B., *Internet kao prostor slobodne društvene komunikacije*, Stručni rad, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu (2009), str. 53, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/61655> (pristupljeno 25. 07. 2020)

⁵² McChesney, W. R., *Digitalna isključenost*, Zagreb: Multimedijalni (2013), str. 28.

⁵³ McChesney, W. R., *Digitalna isključenost*, Zagreb: Multimedijalni (2013), str. 34.

upravo politička ekonomija pomogla u poimanju kapitalizma i njegovog odnosa prema demokratiji kako bismo lakše shvatili internet.

Kada se razvijala neka od bitnih komunikacijskih tehnologija, prva pitanja su bila ko će kontrolisati tehnologiju i u koje svrhe, a druga pitanja su se odnosila na društveni, ekonomski, politički, kulturni utjecaj nove komunikacijske tehnologije na društvo. „Što je društvo više istinski demokratsko, to će društvene rasprave o politici primjene i razvoja najvažnijih komunikacijskih tehnologija biti otvorenije, informiranije, sadržajnije i vatrenije.“⁵⁴ Bez obzira na to koliko je proces kreiranja politike demokratski, ako određene snage društva ovladaju političkom ekonomijom, ovladat će i njegovim komunikacijskim sistemom.

5.2. Internet i političke promjene

Castells govori o meksičkim Zapatistima i prvom informacijskom gerilskom pokretu. Ono što je bilo novo u političkoj historiji Meksika je proces nadzora protivnih snaga postojeće vlasti na osnovu alternativne komunikacije. Novosti u ratu Chipasa i pojavljivanje različitih pošiljalaca informacija. „Prvi januar 1994, prvoga dana Sjevernoameričkoga slobodnog trgovinskog sporazuma (NAFTA), oko 3000 muškaraca i žena, organiziranih u Ejercito Zapatista del Liberacion Nacional, pod lakim oružjem, preuzelo je nadzor nad najvećim općinama koje graniče s Lacandonskom šumom u južnoj meksičkoj državi Chiapa. Većinom su to bili Indijanci, pripadnici različitih etničkih skupina. Vođe su svoja lica skrivale iza skijaških maski. Kad je meksička vojska poslala pojačanja, gerilci su se organizirano povukli u tropsku prašumu. Međutim, nekoliko desetaka gerilaca i civila, kao i brojni vojnici i policajci, poginuli su u sukobu ili su ih vojnici skupno pogubili nakon završetka sukoba.“⁵⁵ Istog dana kada je stupio na snagu Sjevernoamerički sporazum o slobodnoj trgovini (NAFTA), koji je značio jedino dalje pogoršanje položaja seljaka, zapatistički pobunjenici u najsiriromašnjoj državi Meksika, Chiapasu, objavljuju rat meksičkoj vladi. Zapatistički pokret, svjestan da je pobjeda u konvencionalnom ratovanju nedostižna, okreće se informacijskom ratu. Stvara se mreža solidarnosti u cijelom svijetu i međunarodni aktivisti vrše pritiske na meksičku vladu, što dovodi do smanjenja vojnih operacija, primirja i prve strateške pobjede Zapatista. Zapatisti su nazvani po Emilijanu Zapati, generalu koji je u revoluciji prevodio

⁵⁴ McChesney, R., *Bogati mediji, siromašna demokratija*, Sarajevo: Šahinpašić (2008), str. 146.

⁵⁵ Castell, M., *Umreženo društvo*, Zagreb: Golden marketing, 2000, str. 81.

vojsku seljaka, ustanak započinje 1994. godine. Njihovi zahtjevi se uglavnom odnose na to da zemlja i prirodna bogatstva pripadaju lokalnim zajednicama. Zapatisti su bili pobunjenici, to su bili seljaci, većinom Indijanci iz zajednica koje su osnovane u Lacandonskim prašumama. Zajednice su nastale uz podršku vlade kako bi se riješila društvena kriza prouzrokovana izbacivanjem *acasilladosa* (seljaka bezemljaša koji rade za zemljoposjednike). Kolonizatori, birokrati i naseljenici su iskorištavali Indijance i seljake, jer se položaj njihovih naselja neprekidno mijenjao u skladu s interesima vlade.

Šumarska kompanija *Cofolasa* koju je podržavala vlada, dobila je pravo na sječu drva, većina naseljenika odbila se seliti te su započeli 20-godišnju bitku za svoje pravo na zemlju. Godine 1992. ukidaju zakonska prava indijanskih zajednica koje se po drugi put sele. Posljednji udarac seljačkoj zajednici udara meksička liberalizacijska politika kada ukida ograničenja na kukuruz i zaštitu cijene kafe. Tada je lokalna privreda, koja se temelji na šumarstvu i stočarstvu, bila potpuno onesposobljena. Seljaci su se okrenuli protiv zadane politike. Većina zajednica Lacandona nije zasadila kukuruz niti je kafa obrana, a i djeca su prestala ići u školu. Pobunjenički naslov manifesta bio je: „Danas kažemo dosta.“ Uzroci pobune su očiti, ali kakve su zahtjeve i ciljeve imali pobunjenici? Oni se ustvari bore protiv ugnjetavanja i kolonizacije, suprotstavljaju se svjetskom poretku dvostruko, bore se protiv posljedica isključivanja iz ekonomske modernizacije, bore se za priznavanje indijanskih prava u meksičkom ustavu. Castells (2014) smatra da su Zapatisti legitimni pobunjenici, oni su meksički domoljubi, oni su jednako demokrati koji se pozivaju na članak meksičkog ustava koje proglašava pravo naroda da promijeni oblik svoje vlasti. Zahtijevaju autonomiju za autohtono stanovništvo, pravdu da se ima pravo na dostojanstven posao i odgovarajuću plaću, slobodu da se organizuju nezavisno od moćnika i njihovih predstavnika te demokratiju kao pravo da im se vlada pokorava za vrijeme mandata. Pobunjenički gerilski pokret Zapatista ubrzo evoluirao u pravi socijalni pokret koji se bori za prava Indijanaca i siromašnih u cijelom Meksiku.

Ovo je kratak sadržaj onoga što se dešavalo zbog sljedećega. Uspjeh Zapatista je u njihovoj komunikacijskoj strategiji, kaže Castells (2014), do te mjere da se mogu nazvati prvim informacijskim gerilskim pokretom. Zapatisti su zapravo stvorili medijski događaj kako bi proširili poruku, kako bi izbjegli krvavi rat. „*Neprekidna povezanost s medijima i savezi koje su širom svijeta uspostavili pomoću Interneta, štitili su ih od neposredne primjene sile te su im omogućili*

da iznude pregovore i iznesu probleme društvene isključenosti i političke korumpiranosti pred oči i uši svjetskoga javnog mnijenja.⁵⁶ Koriste internet kao „oružje“ i odašilju poruke o svojoj borbi i ciljevima cijelom svijetu. Ubrzo stiču podršku različitih nevladinih udruženja i međunarodnih aktivista. Kada je započeo, meksička je vojska bila uvjerenjena da će moći ugušiti zapatistički ustanak bez imalo problema. Poslala je teško naoružanje, oglašavala zračne uzbune, mobilizovala hiljade vojnika. Vladino gušenje ustanka onemogućeno je prisutnošću mnogih međunarodnih aktivista koji su preplavili čitav Chiapas.

Putem društvenih mreža građanima se pruža prilika da učestvuju u javnom životu, iznose mišljenja i stavove o političkim i društvenim pitanjima. „U 2009. i 2010. godini, tokom protesta protiv namještanja predsjedničkih izbora u Iranu, sajtovi za društveno umrežavanje (Facebook, Twitter) i drugi online mediji korišteni su kao, ponekad, jedini dostupni kanali za informisanje ostatka svijeta o dešavanjima u Iranu. Onda, poslije Arapskog proljeća koje je donijelo demokratske promjene (ili bar promjenu vlasti) u nekoliko sjevernoafričkih diktatura i autoritarnih država, razvila se živa debata o internetu, ili preciznije o mnoštvu sajtova za društveno umrežavanje kao nosilaca društvenih i političkih promjena u suvremenom svijetu.“⁵⁷ Internet i sajtovi za umrežavanje se trebaju posmatrati, u ovom slučaju, kao značajno sredstvo komunikacije i organizacije protesta i aktivizma uopće. Castells (2014) obrazlaže moć kao veoma važnu funkciju interneta. Moć u umreženom društvu se prvenstveno ispoljavala, kaže Castell (2014), izgradnjom značenja u ljudskom umu kroz komunikacijski proces u globalnim i lokalnim multimedijским masovnim komunikacijama. Napredak tehnologije i razvoj društvenih mreža olakšava umrežavanje i poticanje određenih građanskih inicijativa.

U Ukrajini su, također, upotrijebili SMS poruke kako bi organizovali proteste koji su kasnije završili takozvanom *Narandžastom revolucijom*. „*Narandžasta revolucija je naziv za niz protesta i političkih događaja koji su se dogodili u Ukrajini od 2004. do 2005. godine. Protesti su uslijedili nakon drugog glasačkog kruga za izbor novoga predsjednika, kad su ustanovljene nepravilnosti prilikom brojanja glasačkih listića. Žarište Narandžaste revolucije bila je ukrajinska prijestolnica, Kijev, u koji su se svakodnevno slijevale hiljade demonstranata, držeći stranu oporbenom*

⁵⁶ Castell, M., *Umreženo društvo*, Zagreb: Golden marketing, 2000, str. 88.

⁵⁷ *Arapsko proljeće*, dostupno na: www.oneworldplatform.net (pristupljeno 11. 11. 2020)

*proeuropskom kandidatu Viktoru Juščenu.*⁵⁸ Ono što je bitno naglasiti je da internet jača demokratiju samo u postojećim demokratijama. U Ukrajini i na Filipinima internet je pomogao, ali ove zemlje imaju više ili manje demokratski sistem. Odnosno, internet može jačati demokratiju samo u onim zemljama u kojima ima barem malo demokratskog potencijala, ali s Kinom, naprimjer, to nije bio slučaj.

5.3. Kapitalizam i demokratija

*„Tehnologija je od središnjeg značaja za rast, a rast je od središnjeg značaja za kapitalizam. Kapitalizam je ekonomski sistem koji rezultira ozbiljnim povećanjima u razini proizvodnje kroz vrijeme upravo zato jer sistem treba ekonomski rast da bi preživio.“*⁵⁹

Za McChesneya (2013) kapitalizam predstavlja društvo u kojem se pojedinci slobodno sastaju na tržištu kako bi kupovali i prodavali proizvode, uključujući rad, s tim da je ovo slobodna razmjena. Tržišta garantuju da ponuda i potražnja određuju cijene, vrijednost njihovih proizvoda. Kada je riječ o poslovnim organizacijama, one nastaju kako bi poslužile tržišnoj potražnji proizvoda, a nagrada za uspješno poslovanje je profit. Ono što je bitno je da nadmetanje za profit u poslovnim organizacijama osigurava stvaranje novih proizvoda koje ljudi stvarno žele, što potiče tehnološku inovaciju, pa se u skladu s tim povećavaju i standardi života. R. McChesney (2013) smatra da je nemoguće zamisliti demokratsko društvo s političkim slobodama, a da nema kapitalističku ekonomiju, upravo to sprečava širenje demokratije. Kapitalizam je taj koji doprinosi promovisanju nejednakosti, monopola, hiperkomercijalizacije, sve ovo negativno utječe na političku demokratiju. Kapitalisti žele maksimalan povrat uloženog, a što manji rizik od mogućeg gubitka uloženog, i uvijek teže ka profitu. Ništa ne ukazuje na to da će ovi faktori nestati u digitalnom dobu. Firme unajmljuju radnike sve dok njihovi prihodi budu veći od njihovih troškova. *„To je razlog zašto je u kapitalizmu uvijek borba da se osnuju radnički sindikati kako bi radnici mogli biti utjecajni u svojem zahtjevu da dobiju veći dio kolača. Isto tako, upravo je to razlog zašto se većina kapitalista ne samo opire sindikatima, nego se služe i svojim političkim utjecajem kako bi*

⁵⁸ *Narančasta revolucija, dostupno na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Naran%C4%8Dasta_revolucija (pristupljeno 04. 12. 2020)*

⁵⁹ *McChesney, W. R., Digitalna isključenost, Zagreb: Multimedijalni institut (2013), str. 73.*

podržali političare i zakone koji će otežati organiziranje sindikata ili ih potpuno onemogućiti.“⁶⁰ Industrije vezane za internet su svoja proizvodna mjesta premjestile u inozemstvo, u Kinu, jer je tamo jeftinija radna snaga. Godine 2012. *Apple* je bio najveća američka korporacija u pogledu tržišne vrijednosti, ali u zemlji poput SAD-a je bilo zaposleno oko šezdeset hiljada ljudi. „Opsežna reportaža *New York Timesa* iz 2012. godine o uvjetima rada u tvornicama koje proizvode *Appleove* proizvode u Kini opisuje uvjete naspram kojih oni iz *Dickensonovog* doba izgledaju kao radnički raj: sedmodnevni radna sedmica, pretjerani prekovremeni rad, pretrpane spavaonice, opasni radni uvjeti, nedostatak pravih sindikata ili zaštite, te djelić plaće koju bi radnik na Zapadu očekivao za isti taj rad.“⁶¹ Kompanija *Apple* ipak se pokušala odbraniti izgovorom da tako rade svi njihovi konkurenti, pa stoga niko ne može priuštiti da napusti Kinu. Velike firme imaju prednosti ekonomije nad manjim firmama, tako da su one u vodstvu. Šansa kapitalista za uspjeh se znatno povećava ako ima manje konkurencije. „Klasa i nejednakost dio su genetskog koda“ kapitalizma, ističe autor, uz tvrdnju da sistem ostvarivanja profita u kapitalizmu počiva na tome da se rad radničke klase plati što manje, bogatim vlasnicima se to omogućava zbog „snažnog uticaja biznisa na Vašington“, taj uticaj i lobiranje omogućavaju i monopolističku konkurenciju ili oligopol na tržištu. Oglašavanje ima vrlo važnu ulogu u ovakvom sistemu, a moderno ubjeđivačko reklamiranje, prema autoru, jeste funkcija manje konkurentnih tržišta, gdje „šaćica kompanije dominira proizvodnjom ili prodajom“. Sve to dovodi do slabljenja demokratije, apatije i apolitičnosti građana.“⁶² Bilo bi idealno izaći na tržište s proizvodom koji samo vi nudite i za kojim postoji potražnja, s tim da sami određujete cijenu, a ne neko drugi.

Ovako su se gradila velika bogatstva na osnovu monopola. „Monopol je situacija kada postoji samo jedan davatelj određene vrste proizvoda ili usluga, to jest situacija kada nema tržišne konkurencije. Odlično za vlasnika monopola, ali loše za kupce proizvoda ili usluga.“⁶³ Internet zapravo donosi zlatno doba konkurentskog kapitalizma, internet je taj koji može poticati monopol (tržišna situacija gdje postoji samo jedan davatelj usluga odnosno, gdje nema konkurencije) i oligopol (tržište gdje nekoliko proizvođača konkuruje proizvodeći ista ili slična dobra).

⁶⁰ *Ibid.* str. 53.

⁶¹ *Duhigg, C., i Barboza, D., „In China, the Human Costs That Are Built into an iPad“, New York Times, 26. siječanj 2012, str. A1, B10*

⁶² *Obradović, N., Digitalna isključenost, Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet (2015), str. 129.*

⁶³ *Čuljak, T. (2020) Svi naši monopoli, dostupno na: <https://novenews.net/hr/drustvo/svi-nasi-monopoli-1260> (pristupljeno 03. 12. 2020)*

McChesney (2013) internet vidi kao sredstvo za podizanje demokratije tek onda kada se suoči s postojećim kapitalizmom, hiperkomercijalizacijom, nejednakosti, korupcijom i depolitizacijom. Smatra kako bi politička ekonomija pomogla u razumijevanju interneta.

5.4. Politička ekonomija u službi razumijevanja interneta

Politička ekonomija komunikacije (PEK) u problematiku, uz kapitalizam i demokratiju, uvodi i komunikaciju. „*Ona sagledava medije i komunikacijske sisteme analizirajući kako oni utječu na političku i društvenu moć u društvu te jesu li oni, ukupno gledano, sile za ili protiv demokratije i stvarnog demokratskog samoupravljanja.*“⁶⁴ Problem medija postoji u svim društvima, u autoritativnim i totalitarnim režimima ovaj problem su rješavali oni koji su na vlasti, s jasnim ciljem stvaranja medijskog sistema koji podupire njihovu dominaciju nad nacijom i minimizira mogućnost stvaranja opozicije, tvrdi McChesney (2013). Kontrola nad medijima i društvom je očigledna. Ovakva situacija je ista u formalnim demokratskim društvima između onih koji su na vlasti i onih koji nisu. Mediji se nalaze u središtu borbe za moć i kontrolu u svakom društvu, ovakav slučaj je češći u demokratskim zemljama. Politička ekonomija komunikacije okrenula se ka rješavanju problema medija na način koji proizvodi najpoticajniji medijski sistem po demokratske vrijednosti. „*Pod medijskim sistemom podrazumijevamo skup organizovanih oblika masovnog komuniciranja, institucija i djelatnosti, kojima se obezbjeđuje slobodan protok informacija i zadovoljavaju komunikacione potrebe građana.*“⁶⁵ Velški naučnik Raymond Williams je prvi koji je pokrenuo raspravu o formiranju medijskih sistema, a sve u svrhu pravednijeg, demokratičnijeg i humanijeg društva. On je dokazivao da je stvaranje neprofitnih medijskih struktura nužan dio moderne demokratije. Najutjecajniji koncept političke ekonomije komunikacije je pojam javne sfere koji potiče od njemačkog naučnika Jürgena Habermasa koji je smatrao da je bitan faktor u demokratskim revolucijama modernog doba javna sfera, odnosno zajedničko dobro na kojem su se građani mogli sastajati i raspravljati o politici bez nadzora vlasti. McChesney (2013) smatra da su mediji preuzeli ulogu javne sfere u SAD-u, a logika javne sfere, kako on kaže, jest naglašavanje medijskog sistema koji je nezavisan od države i dominantnih korporativnih medija.

⁶⁴ McChesney, W. R., *Digitalna isključenost*, Zagreb: Multimedijalni institut (2013), str. 92.

⁶⁵ *Medijski sistem*, dostupno na: https://sh.wikipedia.org/wiki/Medijski_sistem (pristupljeno 05. 12. 2020)

S pojavom novih tehnologija, pojavljuju se i novi mediji. McChesney (2013) naglašava kako komunikacijska tehnologija ima značajnu ulogu u političkoj ekonomiji komunikacije. „*Politička ekonomija komunikacije ne bavi se samo strukturom analize komunikacijskih sistema, raspravom o javnim politikama, već i analizom kako komunikacija definira društveni život i oblikuje ljudski razvitak. Komunikacija utiče na političku ekonomiju isto onoliko koliko i politička ekonomija utiče na komunikaciju.*“⁶⁶ Ovo je ono što nam treba da bismo se pozabavili internetom i digitalnom revolucijom. McChesney (2013) spominje kanadskog autora Harloda Inssisa. On je bio politički ekonomista koji je dokazivao da su oblici komunikacije i komunikacijske tehnologije bili od važnosti za razumijevanje ljudskog razvitka, ali bio je i oštar kritičar korporativnih medija i medijske komercijalizacije.

Tehnologije su posmatrane kako najrazornije osnažuju i potiču komercijalni imperativ. Neki autori kritikuju utjecaj interneta koji je povezan s usamljenosti, naglim rastom tržišta, otuđenosti i nezadovoljstvom koje je, također, povezano s naglim rastom tržišta. U konačnici, rasprava o digitalnoj revoluciji svodi se na to da tehnologija ne samo da revolucionira društvo nego možda mijenja samu narav ljudskih bića. McChesney (2013) kaže da nije pitanje je li utjecaj interneta nadmašio utjecaj telegrafa, telefona ili radija, nego postoji mnogo važnije pitanje koje glasi: „Hoće li digitalna revolucija dostići status četvrte velike komunikacijske transformacije u ljudskoj historiji?“ Prva velika transformacija bila je nastanak govora i jezika. Svi znamo da je usvajanje jezika pomoglo u razvoju ljudskih mozgova i doprinijelo razvoju naprednijih alata. Druga velika transformacija odnosila se na pojavu pisma. Počeci pismovnih sistema datiraju već od četvrtog stoljeća prije Krista, u civilizacijama Mezopotamije. Pismo su na neki način izgradila rastuća carstva zbog viška koje je stvarala poljoprivreda. Zaista, carstva koja su imala pismo, imala su i prednost u odnosu na nepismena društva. Treća velika komunikacijska transformacija bila je štamparska mašina. Kako kaže McChesney (2013), teško je zamisliti političku demokratiju, znanstvenu revoluciju, ili veliki dio industrijske ekonomije bez štamparske mašine i masovne pismenosti. Četvrta velika komunikacijska transformacija za koju neki autori tvrde da je najmoćnije što se pojavilo poslije knjige je internet. Najutjecajniji koncept kojima se vodila politička ekonomija je javna sfera.

⁶⁶ McChesney W.R., *Digitalna isključenost*, Zagreb: Multimedijalni institut (2013), str. 97-98.

5.5. Pojam javne sfere

J. Habermas je razvio pojam javne sfere i definisao je „kao virtuelnu ili imaginarnu zajednicu koja ne postoji nužno u jasno omeđenom fizičkom prostoru“⁶⁷. Javna sfera u svojoj najboljoj formi je sačinjena od privatnih lica okupljenih kao javnost, koja formulišu potrebe društva. „Kroz okupljanje i dijalog javna sfera generiše mišljenja i stavove koji afirmišu ili izazivaju, a stoga i utiču na oblikovanje političke moći, upravljanje državom i kreiranje praktičnih politika.“⁶⁸ „Javna sfera je zamišljena kao područje u kojem građani međusobno komuniciraju, propitujući način upravljanja društvom.“⁶⁹ Ona nije određen prostor, nije kafana, salon ili pijaca, ona predstavlja apstraktni forum za dijalog.

Habermas je pratio razvoj javne sfere od 17. i 18. stoljeća kroz pojavu kafea, literarnih i drugih udruženja. Kroz javnu sferu dat je glas onim dijelovima društva koji do tada nisu bili uključeni u pitanja upravljanja. Smatra da je pojava javne sfere kao zajedničko dobro na kojem su se građani mogli sastajati i raspravljati o politici kao ravnopravni i slobodni ljudi, bez vlade i njenog nadziranja i uplitanja. Uspjeh javne sfere, prema Habermasu, u tome je da su svi učesnici jednaki u komunikaciji, a komunikacija se vrednuje na osnovu iznesenih argumenata. Habermas je naglasio i deformaciju javne sfere kroz napredak društvenog blagostanja, porast kulturne industrije i evoluciju velikih privatnih interesa i njihov utjecaj na masovne medije. Velike novinske korporacije, okrenute profitu, preokrenule su štampu u agenta manipulacije. „Oni su postali kapija kroz koju privilegovani privatni interesi ulaze u javnu sferu.“⁷⁰ Naglašava bitnu ulogu medija u javnoj sferi, istakao je značaj pojave štampe i novina, ali je i naglasio mogućnost manipulacije javnosti putem masovnih medija.

⁶⁷ Sitarski, M., Radović, N., Antonijević, S., Petković, D., *Internet i javna sfera u Srbiji*, Beograd: Beogradska otvorena škola (2007), str. 9.

⁶⁸ Sitarski, M., Radović, N., Antonijević, S., Petković, D., *Internet i javna sfera u Srbiji*, Beograd: Beogradska otvorena škola (2007), str. 10.

⁶⁹ Bilić, P., Švob-Đokić, N., Balabanić, I., *Mreže javne komunikacije u Hrvatskoj: Medijalizacija javne sfere i izazovi novih medija (NETCOMM) (2014) str. 8-9, dostupno na: <https://www.irmo.hr/wp-content/uploads/2014/12/D1.pdf> (pristupljeno 07. 12. 2020)*

⁷⁰ Habermas citiran po: Soules, M. (2001) *Jürgen Habermas and the Public Sphere*. Preuzeto sa: <http://www.mala.bc.ca/~soules/media301/habermas.Htm>

5.6. Internet i demokratska javna sfera

Kada govorimo o ulozi tradicionalnih medija kao što su radio, televizija i novine, u modernoj demokratiji je sporna i sa sobom povlači veliki broj pitanja. Tradicionalni mediji su na neki način doprinijeli oživljavanju javne sfere i razvoju demokratije, odnosno omogućili su pristup informacijama i njihovu podjelu. Tradicionalni mediji mogu doprinijeti razvoju demokratije, i to ako prihvate da zastupaju različite javne sfere i da omoguće različitim društvenim grupama da izražavaju svoje stavove. Čini se da masovni medij nisu iskorišteni i da njihova uloga animatora nije ostvarena do kraja, njihova osobna uloga je emitovanje i distribucija informacija. Odnosno, u pitanju je jednosmjerna komunikacija od medija ka javnosti (publici). Tradicionalni medij kao što je televizija, promijenio je prirodu javnog diskursa, i ona je ključna za postavljanje određene teme u javni diskurs. Ono što je bitno napomenuti je da se debatama i događajima manipuliše tako što je sam odabir teme bio vođen gledanošću i komercijalnim interesima. Neki smatraju da se zbog jednosmjernosti komunikacije televizija ne može nazvati komunikacijskim medijem, odnosno ovaj pojam se ne može koristiti za televiziju, ističući kako ona ne podržava i ne animira komunikaciju, nego je svodi na direktan odgovor, a uključenost gledalaca, publike, u komunikacijski proces je minimalna.

Internet, kao i tradicionalni medij, ima mogućnost da oživi javnu sferu i doprinese razvoju demokratskih procesa i diskusija. Novi mediji okarakterisani su kao demokratski, internet omogućava dvosmjernan tok komuniciranja, dok to s tradicionalnim, jednosmjernim tokom nije bio slučaj. Što znači da publika može učestvovati u kreiranju medijskog sadržaja. Internet pruža ogromne mogućnosti za oživljavanje javne sfere, smatra Alinta Tornton. *„Kao vrlo obećavajuće navela je sljedeće: mogućnost za manje interesne grupe da se povežu i komuniciraju; mogućnost da individua ili manja grupa sa nevelikim resursima iznese svoje mišljenje većoj grupi ljudi – relativno lak uvid u različita mišljenja; dugovječnost materijala na internetu koji pružaju značajne informacije i relativno lak uvid u njih; interaktivnost; formiranje onlajn zajednica.“*⁷¹ Ono što internet izdvaja od tradicionalnih medija, naprimjer televizije, jeste da *„televizija emituje svoje poruke pasivnoj publici, dok internet omogućava interakciju, i u direktnoj je zavisnosti od*

⁷¹ Tornton, A. (2002). *Does Internet Create Democracy*. Preuzeto od B. Vitković, *Medijski diverzitet i demarkacija publike: Internet i razvoj demokratske javne sfere, Doktorska disertacija, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu (2010), str. 91.*

korisnika.“⁷² Internet posjeduje dvije važne osobine. Prva se odnosi na decentralizaciju na nivou strukture i organizacije, a druga na interaktivnost. Internet je, prije svega, decentralizovan komunikacijski sistem, a po svojoj strukturi najsličniji je telefonu. „*Svako ko je umrežen može da zove, prima i šalje poruke velikom broju primalaca u realnom vremenu ili sa zakašnjenjem. Ovim je omogućeno da korisnici ne budu samo konzumenti informacija nego i aktivni učesnici u njihovoj produkciji.*“⁷³

Putem interneta aktivističke grupe promovišu demokratiju, diskutuju o bitnim temama, iznose svoja mišljenja, istražuju mogućnosti koje internet pruža za uključivanje građana i promovišu vladine politike. Tako da građanin može da komentariše stavove drugih, kao i da učestvuje u debatama, bilo da je to između samih građana i predstavnika vlasti.

Internet i informacijske tehnologije svojom pojavom utječu snažno na sistem vlasti, zato što su za provođenje politike potrebna praktična sredstva i nešto što bi olakšalo s obzirom na to da građani sve manje učestvuju u političkim dešavanjima, tako da tehnologije za umrežavanje, interaktivnost, postaju važno sredstvo za poticanje građana da učestvuju u javnom životu i stvaranju aktivnog i snažnijeg građanskog života. Iako je mreža kao što je internet doprinijela brzom i jeftinom pristupu velikom broj informacija, to ne znači da će građani biti više ili bolje informisani ili biti voljni da učestvuju u političkoj raspravi. Neki autori smatraju da je demokratski potencijal virtualnih zajednica internet-korisnika da učvršćuju demokratsko društvo i javnu sferu preuveličan, jer virtuelna zajednica ima neku katarzičnu ulogu, dopuštajući da javnost bude uključena, ali ne i da učestvuje u donošenju odluka. Dok drugi smatraju da „*demokratska javna sfera i demokratski sistem ipak ne mogu da postoje samo na internetu, a osobe koje sačinjavaju javnu sferu na internetu nisu isključene iz njihovog realnog socio-političkog okruženja. Rezultati procesa dijaloga i odluke koje su donesene u onlajn debatama jedne tematske/interesne javne sfere ili virtuelne zajednice moraju da znače nešto za određenu grupu ljudi i da imaju uticaj na realno okruženje. U suprotnom, one nemaju smisla. Bitna je i fizička interakcija i pitanje je da li su*

⁷² Vitković, B., *Medijski diverzitet i demarkacija publike: Internet i razvoj demokratske javne sfere, Doktorska disertacija, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu (2010), str. 91.*

⁷³ Sitarski, M., Radović, N., Antonijević, S., Petković, D., *Internet i javna sfera u Srbiji, Beograd: Beogradska otvorena škola (2007), str. 17.*

*zajednice ili diskusije koje postoje na internetu ekvivalentne onima koje se odvijaju u fizičkom prostoru.*⁷⁴

S druge strane, M. Poster (2004) kaže kako bismo skroz trebali isključiti Habermasov pojam javne sfere kada je riječ o internetu. Razlog za to je što internet, osim što je novi medij komunikacije, omogućava izgradnju društvenih virtuelnih zajednica i gradnju identiteta. Poster ističe „*da gubitkom prostora poput trgova gubi se interakcija oči u oči, stoga trenutni fokus treba biti usmjeren na nove oblike elektronički posredovanih diskursa, a tom teorijom se suprotstavlja teoretičarima koji se vraćaju modernističkim tezama i ne primjećuju da internet donosi nove temelje za analizu društvenih prostora i komunikacije*“⁷⁵.

Ono što je nesporno je da se internet ne može obilježiti kao nedijaloški prostor. Naprotiv, internet služi za povezivanje više različitih oblika komunikacijskih odnosa, čuvanje i razmjenu informacija. U idućem dijelu bit će riječi o forumima putem kojih pojedinci mogu diskutovati, razmjenjivati svoja mišljenja i stavove, a tako se oblikuju nove, specifične interesne skupine koje privlače nove članove i ljude koje imaju isto mišljenje. „*S pojavom novih „dijaloških prostora” promijenio se značaj javnoga prostora. Jednako se tako pojačala i dinamičnost javnih djelovanja. Nastajuća javna scena tako je postala alternativni prostor u kojemu se javno izražavaju mišljenja, što predstavlja dodatni izazov za promišljanje javne sfere.*“⁷⁶

„*Digitalizacija potiče medijsku konvergenciju, koncentraciju medijskog vlasništva na globalnoj i lokalnim razinama i značajno utječe na sve oblike medijske proizvodnje. U tom se kontekstu otvaraju nova pitanja demokratizacije i demokratskog funkcioniranja društava, preispituju se institucionalni oblici društvene organizacije i koncept javne sfere koja supstituira javnost.*“⁷⁷

Splichal smatra kako masovni mediji postaju preduvjet za postojanje javne sfere, zato što predstavljaju prostor u kojem se slobodno suočavaju razni interesi i ideje. Jedni smatraju da će digitalizacija donijeti mnogo promjene u društvenom i političkom pogledu, a mogla bi doprinijeti

⁷⁴ Sitarski, M., Radović, N., Antonijević, S., Petković, D., *Internet i javna sfera u Srbiji*, Beograd: Beogradska otvorena škola (2007), str. 10, str. 18-19.

⁷⁵ Poster, M., *Kiberdemokracija, Etnografije Interneta*, Institut za etnologiju i folkloristiku (Biblioteka Nova etnografija) i Ibis grafika, Zagreb (2004). Preuzeto - rad A. Tintor, *Moć umreženog društva - Manuel Castells i važnost umreženog društva današnjice*, Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci (2016)

⁷⁶ Oblak, T., *Internet kao medij i normalizacija kibernetičkog prostora*, Fakultet za društvene vede, Univerzitet u Ljubljani, Slovenija (2002), str. 65, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/23357> (pristupljeno 06. 06. 2020)

⁷⁷ Splichal, S. *Masovni mediji između javnosti i javne sfere*, Izvorni znanstveni rad, Univerzitet u Ljubljani (2014), str. 23, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/126387> (pristupljeno 06. 12. 2020)

i poboljšanju demokratije, dok drugi smatraju da je transformacija javne sfere prouzrokovana procesom digitalizacije, što predstavlja razlog za zabrinutost zbog utjecaja na demokratiju.

5.7. Informacijsko-komunikacijske tehnologije i razvoj e-demokratije

„Efekti internet i nove informaciono-komunikacione tehnologije stvaraju infrastrukturu za razvoj e-demokratije i doprinose u prilagođavanju javnih servisa i potreba građana. Elektronička demokratija ili e-demokratija znači upotrebu novih „informatičko-komunikacijskih tehnologija (ICT) u jačanju demokratije, demokratskih institucija i demokratskih procesa.“⁷⁸ Jedan od primjera kako se putem interneta značajno utječe na stvaranje i izvršavanje politike je primjer kampanje u Francuskoj protiv usvajanja Ustava Evropske unije, kada je putem interneta omogućena javna diskusija iako su masovni mediji promovisali usvajanje ustava. Većinom su političari i političke stranke shvatili kako bi se sva politička komunikacija koja se odvijala putem tradicionalnih medija, mogla odvijati putem interneta, jer njegovi alati omogućavaju da dođu do glasačkog tijela kojem ranije nisu imali efikasnog pristupa. Ono što je bitno napomenuti je da ako je demokratija slobodan izbor, onda informatičko-komunikacijske tehnologije doprinose ostvarenju slobode izbora, odnosno tehnologija omogućava komunikaciju između građana i izabраниh predstavnika na mnogo kvalitetniji način nego što je to bilo bez interneta. Ono što se najčešće koristi, a bitno mijenja i poboljšava okruženje u kojem se odvijaju demokratski procesi, realizuje se e-demokratija, smatra autorica B. Vitković, jesu e-mail ili elektronska pošta, danas najpoznatiji alat kojim se služi većina, blog kao platforma koja služi za iznošenje tekstova s vlastitim stavovima i mišljenjima, ideje i slično, chat koji omogućuje ograničenom broju korisnika da razmjenjuju informacije, zatim YouTube putem kojeg se omogućuje razmjena videomaterijala i fotografija, online forumi za diskusiju, razmjenu mišljenja, debatu, a veoma je korišten i koristan za e-demokratiju zato što omogućava direktno učešće građana kao aktera demokratskih procesa. Građani mogu učestvovati, odnosno online diskutovati o predsjedničkim kandidatima i njihovim politikama prije nego što izađu na izbore.

„Internet naravno nije idealno rješenje za probleme demokratske rasprave i odlučivanja. Ipak, njegova bitna osobina jeste da omogućuje velikom broju (kompjuterski pismenih) građana ne

⁷⁸ Vitković, B., *Medijski diverzitet i demarkacija publike: Internet i razvoj demokratske javne sfere, Doktorska disertacija, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu (2010), str. 92.*

samo da jednostavno dođu do informacija iz različitih izvora, da ih uporede i vrednuju, već i da ostvare povratni uticaj u komunikaciji, odnosno da se uključe u polemiku. Problem je u tome što je internet decentralizovan, pa nema povlašćenih mjesta za raspravu.⁷⁹ Ono što je nesporno jest da je postepeno digitalni aktivizam transformisao politički prostor.

„Digitalna demokratija predstavlja krunu civilizacijskog truda za bolje društvo, može se shvatiti kao elektronska razmjena vrijednosti u demokratskom procesu.“⁸⁰ Bitno je napomenuti da neki gradovi, državne institucije imaju svoju internetsku prezentaciju. Naprimjer, gradska uprava nekog mjesta ima svoju internetsku prezentaciju, gdje može informisati građane o najnovijim događajima u gradu, problemima i slično. Na osnovu ovoga građani mogu iznijeti svoj stav, mišljenje, kritiku u vezi s nekom odlukom gradske uprave. Za primjer autorica Vitković navodi SAD, kao pionira ove inicijative. Država Virdžinija je pokrenula internetsku stranicu na kojoj građani mogu diskutovati o raznim problemima ove države, a državni službenici su ti koji se trude da motivišu građane da se uključe u uzajamnu komunikaciju.

U društvima u kojima vladaju stabilni ekonomski i politički odnosi, društvo jednostavno nije zainteresovano za učešće u demokratskim procesima, neki od razloga mogu biti da građani misle da malo mogu utjecati na proces upravljanja državom, ili nezainteresovanost ili možda žele promjene. Za direktno učešće građana u demokratskim procesima iskorištene su mogućnosti informacijsko-komunikacijske tehnologije koje će pružati građanima informisanje i uključivanje u demokratske procese, što ranije nije bilo moguće s klasičnim komunikacijskim kanalima i metodama rada.

Nesporno je da internet uklanja sve prepreke udruživanja i na neki način pruža korisnicima moć, i daje je onima koji ranije nisu bili moćni. Kada se članovi nekih grupa udruže, mogu postati snaga u političkom svijetu. Činjenica je da na otvorenoj mreži svako može prezentovati informacije koje su istinite ili dezinformacije. Informacijsko-komunikacijska tehnologija može biti korisna u demokratskom procesu, ali ima i nedostatke. Šta s populacijom koja ne posjeduje internet i računar? Ovo je početni problem s kojima se susreće direktna digitalna demokratija (oblik vladavine gdje svi ljudi zajedno odlučuju o svim stvarima od javnog značaja). Tehnologija nudi

⁷⁹ www.digitalnapismenost.net, pristupljeno (15.12.2020)

⁸⁰ Mitrović, V., Mitrović, I., *Informacione-komunikacione tehnologije i uspostavljanje digitalne demokratije, Univerzitet u Prištini sa privremenim sedištem u Kosovskoj Mitrovici, Ekonomski fakultet (2014), str. 158, dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=2217-75581405157M> pristupljeno (02. 06. 2020)*

mnogo i internet ima potencijal da mijenja obrasce komunikacije između individua širom svijeta. Neke od prednosti direktne demokratije su to što se kroz potrebu informacijsko-komunikacijskih tehnologija lično uključuje u demokratske procese, zatim aktivnije učešće i podrška, lična zastupanja koju građani smatraju važnim za demokratske oblike zajednice, otvorena i interaktivna mogućnost komunikacije. Povezani i umreženi građani mogu lakše komunicirati s vladinim službenicima, a internet je medij putem kojeg se informacije prenose precizno i istog trenutka. Pa zbog toga je potrebno da imaju jednake mogućnosti pristupa, da znaju rukovati informacijsko-komunikacijskim tehnologijama. „*Samo kvalitetno usmeravanje razvoja i funkcionisanja informaciono-komunikacione infrastrukture, informatičkog obrazovanja građana i procesa jednakosti, može obezbediti budućnost digitalnoj demokratiji. Jer, samo ako jedan broj interesnih grupa ima privilegiju da predstavlja demokratiju, tada to nije ništa drugo do nejednakost i prema tome suprotnost demokratiji.*“⁸¹

5.8. Internet i kapitalizam

Ono što je bilo sumnjivo je to da historičari interneta priznaju da je pripadao javnom sektoru i da je bio usko povezan s vojskom te da su univerzitetski studenti ti koji su dizajnirali arhitekturu interneta, a sve u cilju da stvore otvoreno komunikacijsko okruženje. Internet na početku nije imao svoga vlasnika, nego je zavisio od agencije za telekomunikacije. Prvenstveno je bio nekomercijalna zajednica studenata i, na kraju, globalna mreža svih građana. Trebao je postati javno dobro. Uspon World Wide Weba bio je 1993-1995, to je i bio jedan važan faktor, ali i presudna odluka američke vlade da privatizira svoj dio internetske magistrale. McChesney (2013) kaže da su demokrati i republikanci plaćenici tvrtki i sektora koji izvlače korist od širenja komercijalizacije interneta. Njihov cilj je bio da pretvore internet u sveprisutnu snagu, u što kraćem roku. Sve će se prebrzo odvijati, ili ćete postati dio e-društva ili ne, učestvovanje će biti skoro obavezno. „*Otpor je uzaludan, jedino što možemo jest prilagoditi se ili biti zgaženi pod kotačima povijesti. Internet se tada čini posebno opasnom tehnologijom koja instrumentalizira čovjeka.*“⁸² Internet se jednako koristi u autoritativnim režimima, čak i demokratskim režimima (špijuniranje,

⁸¹ Mitrović, V., Mitrović, I., *Informacione-komunikacione tehnologije i uspostavljanje digitalne demokratije, Univerzitet u Prištini sa privremenim sedištem u Kosovskoj Mitrovici, Ekonomski fakultet (2014), str. 168.*

⁸² Peović, V. K., *Medij i kultura: ideologija medija nakon decentralizacije, Zagreb: Nakladnik: Jesenski i Turk (2012), str. 2.*

kontrola itd). Naprimjer, u Kini će do 2020. godine korištenje interneta postati obavezno za svakog Kineza, i svako korištenje interneta pratit će država.

McChesney (2013) navodi da se počeci interneta temelje na dvije važne lekcije. Prva se odnosi na to da temeljna istraživanja koja se bave internetom jesu javno dobro, a kompanije iz privatnih sektora imaju malo motiva da ih provode. Druga se odnosi na centralnu uloga vojnih ulaganja u početnim finansiranjima tehnologija SAD-a. Internet je bio ne samo nekomercijalan nego antikomercijalan, mnogi su ga vidjeli kao vjesnika egalitarizma i saradnje, a ne kao nadmetanje i profit. Autor govori o tome kako je kapitalizam zavladao internetom tokom 90-ih godina, ali pod kapitalizmom je mislio na postojeći kapitalizam velikih korporacija, monopolnih tržišta, oglašavanje, odnose s javnošću i bliske kolegijalne odnose, često korumpirane odnose s vlašću i vojskom. Važno pitanje za sve nove gigante bilo je odakle dolazi novac kako bi ovo tržište postalo održivo? Oglašavanje. Upravo će McChesney (2013) analizirati internet koji je pretvoren u oglašivački medij, i šta će to značiti za medije, pogotovo tradicionalne liberalne i demokratske vrijednosti. Kada je internet pao u ruke kapitalista, kako bi zaradili ogromne svote novca, dolazi do važnih pitanja, poput onoga koja je aplikacija ubojita?

Kompjuterski profesionalci i studenti su činili internetsku zajednicu, a ono što je naljutilo internetsku zajednicu je oglašavanje i komercijalizam. Prije 90-ih godina Mreža Nacionalne znanstvene fondacije (NSFNet) jasno je ograničila mrežu na nekomercijalne upotrebe. Prva komercijalna e-mail poruka, koja je privukla popriličnu pažnju, poslana je u aprilu 1994. godine na sve grupe u ogromnom sistemu Useneta. „*Mnogi korisnici Useneta su tog pošiljatelja e-maila, zatrpali porukama tog oglašivača i rekli da se ponuda ukloni i da takvo ponašanje nije dozvoljeno. Takvo unutarne zavodjenje reda od strane internetskih korisnika zasnivalo se na pretpostavci da se komercijalizam i poštena, demokratska javna sfera međusobno isključuju.*“⁸³ Masovni mediji su općenito bili zasićeni oglašavanjem, a internet je trebao biti mjesto gdje su građani mogli pobjeći od reklamnih ponuda. Marketinški stručnjaci su se na neki način pribojavali da će njihova želja da se služe internetom biti neispunjena od kibernetičke zajednice, akademika i intelektualaca koji su komercijalni internet smatrali reklamnim paklom. Od interneta se očekivalo da će oglašavanje učiniti zastarjelim i nevažnim, od toga je strahovala marketinška industrija.

⁸³ McChesney, W. R., *Digitalna isključenost, Zagreb: Multimedijalni (2013), str. 134.*

Kako se internet postepeno razvijao tako je i privlačio komercijalne interese, a cilj je bio kapitalizirati na njemu. McChesney (2013) navodi prvo okršaj koji se dogodio s e-mailom, koji je osmislio jedan haker koji se poslužio protokolom za prijenos dokumenata. Uz podršku ARPAneta e-mail je nadmašio sve oblike dijeljenja. To je bila prva ubojita aplikacija. „*Godine 1982. Cerf je napustio državnu službu i prešao u telekomunikacijsku kompaniju MCI, gdje je osmislio prvi komercijalni sistem e-maila. Kada je MCI-jev sistem e-maila bio formalno priključen internetu 1989. godine, rodio se komercijalni internet.*“⁸⁴ Druga komercijalna primjena interneta tiče se online računalnih servisa - zatvorenih mreža poput American Online i drugih, u kojima su ponuđači kontrolisali sadržaje. Ono što je bitno napomenuti je da su ove kompanije ostvarile kratki uspjeh, a glavni razlog za to jeste World Wide Web koji 90-ih godina nudi beskonačnu količinu materijala, više nego što su neke kompanije nudile za naknadu. Tim Berners-Lee, 1990. godine, kada je kreirao World Wide Web, rekao je kako je nezamislivo patentirati ga i uzimati novčanu naknadu za korištenje. McChesney (2013) kaže da je poenta interneta bila dijeljenje za opće dobro, ali to se ubrzo mijenja jer je 90-ih godina tržište bujalo, a i patenti.

„*Tijekom 1990-ih godina internet se od javne usluge pretvorio u zaseban, čak vodeći kapitalistički sektor. Internet je formalno privatiziran 1994./1995. godine, kada je NSFNet prepustio magistralne veze interneta privatnom sektoru.*“⁸⁵ Kao jedan od glavnih razloga ove transformacije, McChesney (2013) „*apostrofiraju Zakon o telekomunikacijama iz 1996. godine, kroz koji je omogućena deregulacija interneta, a za koju su lobirali veliki konglomerati. Rezultat toga bilo je ukidanje ili drastično obezvrjeđivanje ideje da bi država trebalo da djeluje u cilju javnog interesa. Ono što je bio cilj državne regulacije, pomaganje kompanijama da dostignu što veći profit, to je postao novi javni interes, a deregulacija u komunikacijama označavala je ponovnu regulaciju radi služenja velikim korporacijama, tvrdi McChesney. Korporativni medijski sektor, prema tvrdnji McChesneya, činio je sve što je u njegovoj moći da ograniči otvorenost i egalitarizam interneta.*“⁸⁶

McChesney nudi mnogo primjera koji pokazuju sve veći rast digitalnih giganta koji su gospodari interneta i našeg društvenog života. Od deset kompanija, autor navodi četiri najuspješnije kompanije u SAD-u u 2012. godini, to su *Apple, Microsoft, Google* i *AT&T*. Iznosi podatke kako

⁸⁴ Nowak, *Sex, Bombs and Burgers*, str. 206. Preuzeto iz knjige McChesney, W. R., *Digitalna isključenost*, Zagreb: *Multimedijalni* (2013)

⁸⁵ McChesney, W. R., *Digitalna isključenost*, Zagreb: *Multimedijalni* (2013), str. 136.

⁸⁶ Obradović, N., *Digitalna isključenost*, Univerzitet u Nišu, *Filozofski fakultet* (2015), str 130-131.

Google drži 70 posto tržišta internetskog pretraživanja. Uskoro bi mogao dosegnuti tržišni udio koji je *Standard Oil* Johna D. Rockefellera imao na vrhuncu svoje moći. Google već ima 97 posto rastućeg tržišta mobilnog pretraživanja. *Microsoftov* operativni sistem *Windows* i dalje se upotrebljava na više od 90 posto svih kompjutera. „Procjenjuje se da preko *iTunesa* *Apple* kontrolira 87 posto tržišnog udjela u skidanju digitalne glazbe i 70 posto tržišta softvera za reprodukciju video-materijala, *iPad* dominira na rastućem tržištu tableta.“⁸⁷

„*Amazon* drži između 70 i 80 posto ukupne internetske prodaje kako fizičkih knjiga tako i e-knjiga.“⁸⁸ „S tim da *eBay* i *Facebook*, zajedno sa šačicom drugih giganata, uživaju u monopolističkoj moći.“⁸⁹

Monopolističke kompanije koje su kapitalizirale na digitalnoj revoluciji, dostigle su svjetske historijske razmjere, tvrdi *McChesney* (2013). Internet kao društveni medij i informacijski sistem je poligon šačici ogromnih kompanija, a svaka od tih kompanija usmjerena je na posjedovanje monopolne osnove, kako bi zgrnule hrpe novca. Uspjeh ovih kompanija zasniva se na osiguravanju monopola nad patentima, ali i lobiranju u Vašingtonu i u međunarodnim okvirima. „*Monopol* je neprijatelj konkurencije, a konkurencija je ono što sistem održava poštenim. Upravo je monopolistička moć ono što *Facebooku* omogućuje da zanemari zabrinutost svojih korisnika zbog privatnosti. Na nekom konkurentnom tržištu potrošači bi se mogli prebaciti na neki društveni medij koji je naklonjeniji zaštiti privatnosti.“⁹⁰ Neki smatraju da će nova tehnologija srušiti zidove oko monopolističkog tržišta, ali koliko je to sigurno s obzirom na velike razmjere i političku moć gigantskih kompanija. Možda će promjene nekada doći, ali bez političke intervencije, ovi gigantski monopoli će još dugo postojati. Osnivač *PayPala* i milijarder *Peter Thiel* govorio je studentima koji su pohađali njegova predavanja o tome da kada odrastu, prihvate novi monopolistički sistem. On smatra kako je konkurencija precijenjena i opasna, i kako kapitalizam bolje funkcionira sa nekolicinom monopolista.

⁸⁷ Adam L. Penenberg, „*The Evolution of Amazon*“, *Fast Company*, srpanj 2009, str. 66-74. Preuzeto iz knjige *McChesney, W. R., Digitalna isključenost, Zagreb: Multimedijalni institut (2013)*

⁸⁸ *Motorola Set for Big Cuts as Google Reinvents It*, *New York Times*, 13. kolovoz 2012., str. B1.rt, 14. travanj 2012. Preuzeto iz knjige *McChesney W.R., Digitalna isključenost, Zagreb : Multimedijalni institut (2013)*

⁸⁹ *McChesney, W.R., Digitalna isključenost, Zagreb: Multimedijalni institut (2013) str. 167.*

⁹⁰ *Schumpeter, Capitalism, Socialism and Democracy, New York: Harper and Row, 1942., str. 90 te Paul A. Baran i Paul M. Sweezy, Monopoly Capital, New York: Monthly Review Press, 1966, str. 73-74. Preuzeto iz knjige McChesney, W. R., Digitalna isključenost, Zagreb: Multimedijalni institut (2013)*

Jedan od razloga za rast internetskih konglomerata je oglašavanje. Jedan od načina da se internet učini prijateljski nastrojenim prema oglašavanju bio je podržati stvaranje tehničkih standarda za kolačiće. „Kolačići su malene datoteke koje se pospremaju na računalo dok surfamo internetom, obično se to događa kada prvi put posjetimo neku web-stranicu. Web-stranice pomoću kolačića mogu zapamtiti Vaše aktivnosti ili postavke i sljedeći puta kada posjetite istu stranicu, mogu ih automatski primijeniti. Web-stranica „zna“ da ste već bili ovdje i u nekim slučajevima prilagođava ono što vidite na ekranu. Na primjer, mogu se koristiti kako bi zapamtili sadržaj Vaše košarice u webshopu.“⁹¹ Kada je za ovo čula radna grupa za inženjering interneta, odmah je predstavila svoj protivprijedlog za kolačiće, da bi trebali biti isključeni, osim ako neko ne odluči da ih prihvati. Ova bitka oko standarda postala je prva politička borba oko oglašavanja, tvrdi McChesney (2013). Najbolji primjer koji nam može poslužiti za ulazak oglašavanja na internet je *Google*. *Googleovo* pretraživačko oglašavanje je zaduženo za polovinu ukupnih prihoda u SAD-u, a istina leži u tome da je za ogroman uspon zaslužna prodaja klikova i navika korisnika, a sve u cilju oglašavanja.

5.9. Nadzor i kontrola

Najveći strah, kako kaže McChesney (2013), prema Burceu Schneieru, vodećem globalnom ekspertu za kompjutersku sigurnost, nije cyberterorizam, cyberkriminal, krađa identiteta, nelegalno skidanje filmova i glazbe, nego je to, prema New York Timesu, sveprisutni nadzor koji provode vladine agencije i privatne kompanije radi ostvarenja profita. Ono što je pisao novinar-istraživač David Rosen nakon proučavanja ove teme je: „Morate znati jednu jednostavnu istinu. Vi nemate nikakve privatnosti kada je riječ o vašoj elektroničkoj komunikaciji. Ništa od onoga što radite online, preko žičane veze telefonom ili preko nekog bežičnog uređaja, nije izvan dohvata vladinih sigurnosnih agencija ili privatnih korporacija.“⁹²

Ne prate samo *Google* i *Facebook* ljude, već i *iPhone* koji tačno zna gdje idete, koga zovete, šta čitate. Neki smatraju kako pametni telefoni nisu pametni, nego su uređaji za praćenje. Ovakav poslovni model ne samo *Googlea* i *Facebooka*, zadiranje u privatnost, postaje sve prihvatljiviji.

⁹¹ Šokić, T. (2018) Što su to kolačići (cookies) i čemu služe? dostupno na: <https://www.ucionica.net/internet/sto-su-to-kolacici-cookies-i-cemu-sluze-2314/> (pristupljeno 7.7.2020)

⁹² Rosen, D. „America’s Spy State: How the Telecoms Sell Out Your Privacy“, *AlterNet*, 29. svibanj 2012. Preuzeto iz knjige McChesney, W. R., *Digitalna isključenost*, Zagreb: Multimedijalni institut (2013)

Senatorica Clarie McCaskill (demokratkinja savezne države Missouri) održala je saslušanje o privatnosti 2010. godine i bila je zaprepaštena na koji način funkcioniše internet. Ona shvata da je oglašavanje izvor finansiranja za internet, ali svejedno je užasnuta.

*„Rezultati anketa potvrđuju raširenu antipatiju prema online - napadima na privatnost. Istraživanje javnog mnijenja koje je 2008. godine proveo časopis Consumer Reports pokazalo je da 93 posto ispitanika smatra da bi internetske tvrtke uvijek trebale zatražiti dopuštenje prije upotrebe osobnih informacija, a 72 posto ispitanika želi imati pravo izabrati da ih se izuzme iz internetskog praćenja.“*⁹³ Društvena mreža Facebook 2019. godine je trebala platiti pet milijardi dolara prema nagodbi s vladom, koja je istraživala kako se internetski div odnosio prema osobnim podacima korisnika, te je morala izmijeniti svoju politiku privatnosti. Neki demokrati smatraju kako je internetskog giganta trebalo oštrije kazniti. Povodom kazne oglasio se i Facebook. *„Dogovor će tražiti temeljnu promjenu načina na koji pristupamo našem radu i staviti će dodatnu odgovornost na ljude koji grade proizvode na svakoj razini kompanije. Označit će oštriji okret prema privatnosti, na razini koju do sada još nismo vidjeli, priopćili su iz Facebooka. Nadaju se da će zahtjev za većom odgovornosti biti zajamčen pod američkim zakonom te da će biti model za cijelu industriju.“*⁹⁴ Američka savezna komisija za trgovinu (FTC) još 2012. godine potpisala je nagodbu sa Facebookom o načinu upravljanja korisničkim podacima i zaštiti privatnosti. Međutim, dolazi do afere *Cambridge Analytica*, nakon što se „konzultantska tvrtka, čije je sjedište u Londonu, našla usred skandala zbog korištenja privatnih podataka 50-ak milijuna korisnika Facebooka kako bi napravili profile američkog biračkog tijela prije američkih predsjedničkih izbora 2016. godine, u četvrtak su prijavili paket sumnjivog porijekla u sjedištu te tvrtke.“⁹⁵ Facebook nije ispoštovao nagodbu, pa je to potaknulo FTC da pokrene ponovnu istragu.

Društvena se moć oduvijek zasnivala na posjedovanju kontrole nad informacijama i komunikacijama. Kao primjer McChesney (2013) navodi rat. Sukob između Iraka i Amerike zapravo je omogućila kampanja dezinformisanja tadašnjeg predsjednika Buša i njegove

⁹³ McChesney, W. R., *Digitalna isključenost*, Zagreb: Multimedijalni institut (2013) str. 191.

⁹⁴ I. D. / Hina (2019), *Facebooku rekordnih 5 milijardi dolara kazne zbog kršenja privatnosti korisnika*, dostupno na: <https://zimo.dnevnik.hr/clanak/facebooku-rekordnih-5-milijardi-dolaza-kazne-zbog-kršenja-privatnosti-korisnika--569406.html> pristupljeno(1.12.2020)

⁹⁵ B.V. (2018) *Drama u Londonu: U sjedištu Cambridge Analytice pojavio se sumnjivi paket, policija evakuirala zgradu*, dostupno na: <https://dnevnik.hr/vijesti/svijet/drama-u-londonu-u-sjedistu-cambridge-analytice-pojavio-se-sumnjivi-paket-policija-evakuirala-zgradu---511067.html> (pristupljeno 05. 12. 2020)

administracije pod nazivom rat protiv terora, kako bi pridobili Amerikance, osvojili Irak i ostali u Bijeloj kući. Funkcionisanje jedne države nije rezultat njene pravne i političke moći da građane prisili da se pokore. Razlozi za sukobe koji se vode širom svijeta, većinom su etničke pripadnosti, religijskog fanatizma i ostalo. Političkim nasiljem kao oblikom komunikacije ljudima se usađuje strah.

Castells (2014) je stvarao nove oblike na mreži. Naprimjer, masovno samokomuniciranje dovodi do primanja medijskih poruka, kultura dijeljenja poruka mnogobrojnih pošiljalaca i primalaca. YouTube ili blog, ovakva komunikacija je globalna i masovna. Novi sistem je značajan zato što je mnogostran i otvoren. Castells (2014) smatra da je središte moći u komunikacionim mrežama i njihovim korporativnim vlasnicima, ali ovaj zaključak može biti pogrešan jer komunikacione mreže, iako su prenosioci poruka, nisu sama poruka. Dok McLuhan (1964) smatra da je medij poruka, Castells (2014) tvrdi da nije, iako utječe na format i distribuciju, smatra da je poruka poruka, a njen pošiljalac stvara značenje. Oblici masovnog komuniciranja mogu formatizovanjem poruka, naprimjer prikazivanjem vijesti kao spoja informacije i zabave, oblikovati um, ali ono što je bitno napomenuti, naglašava Castells (2014), jest da raznolikost formata predstavlja pravilo i time standardi slabe kao izvori moći. Ali ono što je bitno je digitalizacija koja funkcioniše kao protokol komunikacije, sve se može digitalizovati. Ona je isto, kaže Castells (2014), što i potencijalno širenje virusa u svim globalnim komunikacionim mrežama. Uredu je kada želite širiti poruke, ali zna biti opasno kada to ne želite (videosnimak lošeg postupka). „*Oni koju su zaduženi za funkcionisanje svake pojedinačne komunikacione mreže su čuvari prolaza i one ispoljavaju moć umrežavanja i sprječavanja ili dozvoljavanja pristupa medijskom tržištu, odnosno porukama upućenim na mrežu.*“⁹⁶ Castells smatra da je samokomuniciranje bitno izmijenilo ulogu čuvara prolaza. Ono što dospije na internet, bude prikazano cijelom svijetu. Ali čuvari prolaza imaju i dalje znatnu moć.

Chomsky (2008) smatra da mediji u savremenom društvu imaju značajnu ulogu kada je riječ o kontroli i nadzoru masa, a njime upravljaju privatni kapital i javni interesi. Autor smatra da su mediji oružje demokratije koje oblikuje stvarnost. Razlikuje dvije funkcije demokratije, a prva se odnosi na demokratsko društvo koje posjeduje sredstva pomoću kojih bi se moglo sudjelovati na razuman način u upravljanju svojim poslovima, a informacije bi bile svima dostupne i besplatne.

⁹⁶ Castells, M., *Moć komunikacije*, Beograd: Clio, 2014, str. 481.

Druga koncepcija se odnosi na to da je javnost ograničena i spriječena da donosi odluke, a informacije su strogo kontrolisane, odnosno mediji su držani pod strogom kontrolom.

„Današnja javnost ustvari je javnost druge demokratije. Vladajuće strukture sve više koriste medije upravo za uspostavu vladavine nad narodom. Nova tehničko-tehnološka otkrića samo su im olakšala tu mogućnost, jer pojava interneta, teoretičari kažu, pretvorila je svijet u „globalno selo“.“⁹⁷

Moć medija prepoznao je teoretičar liberalne demokratije Walter Lippman. On smatra da u demokratiji koja funkcioniše po pravilu, postoje klase građana. U ovom slučaju radi se o specijalizovanoj klasi, a to su ljudi koji donose odluke, vode poslove u političkim i ekonomskim sistemima. Specijalizovana klasa su zapravo bili političari i kapitalisti koji nam danas nameću svoja mišljenja. Ostala većina stanovništva je, kako ih Lippman naziva, „zabludjelo krdo“, i smatra da se moramo zaštititi od gaženja i rikanja tog krda. U demokratiji postoje dvije funkcije, a to su specijalizovana klasa odgovornih ljudi koji su ujedno nosioci izvršne funkcije, a druga funkcija je zabludjelo krdo koje također imaju svoju funkciju. Njegova funkcija u demokratiji je da budu posmatrači, ali ne i učesnici u djelovanju. Ono što im je povremeno dopušteno je da svojom masom podrže jednog ili drugog pripadnika specijalizovane klase, tj. da se izjasne koga žele za vođu. To su izbori. Kada javnost pokuša ili uspije da se odvoji od zaludjelog krda, tada dolazi do krize demokratije. Izlaz iz ovakve situacije Lippman vid kroz obrazovanje mladih i njihovu edukaciju, pa čak i državnu kontrolu medija.

„S druge strane, Noam Chomsky ovo naziva proizvodnjom pristanka. Odgovor na pitanje kako to uraditi, kako ljudima uliti zacrtana ili propisana uvjerenja i doktrine, a da oni pritom misle da je to sve njihova vlastita odluka i mišljenje, prilično je jednostavan. Maksimalno iskoristiti moć njegovanog neznanja mase i moć medija.“⁹⁸ Ono što treba činiti jeste pripitomiti zabludjelo krdo, ne dopustiti mu da gazi, divlja i uništava stvari, a to je umjetnost u demokratiji proizvodnje povinovanja. Zato je potrebno nešto kako bismo ukrotili zaludjelo krdo, koje moramo usmjeriti, a to je nova revolucija u umjetnosti demokratije, proizvodnja pristanka. Mediji, škola, zatim popularna kultura, moraju se razgraničiti i uliti propisna uvjerenja. Ljudi sa stvarnom moći su oni

⁹⁷ Čelebić, N. (2016) Javnost – „zabludjelo krdo“? dostupno na: <https://www.mreza-mira.net/vijesti/javnost-zabludjelo-krdo/> (pristupljeno 07. 07. 2020)

⁹⁸ Čelebić, N. (2016) Javnost – „zabludjelo krdo“? dostupno na: <https://www.mreza-mira.net/vijesti/javnost-zabludjelo-krdo/> (pristupljeno 07. 07. 2020)

koji posjeduju društvo i mogu služiti našim interesima. Prema tome, imamo jedan sistem obrazovanja usmjeren na odgovorne ljude, odnosno specijalizovanu klasu, oni moraju biti duboko indoktrinirani vrijedostima i interesima privatne moći i državno-korporativnom vezom koja ih zastupa. Ovako nešto se može postići, a taj neko može biti dio specijalizovane klase, dok ostatak zabludjelog krda mora biti odvojen. Društvo postaje slobodnije i demokratičnije. „*Stoga morate da pribjegnete propagandnim tehnikama. Logika je jasna. Propaganda za demokratiju je ono što je toljaga za totalitarnu državu. To je mudro i dobro pošto, iznova, zajednički interesi opčinjavaju zabludjelo krdo. Oni ne mogu da ih razumiju.*“⁹⁹ Odnosno, pribjeći propagandnim tehnikama od kojih se neke temelje na ljudskim emocijama poput straha, nade, frustracije, a sve kako bi se usmjerila publika prema željenom cilju. „*Noam Čomski kaže da državnoj vlasti odgovara stanje kad se ljudi ponašaju kao zabludjelo krdo. Kada se pitaju samo onda kad treba glasati i nakon toga se opet vraćaju u stanje posmatrača. Zašto im to odgovara? Zato što tako mogu ostvariti niz ideja, koje neće naići na suprotstavljanje njihovih građana, jer vlast je svjesna da je zabludjelo krdo veće i da ga treba kontrolisati.*“¹⁰⁰

⁹⁹ Čomski, N., *Kontrola medija*, Novi Sad: Rubikon (2008), str. 16.

¹⁰⁰ Šabić, A. (2017). *Lahkim sadržajima do zaglupljivanja*, dostupno na: <http://quintilian.com.ba/clanak/132/lahkim-sadržajima-do-zaglupljivanja> pristupljeno 04. 12. 2020)

6. TEHNOLOGIJA PRILAGOĐENA SREDNJOJ POZICIJI

Levis Mumford održao je 21. januara 1963. godine u Njujorku predavanje „Tehnologija i demokratija“. Tema je bila „Izazov demokratije u narednih deset godina“. Njegova teza je bila da su se od neolita, na Bliskom istoku, pa sve do naših dana javljale dvije tehnologije jedna pored druge. Jedna je bila autoritarna (usmjerena na sistem, neizmjereno moćna i prirodno nestabilna), a druga demokratska (usmjerena na čovjeka, relativno stabilna, prilagodljiva i izdržljiva). „*Danas se ubrzano primičemo tački u kojoj će, ukoliko radikalno ne promijenimo svoj sadašnji kurs, ostaci naše demokratske tehnike biti sasvim potisnuti ili zamijenjeni, tako da će svaka preostala autonomija biti ili poništena ili dozvoljena samo kao igračka vlasti, kao opšte glasanje za unaprijed izabrane vođe u totalitarnim državama.*“¹⁰¹ Ono što je Mumford (1963) smatrao demokratskom tehnikom, odnosilo se na metodu proizvodnje malih razmjera, zasnovanu na ljudskoj vještini i životinjskoj energiji, ali koja je čak i kada se primjenjuju mašine, pod upravom zanatlije i seljaka, gdje svaka grupa razvija vještine, vlastite sposobnosti i koristi svaki dar prirode. Ova „*demokratska tehnika je, sve do našeg doba, podupirala i snažno podržavala svaku historijsku kulturu i ublažavala stalnu sklonost autoritarne tehnike ka zloupotrebi svojih moći. Čak i kada su ljudi plaćali danak najokrutnijim autoritarnim režimima, u radionici ili u seoskom domaćinstvu uvijek je ostajao neki stepen autonomije, selektivnosti i kreativnosti.*“¹⁰²

Demokratska tehnika potiče još od upotrebe prvih alatki, dok je autoritarna tehnika znatno novo dostignuće, izum, naučno posmatranje koje je osiguralo poseban način života koji danas prepoznajemo kao civilizaciju. Bitno je napomenuti da ona nije bila ograničena na seoske običaje ili na ljudska osjećanja, smatrao je Mumford (1963). Ona se zasnivala na prisilnom radu i ropstvu, koje su stvorile mašine od nekoliko hiljada konjskih snaga. Oslanjala se na izume i naučna otkrića: zapisnike, matematiku i astronomiju, kanalizaciju i navodnjavanje, odnosno stvarala je kompleksne ljudske mašine. Mumford (1963) za primjer uzima rimsku imperiju u kojoj se devedeset posto stanovništva bavilo poljoprivredom, a masovna tehnika je bila ograničena na mnogoljudne urbane centre. Autoritarna tehnika se prvi put javlja u doba kada su metali bili rijetki, a ljudska sirovina, iako bi sve pretvarala u mašine, njeni upravljači nikad nisu mogli naći neživu

¹⁰¹ Mumford, L., (1963) *Tehnologija i demokratija*, dostupno na: <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/lewis-mumford-tehnologija-i-demokratij> pristupljeno, 05. 11. 2020)

¹⁰² Mumford, L., (1963) *Tehnologija i demokratija*, dostupno na: <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/lewis-mumford-tehnologija-i-demokratij> pristupljeno, 05. 11. 2020)

mehaničku zamjenu. Stoga slabost ove tehnike proizlazi iz toga što sistem nije posjedovao unutrašnju čvrstinu i bilo kakav prekid u komunikaciji, jedna greška dovela bi do rasula, odnosno velike ljudske mašine bi se raspale. Na stranu što ona ima doista neosporna graditeljska dostignuća, ali autoritarna tehnika je pokazivala duboko neprijateljstvo prema životu, smatra Mumford (1963). Sistem apsolutne vladavine kojom je nekada upravljao kralj, primijenjen je i obnovljen u tehnologiji. „*Pod izgovorom uštede rada, krajnji cilj te tehnike jeste da zamijeni život, ili tačnije, da prenese attribute života na mašinu i mehanički kolektiv, ostavljajući samo onoliko mjesta za živi organizam koliko se može kontrolisati i manipulirati, opasnost po demokratiju ne potiče od bilo kog pojedinačnog naučnog otkrića ili elektronskog izuma. Ljudski nagoni koji dominiraju autoritarnom tehnikom našeg doba, potiču još iz perioda prije izuma točka.*“¹⁰³ Zašto smo se tek tako predali manipulatorima, kontrolorima i stručnjacima za autoritarnu tehniku? Današnje tehnike, ističe Mumford (1963), razlikovale su se od onih prošlih po jednoj bitnoj stavci, a to je osnovni princip demokratije, da svaki član društva treba imati udio u njegovim dobrima. Ispunjen je dio demokratskog obećanja, a naš sistem je ostvario prevlast nad cijelom zajednicom, koja prijete brisanjem preostalih tragova demokratije. Kada jednom autoritarna tehnika udruži svoje snage s masovnom kontrolom, hoće li demokratija moći opstati u bilo kojem smislu? „*Velika područja tehnologije mogu se sačuvati demokratskim procesom, ako nam uspije da prevaziđemo djetinjaste prinude i automatizme koji sada prijete da ponište naše stvarne dobitke. Upravo ona dokolica koju mašina danas omogućuje u razvijenim zemljama, može se korisno upotrijebiti, ne za daljnje prepuštanje drugim vrstama mašina, namijenjenim automatizovanoj rekreaciji, već za bavljenje smislenim oblicima rada, neprofitabilnim ili tehnički neizvodljivim u uslovima masovne proizvodnje, rada koji se oslanja na posebne vještine, znanje i osjećaj za estetsko.*“¹⁰⁴

Internet i šira digitalna revolucija se oblikuju onako kako društvo želi. Smjer njihovog razvoja koji odaberemo, oblikovat će i društvo, smatra McChesney (2013). Autor je istaknuo neka pitanja o kojima bi trebalo raspravljati, a koja bi internet i društvo dovela do značajnih promjena. Pitanja uključuju obrazovanje na polju opće medijske pismenosti, kako bi se ljudima omogućilo kritičko razumijevanje digitalne komunikacije, stroga uređenja oglašavanja, eliminacija oglašavanja usmjerenog na djecu mlađu od dvanaest godina, isto tako i eliminacija radiotelevizijskog

¹⁰³ Mumford, L., (1963) Tehnologija i demokratija, dostupno na: <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/lewis-mumford-tehnologija-i-demokratij> pristupljeno, 05. 11. 2020)

¹⁰⁴ Mumford, L., (1963) Tehnologija i demokratija, dostupno na: <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/lewis-mumford-tehnologija-i-demokratij> pristupljeno, 05. 11. 2020)

oglašavanja političkih kandidata, dostupnost širokopojasnog interneta besplatno za sve kao temeljno pravo, neutralnost interneta, odnosno nikakva cenzura i diskriminacija protiv legalnih digitalnih aktivnosti, strogi propisi o zaštiti online pravnosti, i snažne zakonske zaštite protiv militarizacije interesa i njegovog korištenja za nadzor bez pravne osnove. Autor navodi i još pitanja, ali je izdvojeno nekoliko za koje se smatra da su važna. Kada bi se sve ove mjere ispoštovale, tek tad bismo mogli reći da pripadamo jednom demokratičnijem društvu.

Bogati pojedinci i velike korporacije imaju ogromnu političku moć koja razara načela demokratije. Kapitalizam je sistem koji je zasnovan na zgrtanju profita, gdje ljudi nastoje ostvariti neograničene profite svim potrebnim sredstvima, drugim riječima, bezgranična pohlepa. Vode se time da nikada ne možete imati previše. Stalno potražuju nova mjesta za generisanje profita, a to podrazumijeva uzimanje nečega čega je prije bilo u izobilju, i pretvaranja toga u oskudno dobro. To se isto može primijeniti i na internet, tako što su informacije bile slobodne i dostupne svima, a komercijalni interesi rade na tome da ih pretvore u oskudne.

McChesney (2013) smatra da je to trebala biti nekomercijalna domena, autentična javna sfera koja će dovesti do veće osviještenosti, snažnijih zajednica i većeg političkog učešća građana. Internet, ipak, na svakom koraku postaje komercijalizovan, nametnuta su mu autorska prava, privatizovan je, podaci se kontrolišu i provjeravaju, postao je monopoliziran. Predstavio je anketu iz 2012. godine, gdje je zaključak da su digitalne tehnologije, umjesto da smanje radna opterećenja, omogućile da prosječni američki radnici poklanjaju čak mjesec i po dana neplaćenog prekovremenog rada godišnje jer se služe računarima i pametnim telefonima kako bi obavljali posao od kuće u različitim vremenskim uvjetima dok nisu na radnom mjestu. Polovina njih misli da nema drugi izbor. McChesney (2013) zaključuje, da bi internet pretvorili u zlatni rudnik, ljudi su žrtvovali svoju privatnost i ljudskost. Digitalna revolucija omogućila je kapitalizmu nove poslovne prilike. Internet kao vrhunsko javno dobro savršeno koristi cjelovitom društvenom razvoju i duboko teži demokratiji.

McChesney (2013) spominje kako je Michael Moore 2009. godine izbacio na tržište svoj film pod nazivom *Kapitalizam - ljubavna priča*, i bio je pozvan kao gost u jednoj od CNN-ovih emisija, gdje mu je voditelj postavio pitanje:

- Čime biste Vi zamijenili kapitalizam?

- Odgovorio je: demokratijom.

Voditelj je bio zbunjen i kazao kako je demokratija politički sistem, a kapitalizam ekonomski. Mogu li se ovi pojmovi uporediti? Ova dva pojma su itekako povezana. Ono s čime se susreće naše doba jest da kapitalizam razara demokratiju. Zbog toga ćemo se susretati s pitanjima hoćemo li, ipak, proširiti demokratiju ili ćemo je pustiti da odumire. Ako bismo se, pak, odlučili za proširenje demokratije, potrebno je da se suočimo s postojećim kapitalizmom, smatra McChesney (2013) i tvrdi da je ovo prijelomna tačka u kojoj se nalazimo, a internet je u središtu te prijelomne tačke. Odnosno, internet predstavlja važnost, usmjeren je prema izgradnji demokratskog sistema i samoupravljanja. „*Uz pomoć mudrih javnih ulaganja internet može ponuditi najbolje novinarstvo i najbolju javnu sferu ikad zamislivu.*“¹⁰⁵ Sadašnji smjer i razvoj digitalnih tehnologija usmjerenih ka potrebama kapitala mogu biti negativno nastrojeni prema slobodi demokratije i općoj dobrobiti života, zato su bitke zbog interneta važne ako želimo izgraditi bolje društvo.

Predstavlja li internet prijetnju demokratiji, jedno je od ključnih pitanja. „*Ako je tehnološka osnova medija sagledana kao prijetnja demokratiji, kako se internet onda posmatra kao promoter decentralizovanih diskursa i nije li sama demokratizovanost tog medija, sa druge strane, prijetnja sistemu i beskrajna reproduktivnost informacija.*“¹⁰⁶ Nesporno je da će informacijsko-komunikacijske tehnologije biti izazov za demokratiju. Mogu predstavljati doprinos demokratiji, a isto tako joj mogu i biti prijetnja. Gubitak slobode, privatnosti, manipulacija, stvaranje ekonomskih monopola, samo su neke od prijetnji. Prednost ove tehnologije odnosi se na unapređenje obrazovanja, učestvovanje u političkom procesu, politički aktivizam, što je prije bilo nezamislivo. Odnosno, demokratski život bi se doveo na neku razinu individualnih sloboda, pluralizam, različitost. Ova tehnologija ima dosta prednosti i mogućnosti ako se pravilno koristi. Kako autorica Vitković (2010) navodi, internet je prostor društvenog protesta, on je apelaciona arena.

Može li internet kao medij dovesti do demokračičnijeg društva? Ono što moramo priznati je da je internet donio mnoge promjene kako u društvenom tako i političkom životu. Imamo dva odgovora na ovo pitanje, smatra Peović (2012) i kaže kako se prvi odnosi na zloupotrebu čovjeka koji,

¹⁰⁵ McChesney, R. W., *Digitalna isključenost*, Zagreb: Multimedijalni institut (2013), str. 285-286.

¹⁰⁶ Vitković, B., *Medijski diverzitet i demarkacija publike: Internet i razvoj demokratske javne sfere*, Doktorska disertacija, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu (2010) str. 99.

umjesto zakonodavca, postaje instrumentom tehnologije, žrtvom imperativa napretka i medijske manipulacije. Iz ovog prvog odgovora možemo zaključiti da digitalni medij i mreža neće demokratizovati naše društvo, već će označiti konačni poraz slobodnog čovjeka. Autorica Vitković smatra kako je otpor uzaludan, imamo dvije opcije, prilagoditi se ili biti zgaženi pod kotačima historije. Internet tada dobija epitet opasne tehnologije koja zloupotrebljava čovjeka. Kritikuju se virtualizacija, manipulacija privatnim podacima, brisanje granica javnog i privatnog. Drugi odgovor je optimistična slika opće povezanosti i građanskog učešća. Peović navodi kako je internet alat za intervencije u zbiljskom svijetu koji predstavlja moćno oružje u procesu osnaživanja korisnika. Otvorio je mnoga pitanja i pružio mnogo mogućnosti, ako se usmjeri na pravi put, doprinijet će ostvarenju mnogih demokratskih potencijala. Problem je u medijskim korporacijama i komunikacijskim konglomeratima koji posjeduju veliku moć, dok je glas javnosti slab, nečujan i neorganizovan. Ovo se ne odnosi na sve dijelove javnosti, odnosno javne sfere. „*Javna sfera kao infrastruktura za društvenu integraciju kroz javni diskurs uveliko je zasnovana na djelovanju medija. Masovni mediji nisu samo sastavnica javnosti kao zamišljene komunikacije kakva može postojati jedino kroz medije, nego i nužna potreba za stvaranje institucionalizirane (infra)strukture javne sfere. Idealno, masovni mediji kanaliziraju protok diskursa od stvaranja mišljenja u mrežama javne sfere do političkog oblikovanja volje u političkom sistemu i obratno.*“¹⁰⁷ Velika prisutnost interneta u društvenim odnosima dovela je do nove zagonetke povezane s konceptom javne sfere. Internet je doprinio mnogo čemu, on je nešto više od informacijsko-komunikacijske tehnologije. Javna sfera nije formirana oko jednog medija, nego je izgrađena, kako Splichal kaže, kao infrastruktura s nizom medijskih, institucionalnih i kulturnih okosnica kao stubova za organizaciju javne sfere. Internet je omogućio nekoliko civilnih društvenih faktora, naprimjer, da žene, religiozni sudionici, LGBT aktivisti i drugi, budu primjećeniji i da djeluju, da se njihov glas čuje. Na kraju, može se dodati da iako „*internet i nove tehnologije mogu da doprinesu stvaranju „jake demokratije“, to se neće dogoditi samo od sebe, već će zavisiti od sveopšte volje i karaktera političkih institucija i njihovih organa i činjenice da ni u jednoj zemlji svijeta demokratski metod ne može da opstane ako ne postane navika*“¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Splichal, S., *Masovni mediji između javnosti i javne sfere, Izvorni znanstveni rad, Univerzitet u Ljubljani (2014), str 5-6, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/126387> (pristupljeno 06. 12. 2020)*

¹⁰⁸ Bobio, N., *Budućnost demokratije: Odabrana pravila igre. Beograd: Filip Višnjić (1990), str. 38. Preuzeto B. Vitković, Medijski diverzitet i demarkacija publike: Internet i razvoj demokratske javne sfere, Doktorska disertacija, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu (2010)*

7. ZAKLJUČAK

Internet i digitalna revolucija društveno su oblikovani i uvjetovani tako da možemo zaključiti da će budući smjer njihovog razvoja zavisiti od snažnih društvenih kretanja i moći koja ih oblikuje. Internet je zbog historijskih i kulturnih razloga, koji su posebno razmatrani u radu, oblikovan kao tehnologija slobodne komunikacije. Slobodan protok informacija predstavljao je pravo civilizacijsko dostignuće. Kao komunikacijsko sredstvo, omogućio je brzu i jednostavnu komunikaciju između ljudi. Dok su radio, televizija i novine omogućavali posrednu komunikaciju, internet omogućava direktnu, umreženu i globalnu komunikaciju, i upravo ova činjenica izdvaja ga od ostalih medija.

Internet za društvo postaje bitan komunikacijsko-informacijski medij, dok se demokratija smatra jednim od najpoželjnijih oblika vladavine. Svjedoci smo kako je internet doveo do političkih promjena u Meksiku, Ukrajini, na Filipinima, tako što je korišten kao oružje, slale su se poruke o borbi i ciljevima cijelome svijetu. Demokratija opstaje zahvaljujući svojim građanima, a tehnologija je tu kako bi olakšala i poboljšala njeno funkcionisanje. Napredak tehnologije i razvoj društvenih mreža olakšavaju lakše umrežavanje i poticanje određenih građanskih inicijativa.

Uloga medija u demokratiji odnosi se na najvažniji aspekt demokratije, a to je pristup informacijama te sloboda govora i mišljenja. Tako se građanima omogućava da budu informisani iz različitih izvora i da reaguju u skladu s informacijama koje primaju. Internet kao medij se može koristiti za promovisanje ljudskih prava (sloboda govora i izražavanja, protestovanje, sloboda okupljanja i udruživanja, sloboda štampe i medija) koja podržavaju i pospješuju demokratiju. U modernim društvima nemoguće je zamisliti politiku bez masovnih medija, jer se mediji smatraju četvrtom bitnom stavkom pored izvršne, zakonodavne ili sudske vlasti. Pomoću medija politička elita se obraća javnosti (publici). U razvijenim demokratijama svi uživaju jednak pristup informacijama i imaju mogućnost donositi odluke i učestvovati u iznošenju javnog mišljenja. Svaki građanin može participirati u javnosti, izložiti svoje mišljenje, stavove, kritiku. Kako je objašnjeno, kapitalizam okreće internet protiv demokratije tako što bogati pojedinci i velike korporacije imaju ogromnu političku moć koja razara načela demokratije. Kapitalizam je sistem koji je zasnovan na zgrtanju profita, gdje ljudi nastoje ostvariti neograničene profite svim potrebnim sredstvima, drugim riječima, bezgranična pohlepa. Stalno potražuju nova mjesta za generisanje profita, a to podrazumijeva uzimanje nečega čega je prije bilo u izobilju, i pretvaranja

toga u oskudno dobro. To se isto može primijeniti i na internet, informacije su bile slobodne i dostupne svima, a komercijalni interesi rade na tome da istinite informacije pretvore u oskudne. Internet je, prema zamisli njegovih tvoraca, trebao ponuditi slobodni globalni pristup cjelokupnom ljudskom znanju, biti nekomercijalna domena, autentična javna sfera koja će dovesti do veće osviještenosti, snažnijih zajednica i većeg političkog učešća građana. Internet, ipak, na svakom koraku postaje komercijalizovan, nametnuta su mu autorska prava, privatizovan je, podaci se kontrolišu i provjeravaju, postao je monopoliziran.

Zaključno, važno je istaći da će budući smjer razvoja javne komunikacije i interneta uveliko zavisiti od konteksta u kojem se odvija, s obzirom na to da smo uvidjeli kakva sve društvena kretanja i snažni globalni procesi utječu na pad demokratskih vrijednosti i etičko-političkih ideala.

8. LITERATURA

Knjige

1. Aristotel (1992). Politika, Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada
2. Bourdieu, P. (2000). Narcisovo ogledalo - rasprava o televizijskom novinarstvu, Multimedia Clio.
3. Brigs, P. Berk (2006). Društvena historija medija, Beograd: Clio
4. Castells, M. (2002). Moć identiteta - ekonomija, društvo i kultura, Zagreb: Golden marketing.
5. Castells, M. (2003). Internet galaksija, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, str. 11-45.
6. Castells, M. (2014). Moć komunikacije, Beograd: Clio
7. Chomsky, N. (2008). Mediji, propaganda i sistem, Novi Sad: Rubikon, str. 7-23.
8. Debord, G. (2003). Društvo spektakla, Beograd: Porodična biblioteka
9. Džouns, S. (2001). Virtualna kultura - identitet i komunikacija u kiber-društvu, Beograd: Biblioteke XX vijeka
10. Grupa autora (2007). Vjerodostojnost novina, Zagreb: ICEJ staviti pod G slovo
11. Lessig, L. (2004). Kod i drugi zakoni kiberprostora, Zagreb: Multimedijalni institut.
12. Lič, E. (2002). Kultura i komunikacija, Beograd: Biblioteka XX vijeka
13. Kunczik, M., Zipfel A. (2006.) Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert
14. Sitarski, M., Radović, N., Antonijević, S., Petković D. (2007). Internet i javna sfera u Srbiji, Beograd: Beogradska otvorena škola
15. Manović, L. (2001). Jezik novih medija, Multimedia Clio.
16. McChesney, R. W. (2008). Bogati mediji, siromašna demokratija, Sarajevo: Šahinpašić.
17. McChesney, R. W. (2013). Digitalna isključenost: Kako kapitalizam okreće internet protiv demokratije, Zagreb: Multimedijalni institut
18. McLuhan, M (1973). Gutenbergova galaksija, Beograd: Nolit.
19. McLuhan, M. (1964). Poznavanje opština čovjekovih produžetaka, Beograd: Prosvjeta.
20. Osmančević, E. (2009). Demokratičnost www-komuniciranja, Sarajevo: Friedrich Ebert Stiftung.
21. Peović Vuković, K. (2012). Mediji i kultura: ideologija medija nakon decentralizacije, Zagreb: Nakladnik: Jesenski i Turk
22. Platon (2009). Država, Zagreb: Naklada Jurčić
23. Radonjić, R. (2004). Demokratija, Podgorica: Centar za građansko obrazovanje
24. Šušnjić, Đ. (1976). Ribari ljudskih duša, Beograd: Mladost

Radovi

1. Glavić, A. (2017). Stvaranje lažne svijesti putem konzumerizma, Završni rad, Filozofski fakultet u Rijeci.
2. Peričić, A. (2017). Medij i konzumerizam, Završni rad, Sveučilište u Zagrebu.
3. Dragičević, D. (2008). Internet i internetski servisi. Seminarski rad, Sveučilište u Zagrebu: Pravni fakultet.
4. Dulčić, D. (2013). Masovni medij i postmoderno društvo. Pregledni rad, Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb, Hrvatska.
5. Hadžić, I. (2015). Demokratija, ljudska prava i slobode kao osnovne vrijednosti političkog sistema. Stručni rad.
6. Burić, J. (2010). Djeca i mladi kao konzumenti masovnih medija, Etika i tržišne manipulacije potrebama mladih, Pregledni rad, Hrvatska radiotelevizija, Zagreb, Hrvatska.
7. Vertovšek, N., Tomović, A. (2015). Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije, Studentski radovi, Hrvatska: Sveučilište u Zadru
8. Nakić, M., Šošić, D., Diklić, J. (2019). Uloga društvenih mreža na građanski aktivizam i razvoj civilnoga društva. Pregledni rad, Sveučilište u Zagrebu.
9. Oblak, T. (2002) Internet kao medij i normalizacija kibernetskog prostora. Medijsko istraživanje, Fakultet za društvene vede, Univerzitet u Ljubljani.
10. Odjel za kulturu i komunikacije, Institut za razvoj i međunarodne odnose, Zagreb.
11. Bilić, P., Švob-Đokić, N., Balabanić, I. (2014). Mreže javne komunikacije u Hrvatskoj: medijalizacija javne sfere i izazovi novih medija (NETCOMM). Istraživački projekat,
12. Pavić, Ž., (2017). Antikonsumerizam kao posljednja faza konzumerizma, Izvorni znanstveni rad, Filozofski fakultet, Osijek.
13. Splichal, S. (2014). Masovni mediji između javnosti i javne sfere. Izvorni znanstveni rad, Univerzitet u Ljubljani.
14. Štavljanin, D. (2012). Demokratija i mediji u eri globalizacije. Doktorska disertacija, Univerzitet u Beogradu: Fakultet političkih nauka, Beograd.
15. Štojs, T. (2008). Gilles Lipovetsky Paradoksalna sreća: ogled o hiperpotrošačkom društvu, Zagreb.
16. Žakman-Ban, V., Špehar Fikuš, K. (2016). Konzumerizam - Društveni fenomen i nova ovisnost, Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
17. Žakman-Ban, V., Špehar Fikuš, K. (2016). Konzumerizam - Društveni fenomen i nova ovisnost, Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
18. Vasić, M. (2010). Uticaj društvenih mreža Interneta na društvo. Master rad, Univerzitet u Beogradu: Filološki fakultet
19. Veljanovski, R. (/) Obrazovanje za medije u novom tehnološkom dobu - promjene diskursa. Naučni rad, Univerzitet u Beogradu: Fakultet političkih nauka, Beograd.
20. Vertovšek, N. i Tomović, A. (2015). Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije. Studentski radovi, Sveučilište u Zadru.

21. Vitković, B. (2010). Internet i razvoj demokratske javne sfere. Pregledni rad, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu.
22. Vuletić, S., Jeličić, A., Karačić, S. (2014). Bioetičke konotacije interneta. Izvorni znanstveni rad, Katolički bogoslovni fakultet u Đakovu Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Sveučilišni odjel za forenzične znanosti, Sveučilište u Splitu.

Elektronski članci

1. Alić, S. (s.l) In Media Res, Časopis filozofije medija. Dostupno na <http://www.centar-fm.org/inmediasres/index.php/seadalic> , pristupljeno (13. 06. 2020)
2. Deljanin, A. (2013). Razvoj saobraćaja i komunikacija u svijetu i Bosni i Hercegovini, dostupno na: <https://www.scribd.com/doc/189830834/Skripta-Predavanja-Razvoj-Saobracaja-i-Komunikacija-u-Svijetu>, pristupljeno (23. 04. 2021)
3. Juričić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. Stručni članak, dostupno: <https://hrcak.srce.hr/> pristupljeno (15. 06. 2020)
4. Leburić, A., Sladić, M. (2004). Metode istraživanja interneta kao novog medija. Izvorni znanstveni članak, dostupno: <https://hrcak.srce.hr/190042> pristupljeno (11. 06. 2020)
5. Valkovič, J. (2016). Uticaj medija na socijalizaciju, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/170107> pristupljeno (02. 11. 2020)
6. Vejmelka, L., Brkić, G., Radat, K. (2016) Dječja pornografija na internetu - obilježja osuđenih počinitelja. Izvorni znanstveni rad, dostupno: <https://hrcak.srce.hr/185205> pristupljeno (12. 06. 2020)
7. Zgrabljic, R. N. (2005) Medijska pismenost i civilno društvo, dostupno na <http://www.medijskapismenost.net> , pristupljeno (07. 06. 2020)

Internet-izvori

1. <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/lewis-mumford-tehnologija-i-demokratija?v=1601855810>
2. <http://digitalnapismenost.net/2017/11/30/javno-mnenje-internet-demokratija/>
3. <https://elektronickeknjige.com/knjiga/peovic-vukovic-katarina/mediji-i-kultura/i-medij-je-simptom/>
4. <https://www.living-democracy.hr/textbooks/volume-1/part-1/unit-1/chapter-1/lesson-2/>
5. <https://domomladine.org/debate/tribina-internet-i-demokratija/>
6. <http://ideje.hr/pristranosti-nevidljive-ruke-na-trzistu-ideja-cenzura-u-privatnim-i-javnim-medijima-trebaju-li-mediji-demokratsku-kontrolu/>
7. <https://hrcak.srce.hr/>
8. <https://www.enciklopedija.hr/>
9. <https://severnyetravy.ru/bs/dzheims-klerk-maksvell-biografiya-nauchnye-trudy-dzheims-maksvell/>