

Internet kao mediji i kultura

Lesar, Grgur

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:226246>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-13**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Grgur Lesar

INTERNET KAO MEDIJ I KULTURA

Završni rad

Zagreb, 2022.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

GRGUR LESAR

INTERNET KAO MEDIJ I KULTURA

ZAVRŠNI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Stipan Tadić

Sumentor: dr. sc. Petar Bilobrk

Zagreb, 2022.

Sadržaj

Sažetak	3
Uvod	4
1. Internet kao kultura	5
1.1 Počeci interneta	5
1.2 Kultura interneta.....	6
1.3 Razvoj tehno-kulture i cyber-kulture, te pojava kiberidentiteta.....	6
1.4 Digitalna kultura i virtualni identitet.....	7
2. Internet kao medij.....	9
2.1 Internet kao medij i multimedij, tehnološki „boom“ i novo razumijevanje medija u 20. stoljeću	9
2.2 Revolucija komunikacije, društveni mediji i revolucija na mreži.....	9
2.3 Preopterećenje informacijama i informacijski zamor	10
2.4 Sindrom stalne djelomične pažnje.....	10
3. Internet i društvo.....	11
3.1 Tehnodeterminizam i tehnofobija kao postmoderna stvarnost	11
3.2 Internet i nove društvene klase.....	11
3.3 Hakerska etika i kultura.....	11
3.4 Taktički mediji: radikalizmi informacijskog doba	12
3.5 Izazovi umreženog društva.....	13

3.6	Internet je poruka	14
	Zaključak.....	16
	Literatura.....	18

Sažetak

Internet ili svemrežje predstavlja povezivanje računalnih mreža tako da je moguć prijenos podataka iz jedne mreže u drugu i njegov cilj je povezivanje svih medija. Internet je nastao krajem 1960-ih godina, za vrijeme Hladnoga rata u vojne svrhe, kao siguran način komunikacije. Devedesetih godina postao je komercijaliziran i dostupan javnosti te je preuzeo ulogu povezivanja računalnih mreža i svih medija te postao najbrže rastući medij. Internet služi i za mnogo više, ne samo komunikaciju, služi i kao izvor informacija, za socijalizaciju, obrazovanje ili zabavu. Internet služi i kao multimedij. Razvojem tehnologije pojavio se i kiberidentitet. To je identitet koji osoba ima na mreži, odnosno internetu, a može se razlikovati od stvarnog, fizičkog identiteta, ovisno kakvu impresiju pojedinac želi ostaviti na druge. Ljudi sada mogu i stvarati svoj sadržaj i gubi se razlika između *consumersa* i *producersa* i nastaju *prosumersi*. Zbog velike količine informacija koje internet nudi, došlo je do sindroma stalne djelomične pažnje. Javlja se dvije struje kao odgovor naglom tehnološkom napretku, a to su tehdeterminizam koji prihvaća sve što nova tehnologija nudi i tehnofobija koja je isključiva i odbija sve što tehnologija nudi. Pojavom interneta nastaju nove društvene klase. Netokrati su bogati moćnici kojima je cilj pomoću interneta kontrolirati društvo, a s druge strane su konzumtarijati koji konzumiraju sadržaj koji im internet nudi. Postoji i hakerska kultura koja je nešto sasvim drugo od onoga što prikazuju mediji. Cilj hakera je razmjena znanja s drugima, a ilegalno ulaženje u stranice i razbijanje šifri rade *crackersi*. Pojavljuju se izazovi umreženog društva, to su sigurnost, isključenje iz mreža i usadivanje sposobnosti za obradu informacija. Mnogi se ljudi opravdano boje što će nova tehnologija i internet donijeti budući da u potpunosti mijenja društvenu strukturu nastalu u industrijskom razdoblju.

Uvod

Polovicom 20. stoljeća televizija je bila glavni medij, ali to se mijenja. Iako je prvi puta korišten polovicom 20. stoljeća, internet se polovicom 90-ih godina prošlog stoljeća počeo masovno koristiti korištenjem internet protokola World Wide Web. Internet je promijenio mnoge aspekte ljudskih života i društva, utječe na ekonomiju, kulturu, medije, politiku i svakodnevni život. Proglašen je medijem zbog omogućavanja komunikacije. Internet služi kao multimedij jer npr. novinari mogu objavljivati članke koji sadrže i videozapise ili fotografije te omogućavaju čitateljima da komentiraju i tako uspostavljaju komunikaciju s novinarima i drugim čitateljima. Tehnologija utječe na društvo tako što mijenja njegovu strukturu, ali i na vrijednosti u društvu. Ima mnogo pozitivnih strana, ali i negativnih. Dolazi do preopterećenja informacijama koje izazivaju osjećaj apatije, ravnodušnosti i mentalnu iscrpljenost. Ljudi svejedno žele ostati u toku sa svime pa dolazi do sindroma stalne djelomične pažnje i ljudi se zbog želje za produktivnošću fokusiraju na više stvari odjednom i više ne razaznaju bitno od nebitnoga. Svijet je danas toliko umrežen zbog globalizacije kojoj je upravo internet i doprinio da ga više nitko ne može izbjeći i mora biti umrežen jer u suprotnome je odcijepljen od ostatka društva i izoliran. Oni koji su svjesni stanja društvenog poretka, medijima koji su u službi politike, odgovaraju „taktičkim medijima“ koji se protive dominantnoj politici, kulturi i ekonomiji. Postoje skupine, tj. grupe ljudi koji odbijaju modernu tehnologiju i internet, ali čak i oni ga koriste za promociju vlastitih ideja. Budućnost interneta teško je predvidjeti budući da tehnologija rapidno napreduje, ali ono što se može sa sigurnošću objasniti je uspon i sve veći utjecaj interneta na društvo. Također, ono što može pružati nadu jest da internet sam po sebi nije nužno loš, on je samo alat, a način na koji će se koristiti i za što je na društvu da odluči jer time odlučuje o svojoj budućnosti i sudbini.

1. Internet kao kultura

1.1 Počeci interneta

Prije svega, bilo bi važno dati neki povijesni pregled i kontekst nastanka interneta. Dakle, prema Albirini (2008: 50, 51) internet je nastao kao posljedica straha Zapadnih sila od gubitka svoje političke i ekonomske nadmoći nakon Drugog svjetskog rata i masovne dekolonizacije „Trećega svijeta“ te kao posljedica Hladnoga rata i rivalstva između dviju velesila – SAD-a i SSSR-a. „Sam Internet razvijen je krajem 1960-ih kako bi pružio „sigurnu i preživljivu komunikacijsku mrežu za organizacije koje se bave istraživanjem povezanim s obranom“ (Internet Society, 2006).“¹ (Albirini, 2008: 50). Ranih 1990-ih, internet je postao komercijaliziran pod korporativnim pritiskom jer su korporacije željele koristiti internet kako bi stvorile „beskrajno kiber tržište“.

Prema Žganec (2015: 9, 10, 18) novine, televizija i radio samo su temelji razvoja interneta. Konačan cilj interneta je spajanje ovih medija, a novitet u takvoj vrsti komunikacije je decentralizacija. Dakle, dok su radio i televizija bili centralizirani izvori informacija i koji su nudili kontrolirane informacije, cilj interneta je decentralizacija izvora podataka i spajanje u jednu veliku globalnu mrežu. Internet daje mogućnost povezivanja s drugima i spajanja na globalnu mrežu podataka. Time je omogućen pristup velikom broju informacija i podataka te je otvoren ulaz virtualnom svijetu. „Internet ili *Internetwork* predstavlja povezivanje računalnih mreža tako da je moguć prijenos podataka iz jedne mreže u drugu, gdje svaka od mreža ima svoju vlastitu adresu. To je globalan otvoreni mrežni sustav.“ (Žganec, 2015: 18). Internet kakav danas poznajemo pojavljuje se polovicom 90-ih godina 20. stoljeća, a tada je razvijen HTML² i WWW³. Od tada je internet postao najbrže rastući medij u povijesti.

¹ *Internet Society* prema Albirini, 2008: 50

² Prema Hrvatskoj enciklopediji: „hipertekst (hiper- + tekst), skup dokumenata u elektroničkom obliku, pretežno tekstovnog i slikovnog sadržaja, međusobno povezanih elektroničkim uputnicama, *poveznicama* (*hipervezama, linkovima*).“ „Hipertekstovni dokumenti izrađuju se s pomoću programskoga jezika *HTML* (*HyperText Markup Language*)...“

³ Prema Hrvatskoj enciklopediji: „WWW (akronim od engl. 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*.“

1.2 Kultura interneta

Prema Castells (2003: 47, 48) kulturu interneta tvore četiri sloja, a to su: tehno-meritokratska kultura koja je ugradnjom pravila i običaja usmjerena prema tehnološkim projektima, hakerska kultura, virtualno komunitarijansku kulturu koja dodaje društvenu dimenziju čineći internet medijem i poduzetničku kulturu koja putem novčane zarade širi upotrebu interneta u sve društvene domene. Tehnološki sustav je tvorevina društva, a sve društvene tvorevine oblikuje kultura. Kultura interneta je kultura stvaratelja interneta. To je skup vrijednosti i vjerovanja koja oblikuju ponašanje. Ovdje je riječ o kolektivnoj konstrukciji koja nadilazi individualne prioritete. To može biti poduzetnička kultura, hakerska kultura itd. Kada je Bill Gates stavio zaradu prije tehnološke inovacije, stvorio je poduzetničku kulturu.

1.3 Razvoj tehno-kulture i cyber-kulture, te pojava kiberidentiteta

Prema Kuleš (2015: 6, 7) internet i društveni mediji velikim su dijelom utjecali i na pojavu novih kulturnih politika i trendova. Kultura obuhvaća mnoge vrijednosti, stavove te prihvatljive načine ponašanja. Ona utječe na osobnost i razmišljanje. Postavlja se sljedeće pitanje: ugrožava li razvoj tehnike i tehnologije kulturu koja predstavlja ispravan način života? Susretom kulture i tehnologije javljaju se neke nove potrebe koje je uzrokovala sama tehnologija te tako tehnologija oblikuje kulturu. Kultura se danas sve više odvaja od tradicije te je određena tehnološkim razvojem i ekonomskim potrebama. Danas je prisutan strah od društvene kontrole putem tehnologije što se zapravo već ostvaruje te dolazi do nametanja unaprijed određene kulture koju će svi morati prihvatiti. Suvremena tehnologija ne utječe samo na društvo općenito tako što mijenja njegovu strukturu, već i na individualne vrijednosti u društvu. Pojavom suvremene tehnologije pojavio se i kiberidentitet, tj. identitet koji osoba ima na mreži, odnosno internetu, a koji se može razlikovati od onoga u stvarnom životu, o čemu će više riječi biti u idućem poglavlju. Cyber-kultura predstavlja novu kulturu informacijskog društva. Danas se nametnula kao jedina prevladavajuća kultura. *Cyber* prostor se nerijetko koristi kao metafora za internet i računalnu komunikaciju koja je posredovana novim medijima.

1.4 Digitalna kultura i virtualni identitet

Prema Pasqualetti, Nanni (2005: 257-260) digitalna se kultura može definirati kao prijelaz iz masovne kulture s centraliziranom kontrolom na decentraliziranu i destrukuiranu, poosobljenu kulturu koja se neprekidno mijenja. S jedne strane, digitalna kultura promiče pluralizam upravo zahvaljujući svojoj prilagodljivosti, a s druge strane lak prijenos informacija promiče izvoz kultura koje su ekonomski jače, izazivajući učinak globalizacije. Digitalna kultura nije centralizirana i strukturirana čime se jačaju otpori vladajućoj kulturnoj prevlasti i otvara prostor protivljenju, kao što su ekološki pokreti, protivnici skupine G8, kulturne, rasističke, alternativne manjine i dr. Digitalna kultura je istovremeno i problem i rješenje ljudskoga života. Digitalnu kulturu može se opisati kao kulturu koju obilježava brzina jer zahvaljujući internetu komunikacija danas putuje nevjerojatnom brzinom. Digitalna kultura obilježena je i nomadskim stavom jer se u mreži putuje. To je kultura odvajanja, a ne pripadnosti nečemu specifičnom jer promiče duh istraživanja. To je kultura ponude i velikodušnosti. Ta kultura potiče i osjećaj za ekologiju jer udruge za zaštitu okoliša organiziraju skupove koji se održavaju pomoću mreže, tj. interneta i mobitela.

Prema Čöteli (2019: 5-7, 9) postajući članovima grupa, korisnici društvenih mreža su u mogućnosti razmjenjivati ideje s onima koji imaju sličan svjetonazor što stvara javnu sferu. Te grupe mogu se zalagati za prava životinja, biti klubovi čitatelja knjiga, grupe za očuvanje okoliša, političke grupe i razne druge. Internet danas privlači sve više ljudi zbog mogućnosti i slobode koju nudi pa su tako danas mnogi uređaji kontrolirani putem interneta kao npr. televizija. Televizija kao najpopularniji medij, povezana je s internetom te nudi mogućnost pristupa internetu, a time i raznim ugrađenim aplikacijama i *YouTube-u* u slučaju da gledatelj nije zadovoljan televizijskim programima. Pojavom interneta publika prestaje biti pasivna nakon gotovo 80 godina televizije i 90 godina radija u samo 5 do 10 godina pojavom novih medija. Idući dio poglavlja fokusirat će se na digitalni, odnosno virtualni identitet koji pojedinci sada mogu stvarati putem interneta i prikazati kako to utječe na međuljudske odnose i impresije, a o čemu je govorio i E. Goffman u svojoj teoriji samopredstavljanja. „Korisnici društvenih mreža stječu digitalne identitete stvaranjem vlastitih profila i predstavljaju se u virtualnom svijetu s tim identitetom. Identiteti su važni za interakciju pojedinaca s drugim korisnicima, da ih se prati i da dobivaju lajkove. Digitalne osobne iskaznice koriste se kao izlog, a pojedinci su svoj identitet izgradili onako kako se žele

odražavati.“ (Čöteli, 2019: 6). Digitalni identiteti dobivaju na snazi brojem veza s drugim identitetima, odnosno broju prijatelja na društvenim mrežama i broju *lajkova*. Moglo bi se reći da socijalni kapital o kojemu je govorio P. Bourdieu vrijedi u virtualnom svijetu kako i u fizičkom. Kao što je ranije u tekstu navedeno, digitalni identitet može se razlikovati od fizičkoga, a razlog je to što je to umjetno stvoren identitet koji pojedinac izgrađuje za sebe kao oblik bijega od stvarnoga svijeta. Internet pruža ljudima mogućnost da u kibernetičkom prostoru rade stvari koje ne mogu u stvarnome svijetu. Profili na društvenim mrežama također omogućuju da se odnosi iz fizičkoga svijeta prenesu u virtualni svijet. Na ovaj način pojedinci mogu sudjelovati u raznim društvenim grupama i osjećati pripadnost, iako ona bila virtualna. Prema Goffmanu, ljudima je važno kako ih drugi doživljavaju i zato stvaraju identitete za koje misle da će se drugima svidjeti i biti prihvaćeni te se osobe koje su u potrazi za socijalizacijom nastoje integrirati pomoću ideala i pravila ponašanja, odnosno normi koje ima društvena struktura kojoj misle da pripadaju. Još jedan način na koji je internet promijenio komunikaciju je građansko novinarstvo. Ovom tradicionalnom mediju, internet je pridonio tako što fotografije, video ili audio zapise nekog događaja objavljene na internetu koriste izdavačke kuće u svojim člancima. Kao što je već ranije rečeno, ljudi više nisu samo *consumersi*, nisu više samo pasivni potrošači medija, već ga putem interneta i aktivno stvaraju tako što sami izrađuju svoje web stranice, pišu blogove, izrađuju profile na društvenim mrežama, izrađuju svoje *YouTube* kanale i sl.

2. Internet kao medij

2.1 Internet kao medij i multimedij, tehnološki „boom“ i novo razumijevanje medija u 20. stoljeću

Prema Žganec (2015: 20, 21) glavni medij i glavni izvor informaciju polovicom 20. stoljeća bila je televizija. Koristila se u razne komercijalne i nekomercijalne svrhe te je bila najzastupljeniji izvor informacija. Taj trend promijenio se sredinom 90-ih godina kada je internet preuzeo ulogu vodećeg medija. Internet kao medij nudi gotovo beskrajne mogućnosti korištenja sadržaja. Upravo zbog mogućnosti komuniciranja s drugima internet je proglašen medijem. Međutim, komunikacija nije sve što internet nudi, internet je daleko više od komunikacije. „Putem interneta čovjek se može socijalizirati, informirati, obrazovati i zabaviti.“ (Žganec, 2015: 20). Novinari kao sredstvo objavljivanja svojih radova koriste internet kao i većina novih medija koji kao svoju platformu koriste internet. Pisci putem interneta objavljuju svoje knjige. Dakle, internet objedinjuje sve medije. Internet se svrstava u nove medije jer se bazira na novijim tehnološkim spoznajama i zato što nudi interaktivne i multimedijske sadržaje. Svaka nova tehnološka inovacija polazi od povezanosti na internet. Internet je sam po sebi multimedij i većina sadržaja na internetu je multimedijska. To je zapravo baza za multimedijske sadržaje koji potiču interakciju između ljudi. Npr., novinarski članak na internet portalu potiče komunikaciju između čitatelja i novinara omogućavanjem komentara. „Plasiranjem nekog sadržaja na internet taj sadržaj postaje globalan, jer je internet globalni medij.“ (Žganec, 2015: 21).

2.2 Revolucija komunikacije, društveni mediji i revolucija na mreži

Prema Kuleš (2015: 9, 10, 13) društveni mediji promijenili su komunikaciju koja se konstantno mijenja. Korisnici više nisu samo oni koji konzumiraju sadržaj, nego ga sada mogu i stvarati, odnosno oblikovati. Dolazi do novih oblika javne i privatne komunikacije razvojem društvenih medija. Dolazi i do revolucije kulture time što sada korisnici i kreiraju sadržaj, a ne da ga samo konzumiraju. Dolazi do promjene u kulturnoj proizvodnji gdje nije točno određeno koje su funkcije *consumersa*, tj. onih koji konzumiraju sadržaj i *producersa*, tj. oni koji proizvode sadržaj. Ovime nastaje model *prosumersa*, a najpoznatiji primjer toga je

Wikipedija gdje korisnici imaju mogućnost prikupljati znanje i kreirati ga. Uslijed sve većeg razvoja interneta i društvenih medija, sve je ugroženija sigurnost na njima. Na internetu je sve više nezakonitih sadržaja usmjerenih protiv nacionalne sigurnosti, ljudskog dostojanstva, zaštite maloljetnika, ekonomske i informacijske sigurnosti.

2.3 Preopterećenje informacijama i informacijski zamor

Prema Kuleš (2015: 14, 15) u današnjem društvu informacija predstavlja glavnu vrijednost. Brzo se proizvode, nestaju i mijenjaju. Često se koriste i kao alat za manipulaciju društvom. Pojedinač više ne zna razlikovati koje su informacije bitne od onih koje nisu i nastoji biti u tijeku, a to čini tako da svemu što radi posvećuje djelomičnu pažnju. To se naziva sindrom stalne djelomične pažnje. Zbog previše informacija dolazi do osjećaja informacijskog zamora. Posljedice toga su apatija, ravnodušnost, te mentalna iscrpljenost koje proizlaze iz izloženosti prevelikoj količini informacija. Stres je također posljedica pokušaja asimilacije prekomjerne količine informacija iz medija, radnog mjesta ili interneta općenito.

2.4 Sindrom stalne djelomične pažnje

Prema Kuleš (2015: 16) ranije je spomenuto djelomično posvećivanje pažnje svemu što se radi kako bi se ostalo u tijeku s velikom količinom informacija s kojima se ljudi susreću svaki dan. Ovaj sindrom opisala je računalna stručnjakinja, Linda Stone, koja ga objašnjava kao posljedicu stalnog *multitaskinga*. Poticaj za *multitasking* je želja za produktivnošću i učinkovitosti. „Sindrom stalne djelomične pažnje odnosi se na stalno, ali djelomično posvećivanje pažnje određenom zadatku ili informaciji. Ono što potiče ovaj sindrom je želja pojedinca da se poveže i da je konstantno povezan...” (Kuleš, 2015: 16). Pojedinač želi stalno istraživati sadržaje te odabirati one najbolje. U principu, glavni razlog za sindrom stalne djelomične pažnje je želja da se ništa ne propusti. Ovo ponašanje može biti funkcionalno u malim količinama, ali u većim količinama doprinosi stresnom načinu života, preopterećenju informacijama te ostavlja ljude nezadovoljnima, a ponekad i ravnodušnima. Pokazalo se da se mlađe generacije sve više kreću tom sindromu. U modernom dobu ljudi su usmjerili pažnju na organizaciju i upravljanje vremenom, a sve se manje usmjeravaju na to kako upravljati pažnjom i posvetiti ju onome što je bitno.

3. Inernet i društvo

3.1 Tehnodeterminizam i tehnofobija kao postmoderna stvarnost

Prema Kuleš (2015: 17, 18) za medije je važno reći da su promijenili društvo, a posebno vrijednosti, stavove i ono što je prihvatljivo. Tehnodeterminizam podrazumijeva društvo koje je oblikovala tehnologija. Tehnodeterminizam vidi medije kao nešto što je samorazumljivo i poveznica između tehnologije i kulture. Mesch u svom radu pod naslovom „The Internet and Youth Culture“ iz 2009. godine piše: „Tehnološki determinizam na tehnologiju gleda kao na neovisnu silu koja pokreće društvene promjene. Sama tehnologija primjenjuje uzročno-posljedični utjecaj na društvenim praksama, a tehnološke promjene potiču promjene u društvenoj organizaciji i kulturi bez obzira na želju društva za promjenama.“ (Mesch, 2009: 51). S druge strane, postoji niz ljudi koji se protive tehnološkom napretku i ne vjeruju u znanstveno-tehnološku paradigmu. Često su u suprotnosti s onim što zagovaraju jer pokušavaju masovno djelovati protiv tehnologije i pozivaju na informacijsku dijetu, tj. odbacivanje informacija, a sami poziv predstavljaju informaciju.

3.2 Internet i nove društvene klase

Prema Kuleš (2015: 22) internet i nove društvene mreže svojom su pojavom utjecali na nastanak novih društvenih klasa pa tako i netokrata koji uz pomoć Mreže, tj. interneta jačaju svoje mjesto i društvenu ulogu, a pasivna i „podređena“ klasa konzumarijata biva sve više upravljana od strane medija i kulturne zabave. Korisnici interneta i novih medija nastavljaju konzumirati, ali i postaju i njihovi stvaratelji pa se to može nazvati svojevrsnom revolucijom korisnika. Važna je i pojava hakerske etike koja značajno utječe na kulturu kreativnosti i inovacije, na pojavu i širenje društvenog aktivizma pa stoga utječe i na društveno-ekonomski razvoj. „Internet i društveni mediji danas su jedni od najutjecajnijih i najvažnijih pokretača, kako društvenih promjena, tako i kulturnih i ekonomskih.“ (Kuleš, 2015: 22).

3.3 Hakerska etika i kultura

Prema Kuleš (2015: 19) hakeri se definiraju kao ljudi koji smatraju kako je dijeljenje informacija pozitivno dobro, a hakerska etika definira se kao etička dužnost hakera da

razmjenjuju stručno znanje s drugima i pišu slobodan softver kako bi olakšali pristup informacijama i računalima. Prema Castells (2003: 52) Pekka Himanen drži kako je hakerska etika kulturna karakteristika informacionalizma. Hakeri imaju središnju ulogu u konstrukciji interneta jer potiču iz *milieua* iz kojeg proizlaze revolucionarne tehnološke inovacije, te zato što povezuju znanje nastalo u tehno-meritokratskoj kulturi s poduzetništvom. Hakeri nisu ono što mediji govore, oni koji ilegalno ulaze u sustave, ruše ih i razbijaju šifre nazivaju se *crackersi*. Hakerska etika je skup vrijednosti i vjerovanja nastalih iz mreža računalnih programera. Ikona hakerske kulture je Eric Raymond.

3.4 Taktički mediji: radikalizmi informacijskog doba

Prema Pupovac (2001: 33-40) „Manuel Castells informacijsko društvo opisuje kao specifičnu formu socijalne organizacije u kojoj generacija, procesiranje i prijenos informacija postaju fundamentalni izvori produktivnosti i moći”. (Pupovac, 2001: 34). Novo društvo povezuje znanje i informacije s ekonomijom, tj. kulturu s proizvodnim snagama. Javlja se novi oblik kapitalizma: informacijski kapitalizam. Globalizacija postaje osnovni proces društvene dinamike. „Nasuprot globalnim informacijskim mrežama stoje pojedinci, socijalni akteri, sa svojim partikularnim identitetima, na osnovi kojih se organiziraju društva, pruža otpor ili pokreću novi socijalni pokreti.“ (Pupovac, 2001: 34). Kibernetički prostor se pojavljuje kao novi socijalni prostor interakcije u kojemu više nema potrebe za fizičkim kontaktom. Internet se uvlači u sve pore svakodnevice i kolonizira društveni svijet. U „Kritici društvenog života“ francuski sociolog Henri Lefebvre objašnjava da otuđenje operira na svim nivoima društvenog života i da nije samo nusprodukt industrijskog kapitalizma, već da je i njegov kamen temeljac. Mediji masovne komunikacije opisuju se kao ideološki državni aparati i centri moći koji promiču kulturu konzumerizma i pasivnog potrošača. Novooformljena tehnološka elita koja se još popularno naziva „kompjutersima“ promiče ideje antikonzumerizma i antikorporativizma. Internet se s jedne strane preko kontrakulture suprotstavlja korporativnim interesima, a u isto vrijeme, s druge strane dovodi do komercijalizacije. Mediji prestaju biti samo strateški centri prenošenja poruka i postaju oružja za akciju. Socijalni pokreti u informacijskom dobu su produkt globalizacije čiji je cilj suprotstavljanje establišmentu. Danas socijalni aktivisti svakodnevno usmjeravaju svoja virtualna oružja protiv vlada, ekonomskih institucija, medija i drugih globalnih političko-

ekonomskih poredaka. Moderno ratovanje temelji se na principu „znanje je moć“ što znači da mobilnost više nije od presudne važnosti, nego količina informacija koju određena strana posjeduje. Geert Lovink, tvorac pojma „taktički mediji“ govori da oni stvaraju mrežu komunikacije i koordinacije koja se suprotstavlja dominantnoj politici, kulturi i ekonomiji. „Revolucija elektronske tehnologije omogućila je „običnim“ ljudima da sami proizvode medijski sadržaj.“ (Pupovac, 2001: 38). Postoje dva modaliteta taktičkih medija, a to su netaktivizam i haktivizam. Razlikuju se u tome što se prvi referira na upotrebu interneta za zastupanje i promoviranje ideja, a drugi na konkretno subverzivno djelovanje. Informacijska tehnologija s jedne strane je viđena kao raj slobode i svemogućnosti, a s druge kao savršeno totalitarno oružje za nadziranje koja proizvodi kibernetičke i uniformne robove. Protuotrov za to su taktički mediji. „Ako prihvatimo činjenicu da mediji kreiraju našu stvarnost, moramo postaviti pitanje kako mi sami možemo utjecati na tu kreaciju. Taktički mediji pokazuju se kao adekvatno sredstvo...“ (Pupovac, 2001: 40).

3.5 Izazovi umreženog društva

Prema Castells (2003: 301-308) internet je tehnologija slobode, ali može dati slobodu moćnima da tlače neinformirane, to dovodi do izolacije obezvrjeđenih. U općem je smislu društvo ostalo isto. Širom svijeta zapažen je izrazit osjećaj nelagode vezan uz promjene koje donosi tehnologija. Ignoriranjem tih osjećaja, uništiti će se obećanja novog društva. Taj se osjećaj izražava npr. kolektivnim demonstracijama protiv globalizacije. Globalizacija se tijekom ovog rada kontinuirano spominje, to je ključna riječ za novi tehnološki, ekonomski i društveni poredak. Mnogi građani osjećaju strah što će novo društvo čiji je simbol internet donijeti vezano uz zaposlenje, obrazovanje, socijalnu zaštitu. To su sve objektivni strahovi kao što su objektivni strahovi i osjećaj nedostatka kontrole, ubrzanja života i trčanje prema nepoznatim ciljevima. Otpor prema svijetu interneta i nezadovoljstvo povezano je s izazovima na koje nije odgovoreno. Jedan od tih izazova je sloboda. Budući da je moguće posjedovati infrastrukturu mreža, moguće je kontrolirati pristup i njihovo korištenje koje postaje monopolizirano komercijalnim političkim interesima. Internet je sveprožimajuća infrastruktura života i zato je bitka za posjedovanje te infrastrukture ujedno i bitka za slobodu. Drugi izazov je isključenje iz mreža što je jednako osudi na marginalnost. To se postiže ekonomskim ili institucionalnim preprekama u pristup mreži slabijom proizvodnjom

sadržaja što dovodi do podjele u svijetu, ali ne na svjetski Sjever i Jug, nego na uključene i isključene. I treći izazov, usađivanja sposobnosti za obradu informacija i generalizacije znanja svakoga od nas. To znači stjecanje intelektualne sposobnosti za učenje tijekom cijelog života, pretraživanje digitalnih podataka i njihovo kombiniranje u bilo koju svrhu se to želi. Ovaj izazov dovodi u pitanje obrazovni sustav koji je razvijen u industrijsko doba. S obzirom na to da se socijalna skrb temelji na sustavu industrijskih odnosa i stabilnog zaposlenja, ona je na udaru. Pretjeranost isključivo liberalnog poretka pojedinačnog samozapošljavanja čime se fanatični svijet beskrajnog neometanog ekonomskog napretka, mora srušiti. Autor također spominje slobodno tržište koje kao takvo ne postoji jer ga ipak reguliraju državne institucije, zakoni, sudovi itd. Primjer potpune deinstitucionalizacije je Rusija za vrijeme Jeljcinovih reformista koje je podržavao Međunarodni monetarni fond 90-ih godina čime je došlo do prisilnog prisvajanja javnih dobara što je oligarhija. Računalne mreže mogle bi služiti kao tehnološko sredstvo regulacije koje bi moglo ukrotiti dinamiku tržišta. Dolazi do degradacije zaštite okoliša kao još jedan izazov čiji je odnos dvostruk jer je utemeljen na internetu. „S jedne strane, budući da ekonomija koju pokreću mreže nemilosrdno pretražuju planet u potrazi za prilikama za zaradu, prirodni resursi se brzo eksploatiraju, a prisutan je i ekonomski rast štetan za okoliš.“ (Castells, 2003: 305). Najstariji strah je strah od tehnoloških čuda što ih je čovjek u stanju stvoriti. Bill Joy određuje kontradikciju uspona umreženog društva, a to je kontradikcija između pretjeranog tehnološkog razvoja, a nedovoljnog institucionalnog i društvenog razvoja. Moglo bi se reći „pa ljude ne treba biti briga za mreže“, ali treba ih biti briga za mreže jer mreže će se pobrinuti za njih htjeli oni to ili ne, a ako žele živjeti u ovoj civilizaciji, moraju imati posla s umreženim društvom.

3.6 Internet je poruka

Prema Castells (2003: 13, 16) godina 1995. bila je prva godina rasprostranjenog korištenja interneta i te godine internet je imao 16 milijuna korisnika, već 2001. godine 400 milijuna, a danas, prema World Internet Users Statistics and 2022 World Population Stats, preko 5 milijardi korisnika. No, nije bitan samo broj korisnika, već i kvaliteta korištenja. Bitne ekonomske, društvene, političke i kulturne djelatnosti strukturiraju se uz pomoć i oko interneta. Isključenje iz tih mreža bi bilo jedan od najštetnijih oblika isključenja u našoj ekonomiji i našoj kulturi. Mediji variraju između izvještavanja o ponuđenoj zadivljujućoj

budućnosti i u isto vrijeme se pridržavaju osnovnog načela novinarstva da je samo loša vijest vrijedna objavljivanja. Internet je temeljno sredstvo za razvitak Trećeg svijeta, ali ovisi o tome kako se koristi. Primjer koji autor u knjizi navodi je primjer Kolumbije koja nije napredovala jer kriminalci i karteli koriste internet za prijetnje, selektivne otmice itd. Dakle, internet nije utopija niti distopija, već izraz nas samih.

Zaključak

Dakle, internet koji je postao najbrže rastući medij može služiti kao alat u mnogim sferama života i može se koristiti u vlastitu korist ili u korist društvu, ali može se služiti internetom i protiv društva ili protiv trenutnog društvenog poretka, tj. establišmenta. Moglo bi se reći da je internet u mnogim pogledima dvosjekli mač, u jednu ruku pruža slobodu ne samo konzumirati, već i stvarati sadržaj, pruža brz i lak pristup informacijama; komunikaciju i anonimnost koju pruža može štiti, ali u isto vrijeme nekim mrežama može biti teško pristupiti ovisno o tome tko ima nad njima monopol i koji su im ciljevi, ljudi mogu biti podložni *cyber* nasilju. Može služiti za regulaciju tržišta, a može služiti i za organizaciju kriminala, može služiti *mainstream* medijima, ali i taktičkim medijima u „ratu za informacije“ koji služe ljudima kako bi se oduprli medijima koji su u službi politike i ekonomije. Budući da su ekonomije pojedinih država jače od ostalih, internet će u vrijeme globalizacije pomoći još jačem širenju tih kultura. S obzirom na to da internet nudi toliko mogućnosti i informacija, sve više dolazi do preopterećenja informacijama i informacijskog zamora što za posljedicu ima nastanak sindroma stalne djelomične pažnje gdje ljudi stalno žele biti u toku sa svime, a budući da je informacija previše, treba ih filtrirati što se postiže tako da se svemu što se radi posvećuje djelomično. Mlađe generacije su sve više i više ovome podložne. Razvojem interneta dolazi i do nastanka novih društvenih klasa kao što su netokrati kojima je cilj stjecanje moći i kontrola društva putem društvenih medija i interneta, a budući da su to ionako bogati pojedinci, novac im nije krajnji cilj. Nasuprot njima su konzumtarijati koji konzumiraju taj ponuđeni sadržaj, ali toga mogu biti i svjesni u kojem slučaju se tome opiru taktičkim medijima, ili pomoću interneta organiziraju razne skupove ili bilo kakve druge akcije rušenja trenutnog društvenog poretka, globalizacije, konzumerizma i korporacija. Kao što internet ima dobrih i loših strana, tako postoje skupine ljudi koje ili podržavaju napredak tehnologije ili ne. Jedni prihvaćaju sve što dolazi razvojem tehnologije pa tako i medije i promjenu društva koju uzrokuje tehnologija. S druge pak strane postoje skupine ljudi koje idu o potpuno drugu krajnost i odbijaju tehnologiju i sve što ona nudi, smatraju da je informacija previše i pozivaju druge na odbijanje svega što nudi moderna tehnologija. Ovo se naziva tehnofobija. Tijekom ovoga rada cijelo se vrijeme zapravo govori o pozitivnim i negativnim stranama, odnosno posljedicama interneta i moderne tehnologije. Budućnost društva u dobu interneta gotovo je nemoguće predvidjeti jer tehnologija brzo

napreduje i reakcija društva ovisi o razvoju tehnologije budući da ju koristi kao alat otpora protiv špijuskog totalitarizma prema kojemu se društvo kreće. Internet, dakle, nije niti loš niti dobar, on je onakav kakvim ga ljudi stvore i za što ga koriste, a budućnost društva i interneta ovisi isključivo o nama kao društvu.

Literatura

Albirini, A. (2008). The Internet in developing countries: a medium of economic, cultural and political domination. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology (IJEDICT)* 4 (1), 49-65, 2008

Castells, M. (2003). *Internet galaksija. Razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk

Çöteli, S. (2019). The Impact of New Media on The Forms of Culture: Digital Identity and Digital Culture. *Online Journal of Communication and Media Technologies* 9 (2), 1-12, 2019

Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=25636>. Pristupljeno: 3. 5. 2022.

Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=66413>. Pristupljeno: 3. 5. 2022.

Kuleš, M. (2015). Internet i društveni mediji kao pokretači društvenih promjena. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet, neobjavljeni završni rad, u: <https://repozitorij.ffos.hr/islandora/object/ffos:20>. Pristupljeno: 3. 5. 2022.

Mesch, G. S. (2009). The Internet and Youth Culture. *The Hedgehog Review* 11 (1), 50-60, 2009

Pasqualetti, F., Nanni, C. (2005). Novi mediji i digitalna kultura. Izazov odgoju. *Kateheza: časopis za vjeronauk u školi, katehezu i pastoral mladih* 27 (3), 244-265, 2005

Pupovac, O. (2001). Taktički mediji: radikalizmi informacijskog doba. *Diskrepancija: studentski časopis za društveno-humanističke teme* 2 (3), 33-42, 2001

Žganec, T. (2015). Novi mediji i internet. Međimursko veleučilište u Čakovcu, neobjavljeni završni rad, u: <https://repozitorij.mev.hr/islandora/object/mev%3A51>. Pristupljeno: 3. 5. 2022.

World Internet User Statistics and 2022 World Population Stats, <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>. Pristupljeno: 3. 5. 2022.