

Utilitarizam i propaganda u globalnom selu

Hardi, Romana

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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:111:149890>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-04**



Repository / Repozitorij:

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





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI

Romana Hardi

**UTILITARIZAM I PROPAGANDA U
GLOBALNOM SELU**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2019. godine



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
ODSJEK ZA FILOZOFIJU

Romana Hardi

**UTILITARIZAM I PROPAGANDA U
GLOBALNOM SELU**

ZAVRŠNI RAD

Mentorica: doc. dr. sc. Ivana Greguric Knežević

Zagreb, rujan 2019.

Sažetak

Ovaj rad je rezultat proučavanja etičke doktrine utilitarizma, propagande kroz povijest i fenomena globalnoga sela. Prikazuje se definicija i obilježja utilitarizma kao pravca u etici, njegovi predstavnici od kojih su najznačajniji Jeremy Bentham i John Stuart Mill. Zatim, objašnjava se značenje pojma propaganda i kakav tip propagande je bio zastupljen u određenom vremenskom razdoblju. Također, objašnjena je sintagma *globalno selo* čiji je autor Marshall McLuhan. Zaključno, prikazani su i opisani odnosi koji se odvijaju u globalnom selu.

Ključne riječi: utilitarizam, propaganda, globalno selo, *cyber*, virtualnost, *online* zajednica

Summary

This paper is the result of studying the ethical doctrine of utilitarianism, propaganda through history, and the phenomena of the global village. The definition and features of utilitarianism as a trend in ethics are presented, with representatives of the most prominent being Jeremy Bentham and John Stuart Mill. Then, the meaning of the term propaganda is explained and what type of propaganda has been represented for a certain period of time. Also, the syntagma *global village*, authored by Marshall McLuhan, is explained. In conclusion, the relations that take place in the global village are presented and described.

Key words: utilitarianism, global village, *cyber*, virtuality, *online* community

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Utilitarizam.....	2
3. O propagandi općenito i propaganda kroz povijest.....	4
4. Globalno selo.....	6
5. Odnosi u globalnom selu.....	8
6. Zaključak	14
Literatura	16

Mojem imenjaku.

1. Uvod

U ovom radu pisat ću o utilitarizmu općenito, propagandi i globalnom selu. Za početak ću objasniti kako i kada je nastao utilitarizam, kao etički pravac, te tko su bili njegovi predstavnici i zastupnici, na čemu se temelji i koji je njegov cilj. Utilitarizam se počeo oblikovati tijekom 19. stoljeća u jednom obliku, a s vremenom se stvara više vrsta, odnosno tipova utilitarizma. Njegovi nedostaci su se s godinama nastojali poništiti novim poboljšanim verzijama, a krajnja svrha je uvijek ostajala jednaka.

Također ću objasniti značenje pojma *propaganda*, od kojega jezika dolazi i kakva je propaganda bila zastupljena kroz određena povijesna razdoblja, na koje se sve načine rasprostranjuje i širi te koja sredstva pritom koristi.

Zatim, što je globalno selo, kada je nastalo, tko je začetnik te sintagme i gdje se ono nalazi? Važno je napomenuti da nije riječ o nikakvom geografskom fizičkom selu, to jest mjestu. Globalno selo je metafora za novi oblik zajednice koju je stvorila informacijsko-komunikacijska tehnologija.

Konačno, cilj mi je prikazati odnose u globalnom selu, opisati propagandu globalnoga sela i pojasniti slobodu koja je pružena članovima te globalne zajednice. Može se reći kako je unazad par godina ova tema znatno popularna jer dolaskom interneta i svih mogućnosti koje nam ono nudi, dolaze i nova pitanja i problemi. Novi mediji oblikuju današnji svijet, stoga ima dosta izvora koji se bave sličnom obradom navedenih stavki.

Ovu temu sam odabrala zbog zainteresiranosti za područje filozofije medija, potaknuta slušanjem istoimenoga kolegija koji se bavi utjecajem medija na čovjeka, medijskim posredovanjem te ljudskim ponašanjem u sklopu novooblikovane kiber realnosti.

2. Utilitarizam

Smjer u etici koji je imao najveći odjek u Engleskoj tijekom 19. stoljeća je upravo utilitarizam. A filozof koji je utemeljio doktrinu utilitarizma je Jeremy Bentham.¹ To je pravac u etici koji za cilj ima korist i dobrobit cijele zajednice, svrha ljudskoga djelovanja je u dobrobiti i koristi. Određen je eudajmonizmom, maksimizacijom, egalitarizmom, konzekvencijalizmom i etičkim redukcionizmom.² Gledajući po principu najveće sreće, krajnji cilj je jedan život što je više moguće (vlastito dobro ili dobro drugih ljudi) slobodan od boli i bogat uživanjima.³ Dakle, najviše načelo morala je maksimalizirati sreću, ukupnu ravnotežu ugone i boli, odnosno maksimalizirati korist. Kada se kaže „korist“ misli se na sve što stvara ugodu ili sreću i sprječava bol ili patnju. Osnova moralnog i političkog života stoga je ugodu i izbjegavanje boli. Maksimaliziranje koristi je načelo za pojedince i zakonodavce; svaki moralni argument, prema Benthamu, mora se oslanjati na maksimaliziranje sreće. Ljudi tvrde da vjeruju u takozvane apsolutne, kategorične dužnosti ili prava, međutim, kada ne bi vjerovali u uvažavanje maksimalizacije ljudske sreće, ne bi imali osnove za obranu istih dužnosti ili prava u koja se uzdaju.⁴

Najveća slabost, to jest negativna strana utilitarizma jest neuvažavanje individualnih prava. Takav način postupanja može biti poprilično okrutan prema pojedincu. Individualna osoba je važna jedino uz preferencije svake druge osobe. Utilitaristi se služe praktičnim razmatranjima, primjerice ako mučenje jedne osobe čini grupu ljudi sretnom, iako je mučenje samo po sebi loše, no u ovom primjeru donosi više dobra nego li štete, stoga je opravdano. Sljedeći prigovor je taj da utilitarizam važe, odnosno mjeri i proračunava sreću. Procjenjuje preferencije bez suđenja, te su svačije preferencije jednako važne. Kako bi se preferencije agregirale, nužno je mjeriti ih na jedinstvenoj ljestvici. Nastoji je sve vrijednosti zahvatiti jedinstvenom vrijednosnom valutom, što nije moguće.⁵

Benthamov sljedbenik i idući značajni zastupnik utilitarizma jest John Stuart Mill. On je pokušao spasiti utilitarizam, razrađujući ga i stvarajući humaniju te manje proračunatu verziju. Mill nastoji pomiriti utilitarnu filozofiju s individualnim pravima. U svojoj knjizi *O*

¹ Sandel, Michael J. (2013.) *Pravednost: Kako ispravno postupiti?*, preveo Srđan Dvornik, Algoritam, Zagreb, str. 37.

² Utilitarizam, dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=63501> (pristup ostvaren 31. kolovoza 2019.)

³ Mill, John Stuart (1960.) *Utilitarizam*, preveo Nikola M. Popović, Novinsko izdavačko i štamparsko preduzeće „Kultura“, Beograd, str. 14.

⁴ Sandel, Michael J. (2013.) *Pravednost: Kako ispravno postupiti?*, preveo Srđan Dvornik, Algoritam, Zagreb, str. 38.

⁵ Sandel, Michael J. (2013.) *Pravednost: Kako ispravno postupiti?*, preveo Srđan Dvornik, Algoritam, Zagreb, str. 40, 42, 44 – 45.

slobodi, brani individualnu slobodu, a za središnji princip ima ljudsku slobodu, da ljudi čine sve što hoće, pod uvjetom da ne nanose drugima štetu. Država se ne miješa u individualnu slobodu, niti nameće većinska uvjerenja, jedini postupci za koje se odgovara jesu oni koji djeluju na druge. Mill smatra da se treba maksimalizirati korist na dugo razdoblje, a ne slučaj po slučaj, te će s vremenom poštovanje individualne slobode dovesti do najveće ljudske sreće. U svojem eseju *Utilitarizam* pokazuje postojanje razlikovanja viših zadovoljstva od nižih, ocjenjuje kvalitetu, a ne samo kvantitetu žudnji. On priznaje da su neke vrste ugone poželjnije i vrijednije od drugih, moguće da se često odaberu niža zadovoljstva naspram viših, no to ne znači da ne znamo razliku između viših i nižih zadovoljstva.⁶

Postoji više tipova, to jest varijanti utilitarizma, ovisno što uzimaju za vrijednost po sebi. To su dakle, utilitarizam zadovoljstva, utilitarizam preferencija i utilitarizam ideala. Utilitaristi se također razlikuju po tome koga uzimaju u svoje kalkulacije; kakve su posljedice koje utječu na ljude, a u suvremeno doba i na ostala živa bića (životinje).⁷ Utilitarizam zadovoljstva vidi samo jednu stvar koja je dobra po sebi, dobra radi same sebe, a to je zadovoljstvo. U svakoj prilici, ispravan čin je onaj čin koji će proizvesti najveće moguće zadovoljstvo, a umanjiti bol.⁸ Utilitarist preferencija kaže da je dobro zadovoljiti nečije želje, ma kakve god bile, a onemogućiti ih je loše.⁹ Sve poteškoće koje ima utilitarizam zadovoljstva otklanja utilitarizam ideala.¹⁰ Taj pravac u obzir uzima i znanje, estetske doživljaje, intelektualna i estetska iskustva. Gledajući na posljedice čega su bitne, postoje utilitarizam čina; koji kod svakog pojedinog djelovanja određuje kakav utjecaj ima na opću sreću, te utilitarizam pravila; određuje se vrsta činova, a ne utjecaj svakoga pojedinoga čina na opću sreću, ispravne su one vrste činova koje u većini slučajeva proizvode više zadovoljstva nego boli.¹¹

⁶ Sandel, Michael J. (2013.) *Pravednost: Kako ispravno postupiti?*, preveo Srđan Dvornik, Algoritam, Zagreb, str. 51 – 53, 55 – 56, 58.

⁷ Utilitarizam, dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=63501> (pristup ostvaren 31. kolovoza 2019.)

⁸ Mabbot, John David (1981.) *Uvod u etiku*, preveo Aleksandar Spasić, Nolit, Beograd, str. 27 – 28.

⁹ Utilitarizam, dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=63501> (pristup ostvaren 31. kolovoza 2019.)

¹⁰ Mabbot, John David (1981.) *Uvod u etiku*, preveo Aleksandar Spasić, Nolit, Beograd, str. 35.

¹¹ Utilitarizam, dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=63501> (pristup ostvaren 31. kolovoza 2019.)

3. O propagandi općenito i propaganda kroz povijest

Prije svega izrazito važno je objasniti značenje pojma *propaganda* (dolazi od latinske riječi *propagare*: rasprostraniti); naime definira se kao plansko širenje određenih učenja i principa, a za svrhu ima ljudsko shvaćanje nekoga novoga nazora o svijetu, te da taj nazor bude prihvaćen kao vlastiti na duže vrijeme. Istoznačnica *promidžba* jest općenito širenje, reklamiranje i populariziranje misli, ideja, uvjerenja, programa i slično, no u slojevitijem i više sustavnom obliku. Promidžbom se utječe na stavove većega broja ljudi, a kao aktivnost može se objasniti u smislu organizirane, slojevite, strukturalne i planirane akcije, odnosno djelovanja koje teži prihvaćanju političkih ideja i stavova. Za propagandu se može reći da je svojevrsna manipulacija ponašanja jer sustavno oblikuje ljudsku percepciju namjernim procesom koji pokušava stvoriti željeno ili ciljano ponašanje.¹² Već iz prijašnjih navoda, daje se zaključiti da je propagandno djelovanje ustvari jednosmjerno komuniciranje u svrhu upravljanja skupinama ili masama, iz čega se nazire negativističko obilježje propagande i načina njene komunikacije. Tim negativističkim elementom žele se pobuditi unutarnji osjećaji slušateljstva, a ne povratna komunikacija, te razmjena dobara u komunikacijskim kanalima.¹³

Krenuvši od antičke Grčke, gdje se stvarao kult heroja iz puka koji su svojim junaštvima „stjecali“ i osiguravali sebi osobine nadljudskih ili božanskih likova.¹⁴ Sve što su činili, bilo to vezano uz kulturu, politiku, snagu i disciplinu, određena dostignuća, sve se odvijalo u vidu međusobnog natjecanja među grčkim gradovima. Nerijetki slučajevi su bili sustavno upućivanje ideja prema stanovništvu pojedine susjedne države u svrhu njihova otuđenja, a krajnji korak bi bilo pripremanje toga terena radi lakšega ostvarenja političkoga cilja. Antički Rim je mnogo toga prihvatio od stare Grčke, a kao sustav teži još većemu širenju.¹⁵ Metode kojima su se služili, najčešće su bili primitivni načini širenja straha među protivnicima. Nadalje, dolazeći do srednjega vijeka, gdje se kršćanstvo kreće rasprostranjivati, započinju se križarski ratovi. Dakle, agresivne metode širenja određenoga sustava su i dalje ustaljene. Iako u vlastitim umovima s plemenitim ciljem, koristila se agresija prema islamu, dakako pripadnici islamske vjere su odgovarali na isti način.¹⁶ Nasuprot srednjemu vijeku, u renesansi se pokušava promijeniti ljudska svijest u potrebi oslobađanja ljudskoga duha. U tom razdoblju promiče se promjena načina razmišljanja, pokušava se njegovati kultura, umjetnost i društvo. Takav pristup je krenuo od Talijana koji

¹² Škarica, Matej (2012.) *Propaganda kroz europsku povijest*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, str. 13 – 14.

¹³ Škarica, Matej (2012.) *Propaganda kroz europsku povijest*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, str. 14 – 15.

¹⁴ Škarica, Matej (2012.) *Propaganda kroz europsku povijest*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, str. 19.

¹⁵ Škarica, Matej (2012.) *Propaganda kroz europsku povijest*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, str. 20.

¹⁶ Škarica, Matej (2012.) *Propaganda kroz europsku povijest*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, str. 32.

su sebe smatrali dijelom „preporoda“. U vrijeme renesanse događa se značajni napredak znanosti i tehnologije, te novo oblikovanje vijesti i javnoga mnijenja. Godine 1450. prvi puta su sastavljeni dijelovi tiskarskoga stroja, a 1455. u Europi se pojavljuje i prva tiskana knjiga *Gutenbergova Biblija*.¹⁷ U centar svega, postavlja se čovjek te humanizam postaje temeljem utječući na sve grane ljudske djelatnosti. Doba prosvjetiteljstva stiže u osamnaesto stoljeće. Prosvjetiteljstvo donosi izgradnju i modernizaciju. Stvaraju se građanske države, osnivaju škole i kulturne ustanove. Polako se počinje formirati pojam nacije te nacionalne pripadnosti, odnosno želja za pripadnošću određenoj zajednici kojima su poveznice jezik, kultura, religija, tradicija te čak i specifična fizička obilježja čovjeka.¹⁸ Devetnaesto stoljeće je otvoreno procvatu industrije, i raznim idejama po pitanju društvenoga uređenja. Polako se oblikuje kapitalizam koji je naslijedio feudalizam. Kapitalizam teži stvaranju više vrijednosti te sveopćoj kontroli proizvodnih procesa. S kapitalizmom, dakako dolazi negativni dio odbacivanja čovjeka, stvarajući ljudski otpor u obliku revolucija.¹⁹ Sve do većega razvoja tehnologije, najzastupljenija propaganda je ratovanje, ne samo najzastupljenija nego i ona koja obilježava cjelokupnu povijest.

Propaganda se širila kroz različite metode i sredstva, a neka od sredstava jesu umjetnost; likovni prikazi (poster, plakati, slike, fotografije), glazba, mediji (časopisi, novine, radio, televizija),²⁰ a u današnje doba najpoznatije sredstvo jest Internet. „Generalno i pojednostavljeno definirajući, lokalno se tako sve više okretalo prema globalnom.“²¹ Svijet je danas toliko povezan međusobno da se gubi vlastiti identitet u korist kolektivnoga, odnosno globalnoga.

¹⁷ Škarica, Matej (2012.) *Propaganda kroz europsku povijest*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, str. 42, 44.

¹⁸ Škarica, Matej (2012.) *Propaganda kroz europsku povijest*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, str. 50.

¹⁹ Škarica, Matej (2012.) *Propaganda kroz europsku povijest*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, str. 55.

²⁰ Škarica, Matej (2012.) *Propaganda kroz europsku povijest*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, str. 81.

²¹ Škarica, Matej (2012.) *Propaganda kroz europsku povijest*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, str. 82.

4. Globalno selo

Prva osoba koja je upotrijebila, odnosno stvorila termin *globalno selo* bio je Marshall McLuhan; kanadski filozof, komunikolog i profesor engleske književnosti. Termin se prvi puta spominje nakon Drugoga svjetskoga rata. *Globalno selo* je zapravo oksimoron, spojena su dva protuslovna pojma. A gdje je ono smješteno i što ta metafora znači? Globalno selo je smješteno u kibernetički prostor; medijska tehnologija, računalo, Internet, *cyberspace*. Kako je tehnologija uznapredovala i krenuli su se formirati novi medijski izdanci tako se društvo krenulo snažno povezivati, odnosno počeo se stvarati kolektivizam jer su mediji okrenuti društvenim skupinama i masama. Počinje se oblikovati novi tip društvenog i kulturnog otuđenja unutar društvenih mreža u virtualnom prostoru. Taj prostor je *cyber* zajednica, prostor u kojemu su stranci povezani posredstvom strojeva.²² Dakle, globalno selo je „nova razina ponovnog spajanja u organsku cjelinu onih dijelova civilizacije koje je mehaničko doba razdvajalo, te koji su bili određeni odnosom centar-periferija“.²³ Elektroničko doba poništava taj odnos, te sve postaje moguće na bilo kojemu mjestu u svijetu. Sve željene informacije su odmah dostupne, svijet je toliko međusobno povezan i umrežen da je ljudima gotovo sve izloženo u bilo koje doba, na bilo kojemu mjestu.²⁴

Rastavljujući sintagmu globalno selo, valja pojasniti oba pojma i na koji način su dva nespojiva termina složeni u jedan. Globalno ima značenje onoga što zahvaća cijeli svijet, odnosi se na globus. Selo predstavlja nešto tradicionalno, skup združenih ljudi koji žive na manjemu prostoru, odnosno tradicionalna zajednica koja ima tradicionalno djelovanje. Spajajući navedene pojmove, objašnjava se ispreplitanje modernog i tradicionalnog. Sva tehnologija omogućava preobrazbu svijeta u jedno globalno virtualno pleme, dakle ono moderno/postmodernno se odnosi na tehnologiju, a tradicionalno na ruralnu zajednicu i takozvani *obiteljski* odnos u malom prostoru. Metafora je vjerno prikazala svijet elektroničkog doba i krda koje postoji u njemu.²⁵ Termin globalno selo ignorira geografiju, poništava prostor i vrijeme konstruirajući vlastitu virtualnu stvarnost, to je tip *cyber* kulture i

²² Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 18, 20 – 21.

²³ Alić, Sead (2010.) *McLuhan: Najava filozofije medija*, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb, str. 57.

²⁴ Alić, Sead (2010.) *McLuhan: Najava filozofije medija*, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb, str. 57 – 58.

²⁵ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 28 – 29.

društva koje posjeduje vlastitu virtualnu informacijsko-komunikacijsku geografiju. Pojam je stvoren 1962. godine, a koncept globalizacije tek dvadesetak godina nakon.²⁶

„Globalno selo danas je postala krilatica kojom se sugerira umreženost medijima, povezanost i međuovisnost svih dijelova svijeta, svih politika i načela opstanka.“²⁷ McLuhan je predvidio *World Wide Web*, te je pojmom globalno selo najavio budućnost čovječanstva, to jest budućnost snage električko-elektroničkog ljudskog produžetka.²⁸

Današnji financijski fenomeni su također globalno selo, moćniji su od bilo koje vlade. No, što se financijskih centara tiče nema jedinstvenoga *sela*, raspoređeni su diljem svijeta: London, Tokyo, Milano, Pariz, Frankfurt, New York.²⁹ „Masovna kultura globalnog sela iznimno je manipuliran i manipulativan korporacijski/disneyevski konzumerizam, a impersonalna, društvena i politička kultura – osim nekoliko krajnje privilegiranih bogataških enklava – degenerirala je u stranačko i često nasilno nadmetanje oko rase, narodnosti, spola i, na Zapadu, seksualnih sklonosti i načina života.“³⁰ Vidno je, kako je mnogo toga negativnoga proizašlo iz umrežavanja svijeta i svakodnevne potpune mogućnosti upravljanjem i pristupu informacijama.

²⁶ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 30.

²⁷ Alić, Sead (2010.) *McLuhan: Najava filozofije medija*, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb, str. 267.

²⁸ Alić, Sead (2010.) *McLuhan: Najava filozofije medija*, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb, str. 267.

²⁹ Fawcett, Brian (2012.) „Gdje je McLuhan pogriješio u vezi s globalnim selom i što nije predvidio?“, *Carstvo medija*, priredio Dražen Katunarić, Litteris, Zagreb, str. 23 – 24.

³⁰ Fawcett, Brian (2012.) „Gdje je McLuhan pogriješio u vezi s globalnim selom i što nije predvidio?“, *Carstvo medija*, priredio Dražen Katunarić, Litteris, Zagreb, str. 25.

5. Odnosi u globalnom selu

Od kasnih 1990-ih postupno se mijenja ekonomski program, koji ubrzo postaje usko vezan uz Internet. Sve više se nailazi na pojmove *internetska ekonomija*, *umrežena ekonomija* i *nova ekonomija*. Internet postaje sinonim za novu ekonomiju.³¹ Sva gospodarstva industrijskoga društva su se osnivala na industrijskim postrojenjima, a kako je došlo do digitalizacije, gospodarstva značajno mijenjaju svoj oblik. Ekonomija prelazi iz industrijske u digitalnu, informacijsku koja svoj temelj ima u znanju, informacijama te novoj tehnologiji. Digitalno gospodarstvo čine digitalni strojevi povezani novim medijima i mrežama, a takva umreženost podrazumijeva povezanost svih dijelova proizvodnje, razmjene i potrošnje; sve se odvija putem Interneta, odnosno mrežnim putem. Sve čime su prije manevrirali ljudi, preuzela je informatika i tehnologija. Dakle, novi mediji poput mobilnih uređaja, računala, videokonferencije, svi mediji upravljanja na daljinu obavljaju posao koji omogućuje Internet, stvarajući tako novi oblik globalne digitalne ekonomije.³² Digitalni svijet omogućuje pretragu podataka o bilo čemu što god se zatraži, postaju naši pomoćnici. Sustavi su programirani tako da su otvoreni za informacije koje smo tražili.³³

Doba kiberprostora otvorilo je put novomu obliku politike, osobe se međusobno ne vide, ali iz daljine politički komuniciraju. Smanjuje se integritet i suverenost nacionalne države putem virtualnog kiberprostora. Uništava se prijašnja politička scena kojom se odvijala politička komunikacija vlasti i građana. U globalnome selu nema mjesta za monopol države, sve postaje transparentno. Izražena je protežnost informacijske tehnologije preko svih državnih granica.³⁴ „Nova informacijska tehnologija kao tehnološka moć umanjuje moć nekog središta moći.“³⁵ Političari se služe novom komunikacijskom moći kao sredstvom do postizanja određenih političkih nauma. Digitalna revolucija doprinijela je revoluciji političkog komuniciranja. Politički akteri sada s građanima komuniciraju putem *online* videozapisa, *Web* stranica/portala, elektroničke pošte, foruma, pa čak i *Twittera* i/ili *Facebooka*. Svojim prikazivanjem na internetskim stranicama društvenih mreža, političari se približavaju svojim građanima i glasačima. Time postižu intenzivniju komunikaciju i željenu informaciju o

³¹ Lovink, Geert (2012.) „Je li Internet zamjena za nebo?“, *Carstvo medija*, priredio Dražen Katunarić, Litteris, Zagreb, str. 195 – 196.

³² Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 63 – 65.

³³ Levinson, Paul (2001.) *Digitalni McLuhan: Vodič za novo doba*, preveo Davorin Lovrić, Izvori, Zagreb, str. 87.

³⁴ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 66 – 68.

³⁵ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 69.

vlastitim političkim programima. Dakle, političke kampanje su također prebačene na Internet, koji ima ulogu i na predsjedničkim, parlamentarnim i lokalnim izborima. Zahvaljujući internetu, politički marketing se popularizirao i preselio u mrežni prostor. Pojmovi poput e-parlamenta, e-vlada i digitalizirani ured predsjedništva republika su rezultat tehnološkoga pristupa politici. E-parlament se pojašnjava kao dio umrežene demokratske politike, u takvom parlamentu, zastupnici su spojeni na mrežu služeći se svojim računalima u raspravama, te u trenutku glasovanja koriste digitalni sustav glasovanja. E-vlada posjeduje vlastitu internetsku stranicu putem koje se predstavlja. Taj tip upravljanja jest otvorena interaktivna komunikacija među vladom i građanima. Birokratski procesi su također digitalizirani u svrhu olakšanja tereta takvih procesa. Digitalno doba briše vremenske i prostorne razlike, sadržaji politike postaju globalno dostupni. Stoga, globalno selo ne poznaje granice, sve je na doseg zaslona računala ili mobitela zahvaljujući informacijskom i umreženom društvu.³⁶ Uza sve to, neizostavno je spomenuti i online obrazovanje u kojemu studenti ili učenici obavljaju školske obaveze putem računala na online programima.³⁷

S dolaskom interneta stvara se *cyber* kultura, kao kultura informacijskog društva. Znanost koja se bavi informacijsko-komunikacijskim upravljanjem društva jest kibernetika, koja je okosnica današnje kulture u doba tehnologije i globalne informacijske komunikacije. Pojam *cyber* (kiber) koristi se kao metafora za Internet i računalnu komunikaciju posredovanu medijima. Dakle, misli se na informacijski računalni prostor. Važno je istaknuti razliku između *cyber* prostora i virtualne stvarnosti; virtualno označava nešto nestvarno, stoga je nemoguće da je stvarnost virtualna, ako je virtualna onda nije stvarnost. Virtualna stvarnost je oksimoron čiji je autor američki računalni znanstvenik Jaron Lanier.³⁸ A riječ kiberprostor (*cyberspace*) je prvi upotrijebio pisac znanstveno-fantastičnih romana William Gibson.³⁹

„Tehnologije mijenjaju društvene forme.“⁴⁰ Mediji uspješno poništavaju prostorne udaljenosti omogućavajući svjetski tip komunikacije. Današnje informacijsko društvo posreduje raznim tehnologijama kojima putem novih medija djeluju. No, važno obilježje takve komunikacije jest da se ne odvija licem u lice nego putem tehničke virtualnosti. Novi oblici „druženja“ ukidaju stari tip društvenosti i stvarne socijalne interakcije uvodom virtualne

³⁶ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 70 – 73.

³⁷ Levinson, Paul (2001.) *Digitalni McLuhan: Vodič za novo doba*, preveo Davorin Lovrić, Izvori, Zagreb, str. 89.

³⁸ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 77 – 78.

³⁹ Horrocks, Christopher (2001.) *Marshall McLuhan i virtualnost*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, str. 34.

⁴⁰ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 100.

verzije interakcije gdje se stvaraju virtualni identiteti. Stvoreno je virtualno društvo koje ima virtualnu stvarnost, a popularan termin je i *second life* (drugi život). Na društvenim mrežama postoji sloboda koja je izraženija nego u stvarnosti, ljudima je omogućen jednostavniji pristup s kojim su ohrabreni da djeluju prema vlastitim interesima i potrebama, nisu uskraćeni ni za kreativno ili općenito izražavanje. Takav novi društveni oblik je poznat kao *online* zajednica. Virtualna zajednica podrazumijeva skupinu sa solidarnošću ili bilo kakvom bliskošću, dok virtualno društvo obuhvaća skupine koje su u tom prostoru radi poslovnog interesa. Među prvima popularnim društvenim mrežama bio je *MySpace*, kojega zatim zamjenjuje *Facebook*. Što se tiče poslovnih mreža, ni one ne zaostaju. *LinkedIn*, *Twitter* i *Viadeo* su samo neke od mnogih. U virtualnom svijetu ipak nije sve pozitivno. Najveći problem društvenih mreža je pak problem identiteta. Takav prostor socijalnih mreža je veoma pogodan za manipulaciju, maskiranje i krađu identiteta.⁴¹

Nedostataka društvenih mreža je i više nego mnogo. Spomenuti nedostaci se razvrstavaju prema skupinama: nedostaci vezani za socijalnu psihologiju, nedostaci filozofske naravi te nedostaci vezani uz sigurnosna pitanja, a posljednji uz etiku novih medija. Čovjek koji se primjerice priključi *Facebooku* nije ni svjestan što čini izlažući privatne informacije o sebi i svojem životu. Dajući drugima pristup informacijama o vlastitim navikama, sposobnostima ili hobijima, otvara se put iskorištavanju te osobe za različite svrhe. Svi uneseni i dani podatci su vlasništvo *Facebooka*. Iako s dobronamjernim informacijama, društvena mreža daje mogućnost vrebanju *cyber* kriminalcima. Ne postoji privatnost, sve je izloženo i javno. Popularne društvene mreže šalju prikupljene podatke svojih članova marketinškim tvrtkama i oglašivačima, iako tvrde i uvjeravaju iste članove u sigurnost i zaštićenost danih podataka. Time dokazuju na koji način gledaju na povjerenje svojih korisnika, te kako trguju njima u poslovne svrhe. Postoji opcija anonimnosti, koja daje korisnicima hrabrost u komunikaciji pružajući im veću slobodu. No, tu dolazi do konstruiranja virtualnoga identiteta i pripisivanja određenih osobina ili obilježja koje osoba u stvarnom životu ne mora nužno imati. Stvara se tako izmišljeni, idealizirani identitet koji je bijeg od realnosti. Prilikom susreta tih dvaju prostora, odnosno susretom virtualnosti i stvarnosti može stoga, doći do razočarenja. Prijatelji koji su na *Facebook* listi, ne znače da su zbilja nečiji prijatelji, osoba može imati tisuće takozvanih *Facebook* prijatelja, dok u stvarnom životu ih je tek nekolicina.⁴² „Novi mediji omogućili su stvaranje privida osobne

⁴¹ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 100 – 103.

⁴² Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 105 – 108.

moći i ugleda na temelju kvantifikacije ili uvećanju broja virtualnih prijatelja...“⁴³ Virtualni svijet ili drugi život pruža bijeg od realnosti i odgovornosti koja se može naći u njoj. Drugi život pruža bijeg od života, rečeno egzistencijalnom filozofijom. Čovjek se otuđuje i prepušta tehnološko informacijskom životu u kojemu je sve savršeno. Virtualni svijet pruža mogućnosti koje su gotovo vjerna replika stvarnomu životu; organizirane društvene, ekonomske, čak i spolne te socijalne odnose među ljudima. Sve to, na kraju, ipak nije dovoljno protiv usamljenosti i izoliranosti. Tehnologija ustvari nagomilava takve osjećaje jer stvara fikciju pripadnosti nečemu, određenoj zajednici koja ustvari i nije prava zajednica, nego luta između realnosti i virtualnosti. Slijedom toga, čovjek se počinje otuđivati. Takav fenomen otuđenja ljude čini strancima. Te primjere se može naći u egzistencijalnoj filozofiji kod Camusa i Sartrea. Tehnološko otuđenje postaje veliki problem koji dovodi do mnogih drugih. Camusov *Stranac* se može usporediti s današnjim suvremenim *cyber* strancem. Lik Meursaulta je protivnik zbilje koji u strahu bježi i utjehu pronalazi u virtualnosti. Izbjegava se suočavanje s konkretnim fizičkim svijetom i stvarnim problemima. Takav strah pripada kategoriji egzistencijalne filozofije, koji podrazumijeva strah od života tjerajući ljude na bijeg. Ipak, na kraju jasno je kako *online* svijet proizvodi ovisnost. Unazad par godina ovisnost o društvenim mrežama je postala problem jednak onim ovisnostima o alkoholu, cigaretama, hrani i slično.⁴⁴ „Ovisnik na Internetu i društvenoj mreži zapravo je pacijent informacijskog društva. Stoga se na kraju može reći kako je svaka tehnologija generirala društvene bolesti i različite pacijente...“⁴⁵

Konačno, treba navesti i pozitivne stvari, odnosno prednosti koje donose društvene mreže. Osobe koje se znaju i imaju izgrađeno prijateljstvo u stvarnomu životu mogu biti zbog različitih obaveza ili selidbe razdvojeni, što im onemogućava ostvarivanje komunikacije licem u lice, stoga im društvena mreža pruža održavanje te veze. Što se tiče poslovnoga svijeta, marketinške tvrtke itekako profitiraju zahvaljujući virtualnom svijetu. Najbrži i najlakši način promoviranja postaju upravo društvene mreže koje imaju sve veću ulogu u ekonomiji. Dakle, iako je mnogo nedostataka, uvijek će biti i prednosti koje se nude korištenjem društvenih mreža.⁴⁶

⁴³ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 108.

⁴⁴ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 108 – 113.

⁴⁵ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 114.

⁴⁶ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 104 – 105.

Što je sa slobodom u globalnom selu te kakav je međusobni odnos ljudi i koji problemu vrebaju? Informacijsko tehnološko društvo susreće se s mnogim rizicima na globalnoj razini. Postoji opasnost od stvaranja novoga oblika netokratskoga tipa totalitarizma. Dosadašnji, odnosno svi prijašnji tipovi totalitarizma su se služili znanošću i tehnologijom, a današnji totalitarizam novoga društva pak koristi ovdašnju u mnogo više sofisticiranom obliku tehnologiju kao figuru neprijatelja. Sve u svrhu poticanja novih strahova kako bi se mase mogle držati pod kontrolom putem medija. Takvi generirani strahovi pokušavaju društvo održati na okupu. „Držanje na okupu posredovano je propagandom, psihologijom potrošnje, društvenim spektaklima i, naravno, strahom od terorizma.“⁴⁷ U *cyber* prostoru tako nailazimo na *cyber* rat, *cyber* špijunažu, *cyber* kriminal. Prevelika sloboda u kiberprostoru je poput katalizatora za stvaranje neželjenih poteškoća i rizika. Rat se također preseljava u kiberprostor i tako dolazi do *cyber* rata. *Cyber* rat operira vojnim i civilnim obavještajnim službama, ekonomskom špijunažom i kriminalnim organizacijama, to jest globaliziranom mafijom. Tehnologija je omogućila ratovanje na daljinu, u ovome slučaju ne govori se o šteti koju uzrokuju bombe ili vatreno oružje, riječ je o razaranju povezanom s informacijskim sustavima života. Krajnja svrha toga rata je postignuće ekonomske, političke ili vojne moći preko tehnologije. Nadalje, *cyber* kriminal je jedan tip kriminala kojega je teško držati unutar granica države jer upravo zahvaljujući informacijsko-komunikacijskoj tehnologiji, se širi izvan. To je globalni fenomen rangiran kao globalni rizik i velika prijetnja za sve pojedince i cjelokupnu zajednicu. Već ranije spomenuti, nedostatak društvenih mreža jest krađa identiteta koja pripada skoro najvećemu dijelu *cyber* kriminala. Osobe koje se bave takvim tipom kriminala, najčešće *online* vrebaju one čiji su osobni podatci javno izloženi u svrhu iskorištavanja njihovih financijskih dobara. Tako se izravno nameće šteta, ne samo financijska nego i osobna, životna komplikacija. Poznata je i takozvana siva trgovina, proizvođači najčešće plagiraju rad velikih robnih marki i tako krivotvorene proizvode ilegalno prodaju. Ipak, jedna od najviše gnjusnih stvari je svakako dječja pornografija. Sa svim napretkom i razvojem medija, pornografija se iz časopisa, video kasete ili knjiga seli na Internet. Većina sadržaja je besplatna i može se istraživati po željenim obilježjima uključujući tako i dječju pornografiju. Korisnici takvoga sadržaja jesu pedofili koje se nastoji kontrolirati i kažnjavati, a takav sadržaj ima poseban nadzor. Prevelika sloboda dala je ohrabrenje stvaranju mržnje *cyber* ratnicima. Na društvenim mrežama se promiče rasizam i antisemitizam te neprijateljstvo prema strancima, u takvim slučajevima riječ je o *cyber* rasizmu i *cyber*

⁴⁷ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 133.

ksenofobiji. Stoga, važno je zaštititi se od rizika koje donosi informacijsko društvo i istaknuti koncept globalnoga upravljanja informacijskim društvom jer se s takvim problemima ne mogu više nositi društvo niti država.⁴⁸

⁴⁸ Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb, str. 133 – 149.

6. Zaključak

Što se može reći o etici i propagandi koja vlada u globalnomu selu? Doba informacijsko-komunikacijske tehnologije donijelo je sa sobom mnoge novosti. Svijet se većim dijelom preselio u *online* zajednicu koja ima svoju politiku i program. Propagira se obiteljski odnos među pripadajućim članovima, no ne gleda se individualna potreba. Pojedinac je dio jedne skupine i svi djeluju kao jedno, sreća se procjenjuje prema većini, i svi se trude djelovati na taj način.

Novo doba je stvorilo globalno selo, a s njime i novu ekonomiju, *online* politiku te novu *cyber* kulturu. Ekonomija mijenja svoj oblik, te se mijenja iz industrijske u digitalnu. Novi mediji koji služe novim potrebama jesu računala, mobilna telefonija, *pametni* strojevi i najvažniji od svih Internet. Digitalni svijet tako otvara put ostvarenju željenih informacija u bilo kojemu trenutku na bilo kojemu mjestu. Nije samo ekonomija promijenila svoj oblik, politika se spretno koristi dostupnim sadržajem te djeluje u svoju korist prikazujući se u svojem najboljem svjetlu. Političari zastupaju *online* na sjednicama, odluke se donose *online* putem, te je sva procedura glasovanja sada izvršavana preko interneta. U rječnik je uvedena *cyber* kultura kao kultura informacijsko-komunikacijskoga društva, a znanost koja se bavi tim fenomenom upravljanja društva jest kibernetika. Takav društveni oblik pripada virtualnoj stvarnosti, a njoj virtualna zajednica na društvenim mrežama. Neke od najpoznatijih društvenih mreža jesu *MySpace*, *Facebook*, *LinkedIn*, *Twitter*. Dok su neke tu u zabavne svrhe, ima i onih za poslovne.

Iako je globalno selo sa sobom donijelo prednosti, jednako toliko, čak i više u posljednje vrijeme, je nedostataka. Tehnologija je sa sobom povela rizike koji su lakše ostvarivi nego prije. Događa se *online* kriminal, postoji opasnost od krađe identiteta, širi se mržnja prema strancima i promovira rasizam. Čovjek se u takvoj zajednici osamljuje i otuđuje, vodi dvostruki život; onaj u realnosti i u drugome životu (*second life*). A svu izloženost osobnih podataka iskorištavaju marketinške tvrtke. Poslodavci tvrtki i vlasnici društvenih mreža trguju osobnim podacima, tvrdeći i uvjeravajući svoje korisnike u suprotno od onoga što čine. Korisnicima se jamči privatnost i zaštićenost danih podataka, dok se njima bezobzirno rukuje. Naposljetku, prednosti koje donose Internet jesu olakšavanje svakodnevnih poslova i želja. Ljudima omogućuje obnavljanje i održavanje prijateljstva, te pruža mogućnost sklapanja novih, marketinške udruge lakše promoviraju svoje poslove i omogućeno im je globalno digitalno poslovanje.

Zaključno se može reći kako u globalnom selu vlada propaganda Interneta, koja dopušta pojedincima veću slobodu i pruža ohrabrenje u izražavanju.

Literatura

1. Alić, Sead (2010.) *McLuhan: Najava filozofije medija*, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb.
2. Fawcett, Brian (2012.) „Gdje je McLuhan pogriješio u vezi s globalnim selom i što nije predvidio?“, *Carstvo medija*, priredio Dražen Katunarić, Litteris, Zagreb.
3. Horrocks, Christopher (2001.) *Marshall McLuhan i virtualnost*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb.
4. Levinson, Paul (2001.) *Digitalni McLuhan: Vodič za novo doba*, preveo Davorin Lovrić, Izvori, Zagreb.
5. Lovink, Geert (2012.) „Je li Internet zamjena za nebo?“, *Carstvo medija*, priredio Dražen Katunarić, Litteris, Zagreb.
6. Mabbot, John David (1981.) *Uvod u etiku*, preveo Aleksandar Spasić, Nolit, Beograd.
7. Mill, John Stuart (1960.) *Utilitarizam*, preveo Nikola M. Popović, Novinsko izdavačko i štamparsko preduzeće „Kultura“, Beograd.
8. Milardović, Anđelko (2010.) *Globalno selo: Sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb.
9. Sandel, Michael J. (2013.) *Pravednost: Kako ispravno postupiti?*, preveo Srđan Dvornik, Algoritam, Zagreb.
10. Škarica, Matej (2012.) *Propaganda kroz europsku povijest*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo.
11. Utilitarizam, dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=63501> (pristup ostvaren 31. kolovoza 2019.)