

CM

COMMUNICATION AND MEDIA
KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Sloboda izražavanja i zaštita podataka o ličnosti na internetu:
Perspektiva internet korisnika u Srbiji
Marta Mitrović

Povezanost restriktivnih strategija roditeljskog nadzora
i digitalnog nasilja u adolescenciji
Milica Matović, Vesna Zunić Pavlović

Mladi i ovisnost o informacijsko-komunikacijskim tehnologijama:
internet, društvene mreže i mobilni telefoni
Lamija Silajdžić, Anida Dudić

Predstavljanje osoba sa invaliditetom u srpskoj štampi:
Analiza dnevnih novina Blic i Danas
Jovana Trajković

Povreda prava na privatnost na portalima u Srbiji:
studije slučaja portala Espresso i B92
Aleksandra Grigorov

Promocija kulturne produkcije u Srbiji – slučaj Novi Sad
Mirjana Kovačević

Digitalne tehnologije u službi globalne integracije ljudi

Redakcija/Editorial Board:

- Alić Sead, Center for Philosophy of Media, Zagreb (Croatia)
Alvares Claudia, Lusófona University (Portugal)
Bailey Olga, Nottingham Trent University (UK)
Balčytienė Auksė, Vytautas Magnus University (Lithuania)
Branković Srbobran, University Singidunum (Serbia)
Carpentier Nico, Loughborough University (UK); Vrije Universiteit Brussel (Belgium);
Charles University (Czech Republic)
Carpentier Reifová Irena, Charles University (Czech Republic)
Colombo Fausto, Catholic University, Milan (Italy)
Damásio Manuel José, Lusófona University (Portugal)
Głowacki Michał, University of Warsaw (Poland)
Hasebrink Uwe, University of Hamburg (Germany)
Heller Maria, Eötvös Loránd University (Hungary)
Hibberd Matthew, University of Stirling (UK)
Jevtović Zoran, University of Niš (Serbia)
Jirák Jan, Charles University; Metropolitan University Prague (Czech Republic)
Kejanlioğlu Beybin, Doğuş University (Turkey)
Kleut Jelena, Editorial Assistant, University of Novi Sad (Serbia)
Krstić Aleksandra, University of Belgrade (Serbia)
Kunelius Risto, University of Tampere (Finland)
Lauk Epp, University of Jyväskylä (Finland)
Labudović Boris, Communication Direction Institute (Serbia)
Maigret Eric, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle (France)
Milojević Ana, University of Belgrade (Serbia)
Nieminen Hannu, University of Helsinki (Finland)
Olsson Tobias, Jönköping University (Sweden)
Patriarche Geoffroy, Facultes universitaires Saint-Louis, Academie Louvain (Belgium)
Petrović Dalibor, University of Belgrade (Serbia)
Pruulmann-Vengerfeldt Pille, University of Tartu (Estonia)
Schrøder Kim Christian, Roskilde University (Denmark)
Sorice Michele, CMCS – LUISS University, Rome (Italy)
Stojković Branimir, University of Belgrade (Serbia)
Sundin Ebba, Jönköping University (Sweden)
Terzis Georgios, Vesalius College, Brussels (Belgium); Vrije Universiteit Brussel (Belgium);
University of Oxford (UK)
Tittley Gavan, National University of Ireland (Ireland)
Todorović Neda, University of Belgrade (Serbia)
Tomanic Trivundža Ilija, University of Ljubljana (Slovenia)
Turčilo Lejla, University of Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
Türkoğlu Nurçay, Marmara University (Turkey)
Vuksanović Divna, University of Arts (Serbia)
Wimmer Jeffrey, Technical University Ilmenau (Germany)

CM

COMMUNICATION AND MEDIA KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Broj 47, godina XV 2020

№ 47, Vol 15 2020

Sloboda izražavanja i zaštita podataka o ličnosti na internetu: Perspektiva internet korisnika u Srbiji Marta Mitrović	5–34
Povezanost restriktivnih strategija roditeljskog nadzora i digitalnog nasilja u adolescenciji Milica Matović, Vesna Zunić Pavlović	35–56
Mladi i ovisnost o informacijsko-komunikacijskim tehnologijama: internet, društvene mreže i mobilni telefoni Lamija Silajdžić, Anida Dudić	57–84
Predstavljanje osoba sa invaliditetom u srpskoj štampi: Analiza dnevnih novina Blic i Danas Jovana Trajković	85–108
Povreda prava na privatnost na portalima u Srbiji: studije slučaja portala Espresso i B92 Aleksandra Grigorov	109–136
Promocija kulturne produkcije u Srbiji – slučaj Novi Sad Mirjana Kovačević	137–152
Digitalne tehnologije u službi globalne integracije ljudi Neven Obradović	153–160
Uputstvo autorima	161

CM

COMMUNICATION AND MEDIA
KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Izdavači/Publishers:

Institut za usmeravanje komunikacija, Novi Sad / Communication Direction Institute
Fakultet političkih nauka, Beograd / Faculty of Political Sciences, Belgrade

Glavni i odgovorni urednik/Editor:

Miroljub Radojković,
Faculty of Political Sciences, University of Belgrade (Serbia)

Za izdavače/Official representatives:

Dragan Simić,
dekan Fakulteta političkih nauka u Beogradu/Dean of the Faculty of Political Sciences in Belgrade
Boris Labudović,
Institut za usmeravanje komunikacija / Communication Direction Institute

Adresa redakcije/Editorial office:

Trg Marije Trandafil 24, 21101 Novi Sad
Telefon: +381 (0)21 / 301-2358; cm@fpn.bg.ac.rs

Prepress: Blur Studio, Novi Sad

Štampa/Print: Čigoja štampa, Beograd

CIP – Каталогизација у публикацији
Библиотеке Матице српске, Нови Сад

316.774

CM : Communication and Media = komunikacija i mediji
/ glavni i odgovorni urednik Miroljub Radojković. –
God. 15, br. 47 (2020)– . –
Novi Sad : Institut za usmeravanje komunikacija ; Beograd :
Fakultet političkih nauka, 2016– . – 24 cm

Dostupno i na: <http://www.fpn.bg.ac.rs/cm-communication-and-media>. – Dva puta godišnje. – Je nastavak: CM. Communication Management = ISSN 1452-7405. – Drugo izdanje na drugom medijumu: CM. Communication and Media

(Online) = ISSN 2466-5452

ISSN 2466-541X = CM. Communication and Media

COBISS.SR-ID 227945484

Sloboda izražavanja i zaštita podataka o ličnosti na internetu: Perspektiva internet korisnika u Srbiji¹

Marta Mitrović²

Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet, Srbija

doi: 10.5937/cm15-28316

Sažetak: U radu su istraživani stavovi internet korisnika kada je reč o zaštiti njihovih prava na internetu. Veb-anketom, koja je sprovedena tehnikom grudve, ispitani su stavovi 783 internet korisnika o načinu na koji se država Srbija i privatni akteri, Fejsbuk i Gugl, odnose prema pravu na slobodno izražavanje, te prema privatnosti na internetu. Osim ovoga, anketom je ispitana i individualna odgovornost korisnika pri korišćenju internet usluga. Pretpostavljeno je da korisnici interneta u Srbiji nemaju poverenje ni u državu, ni u privatne aktere kada je reč o zaštiti njihovih prava, ali da ni oni ne iskazuju zadovoljavajući stepen individualne odgovornosti. Najznačajniji nalazi pokazuju sledeće: 1) samo šestina ispitanika smatra da Vlada Republike Srbije ne narušava privatnost korisnika interneta, 2) skoro polovina ispitanika ne oseća se dovoljno slobodno da bi objavljivala stavove kojima kritikuje Vladu, 3) skoro 90% korisnika nije zadovoljno time kako Fejsbuk štiti njihovu privatnost, dok je taj procenat za Gugl manji za jedan odsto, 4) trećina ispitanika potvrđuje da su pročitali uslove korišćenja analiziranih kompanija, ali dalja analiza pokazuje da građani nisu upoznati sa nekim od ključnih elemenata uslova korišćenja i 5) svega 8,9% ispitanika koji su tvrdili da su pročitali uslove korišćenja, znaju da kompanija Fejsbuk deli njihove podatke sa trećim licima.

Glavne reči: društvene mreže, pretraživači, sloboda izražavanja, pravo na privatnost, internet korisnici, Fejsbuk, Gugl, samoregulacija

¹ Rad je deo doktorske disertacije „Uloga države i internet intermedijatora u zaštiti prava internet korisnika” odbranjene na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

² Kontakt sa autorkom: marta.mitrovic@filfak.ni.ac.rs.

1. Uvod

Komercijalna upotreba interneta donela je mnogobrojne izazove kada je reč o zaštiti ljudskih prava. Mnogi autori bavili su se upravo ovim pitanjem, odnosom ljudskih prava i novog informacionog okruženja (Gregg, 2012; Hick, Halpin & Hoskins, 2016; Khor, 2011; Maletić i Dakić, 2012; Metzl, 1996). Zaštita prava na slobodno izražavanje na internetu kompleksni je izazov u novom okruženju i jedan od predmeta ovog istraživanja. Ugrožavanje prava na slobodno izražavanje na internetu javlja se u različitim oblicima i može biti narušeno od strane različitih aktera. Pravo na slobodno izražavanje podrazumeva pravo na širenje, ali i na prijem informacija iz različitih izvora, stoga svaka zabrana širenja ili prijema informacija, izuzev kada one škode drugom, predstavlja kršenje prava na slobodno izražavanje.

Nekada je kršenje ovog prava na internetu evidentno, na primer, kada govorimo o autoritarnim vladama, koje čak i infrastrukturno blokiraju pristup internetu ili određenim sadržajima; ili kada je reč o blokiranju, uklanjanju i filtriranju sadržaja od strane privatnih kompanija, koje može biti sprovedeno pod nalogom vlada, ali i zarad zaštite drugih prava. Sa druge strane, kršenje ovog prava može biti sofisticiranije i kada je reč o državi, i kada je reč o privatnim akterima. Navedeno se može ilustrovati sledećim primerima:

1) Mogućnost vlada (čak i demokratskih) da nadziru aktivnosti građana na internetu, dok saznanje o tome vodi građane u autocenzuru, odnosno bojazan korisnika interneta da objavljuju kritičke sadržaje o radu svojih vlada, zbog straha od odmazde i sankcija³.

³ Na primer, u Rusiji je jula 2018. godine stupio na snagu jedan od najkontroverznijih setova zakona—*Jarovaja zakon* (engl. *Yarovaya law*). Ovaj set zakonskih izmena zapravo predstavlja set amandmana kojima se menja desetak zakona koji se u značajnoj meri odnose i na internet slobode. Dok vlast ovaj zakon vidi kao antiterorističku meru, sa ciljem povećanja bezbednosti korisnika, internet aktivisti oštro su kritikovali donošenje zakona i prozvali ga *Ruski zakon „Velikog brata”* (engl. *Russia’s „Big Brother” Law*) (Freedom House Report: Russia, 2018). Sa druge strane, u Nemačkoj, predstavnici razvijenih evropskih zemalja, 2017. godine je stupio na snagu NetzDG (engl. *Network Enforcement Act*), tzv. „Zakon o Fejsbuku”, u čijoj osnovi leži borba protiv govora mržnje i lažnih vesti, ali kritičari smatraju da je njegovom primenom ugrožena sloboda izražavanja. Tvorek o ovom zakonu piše: „Njegova glavna meta su američki tehnološki giganti, provajderi glavnih društvenih mreža u Nemačkoj. Sukob između američkih društvenih mreža i nemačke vlade je više od brisanja onlajn komentara mržnje. To je borba o tome koliko slobode govora demokratija može da podnese” (Tworek, 2017).

2) Mogućnost privatnih kompanija na internetu, na primer društvenih mreža, da upravljaju informacijama, odnosno da favorizuju određene sadržaje iz komercijalnih ili drugih interesa⁴.

Pravo na privatnost još jedno je od prava koje je suočeno sa mnogobrojnim izazovima u novom informaciono-komunikacionom okruženju. Mnoga pitanja o zaštiti privatnosti korisnika interneta ostaju otvorena: Ko upravlja našom privatnosti na internetu (Bennett & Raab, 2006)? Da li nas je nečemu naučilo Snoudenovo otkriće (Rainie, 2016)? Da li bi trebalo da pristupimo internetu kao mestu koje „nikada ne zaboravlja” (Rosen, 2011)? Da li je moguće osloniti se na državu kada je reč o zaštiti ovog prava (Schwartz, 1999) ili je ključ u zaštiti koja se garantuje samoregulacijom (Ang, 2001)?

U doba gotovo nekontrolisanog deljanja ličnih podataka „na mreži”, zaštita prava na privatnost internet korisnika nameće se kao ključni izazov. Doba „velikih podataka” (engl. *big data*) posledica je brzog i sveobuhvatnog razvoja komunikacionog okruženja. „Oblaci” (engl. *clouds*) interneta skladište nezamisliv broj metapodataka o korisnicima. Gotovo da ne postoji veb-stranica ili aplikacija koja u zamenu za pristupanje ili preuzimanje ne zahteva pristup ličnim podacima korisnika, kao što su telefonski imenik, mejl kontakti, galerija fotografija ili istorija pretraga. Osim komercijalnih pružaoca usluga i operatori od posebnog značaja, kakve su i vladine agencije ili državne ustanove – prateći trend *e*-poslovanja – skladište i zadržavaju ogroman broj ličnih podataka građana.

Država i privatni akteri koji posluju na internetu nesumnjivo imaju značajnu ulogu kada je reč o zaštiti prava korisnika interneta. Međutim, gde je mesto korisnicima u tako kompleksnom odnosu snaga? Da li bi trebalo da sami brinu o svojim pravima na internetu i mogu li se osloniti na državu i privatne aktere

⁴ Osim dobro poznatih tehnika favorizovanja sponzoriranih sadržaja na internet platformama, nekada sadržaj može biti favorizovan iz političkih, pa i eksperimentalnih razloga. Afera koja je 2012. godine dovela u pitanje poverenje u Fejsbuk odnosi se na tzv. eksperiment sa osećanjima korisnika. Naime, slučajni uzorak, više od 600 hiljada ljudi, podeljen je u dve grupe. Jednoj grupi je *NewsFeed* bio podešen da prikazuje samo pozitivne objave, dok je druga grupa bila izložena samo negativnim objavama (statusima, fotografijama, vestima i slično). U isto vreme praćene su aktivnosti korisnika, koji nisu znali, niti pristali, da budu ispitanici u ovom psihološkom eksperimentu, kako bi se utvrdilo da li će pozitivne/negativne objave imati uticaj na njihove aktivnosti i ponašanje na ovoj društvenoj mreži (Chambers, 2014). Olako pristupanje eksperimentisanju ljudi pokrenulo je mnogo pitanja, od etičnosti takvog postupka do neophodnosti eksplicitnog pristanka korisnika, pa sve do neslućenih mogućnosti Fejsbuka da manipuliše rezultatima prikazanim u *NewsFeed*-u, čime direktno utiče na slobodu izražavanja.

kada je reč o zaštiti njihovih prava? Korisnici su svakako jedni od centralnih aktera, stoga je njihov stav o mogućnosti zaštite prava pri korišćenju onlajn usluga predmet analize u ovom radu.

Pitanja koja se nameću jesu: da li korisnici unapred odustaju od privatnosti, jer je smatraju nemogućom na internetu; da li imaju vremena da čitaju opširne i suvoparne uslove korišćenja; da li i onda kada ih zaista pročitaju razumeju pročitano, s obzirom na kompleksnost jezika; da li su korisnici dovoljno upoznati sa opasnostima i izazovima korišćenja onlajn usluga? Međutim, mogućnost korisnika interneta da zaštite svoja prava na internetu ne zavisi samo od individualne odgovornosti. Uslovi korišćenja koje internet kompanije nude nemaju alternativu, stoga primoravaju korisnike da na njih pristanu ili da odustanu od korišćenja njihovih usluga.

Mnogobrojni autori bavili su se upravo ovim aspektom, analizirajući stavove korisnika o poštovanju njihovih prava onlajn (Govani & Pashley, 2005; Gross & Acquisti, 2005; Acquisti & Gross, 2006; Liu, Gummadi, Krishnamurthy & Mislove, 2011; Beresforda, Küblerb & Preibuscha, 2012; Pitkänen & Tuunainen, 2012; Morando, Iemma & Raiteri, 2014; Goggin et al., 2017; Olmstead & Smith, 2017a; Olmstead & Smith, 2017b). Sumirano, gotovo sva istraživanja stavova korisnika interneta, bez obzira na nacionalni okvir, pokazuju negativan stav o onlajn bezbednosti.

Cilj ovog rada je da ispitamo stavove internet korisnika u Srbiji, kada je reč o zaštiti prava na privatnost, odnosno zaštitu ličnih podataka na internetu i prava na slobodno izražavanje. Sprovedena veb-anketa, kojom je ispitano 783 korisnika interneta, govori u prilog nepoverenju korisnika u državu i privatne aktere, ali pokazuje i nedostatak individualne odgovornosti internet korisnika kada je reč o zaštiti njihovih prava „na mreži”.

2. Sigurna „mreža” ili razlog za zabrinutost: prethodna istraživanja

Poznavanje prostora u kojem se odvija komunikacija, njegovih pravila ponašanja, ali i obaveza, preduslov je za preduzimanje koraka koji bi vodili bezbednijem komunikacionom okruženju. Insistiranja na *individualnoj odgovornosti* internet korisnika, koja podrazumeva savesno korišćenje onlajn usluga (Napoli, 2014; CM/Rec(2012)4), uključuje korisnike kao važnu kariku u zaštiti prava (svojih i tuđih) na internetu. Svest o rizicima, aktivno korišćenje

mehanizama zaštite, poznavanje okruženja u kojem se ostvaruje interakcija, upoznavanje sa politikama privatnosti i uslovima korišćenja, samo su neki od zahteva koji se stavljaju pred savremenog korisnika internet usluga. Sumirano, prethodna istraživanja ukazuju na sledeće izazove kada je reč o individualnoj odgovornosti korisnika:

Prvo, **korisnici nisu dovoljno upoznati sa potencijalnim opasnostima**, stoga nemaju dovoljno izgrađenu svest o riziku.

Drugo, čak i kada su svesni rizika ili su lično doživeli povredu privatnosti, korisnici ne ulažu dodatni napor da se zaštite.

Treće, primećena je **nedovoljna motivacija i nezainteresovanost korisnika da čitaju uslove korišćenja**.

Četvrto, **korisnici u zamenu za sitne ustupke pristaju na prekomerno deljenje ličnih podataka**.

Peto, **veliki broj korisnika jednostavno automatski pristaje na uslove** zbog već navedenih razloga, ali je čest slučaj da korisnici odaju informacije i kojima nije uslovljen pristup i usluga, jer smatraju da nemaju šta da kriju ili da mogu da kontrolišu svoju bezbednost.

Šesto, i kada su informisani i svesni rizika, **korisnici nisu zadovoljni ponuđenim uslovima korišćenja**.

Sedmo, čak i kada nisu zadovoljni ponuđenim mehanizmima zaštite, **korisnici nisu sigurni na koji način bi oni mogli da se unaprede**, što govori o potrebi za organizovanjem javnih debata o ovim izazovima, koje bi intenzivnije uključivale i internet korisnike.

Jedno od istraživanja, koje su sproveli Olmsted i Smit (Olmstead & Smith, 2017a), upravo je imalo cilj da utvrdi koliko su ispitanici/korisnici interneta u Americi (njih 1.055) svesni sajber sigurnosti i koliko su upoznati sa problemima i terminima u ovoj oblasti. Nalazi do kojih su došli ukazuju na to da većina internet korisnika može da odgovori na nešto više od 50% pitanja koja se tiču sajber sigurnosti. Samo 1% dao je tačan odgovor na sva postavljena pitanja. Ovi rezultati govore u prilog izazovu koji se tiče nerazumljivih tehničkih termina i kompleksnosti jezika.

Da korisnici interneta nemaju dovoljno izgrađenu svest o rizicima pri korišćenju onlajn usluga, potvrdili su Tou i saradnici (Tow, Dell, & Venable, 2010). Autori su sproveli opsežno eksploratorno istraživanje koje je obuhvatalo tri integralna dela: učestvovanje jednog od autora u jednoj Fejsbuk zajednici,

upitnik i intervju sa korisnicima. Rezultati do kojih su autori došli pokazali su da korisnici ne prepoznaju opasnosti prilikom iznošenja privatnih informacija o sebi. Generalni zaključak je da korisnici nisu informisani o tim pitanjima, te da nemaju svest o rizicima.

Sa ciljem da ispituju da li korisnici interneta koji su svesni rizika ulažu dovoljno napora da bi se zaštitili „na mreži”, Akvisti i Gros (Acquisti & Gross, 2006) poredili su odnos prema privatnosti ispitanika koji su korisnici Fejsbuka i onih koji nisu. Uključili su i brojne druge varijable, poput pola, godina starosti i slično. Nalazi do kojih su došli pokazali su da je generalni stav o značaju zaštite privatnosti slab pokazatelj da li će osoba imati ili neće imati Fejsbuk nalog. Ispitanici koji su bili svesni rizika po privatnost svejedno su otvarali naloge na ovoj društvenoj mreži. Većina ispitanika smatrala je da može da kontroliše lične podatke podeljene na ovoj mreži. Takođe, „nerazumevanje ili ignorisanje načina na koji Fejsbuk (kompanija) tretira lične podatke veoma je rasprostranjeno” (Acquisti & Gross, 2006: 15).

Do sličnih rezultata došli su i Olmsted i Smit (Olmstead & Smith, 2017b). Autori su, u okviru Istraživačkog centra Pju, sproveli istraživanje kojim su želeli da utvrde kakva je percepcija građana Amerike o bezbednosti ličnih podataka na internetu. Rezultati su pokazali da je većina ispitivanih Amerikanaca lično doživela povredu sigurnosti ličnih podataka, čak 64%. Od toga je skoro polovina povreda u vezi sa prevarama koje se odnose na kreditne kartice, ali je njih 16% doživelo preuzimanje mejl naloga, a 13% preuzimanje njihovih profila na društvenim mrežama.

Međutim, iako se većina Amerikanaca oseća ugroženo u sajber prostoru ili su i doživeli povredu ličnih podataka, čini se da nisu posebno zabrinuti za svoju sigurnost onlajn. Skoro 70% ispitanika ne brine o tome koliko je njihova šifra zaštićena, čak ni Amerikanci koji su lično doživeli povredu ličnih podataka nisu obazriviji od prosečnog korisnika kada je reč o sigurnosti njihovih lozinki.

Rezultati ovog istraživanja govore u prilog odsustvu individualne odgovornosti korisnika koji, i onda kada su motivisani i svesni rizika, ne čine dovoljno da se zaštite pri korišćenju onlajn usluga. Upravo na to misle Morando i saradnici (Morando et al., 2014) kada govore o sukobu između *deklarisanih* i *otkrivenih* preferencija. Naime, autori pod prvom preferencijom podrazumevaju podatke do kojih istraživači dolaze kada istražuju generalne stavove korisnika o

bezbednosti na internetu, dok pod drugim, otkrivenim preferencijama, podrazumevaju realne korake koje korisnici preduzimaju kada koriste internet usluge.

Ignorisanje je jedan od ključnih termina kada je reč o politikama privatnosti i, uopšte, uslovima korišćenja. Obar i Uldorf-Hirš (Obar & Oeldorf-Hirsch, 2016) sproveli su zanimljivo istraživanje kako bi ispitali da li korisnici društvenih mreža uopšte čitaju politike privatnosti i uslove korišćenja pre nego što ih prihvate. Naime, autori su osmislili fiktivnu društvenu mrežu *NameDrop* i analizirali ponašanje 543 korisnika pri pristupanju ovoj društvenoj mreži. Rezultati do kojih su došli su, sa aspekta zaštite privatnosti, poražavajući. Više od 70% korisnika nije ni pročitalo politiku privatnosti, već su automatski prihvatili uslove. Prosečno vreme čitanja bilo je manje od minuta, dok je 98% onih koji su pročitali uslove korišćenja previdelo klauzulu, koja je zapravo bila „zamka” – ona predviđa da korisnici plate pristup društvenoj mreži prvorodenim detetom, odnosno da ga dodele mreži *NameDrop*. Autori su izdvojili tri faktora koji utiču na odluku korisnika da ne čitaju politiku privatnosti i uslove korišćenja: preopširnost, osećaj da nemaju šta da skrivaju i nerazumevanje tehničkih termina (Obar & Oeldorf-Hirsch, 2016: 18). Osim nedostatka motivacije, uzrok nečitavanja uslova korišćenja jeste i preopširnost i kompleksan tehnički jezik kojim uslovi korišćenja obiluju, te zahtevaju dosta vremena i predznanja (McDonland & Cranor, 2008; Van Kokswijk, 2010).

Još jedan problem kada je reč o privatnosti korisnika na internetu jeste to što se korisnici internet usluga odriču dela svoje privatnosti zarad nekih drugih pogodnosti. Autori u Nemačkoj (Beresforda et al., 2012) sproveli su zanimljiv eksperiment kako bi utvrdili da li je korisnici internetama faktor čuvanja ličnih podataka značajan i koje su situacije u kojima ga se odriču zarad nekih drugih pogodnosti. Naime, korisnici podvrgnuti eksperimentu imali su zadatak da obave onlajn kupovinu DVD-a. Ispitanicima su bile ponuđene različite opcije, odnosno nekoliko firmi sa različitim zahtevima kada je reč o odavanju ličnih podataka. Jedna od fiktivnih podfirmi Amazona nudila je popust od jednog evra u zamenu za odavanje mesečnog prihoda i datuma rođenja. Rezultati su pokazali da se većina učesnika u eksperimentu, koji su se odlučili za onlajn kupovinu, opredelila za firmu koja je manje senzibilna prema ličnim podacima u zamenu za popust u iznosu od jednog evra. Rezultati ovog istraživanja ukazuju da korisnici nisu preterano zainteresovani za zaštitu ličnih podataka, naročito onda kada u zamenu za njih dobiju neku pogodnost, u ovom slučaju novčanu.

Međutim, drugi deo eksperimenta pokazao je da i kada nije bilo popusta, samo se polovina učesnika opredelila za firmu sa boljom zaštitom ličnih podataka. Ovakav odnos prema ličnim podacima autori delom tumače kao opštu nezainteresovanost za zaštitu ličnih podataka, iako je većina učesnika koji su otkrili svoje podatke bila nezadovoljna tretmanom njihovih podataka, što je takođe utvrđeno istraživanjem.

Čest je slučaj da korisnici interneta daju prekomerne lične podatke i onda kada se to od njih ne zahteva. Razlog tome može se naći u mišljenju korisnika da nemaju šta da kriju ili da mogu da kontrolišu svoju bezbednost pri korišćenju onlajn usluga. Gros i Akvisti (Gross & Acquisti, 2005) analizirali su ponašanje na Fejsbuku 4.000 studenata Univerziteta Karnegi Melon (*Carnegie Mellon University*) u Pitsburgu. Fokus istraživanja odnosio se na procenu količine ličnih informacija koju studenti otkrivaju o sebi i, uopšte, njihov odnos prema podešavanjima u vezi sa privatnosti. Rezultati su pokazali da studenti otkrivaju zapanjujuće mnogo ličnih podataka. Najčešće je reč o fotografijama (90,8%), datumu rođenja (87,8%), skoro 40% otkriva svoj broj telefona, a polovina mesto stanovanja. Premda Fejsbuk nudi posebna podešavanja privatnosti, zanemarljiv broj studenata koristio je ove alatke, te je većina ispitanika svoje profile automatski stavila na uvid svima. Gotovo identične rezultate dobili su i Đovani i Pašli (Govani & Pashley, 2005), kao i Pitkajnen i Dunajnen (Pitkänen & Tuunainen, 2012). Autori su istraživali dva tipa ponašanja koja su u vezi sa privatnosti: otkrivanje ličnih podataka i zaštitu privatnosti. Ispitanici su bili finski studenti, ujedno i Fejsbuk korisnici, njih 160. Skoro svi ispitanici imali su pravo ime i prezime i svoju profilnu sliku, dok je više od 80% ispitanika objavilo svoj rodni grad, podatke o obrazovanju, mejl adrese. Zanimljivo je da je preko 30% ispitanika objavilo svoj broj telefona, dok je 18% navelo tačan naziv i broj ulice u kojoj stanuju.

Ukoliko se pođe od pretpostavke da su korisnici Fejsbuka svesni rizika i dovoljno upoznati sa izazovima, može se postaviti pitanje koliko su zadovoljni alatkama za zaštitu privatnosti koje im se nude? U jednom takvom istraživanju autori (Liu et al., 2011) analizirali su u kojoj meri se razlikuju realna podešavanja privatnosti na Fejsbuku od željenih. Kako bi ispitali ovu razliku, autori su anketirali 200 korisnika Fejsbuka, ali su, osim toga, analizirali i njihove objave na Fejsbuku (uglavnom fotografije) kako bi utvrdili da li i u kojoj meri korisnici koriste individualna podešavanja privatnosti. Njihovi rezultati pokazuju da trenutni mehanizmi zaštite privatnosti na ovoj društvenoj mreži odgovaraju

željenim sa samo 37%. Zanimljiv nalaz je da, čak i kada individualno podese privatnost na određenim objavama, podešavanja odgovaraju sa samo 39% u odnosu na njihova očekivanja, „što ukazuje na to da čak i korisnici koji su savesniji kada je reč o privatnosti imaju poteškoće da ispravno upravljaju postavkama privatnosti i održavaju ih” (Liu et al., 2011: 62). Dakle, informisan korisnik, onaj koji zna šta želi od politike privatnosti i zna kako da njome upravlja, nije dovoljan preduslov za sigurnu zaštitu. Individualnom faktoru odgovornosti treba dodati i korporativni.

Gogin i saradnici (Goggin et al., 2017) sproveli su kompleksno istraživanje o digitalnim pravima u Australiji kroz anketiranje 1.600 Australijanaca, fokus grupe i analizu nacionalne komunikacione politike, uz reprezentativne studije slučaja. Istraživanje je bilo fokusirano na pitanja privatnosti, uloge vlade i nadzora, poslovnog okruženja i prava na slobodno izražavanje. Rezultati anketiranja pokazali su da su Australijanci zabrinuti za zaštitu ličnih podataka onlajn i da samo 38% ispitanika veruje da može da kontroliše privatnost onlajn.

Entiteti prema kojima je iskazano najveće nepoverenje jesu: privatne korporacije (57%), zatim vlada (47%) i drugi korisnici (47%). Rezultati jasno govore u prilog nepoverenju korisnika. Međutim, više od trećine (36%) ispitanika nije bilo sigurno kako odgovoriti na sledeće pitanje: šta je to što bi društvene mreže trebalo da urade kako bi osigurale svoj prostor i učinile ga bezbednijim za korisnike. Autori su ovaj nalaz istakli kao veoma značajan jer govori u prilog opštoj neinformisanosti korisnika, zbog čega pozivaju na češće javne debate o ulozi i značaju društvenih mreža kao prostora za socijalnu interakciju sa širokim implikacijama (Goggin et al., 2017: 47).

Cilj ovog rada jeste da se ispituju stavovi korisnika interneta u Srbiji o zaštiti njihovih prava u onlajn prostoru, ali i da se testira njihova individualna odgovornost kada je reč o zaštiti prava na privatnost na internetu. U skladu sa ciljevima, postavljena su sledeća istraživačka pitanja:

IP 1: Kakvo je mišljenje korisnika interneta u Srbiji o privatnosti njihovih podataka na internetu?

IP 2: Kakvo je mišljenje korisnika interneta u Srbiji o njihovom pravu na slobodno izražavanje u onlajn prostoru?

IP: 3: U kojoj meri korisnici interneta u Srbiji imaju poverenje u državu i privatne aktere kada je reč o zaštiti njihovih prava u onlajn prostoru?

IP 4: U kojoj meri su korisnici interneta u Srbiji odgovorni pri korišćenju onlajn usluga?

3. Metodološki okvir

Za potrebe ovog istraživanja odabrana je elektronska anketa, koja podrazumeva upitnik dizajniran onlajn i namenjen internet korisnicima. Anketa dizajnirana putem Guglove usluge – Gugl upitnici – bila je aktivna, odnosno dostupna za popunjavanje tačno mesec dana: od 16. oktobra do 16. novembra 2018. godine. U tom periodu anketu je popunilo 783 ispitanika – korisnika interneta. Dobijeni podaci obrađeni su pomoću statističkog softvera SPSS.

3.1. Veb-anketa

Veb-anketa suočava se sa mnogobrojnim kritikama, pa ipak, u skladu sa osnovnim ciljem istraživanja i postavljenim istraživačkim pitanjima, odabrana je kao najpogodniji metod. Naime, osnovna zamerka upućena ovom vidu ispitivanja odnosi se na nemogućnost postizanja reprezentativnog uzorka. Kako ističu Kuper i Miler, „okviri internet korisnika u obliku prikladnom za uzorkovanje ne postoje – i verovatno neće postojati” (Couper & Miller, 2008: 832). Međutim, onda kada osnovni cilj istraživanja nije generalizovanje dobijenih rezultata na čitavu populaciju, kao što je slučaj i sa ovim istraživanjem, već ispitivanje stavova aktivnih korisnika interneta o određenoj temi, ova metoda se čini ne samo pogodnom već i daleko isplativijom u smislu uštede vremena. Navedeno možemo okarakterisati kao „prednost brzih ciklusa distribucije i odgovora” (Andrews, Nonnecke & Preece, 2003: 186). Odnosno, veb-anketa pruža mogućnost da se dosegne do ispitanika bez ličnog prisustva istraživača, jednostavnim slanjem linka mejlom i deljenjem upitnika putem veb-stranica ili društvenih mreža (*brza distribucija*). Na isti način, povratna informacija u vidu *odgovora* ispitanika – popunjen upitnik – vraća se istraživačima i automatski se dodaje bazi. Sa druge strane, osim uštede vremena, značajna je i ušteda novca, jer ovakva metoda isključuje štampanje upitnika.

Takođe, ukoliko je cilj istraživanja ispitati aktivne korisnike interneta, onda se elektronska anketa čini najpraktičnijom. Populaciji internet korisnika u Srbiji, a posebno onima koji su korisnici usluga konkretnih kompanija, praktičnije je pristupiti putem interneta negoli tradicionalnim metodama istraživanja.

Istraživači koji se koriste veb-anketom suočavaju se i sa izazovima koji se tiču stope odgovora, odnosno responzivnosti, namernim pogrešnim odgovorima, višestrukim popunjavanjem ankete i slično. Ovi nedostaci mogu se ublažiti

beleženjem IP adrese korisnika pri odgovoru, kontrolnim pitanjima (Ninković-Slavnić, 2016: 158), usklađivanjem teme sa interesovanjima ispitanika, garantovanjem privatnosti, višestrukim kontaktiranjem ispitanika, predviđenim vremenom za popunjavanje upitnika i slično (Andrews et al., 2003: 192). Ipak, ni onda se ne garantuje da do ovih anomalija neće doći. Međutim, ni klasično anketiranje ne garantuje stoprocentno upotrebljive upitnike, niti može da u potpunosti spreči neodgovaranje na sva pitanja, namerno davanje pogrešnih odgovora i slične propuste, koji se pripisuju veb-anketi.

Kuper i Miler (Couper & Miller, 2008) kao jednu od osnovnih karakteristika veb-ankete navode raznovrsnost, stoga predočavaju da je neophodno što detaljnije pojasniti proces istraživanja. Postoje određene *metodološke komponente* kojima se može uticati na uspešnost sprovedene veb-ankete, ali koje ujedno mogu da posluže i u procesu pojašnjenja konkretnih koraka od kreiranja do prikupljanja rezultata putem veb-ankete. Endruz i saradnici (Andrews et al., 2003: 186) predstavljaju pet takvih komponenti: *dizajn, privatnost i tajnost, uzorkovanje i selekcija učesnika, menadžment distribucije i odgovora i pilot istraživanje*. Kada je reč o dizajnu upitnika, autori sumiraju mnogobrojne studije i navode „kriterijume za kvalitetan dizajn elektronskog anketiranja” (Andrews et al., 2003: 187) prikazane u Tabeli 1.

*Tabela 1: Kriterijumi kvaliteta za dizajn istraživanja
(prilagođeno prema Andrews et al., 2003: 187)*

Podržava različite platforme i pregledače / <i>e-mail</i> (Iun & Trumbo, 2000)
Kontrole za podešavanja pretraživača (Iun & Trumbo, 2000)
Detektovanje više podnesaka automatski (Iun & Trumbo, 2000)
Pružila pitanja na logičan ili adaptivan način, na primer, omogućava kontrolu kada i kako su postavljena pitanja (Kehoe & Pitkov, 1996; Norman, Friedman, Norman, Stevenson, 2001)
Omogućava čuvanje odgovora pre završetka (Smith, 1997)
Prikuplja odgovore otvorenog ili opcionog tipa (Bachmann & Elfrink, 1996; Kiesler & Sproull, 1986; Loke & Gilbert, 1995; Schaefer & Dillman, 1998; Iun i Trumbo, 2000)
Pružila automatske povratne informacije sa završetkom (Smith, 1997)
Koristi principe dizajna upitnika na papiru (Dillman, 2000; Oppenheim, 1992; Preece, Rogers & Sharp, 2002; Vitmer, Colman i Katzman, 1999)
Pružila automatski prenos odgovora na bazu podataka (Kehoe & Pitkov, 1996; McCoi & Marks, 2001; Smith, 1997)
Sprečava izmenu ankete (Vitmer et al., 1999)
Pružila kontrolu odgovora i ekonomične prikaze (Preece et al., 2002; Stanton, 1998)
Omogućava vezu sa definicijama, menijima, kvadratičima za opcije, animacijom, zvukom, grafikom i tako dalje (Preece et al., 2002; Iun & Trumbo, 2000)
Ne zahteva poznavanje softvera za prezentaciju istraživanja (Sheehan & Hoi, 1999)
Displej se brzo pojavi učesniku (Couper, Traugott, & Lamias, 2001)
Prati izvor neuspešnih odgovora (Paolo, Bonamino, Gibson, Patridge, & Kallail, 2000).

U ovom istraživanju korišćen je upitnik dizajniran posredstvom Guglovih usluga – Gugl upitnici. Gugl upitnik, kada je reč o kriterijumima kvalitetnog dizajna, odgovara svim navedenim pretpostavkama, čime omogućava uspešnu kontrolu i sprovođenje istraživačkog postupka.

S obzirom na kompleksni cilj ovog istraživanja, koji podrazumeva ispitivane stavove korisnika o tri različita, ali logički povezana aktera: državu, Gugl i Fejsbuk i njihovu ulogu u zaštiti prava na slobodno izražavanje i privatnost na internetu, procenjeno je da bi dizajn koji uključuje više stranica podeljenih po logičkim celinama bio učinkovitiji. Shodno tome, upitnik se sastoji od četiri grupe, odnosno baterije pitanja. Prva grupa pitanja odnosi se na opšti lični stav ispitanika o dvama navedenim pravima i izazovima sa kojima se susreću u onlajn okruženju (*Odnos prema privatnosti i slobodi izražavanja na internetu*). Druga grupa pitanja odnosi se na stav ispitanika o kompaniji Fejsbuk kada je reč o zaštiti prava na slobodno izražavanje i prava na privatnosti (*Odnos prema kompaniji Fejsbuk kada je reč o privatnosti i slobodi izražavanja*), dok treća baterija pitanja ima isti cilj, ali drugog aktera: kompaniju Gugl (*Odnos prema kompaniji Gugl kada je reč o privatnosti i slobodi izražavanja*). Četvrta baterija pitanja uključuje poslednjeg značajnog aktera – državu (*Odnos prema Republici Srbiji (RS) kada je reč o privatnosti i slobodi izražavanja*).

4. Iz ugla internet korisnika u Srbiji – Rezultati istraživanja

4.1. Odnos prema slobodi izražavanja i privatnosti na internetu

Cilj ovog seta pitanja bio je da se ustanovi da li se korisnici interneta u Srbiji osećaju sigurno prilikom deljenja ličnih podataka na internetu, odnosno, da li veruju u zaštitu svoje privatnosti onlajn i da li veruju da je na internetu moguće apsolutno ostvarivanje prava na slobodno izražavanje. Kako bi se odgovorilo na istraživačka pitanja: IP 1: *Kakvo je mišljenje korisnika interneta u Srbiji o privatnosti njihovih podataka na internetu?* i IP 2: *Kakvo je mišljenje korisnika interneta u Srbiji o njihovom pravu na slobodno izražavanje u onlajn prostoru?*, ispitanicima je postavljen set pitanja i tvrdnji o kojima su se izjašnjavali.

U tom kontekstu, posebno su značajna pitanja, odnosno dve tvrdnje, koje od ispitanika zahtevaju iznošenje stava koji se direktno tiče zaštite podataka na internetu. Na prvu tvrdnju: *Smatram da su moji podaci koje delim na interne-*

tu zaštićeni, ispitanici su većinski odgovorili negativno (52,1 %), nešto više od 40 procenata nije bilo sigurno u ovu tvrdnju, dok je svega 7,5%, odnosno 58 ispitanika smatralo da su njihovi podaci na internetu zaštićeni.

Druga tvrdnja u ovom kontekstu: *Smatram da je moguće zaštititi privatnost na internetu*, donosi nešto drugačije procenete. Dok je za prvu tvrdnju svega 7,5% ispitanika smatralo da su njihovi podaci na internetu zaštićeni, sada 20,6% ispitanika smatra da je moguće zaštititi privatnost na internetu, dok skoro 80% smatra da to nije moguće ili nije sigurno u takvu mogućnost. S obzirom na to da svega 7,5% ispitanika smatra da njihovi podaci jesu zaštićeni, te da samo petina veruje da uopšte postoji mogućnost zaštite privatnosti onlajn, možemo da zaključimo da su ispitanici nesigurni prilikom deljenja podataka na internetu.

Kada je reč o slobodi izražavanja na internetu, mišljenje je podeljeno. Gotovo isti broj ispitanika smatra da mu jeste, odnosno nije, zagarantovana sloboda izražavanja na internetu, dok 36% ispitanika nije sigurno u navedenu tvrdnju. Sa druge strane, gotovo polovina ispitanika (47,4%) ne oseća se slobodno da objavljuje svoje stavove onlajn.

Na osnovu dobijenih rezultata, gde svega 30% ispitanika smatra da je sloboda izražavanja na internetu zagarantovana, dok se skoro polovina ne oseća slobodno da objavljuje svoje stavove, možemo da zaključimo da korisnici interneta u Srbiji ne veruju u apsolutno ostvarivanje prava na slobodno izražavanje na internet.

Posebnim setovima pitanja ispitivani su stavovi internet korisnika o državi Srbiji i privatnim akterima, Guglu i Fejsbuku, i o njihovoj ulozi u zaštiti, ili zlo-upotrebi, navedenih prava. U ovom delu rada, cilj je odgovoriti na istraživačko pitanje: IP3: *U kojoj meri korisnici interneta u Srbiji imaju poverenje u državu i privatne aktere kada je reč o zaštiti njihovih prava u onlajn prostoru?* Odnos ispitanika prema državi i privatnim akterima u ovom kontekstu značajan je jer se njime pojašnjava zbog čega se korisnici interneta u Srbiji ne osećaju sigurno da iskazuju svoje stavove onlajn, kao i zbog čega veruju da je njihova privatnost na internetu ugrožena.

4.2. Odnos internet korisnika u Srbiji prema državi

Kako bi se ispitali stavovi korisnika interneta u Srbiji o odnosu države Srbije prema njihovim onlajn pravima, upitnikom je ispitanicima bilo ponuđeno više različitih tvrdnji o kojima su se izjašnjavali sa *Da*, *Nisam siguran* i *Ne*. Sa prvom

takvom tvrdnjom: *Smatram da Vlada Republike Srbije narušava privatnost internet korisnika*, skoro 40% ispitanika je saglasno, skoro polovina ispitanika (47%) nije sigurna, dok svega 14,6% ispitanika smatra da država ne narušava privatnost korisnika interneta u Srbiji.

Kako bi se konkretizovale mogućnosti države da ugrozi pravo na privatnost korisnika interneta, sledeća tvrdnja je eksplicitnija: *Smatram da Vlada RS i njene agencije prate aktivnosti internet korisnika u Srbiji*. Ova tvrdnja donosi drugačije procenite u odgovorima. Naime, povećava se broj ispitanika koji smatraju da Vlada RS prati aktivnosti korisnika (65,6%), dok se procenat onih koji nisu sigurni u tvrdnju ili nisu saglasni sa njom smanjuje (29,4%, odnosno 5%).

Međutim, kada je ovoj tvrdnji dodato i pitanje bezbednosti, odnosno da li bi neovlašćen pristup podacima korisnika od strane države značio i zaštitu bezbednosti svih građana, procenti su se značajno promenili: gotovo polovina ispitanika (Da – 17% i Nisam siguran – 30,3%) opravdava takav vid intervencije države ili nisu sigurni u navedenu tvrdnju. Ukoliko se uporedi sa prethodnom tvrdnjom, gde se gotovo 90% ispitanika izjasnilo da neovlašćeni pristup podacima od strane države smatraju narušavanjem privatnosti, može se zaključiti da je uvođenje termina *bezbednost* u kontekst uticalo da značajan broj ispitanika promeni stav o neovlašćenom presretanju onlajn komunikacije od strane države.

Do sličnih rezultata došli su i Gogin i saradnici (2017) pri ispitivanju stava korisnika interneta u Australiji. Kada su autori uključili *antiterorističku strategiju* kao razlog neovlašćenog praćenja internet korisnika, procenat Australijanaca koji je opravdao nadzor u te svrhe bio je znatno veći nego kada je reč o pitanju koje je pretpostavljalo nadzor građana, bez uključenog elementa bezbednosti.

Set tvrdnji u anketi imao je cilj da proveriti da li ispitanici smatraju da država ipak može da ih zaštiti ukoliko bi neka privatna kompanija zloupotrebila njihove podatke i koji bi način zaštite u tom kontekstu bio najefikasniji. U Tabeli 2 mogu se očitati nelogičnosti u odgovorima ispitanika. Naime, najveći broj ispitanika saglasio se sa tim da su sankcionisanje privatnih kompanija i jasno zakonodavstvo najefikasniji načini kojima bi država mogla da zaštiti korisnike od zloupotrebe koju bi nanele strane privatne kompanije. Međutim, ispitanici ujedno, osim saradnje sa privatnim kompanijama, najveći procenat neslaganja iskazuju prema stavu da bi država trebalo da više učestvuje u regulisanju internet prostora.

Tabela 2: Prikaz izjašnjavanja ispitanika o tvrdnjama na koje načine država može da ih zaštiti od zloupotreba privatnih aktera

Smatram da bi Vlada RS mogla da me zaštiti ukoliko bi neka privatna kompanija zloupotrebila moje podatke deljene onlajn kroz:					
	jasno zakonodavstvo	nacionalna tela oformljena specijalno u svrhu monitoringa rada privatnih kompanija na internet	zakonom predviđeno sankcionisanje privatnih internet kompanija	veću saradnju sa privatnim kompanijama na internetu	veće učesće u regulisanju internet prostora
Ne	146 [18, 6%]	151 [19, 3%]	128 [16, 3%]	185 [23, 7%]	173 [22, 1%]
Možda	207 [26, 4%]	262 [33, 5%]	207 [26, 4%]	337 [43%]	273 [34, 9%]
Da	430 [55%]	370 [47, 2%]	448 [57, 3%]	261 [33, 3%]	337 [43%]
Total	783 [100%]	783 [100%]	783 [100%]	783 [100%]	783 [100%]

Dobijeni rezultati pokazuju da svega 14,6% ispitanika smatra da država ne ugrožava privatnost korisnici internetama u Srbiji, dok se samo 5% ispitanika nije saglasilo sa tvrdnjom da Vlada RS i njene agencije prate aktivnosti internet korisnika u Srbiji. Kada je reč o ispitivanju stavova o odnosu države Srbije prema slobodi izražavanja korisnika interneta, ispitanicima je, takođe, ponuđeno niz tvrdnji o kojima su se izjašnjavali. Prva takva tvrdnja odnosi se na to da li se ispitanici osećaju zabrinuto ili nesigurno kada kritikuju Vladu Srbije u onlajn komunikaciji. Na osnovu dobijenih rezultata, zaključuje se da se skoro polovina ispitanika, odnosno 46,1%, oseća zabrinuto ili nesigurno kada kritikuje Vladu RS onlajn, skoro 28% bilo je neodlučno, dok se trećina ispitanika ne oseća zabrinuto. Dakle, dve trećine ispitanika ima bojazan ili nije sigurno kako se oseća kada je reč o upućivanju otvorenih kritika svojoj Vladi. Ovakvi nalazi implicitno ukazuju na to da strah od javne kritike može imati uticaj na slobodno izražavanje političkog mišljenja korisnika interneta.

I u ovom delu istraživanja, kada je reč o slobodi izražavanja, provereno je da li će postojati razlika u odgovorima ispitanika ukoliko je uključen termin *bezbednost*. Naime, 649 ispitanika, odnosno skoro 83%, okarakterisalo je neovlašćeno praćenje i pristup onlajn komunikaciji korisnika interneta u Srbiji

kao opasnost po slobodu izražavanja. Međutim, kada je kroz jednu od tvrdnji dodato pitanje bezbednosti građana, procenat se značajno promenio. Dok je svega 6,5% (51 ispitanik) smatralo da takav vid nadzora ne ugrožava slobodu izražavanja, sada skoro 18% (133 ispitanika) veruje da je takav vid nadzora opravdan ukoliko je posredi pitanje bezbednosti. Najveća razlika je u procentima neodlučnih ispitanika: svega 83 ispitanika nije bilo sigurno da li takav vid praćenja i presretanja onlajn podataka i komunikacije pretili da ugrozi slobodu izražavanja, dok sada čak 237 ispitanika nije sigurno da li bi takav neovlašćeni nadzor bio u službi zaštite bezbednosti građana.

Na osnovu dobijenih rezultata, prema kojima se skoro polovina ispitanika ne oseća sigurno da kritikuje Vladu RS na internetu, dok nešto više od polovine smatra da Vlada RS ugrožava slobodu izražavanja korisnici internetama u Srbiji, može se zaključiti da korisnici interneta u Srbiji većinski nemaju poverenje u državu kada je reč o zaštiti njihovih prava u onlajn prostoru.

4.3. Odnos internet korisnika u Srbiji prema privatnim akterima

Setom pitanja i tvrdnji, podeljenim u dve baterije, posebno za Fejsbuk i Gugl, testiran je stav ispitanika prema privatnim kompanijama kada je reč o zaštiti privatnosti i slobodnom izražavanju. Neophodno je napomenuti da je upitnik bio dizajniran tako da negativan odgovor na pitanje: *Da li imate profil na društvenoj mreži Fejsbuk?* ispitanike automatski vodi na set pitanja o Guglu. Zbog toga je broj ispitanika koji su odgovarali na pitanja o Fejsbuku 735, dok je ukupan broj ispitanika 783.

Rezultati pokazuju da su ispitanici gotovo jednako nepoverljivi prema Fejsbuku i Guglu kada je reč o zaštiti njihove privatnosti, a prilikom korišćenja usluga ovih kompanija. Naime, 11,8% ispitanika zadovoljno je načinom na koji Fejsbuk štiti njihovu privatnost, dok je nešto više korisnika, 13%, zadovoljno Guglom u tom kontekstu. Sa druge strane, veći je procenat onih koji nisu sigurni da li Fejsbuk u dovoljnoj meri štiti njihove podatke, 51,4%, naspram 44,6% za Gugl. Samim tim, veći je procenat onih koji nisu zadovoljni zaštitom privatnosti od strane kompanije Gugl (42,4%) u poređenju sa Fejsbukom u tom kontekstu (36,7%).

Zbog načina funkcionisanja društvene mreže Fejsbuk, koja svakako pretpostavlja veće i učestalije deljenje ličnih podataka korisnika nego što je to slučaj sa

pretraživačima, u ovom slučaju kompanijom Gugl, naredni set pitanja fokusiran je na odnos korisnika prema zaštiti privatnosti i ličnih podataka od strane društvene mreže Fejsbuk.

Sa ciljem ispitivanja koga korisnici Fejsbuka smatraju najvećom pretnjom po svoja prava prilikom korišćenja usluga ove društvene mreže, ponuđeni su najčešće pretpostavljeni akteri. Rezultati pokazuju sledeće: korisnici najveću pretnju vide u trećim licima sa kojima Fejsbuk deli podatke svojih korisnika (40,7%), zatim vide gotovo podjednaku pretnju u poslovanju same kompanije i aktivnostima drugih korisnika (27,2% naspram 22,2%), dok je država poslednja na njihovoj listi opasnosti po prava korisnika interneta, sa svega 9,9%.

U ovim rezultatima očitavaju se i određene nelogičnosti. Naime, ispitanici su iskazali veliko nepoverenje u državu kada je reč o zaštiti njihovih podataka. Ipak, državu smatraju najmanjom pretnjom od svim navedenih aktera. Uzrok tome može se potražiti i u redosledu pitanja, odnosno u bateriji pitanja. Upitnik je bio koncipiran tako da su ispitanici najpre odgovarali na set pitanja o privatnim akterima, pa tek onda o državi. Može se pretpostaviti da su u trenutku odgovaranja na ovu tvrdnju ispitanici bili fokusirani na zloupotrebe od strane privatnih kompanija, dok je fokus na državi bio tek u narednom setu pitanja. U prilog ovoj interpretaciji govori i odgovor na poslednje pitanje u upitniku: *Ukoliko bih morao/morala da biram, moje podatke koje delim onlajn prepustio/prepustila bih na čuvanje: državi ili privatnim kompanijama?* Čak 63,7% ispitanika bi svoje podatke poverilo privatnim kompanijama, nasuprot 36,3% korisnika koji bi se ipak opredelili za državu.

Zabrinutost korisnika, kada je reč o deljenju podataka sa trećim licima, potvrđen je narednim tvrdnjama. Više od polovine ispitanika smatra da bi Fejsbuk trebalo da bude transparentniji u pogledu deljenja podataka sa trećim licima. Čak 95% ispitanika saglasno je sa još konkretnijom tvrdnjom kojom se ističe da korisnik ima pravo da nedvosmisleno zna kojim licima i kojim povodom Fejsbuk prosleđuje njihove podatke. S obzirom na to da je svega 11,8% ispitivanih korisnika zadovoljno načinom na koji Fejsbuk štiti njihovu privatnost, dok je Guglovom zaštitom privatnosti zadovoljno samo 13% ispitanika, možemo da zaključimo da korisnici interneta smatraju da ove privatne kompanije predstavljaju opasnost po njihovu privatnost.

Pitanje odnosa slobode izražavanja i privatnih kompanija kompleksnije je i manje očigledno od pitanja privatnosti na internetu. Set pitanja kojima su ispitivani stavovi korisnika interneta o apsolutnom ostvarivanju prava na slobodno izražavanje koncipiran je tako da bude blizak prosečnom korisniku, a da svojim odgovorima doprinese odgovoru na postavljeno istraživačko pitanje. Prve tvrdnje bile su direktne i eksplicitno su potraživale odgovore na pitanja da li ispitanici smatraju da Fejsbuk, odnosno Gugl, mogu imati uticaj na njihovu slobodu izražavanja – trećina ispitanika smatra da Fejsbuk ne može imati uticaj na njihovu slobodu izražavanja, 25,6% nije sigurno u tvrdnju, dok 43,7% smatra da Fejsbuk može da uskrati slobodu izražavanja. Međutim, kada je reč o kompaniji Gugl, procenti su znatno drugačiji – isti broj ispitanika smatra navedenu tvrdnju tačnom, odnosno netačnom – po 265, dok nešto manji broj, 253 ispitanika, nije siguran u navedenu tvrdnju. Ovakvi rezultati bili su i očekivani zbog prirode poslovanja ove dve kompanije. Fejsbuk je, kao društvena mreža, internet prostor u koji su korisnici znatno upućeniji u smislu prisustva, samoprezentacije, participacije, deljenja ličnih podataka, iznošenja ličnih stavova i slično. Prilikom korišćenja pretraživača, prosečni korisnik ne može lako, kao što je to slučaj sa društvenim mrežama, da uoči načine na koje pretraživač može da utiče na slobodu izražavanja.

Kako bi se testiralo da li su korisnici upoznati sa načinom na koji se uređuje optičaj informacija na društvenim mrežama, odnosno, rangiranje pretrage, postavljen je set tvrdnji o kojima su se ispitanici izjašnjavali. Kako rezultati pokazuju, 69% ispitanika saglasno je sa tvrdnjom da Fejsbuk manipuliše objavama koje se pojavljuju na početnoj stranici (engl. *News Feed*). Dakle, više od dve trećine ispitanika zna da se informacije i objave na početnoj stranici Fejsbuka ne objavljuju bez učešća algoritma, odnosno, bez prethodnog upravljanja, odnosno – manipulisanja. U ovom kontekstu, pod manipulisanjem podrazumeva se upravljanje bez vrednosnog određenja, odnosno ne podrazumeva nužno negativnu praksu.

S obzirom na to da je veći broj ispitanika upoznat sa tim da se početnom stranicom upravlja mimo njihove volje, ispitano je i da li su korisnici svesni načina na koji algoritam funkcioniše. U skladu sa tim, postavljene su četiri odrednice značaja: aktuelnost, hronologija, interesovanja korisnika i sponzorstvo. Na osnovu dobijenih rezultata može se zaključiti da ispitanici prepoznaju značaj

navedenih odrednica. Najveća saglasnost odnosi se na sponzorstva, odnosno, ispitanici su u najvećoj meri saglasni sa tvrdnjom da se objave na početnoj stranici Fejsbuka pojavljuju na osnovu ove odrednice (68% ispitanika je saglasno). Sa druge strane, ispitanici su u najvećoj meri neodlučni kada je reč o tome da li aktuelnost i hronologija imaju uticaj na objave koje se pojavljuju na početnoj strani.

Isti niz pitanja postavljen je i za pretraživač Gugl. Cilj ovih tvrdnji bio je da se ispita da li su i u kojoj meri ispitanici upoznati sa načinom rangiranja pretraživanih pojmova. Skoro dve trećine ispitanika saglasno je sa tim da Gugl manipuliše rezultatima pretrage, odnosno, za 10% manje nego što je to bio slučaj sa Fejsbukom. Kada je reč o odrednicama na osnovu kojih Gugl rangira pretraživane pojmove, ispitanici su, takođe, u najvećoj meri bili saglasni sa tim da na pretragu utiču sponzorstva – njih 64%, za samo 4% manje nego što je to bio slučaj sa Fejsbukom.

Na kraju, ispitanicima je predloženo nekoliko predloga ili preporuka, a koje se tiču onoga što bi ove kompanije mogle da urade kako bi se korisnici osećali bezbednije pri korišćenju njihovih usluga (Tabela 3).

Tabela 3: Prikaz izjašnjavanja ispitanika o tvrdnjama šta bi Gugl i Fejsbuk trebalo da urade kako bi se korisnici osećali sigurnije

	Šta je prema vašem mišljenju to što bi kompanije, poput Gugla i Fejsbuka, trebalo da urade da biste se osećali sigurnije kada koristite njihove usluge?			
	da budu transparentiji u pogledu deljenja mojih podataka	da poboljšaju politiku privatnosti	da odlučnije preuzmu odgovornost za svoje poslovanje	da na jednostavniji način upoznaju korisnike sa načinom poslovanja
Ne	101 [12, 9%]	26 [3, 3%]	31 [4%]	25 [3,2%]
Možda	141 [18%]	95 [12, 2%]	114 [14, 5%]	63 [8%]
Da	541 [69, 1%]	662 [84, 5%]	638 [81, 5%]	695 [88, 8%]
Total	783 [100%]	783 [100%]	783 [100%]	783 [100%]

Ispitanici su u većinski bili saglasni sa svim predlozima. Kako rezultati pokazuju, najveća saglasnost tiče se preporuke da kompanije pronađu jednostavniji način, primereniji korisnicima, kako bi ih upoznali sa načinom poslovanja. Ovaj podatak sugerise da su nerazumljiv jezik i kompleksnost politika najveće prepreke za postizanje afirmativnog pristanka korisnika.

4.4. Individualna odgovornost korisnika

Česta tema istraživanja jeste i individualna odgovornost korisnika, odnosno radnje koje sami korisnici preduzimaju kako bi se zaštitili od zloupotreba na internetu, naročito prilikom korišćenja društvenih mreža. S obzirom na to da je svest korisnika o rizicima potvrđena, odnosno, da korisnici u najvećem procentu ne veruju u zaštitu podataka na internetu, te da nemaju poverenje u privatne aktere kada je reč o zaštiti njihove privatnosti, set pitanja o tome kako se ispitanici odnose prema zaštiti svojih podataka značajan je jer implicitno ukazuje na to koliko ispitanici zapravo ulažu u zaštitu svojih podataka.

Kako bi se dobio odgovor na četvrto istraživačko pitanje: *U kojoj meri su korisnici interneta u Srbiji odgovorni pri korišćenju onlajn usluga?*, ispitanicima je postavljeno nekoliko tvrdnji o njihovom angažovanju koje se tiče manualnog podešavanja privatnosti na društvenoj mreži Fejsbuk. Zanimljivo je da gotovo svi ispitanici, njih 93,6%, smatraju da bi svako trebalo da vodi računa o svojoj privatnosti na Fejsbuku. Međutim, procenat onih kojih su promenili podešavanja privatnosti na Fejsbuku kako bi se dodatno zaštitili nije istovetan; 75,1% ispitanika odgovorio je potvrdno, dok 10,9% ispitanika nije sigurno, a 14% ispitanika nije promenilo podešavanja privatnosti.

Dodatnu nelogičnost donose i rezultati odgovora na kontrolno pitanje da li većinu objava na Fejsbuku mogu da vide i oni koji nisu Fejsbuk prijatelji ispitanika: 81% odgovara odrično, 14,3% potvrdno, dok 4,5% ispitanika nije sigurno. Ukoliko se ovi procenti uporede sa prethodnim, primetno je da je 75,1% ispitanika sigurno da je promenilo podešavanja na Fejsbuku, dok je sada 81% ispitanika sigurno da njihove objave ne mogu videti oni korisnici koji im nisu Fejsbuk prijatelji. Razlika u procentima može se tumačiti kao česta zablude Fejsbuk korisnika da je automatska postavka privatnosti zapravo koncipirana

tako da štiti njihovu privatnost, čak i ako nisu manualno promenili podešavanja o privatnosti.

Kako bi se ispitalo da li su korisnici interneta upoznati sa uslovima korišćenja kompanija čije usluge koriste, korisnici su se najpre, na samom početku upitnika, izjasnili o tome da li čitaju uslove korišćenja. Iznenađujući procenat ispitanika, čak 32,6%, odgovorio je potvrdno. Njihovo poznavanje Uslova korišćenja kompanija Fejsbuk i Gugl testirano je kroz niz kontrolnih pitanja. Pitanja su formulisana tako da je odgovor *Da* zapravo tačan odgovor na navedenu tvrdnju, jer su tvrdnje preuzete iz važećih Uslova korišćenja i politika privatnosti kompanija Gugl i Fejsbuk. Kada se ukrste odgovori ispitanika dobijeni na pitanje da li su pročitali uslove korišćenja sa odgovorima na kontrolna pitanja, Hi-kvadrat test pokazuje statistički značajnu vezu. Ono što izaziva značajne razlike i ukazuje na statističku vezu jesu odgovori ispitanika koji tvrde da su pročitali Uslove korišćenja, a koji su na kontrolno pitanje odgovorili negativno, odnosno netačno, u odnosu na one koji su na isto pitanje odgovorili sa *Ne* ili *Nisam siguran* ($Sig = <0.001$). Ispitanici koji su na pitanje da li su čitali Uslove korišćenja odgovorili sa *Ne* ili *Nisam siguran*, u većini slučajeva su pokazali bolje poznavanje Uslova korišćenja – većinski su odgovarali pozitivno, odnosno davali tačne odgovore na kontrolna pitanja. Rezultati su gotovo identični kada je reč o odgovorima u vezi sa kompanijama Fejsbuk i Gugl.

Rezultati dobijeni ukrštanjem odgovora u vezi sa kompanijom Fejsbuk prikazani su u Tabeli 4. Iz prikazanih rezultata jasno je da su ispitanici koji su tvrdili da su čitali Uslove korišćenja u najvećem broju odgovarali negativno na kontrolna pitanja, odnosno, netačno.

Tabela 4: Prikaz ukrštetnih odgovora na pitanje „Da li ste pročitali Uslove korišćenja?” sa kontrolnim pitanjima

		Čitam Uslove korišćenja (Fejsbuka, Gugla) pre nego što ih prihvatim.			Total	chi sq	sig
		Ne	Nisam siguran	Da			
Fejsbuk ima moju dozvolu da koristi podatke sa mog uređaja, računara ili mobilnog telefona.	Ne	132	15	134	281	51.829	<0.001
	Nisam siguran	166	23	45			
	Da	140	18	58			
Fejsbuk ima moju dozvolu da pristupi zvučniku i kameri na mom uređaju, računaru ili mobilnom telefonu.	Ne	123	15	130	268	50.887	<0.001
	Nisam siguran	141	21	46			
	Da	174	20	61			
Fejsbuk ima moju dozvolu da pristupi mojim mejl i telefonskim kontaktima.	Ne	200	23	153	376	27.153	<0.001
	Nisam siguran	149	24	48			
	Da	89	9	36			
Fejsbuk ima moju dozvolu da pristupi mojoj galeriji, slikama sačuvanim na memoriji uređaja.	Ne	108	10	108	226	38.001	<0.001
	Nisam siguran	126	20	43			
	Da	204	26	86			
Fejsbuk ima moju dozvolu da moje podatke ustupa trećim licima, kompanijama sa kojima saraduje.	Ne	200	20	170	390	55.103	<0.001
	Nisam siguran	199	30	46			
	Da	39	6	21			

Broj korisnika Fejsbuka koji je potvrdio da čita Uslove korišćenja je 237. Na prvo kontrolno pitanje – *Fejsbuk ima moju dozvolu da koristi podatke sa mog uređaja, računara ili mobilnog telefona* – više od polovine ispitanika koji su tvrdili da su pročitali Uslove korišćenja odgovorili su negativno. Sa druge strane, od 438 ispitanika koji su tvrdili da ne čitaju Uslove korišćenja, svega 30% nije tačno odgovorilo na prvo kontrolno pitanje. Gotovo identični rezultati dobijeni su i na drugom kontrolnom pitanju – *Fejsbuk ima moju dozvolu da pristupi zvučniku i kameri na mom uređaju, računaru ili mobilnom telefonu*.

Kod kontrolnog pitanja: *Fejsbuk ima moju dozvolu da pristupi mojoj galeriji, slikama sačuvanim na memoriji uređaja*, uočava se najveći procenat tačnih odgovora u odnosu na ostala kontrolna pitanja (36,2%). Pretpostavlja se da je ovaj vid dozvole najočigledniji, jer je korisnicima jasno predloženo pre svakog deljenja fotografija na Fejsbuku da daju dozvolu da kompanija pristupi njihovoj galeriji na telefonu ili računaru.

Kontrolna tvrdnja: *Fejsbuk ima moju dozvolu da moje podatke ustupa trećim licima, kompanijama sa kojima saraduje*, donela je poražavajuće rezultate sa aspekta poznavanja uslova korišćenja. Naime, svega 8,9% ispitanika koji su tvrdili da su pročitali Uslove korišćenja dali su tačan odgovor na ovo pitanje. Od ukupnog broja ispitanika – Fejsbuk korisnika (731), svega 66 njih, odnosno manje od 8%, zna da Fejsbuk ima dozvolu korisnika da njihove podatke deli sa trećim licima.

Set kontrolnih tvrdnji postavljen je i za kompaniju Gugl. Takođe, odgovor na pitanje da li ispitanici čitaju Uslove korišćenja ukršten je sa odgovorima na kontrolna pitanja čiji je tačan odgovor *Da*. Rezultati su, kao što je to bio slučaj i sa kontrolnim tvrdnjama za Fejsbuk, pokazali da većina korisnika ne poznaje uslove korišćenja, što je naročito izraženo kod ispitanika koji su tvrdili da su ih pročitali.

Na osnovu navedenih rezultata može se izvesti zaključak da čak i oni korisnici koji tvrde da su pročitali Uslove korišćenja kompanija Gugl i Fejsbuk većinski nisu upoznati sa dozvolama koje su prilikom prihvatanja Uslova korišćenja dali ovim kompanijama. Takvi rezultati mogu se interpretirati na više načina: ili su ispitanici dali društveno poželjan odgovor na pitanje da li čitaju Uslove korišćenja, ili su delimično pročitali Uslove, smatrajući da je to dovoljno za njihovo razumevanje, ili su, pak, pročitali Uslove korišćenja, ali ih nisu razumeli na adekvatan način zbog njihove kompleksnosti.

Na osnovu dobijenih rezultata, moglo bi se zaključiti da ispitanici ne ulažu dovoljno u zaštitu svojih podataka kroz, na primer, individualna podešavanja privatnosti, niti su dovoljno upoznati sa Uslovima korišćenja usluga kompanija čiji su aktivni korisnici.

5. Zaključak

Dobijeni podaci sprovedenog istraživanja govore u prilog tome da su korisnici interneta u Srbiji nepoverljivi prema državi, ali i prema privatnim akterima kada je reč o zaštiti njihovih prava onlajn. Međutim, potvrđeno je i da korisnici ne čine dovoljno kako bi se zaštitili onlajn, kroz manualna podešavanja privatnosti. Sa druge strane, odgovornost je i na kompanijama koje, kako su i ispitanici potvrdili, nude kompleksne i opširne uslove, neprilagođene prosečnom korisniku interneta.

Na osnovu dobijenih podataka može se zaključiti da, osim toga što su nepoverljivi prema državi i privatnim akterima, korisnici nisu dovoljno upoznati sa načinom poslovanja kompanija čije usluge svakodnevno koriste, ostavljajući za sobom nemerljive količine digitalnih otisaka. Ispitanici jesu svesni rizika po svoja prava onlajn, ocenjuju ga visokom ocenom, ali ih to ne motiviše da dostupnim mehanizmima zaštite svoje podatke ili da se informišu o načinima na koje kompanije koriste njihove podatke. Takav nalaz je u saglasnosti sa istraživanjem Moranda i saradnika (Morando et al., 2014) – bez obzira na nedvosmisleni zabrinutost za bezbednost u onlajn sferi (*deklarisane* preferencije), koja je potvrđena i u ovom istraživanju, internet korisnici pokazuju nizak nivo poznavanja uslova korišćenja i ne čine dovoljno da se dodatno zaštite (*otkrivene* preferencije).

Nepoznavanje načina poslovanja privatnih kompanija delom se može pripisati nedovoljnoj individualnoj odgovornosti korisnika. Međutim, odgovornost može da se potraži i u korporacijama i u državi. Naime, ispitanici su se većinski saglasili sa tim da postoji potreba da kompanije na jednostavniji način upoznaju svoje korisnike sa načinom poslovanja. Jasan jezik politika, pojašnjenje tehničkih i stručnih termina, redukovanje preopširnih elektronskih ugovora moglo bi da motiviše korisnike da pročitaju uslove pre nego da ih samo automatski prihvate. Sa druge strane, češće javne debate, organizovanje javnih rasprava i foruma na temu onlajn prava i bezbednosti, u kojima bi učestvovali i građani, o čemu pišu i Gogin i saradnici (Goggin et al., 2017), moglo bi da doprinese približavanju kompleksnih tema prosečnim internet korisnicima.

Literatura

- Acquisti, A., & Gross, R. (2006). Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook. In G. Danezis & P. Golle (eds.), *International workshop on privacy enhancing technologies* (pp. 36–58). Berlin: Springer.
- Andrews, D., Nonnecke, B., & Preece, J. (2003). Electronic survey methodology: A case study in reaching hard-to-involve Internet users. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 16(2), 185–210.
- Ang, P. H. (2001). The role of self-regulation of privacy and the Internet. *Journal of Interactive advertising*, 1(2), 1–9.
- Bennett, C. J., & Raab, C. D. (2006). *The governance of privacy: Policy instruments in global perspective*. Cambridge: MIT Press.
- Beresforda, A. R., Küblerb, D., & Preibuscha, S. (2012). Unwillingness to pay for privacy: A field experiment. *Economics Letters*, 117, 25–27.
- Chambers, C. (2014). Facebook fiasco: Was Cornell's study of 'emotional contagion' an ethics breach?. *The Guardian*. Retrieved April 5, 2018, from <https://www.theguardian.com/science/headquarters/2014/jul/01/facebook-cornell-study-emotional-contagion-ethics-breach>
- Couper, M. P., & Miller, P. V. (2008). Web survey methods: Introduction. *Public Opinion Quarterly*, 72(5), 831–835.
- Freedom House Country Report, Freedom on the Net, Russia. (2018). Retrieved March 2, 2019, from <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2018/russia>
- Goggin, G., Vromen, A., Weatherall, K., Martin, F., Webb, A., Sunman, L., & Bailo, F. (2017). Digital rights in Australia. Sydney Law School Research Paper No. 18/23. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=3090774>
- Govani, T., & Pashley, H. (2005). Student awareness of the privacy implications when using Facebook. Unpublished paper presented at the "Privacy Poster Fair" at the Carnegie Mellon University School of Library and Information Science, Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Wouter_Steijn/publication/272852396_A_developmental_perspective_re

garding_the_behaviour_of_adolescents_young_adults_and_adults_on_social_network_sites/links/55e43be508ae6abe6e8e9e3e/A-developmental-perspective-regarding-the-behaviour-of-adolescents-young-adults-and-adults-on-social-network-sites.pdf

Gregg, B. (2012). Politics disembodied and deterritorialized: The Internet as human rights resource. In H. F. Dahms & L. Hazelrigg (ed.), *Theorizing Modern Society as a Dynamic Process (Current Perspectives in Social Theory, Vol. 30)* (pp. 209–233). Bingley: Emerald Group Publishing Limited.

Gross, R., & Acquisti, A. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. *Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society*, Retrieved from http://onemvweb.com/sources/sources/privacy_online_social_networks.pdf

Hick, S., Halpin, E., & Hoskins, E. (2016). *Human rights and the Internet*. London: Palgrave Macmillan.

Khor, L. (2011). Human rights and network power. *Human Rights Quarterly*, 33(1), 105–127.

Liu, Y., Gummadi, K. P., Krishnamurthy, B., & Mislove, A. (2011). Analyzing Facebook privacy settings: User expectations vs. reality. *Proceedings of the 2011 ACM SIGCOMM conference on Internet measurement conference*. Retrieved from <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/32002912/p61.pdf>

Maletić, V. i Dakić, J. (2012). Internet, socijalne mreže i ljudska prava. U Milojković, S. (ur.), *INFOTEH Jahorina, 11* (str. 771–776). Istočno Sarajevo: Elektrotehnički fakultet.

McDonald, A. M., & Cranor, L. F. (2008). The cost of reading privacy policies. *A Journal of Law and Policy for the Information Society*, 4, 543–565.

Metzl, J. F. (1996). Information technology and human rights. *Human Rights Quarterly*, 18(4), 705–746.

Morando, F., Iemma, R., & Raiteri, E. (2014). Privacy evaluation: What empirical research on users' valuation of personal data tells us. *Internet Policy Review*, 3(2), 1–12.

- Napoli, P. (2014). Digital intermediaries and the public interest standard in algorithm governance. *LSE Media Policy Project Blog*. Retrieved May 4, 2018, from <http://blogs.lse.ac.uk/mediapolicyproject/2014/11/07/digital-intermediaries-and-the-public-interest-standard-in-algorithm-governance/>
- Ninković-Slavnić, D. N. (2016). *Publika digitalnih medija: informisanje na internetu* (neobjavljena doktorska disertacija), Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu, Beograd. Preuzeto sa <https://uvidok.rcub.bg.ac.rs/bitstream/handle/123456789/957/Doktorat.pdf?sequence=1>
- Obar, J. A., & Oeldorf-Hirsch, A. (2016). The biggest lie on the internet: Ignoring the privacy policies and terms of service policies of social networking services. Retrieved June 25, 2018, from https://ivebeenmugged.typepad.com/my_weblog/pdf/Obar-FCC-Privacy-Submission-2016.pdf
- Olmstead, K., & Smith, A. (2017a). What the public knows about cybersecurity. *Pew Research Center*. Retrieved July 25, 2018, from <https://www.pewresearch.org/internet/2017/03/22/what-the-public-knows-about-cybersecurity/>
- Olmstead, K., & Smith, A. (2017b). Americans and cybersecurity. *Pew Research Center*. Retrieved July 25, 2018, from <https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2017/01/Americans-and-Cyber-Security-final.pdf>
- Pitkänen, O., & Tuunainen, V. K. (2012). Disclosing personal data socially—An empirical study on Facebook users' privacy awareness. *Journal of Information Privacy and Security*, 8(1), 3–29.
- Rainie, L. (2016). The state of privacy in post-Snowden America. *Pew Research Centre*. Retrieved May 5, 2017, from <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/09/21/the-state-of-privacy-in-america/>
- Recommendation CM/Rec(2012)4 of the Committee of Ministers to member State on the protection of human rights with regard to social networking services. Retrieved June 25, 2018, from https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805caa9b.
- Rosen, J., (2011). Free Speech, Privacy, and the Web that Never Forgets. *Journal on Telecommunication and High Technology*, 9, 345–356.

Schwartz, P. M. (1999). Internet privacy and the state. *Connecticut Law Review*, 32, 815–859.

Tow, W. N. F. H., Dell, P., & Venable, J. (2010). Understanding information disclosure behaviour in Australian Facebook users. *Journal of Information Technology*, 25(2), 126–136.

Towerk, H. (2017). How Germany is tackling hate speech. *Foreign Affairs*. Retrieved February 3, 2019, from <https://www.foreignaffairs.com/articles/germany/2017-05-16/how-germany-tackling-hate-speech>

van Kokswijk, J. (2010). Social Control in Online Society—Advantages of Self-Regulation on the Internet. In *2010 International Conference on Cyberworlds* (pp. 239–246). Retrieved from <https://ieeexplore.ieee.org/document/5656363>

Marta Mitrović

University of Niš, Faculty of Philosophy, Serbia

FREEDOM OF EXPRESSION AND PROTECTION OF PERSONAL DATA ON THE INTERNET: THE PERSPECTIVE OF INTERNET USERS IN SERBIA

Summary: The paper examines the views of Internet users concerning the protection of their rights on the Internet. The web survey, conducted by the snowball sampling, included 783 Internet users who expressed their views regarding the ways the state (Serbia) and private agents (Facebook and Google) relate to the right of freedom of expression and privacy on the Internet. Also, the survey was used to examine the individual responsibility of users when it comes to the use of Internet services. Several hypotheses suggested that Internet users in Serbia do not have confidence in the country and private actors on the issue of protecting their rights. However, users also do not demonstrate a satisfactory level of individual responsibility. The most important findings indicate that: 1) only one-sixth of the respondents consider that the Government of the Republic of Serbia does not violate the privacy of Internet users; 2) almost half of the respondents do not feel free to express their views criticizing the government; 3) almost 90% of users are not satisfied how Facebook protects their privacy, while it is 1% lower in the case of Google; 4) a third of respondents answered positively to the question whether they had read terms of use of the analyzed companies, but half of them did not give a correct answer to the main questions; 5) only 8.9% of respondents who claimed to have read terms of use are aware of the fact that Facebook shares their data with third parties.

Keywords: social media, search engines, freedom of expression, privacy rights, Internet users, Facebook, Google, self-regulation

Povezanost restriktivnih strategija roditeljskog nadzora i digitalnog nasilja u adolescenciji¹

Milica Matović²

Univerzitet u Beogradu, Fakultet za specijalnu edukaciju i rehabilitaciju, Srbija

Vesna Zunić Pavlović³

Univerzitet u Beogradu, Fakultet za specijalnu edukaciju i rehabilitaciju, Srbija

doi: 10.5937/cm15-27100

Sažetak: Savremene studije pokazuju da deca i adolescenti predstavljaju populaciju korisnika koja najviše vremena provodi na internetu, te su znatno više izloženi rizičnim ponašanjima, a najviše digitalnom nasilju. Stoga je cilj u ovom radu utvrđivanje razlika u učestalosti digitalnog nasilja kod adolescenata u zavisnosti od primene restriktivnih strategija roditeljskog nadzora. Uzorak istraživanja čini 183 učenika prvog i četvrtog razreda gimnazije koji su odgovarali na pitanja o roditeljskom nadzoru i digitalnom nasilju. Roditeljski nadzor ispitivan je kratkim upitnikom, koji se sastojao iz niza kategoričkih pitanja, dok je za ispitivanje digitalnog nasilja korišćena Skala sajber žrtve i nasilnog ponašanja (Cyber Victim and Bullying Scale). Rezultati ovog istraživanja pokazuju da roditelji neredovno koriste restriktivne strategije u vršenju roditeljskog nadzora nad aktivnostima deteta na internetu. Roditeljski nadzor se najčešće svodi na zabranu dopisivanja sa nepoznatim ljudima (51,9%) i nešto manje na zabranu ostavljanja ličnih podataka (35,5%) i posedovanje šifre od uređaja preko kog dete pristupa internetu (37,2%). Završna analiza pokazala je da ne postoji statistički značajna povezanost restriktivnih strategija roditeljskog nadzora sa učinjenim nasiljem na internetu, niti sa doživljenim nasiljem. Kako bi roditeljski nadzor imao značajnu ulogu u prevenciji i redukovanju digitalnog nasilja kod dece adolescentnog uzrasta neophodno je usmeriti roditelje da odluke o pravilima ponašanja na internetu donose u dogovoru sa decom i u skadu sa njihovim aktivnostima i podstaći ih na korišćenje drugih, adekvatnih strategija roditeljskog nadzora.

Ključne reči: roditeljski nadzor, restriktivna medijacija, vršnjačko nasilje, internet

¹ Rad je nastao kao rezultat istraživanja na projektima „Socijalna participacija osoba sa intelektualnom ometenošću“ (br. 179017) i „Kriminal u Srbiji: fenomenologija, rizici i mogućnosti socijalne intervencije“ (br. 47011), koje finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

² Kontakt sa autorkom: mmatovic1992@gmail.com.

³ Kontakt sa autorkom: vzunicpavlovic@gmail.com.

1. Uvod

Prema dosadašnjim istraživanjima, deca i adolescenti predstavljaju populaciju korisnika koja navikse vremena provodi na internetu (Rideout et al., 2010). Prema podacima iz 2018. godine, u Srbiji 98% učenika uzrasta 15–17 godina pristupa internetu svakodnevno (Kuzmanović et al., 2019). Iako je upotreba interneta sve neophodnija i ima značajne prednosti, ona ostavlja i niz negativnih posledica – od prekomerne upotrebe koja vodi u zavisnost do izlaganja seksualnim eksplicitnim sadržajima i digitalnom nasilju (Pujazon-Zazik & Park, 2010). Na godišnjem nivou, svako treće dete u Srbiji iskusi uznemiravanje na internetu, a gotovo četvrtina nikoga ne obavesti o ovakvom iskustvu, smatrajući da će problem sam nestati (Kuzmanović et al., 2019).

Upotreba interneta u sve mlađem uzrastu povećava zabrinutost roditelja, koji se, kako bi umanjili rizike, a povećali dobrobite, koriste različitim strategijama sprovođenja nadzora nad aktivnostima deteta na internetu (Nikken & Jansz, 2006). Obično je prvi izbor roditelja postavljanje strogih pravila ponašanja zato što žele da zaštite svoju decu od nepoželjnog sadržaja na internetu (van Kruistum & van Steensel, 2017). Roditelji su uvereni da njihova deca previše dugo i često provode vreme na internetu i žele da uravnoteže ove aktivnosti sa njihovim aktivnostima van interneta (van Kruistum & van Steensel, 2017). Međutim, postavlja se pitanje da li je ova vrsta nadzora adekvatna i efikasna u zaštiti dece od digitalnog nasilja. Stručna literatura malo pažnje posvećuje ispitivanju faktora koji mogu biti u vezi sa digitalnim nasiljem, što je slučaj i sa restriktivnim strategijama roditeljskog nadzora. Stoga je primarni cilj u ovom istraživanju utvrđivanje efektivnosti ovih strategija u redukovanju digitalnog nasilja.

2. Teorijski okvir istraživanja

Budući da je digitalno nasilje (elektronsko, virtuelno, onlajn, sajber i dr.) fenomen novijeg datuma, u stručnoj literaturi se definiše kroz prizmu tradicionalnog vršnjačkog nasilja (Olweus, 2012), koje se vrši na specifičan način, uz pomoć raznovrsnih oblika elektronske komunikacije (Schenk & Fremouw, 2012). Uz niz specifičnosti, kao što je anonimnost nasilnika (Schneider et al., 2012), neograničenost sajber prostora (Hinduja & Patchin, 2009) i beskonačnost publike (Popović-Ćitić, 2009), ovaj vid nasilnog ponašanja postao je znatno opasniji od tradicionalnog vršnjačkog nasilja, donoseći veći broj žrtava, ali i nasilnika.

Međutim, pri definisanju pojma digitalnog nasilja izostavlja se deo o postojanju neravnoteže moći, odnosno, fizičke snage između nasilnika i žrtve, kao i deo o ponavljanju nasilnog čina, što su odlike tradicionalnog vršnjačkog nasilja. Neravnoteža moći rezultat je anonimnosti nasilnika i nemogućnosti da se komentar, slika ili video snimak lako obrišu sa interneta, te se žrtva dovodi u nepravedan položaj (Doodley et al., 2009), dok je zbog brzine kojom se ove informacije šire na internetu dovoljan samo jedan nasilni akt da bi nastale dalekosežne posledice (Popović-Čitić, 2009).

Stoga, novija naučna literatura nastoji da prevaziđe ova ograničenja prethodnih definicija. Tako, pojedini autori definišu digitalno nasilje kao slučajeve (pojedinačne ili repetitivne) kada neko, koristeći elektronske uređaje, namerno uplaši, povredi ili ponizi drugu osobu, bez obzira da li je povreda nastupila, odnosno da li je došlo do posledica, dovoljno da je postojala namera da se nekome nanese zlo (Popadić i Kuzmanović, 2016). Namera je bitan element iz još jednog razloga. Moguće je da osoba percipira određeno ponašanje kojem je izložena kao nasilno iako to u realnosti nije slučaj (Patchin & Hinduja, 2015).

Premda različiti aspekti roditeljstva imaju ulogu u redukovanju rizičnog ponašanja kod mladih, dve dimenzije se izdvajaju kao glavne. To su roditeljska toplina i roditeljska kontrola (Baumrind, 1970). Roditeljska toplina odnosi se na ponašanje roditelja koje omogućava detetu da se oseća prihvaćeno (Rollins & Thomas, 1979), dok se roditeljska kontrola odnosi na postavljanje strogih i jasnih pravila ponašanja (Schaefer, 1959). Četiri roditeljska stila definisana su na osnovu balansa između emocionalne topline i roditeljske kontrole: autoritaran, autoritativan, permisivan i zanemarujući (Maccoby & Martin, 1983). Empirijski podaci sugerišu da su porodice u kojima vlada visok nivo kontrole praćene visokim nivoom emocionalne topline (autoritativan stil) efikasnije u smanjenju negativnih razvojnih ishoda, naročito kada je u pitanju izlaganje nasilju (Gorman-Smith et al., 2004), delikventno ponašanje i eksternalizovani problemi u ponašanju (Steinberg et al., 2006).

Emocionalna toplina i privrženost od značaja su za aktivnosti povezane sa rizičnim ponašanjem na internetu. Adolescenti koji su pokazali manji stepen privrženosti roditeljima imaju dva puta veću šansu da budu uključeni u digitalno nasilje (Ybarra & Mitchell, 2004a). Stoga, otvoren odnos između roditelja i deteta i informisanost roditelja o aktivnostima deteta na internetu mogu umanjiti verovatnoću problematične upotrebe informacionih tehnologija (Milani et al., 2009).

Roditeljski nadzor je jedan od aspekata roditeljske kontrole i može se definisati kao skup roditeljskih postupaka koji uključuju posmatranje i praćenje kretanja, aktivnosti i prilagođenosti deteta (Dishion & McMahon 1998: 61). Istraživanja koja se bave povezanošću roditeljskog nadzora i tradicionalnog vršnjačkog nasilja pokazuju da roditelji dece koja su nasilnici ili žrtve koriste zanemarujući roditeljski stil i nedoslednost u nadzoru (Duncan, 2004). Očigledno je da je roditeljski nadzor povezan sa neprikladnim i rizičnim ponašanjima (Lac & Crano, 2009), te su mladi koji su pod slabijim roditeljskim nadzorom u većem riziku da postanu žrtve ili da učine nasilje na internetu (Hong & Espelage, 2012).

Ideja o roditeljskoj kontroli sadržaja koji je deci dostupan započeta je još pre razvoja modernih informacionih tehnologija, sa pojavom televizije. Koncept roditeljske medijacije korišćen je kako bi se pojasnio uticaj medija na stavove i ponašanja dece i adolescenata. U zavisnosti od roditeljske aktivnosti, deca su više ili manje izložena sadržajima koji mogu uticati na njihove stavove i ponašanja (Lee & Chae, 2007), kao i na način na koji primaju i obrađuju informacije i kako one na njih deluju (Hoan & Choen, 2005). U literaturi se najčešće navode dva osnovna tipa roditeljske medijacije – restriktivna i aktivna medijacija (Hoan & Choen, 2005). Preneto u doba ekspanzije informacionih tehnologija, aktivna medijacija podrazumeva da roditelji diskutuju sa svojom decom o negativnim i pozitivnim aspektima interneta i uče decu kako da se sama zaštite (Miyazaki et al., 2009). Restriktivna medijacija ne uključuje dogovor između deteta i roditelja (Hoan & Cheon, 2005), već odluku o sajtovima koje dete može da posećuje i vremenu koje može da provodi na internetu roditelj donosi samostalno (Miyazaki et al., 2009). Prema jednom istraživanju u Srbiji, roditelji najmanje koriste aktivnu medijaciju u roditeljskom nadzoru (Zuković i Slijepčević, 2015), što potvrđuju nalazi i drugih inostranih istraživanja (Livingstone et al., 2018; Nikken & Jansz, 2006; Valcke et al., 2010). Premda roditelji češće primenjuju restriktivne strategije nadzora, veoma mali broj sprovodi direktan nadzor. U istraživanju u Crnoj Gori tek 15% dece je izjavilo da roditelji učestalo prate njihove aktivnosti na internetu ili da se nalaze u njihovoj blizini dok koriste internet (25%) (Logar et al., 2016).

Internet i drugi mediji postaju posebno važni tokom adolescencije, jer adolescenti najveći deo svoga vremena provode u korišćenju interneta ili u druženju sa vršnjacima. Samim tim, adolescenti mogu biti izloženi većem stepenu

neprikladnog sadržaja, sa kojim se nisu susretali u mlađem uzrastu. Stoga je važno razumeti na koji način roditelji nagledaju upotrebu interneta tokom adolescencije (Padilla-Walker et al., 2012). Međutim, tokom adolescencije, roditelji nisu u mogućnosti da direktno nadgledaju aktivnosti deteta, jer i jedni i drugi provode dosta vremena izvan kuće, pa moraju da se pouzdaju u metode postavljanja jasnih pravila ponašanja (Marshall et al., 2005). Ipak, više od polovine adolescenata koji na internetu provode tri ili više sati dnevno navodi da njihovi roditelji ne nadziru njihove aktivnosti (Mason, 2008).

Roditelji najčešće nemaju mogućnost da paze na ekran ili ono što njihovo dete radi na internetu, budući da je pristupanje internetu postala usamljena aktivnost za sve članove porodice (Kennedy & Wellman, 2007). Nadovezujući na to oglašavanje deteta na postavljene vremenske okvire, zaključavanje telefona i brisanje istorije pretrage veb sajtova, jasno je da roditelji imaju velikih poteškoća u uspostavljanju adekvatnog nadzora nad aktivnostima deteta na internetu (Australian Communications and Media Authority, 2007). U jednom američkom istraživanju, roditelji su otkrili da imaju osećaj gubitka kontrole nad aktivnostima njihove dece na internetu (Erickson et al., 2016). Na osećaj gubitka kontrole nadovezuje se osećanje digitalne nekompetentnosti. U istraživanju realizovanom u Srbiji 2012. godine, tri četvrtine ispitanih srednjoškolaca smatra da njihovi roditelji imaju slabije digitalne veštine od njih, (Popadić i Kuzmanović, 2016), zbog čega ređe traže njihove savete i podršku prilikom korišćenja interneta, a češće im pomažu kada nešto ne umeju da urade (Kuzmanović et al., 2019).

Bez obzira na to sa kojim se sve izazovima susreću, roditelji imaju ključnu ulogu u prevenciji digitalnog nasilja. Budući da se tradicionalno vršnjačko nasilje vezuje za školu i školske aktivnosti, naglašavajući tako ulogu škole u prevenciji, digitalno nasilje najčešće se dešava dok su deca kod kuće (Dehue et al., 2008).

3. Ciljevi istraživanja

Cilj istraživanja je utvrđivanje razlika u učestalosti doživljenog i učinjenog digitalnog nasilja kod adolescenata, u zavisnosti od primene restriktivnih strategija roditeljskog nadzora. Pod digitalnim nasiljem podrazumeva se namerno nanošenje štete ili povređivanje druge osobe korišćenjem elektronskih uređaja (računara, mobilnih telefona i sl.) koje može imati različite oblike. U ovom

istraživanju ispitana je učestalost izloženosti i vršenja sledećih oblika digitalnog nasilja: verbalno nasilje (npr. širenje glasina), skrivanje identiteta (npr. korišćenje tuđeg identiteta na internetu bez odobrenja) i obmanjivanje na internetu (npr. deljenje tuđih fotografija na internetu bez odobrenja). Osim toga, ispitani su oblici restriktivnih strategija koje roditelji koriste i razlike koje u tom pogledu postoje u zavisnosti od pola i uzrasta adolescenata. Primenjivost restriktivnih roditeljskih strategija sagledana je kroz iskustva adolescenata o doživljenom i učinjenom digitalnom nasilju.

4. Metod rada

4.1. Uzorak

Uzorak istraživanja čini 183 učenika prvog (49,2%) i četvrtog (50,8%) razreda Gimnazije u Mladenovcu, 61,2% ženskog i 38,8% muškog pola, uzrasta od 14 do 19 godina ($AS = 16,61$, $SD = 1,50$). Opažena razlika u frekvencama kategorija varijable pol je statistički značajna ($\chi^2 = 9.18$, $df = 1$, $p < .01$), jer je uzorak ispitanika činilo više devojčica nego dečaka, što je u skladu sa celokupnom populacijom učenika Gimnazije u Mladenovcu, koju češće upisuju devojčice nego dečaci.

4.2. Procedure i instrumenti

Podaci za ovo istraživanje dobijeni su neposredno, ispitivanjem učenika obuhvaćenih uzorkom. Istraživanje je obuhvatilo period od dve nedelje, koliko je bilo potrebno da se prikupe podaci.

Ranija istraživanja pokazuju da roditelji češće koriste restriktivne strategije u sprovođenju nadzora dečijih aktivnosti na internetu u odnosu na druge strategije, ali su retka istraživanja koja su se bavila efektivnošću restriktivnih strategija, naročito kada je u pitanju digitalno nasilje. Upravo je to razlog zašto smo se u ovom istraživanju opredelili za proučavanje ove strategije roditeljskog nadzora.

Za prikupljanje podataka korišćen je upitnik koji se sastojao od pitanja o roditeljskom nadzoru koja su konstruisana za potrebe ovog istraživanja, dok je za ispitivanje vršnjačkog nasilja na internetu korišćena Skala sajber žrtve i nasilnog ponašanja (*Cyber Victim and Bullying Scale*; Çetin et al., 2011).

Primena restriktivnih strategija roditeljskog nadzora ispitana je kroz šest kategoričkih pitanja, na koje su ispitanici odgovarali sa da ili ne. Pitanja se odnose na posjedovanje šifre od laptopa ili telefona, posjedovanje šifre na društvenim mrežama, ograničenje vremena na internetu, zabranu dopisivanja sa nepoznatima, zabranu posećivanja određenih sajtova i zabranu ostavljanja ličnih podataka. Ukupan skor izračunat je sabiranjem ukupnog broja potvrđenih odgovora.

Digitalno nasilje ispitano je Skalom sajber žrtve i nasilnog ponašanja (*Cyber Victim and Bullying Scale*) koja ispituje doživljeno i učinjeno digitalno nasilje u proteklih godinu dana (Çetin et al., 2011). Originalna skala se sastoji od dve subskele sa po 22 stavke za svaku od njih. U okviru prve subskele ispitanici odgovaraju na pitanja da li su doživeli ponašanje opisano putem stavki, dok u okviru druge subskele ispitanici odgovaraju da li su se tako ponašali. Skala je Likertovog tipa, pa se na svaku stavku može odgovoriti u rasponu od 1 do 5 (1 – nikad, 5 – uvek). Prednosti ovog instrumenta u odnosu na druge ogledaju se u tome što je digitalno nasilje definisano kroz različita ponašanja koja stoje u međuo odnosu i koja se ne mogu objasniti samo jednim faktorom, kako je u većini konstruisanih upitnika. Ova skala procene razmatra digitalno nasilje kroz tri faktora – *verbalno nasilje*, koje uključuje ponašanja poput širenja glasina i uvredljivih komentara; zatim, *skrivanje identiteta*, koje podrazumeva ponašanja poput korišćenja tuđeg ili lažnog profila na internetu; i *obmanu na internetu*, što se odnosi na postavljanje tuđih slika i video snimaka na internetu bez dozvole, njihovo montiranje ili uznemiravanje drugih sadržajima seksualne prirode. Za razliku od drugih skala koje ispituju samo da li je nasilje doživljeno ili učinjeno, ovaj instrument omogućava i merenje učestalosti. Uz sve navedeno, za većinu instrumenata ne postoje nikakvi podaci o njihovoj validnosti i pouzdanosti, što sa ovom skalom nije slučaj. U originalnom istraživanju, autori su procenili visoku internu konzistentnost skale na uzrastu učenika srednje škole, koji čine i uzorak istraživanja. Koeficijent pouzdanosti pomenute skale u ovom istraživanju iznosi .89, odnosno .80 za doživljeno nasilje i .86 za učinjeno nasilje na internetu.

4.3. Obrada podataka

Podaci su obrađeni u statističkom programu SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Za potrebe istraživanja korišćene su metode deskriptivne statistike. Prethodnom analizom uočeno je da distribucija mera ispitivanog roditeljskog

nadzora znatno odstupa od normalne raspodele ($K-S Z = 0.15, p < .001$). Stoga je za ispitivanje razlika u restriktivnim strategijama roditeljskog nadzora prema polu i uzrastu ispitanika korišćen Man-Vitnijev test, kao i Spirmanova korelacija za utvrđivanje razlika u zastupljenosti doživljenog i učinjenog nasilja na internetu u odnosu na restriktivne strategije roditeljskog nadzora.

5. Rezultati

Na samom početku, u Tabeli 1, prikazana je deskriptivna statistika svih numeričkih varijabli obuhvaćenih ovim istraživanjem.

Tabela 1: Deskriptivna statistika numeričkih varijabli

Varijabla	Min	Max	M	SD	SEM	95%CI-	95%CI+
Roditeljski nadzor	0	6	1,72	1,42	0,10	1,51	1,92
Doživljeno nasilje	1,00	3,43	1,50	0,44	0,03	1,44	1,57
Učinjeno nasilje	1,00	3,57	1,48	0,54	0,04	1,40	1,56

Prema izveštaju učenika, gotovo polovina roditelja (46,2%) koristi jednu do dve restriktivne strategije, 25,7% koristi tri do četiri, a 25,7% ih ne koristi.

Detaljnija analiza učestalosti primene restriktivnih strategija roditeljskog nadzora prikazana je u Tabeli 2. Najveći broj učenika odgovorio je da im roditelji brane da se dopisuju sa nepoznatim osobama na internetu, a najmanje zastupljene restriktivne strategije su ograničavanje vremena provedenog na internetu i zabrana posećivanja određenih sajtova.

Nema statistički značajnih razlika u primeni restriktivnih strategija roditeljskog nadzora ($U = 3855,50; p = 0,72$) u odnosu na pol ispitanika, osim u slučaju ograničavanja vremena provedenog na internetu, gde su dečaci češće izveštavali o ovoj meri roditeljskog nadzora u odnosu na devojčice ($rC = 0,20; \chi^2 = 7,84, df = 1, p < 0,01$)

Tabela 2: Raspodela odgovora ispitanika o restriktivnim strategijama roditeljskog nadzora

Roditeljski nadzor	Br.	%
Posedovanje šifre laptopa/računara	68	37,2
Ograničavanje vremena na internetu	19	10,4
Dopisivanje sa nepoznatima	95	51,9
Posedovanje šifre na društvenim mrežama	22	12
Zabrana posećivanja sajtova	46	10,4
Zabrana ostavljanja ličnih podataka	65	35,5

Statistički značajne razlike u restriktivnim strategijama roditeljskog nadzora otkrivene su u odnosu na školski uzrast ispitanika ($U = 1740,00$; $p < 0,001$). Pokazalo se da učenici prvog razreda češće izveštavaju o restriktivnim strategijama roditeljskog nadzora ($Mdn = 2,00$; $IQR = 1,25$) nego učenici četvrtog razreda ($Mdn = 1,00$; $IQR = 2,00$). U Tabeli 3 detaljno je prikazano o kojim strategijama učenici prvog razreda češće izveštavaju.

Tabela 3: Razlike u primeni restriktivnih strategija u odnosu na školski uzrast ispitanika

Relacija	rC	χ^2	df	p
Razred x Šifra laptopa/računara	0,08	1,19	1	0,28
Razred x Ograničavanje vremena na internetu	0,27	13,77	1	0,00
Razred x Dopisivanje sa nepoznatima	0,39	32,55	1	0,00
Razred x Šifra na društvenim mrežama	0,14	3,61	1	0,06
Razred x Posećivanje određenih sajtova	0,40	35,08	1	0,00
Razred x Ostavljanje ličnih podataka	0,28	16,22	1	0,00

Tabela 4: Matrica Spirmanove interkorelacije restriktivnih strategija roditeljskog nadzora sa digitalnim nasiljem

	1.	2.
1. Roditeljski nadzor		
2. Doživljeno nasilje	-0,09	
3. Učinjeno nasilje	-0,15	0,64***

*** p <0,001

U Tabeli 4 prikazani su rezultati ispitivanja povezanosti restriktivnih strategija roditeljskog nadzora sa doživljenim i učinjenim digitalnim nasiljem. Može se konstatovati da roditeljski nadzor nije statistički značajno povezan ni sa doživljenim, ni sa učinjenim digitalnim nasiljem.

6. Diskusija

Rezultati ovog istraživanja pokazuju da restriktivne strategije roditeljskog nadzora nad aktivnostima adolescenata na internetu koristi tri četvrtine roditelja. Oko polovine roditelja primenjuje zabranu dopisivanja sa nepoznatim osobama, a više od trećine zabranu ostavljanja ličnih podataka na internetu. Premda 37% učenika izveštava da njihovi roditelji poseduju šifru laptopa ili računara, u stvarnosti bi ovaj procenat mogao da bude manji, jer je moguće da deca ne poseduju sopstveni uređaj, već ga dele sa roditeljima.

Čini se da su roditelji svesni da se opasnost od digitalnog nasilja povećava na društvenim mrežama, gde adolescenti ostavljaju svoje lične podatke i ulaze u kontakt sa nepoznatim osobama. Empirijski podaci pokazuju da mladi najčešće koriste internet za zabavu, dopisivanje ili igranje video igrice sa svojim vršnjacima (Kuzmanović et al., 2019; Naval et al., 2003) i da je specifična upotreba interneta povezana sa nasilnim ponašanjem na internetu, pa su tako adolescenti koji koriste internet za dopisivanje u 3,5 puta većem riziku od adolescenata koji koriste internet iz drugih razloga (Ybarra & Mitchell, 2004b). Kod adolescenata koji pokazuju veću spremnost za ostavljanjem ličnih informacija postoji povećan rizik od viktimizacije na internetu, kao i od uključivanja u druga po-

tencijalno rizična ponašanja zbog mogućnosti upoznavanja nepoznatih osoba sa interneta (Lenhart et al., 2011; Mesch, 2009). Ostavljajući lične informacije na internetu adolescenti dovode sebe u situaciju da budu vređani, omalovažavani, proganjani, što su i najčešći oblici digitalne viktimizacije (Ybarra et al., 2007). Prema rezultatima istraživanja u Srbiji, dve trećine dece, uzrasta 9–17 godina, koja su bila izložena digitalnom nasilju najčešće je primalo ružne i uvredljive poruke posredstvom interneta (Kuzmanović et al., 2019).

U ovom istraživanju nisu otkrivene značajne polne razlike u učestalosti primene restriktivnih strategija roditeljskog nadzora, osim u slučaju ograničavanja vremena provedenog na internetu. Prvobitna istraživanja svedoče da dečaci provode mnogo više vremena na internetu nego devojčice (Subrahmanyam et al., 2001), te ne čudi što roditelji nastoje da ograniče njihove aktivnosti na internetu. Ipak, novija istraživanja pokazuju da je raskorak u upotrebi interneta između dečaka i devojčica sve manji (Lin & Yu, 2008), ali da i dalje postoje stereotipne polne razlike u razlozima zbog kojih adolescenti pristupaju internetu. Tako, devojčice provode više vremena na društvenim mrežama nastojeći da učvrste već postojeće veze sa prijateljima (Rideout et al., 2010), dok dečaci nastoje da obogate svoj društveni život, stvarajući nova internet prijateljstva (Lenhart & Madden, 2007) i kompenzujući socijalnu anksioznost u pravom životu (Baker, 2009). U ukupnom vremenu koje provode na internetu, devojčice češće posećuju društvene mreže i postavljaju svoje fotografije nego što je to slučaj sa dečacima (Popadić i Kuzmanović, 2016; Logar et al., 2016, Lenhart et al., 2007). Iz tog razloga, bilo bi poželjno da se strategije roditeljske medijacije prilagode ustanovljenim razlikama.

Značajne razlike u učestalosti primene restriktivnih strategija roditeljskog nadzora pronađene su kada je u pitanju školski uzrast adolescenata. Poređenjem učenika prvog i četvrtog razreda gimnazije, pokazalo se da učenici prvog razreda učestalije izveštavaju da roditelji nadziru njihove aktivnosti na internetu. Sa odrastanjem dece, roditelji većinom odustaju od nadzora. Istraživanje u Srbiji pokazalo je da 57% osnovaca u odnosu na 30% srednoškolaca izveštava da im roditelji govore koliko vremena mogu da provedu na računaru (Popadić i Kuzmanović, 2016). Slične rezultate prikazuje jedno inostrano longitudinalno istraživanje koje je pratilo promene u roditeljskoj medijaciji tokom vremena i ustanovilo da se učestalost roditeljske medijacije, bilo da je u pitanju restriktivna ili aktivna medijacija, umanjuje tokom vremena (Padilla-Walker et al.,

2012). Moguće je da roditelji prestaju sa ograničavanjem aktivnosti kada su u pitanju starija deca, jer doživljavaju da su zrelija i sposobnija da mogu sama da izađu na kraj sa interakcijama i sadržajima na internetu. Nadzor slabi i zbog toga što roditelji žele da poštuju privatnost svoje dece (Popadić i Kuzmanović, 2016) Takođe, slabiji roditeljski nadzor na starijem uzrastu može se objasniti detetovim neprihvatanjem tog nadzora. Mnoga istraživanja pokazuju da postoji raskorak u načinu na koji roditelji i adolescenti percipiraju roditeljski nadzor, praćenje i postavljanje pravila (Liau et al., 2008; Wang et al., 2005). Dok mlađa deca ne dovode u pitanje autoritet svojih roditelja, adolescenti zahtevaju više slobode. Doživljavajući upotrebu interneta kao svoju ličnu aktivnost, adolescenti nisu voljni da sa roditeljima dele svoja onlajn iskustva i mogu se osećati uvređeno kada roditelji kontrolišu njihove aktivnosti na internetu (Valkenburg et al., 2013). Što su starija, deca češće ignorišu roditeljske savete u vezi sa korišćenjem interneta (Kuzmanović et al., 2019).

Prema rezultatima ovog istraživanja nije otkrivena statistički značajna povezanost između primene restriktivnih strategija roditeljskog nadzora i izloženosti adolescenata digitalnom nasilju. Ovakav rezultat ima potvrdu u nalazima drugih autora, da upotreba roditeljske medijacije ne znači nužno i redukovanje rizika onlajn (Livingstone & Helsper, 2010; Mitchell et al., 2003). Efektivnost roditeljskog nadzora zavisi, pre svega, od stepena njegove primene (Nathanson et al., 2002). Iako roditelji smatraju da postavljaju jasne granice ponašanja, oni najčešće ne proveravaju da li se dete pridržava ustanovljenih zabrana (Rosen, 2007). Prelaskom u adolescentnu fazu, deca preduzimaju mere kao bi umanjila mogućnost roditeljske kontrole njihovih aktivnosti na internetu (Livingstone & Bober, 2006), umanjujući tako uticaj roditeljskog nadzora i povećavajući mogućnost viktimizacije.

Statistički značajna povezanost nije pronađena ni između primene restriktivnih strategija roditeljskog nadzora i nasilnog ponašanja adolescenata na internetu. Restriktivne strategije roditeljskog nadzora nisu imale uticaj na redukovanje nasilnog ponašanja adolescenata na internetu. Većina istraživanja ne pronalazi povezanost između roditeljskog nadzora nad aktivnostima deteta na internetu i nasilnog ponašanja (Mesch, 2009; Navarro et al., 2012). Prema rezultatima novijih istraživanja, roditeljski nadzor ne samo što ne umanjuje nasilno ponašanje na internetu, već deluje u suprotnom pravcu (Ho et al., 2017;

Meter & Bauman, 2018), kao i da restriktivne strategije nisu dovoljne za redukovanje digitalne viktimizacije (Wright, 2017).

Neka ograničenja su prisutna u ovom istraživanju. Naime, ovo istraživanje je obuhvatilo relativno mali uzorak ispitanika iz jedne škole, što se može odraziti na dobijene podatke. Takođe, ovo istraživanje ne razmatra predikciju niti dozvoljava zaključivanje o uzročno-posledničnim vezama, već isključivo ispituje povezanost između dve razmatrane pojave. Osim toga, podaci o primeni restriktivnih strategija roditeljskog nadzora prikupljeni su posredno – ispitivanjem dece. Većina istraživanja pokazuju da se adolescenti i njihovi roditelji ne slažu u pogledu percepcije porodične kohezije. Naime, adolescenti imaju sklonost da porodicu ocenjuju negativnije, prijavljujući znatno više problema u komunikaciji (Laird & De Los Reyes, 2013) i manje su zadovoljni svojom porodicom i porodičnom kohezijom (Ohannessian et al., 2000).

Samim tim, kako bi se dobila realnija slika roditeljskog nadzora nad aktivnostima deteta na internetu u budućim istraživanjima, važno je u uzorak uključiti i roditelje, ali i povećati uzorak adolescenata, dok bi, osim ispitivanja restriktivnih strategija roditeljskog nadzora, bilo poželjno ispitati i aspekte aktivne roditeljske medijacije.

7. Zaključak

Rezultati ovog istraživanja sugerišu da restriktivne strategije roditeljskog nadzora ne mogu samostalno da doprinesu prevenciji i redukovanju digitalnog nasilja u adolescentskom uzrastu. Primena restriktivnih strategija roditeljskog nadzora nije povezana sa digitalnim nasiljem u adolescenciji. Objašnjenje za dobijene nalaze može se tražiti u stepenu primene restriktivnih strategija i nedoslednosti u nadzoru. Naime, rezultati pokazuju da od šest ponuđenih restriktivnih strategija roditeljskog nadzora, roditelji najčešće primenjuju jednu do dve. Osim toga, roditelji su skloni da postavljaju jasne granice i restrikcije, ali ne i da proveravaju da li se deca pridržavaju ustanovljenih pravila. Promene u tehnologiji omogućuju mladima da brže razviju veštine u usvajanju ovih promena i nalaze načine da prevaziđu restriktivna pravila i prepreke koje im roditelji postavljaju. Iako je reč o adolescentima, od roditelja se ipak očekuje da postavljaju jasna pravila, ali ih treba podučiti da odluke o pravilima ponašanja na internetu donose u dogovoru sa decom i u skladu sa njihovim aktivnostima. Aktivnosti devojčica i dečaka na internetu znatno se razlikuju, stoga bi bilo poželjno stra-

tegije roditeljske medijacije prilagoditi ustanovljenim razlikama. Takođe, jedan od prioriteta je i podsticanje roditelja na sticanje digitalnih veština. Ne znači nužno da roditelji koji nemaju veštine korišćenja digitalnih uređaja ne mogu adekvatno da sprovode nadzor nad aktivnostima svoje dece na internetu, ali bi se uz ovakve veštine oni ohrabрили da aktivnije učestvuju u aktivnostima dece na internetu. Nije redak slučaj da deca, iz straha od novih restriktivnih pravila, ne prijavljuju roditeljima slučajeve digitalnog nasilja. Stoga, treba podsticati roditelje da razgovaraju sa decom mlađeg školskog uzrasta o negativnim i pozitivnim aspektima interneta i na uspostavljanje odnosa uzajamnog poverenja, da bi se izgradio temelj za samostalnu zaštitu adolescenata.

Literatura

- Australian Communications and Media Authority. (2007). *Media and communications in Australian families: Report of the media and society research project*. Belconnen, A.C.T.: Australian Communications and Media Authority.
- Baker, V. (2009). Older adolescents' motivation for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior, 12*(2), 209–213.
- Baumrind, D. (1970). Socialization and instrumental competence in young children. *Young Children, 26*(2), 104–119.
- Çetin, B., Yaman, E., & Peker, A. (2011). Cyber victim and bullying scale: A study of validity and reliability. *Computers & Education, 57*(4), 2261–2271.
- Dehue, F., Bolman, C., & Völlink, T. (2008). Cyberbullying: Youngsters' experiences and parental perception. *Cyberpsychology & Behavior, 11*(2), 217–223.
- Dishion, T. J., & McMahon, J. R. (1998). Parental Monitoring and the Prevention of Child and Adolescent Problem Behavior: A Conceptual and Empirical Formulation. *Clinical Child and Family Psychology Review, 1*, 61–75.
- Dooley, J. J., Pyzalski, J., & Cross, D. (2009). Cyberbullying versus face-to-face bullying: A theoretical and conceptual review. *Zeitschrift für Psychologie/ Journal of Psychology, 217*(4), 182–188.
- Duncan, D. R. (2004). The impact of family relationships on school bullies and victims. In D. L. Espelage, & S. M. Swearer (eds.), *Bullying in American schools* (pp 227–244). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Erickson, L. B., Wisniewski, P., Xu, H., Carroll, J. M., Rosson, M. B., & Perkins, D. F. (2016). The boundaries between: Parental involvement in a teen's online world. *Journal of the Association for Information Science and Technology, 67*(6), 1384–1403.
- Gorman-Smith, D., Henry, D. B., & Tolan, P. H. (2004). Exposure to community violence and violence perpetration: The protective effects of family functioning. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology, 33*(3), 439–449.

- Hinduja, S., & Patchin, W. J. (2009). *Bullying beyond the schoolyard: Preventing and responding to cyberbullying*. Thousand Oaks: Sage.
- Ho, S. S., Chen, L., & Ng, A. P. (2017). Comparing cyberbullying perpetration on social media between primary and secondary school students. *Computers & Education, 109*, 74–84.
- Hoan, C. C., & Cheon, S. J. (2005). Children exposure to negative Internet content: The effects of family context. *Journal of Broadcasting & Media, 49*(4), 488–509.
- Hong, J. S., & Espelage, D. L. (2012). A review of research on bullying and peer victimization in school: An ecological system analysis. *Aggression and Violent Behavior, 17*(4), 311–322.
- Kennedy, T. L. M., & Wellman, B. (2007). The networked household. *Information Communication and Society, 10*(5), 645–670.
- Kuzmanović, D., Pavlović, Z., Popadić, D. i Milošević, T. (2019). *Korišćenje interneta i digitalne tehnologije kod dece i mladih u Srbiji: rezultati istraživanja Deca Evrope na internetu*. Beograd: Institut za psihologiju Filozofskog fakulteta u Beogradu.
- Lac, A., & Crano, W. D. (2009). Monitoring matters meta-analytic review reveals the reliable linkage of parental monitoring with adolescent marijuana use. *Perspectives on Psychological Science, 4*(6), 578–586.
- Laird, R. D., & De Los Reyes, A. (2013). Testing informant discrepancies as predictors of early adolescent psychopathology: Why difference scores cannot tell you what you want to know and how polynomial regression may. *Journal of Abnormal Child Psychology, 41*(1), 1–14.
- Lee, S. J. & Chae, Y. G. (2007). Children's Internet use in a family context: Influence on family relationships and parental mediation. *Cyberpsychology & Behavior, 10*(5), 640–644.
- Lenhart, A., & Madden, M. (2007). *Social networking websites and teens*. Retrieved April 29, 2020 from <https://www.pewresearch.org/internet/2007/01/07/social-networking-websites-and-teens/>

- Lenhart, A., Madden, M., Macgill, A., & Smith, A. (2007). *Teens and social media*. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project. Retrieved April 29, 2020 from https://www.pewinternet.org/wpcontent/uploads/sites/9/media/Files/Reports/2007/PIP_Teens_Social_Media_Final.pdf.pdf
- Lenhart, A., Madden, M., Smith, A., Purcell, K., & Zickuhr, K. (2011). *Teens, kindness and cruelty on social network sites: How American teens navigate the new world of "digital citizenship"*. Retrieved April 4, 2020, from <https://www.pewresearch.org/internet/2011/11/09/teens-kindness-and-cruelty-on-social-network-sites/>
- Liau, A. K., Khoo, A., & Ang, P. H. (2008). Parental awareness and monitoring of adolescent Internet use. *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*, 27(4), 217–233.
- Lin, C. H., & Yu, S. F. (2008). Adolescent Internet usage in Taiwan: Exploring gender differences. *Adolescence*, 43(170), 317-33
- Livingstone, S., & Bober, M. (2006). Regulating the Internet at home: Contrasting the perspectives of children and parents. In D. Buckingham, & R. Willett (eds.), *Digital generations: Children, young people, and new media* (pp. 93–113). Mahwah, N.J: Lawrence Erlbaum Associates.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: the role of online skills and internet self-efficacy. *New Media & Society*, 12(2), 309–329.
- Livingstone, S., Blum-Ross, A., Pavlick, J., & Olafsson, K. (2018). *In the digital home, how do parents support their children and who supports them*. London: Department of Media and Communications.
- Logar, S., Anzelm, D., Lazić, D., & Vujačić, V. (2016). *Global kids online Montenegro: opportunities, risks and safety*. Global Kids Online. UNICEF Montenegro, Government of Montenegro and IPSOS Montenegro, Podgorica, Montenegro.
- Maccoby, E. E., & Martin, J. A. (1983). Socialization in the context of the family: Parent-child interaction. In E. M. Hetherington (vol. ed.), *Handbook of child psychology: (Vol. 4.) Socialization, personality and social development*. (pp. 1–101). New York, NY: Routledge.

- Marshall, S. K., Tilton-Weaver, L. C., & Bosdet, L. (2005). Information management: Considering adolescents' regulation of parental knowledge. *Journal of Adolescence*, 28(5), 633–647.
- Mason, K. (2008). Cyberbullying: A preliminary assessment for school personnel. *Psychology in the Schools*, 45(4), 323–348.
- Mesch, G. S. (2009). Parental mediation, online activities, and cyberbullying. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(4), 387–393.
- Meter, D. J., & Bauman, S. (2018). Moral disengagement about cyberbullying and parental monitoring: Effects on traditional bullying and victimization via cyberbullying involvement. *The Journal of Early Adolescence*, 38(3), 303–326.
- Milani, L., Osualdella, D., & Di Blasio, P. (2009). Quality of interpersonal relationships and problematic Internet use in adolescence. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(6), 681–684.
- Mitchell, K. J., Finkelhor, D., & Wolak, J. (2003). The exposure of youth to unwanted sexual material on the Internet: A national survey of risk, impact, and prevention. *Youth & Society*, 34(3), 330–358.
- Miyazaki, A., Stanaland, A. J., & Lwin, M. O. (2009). Self-regulatory safeguards and the online privacy of preteen children: implications for the advertising industry. *Journal of Advertising*, 38(4), 79–91.
- Nathanson, A. I., Eveland, W. P., Jr., Park, H.-S., & Paul, B. (2002). Perceived media influence and efficacy as predictors of caregivers' protective behaviors. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(3), 385–410.
- Naval, C., Sábada, Ch., & Bringué, X. (2003). *Impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las Relaciones Sociales de los Jóvenes Navarros*. Pamplona: Gobierno de Navarra. Instituto Navarro de Deporte y Juventud.
- Navarro, R., Serna, C., Martínez, V., & Ruiz-Oliva, R. (2012). The role of Internet use and parental mediation on cyberbullying victimization among Spanish children from rural public schools. *European Journal of Psychology of Education*, 28(3), 725–745.

- Nikken, P., & Jansz, J. (2006). Parental mediation of children's videogame playing: a comparison of the reports by parents and children. *Learning, Media and Technology, 31*(2), 181–202.
- Ohannessian, C. M., Lerner, J. V., Lerner, R. M., & von Eye, A. (2000). Adolescent-parent discrepancies in perceptions of family functioning and early adolescent self-competence. *International Journal of Behavioral Development, 24*(3), 362–372.
- Olweus, D. (2012). Cyberbullying: An overrated phenomenon? *European Journal of Developmental Psychology, 9*(5), 520–538.
- Padilla-Walker, L. M., Coyne, S. M., Fraser, A. M., Dyer, W. J., & Yorgason, J. B. (2012). Parents and adolescents growing up in the digital age: Latent growth curve analysis of proactive media monitoring. *Journal of Adolescence, 35*(5), 1153–1165.
- Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2015). Measuring cyberbullying: Implications for research. *Aggression and Violent Behavior, 23*, 69–74.
- Popadić, D. i Kuzmanović, D. (2016). *Mladi u svetu interneta: Korišćenje digitalne tehnologije, rizici i zastupljenost digitalnog nasilja među učenicima u Srbiji*. Beograd: Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja.
- Popović-Ćitić, B. (2009). Vršnjačko nasilje u sajber prostoru. *Temida, 12*(3), 43–62.
- Pujazon–Zazik, M., & Park, J. M. (2010). To tweet, or not to tweet: Gender differences and potential positive and negative health outcomes of adolescents' social internet use. *American Journal of Men's Health, 4*(1), 77–85.
- Rideout, V. J., Foehr, U. G., & Roberts, D. F. (2010). *Generation M2. Media in the lives of 8-to 18-years-old*. Menio Park, CA: The Henry J. Kaiser Family Foundation.
- Rollins, B. C., & Thomas, D. L. (1979). Parental support, power, and control techniques in the socialization of children. In W. R. Burr, R. Hill, F. I. Nye, & I. L. Reiss (eds.), *Contemporary theories about the family* (pp. 317–364). New York, NY: Free Press.

- Rosen, L. D. (2007). *Me, MySpace, and I: Parenting theNetGeneration*. New York: Palgrave Macmillan.
- Schaefer, E.S. (1959). A circumplex model for maternal behavior. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59(2), 226–235.
- Schenk, A. M., & Fremouw, W. J. (2012). Prevalence, psychological impact, and coping of cyberbully victims among college students. *Journal of School Violence*, 11, 21–37.
- Schneider, S. K., O'Donnell, L., Stueve, A., & Coulter, R. W. S. (2012). Cyberbullying, school bullying, and psychological distress: A regional census of high school students. *American Journal of Public Health*, 102, 171–177.
- Steinberg, L., Blatt-Eisengart, I., & Cauffman, E. (2009). Patterns of competence and adjustment among adolescents from authoritative, authoritarian, indulgent, and neglectful homes: a replication in a sample of serious juvenile offenders. *Journal of Adolescent Research*, 16(1), 47–58.
- Subrahmanyam, K., Kraut, R., Greenfield, P. M., & Gross, E. F. (2001). New forms of electronic media: The impact of interactive games and the Internet on cognition, socialization, and behavior. In D. L. Singer, & J. L. Singer (eds.), *Handbook of children and the media* (pp. 73 – 99). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Valkenburg, P.M., Piotrowski, T.J., Hermanns, J., & de Leeuw, R. (2013). Developing and validating the perceived parental media mediation scale: A self-determination perspective. *Human Communication Research*, 39(4), 445–469.
- Valcke, M., Bonte, S., De Wever, B., & Rots, I. (2010). Internet parenting styles and the impact on internet use of primary school children. *Computers & Education*, 55, 454–464.
- van Kruistum, C., & van Steensel, R. (2017). The tacit dimension of parental mediation. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11(3), Article 3.
- Wang, R., Bianchi, S.M., & Raley, S.B. (2005). Teenagers' internet use and family rules: A research note. *Journal of Marriage and Family*, 67(5), 1249–1258.

- Wright, M. F. (2017). Parental mediation, cyberbullying, and cybertrolling: The role of gender. *Computers in Human Behavior, 71*, 189–195.
- Ybarra, M. L., & Mitchell, K. J. (2004a). Online aggressor targets, aggressors, and targets: comparison of associated youth characteristics. *Journal of Child Psychology & Psychiatry, 45*(7), 1308–1316.
- Ybarra, M. L., & Mitchell, K. J. (2004b). Youth engaging in online harassment: associations with caregiver-child relationships, Internet use, and personal characteristics. *Journal of Adolescence, 27*(3), 319–336.
- Ybarra, M. L., Diener-West, M., & Leaf, P. J. (2007). Examining the overlap in internet harassment and school bullying: Implications for school intervention. *Journal of Adolescent Health, 41*(6 Suppl 1), 42–50.
- Zuković, S. i Slijepčević, S. (2015). *Roditeljska kontrola ponašanja dece na internet i socijalnim mrežama, Nastava i vaspitanje 64*(2), 239–254.

Milica Matović

University of Belgrade, Faculty for Special Education and Rehabilitation,
Serbia

Vesna Zunić Pavlović

University of Belgrade, Faculty for Special Education and Rehabilitation,
Serbia

RELATIONSHIP BETWEEN RESTRICTIVE STRATEGIES OF PARENTAL CONTROL AND DIGITAL VIOLENCE IN ADOLESCENCE

***Abstract:** Modern studies show that children and adolescents represent the population of users who spend the most time online and that are significantly more exposed to risk behaviors, mostly in cyberbullying. Therefore, the aim of this paper is to determine the effectiveness and frequency of using restrictive strategies in parental control over a child's online activities. The survey sample contains 183 first and fourth grade high school students answering questions about parental monitoring and cyberbullying. Parental monitoring was examined by a short questionnaire consisted of several categorical questions, while the Cyber Victim and Bullying Scale was used to examine cyberbullying. The results of this study show that parents infrequently use restrictive strategies in monitoring child's internet use. Parents use their strategies mostly to avoid child's chatting with strangers (51.9%) and leaving personal information on the Internet (35.5%), while certain parents have a password of the devices that child uses to access the Internet (37.2%). Only one in five parents limit access to certain websites, while one in ten limit amount of time their teen can go online. The final analysis showed that there is no statistically significant association of restrictive strategies in parental control and digital violence. Parental control can become a significant role in preventing and reducing digital violence in adolescents, but it is necessary to direct parents to make decisions about online rules of conduct in agreement with children and in accordance with their activities and encourage them to use other, adequate parental control strategies.*

***Keywords:** parental monitoring, restrictive mediation, cyberbullying, Internet*

Mladi i ovisnost o informacijsko-komunikacijskim tehnologijama: internet, društvene mreže i mobilni telefoni

Lamija Silajdžić¹

Univerzitet u Sarajevu, Fakultet političkih nauka, Bosna i Hercegovina

Anida Dudić²

Univerzitet u Sarajevu, Fakultet političkih nauka, Bosna i Hercegovina

doi: 10.5937/cm15-26423

Sažetak: Zbog sve intenzivnije upotrebe interneta, društvenih mreža i mobilnih telefona, nije retko nastajanje ovisnosti odnosno disfunkcionalne upotrebe i poteškoća u ograničavanju vremena provedenog koristeći „nove“ informacijsko-komunikacijske tehnologije. Naročito su ranjivi mladi ljudi, koji su gotovo neprestano konektovani. Prepoznavajući rizik od nastanka patoloških ovisnosti, u ovom radu su istražene navike korištenja interneta, društvenih mreža i mobilnih telefona među mladima (N=310) u Bosni i Hercegovini. Cilj istraživanja je ispitati u kojoj mjeri mladi koriste internet, društvene mreže i mobilne telefone i kakve posljedice to ostavlja na emocionalno, kognitivno i socijalno funkcionisanje kod mladih. Istraživanje je provedeno pomoću najčešće korištenog dijagnostičkog instrumenta za merenje internet ovisnosti, tzv. Internet Addiction Test, i anketnog upitnika kreiranog za potrebe istraživanja. Rezultati istraživanja su pokazali blagu razinu ovisnosti o internetu, društvenim mrežama i mobilnim telefonima kod mladih, koja uključuje emocionalnu i kognitivnu preokupaciju te socijalne probleme uzrokovane preokupiranošću internetom, društvenim mrežama i mobilnim telefonima.

Ključne riječi: ovisnost, internet, društvene mreže, mobilni telefoni, mladi.

¹ Kontakt sa autorkom: lamija.silajdzic@fpn.unsa.ba.

² Kontakt sa autorkom: anida.dudic@fpn.unsa.ba.

1. Digitalne pupčane vrpce u XXI stoljeću

*„Umjesto da bude odgovor, internet je ustvari postao
središnje pitanje našeg povezanog svijeta XXI stoljeća.”*
(Keen, 2017:9)

Otkako su Viner, Buš i Liklider osmislili ključne principe onoga što danas nazivamo „umreženim društvom“ (Castells, 2000), svijet se našao usred revolucije koja se smatra podjednako važnom kao što je bila industrijska revolucija. Tehnološka revolucija koja je započela najprije „rađanjem“ računara, a intenzivnije pojavom interneta, utjecala je na društva širom svijeta. Statistički podaci o pristupu internetu u svijetu variraju u odnosu na korištene metode ili mjerne instrumente, ali se mogu sažeti u tvrdnju da oko polovine svjetskog stanovništva ima pristup internetu (Čejko, 2019; Gir, 2011; Keen, 2017; Kemp, 2019; Kemp, 2020; Todorović, 2017). Prodor interneta ima sveobuhvatan utjecaj na ljude, pa Čejko (2019) s pravom tvrdi da danas živimo „težno-društveni život“.

Iako više ne tako mlad (i nov), internet i dalje izaziva burne rasprave između onih koji u njemu vide „spas čovječanstva“ i onih koji kroz internet naslućuju „propast čovječanstva“. Gir (2011) kaže da pojava interneta i njegov sve opsežniji utjecaj na ljude dovodi do očaravanja ili razočaravanja, ali da nesumnjivo internet i na njemu bazirane tehnologije postaju sve više sastavni dio našeg postojanja. Ono što se čini potencijalno opasnim jeste činjenica da digitalne tehnologije postaju sve nevidljivije, pa ih vrlo često uzimamo „zdravo za gotovo“ (Gir, 2011).

Digitalne tehnologije se razvijaju i šire brzo, u Izvještaju *Digital 2020 – Global Digital Overview* (Kemp, 2020) se navodi da je 59% svjetske populacije u januaru 2020. godine koristilo internet, što je za 7% više u odnosu na januar 2019. godine. Osim toga, u Izvještaju je zabilježen porast broja korisnika mobilnih telefona, kojih je u januaru 2020. bilo 67% od ukupnog svjetskog stanovništva, što je u odnosu na januar 2019. godine, više za 2,4%. Gotovo polovina svjetske populacije (49%) koristi društvene mreže, a 99% ih pristupa društvenim mrežama putem mobilnih telefona. U istom Izvještaju se navodi da prosječni internet korisnik u svijetu provodi šest sati i 45 minuta dnevno online. Podaci iz spomenutog Izvještaja, ali i drugih svjetskih istraživanja, govore da je vrijeme koje ljudi provode *konektovani* sve duže, a naročit porast se vidi

u vremenu koje mladi ljudi provode na internetu. Stoga Ćurak (prema Hrnjić-Kuduzović, 2014) savremenog čovjeka naziva *hommom conectusom*.

U Izvještaju *Global Digital Report* iz 2019. godine se navodi da 86% stanovnika Bosne i Hercegovine koristi internet, a društvene mreže je u toku te godine koristilo 49% građana (Kemp, 2019). Podaci iz januara 2020. godine (Kemp, 2020) pokazuju da broj korisnika društvenih mreža u Bosni i Hercegovini raste, te sada iznosi 52% od ukupnog broja stanovnika. Interesantan je i podatak iz januara 2020. godine, koji pokazuje da se u Bosni i Hercegovini koristi više mobilnih telefona nego što ima stanovnika, to jeste 105%.

Studija o mladima u Bosni i Hercegovini iz 2015. godine pokazala je da mladi (od 14 do 29 godina) koriste informacijsko-komunikacijske tehnologije, primarno internet, oko 3,8 sati dnevno (Žiga et al., 2015). Nekoliko godina kasnije, *Studija o mladima iz 2018/2019. godine* pokazala je da je čak „70,3% mladih u Bosni i Hercegovini konektovano manje-više sve vrijeme“ (Turčilo et al., 2019: 15). Također, i druga istraživanja koja su se bavila utjecajem informacijsko-komunikacijskih ili digitalnih tehnologija govore o sve većoj zastupljenosti mladih na društvenim mrežama. Rezultati istraživanja Hrnjić-Kuduzović (2016), provedenog među mladima u dobi od 15 do 25 godina, pokazali su da mladi ljudi u Bosni i Hercegovini dominantno koriste internet, preciznije Facebook, da bi se informisali o bilo kojoj temi. Rezultati istraživanja koje su Udruženje za prevenciju ovisnosti „Narko-ne“ i KJU „Porodično Savjetovalište Sarajevo“ 2016. godine proveli na uzorku od 1200 mladih ljudi uzrasta od 13 do 17 godina, pokazali su da mladi u našoj zemlji provode više od 6 sati dnevno na internetu.

Slične rezultate dobili su i istraživači „Mediacentra“ (Hodžić i Sokol, 2019), čije istraživanje je pokazalo da većina mladih u Bosni i Hercegovini značajan dio slobodnog vremena provodi na društvenim mrežama, a kao glavne izvore informacija koriste Facebook, YouTube i Instagram.

Upravo je uspon online mreža za društveno povezivanje, kao što su Facebook, Instagram i Twitter, dodatno utjecao na gotovo svakodnevnu *konektovanost* ljudi. Internet predstavlja jedan od najvećih izuma u cjelokupnoj ljudskoj historiji, te je nesumnjivo da njegov prodor u naše živote iz korijena mijenja tradicionalnu dnevnu ekonomiju vremena pojedinaca i zajednica. Branković (2019: 5) našu neprekidnu *konektovanost* poredi sa „lebdenjem na površini vode“, te dodaje da „odatle niti možemo nešto značajno da sagledamo, niti da

nešto značajno promenimo”. Ono što je dodatno utjecalo na način i vrijeme koje danas provodimo *konektovani*, jeste razvoj bežičnih mobilnih tehnologija. Mobilni telefoni su 90-ih godina prošlog stoljeća postali masovno upotrebljiva tehnologija, a pojavom celularnih i pametnih telefona, u potpunosti se transformisao svijet mobilne tehnologije, jer razgovori više nisu primarna svrha mobilnih telefona. Transformacijom mobilne tehnologije transformisao se i naš društveni život. Tako najnovija generacija mobilne telefonije pored usluga razgovora, nudi i pristup internetu, televizijskim programima, kao i mnoge druge aktivnosti koje zaokupljaju pažnju ljudi i postaju sastavni dio svakodnevnog života. Da su mobilne tehnologije važne savremenom čovjeku, koji sve teže može zamisliti život bez svog *smartphonea*, smatra i Harkin (prema Čejko 2019), te navodi da su mobiteli postali pupčane vrpce koje digitalnu infrastrukturu povezuju sa našim tijelima.

2. Ovisnost o internetu, društvenim mrežama i mobilnim telefonima

Suprotno tradicionalnom stajalištu, prema kojem termin „ovisnost“ najčešće podrazumijeva ovisnost o psihoaktivnim supstancama, u posljednje vrijeme sve veća pažnja je usmjerena na ona ponašanja ili aktivnosti koja izazivaju „nove ovisnosti“ (poput igranja kompjuterskih igrica, online kockanje i sl). Dakle, danas se smatra da ovisnost mogu izazvati bilo koje aktivnosti koje djeluju stimulirajuće na osobu, a ovisnost nastaje onog momenta kada se iz navike razvija ponavljajuće i primoravajuće ponašanje. Ovisna osoba je ona koja ne može provesti duži period bez stimulirajućeg sredstva, predmeta ovisnosti, odnosno ovisničkog ponašanja (Alavi et al. prema Vlček, 2016). Iz ovakvog koncepta poimanja savremenih ovisnosti, upravo ovisnost o internetu, društvenim mrežama i mobilnim telefonima sve više zaokuplja pažnju naučnika. Štoviše, sve više ljudi traži pomoć stručnjaka, u prvu ruku „cyber-psihologa“. Važno je spomenuti da još ne postoji službena dijagnoza ovisnosti o internetu. Ipak, sve veći broj studija koje govore o štetnom utjecaju aludiraju da će ovisnost o internetu postati dio službene psihijatrijske klasifikacije, što bi zasigurno dalo veći legitimitet daljnjim kliničkim istraživanjima i omogućilo naučno proučavanje ovog fenomena.

Termin „internet ovisnost“ uveo je psihijatar Ivan Goldber 1996. godine, a prvi izvještaj o slučaju internet ovisnosti objavila je psihologinja Kimberli Jang (Kimberly Young) 1996. godine (prema Bisen & Deshpande, 2018), gdje je

pisala o 43-godišnjem pacijentu koji je provodio i do 60 sati sedmično na internetu. Ovi rezultati su bili itekako revolucionarni i pokazali da se, pod utjecajem transformacijskih procesa i tehnološkog razvoja, „nevidljive ovisnosti“ trebaju tretirati jednako kao i ostale.

Danas stručnjaci različito razumijevaju „nove ovisnosti“. Neki istraživači (prema Carević, Carević, Mihalić i Sklepić, 2014) tvrde da je ovisnost o internetu psihološki poremećaj, a drugi da je to poremećaj samokontrole ponašanja ili tehnološka ovisnost. Pies definira ovisnost o internetu kao „nemogućnost pojedinaca da kontroliraju svoje korištenje interneta, što rezultira tjeskobom i/ili funkcionalnim poremećajem u svakodnevnom životu“ (prema Vlček, 2016: 22), dok Jang (Young, 2009: 35) daje definiciju ovisnosti o internetu kao „poremećaj kontrole nagona koji ne uključuje opojna sredstva“.

Internet ovisnost je, prema Pontes i saradnicima (prema Vlček, 2016), okarakterizirana kao ekscesivna ili slabo kontrolirana zaokupljenost, potreba ili ponašanje koje uključuje upotrebu interneta i koje vodi poteškoćama i problemima u više područja života pojedinca. Zajednički stav raznolikih definicija je taj da ovisnost o internetu značajno utječe na život njegovih korisnika, bez mogućnosti samokontrole vlastitog ponašanja.

Dakako da ovisnost i zaokupljenost internetom ne začuđuje jer je inkorporiran u sve više segmenata ljudskog života, te postaje gotovo neodvojivi dio odrastanja, školovanja, poslovanja i slobodnog vremena. Upravo zbog toga kod dijela populacije dolazi do disfunkcionalne upotrebe interneta (Jurman et al., 2017), odnosno do poteškoća u ograničavanju vremena provedenog na internetu (Hundrić, Ricijaš i Vlček, 2018). Najranjivija kategorija za nastanak internet ovisnosti su djeca i mladi. Kako rezultati mnogobrojnih istraživanja (Hundrić et al., 2018; Seo et al., 2009; Vejmelka et al., 2012) govore o potencijalnom ovisničkom ponašanju djece i mladih na internetu, posebno u posljednjih nekoliko godina, može se itekako smatrati razlogom za brigu. Psiholozi navode da simptomi pretjeranog korištenja interneta variraju u broju i frekvenciji, te tvrde da su u podlozi internet ovisnosti slični biološki i psihološki mehanizmi kao kod ovisnosti o psihoaktivnim supstancama. To je zaključio i Prensky (Prensky, 2001) u djelu *Digital Natives, Digital Immigrant*, pozivajući se na istraživanja neurobiologa kao što su Perry, Szalavitz, Caine, R. N, Caine, G, Bruer i Greenfield, koji su ovaj fenomen nazvali „neuroplastičnost“. I novija klinička istraživanja (Carević et al., 2014) su dokazala da internet ovisnost mijenja fizič-

ku strukturu ljudskog mozga, slično kao što se dešava sa ovisnicima o kokainu i heroinu. O neuroplastičnosti u kontekstu upotrebe interneta, odnosno o promjenama u strukturi ljudskog mozga zbog prekomjerne upotrebe interneta, pisao je i Kar (Carr, 2011) u knjizi *Plitko: šta internet čini našem mozgu?*

Jedna od najzastupljenih aktivnosti na internetu jeste surfanje po društvenim mrežama. Ovisnost o društvenim mrežama postaje sve aktuelnija zbog enormnog povećanja broja korisnika društvenih mreža i vremena koje na njima provode. Prema izvještaju *Global Digital Report 2019*, skoro četiri i po milijarde ljudi u svijetu koristi društvene mreže, a u prosjeku ih koriste oko dva i po sata dnevno. Facebook i Instagram su društvene mreže koje trenutno koristi najviše ljudi. Tako Rutović (2011) navodi da je 2011. godine oko 10% korisnika u svijetu bilo patološki vezano za Facebook, te dodaje kako se čini da Facebook postaje „kategorički imperativ XXI stoljeća.“ Upravo zbog toga, Rutović se poetično pita da li je na sceni Facebook medikalizacija, nova socijalizacija ili haos informacija?

Autori smatraju da su društvene mreže zamišljene kao platforme za socijalizaciju, ali da često postaju samo mjesto za eksploataciju čovjekove pažnje i prikazivanje iskrivljene (odnosno željene) slike o sebi i svome životu (Carr, 2011; Keen, 2017; Rutović, 2011; Vajdijanatan, 2018). Na društvenim mrežama svako izgleda malo zgodnije, mlađe i vrijedno naslovnice (Keen, 2017). Tako se za Instagram, popularnu društvenu mrežu kod mladih, kaže da predstavlja „najveće postignuće internet voajerizma“ i „aplikaciju stvorenu za to da poželite život bližnjeg svoga“ (Keen, 2017: 125). Turkle (n.d., prema Keen 2017) smatra da zbog sve više vremena koje provodimo na društvenim mrežama, zapravo postajemo „sami zajedno.“

Sve češće se u istraživanjima spominje i *nomofobija*, odnosno strah od gubitka kontakta sa mobilnim telefonom, koji se više ne doživljava kao dodatak, već kao digitalna pupčana vrpca. Kanmani i saradnici (Kanmani, Bhavani & Maragatham, 2017) navode da ljudi u prosjeku svoj mobilni telefon provjere 110 puta dnevno, čak i bez ikakvog razloga i nesvjesno. Autori su u istraživanju u V. Britaniji došli do podatka da oko 53% ljudi ima tendenciju anksioznosti kada izgube mobilni telefon, kada im nestane baterije ili nemaju pokrivenost mrežom, a čak 73% ih kaže da postoji vrlo mala šansa da će se ikada udaljiti napet koraka od svog telefona.

U knjizi *Sajberpsihologija*, Kacer smatra da virutelnost, odnosno digitalnost naših života pred nas postavlja mnogo zamki, kao što su: “gubljenje vremena, strah da ćemo zakazati, preopterećenost, bežanje u lažne identitete, egocentričnost ili agresivnost” (Kacer, 2019: 334). Dok Wang i saradnici (prema Olivencia-Carrión et al., 2018) navode da ovisnost o mobilnom telefonu sa sobom donosi osjećaj neugode, tjeskobe ili nervoze, koji nastaju kada osoba izgubi kontakt sa mobilnim telefonom. Takvi osjećaji u ekstremnim slučajevima mogu uzrokovati samoubilačke ideje ili čak pokušaje samoubistva.

3. Metodološki okvir istraživanja

Prepoznavajući rizik od nastanka patoloških ovisnosti o internetu, društvenim mrežama i mobilnim telefonima među mladima, predmet istraživanja u ovom radu su navike korištenja interneta, društvenih mreža i mobilnih telefona među mladima u Bosni i Hercegovini.

Cilj istraživanja je ispitati u kojoj mjeri mladi koriste internet, društvene mreže i mobilne telefone i kakve posljedice to ostavlja na emocionalno, kognitivno i socijalno funkcionisanje kod mladih. Indikator za nužnost provođenja ovakvog istraživanja svakako su i rezultati istraživanja predstavljeni u *Studiji o mladima u Bosni i Hercegovini 2018/2019*, koji su pokazali da su mladi (njih više od 70%) u našoj zemlji konektovani manje-više neprestano.

U istraživanju su učestvovali mladi (N = 310) iz Bosne i Hercegovine u rasponu od 19 do 24 godine starosti. U istraživanju varijabla spola nije uzeta u razmatranje, jer su ranija istraživanja (poput Niedorys-Karczmarczyk, Mikos, Kocka & Ślusarska, 2018) pokazala da demografske varijable poput spola, vrste škole, prebivališta, nemaju značajan utjecaj na razvoj internetske ovisnosti, već da psihosocijalno funkcioniranje utječe na razvoj ovisnosti o internetu. Istraživanje je provedeno pomoću dva mjerna instrumenta. Prvi instrument je najčešće korišten dijagnostički instrument za mjerenje internet ovisnosti, takozvani *Internet Addiction Test (IAT)*³ pomoću kojeg se mjeri stepen problema na emocionalnom, kognitivnom i socijalnom funkcionisanju pojedinca usljed korištenja

³ Prvobitni strukturirani Internet Addiction Test (IAT), koji je Jang razvila na temelju kriterija DSM-IV (Dijagnostički i statistički priručnik za mentalni poremećaji, četvrto izdanje) za patološko kockanje, sadržavao je osam pitanja i odnosio se na grupu predmeta regrutovanih različitim najavama u novinama, internetskim forumima i web stranicama. Ukoliko ispitanici odgovore DA na pet ili više kriterija, proglašavani su internet ovisnicima (Faraci et al., 2013). U ovom istraživanju je korištena nova verzija testa koja sadrži 20 pitanja na Likertovoj skali od 1 do 5 (s tim da je 1–nikad, a 5–uvijek) (Young, 2016).

interneta. Test sadrži 20 stavki ocijenjenih po Likertovoj skali (od 1–nikada/nikako, do 5–uvijek). Kako bi se adekvatno elaborirao predmet ovog istraživanja, osim spomenutog testa ispitanicima je distribuiran i anketni upitnik u kojem su se, pomoću Likertove skale, ispitivale navike upotrebe društvenih mreža i mobilnih telefona kod mladih u Bosni i Hercegovini.

U istraživanju je postavljeno nekoliko ključnih pitanja: *Koliko vremena u toku jednog dana mladi u Bosni i Hercegovini provode na internetu? Kako se vrijeme provedeno na internetu odražava na psihofizičko funkcionisanje? Koje društvene mreže mladi najviše koriste? Koliko vremena provode na društvenim mrežama? Posjeduju li pametni telefon? Za šta najviše koriste mobilni telefon?*

Krenulo se od sljedeće pretpostavke: *Zbog prekomjerne upotrebe interneta, društvenih mreža i mobilnih telefona, mladi ispoljavaju poteškoće u emocionalnom, kognitivnom i socijalnom funkcionisanju.* Prikupljeni podaci analizirani su u SPSS paketu, te su izdvojene tri najznačajnije teme za diskusiju: (1) ovisnost mladih u Bosni i Hercegovini o internetu; (2) ovisnost mladih u Bosni i Hercegovini o društvenim mrežama i (3) ovisnost mladih u Bosni i Hercegovini o mobitelnim telefonima.

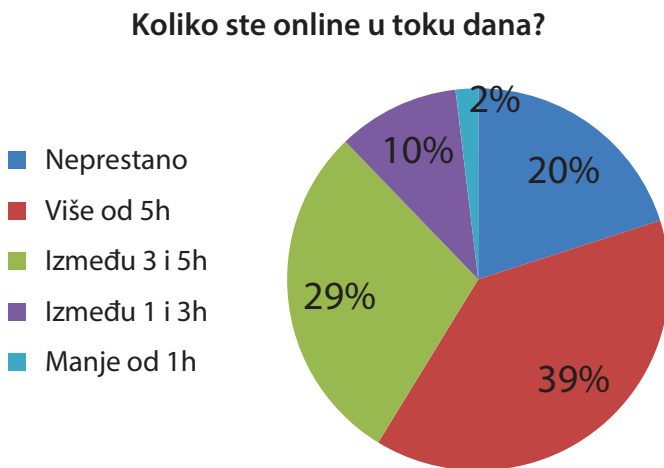
4. Rezultati istraživanja i diskusija

4.1. Ovisnost mladih u Bosni i Hercegovini o internetu

Od 310 ispitanih mladih u ovom istraživanju, čak 99,4% njih internet koristi svakodnevno (samo 0,6% je izjavilo da ne koriste internet svaki dan). Ono što može biti alarmirajuće jeste da je, prema samoprocjeni, 20% mladih neprestano online, 38,7% njih je u toku jednog dana online više od 5 sati, 29% provodi online između 3 i 5 sati u toku dana, a 10,3% njih su online između 1 i 3 sata. Najmanji procenat je onih (1,9%) koji u toku dana provedu samo jedan sat na internetu. Prilikom anketiranja mladih, mnogi od njih su imali poteškoću identificirati koliko vremena provode na internetu, tražili su dodatna pojašnjenja od istraživača smatrajući da im je teško pretočiti vrijeme provedeno online u sate. Ovo nije ništa neuobičajeno, jer su i ranija istraživanja (Young, 1998) pokazala da je jedna od češćih posljedica ovisnosti o internetu učestala distorzija vremena provedenog na internetu. Zbog rastuće preokupacije in-

internetom, osobe postaju sve više obuzete aktivnostima na internetu toliko da izgube pojam koliko vremena su online.

Grafikon 1: Samoprocjena ispitanika o vremenu provedenom na internetu



U ispitivanju ovisnosti mladih o internetu korišten je *Internet Addiction Test (IAT)* kojeg je konstruisala Jang (Young, 1998; *Internet Addiction Test Manual*, 2018). IAT je najkorištenija ljestvica ovisnosti o internetu, a sam test je preveden na nekoliko svjetskih jezika. IAT se sastoji od 20 tvrdnji i mjeri karakteristike i ponašanja vezane uz upotrebu interneta koja uključuje kompulzivnost i ovisnost. Upitnikom se također procjenjuje stepen ovisnosti u (1) emocionalnom, (2) kognitivnom i (3) socijalnom funkcioniranju. Test klasificira ovisničko ponašanje u smislu (1) blagih, (2) umjerenih i (3) teških oštećenja. Pitanja su nasumična i svaka se izjava ponderira duž Likertovog kontinuuma krećući se od 1=manje ekstremnog ponašanja do 5=najekstremnije ponašanje za svaki predmet. Ukupni rezultat IAT-a je zbir ocjena koje ispitanici daju za svih 20 tvrdnji. IAT mjeri ovisnost o internetu na način da ukupni rezultat pojedinca smješta u jednu od tri kategorije: (1) prosječan mrežni korisnik (od 20 do 39) koji ima potpunu kontrolu korištenja; (2) korisnik koji ima česte probleme zbog prekomjerne upotrebe interneta (od 40 do 69); i (3) korisnik koji ima značajne probleme zbog korištenja interneta (od 70 do 100). Prema tome, rezultat manji od 20 označava uobičajenu upotrebu, a jednak ili veći od

20 odražava prisutnost znakova ovisnosti o internetu. Na ukupnom uzorku ovog istraživanja pouzdanost unutarnje konzistencije (Cronbach-alpha) iznosila je $\alpha = 0,989$.

Tabela 1: Samoprocjena mladih o osjećaju preokupiranosti Internetom

Tvrdnje	Nikad %	Rijetko %	Ponekad %	Često %	Uvijek %
Uznemirujuće misli o životu blokiram umirujućim mislima na internetu.	31,2	20,5	26,6	13,6	6,8
Plašim se da bi život bez interneta bio dosadan, prazan i nesretan.	27,6	25,3	22,1	10,4	13,3
Bunim se, vičem ili sam iznerviran ako mi neko smeta dok sam na mreži.	63	21,4	7,1	4,5	2,6
Osjećam se preokupirano internetom kad nisam online.	40,3	33,4	17,5	4,2	2,3
Odlučujem provesti vrijeme online umjesto izlaska sa drugima.	58,8	18,2	14,9	3,9	3,6

Tvrđnjama u Tabeli 1 se ispitivao osjećaj mladih preokupiranosti internetom. U provedenom istraživanju 17,5% njih se ponekad osjeća preokupirano internetom kad nisu online. Psiholozi smatraju da osobe koje su preokupirane internetom često skrivaju ponašanje od drugih, te pokazuju gubitak interesa u drugim aktivnostima i/ili odnosima. Podaci pokazuju da skoro 15% mladih ponekad radije odlučuje provesti vrijeme online, negoli izaći sa svojim prijateljima. Štoviše, podatak da 26% mladih ponekad uznemirujuće misli o životu blokira umirujućim mislima na internetu, govori da je internet postao izuzetno važan dio svakodnevnice mladih. Nije iznenađujući podatak da se 22,1% njih ponekad plaši da bi život bez interneta bio dosadan, prazan i nesretan.

Tabela 2: Samopercepcija mladih o osjećaju nametljivog korištenja Interneta

Tvrđenje	Nikad %	Rijetko %	Ponekad %	Često %	Uvijek %
Shvatam da sam ostao online duže nego što sam planirao.	5,4	6,8	24,7	30,2	29,2
Zapostavljam kućanske i druge obaveze da bih više vremena provodio/la online.	27,6	32,5	24,7	8,8	4,2
Nedovoljno spavam zbog kasno-noćnog surfanja.	31,2	23,1	19,5	10,7	14,6
Pokušavam sakriti koliko sam dugo online.	61	16,6	8,4	6,2	6,8
Osjećam se depresivno, neraspoloženo ili nervozno kad nisam online, što nestaje nakon što sam ponovo na mreži.	64,6	17,9	11	2,6	3,9

Pomoću tvrdnji u Tabeli 2 se propitivalo u kojoj mjeri ispitanici koriste internet. Visoki rezultati govore da ispitanici ispoljavaju psihičke posljedice ako su prisiljeni duže vrijeme provesti bez interneta. Iako u ovom istraživanju oko 60% mladih ostaje online duže nego što su planirali, samo 4,2% ispitanika je izjavilo da zapostavlja kućne poslove i druge obaveze zbog vremena provedenog online. Zbog kasno-noćnog surfovanja oko 26% mladih nedovoljno spava. Njih 8,4% ponekad pokušava sakriti koliko dugo su online, dok najveći procenat mladih (oko 78%) nikada ili rijetko pokušavaju sakriti koliko dugo su online. Iako je skoro 65% mladih izjavilo da nekonektovanost nikada ne utječe na njihovo emocionalno raspoloženje, ne smije se zanemariti podatak da se 11% mladih ponekad osjeća depresivno, neraspoloženo ili nervozno kad nisu online, što nestaje nakon što se vrte na mrežu. Posebno ukoliko se uzme u obzir da konektovanost na internetu može ostaviti ozbiljne posljedice na emocionalno i kognitivno funkcionisanje i narušiti kvalitet života.

Tabela 3: Samoprocjena mladih o osjećaju zaokupljenosti Internetom

Tvrdnje	Nikad %	Rijetko %	Ponekad %	Često %	Uvijek %
Studentske obaveze ispaštaju zbog vremena koje provodim online.	31,8	25,3	26,3	10,7	5,5
Moja produktivnost trpi zbog interneta.	23,7	29,9	32,1	10,1	2,6
Postajem tajnovit i obramben kad me neko pita šta radim online.	49	23,4	16,6	3,6	6,5

Prema IAT testu, tvrdnje *Studentske obaveze ispaštaju zbog vremena koje provodim online; Moja produktivnost trpi zbog interneta i Postajem tajnovit i obramben kad me neko pita šta radim online* – ukazuju da je korištenje interneta toliko problematično da zbog zaokupljenosti njime, ispaštaju poslovne ili školske obaveze. U ovom istraživanju, mladi navode da ponekad njihove studentske obaveze (26,3%) i produktivnost (32,1%) ispaštaju zbog interneta, zbog čega ponekad (16,6%) postaju tajnoviti kada ih neko pita šta rade online. S druge strane, prema samoprocjeni, veći je procenat onih čije obaveze i produktivnost ne trpe zbog preokupiranosti internetom (tako je 31% mladih izjavilo da njihove studentske obaveze nikada ne ispaštaju zbog vremena provedenog online i oko 24% smatra da njihova produktivnost nikada ne trpi zbog interneta). Navedeni podaci su ohrabrujući i ukazuju da ispitanici racionalno koriste vrijeme provedeno na internetu.

S druge strane, ukoliko uzmemo u obzir da je njih 20% neprestano online, 38,7% je u toku jednog dana online više od 5 sati, a 29% između 3 i 5 sati, može se pretpostaviti da vrijeme provedeno na internetu ipak narušava njihove svakodnevne obaveze i aktivnosti, ali da mladi toga nisu svjesni.

*Tabela 4: Samoprocjena mladih o razmišljanju i iščekivanju
da budu konketovani na Internet*

Tvrdnje	Nikad %	Rijetko %	Ponekad %	Često %	Uvijek %
Provjeravam svoj e-mail prije nečeg drugog što trebam uraditi.	30,8	29,2	23,7	8,8	6,8
Iščekujem kada ću ponovo biti online.	45,5	25,6	13,3	9,7	5,2

Iz rezultata u Tabeli 4 vidimo da oko 15% njih u trenucima kada nisu online, razmišljaju kada će ponovo biti na mreži, a u onim momentima kada su online imaju osjećaj da moraju biti na internetu. Mnogo je veći procenat mladih koji ne pokazuju simptome prevelike okupiranosti internetom (oko 70% mladih je izjavilo da nikada ili rijetko iščekuju kada će ponovo biti online). Istraživački je ovo neočekivan podatak jer statistike pokazuju da je internet inkorporiran u sve segmente života, te da je posebno važan mladim ljudima. Stoga se može pretpostaviti da je stvarna slika drugačija, ali da se zbog davanja socijalno poželjih odgovora nisu dobili pravi pokazatelji.

*Tabela 5: Samoprocjena mladih o vremenu provedenom
na Internetu i odnosima sa drugima*

Tvrdnje	Nikad %	Rijetko %	Ponekad %	Često %	Uvijek %
Drugi u mom životu se žale na mene zbog vremena kojeg provodim online.	40,3	32,5	14	6,8	4,9
Govorim "samo još nekoliko minuta" dok sam na mreži, a ustvari ostajem još nekoliko sati.	23,1	25,6	26,6	12,7	10,7
Pokušavam smanjiti količinu vremena koje provodim online, ali ne uspijevam.	21,4	29,9	27,6	14,6	6,2

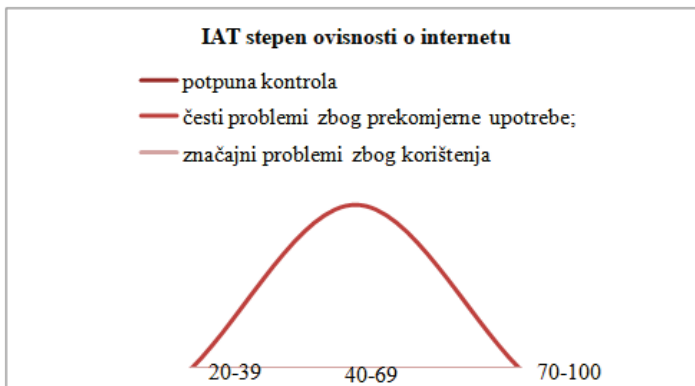
Iz Tabele 5 vidljivo je da oko 12% mladih kaže da se ponekad drugi žale na njih zbog vremena koje provede na internetu. Dakle, ljudi iz neposrednog okruženja primjećuju njihovu preokupiranost internetom. Nadalje, 26,6% njih ponekad govore da će ostati “samo još nekoliko minuta” na mreži, ali zapravo ostaju mnogo duže. Interesantno je istraživački komentarisati da samo 6,2% mladih uvijek pokušava smanjiti količinu vremena koje provode online, ali ne uspijevaju, (14,6% njih često pokušava, 27,6% ponekad, 30% rijetko), dok 21% njih nikada ne pokušava da smanji vrijeme koje provode na internetu.

Tabela 6: Samoprocjena mladih o vremenu provedenom na Inernetu i vezama u online i offline svijetu

Tvrdnje	Nikad %	Rijetko %	Ponekad %	Često %	Uvijek %
Više volim provoditi vrijeme na internetu, nego sa partnerom.	68,8	15,9	7,1	1,6	5,2
Uspostavljam nove veze sa online korisnicima.	18,8	32,1	27,6	10,7	7,8

U istraživanju je 27,6% mladih izjavilo da ponekad uspostavlja nove veze sa online korisnicima. Smatramo da su ovi procenti, u skladu sa rezultatima drugih istraživanja, mnogo veći i da bi se ova tvrdnja trebala prilagoditi tako da umjesto: *Uspostavljam nove veze sa online korisnicima* glasi: *Uspostavljam prijateljstva sa online korisnicima*. Ovim bi se izbjeglo različito tumačenje „veze“ (ljubavne, prijateljske...). Mnogobrojna istraživanja su pokazala da je mladima, posebno na društvenim mrežama, veoma primamljivo i značajno da uspostavljaju nova prijateljstva. Posebno izazovno se čini uspostavljati prijateljske veze sa vršnjacima iz različitih država, kontinenata, jezika, nacija i vjeroispovijesti. Sve je veći broj mladih koji svoje ljubavne veze uspostavljaju i održavaju putem interneta.

Grafikon 2: Rezultati IAT testa



Ukupna prosječna ocjena na IAT testu pomoću koje je ispitivana prisutnost ovisnosti o internetu kod mladih u Bosni i Hercegovini, iznosi 44, što prema Jounginom testu odgovara kontinuumu od 40 do 69. Ovaj rezultat, prema pomenutoj Skali, ukazuje na prisutnost problema u emocionalnom, kognitivnom i socijalnom funkcionisanju, kao što su zanemarivanje neposrednih socijalnih kontakata i svakodnevnih obaveza, netolerancija, gubitak kontrole, anksioznost, iskrivljena percepcija o vremenu provedenom na internetu, usamljenost i povlačenje (Branković, 2019; Carević et al., 2014; Jurman et al., 2017). Rezultat ukazuje na blagu razinu internetske ovisnosti. Ranije studije pokazale su da blaga do kompulzivna upotreba interneta može dovesti do socijalne izolacije i depresije, nesklada u vezi i braku, akademskog neuspjeha među studentima, te problema na poslu, kao što su smanjena produktivnost i gubitak posla (prema Young, 2016).

U nekoliko istraživanja iz različitih evropskih zemalja dobiveni su slični rezultati. Naučnici iz Hrvatske (Černja, Vejmelka & Rajter, 2019) su proveli istraživanje pomoću IAT-a na uzorku od 352 mladih (od 15 do 20 godina starosti), te su zaključili da je 3,4% mladih izrazito ovisno o internetu, dok je oko 35% ispitanih pokazalo nekoliko znakova ovisnosti. Istraživanje provedeno u Italiji upotrebom istog testa pokazalo je da 9% (od 200 ispitanika) mladih ima potencijal da razvije internet ovisnost, a da 68% mladih provodi veoma mnogo vremena online (Iannitelli et al., 2018). U istraživanju internet ovisnosti među mladima u Portugalu utvrđeno je da 33,9% ispitanih (od ukupno 593 ispitanika) pokazuje određene znakove internet ovisnosti (Pontes, Patrao & Griffiths,

2014). Navedena istraživanja nam govore da je ovisnost o internetu među mladima prepoznata kao ozbiljan društveni problem.

Ukupni rezultat IAT-a je zbir ocjena koje ispitanici daju za svih 20 tvrdnji (od 1–nikada, do 5–uvijek). Iako rezultat (44) odgovara rasponu od 40 do 69 koji ukazuje na to da ispitanici imaju česte probleme zbog prekomjerne upotrebe interneta, na osnovu prethodno iznesenih statističkih podataka stiče se drugačiji utisak. Sumirajući rezultate putem IAT, uočavamo da veliki procenat mladih koji su učestvovali u našem istraživanju pokazuju da imaju kontrolu korištenja interneta i više odgovaraju prosječnom mrežnom korisniku (od 20 do 39), dok jedan dio ispitanika pokazuje *blagu razinu internetske ovisnosti* i probleme u:

(1) emocionalnom funkcionisanju – više od 26% mladih uznemirujuće misli o životu blokira umirujućim mislima na internetu; 22% njih se plaši da bi život bez interneta bio dosadan, prazan i nesretan; skoro 15% njih ponekad nedovoljno spava zbog kasnonoćnog surfanja, 11% mladih se ponekad osjeća depresivno, neraspoloženo ili nervozno kad nisu online.

(2) kognitivnom funkcionisanju – kod čak 27% mladih studentske obaveze ispaštaju zbog vremena koje provode online, a kod 32% njih produktinost ponekad trpi zbog interneta;

(3) socijalnom funkcionisanju – skoro 25% njih ponekad zapostavlja kućanske i druge obaveze da bi više vremena provodili online; 26,6% mladih ponekad u momentu kada se konektuje na internet smatra da će ostati kratko vrijeme (nekoliko minuta), a ustvari često ostaju duže (nekoliko sati), skoro 15% mladih ponekad radije provodi vrijeme online umjesto izlaska sa drugima, 14% mladih kažu da se ponekad drugi žale na njih zbog vremena koje provede na internetu, 7,1% njih ponekad više vole provoditi vrijeme na internetu, nego sa partnerom.

Ohrabrujuće je da navedeni podaci shodno IAT skali ukazuju da mali procenat ispitanika često ili uvijek ima problema zbog korištenja interneta. Prema pomenutoj skali, značajni problemi se javljaju kada se postigne rezultat od 70 i više. Ipak, ukoliko se uzme u obzir da su mladi imali poteškoće da identificiraju tačan broj sati koji provode online (što sugerira da nemaju potpunu kontrolu nad vremenom koje provode online), potrebno je educirati i osvijestiti mlade o štetnim utjecajima kako bi se spriječila kompluzivna ponašanja i prekomjerna upotreba interneta.

4.2. Ovisnost mladih u Bosni i Hercegovini o društvenim mrežama

Od 310 ispitanika, mladih iz Bosne i Hercegovine koji su učestvovali u istraživanju, njih čak 99% ima profil na nekoj društvenoj mreži. Najveći broj mladih (90,9%) ima profil na društvenoj mreži Facebook, 48,5% njih ima profil na YouTubeu, 87,6% na Instagramu i 20% na Twiteru. Najmanji procenat (9,1%) mladih ima profil na društvenoj mreži LinkedIn.

Grafikon 3: Društvene mreže na kojima mladi imaju profile



Kroz nekoliko tvrdnji (poput *Provjeravam svoj/e profile na društvenim mrežama čim se probudim*, *Pokušavam smanjiti vrijeme provedeno na društvenim mrežama, ali mi ne uspijeva*, *Pomišljam da obrišem profile na društvenim mrežama*) na Likertovoj skali od 1 do 5 (s tim da je 1–nikada, a 5–uvijek) u istraživanju se nastojao dobiti uvid da li su i u kojoj mjeri mladi „ovisni“ o društvenim mrežama.

Tabela 7: Mladi i upotreba društvenih mreža

Tvrdnje	Nikada	Rijetko	Ponekad	Često	Uvijek
Provjeravam svoj/e profil/e na društvenim mrežama čim se probudim.	14	37	61	70	127
Pokušavam smanjiti vrijeme koje provodim na društvenim mrežama, ali ne uspijevam.	51	94	94	52	15

Tvrdnje	Nikada	Rijetko	Ponekad	Često	Uvijek
Provjeravam svoj/e profil/e na društvenim mrežama prije nečeg drugog što trebam uraditi.	48	76	87	44	53
Razgovaram sa prijateljima putem društvenih mreža, umjesto susreta face-to-face.	48	99	99	44	17
Pomišljam da obrišem profile na društvenim mrežama.	75	37	85	70	40

Kao i u slučaju opće upotrebe interneta, mladi provode mnogo vremena na društvenim mrežama i ne uspijevaju smanjiti tako provedeno vrijeme (od onih koji uopće pokušavaju). Alarmantan je podatak da 51 mlada osoba nikada, a 94 ih rijetko pokušavaju smanjiti vrijeme koje provode na društvenim mrežama. Ranija istraživanja, poput Tadani i Čeng (Thadani & Cheung prema Baskaran, Chun Howe, Mahadi & Ayob, 2017) pokazala su da mladi ljudi uglavnom nisu svjesni koliko vremena provode na društvenim mrežama, niti su svjesni negativnih učinaka koji bi mogli proizaći iz prevelike upotrebe društvenih mreža. Ti negativni učinci bi mogli biti: nedostatak interakcija u offline svijetu (uzimajući svakako u obzir i da li je osoba po prirodi introvert ili ekstrovert), odgađanje izvršavanja akademskih obaveza, smanjenje produktivnosti na radnom mjestu, i drugi.

Gotovo polovina ispitanika u ovom istraživanju (njih 127) uvijek provjeravaju svoj/e profil/e na društvenim mrežama čim se probude, a 70 ih to radi često. To znači da oko polovine njih pristupi profilu/profilima na društvenim mrežama prije nego obavi jutarnju toaletu i osnovne fiziološke potrebe. Nadalje, to pokazuje da društvene mreže itekako utječu na ljudsku svakodnevnicu.

Osim što utječu na nas pojedinačno, društvene mreže utječu i na naše interakcije sa drugim ljudima. Iako su sa jedne strane upravo ove platforme omogućile da se spojimo i komuniciramo sa rodbinom i prijateljima koji žive u inostranstvu, ili da pronađemo stare prijatelje iz školskih klupa, one su učinile i da sve više komunikacije sa bliskim ljudima obavljamo upravo na ovaj način. Tako 99 mladih ponekad radije razgovara sa prijateljima putem društvenih mreža, umjesto fizičkog susreta i razgovora licem u lice, što znači da društvene mreže mogu u potpunosti izbrisati fizički kontakt među prijateljima. Ohrabruje

podatak da 48 mladih nikada ne mijenja razgovor licem u lice za onaj putem društvenih mreža, što znači da se trude da virtuelni kontakt ne nadjača onaj lični, neposredni.

Da su društvene mreže postale sasvim prirodan dio života za oko trećinu ispitanika, pokazuje podatak da čak 75 ispitanih nikada, a 37 rijetko pomišlja da obriše profil/e sa društvenih mreža. To sugeriše da su društvene mreže postale važan dio svakodnevnice mladih kojeg i ne pomišljaju da se odreknu. Ivasović i Burić (2016) u svome istraživanju naglašavaju da je sa čestom upotrebom društvenih mreža značajno povezan takozvani strah od propuštanja (engl. *fear of missing out*), koji se definira kao „intenzivan strah da drugi imaju iskustvo (društvene) nagrade koje subjekt nema s obzirom na to da je odsutan, pa se FOMO karakterizira kao želja da se kontinuirano bude u toku s onime što drugi rade“ (Przybylski prema Ivasović i Burić, 2019: 33).

4.3. Ovisnost mladih u Bosni i Hercegovini o mobitelima

Svih 310 mladih koji su učestvovali u istraživanju koriste pametni mobilni telefon. Ovaj podatak ukazuje na to da su pametni telefoni (engl. *smartphone*) postali dominantno i uobičajeno upotrebljivi. Primarna svrha pametnih telefona, u odnosu na ranije mobilne telefone, više nisu razgovori, nego pristup internetu. Većina ispitanih u ovom istraživanju (njih 222) uvijek koristi mobilni telefon za pristup internetu, što znači da većina mladih koristi upravo mobilni telefon kako bi komunicirali sa prijateljima, čitali vijesti, gledali TV ili radijske programe, ili sve ostalo što uobičajeno rade na internetu.

Tabela 8: Mladi i upotreba mobilnih telefona

Tvrđnje	Nikada	Rijetko	Ponekad	Često	Uvijek
Mobilni telefon koristim za pristup internetu.	3	5	11	69	222
Provjeravam mobilni telefon čim se probudim.	6	15	37	68	179
Nosim mobilni telefon u spavaću sobu.	6	6	11	28	255

Tvrdnje	Nikada	Rijetko	Ponekad	Često	Uvijek
Pokušavam provesti dan bez mobilnog telefona, ali ne uspijevam.	107	76	62	25	38
Osjećam se neugodno ili nervozno ako ostanem bez baterije ili signala na mobilnom telefonu.	45	80	62	45	78

Većina ispitanika, njih čak 255, uvijek nosi mobilni telefon u spavaću sobu, a čak 179 ih uvijek provjerava mobilni telefon čim se probude. Zanimljivo je broj mladih koji ne nose mobilni telefon u spavaću sobu (6) i ne provjeravaju ga čim se probude (6). Slično kao sa društvenim mrežama, veliki broj mladih ljudi upotrebljava mobilni telefon prije nego obavi osnovne jutarnje fiziološke potrebe.

To može značiti da mladi mobilne telefone smatraju prirodnim i neodvojivim dijelom sebe, koji je ponekad čak važniji i od onih potreba koje se oduvijek na piramidi ljudskih potreba svrstavaju u osnovne. Koliko mobilne telefone smatraju neodvojivim dijelom sebe, pokazuje i podatak da trećina mladih (čak 107) kaže da nikada ne pokušavaju provesti dan bez mobilnog telefona (samo njih 38 je pokušalo, ali bez uspjeha). Istraživanje provedeno u SAD-u (American Psychological Association, 2017) pokazalo je da polovina punoljetnih Amerikanaca ne može zamisliti svoj život bez pametnog telefona.

Prekomjerna upotreba mobilnog telefona, poput prekomjerne upotrebe interneta uopće, može izazvati i psihološke probleme. Zabrinjava podatak da se 78 mladih uvijek, a 45 često osjeća neugodno ili nervozno ako ostanu bez baterije ili signala na mobilnom telefonu. To znači da se nervoza, nelagoda ili anksioznost pojavljuju kod više od trećine ispitanika u trenucima kada izgube kontrolu odnosno kontakt sa svojim mobilnim telefonom. Osim toga, mladi mogu osjećati nervozu ili anksioznost i zbog osjećaja da se od njih očekuje stalna dostupnost, zbog činjenice da posjeduju pametni telefon i pristup internetu.

Istraživanje provedeno u Hrvatskoj (Ivasović i Burić, 2019), pokazalo je da mladi ljudi život bez pametnog telefona upoređuju sa životom u špilji, ali i da je stalna umreženost ponekad frustrirajuća jer se od njih očekuju brzi odgovori na poruke koje primaju putem svojih pametnih telefona.

Prethodni podaci pokazuju da mladi koji su učestvovali u našem istraživanju ispoljavaju nekoliko karakterističnih navika ili ponašanja nomofobnih osoba. Prema listi koju su utvrdili autori ranijih istraživanja (Akilli & Gezgin 2016; Bragazzi & Del Puente, 2014; Gezgin, Hamutoglu, Sezen-Gultekin, & Gemikonakli, 2018,) neke od navika i ponašanja onih koji odražavaju prisutnost nomofobije ili straha od gubitka kontakta sa mobilnim telefonom su: (1) veoma često provjeravaju svoj mobilni telefon, (2) izbjegavaju mjesta gdje je zabranjena upotreba mobilnih telefona, (3) uglavnom sa sobom nose punjač, (4) posjeduju više od jednog mobilnog telefona, (5) mobilni telefon nose u spavaću sobu i (6) koriste ga neposredno prije spavanja, ali i odmah nakon buđenja.

Sumirajući rezultate ovog istraživanja, uočavamo da mladi pokazuju nekoliko znakova nomofobije (poput onoga da 255 mladih uvijek nosi mobilni telefon u spavaću sobu, 179 ih uvijek provjerava mobilni telefon čim se probude, 107 nikada ne pokušava provesti dan bez mobilnog telefona, te se 78 njih uvijek osjeća neugodno ili nervozno ako ostanu bez baterije ili signala na mobilnom telefonu). Posebno je zabrinjavajuće što to ostavlja posljedice na njihovo psihičko zdravlje jer se nervoza, nelagoda ili anksioznost pojavljuju kod više od trećine ispitanih u trenucima kada izgube kontrolu odnosno kontakt sa svojim mobilnim telefonom (62 njih se ponekad, 45 često i 78 uvijek osjeća neugodno ili nervozno ako ostane bez baterije ili signala na mobilnom telefonu).

Slične rezultate dobili su i drugi istraživači, poput Gezgin sa saradnicima (Gezgin et al., 2018), koji su istraživali prisutnost nomofobije među studentima u Turskoj, te utvrdili da se ova pojava širi među mladima, a da anksioznost ili strah koji zbog nje osjećaju pogoršava kvalitet njihovih života. Brojne studije, navode Gezgin i saradnici (2018) provedene među adolescentima i studentima u Francuskoj (Tavolaci et al., 2015), SAD-u (Cheever, Rosen, Carrier & Chavez, 2014; Yildirim & Correia, 2015), Njemačkoj (Gezgin et al., 2018) i Indiji (Kanmani et al., 2017; Dixit et al., 2010; Pavithra, Suwarna & Mahadeva Murthy, 2015), rezultirale su sličnim zaključcima.

5. Zaključna razmatranja

U savremenom društvu, svakodnevna upotreba informacijsko-komunikacijskih tehnologija, poput interneta, društvenih mreža i mobilnih telefona pruža niz prednosti u profesionalnim i privatnim aktivnostima. S druge strane, virtualno okruženje sa sobom nosi mnoštvo rizika koji mogu izazvati proble-

matičnu upotrebu i negativno djelovati na emocionalno, kognitivno i socijalno funkcionisanje. Primamljivost novih tehnologija je posebno vidljiva kod djece i mladih, a prekomjerna upotreba često dovodi do nekontrolisanog ili impluzivnog ponašanja.

Kako u Bosni i Hercegovini nema sistematičnijih istraživanja koja ispituju razinu ovisnosti o internetu, društvenim mrežama i mobilnim telefonima kod mladih, kombinacijom mjernih instrumenata ispitivale su se posljedice koje ostavljaju na emocionalno, kognitivno i socijalno funkcionisanje. Pomoću *Internet Addiction Test-a*, dobivena je trofaktorska struktura koja je pokazala blagu razinu ovisnosti mladih o internetu, zbog čega mogu ispoljiti poteškoće u emocionalnom, kognitivnom i socijalnom funkcionisanju. U ispitivanju ovisnosti o društvenim mrežama i mobilnim telefonima, kreiran je poseban anketni upitnik kako bi se dobila saznanja o posljedicama koje ostavljaju na psihofizičko zdravlje kod mladih. Rezultati su pokazali da mladi uglavnom nisu svjesni koliko vremena provode na društvenim mrežama, kao ni negativnih učinaka koji bi mogli proizaći iz prevelike upotrebe, zbog čega se ne trude da smanje vrijeme provedeno na mrežama. Pored društvenih mreža, veliki broj mladih ljudi upotrebljava mobilni telefon neposredno prije spavanja i čim se probudi, te ga tako smatra gotovo neodvojivim dijelom sebe i nikada ne pokušava provesti dan bez upotrebe mobitela. Ono što je izrazito zabrinjavajuće je da su na svim razinama mjerenja kod mladih uočene poteškoće pri emocionalnom, kognitivnom i socijalnom funkcionisanju uslijed prekomjernog korištenja novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Rezultati istraživanja mogu poslužiti stručnjacima u kreiranju intervencijskih programa „novih ovisnosti“ kod mladih, fokusirajući se na područja emocionalne, kognitivne i socijalne kompetencije kao i na odgovorno korištenje medijskih sadržaja i informacijsko-komunikacijskih i digitalnih tehnologija.

S obzirom na to da su korištene skale uključivale samoprocjenu ispitanika o prekomjernoj upotrebi interneta i posljedicama koje ostavlja na sveukupno funkcionisanje mladih, važno je i sistemski pratiti prevalenciju pokazatelja ovisnosti o spomenutim tehnologijama, kao i poteškoće povezane s njihovom pretjeranom upotrebom, kako bi se pravovremeno uočile poteškoće i komorbiditet sa drugim problematičnim ponašanjem (poput zloupotrebe psihoaktivnih supstanci, ispoljenog nasilja i dr.).

Iako se u istraživanju nastojala pronaći poveznica razine ovisnosti između upotrebe interneta, društvenih mreža i mobilnih telefona i negativnih posljedica kod mladih, potrebno je provesti opsežnija istraživanja koja će uključivati više istraživačkih pitanja. Za bolje razumijevanje razine ovisnosti o društvenim mrežama i mobilnim telefonima, potrebno je kreirati standardizirani test (poput Janginog testa za ispitivanje ovisnosti o internetu), kojim bi se precizno utvrdila razina ovisnosti. Poželjno je provesti slično istraživanje na većem uzorku, kako bi se dobila jasnija slika o razini i posljedicama koje ostavljaju „nove ovisnosti“ kod mladih.

S obzirom na to da ovakva istraživanja zahtijevaju vremensku stabilnost i opetovanost, potrebno je ponoviti testiranje kako bi se sa sigurnošću znalo možemo li govoriti o „novim ovisnostima“ kao mentalnom poremećaju, ili pak, poremećaju kontrole impulsa.

Literatura

- Akilli, G. K., & Gezgin, D. M. (2016). Examination of the relationship between nomophobia levels and different behavior patterns of university students. *Mehmet Akif Ersoy Universitesi Egitim Fakultesi Dergisi*, 1(40), 51–69.
- American Psychological Association (2017). Stress in America: Coping with Change. Stress in America™ Survey.
- Baskaran, S., Chun Howe, N., Mahadi, N., Ayob, S. (2017). Youth and social media comportment: A conceptual perspective. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(11), 1260–1277
- Bisen, S. S., & Deshpande, J. M. (2018). Understanding internet addiction: A comprehensive review. *Mental Health Review Journal*, 23(3), 165–184.
- Bragazzi, N. L., & Del Puenete, G. (2014). A proposal for including nomophobia in the new DSM-V. *Psychology Research and Behavior Management*, 7, 155–160.
- Branković, S. (2019). Da li su društvene mreže najveći „opijum za narod“ u istoriji? Preuzeto sa https://www.researchgate.net/publication/332038484_Da_li_su_drustvene_mreze_najveci_opijum_za_narod_u_istoriji
- Carević, N., Mihalić, M. i Sklepić, M. (2014). Ovisnost o internetu među srednjoškolcima. *Socijalna politika i socijalni rad*, 2(1), 64–81
- Carr, N. (2011). *Plitko: šta internet čini našem mozgu?*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Castells, M. (2000). *Uspon umreženog društva*. Zagreb: Golden marketing.
- Cheever, N., Rosen, L., Carrier, M., & Chavez, A. (2014). Out of sight is not out of mind: The impact of restricting wireless mobile device use on anxiety levels among low, moderate and high users. *Computers in Human Behavior*, 37, 290–297
- Čejko, M. (2019). *Superpovezani: internet, digitalni mediji i tehno-društveni život*. Beograd: Clio.

- Černja, I., Vejmelka L., & Rajter, M. (2019). Internet addiction test: Croatian preliminary study. *BMC Psychiatry, 19*(1), 388. <https://doi.org/10.1186/s12888-019-2366-2>
- Dixit, S., Shukla, H., Bhagwat, A., Bindal, A., Goyal, A., Zaidi, A., & Shrivastava, A. (2010). A study to evaluate mobile phone dependence among students of a medical college and associated hospital of central India. *Indian Journal of Community Medicine, 35*(2), 339–241.
- Faraci, P., Craparo, G., Messina, R., & Severino, S. (2013). Internet Addiction Test (IAT): Which is the Best Factorial Solution? *Journal of Medical Internet Research, 15*(10), e225. <https://doi.org/10.2196/jmir.2935>
- Gezgin, D. M., Hamutoglu, N. B., Sezen-Gultekin, G., & Gemikonakli, O. (2018). Relationship between nomophobia and fear of missing out among Turkish university students. *Cypriot Journal of Educational Science, 13*(4), 549–561.
- Gir, Č. (2011). *Digitalna kultura*. Beograd: Clio.
- Hodžić, S. i Sokol, A. (2019). *Surfanje po tankom ledu: mladi, mediji, problematički sadržaji*. Sarajevo: Mediacentar Sarajevo
- Hrnjić-Kuduzović, Z. (ur.) (2016). *Informisanje internetske generacije*. Tešanj: Knjižarska kuća Planjax Komerc d.o.o.
- Hrnjić-Kuduzović, Z. (2014). *Komercijalizacija i konvergencija medija*. Tuzla: Bosanska riječ.
- Hundrić, D., Ricijaš, N. i Vlček, M. (2018). Mladi i ovisnost o internetu: pregled suvremenih spoznaja. *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja, 54*(1), 123–137
- Iannitelli, A., Parnanzone, S., Quartini, A., Gianfelice, D., Pizziconi, G., Serone, D., Massari N., Riccobono, G., & Pacitti, F. (2018) Internet use among Italian students: Usefulness of Internet Addiction Test. *Journal of Psychopathology, 24*, 10–15.
- Internet Addiction Test Manual. (2018). Retrieved April 20, 2020 from <http://cyberpsy.ru/wp-content/uploads/2018/02/iat-manual.pdf>

- Ivasović, S. i Burić, I. (2019). Nепrestana povezanost i strah od propuštanja u svakodnevnim interakcijama mladih licem u lice. *Medijske studije*, 10(20), 31–49.
- Jurman, J., Borišević Maršanić, V., Paradžik, Lj., Karapetrić Bolfan, Lj. i Javornik, S. (2017). Ovisnost o internetu i video igrama. *Socijalna psihijatrija*, 45(1), 36–42
- Kacer, K. (2019). *Sajberpsihologija*. Zagreb: Laguna.
- Kanmani, S. A., Bhavani, U., & Maragatham, R.S. (2017). Nomophobia – An insight into its psychological aspects in India. *The International Journal of Indian Psychology*, 4(2). <https://doi.org/10.25215/0402.041>
- Keen, A. (2017). *Internet nije odgovor*. Zagreb: Naklada Ljevak.
- Kemp, S. (2019). Digital in 2019. *We Are Social Inc*. Retrieved February 20, 2020, from <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Kemp, S. (2020). Digital 2020: Global Digital Overview. *We Are Social Inc*. Retrieved June 15, 2020, from <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Niedorys-Karczmarczyk, B., Mikos, M., Kocka, K., & Ślusarska, B. (2018). The degree of an Internet addiction among school youth. *Pielęgniarstwo XXI wieku / Nursing in the 21st Century*, 17(3). <https://doi.org/10.2478/pielxxiw-2018-0022>
- Olivencia-Carrión, M. A., Ferri Garcia, R., Mar Rueda, M., Jiménez-Torres, M. G., López-Torrecillas, F. (2018). Temperament and characteristics related to nomophobia. *Psychiatry Research*, 266, 5–10
- Pavithra, M. B., Suwarna, M., Mahadeva Murthy, T. S. (2015). A Study on nomophobia: Mobile phone dependence, among students of a medical college in Bangalore. *Ntl J of Community Med*, 6(3), 340–344.
- Pontes, H. M., Patrao, I. M., & Griffiths, M. D. (2014). Portuguese validation of the Internet Addiction Test: An empirical study. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(2), 107–114.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.

- Putokaz u zdravije društvo* (2016). Sarajevo: Udruženje za prevenciju ovisnosti NARKO-NE, KJU „Porodično savjetovalište“ Sarajevo. Preuzeto 27. februara 2020. sa http://www.prevenција.ba/images/publikacije/Rezultati_istrivanja_2016_NarkoNe.pdf
- Rutović, Ž. (2011.). *Digitalni demos*. Podgorica: Grafo Crna Gora.
- Tavolacci, M., Meyrignac, G., Richard, L., Déchelotte, P., & Ladner, J. (2015). Problematic use of mobile phone and nomophobia among French college students. *European Journal of Public Health*, 25. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckv172.088>
- Turčilo, L., Osmić, A., Kapidžić, D., Šadić, S., Žiga, J., Dudić, A. (2019). *Studija o mladima Bosna i Hercegovina 2018/2019*. Sarajevo: FES
- Vajdijanatan, S. (2018.). *Antidruštvene mreže*. Beograd: Clio.
- Vlček, M., (2016). *Ovisnost o računalu kao suvremena bihevioralna ovisnost*. Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu.
- Yildirim, C., & Correia, A. (2015). Exploring the dimensions of nomophobia: Development and validation of a self-reported questionnaire. *Computers in Human Behavior*, 49, 130–137.
- Young, S. K. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237–244.
- Young, S. K. (2009). Internet addiction: Diagnosis and treatment considerations. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 39(4), 241–246.
- Young, S. K. (2016). *Internet Addiction Test*. Wood Dale, IL: Stoelting
- Žiga, J., Turčilo, L., Osmić, A., Bašić, S., Džananović Miraščija, N., Kapidžić D. i Brkić-Šmigoc, J. (2015). *Studija o mladima u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: FES.

Lamija Silajdžić

University of Sarajevo, Faculty of Political Sciences,
Bosnia and Herzegovina

Anida Dudić

University of Sarajevo, Faculty of Political Sciences,
Bosnia and Herzegovina

YOUTH AND ADDICTION TO INFORMATION AND COMMUNICATIONS TECHNOLOGY: INTERNET, SOCIAL NETWORKS AND MOBILE PHONES

***Abstract:** Addiction, dysfunctional use of „new technologies“ and difficulties in limiting time spent using it, are not unusual due to the increasing usage of the internet. Young people, who are almost constantly connected, are particularly vulnerable. Recognizing the risk of pathological addiction, this paper explores the use of Internet, social networks and mobile phones among young people (N=310) in Bosnia and Herzegovina. The aim of the research is to examine the extent to which young people use the internet, social networks and mobile phones, and what consequences this has on the emotional, cognitive and social functioning of youth. The study was conducted using the most commonly used diagnostic tool for measuring internet addiction, the so-called Internet Addiction Test, and a survey questionnaire created for this research. Results of the study showed a mild level of “new addiction” in youth, which included emotional and cognitive preoccupation with “new” ICT, neglect of work, lack of self-control and social problems caused by preoccupation with the Internet, social networks and mobile phones.*

***Key words:** Internet, social networks, mobile phone, addiction, youth*

Predstavljanje osoba sa invaliditetom u srpskoj štampi: Analiza dnevnih novina *Blic* i *Danas*

Jovana Trajković¹

Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet, Serbia

doi: 10.5937/cm15-25721

Sažetak: Niska društvena svest o pitanjima invalidnosti održava diskriminatorne stavove koji postoje u društvu i ne doprinosi poboljšanju položaja osoba sa invaliditetom. U tome značajnu ulogu imaju mediji koji reprezentacijom proizvode nova ili reprodukuju već postojeća značenja. Mediji pristupaju predstavljanju različitih identiteta i deluju kao forum društvene konstrukcije stvarnosti, oni konstruišu i reprodukuju društvenu definiciju invalidnosti. Na prvom mestu je razlog otežanog života ljudi sa invaliditetom visokodiskriminišuće društvo, ali poboljšanju takvih okolnosti može doprineti objektivno izveštavanje medija o temi invalidnosti i osobama sa invaliditetom. Značaj takvog izveštavanja je u tome što bi ono doprinelo promeni stereotipnih stavova prema kojima se onesposobljena osoba posmatra kao ona kojoj je potrebna pomoć i sažaljenje, bez sagledavanja fizičkih i kulturnih barijera koje su stvorene u društvu. Kvalitet života osoba sa invaliditetom bio bi znatno unapređen ukoliko bi uslovi života bili njima prilagođeni u onoj meri u kojoj su prilagođeni svim drugim osobama. Osnovni cilj ovog rada je ispitati kakva je medijska slika koju štampani mediji stvaraju o osobama sa invaliditetom. U istraživanju smo došli do zaključka da štampani mediji u Srbiji ne posvećuju dovoljno prostora temi invalidnosti i uglavnom izveštavaju stereotipno.

Ključne reči: invaliditet, osobe sa invaliditetom, mediji, reprezentacija

1. Uvod

Prema proceni Svetske zdravstvene organizacije (World Health Organization) i Grupacije svetske banke (World Bank Group), jedna milijarda ljudi,

¹ Kontakt sa autorom: trajkovicjovana09@gmail.com.

ili 15% svetske populacije, ima neki oblik invaliditeta. Kada je u pitanju stanovništvo Srbije, procenjuje se da 10% celokupne populacije čine osobe sa invaliditetom (Marković, 2014: 20). Uprkos tome, činjenica je da društvo nije prilagođeno životu onesposobljenih osoba. Niska društvena svest o pitanjima invalidnosti održava diskriminatorne stavove koje postoje u društvu i ne doprinosi poboljšanju položaja osoba sa invaliditetom (OSI). Diskriminacija je uslovljena različitim društvenim faktorima poput neznanja, stereotipa i predrasuda. Barns ističe da procesu diskriminacije značajno doprinosi iskrivljena slika o invaliditetu koju nude mediji. Stereotipi o onesposobljavanim osobama potiču od verovanja i mitova iz perioda kad je nivo prosvete bio mnogo manji, oni su deo kulture i delimično opstaju i zahvaljujući konstantnom ponavljanju u sredstvima masovne kulture (Barns, [1992] 2012: 36). O invaliditetu i životu onesposobljenih osoba dobijamo saznanja iz različitih medija. Izloženost sredstvima informisanja u savremenom svetu je neprekidna, zbog čega je neophodno da njihovo izveštavanje bude profesionalno, da se stereotipni i diskriminatorni stavovi ne bi reprodukovali.

Odnos društva prema osobama sa invaliditetom se kroz istoriju razvijao i unapređivao, o čemu svedoče modeli invalidnosti. Osobe sa invaliditetom su posmatrane kroz milosrdni model, kao osobe kojima je potrebna milostinja i pomoć. Zatim je usledio medicinski model pristupa invalidnosti, koji je osobe sa invaliditetom posmatrao kao bolesnike kojima je neophodna rehabilitacija i izlečenje kako bi se uklopile u društvene tokove. Ovaj pristup je bio zastupljen gotovo do kraja dvadesetog veka, kada je nastupio socijalni model. U ovom modelu se invalidnost više ne posmatra kao individualni, lični problem, već kao društveni fenomen (Turčić, 2012: 111). Zarad punog uključenja osoba sa invaliditetom u društvo, neophodno je da društvo prilagodi uslove života osobama sa invaliditetom u onoj meri u kojoj su oni prilagođeni svim drugim osobama.

„Svet je uveliko zagazio u XXI vek, ali osobe sa invaliditetom su još uvek izložene diskriminaciji, segregaciji i getoizaciji, svakodnevno se suočavajući sa brojnim izazovima u vidu arhitektonskih barijera, nepostojanja pristupačnog prevoza i servisa personalne asistencije, kao i niske društvene svesti o pitanjima invalidnosti” (Milošević, 2015: 98).

Medijska reprezentacija umnogome utiče na to kako će se definisati i konstruisati pojam invalidnosti u društvu. Kada je reč o proučavanju fenomena invaliditeta, jedan od glavnih problema je nedostatak istorijskih izvora. Međutim,

na osnovu progresivnog zanimanja za ovaj problem, invaliditet kao fenomen polako osvaja status relevantne teme u oblasti humanističkih nauka (Petrović, 2012: 866). Kada je reč o istraživanju medija i invalidnosti, Gogin primećuje da je na ovom području zabeležen skroman, ali obećavajući rast (Goggin, 2009: 5). Istraživanje načina na koji je invalidnost prikazana u medijima značajna je zbog sposobnosti medija da medijskim tekstovima konstruišu identitete i društvene kategorije. „Zašto je važno kako mediji reprezentuju određene identitete? Pre svega, zato što se proces reprezentovanja ne može posmatrati odvojeno od stvarnosti jer, zahvaljujući njemu, naše iskustvo i ceo saznajni svet stiču smisao” (Ninković-Slavnić, 2011: 16). Neosporan je uticaj medija na mišljenje i stavove medijskih korisnika, koji može da pojača ili umanj stereotipna i diskriminatorna uverenja kada su u pitanju osobe sa invaliditetom.

2. Teorijski okvir

2.1. Definisanje osnovnih termina u oblasti invalidnosti

Prilikom izveštavanja o invalidnosti i osobama sa invaliditetom, važna je upotreba korektnih termina jer to „doprinosi borbi protiv institucionalne diskriminacije“ (Barns, 1992 prema Ružičić-Novković, 2012: 11). Definišući osnovne termine u oblasti invalidnosti, Ružičić-Novković objašnjava značenje invalidnosti, „disabilizma“ i „ejbilizma“, o kojima ćemo govoriti u daljem tekstu. Takođe, kao značajne pominje i pojmove osoba sa invaliditetom i osoba sa posebnim potrebama. Mada se ovi pojmovi često koriste kao sinonimi, važno je napomenuti da je termin *osoba sa posebnim potrebama* neprihvatljiv jer implicira nedejnakost – njime se sredstva i načini zadovoljenja potreba koje imaju svi poistovećuju sa posebnom potrebom. Nekorektan je i termin *hendikepirani*, jer se i njime implicira nejednakost, navodi Ružičić-Novković (2014). Sa druge strane, termin *osoba sa invaliditetom* oslikava stav da se invaliditet ne odnosi na celu osobu, već na jednu od njenih karakteristika, na deo identiteta. (Ružičić-Novković 2014: 10). Autorka ističe Tatićevu definiciju invalidnosti:

„(invalidnost je) socijalni proces, odnosno način ponašanja koji proizilazi iz gubitka ili redukcije sposobnosti da se izvrše očekivane ili specijalno definisane aktivnosti socijalnih uloga u jednom dužem vremenskom periodu, zbog hronične bolesti ili oštećenja. To je izražavanje funkcionalne limitacije u socijalnom kontekstu“ (Tatić prema Ružičić-Novković 2014: 10).

U *Zakonu o sprečavanju diskriminacije osoba sa invaliditetom* daju se i osnovne definicije, pa i definicija osoba za invaliditetom:

„izraz *osobe sa invaliditetom* označava osobe sa urođenom ili stečenom fizičkom, senzornom, intelektualnom ili emocionalnom onesposobljenošću koje usled društvenih ili drugih prepreka nemaju mogućnosti ili imaju ograničene mogućnosti da se uključe u aktivnosti društva na istom nivou sa drugima, bez obzira na to da li mogu da ostvaruju pomenute aktivnosti uz upotrebu tehničkih pomagala ili službi podrške“ (čl. 3).

Disabilizam se odnosi na diskriminatorno postupanje prema onesposobljenim osobama, a definišu ga Pol Miler, Sofija Parker i Sara Gilinson: „Disabilizam (engl.) je diskriminatorno, ugnjetavajuće ili nasilno ponašanje, poniklo iz uverenja da onesposobljavane osobe manje vrede od drugih“ (Miler i sar., 2012: 131). Disabilizam se, po Barnsu, „odnosi na predrasude, stereotipe u vezi sa osobama sa oštećenjima, ili na ‘institucionalnu diskriminaciju’“ (prema Ružičić-Novković, 2012: 15).

Ejbilizam se najčešće koristi za opisivanje negativnog tretmana osoba sa invaliditetom (Wolbring, 2008). Tomas Hehir definiše ejbilizam kao „devalvaciju invalidnosti“ (Hehir, 2002: 1). Ejbilizam se može ukratko opisati kao verovanje da je bolje ili superiornije nemati invaliditet nego ga imati i da je bolje raditi stvari na način na koji to čine osobe koje nemaju invaliditet (Storey, 2007: 56).

2.2. Modeli invalidnosti

Način na koji društvo percipira osobe sa invaliditetom odraz je i posledica preovladavajućih stavova koje je društvo imalo u prošlosti. Odnos prema osobama sa invaliditetom se kroz istoriju menjao. One su često bile posmatrane kao teret, a invalidnost je posmatrana kao bolest koja se treba izlečiti. Kada je reč o odnosu prema osobama sa invaliditetom u drevnim društvima, najranija istraživanja plemenskih zajednica otkrivaju da je običaj nalagao solidarnost prema „nemoćnima“, ali i fizičko uništenje, ukoliko je njome opstanak zajednice ugrožen. Položaj osoba sa invaliditetom tumačio se kao posledica „obeležavanja od strane viših sila“ (Petrović, 2012: 867). Zbog toga su one neretko percipirane kao bića sa magijskim veštinama.

„U najstarijim civilizacijama deca koja su imala neka oštećenja žrtvovana su bogovima. Oni koji su uspeli da prežive, bili su magovi ili vrači i imali pose-

ban status u zajednici. Stari Grci i Rimljani, fokusirani na snagu duha i tela i estetiku, ubijali su decu sa oštećenjima” (Ružičić-Novković, 2014: 84).

Odnos društva prema osobama sa invaliditetom i percepcija invalidnosti u različitim istorijskim periodima se mogu posmatrati kroz modele invalidnosti. Akselson sa saradnicima definiše pojam modela ili obrasca invalidnosti i kaže da se on „odnosi na skup pretpostavki, vrednosti, koncepata i praksi koji sačinjavaju način razmišljanja i govorenja o invalidnosti unutar jednog društva i posebno među donosiocima odluka, stručnjacima i samim osobama sa invaliditetom“ (Axelsson, Granier i Adams, 2004: 28).

Najčešće se pominju tri modela invalidnosti: milosrdni/samarićanski model, medicinski model i socijalni model invalidnosti. U srednjem veku je milosrdni pristup najdominantniji. Ovakav pristup invalidnost posmatra kao nesreću, a osobe sa invaliditetom kao dobroćudne i bespomoćne ljude kojima je potrebno sažaljenje i pomoć, čime se podrivaju prava osoba sa invaliditetom da sami donose odluke (British Council, n.d.; Petrović, 2012; Ružičić-Novković, 2014). Takođe, kao što je već napomenuto, srednjevekovna Evropa onespособljenost dovodi u vezu sa zlom i veštičarenjem, pa se u određenim delovima Evrope proganjanje i ubijanje onespособljavanih osoba opravdavalo i od strane verskih vođa. „Na primer, Martin Luter, 1485–1546, protestantski reformator, govorio je da u onespособljavanoj deci vidi đavola i preporučivao je da se ona ubijaju“ (Barns [1992] 2012: 52).

Nakon samarićanskog pristupa, nastupa medicinski model invalidnosti. Ovakav pristup invalidnost posmatra kao individualnu patologiju, a osobu sa invaliditetom kao problem. Invaliditet se tretira kao povreda i sve je podređeno tretmanu i rehabilitaciji (Ćumura, 2018: 116). Ovaj model pogrešno tumači invaliditet kao bolest koju treba izlečiti medicinskom negom, a time se ona svodi na medicinsko stanje, „dijagnozu“. Osoba se posmatra kao bolesnik koji treba da ozdravi, kako bi se uključio u sve društvene tokove. Percipiranjem invaliditeta kroz medicinski model se fizička onespособljenost stavlja u prvi plan, dok je okruženje u kom onespособljena osoba živi i odnos društva prema njoj van fokusa. „Fokus je ovde na neuspehu individue da se prilagodi postojećim društvenim odnosima, pa se oštećenje tako smatra „uzrokom“ invalidnosti“ (Evans, 2005: 578). Posmatranjem osoba sa invaliditetom na ovaj način, nedostatak definiše celu osobu i postaje njena primarna karakteristika. Žuvela (2013) ističe da ovako rigidan model, kojem je u centru sama onespособljenost,

za posledice ima društvenu izolaciju i segregaciju osoba sa invaliditetom. Medicinski model dominirao je sve do devedesetih godina dvadesetog veka, mada su se začeci socijalnog modela, koji nastupa nakon medicinskog, pojavili već šezdesetih godina (Žuvela, 2013: 29).

Socijalni model, za razliku od medicinskog, invaliditet ne posmatra kao pojedinačni problem, već kao društvenu pojavu, odnosno, vodi se idejom da nije invaliditet ono što sprečava ravnopravno funkcionisanje osoba sa invaliditetom, već prepreke koje su stvorene u društvu. Prema ovom modelu nije zadatak pojedinca sa invaliditetom da se uklapa u postojeće društvene šablone, već je odgovornost društva „da se menja i stvara uslove za jednako i potpuno učešće svih svojih članova, bez obzira na to koliki je stepen adaptacije potreban i koliko vremena će trebati za izjednačavanje mogućnosti” (Tatić prema Milošević, 2015: 99). Ovaj model ističe važnost uloge društva u životu osoba sa invaliditetom koje se suočavaju sa marginalizacijom i diskriminacijom.

Osobama sa teškoćama u kretanju okolina onemogućava kretanje jer je dizajnirana od strane osoba bez invaliditeta, za život bez invaliditeta. Kretanje osobe u invalidskim kolicima je ograničeno samo onda kada okolina nije prilagođena osobama u invalidskim kolicima, poput rampi, liftova, širokih vrata i hodnika itd. (Šušnjević, 2015: 3). Na sličan način su osobe sa invaliditetima ograničene i u drugim sferama, a primer može biti nepristupačna literatura za osobe sa oštećenim vidom u odnosu na literaturu za osobe bez invaliditeta, kada je u pitanju obrazovanje. U tom smislu, neophodno je da društvo ostvari univerzalnu pristupačnost svim članovima društva, bez segregacije. Prema *Konvenciji o pravima osoba sa invaliditetom*, univerzalni dizajn označava dizajn proizvoda, okruženja, programa i usluga koje koriste svi, u najvećoj mogućoj meri, bez potrebe prilagođavanja ili specijalnog dizajniranja, a to ne isključuje pomoćna sredstva za određene grupe osoba sa invaliditetom tamo gde je to potrebno. Univerzalna arhitektura ne odnosi se isključivo na prilagođavanje okoline osobama sa invaliditetom, već podrazumeva mnogo širu perspektivu. Ona uključuje i roditelje sa dečjim kolicima, starije građane, kao i onesposobljene osobe (Hitch, Dell & Larkin, 2016: 27). Socijalni model ukazuje na značaj uklanjanja barijera i prilagođavanja uslova života svim članovima društva. „Prema socijalnom modelu, invalidnost postaje problem ne kada je osoba stekne, već kada društvo odbije da se kontinuirano prilagođava potrebama svih svojih članova bez izuzetka“ (Milošević, 2015: 100).

2.3. Medijska slika osoba sa invaliditetom

Čovekovo shvatanje sopstvenog okruženja i zbivanja u svetu posredovano je različitim uticajima medijskih slika. Neposrednu okolinu čovek upoznaje čulima i na osnovu toga rasuđuje o prirodi stvari i pojava. Međutim, kada se radi o događajima kojima ne može prisustvovati, pojavama koje nisu u njegovom okruženju i koje ne može percipirati čulima, neophodna su obaveštenja i informacije koje mediji plasiraju. Ti medijski tekstovi utiču na svakodnevni život čoveka, na njegovo razumevanje sebe i drugih. Način na koji mediji predstavljaju ili reprezentuju pojave nije samo njihova „refleksija“, već i dodeljivanje značenja tim pojavama, i smatra se „uzrokom naših društvenih odnosa“ (Brigs i Kobli, 2005: 470). Stjuart Hol u svojoj knjizi *Reprezentacija: reprezentacija u kulturi i označiteljske prakse (Representation: Cultural Representation and Signifying Practices)* reprezentaciju objašnjava kao jedan od ključnih procesa u „kulturnom zakretu“ kojim se proizvodi i razmenjuje značenje između članova neke kulture. Ona obuhvata upotrebu jezika, znakova i slika koji predstavljaju stvari. Koncept reprezentacije povezuje značenje i jezik sa kulturom (Hall, 1997).

Sredstva informisanja reprezentacijom proizvode nova ili reprodukuju već postojeća značenja, pristupaju predstavljanju različitih grupa i identiteta na određen način koji kasnije preuzimaju i konzumenti tih medija. „Reč *predstavljanje* je složena: ona upućuje na proces u kom svet nije samo posredovan već aktivno „napravljen“, sklopljen od slika i reči koje ne samo da reflektuju taj svet, već ga transformišu na karakteristične načine“ (Evans, 2005: 577).

Prilikom stvaranja sadržaja, mediji su ograničeni različitim faktorima poput vremena, medijskog prostora i izvora informacija. Kako bi taj sadržaj bio dostupan što većem broju korisnika, „medijske predstave uprošćavaju, sužavaju, sažimaju, sabijaju, vrše izbor i odbacuju različite aspekte komplikovanih društvenih odnosa da bi ih predstavile (represent) kao fiksne „prirodne“, „očigledne“ i spremne za potrošnju. Ukratko, medijske predstave, kao prenosioci ideologije (ponekad neminovno) operišu stereotipima...“ (Brigs i Kobli, 2005: 472).

Savremeni masovni mediji deluju kao forum društvene konstrukcije stvarnosti. Moć medija da usmerava pažnju javnosti na određene probleme često određuje koji će problemi biti rešeni, a koji ignorisani od strane društva (Fürsich, 2010: 113). Društvena pitanja, poput invalidnosti, o kojima se ne izveštava dovoljno i na pravi način, budu zanemarena i u javnosti. Uloga medija je pružanje tačnih, blagovremenih i objektivnih informacija svim građanima kako

bi im svakodnevne aktivnosti i donošenje odluka bili olakšani. Sa druge strane, uloga je društva da svim građanima omogući jednake uslove života. Međutim, različite društvene grupe suočavaju se sa različitim izazovima.

„...Nije *oštećenje* – funkcionalno ograničenje osobe, bilo da je fizičko, senzorno, intelektualno ili skriveno – razlog koji sprečava ljude da vode jedan prihvatljiv život već ograničavajuće okruženje i prepreke koje ih onespособljavaju. Stoga, *onesposobljenost* upućuje na kompleksan sistem društvenih ograničenja koja visokodiskriminišuće društvo nameće onespособljavanim osobama” (Barns, [1992] 2012: 34).

Ukoliko bi uslovi života bili prilagođeni ljudima sa invaliditetom u onoj meri u kojoj su prilagođeni svim drugim osobama, kvalitet života osoba sa invaliditetom bio bi značajno unapređen. Zabrinjavajuća je činjenica da, zbog neinformisanosti i predrasuda sredine, osobe sa invaliditetom bivaju izolovane, što im onemogućava ravnopravno uključivanje u svakodnevne društvene aktivnosti. Takva okolina „utiče na način života, pre svega samih osoba sa invaliditetom, a potom svih ostalih članova njihovih porodica, naročito roditelja i staratelja“ (Ćumura, 2018: 112). Neke od najočiglednijih potreba, poput kretanja, nisu omogućene ili su otežane onespособljenim osobama. Postojanje rampi, liftova, obaveštenja, vizuelnih i auditivnih signala doprinelo bi unapređenju uslova života građana sa invaliditetom. Međutim, „pitanje nedostupnosti svih društvenih ustanova... ne podrazumeva samo učiniti ih fizički pristupačnim, već iziskuje stvaranje uslova za uklanjanje onih nevidljivih barijera koje je daleko teže savladati. Kulturne barijere „okamenjene“ u stereotipima predstavljaju ogromni problem koji onemogućava punu inkluziju“ (Petrović prema Petrović, 2012: 880). Širom sveta ljudi sa invaliditetom imaju lošije zdravstvene ishode i niža dostignuća u obrazovanju. Takođe, veće su stope siromaštva među osobama sa invaliditetom u odnosu na osobe bez invaliditeta. To je delimično rezultat barijera u pristupu uslugama poput zdravstva, obrazovanja i prevoza (*World Health Organization*). Duboko ukorenjeni stereotipni stavovi društva sprečavanjem inkluzije zaustavljaju i razvoj osoba sa invaliditetom, zbog čega je neophodno podizanje svesti javnosti po tom pitanju.

Gogin ističe važnost razumevanja značaja kulture, ali i medija, kao dimenzije konstrukcije invalidnosti jer mediji i druge kulturne reprezentacije igraju konstitutivnu ulogu u društvenoj definiciji i reprodukciji invalidnosti (Goggin, 2000: 73). Zadatak je medija da informišu i osnažuju sve članove društva i pod-

stiču demokratske vrednosti. Suštinska odlika odgovornog novinarstva je unapređivanje ljudskih prava i poštovanje različitosti jer diskriminacija u medijima pomaže u održavanju diskriminatornih vrednosti u društvu. Posledica neodgovornog novinarstva u štampi je prikazivanje osoba sa invaliditetom kao zavisnih, nesposobnih i dehumanizovanih. Često se medijskim predstavama invalidnost oslikava kao sinonimom za žrtvu, bespomoćnost, nesposobnost (Adams, 2008; Cohen-Rottenberg, 2012). Postojeće slike invalidnosti oblikuju stavove članova društva i imaju potencijal da pojačaju negativne stavove, a to čine prikazima zasnovanim na dezinformacijama i stereotipima (Elliott & Byrd, 1982: 348).

Zabrinjava to što se ljudi sa invaliditetom u štampi često prikazuju kao „drugi“ upotrebom stereotipa. Barns u radu „Onesposobljavajuće prikazivanje i mediji“ istražuje principe za predstavljanje onesposobljivanih osoba u medijima. Rad obuhvata sledeće medije – televiziju, radio, štampu, filmove i knjige i pruža uvid u to kako oni stvaraju i održavaju negativne predstave o osobama sa invaliditetom. Stereotipi koji se najčešće ponavljaju su:

1. Onesposobljavana osoba kao jedna i za žaljenje
2. Onesposobljavana osoba kao predmet nasilja
3. Onesposobljavana osoba kao zlokobna i zla
4. Onesposobljavana osoba kao deo atmosfere ili retkost
5. Onesposobljavana osoba kao „superbogalj”
6. Onesposobljavana osoba kao predmet ismevanja
7. Onesposobljavana osoba kao svoj najveći i jedini neprijatelj
8. Onesposobljavana osoba kao teret
9. Onesposobljavana osoba kao seksualno abnormalna
10. Onesposobljavana osoba kao nesposobna za puno učešće u životu zajednice
11. Onesposobljavana osoba kao normalna (Barns, [1992] 2012).

Stigmatizirajuće slike ponavljaju se u medijima, omogućujući da negativna mišljenja o osobama sa invaliditetom opstanu. Stigmatizujuća terminologija dospeva u štampu, pa čak i u značajna nacionalna glasila kao što su *Gardijan* (Guardian), *Tajms* (*Times*), *Ekonomist* (*Economist*) i Bi-Bi-Si (BBC) (Adams, 2008).

Prema navodima Ružičić-Novković (2012), analiza sprskih medija, pretežno štampe, u periodu od 2004. do 2011. godine, pokazuje da se ovoj temi daje više prostora nego što je to bio slučaj ranije. Međutim, Ružičić-Novković ističe da se prostor daje u nedostatku atraktivnije teme ili da bi se ispunila obaveza. Teme koje se odnose na osobe sa invaliditetom obrađuju se u izdvojenim, specijalizovanim emisijama (Ružičić-Novković, 2012).

Istraživanje pod nazivom *Disability in the press: How disability and people with disabilities are depicted in print media in Bosnia and Herzegovina, Montenegro and Serbia in 2006* (Invalidnost u štampi: kako su prikazani invaliditet i osobe sa invaliditetom u štampanim medijima u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Srbiji u 2006. godini) ispituje dominantne obrasce u izveštavanju o invaliditetu u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Srbiji (Adams, 2008). Rezultati ovog istraživanja pokazuju da u sve tri države postoji nedosledna upotreba terminologije o invalidnosti. Novinari u većini slučajeva koriste neprimereni jezik i ponekad vrlo uvredljive izraze za prikaz osoba sa invaliditetom. Zatim, izvori informacija u vestima koje se tiču osoba sa invaliditetom su uglavnom vladini zvaničnici, predstavnici i roditelji osoba sa invaliditetom. Osobe sa invaliditetom su retko intervjuisane ili citirane, pa stoga u medijima gotovo ne postoje njihovi glasovi. Adams dalje ističe da je izveštavanje o invaliditetu najvećim delom uokvireno medicinskim modelom gde je invalidnost predstavljena kao pitanje socijalne zaštite. Naglasak u mnogim od tih članaka je na specijalizovanim uslugama i programima koje vode profesionalci koji pojačavaju mit da su osobe sa invaliditetom zavisne (Adams, 2008).

3. Metodološki okvir

Predmet ovog istraživanja je učestalost i kvalitet izveštavanja o temi invalidnosti i osobama sa invaliditetom u dnevnim štampanim listovima u Srbiji. Osnovni cilj istraživanja je ispitati kakva je medijska slika koju štampani mediji stvaraju o osobama sa invaliditetom. Istraživačka pitanja su: koliko je prostora posvećeno ovim temama, da li su i u kojoj meri stereotipno prikazane, koji je povod objavljivanja, kakvi su termini upotrebljavani i kakva je dominantna medijska slika invalidnosti.

Metodologija istraživanja u ovom radu zasniva se na kvantitativnoj i kvalitativnoj analizi sadržaja medijskih tekstova dnevnih novina. Biće ispitano u kojim se ulogama pojavljuju OSI (subjekat ili objekat), da li su tekstovi praćeni fo-

tografijama i na koji način te fotografije prikazuju OSI, u kojim se novinarskim žanrovima pojavljuju OSI, da li je je naznačen autor teksta i kakav je njegov vrednosni stav (pozitivan, neutralan, negativan).

Analiza štampe obuhvata dnevne novine *Blic* i *Danas*. Dva odabrana lista se razlikuju po tiražu, uticaju i uređivačkoj politici – *Danas* spada u kategoriju ozbiljne dnevno-informativne štampe, dok je *Blic* tabloid. Ova podela izvedena je na osnovu podele autorke Todorović koja *Danas* svrstava u grupaciju kvalitetne štampe koju definiše kao uglednu i uticajnu, a *Blic* u kvalitetno-popularnu u kojoj su „snažnije tržišno orijentisani listovi i časopisi u kojima koegzistiraju elementi kvalitetne štampe i tabloida“ (Todorović, 2006: 22). Izbor ovih novina predstavlja pokušaj da se obuhvate i prikažu obrasci izveštavanja ozbiljne i tabloidne štampe, kao i potencijalne razlike između njih. Analiziran je period od januara do decembra 2019. godine na sledeći način: odabrana je po jedna sedmica prvog, četvrtog, osmog i dvanaestog meseca; izabrana je prva sedmica januara (1–7), druga sedmica aprila (8–14), treća sedmica avgusta (15–21) i četvrta sedmica decembra (21–28). Ovako odabrane sedmice čine uzorak koji predstavlja jedan „konstruisani mesec“. Novogodišnja izdanja dnevnih novina pokrivaju period od 31. decembra do 2. januara, te je analiziran i 31. decembar 2018. godine. Takođe, značajno je napomenuti da nam prilikom istraživanja fizički nisu bile dostupne određene strane novine *Blic*: stranice 15, 16, 25 i 26 za 14. april, a za 24. decembar sve stranice od 16. do 25.

Jedinica analize je novinarski tekst, dakle, svaki potpisani ili nepotpisani novinski tekst sa naslovom, bez obzira na dužinu i žanr. Prilikom analiziranja, reklame, konkursi i oglasi nisu posmatrani kao jedinice analize, ali su uzimani u obzir. Takođe, veći broj vesti pod jednim zajedničkim naslovom (poput naslova *Twitterlend*, *U dve reči*, *Sportski miks*, koje su zapravo vesti u nizu, u dnevnom listu *Danas*) bili su posmatrani kao jedan tekst, osim ukoliko autori nisu bili različiti za svaki od kratkih tekstova. U tom slučaju, posmatrani su kao zasebni tekstovi.

4. Rezultati i diskusija

U periodu od 29 dana koji je istraživan, objavljen je ukupno 3.131 tekst. Dnevni list *Danas* objavio je 1.607 tekstova, dok je *Blic* objavio 1.524. U dnevnom listu *Danas* je u analiziranom periodu objavljeno 7 tekstova (što iznosi manje od 1%) koji su posvećeni osobama sa invaliditetom i u kojima su osobe

sa invaliditetom pomenute, a u *Blicu* 18, što je nešto više od 1%. Iako prilikom analiziranja reklame i oglasi nisu posmatrani kao jedinice analize, kao novinarski tekstovi, značajno je pomenuti da su u *Danasu* na marketinškim stranama pronađena dva teksta javnih konkursa za prijem u radni odnos radnika sa invaliditetom, što je pozitivna činjenica. Broj objavljenih tekstova koji se bave osobama sa invaliditetom pokazuje da su one veoma marginalizovane u štampanim medijima, a sličan broj tekstova u ozbiljnom informativno-političkom listu i tabloidu ukazuje na to da ni jedan ni drugi list ne prepoznaje potrebu zastupljenosti OSI u medijskom prostoru.

U brojevima štampanim početkom 2019. godine, u rubrikama *Društvo*, *Politika* i *Ekonomija* brojni su tekstovi u kojima se sumiraju rezultati postignuti na različitim društvenim i političkim poljima u prethodnoj godini, kao i planovi razvoja za bolji život građana u narednoj godini. Međutim, u takvim tekstovima ne nalazimo sadržaj posvećen osobama sa invaliditetom, a to pokazuje da su oni marginalizovani, najpre u društvu, a zatim i u štampanim medijima u Srbiji.

Većina tekstova o invaliditetu u oba lista objavljena je u društvenim rubrikama, a pojavljuju se i u rubrikama *Hronika*, *Sport*, *Žene*, *Tema dana*, *Fenome i Politika*. Kada je u pitanju *Blic*, skoro polovina tekstova je u rubrici *Društvo*, a ostali su skoro podjednako raspoređeni po pomenutim rubrikama. *Danas* je takođe najveći broj tekstova objavio u rubrici *Društvo*, a ostali su u rubrikama hronike i sporta. Objavljivani tekstovi koji su posvećeni osobama sa invaliditetom su različitih dužina. U *Blicu* su najbrojniji kratki tekstovi, a dugačkih tekstova (koji zauzimaju gotovo celu ili celu stranu) i tekstova srednje dužine ima u sličnom broju, mada su tekstovi srednje dužine za nijansu brojniji. U *Danasu* je situacija slična, najbrojniji su kratki tekstovi, manje ima tekstova srednje dužine i najmanje dugih tekstova.

Kada su u pitanju novinarski žanrovi u kojima se pojavljuju OSI, u analiziranim novinama ističu se vest, izveštaj, članak i reportaža. Oba lista su objavila najviše vesti, *Blic* 6, a *Danas* 4. U *Blicu* je reportaža drugi najzastupljeniji žanr (5), dok je to u *Danasu* članak (2). Značajno je napomenuti da su dva članka u *Danasu* posvećena značajnim problemima i preprekama sa kojima se OSI suočavaju u svakodnevnom životu, dok su reportaže u *Blicu* uglavnom posvećene životnim pričama OSI, a pristup je neretko senzacionalistički. To ilustruju naslovi poput *Sudbina se surovo poigrala sa Anom* (9), *Petrom* (7) i *Sarom* (5) *Jovanović iz Tolića kod Mionice: Mama nam je umrla pred moju operaciju* (*Blic*, 13.

april 2019) i *Preživela sam i želim da stanem na svoje noge* (Blic, 28. decembar 2019). Treći najzastupljeniji žanr u oba lista je izveštaj – Blic je objavio četiri, a Danas jedan. Osim navedenog, u Blicu se izdvajaju tri kratka teksta koja nude savete za zdraviji život, a mogu se ticati invalidnosti.

U većini tekstova u Danasu autor je naznačen (5), dok je u Blicu 8 potpisanih i 10 nepotpisanih tekstova. Tekstovi u kojima nije naznačen autor su uglavnom vesti u kojima se OSI posmatra u kontekstu samarićanskog i medicinskog modela, koje govore o humanitarnim akcijama, fondovima za osobe sa invaliditetom, lečenju i rezultatima sportista sa invaliditetom. Ti kratki tekstovi koji površno opisuju temu kojom se bave, ukazuju na to da mediji ne posvećuju dovoljno pažnje OSI. Vrednosni stav autora u tekstovima posvećenim OSI uglavnom je neutralan (Blic 12, Danas 6). U Blicu je u pet tekstova ton izveštavanja pozitivan, što pokazuju opisi OSI poput *hrabra devojka, osoba sa invaliditetom koja svakog dana uči ispočetka da živi i za nju ne postoji nemoguće*. U tekstu pod nazivom *Sakrili karton, pa psihički bolesnu ženu poslali u Ankaru* (Blic, 11. april 2019) primetan je negativan ton autora koji se ogleda u rečenicama „Ono što je skandalozno jeste kako se neko ovakvog zdravstvenog stanja obreo u diplomatsko-konzularnom predstavništvu“, i „U dosijeu pomenute žene navode se čak tri dijagnoze“. U ovom slučaju neprihvatljiva je upotreba termina „obreo“ jer upućuje na to da OSI može isključivo greškom da obavlja dužnost koja zahteva odgovornost. Takođe, isticanjem „čak“ tri dijagnoze se osoba diskriminiše na osnovu zdravstvenog stanja. Zbog toga ovakvo izveštavanje podstiče stereotipe i u suprotnosti je sa vrednostima profesionalnog novinarstva.

Povod pisanja tekstova o OSI u Danasu u analiziranom periodu često su bili pseudodogađaji, predstavljanje rezultata istraživanja i različita saopštenja, a Blic je češće pisao tekstove i reportaže o OSI bez konkretnog povoda, pa zaključujemo da je u pitanju medijska inicijativa. Međutim, kako je ton tih tekstova često senzacionalistički, oni ne upućuju na stvarne probleme sa kojima se OSI suočavaju i mogu pojačati postojeće stereotipe. To što je izveštavanje o OSI često podstaknuto pseudodogađajima ukazuje na to da mediji ne prepoznaju u dovoljnoj meri potrebu da OSI budu zastupljeni u medijskom prostoru. Značajno je da se o temi invalidnosti piše nezavisno od ovakvih događaja kako bi postala deo javnog prostora.

U oba analizirana lista, većina tekstova je praćena fotografijama, jednom ili više njih (Danas 4, Blic 14). U najvećem broju slučajeva na fotografijama je

OSI ili OSI sa članom porodice. Kako je u *Blicu* bilo tekstova posvećenih deci sa invaliditetom, ti tekstovi su uglavnom praćeni fotografijom deteta i jednog od roditelja, najčešće majke. *Blic* je uglavnom objavljivao fotografije nastale u domovima OSI koje su predmet novinskog teksta, a kako je neretko pri kraju ovih tekstova poziv za pomoć, one često prikazuju OSI u nepovoljnom položaju. U *Danasu* su primećene ilustrativne fotografije OSI u invalidskim kolicima. Tekst pod nazivom *Naša priča: Istraživanje Inicijative za prava osoba sa mentalnim invaliditetom MDRI-S o iskustvima žena sa mentalnim invaliditetom i rodno zasnovanom nasilju u rezidencijalnim ustanovama: Na udaru institucionalnog i partnerskog nasilja* (*Danas*, 5–8. januar 2019) prati fotografija OSI u invalidskim kolicima, u senci mračnog, praznog hodnika koja asocira na otuđenost i usamljenost osoba sa invaliditetom. Senka u kojoj se OSI nalazi, kao i to što njen lik nije moguće videti na fotografiji, upućuje na nevidljivost osoba sa invaliditetom i nedostatak prepoznavanja potreba OSI, što pojačava stereotipnu sliku o OSI kao nekom ko je u mnogim aspektima isključen iz društva. Ovakve fotografije ukazuju i na bespomoćnost OSI. Invalidska kolica omogućavaju kretanje osobama koje se otežano kreću, a njihovim isticanjem se zanemaruje osoba i u prvi plan stavlja sredstvo. Osobe koje se otežano kreću ne mogu da funkcionišu bez kolica, kao što i slabovide ne mogu bez kontaktnih sočiva, a razlika je u tome što su kolica na prvi pogled uočljiva, dok sočiva nisu. Kako bi se pogrešni i negativni stavovi o osobama sa invaliditetom menjali, potrebno je da mediji, kada tematika teksta to dozvoljava, OSI prikazuju u okolnostima i aspektima života koji se ne tiču isključivo problema sa kojima se OSI suočavaju, a koje društvo često ne primećuje.

Dominantna slika OSI u analiziranim novinama je slika OSI kao objekta u čije ime govore drugi. Ne uzimajući u obzir tekstove u kojima se govori o invalidnosti bez isticanja pojedinca, u većem broju tekstova koji pišu o OSI, priliku da o njima govore imaju članovi porodice i predstavnici institucija i ustanova. U *Blicu* se OSI kao subjekat pojavljuje u četiri teksta, a u *Danasu* u tri. OSI kao subjekat pojavljuje se u *Danasu*, u tekstu *Naša priča: Istraživanje Inicijative za prava osoba sa mentalnim invaliditetom MDRI-S o iskustvima žena sa mentalnim invaliditetom i rodno zasnovanom nasilju u rezidencijalnim ustanovama: Na udaru institucionalnog i partnerskog nasilja* (*Danas*, 5–8. januar 2019). U ovom tekstu rezultate istraživanja predstavlja istraživačica i, mada se žene sa invaliditetom stavljaju u kontekst žrtve, ovakvi tekstovi su značajni jer je veoma važno

ukazati društvu sa kojim se problemima OSI suočavaju. U dodatku ovog teksta pod nazivom *Ispovesti* (*Danas*, 5–8. januar 2019), korisnice rezidencijalnih ustanova govore o svojim iskustvima i životu u domovima i veoma je značajno što OSI govore za sebe. Neophodno je da se čuje glas OSI kako bi ravnopravno učestvovali u svim društvenim aktivnostima. Međutim, kako je ovaj tekst jedan od retkih posvećenih OSI i nisu pokazani aspekti života OSI koja je vedra i uspešna, utisak je da se OSI smešta u kontekst žrtve. Neophodno je govoriti o problemima sličnim problemu o kom je reč u navedenom tekstu, ali je nedostatak nepostojanje tekstova koji prikazuju OSI iz drugačijeg ugla.

Mada broj tekstova koji se odnose na invalidnost nije veliki, prepoznati su stereotipni obrasci izveštavanja koje je Barns uočio, a koji su pomenuti ranije u tekstu. Osobe sa invaliditetom prikazane su kao primaoci humanitarne pomoći i žrtve – kao jadne i za žaljenje. Prisutan je i model izveštavanja koji osobu sa invaliditetom predstavlja kao „superbogalje“. Takođe, novinski tekstovi objavljeni u periodu koji je analiziran često su senzacionalistički, što će biti predstavljeno u sledećim poglavljima.

4.1. Osoba sa invaliditetom kao jadna i za žaljenje

U analiziranom periodu su osobe sa invaliditetom često prikazivane kao *jadne i za žaljenje*. To se uočava u tekstovima napisanim iz perspektive dobrotvornog modela koji izazivaju empatiju i dobru volju ljudi da doniraju novac za pomoć osobama sa invaliditetom. Problematično je to što je u ovakvim tekstovima akcenat često na sažaljenju i privlačenju pažnje čitalaca preterano emotivnim tonom, a poruka to da je ljudima s invaliditetom potrebna pomoć (Adams, 2008). Ovaj model izveštavanja se ogleda kroz dva načina predstavljanja: prvi, po kom se OSI prikazuju kao primaoci pomoći, i drugi, koji OSI predstavlja kao žrtve životnih okolnosti ili zdravstvenog stanja.

Reprezentaciju OSI kroz humanitarne akcije i fondacije ilustruju sledeći tekstovi: *Humanitarna akcija na aerodromu Batajnica* (*Blic*, 27. decembar 2019) – u ovom tekstu govori se o novogodišnjoj humanitarnoj akciji za školu za decu sa smetnjama u razvoju; zatim *Humani biciklisti nastavljaju akcije* (*Blic*, 9. april 2019) u kom je pokazano kako biciklisti vožnjom prikupljaju novac za decu sa invaliditetom; i *Blic fondacija* (*Blic*, 6–8. januar 2019) – u ovom tekstu je reč o pruženoj pomoći majci deteta koje boluje od Daunovog sindroma. Evidentno je da je namera ovakvih izveštaja pozitivna i verovatno mogu doprineti pobolj-

šanju finansijskog stanja škola ili drugih ustanova za decu i odrasle osobe sa invaliditetom tako što podstiču humanitarne akcije. Međutim, problem se javlja jer su osobe sa invaliditetom često prikazane samo na ovakav ili sličan način, što upućuje na samarićanski model invalidnosti. Pokazivanjem samo ove strane reprodukuje se dominantno mišljenje po kojem se OSI posmatra kao ona kojoj je potrebna pomoć.

Osobe sa invaliditetom se često pokazuju i kao dobroćudne i jadne, žrtve životnih okolnosti. To pokazuju sledeći tekstovi sa senzacionalističkim naslovnim blokovima: *Hrabra devojčica prvi put dočekuje Novu godinu van bolnice: Najveća želja nam je da čujemo Sofijin glas* (Blic, 31. decembar 2019–2. januar 2019); *Sudbina se surovo poigrala sa Anom (9), Petrom (7) i Sarom (5) Jovanović iz Tolića kod Mionice: Mama nam je umrla pred moju operaciju* (Blic, 13. april 2019). Osobe sa invaliditetom često su medijski predstavljene kao druželjubive i mirne osobe, pomirene sa teškom sudbinom. Slika osoba sa invaliditetom, često dece, po bolnicama ili domovima nisu retke u medijima, čime se održava mit da je invaliditet sinonim za bolest i patnju. Ovakav način izveštavanja neprestano ponavlja medicinski pristup koji, osim podsticanja saosećanja, doprinosi tome da se pažnja javnosti odvraća od društvenih faktora koji izazivaju invaliditet (Barns, [1992] 2012: 44).

4.2. Osoba sa invaliditetom kao „superbogalj“

O predstavljanju OSI kao „superbogalju“ govori Barns koji ističe da „onesposobljavane osobe, naročito deca, bivaju preterano hvaljena zbog sasvim prosečnih dostignuća“ (Barns, [1992] 2012: 61). Ljudi sa invaliditetom postaju „super“ u kontekstima u kojima bi osoba bez invaliditeta bila obična (Silva & Howe, 2012). Često se kao neverovatan uspeh OSI ističe to što je završila studije na fakultetu, što se bavi nekom umetnošću ili hobijem i sl. Kao i tekstovi koji OSI prikazuju kao jadnu i za žaljenje, i u ovom slučaju su poruke preterano emotivne (Adams, 2008).

U nekoliko tekstova objavljenih u *Blicu*, predstavljanje osoba sa invaliditetom se može protumačiti kao predstavljanje „superbogalja“. Ovakvim predstavljanjem se ističe rezultat koji je osoba dostigla uprkos invaliditetu, a primer za to je tekst sa naslovom: *Borisova umetnost jača od hendikepa* (Blic, 31. decembar 2019–2. januar 2019). Kada je u pitanju ovaj naslov, značajno je, najpre, napomenuti upotrebu nekorektnog termina „hendikep“ koji implicira nejednakost.

Upotreba korektnih termina prilikom izveštavanja o OSI je veoma značajna jer može da utiče na promenu diskriminatorskih stavova. U pomenutom tekstu je istaknuto da je Boris imao 13 izložbi slika, „čime je pokazao da je njegov talenat jači od Daunovog sindroma s kojim je rođen“. Mada je Boris glavni akter izveštaja, osim njega, sagovornik je i njegova majka. Za ovaj način izveštavanja, ističe Lisa Adams, karakteristično je to da je priča ispričana iz perspektive novinara ili nekog drugog sagovornika, a ne pojedinca koji se prikazuje (Adams, 2008). Analizirani tekst je primer toga jer su uključene tri izjave, od kojih su dve izjave Borisove majke, a jedna je njegova. To može dovesti do zaključka da mu je potrebna konstantna pomoć majke i da ne može sam da preuzme odgovornost za sebe. Upravo je to poruka koju tekstovi ovog karaktera – da je osobama sa invaliditetom neophodna svakodnevna pomoć i da ne mogu biti samostalni. Takođe, dok su ove osobe predstavljene kao „superbogalji“, članovi njihovih porodica prikazuju se kao žrtve koje svakodnevno brinu o članu porodice sa invaliditetom.

4.3. Senzacionalističko predstavljanje osoba sa invaliditetom

Senzacionalističko i stereotipno prikazivanje osoba sa invaliditetom primećeno je i u tekstu koji se primarno ne odnosi na invalidnost, ali je u tekstu pomenuta. Naslov teksta je *Šumaher danas slavi 50. rođendan* (Blic, 03. januar 2019) i odnosi se na proslavu rođendana vozača Formule, ali je dat i kontekst vesti u kom se pominju nesreća koju je doživeo na skijanju i podaci o lečenju. Senzacionalistička izjava „neimenovanog člana porodice“, kako je navedeno u tekstu koja glasi: „Kada ga stavite u invalidska kolica i okrenete prema divnoj panorami planina s pogledom na jezero, Mihael ponekad plače“ – onesposobljenost predstavlja kao patnju, a osobu koja je onesposobljena kao tužnu, nesrećnu. Ovakvi prikazi, osim što podstiču saosećanje, upućuju na medicinski pristup onesposobljenosti što „doprinosi tome da se pažnja javnosti odvrti od društvenih faktora koji uzrokuju onesposobljenost“ (Barns, [1992] 2012: 45). Senzacionalizam je prisutan i u tekstu *Preživela sam i želim da stanem na svoje noge* (Blic, 28. decembar 2019). Mada je povod teksta bila neophodna finansijska pomoć, što je suptilno naglašeno, pristup temi je senzacionalistički. Osoba sa invaliditetom je prikazana kao žrtva nasilja, a fokus priče je na njenom iskustvu koje je dovelo do toga da ne može „da stane na svoje noge“. Tekst je u formi intervjua i, iako sve izjave pripadaju osobi o kojoj se govori, prisutno

je stereotipno izveštavanje koje se ogleda u sledećim rečenicama: „Ona je žrtva nasilja, osoba sa invaliditetom koja svakog dana uči iz početka da živi. Ona je nasmejana, heroina kojoj je sada potrebna naša pomoć“. U ovom tekstu objedinjena su dva prethodna modela, osoba sa invaliditetom prikazana je i kao „superbogalj“ i kao žrtva koju treba žaliti.

Mada većina tekstova invaliditet vezuje za negativne koncepte, uočeni su i tekstovi koji na pozitivan način izveštavaju o invalidnosti. Tekst sa naslovnim blokom *Naša priča: Istraživanje Inicijative za prava osoba sa mentalnim invaliditetom MDRI-S o iskustvima žena sa mentalnim invaliditetom i rodno zasnovanom nasilju u rezidencijalnim ustanovama: Na udaru institucionalnog i partnerskog nasilja* (Danas, 5–8. januar 2019) takođe smešta osobe sa invaliditetom u okvire žrtve, ali je ton tog izveštavanja kritički. Ovaj tekst takođe otvara pitanje seksualnosti osoba sa mentalnim invaliditetom, koje je potisnuto stereotipima. Osobe sa invaliditetom stereotipno se posmatraju kao aseksualne, kao da nemaju iste seksualne i partnerske potrebe i želje kao i osobe bez invaliditeta (Chance, 2002: 195). Skoro potpuna nevidljivost seksualnog života ljudi sa invaliditetom stvara utisak da OSI nemaju seksualni život, a slika žene sa invaliditetom je slika aseksualne žene (O’Toole, 2002: 87). U društvu postoji stereotip da žene sa invaliditetom, zbog svog invaliditeta, nisu u mogućnosti da ispunjavaju tradicionalne rodne uloge na očekivan i društveno prihvatljiv način i zbog toga im društvo osporava pravo na seksualnost, ljubav, brak i materinstvo. Međutim, „treba imati u vidu da postojanje invaliditeta nikako ne isključuje seksualnu aktivnost“ (Beker i Milošević, 2017: 61-62).

Značajno je i to što su, osim profesionalaca, intervjuisane i osobe sa teškoćama u intelektualnom razvoju, jer njihov glas u medijima doprinosi prikazivanju realnog stanja. U tekstu čiji nadnaslov i naslov glase *Kako je jedna labradorka postala omiljeni gost novosadskih vrtića: Deca uz Laru vežbaju hod i igru* (Blic, 2. januar 2019) objašnjeno je kako pas posećuje vrtiće, ali je pogodan i za individualne tretmane za decu sa invaliditetom. Ovaj tekst je primer novinarskog izveštavanja u skladu sa etičkim principima, koji ne pristupa invaliditetu senzacionalistički i stereotipno.

5. Zaključak

Većina informacija i slika kojima ljudi raspolažu kada razmišljaju o invalidnosti nisu stečene neposredno čulima, već su posredovane medijskim izveštavanjem. Zbog toga je odgovornost medija ogromna kada je u pitanju predstavljanje diskriminiranih i marginalizovanih grupa.

Ovim istraživanjem smo pokušali da utvrdimo na koji način dnevna štampa u Srbiji izveštava o temi invalidnosti i osobama sa invaliditetom. Rezultati pokazuju da novine izuzetno malo prostora posvećuju ovoj temi i da je ona marginalizovana. Osobe sa invaliditetom čine 15% stanovništva, a istraživanje koje je sprovedeno za potrebe ovog rada pokazalo je da listovi *Danas* i *Blic* ovoj temi ustupaju oko 1% svog prostora. Tekstovi *Blica*, koji je tabloid, uglavnom su senzacionalistički, dok tekstovi *Danasa* to nisu. Tekstovi objavljeni u *Danasu* su uglavnom neutralni, na šta upućuje neutralan ton izveštavanja i izbor novinarskog žanra. U ovom listu dominantni žanr je članak, a pristup problemima OSI profesionalan. Ipak, činjenica je da su oba lista nedovoljno izveštavala o ovom pitanju.

U malobrojnim tekstovima u kojima se bave onesposobljavanim osobama, mediji to uglavnom čine stereotipno. Medijske slike reprodukuju društvenu konstrukciju invalidnosti po kojoj je ona sinonim za bolest, nemoć i nesreću. Osobe sa invaliditetom često su predstavljene kao objekti koji primaju pomoć, podnose i trpe tešku životnu situaciju u kojoj se nalaze i nadaju se ozdravljenju. Takođe, u analiziranim tekstovima, ove osobe su predstavljene kao dobroćudne i jadne, žrtve životnih okolnosti. Invaliditet se u štampi predstavlja kao patnja, a osoba sa invaliditetom kao tužna, nesrećna. Takvo izveštavanje oblikuje stavove društva i time otežava život osobama sa invaliditetom.

Medijsko izveštavanje treba da bude profesionalno da bi se menjali stavovi društva i uklanjali stereotipi o osobama sa invaliditetom. Potrebno je da se ljudi sa invaliditetom ne prikazuju samo u kontekstu humanitarnih akcija i pružanja pomoći i ukazati na neodgovornost društva kada je u pitanju omogućavanje jednakih uslova za život svim njegovim članovima koji su marginalizovani, poput osoba sa invaliditetom.

Literatura

- Adams, L. (2008). *Disability in the press: How disability and people with disabilities are depicted in print media in Bosnia and Herzegovina, Montenegro and Serbia in 2006*. Belgrade: Handicap International Regional Office for South East Europe. Preuzeto 3. januara 2020. sa <http://hestories.info/disability-in-the-press-how-disability-and-people-with-disabil.html>
- Axelsson, C., Granier, P. i Adams, L. (2004). *Izvan deinstitutionalizacije: Nestabilna tranzicija ka sistemu koji pruža mogućnosti u jugoistočnoj Evropi*. Beograd: Handicap International. Preuzeto 5. januara 2020. sa <https://www.makingitwork-crpd.org/sites/default/files/2017-03/South%20East%20Europe%20-%20Deinstitutionalizacije%20%28serb%29.pdf>
- Barns, K. (2012). Onesposobljavajuće prikazivanje i mediji. Istraživanje principa za predstavljanje onesposobljavanih osoba u medijima. U M. Ružičić-Novković (ur.), *Uloga umetnosti i medija u onesposobljavanju osoba sa oštećenjima* (str. 26–101). Novi Sad: Centar „Živeti uspravno“. Preuzeto 25. decembra 2019. sa <http://www.medijskapismenost.net/dokument/Uloga-umetnosti-i-medija-u-onesposobljavanju-osoba-sa-ostecenjima>
- Beker, K. i Milošević, T. (2017). *Nasilje nad ženama sa invaliditetom u rezidencijalnim institucijama*. Beograd: Inicijativa za prava osoba sa mentalnim invaliditetom MDRI-S.
- Brigs, A. i Kobli, P. (2005). *Uvod u studije medija*. Beograd: Clio.
- British Council (n.d.). Promoting Inclusion: A British Council guide to disability equality. Preuzeto 26. decembra 2019. sa <https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/guide-disability-equality.pdf>
- Chance, R. S. (2002). To love and be loved: Sexuality and people with physical disabilities. *Journal of Psychology and Theology*, 30(3), 195–208.
- Cohen-Rottenberg, R. (2012, July 12). Caught inside a paradox: How cultural representations perpetuate disability stigma [blog post]. Retrieved January 5, 2020 from <http://www.disabilityandrepresentation.com/caught-inside-a-paradox-how-cultural-representations-perpetuate-disability-stigma/>

- Ćumura, Lj. (2018). Osobe sa invaliditetom kroz prizmu društvenih promena. *Sociološki godišnjak*, 13, 111–131
- World Bank (n.d.). Disability inclusion. Preuzeto 3. januara 2020. sa <https://www.worldbank.org/en/topic/disability>
- Elliott, T. R., & Byrd, E. K. (1982). Media and disability. *Rehabilitation Literature*, 43(11–12), 348–355.
- Evans, D. (2005). Šminkajući osobe sa invaliditetom – milosrđe, vidljivost i telo. U A. Brigs i P. Kobli (ur.), *Uvod u studije medija* (str. 576–601). Beograd: Clio.
- Fürsich, E. (2010). Media and the representation of others. *International Social Science Journal*, 61(199), 113–130.
- Goggin, G., & Newell, C. (2000). Crippling paralympics? Media, disability and olympism. *Media International Australia*, 97(1), 71–83.
- Goggin, G. (2009). Disability, media, and the politics of vulnerability. *Asia Pacific Media Educator*, 1(19), 1–13.
- Hall, S. (ed.) (1997). *Representation: Cultural representation and signifying practices*. London: Sage Publications.
- Hehir, T. (2002). Eliminating ableism in education. *Harvard Educational Review*, 72(1), 1–33.
- Hitch, D., Dell, K., & Larkin, H. (2016). Does universal design education impact on the attitudes of architecture students towards people with disability?. *JACCES: Journal of Accessibility and Design for All*, 6(1), 26–48.
- Konvencija o pravima osoba sa invaliditetom, Zakon o potvrđivanju konvencije o pravima osoba sa invaliditetom („Sl. glasnik RS – Međunarodni ugovori“, br. 42/2009)
- Marković, M. (2014). *Osobe sa invaliditetom u Srbiji*. Beograd: Republički zavod za statistiku. Preuzeto 4. januara 2020. sa http://media.popis2011.stat.rs/2016/02/ppt_promocija-Osobe-sa-invaliditetom.pdf

- Miler, P., Parker, S. i Gilinson, S. (2012). Disabilizam. Kako stati na put poslednjoj predrasudi. U M. Ružičić-Novković (ur.), *Uloga umetnosti i medija u onesposobljavanju osoba sa oštećenjima* (123–224). Novi Sad: Centar „Živeti uspravno“.
- Milošević, J. (2015). Predstavljanje osoba sa invaliditetom u književnosti, stripu i filmu. *CM: Communication and Media*, 10(34), 97–120.
- Ninković-Slavnić, D. (2011). Medijska reprezentacija grupnih identiteta. *CM Communication and Media*, 6(19), 15–37.
- O’Toole, C. (2002). Sex, disability and motherhood: Access to sexuality for disabled mothers. *Disability Studies Quarterly*, 22(4), 81–101.
- Petrović, J. (2012). Pregled odnosa društva prema osobama sa invaliditetom kroz istoriju. *Teme*, 36(2), 865–886.
- Ružičić-Novković, M. (ur.) (2012). *Uloga umetnosti i medija u onesposobljavanju osoba sa oštećenjima*. Novi Sad: Centar „Živeti uspravno“.
- Ružičić-Novković, M. (2014). *Predstavljanje osoba sa invaliditetom u medijskom diskursu Srbije*. Novi Sad: Centar „Živeti uspravno“.
- Silva, C. F., & Howe, P. D. (2012). The (in)validity of supercrip representation of Paralympian athletes. *Journal of Sport and Social Issues*, 36(2), 174–194.
- Storey, K. (2007). Combating ableism in schools. *Preventing School Failure: Alternative Education for Children and Youth*, 52(1), 56–58.
- Šušnjević, S. (2015). *Kvalitet života odraslih osoba sa motornim invaliditetom na teritoriji Vojvodine* (Nepublikovana doktorska disertacija). Medicinski fakultet Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad. Preuzeto 5. januara 2020. sa <http://nardus.mpn.gov.rs/handle/123456789/4729>
- Todorović, N. (2006). Tabloidni žurnalizam. *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem*, 1(1), 19–31.
- Turčić, N. (2012). Socijalni model procjene invaliditeta. *Sigurnost: časopis za sigurnost u radnoj i životnoj okolini*, 54(1), 111–115.

Wolbring, G. (2008). The politics of ableism. *Development*, 51(2), 252–258.

World Health Organization and the World Bank. (2011). *World report on disability*. Geneva: World Health Organization. Preuzeto 22. decembra 2019. sa https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44575/9789240685215_eng.pdf

Zakon o sprečavanju diskriminacije osoba sa invaliditetom („Sl. glasnik RS“, br. 33/2006 i 13/2016)

Žuvela, B. (2013). Individualni i kontekstualni činioci zapošljavanja slepih i slabovidih osoba (Nepublikovana doktorska disertacija). Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu, Beograd. Preuzeto 5. januara 2020. sa <http://nardus.mfn.gov.rs/handle/123456789/3281>

Jovana Trajković
University of Niš, Faculty of Philosophy, Serbia

REPRESENTATION OF PERSONS WITH DISABILITIES IN THE SERBIAN PRESS: ANALYSIS OF DAILY NEWSPAPERS *BLIC* AND *DANAS*

Abstract: Low social awareness of disability issues maintains discriminatory attitudes in society and does not contribute to improving the position of persons with disabilities. The media play a significant role in this because they produce new or reproduce existing meanings through representation. The media represent different identities and act as a forum for the social construction of reality, they construct and reproduce the social definition of disability. A highly discriminatory society is the main reason for the difficult life of people with disabilities, but objective media coverage of the topic of disability and persons with disabilities can improve this situation. Such reporting would contribute to changing the stereotypical attitudes towards which a person with a disability is viewed as one who needs help and pity, without considering physical and cultural barriers created in society. If living conditions were adapted to people with disabilities to the extent that they were adapted to all other persons, the quality of life of persons with disabilities would be significantly improved. In the research conducted for the purposes of this paper, we came to the conclusion that print media in Serbia do not devote sufficient space to the topic of disability, and generally report stereotypically.

Keywords: disability, people with disabilities, media, representation

Povreda prava na privatnost na portalima u Srbiji: studije slučaja portala Espresso i B92¹

Aleksandra Grigorov²

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, Srbija

doi: 10.5937/cm15-20143

Sažetak: U ovom radu analizirane su karakteristike i mogućnosti zaštite prava na privatnost na internetskim portalima u Republici Srbiji. U radu je ispitan odnos pomenutog prava sa pravom na slobodno izražavanje. U skladu sa tim, predstavljeni su samoregulatorni dokumenti Republike Srbije u oblasti medija, koji predstavljaju etički standard postupanja novinara: Kodeks novinara Srbije donet 2006. godine i Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju iz 2016. godine, o čijem poštovanju brine Savet za štampu. Istraživanje je zasnovano na analizi slučajeva kršenja prava na privatnost, dostojanstvo i integritet osoba na osnovu uporedne analize medijskog izveštavanja na dva portala (Espresso i B92) tokom dva odvojena monitoringa poštovanja Kodeksa novinara Srbije i Smernica. Prvi monitoring sproveden je u saradnji sa Savetom za štampu od 1. oktobra do 30. novembra 2017. godine, dok je ponovljeni samostalni monitoring sproveden od 1. do 31. marta 2018. kako bi se utvrdilo da li se posle objavljenog izveštaja poboljšalo stanje na dva portala. Analiza je pokazala da je došlo do povrede privatnosti na oba portala, i to najčešće u rubrici Hronika. Privatnost žrtava krši se u većoj meri od privatnosti osumnjičenih. Takođe, uprkos jasnoj tački Kodeksa o potrebi zaštite identiteta maloletnika, bilo je višestrukih povreda privatnosti deteta, ponovo u rubrici Hronika.

Ključne reči: sloboda izražavanja, privatnost, internet, portal, novinarski kodeks, samoregulacija, Espresso, B92

¹ Rad je proistekao iz master rada „Povreda prava na privatnost na portalima u Republici Srbiji iz ugla poštovanja Etičkog kodeksa novinara Srbije – studije slučaja portala Espresso i B92“ koji je odbranjen na Fakultetu političkih nauka u Beogradu.

² Kontakt sa autorkom: alexandrica1305@gmail.com.

1. Uvod

Sloboda izražavanja jedno je od osnovnih ljudskih prava garantovano međunarodnim i domaćim regulatornim i samoregulatornim dokumentima. Svaka ljudska jedinka misli i, shodno tome, uživa subjektivnu, ničim ograničenu slobodu mišljenja. Drugo pitanje je da li je proces mišljenja ispravan ili ne. Sloboda mišljenja čoveku se ne može ukinuti intervencijom spolja. Međutim, čoveku je, kao društvenom biću, neophodno da rezultate svog mišljenja saopštava drugima, zbog toga je ova druga sloboda intersubjektivna i može da naiđe na prepreke. Sloboda čoveka da izražava svoje mišljenje podložna je spoljnim uticajima koji je mogu ograničavati (Radojković, 2004a: 71). Ukratko, sloboda mišljenja ne može biti ograničena jer njome ne ugrožavamo drugog, dok do ograničenja izražavanja tog mišljenja može doći prilikom povrede različitih prava (prava na privatnost, zaštita prava maloletnika, zaštita autorskog prava, govora mržnje). Ovo pravo nije apsolutno pravo i može se ograničiti radi zaštite drugih prava (Loon, 2010: 58). Jedno od prava koje može ograničiti slobodu izražavanja jeste pravo na privatnost kao bitna pretpostavka ostvarivanja lične slobode, autonomije, sigurnosti i identiteta i kao temelj i zaštita individualnih sloboda (Žaket, 2007: 251).

Za prvi tekst o građanskim slobodama, slobodi izražavanja, njenim ograničenjima i slobodi religijskih osećanja u Evropi smatra se tekst Petera Foškola (2015) *Razmišljanja o građanskoj slobodi*, u kojem on izražava stav o potrebi ograničenja slobode izražavanja kada postoji mogućnost da će uživanje ove slobode naškoditi ili povrediti druge ljude (prema Surčulija Milojević, 2016: 7).

Povezana sa slobodom izražavanja je sloboda medija, kao tekovina i temelj demokratskih društava i temelj i preduslov prava na informisanje, što ukazuje na složen odnos u okviru slobode medija, ali i na činjenicu u kojoj meri je važno ostvarivanje ljudskih prava i demokratskog i slobodnog društva (Stojanović, Selaković i Žmak, 2016: 5).

Obaveza novinara je da prepozna ono što predstavlja legitimnu sferu javnog interesa i relevantnih informacija vrednih da postanu vesti, na osnovu profesionalnih i etičkih standarda i propisa. U Republici Srbiji u oblasti medija kao vid samoregulacije 2006. donet je Kodeks novinara Srbije (Savet za štampu, 2015), a zatim 2016. i Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju (Savet za štampu, 2016).

Slobodu izražavanja u novinarstvu omogućavaju, ali i ograničavaju profesionalni standardi koji zahtevaju objektivno, istinito i nepristrasno izveštavanje, ali i povreda prava poput prava na privatnost. Zaštita privatnosti osoba koje su predmet vesti jasno je definisana Kodeksom novinara Srbije, Poglavljem VII. Ovaj rad bavi se potrebama i mogućnostima zaštite privatnosti u onlajn medijima, kao i potrebom za sankcionisanjem nepoštovanja ovog dokumenta od strane medija, a posmatranjem i praćenjem ranije pomenutih portala dolazimo do saznanja da se ovo Poglavlje Kodeksa krši u velikom broju vesti. Najviše povreda ustanovljeno je u rubrici Hronika, gde dolazi do kršenja privatnosti žrtava, osumnjičenih, članova njihovih porodica, ali i maloletnika koji bi trebalo da uživaju još veću zaštitu.

2. Definisane prava na privatnost

Pravo na privatnost, jedno od mlađih ljudskih prava, priznato je u dvadesetom veku kao pravo koje je bilo regulisano unutar prava na život, a ne kao samostalno pravo (Surčulija Milojević, 2016: 97). Pre dvadesetog veka, reč privatnost, od latinske reči *privatus*, označavala je ljude koji su se izolovali od drugih ljudi, isključili iz društva, bili asocijalni, a tek kasnije reč privatnost gubi negativno značenje koje je imala, već označava pravo da se bude ostavljen na miru. (Surčulija Milojević, 2016: 97).

Zaštita prava na privatnost ima svoje opravdanje kao „moralna vrednost“ (Žaket, 2007: 253) i potvrđena je u međunarodnim i regionalnim regulatornim i samoregulatornim dokumentima, kao i u dokumentima Republike Srbije. Razloge koje Žaket (2007: 254) izlaže u prilog etičke zaštite privatnosti su temelj i zaštita individualnih sloboda, pretpostavka teze da osobe treba poštovati kao moralno vredne ciljeve po sebi, zahtev koji treba ispuniti da bi pojedinci mogli da ostvare sreću i izbegnu strepnju i nelagodnosti. Žaket (2007: 253) kaže da se pravo na privatnost smatra za najdublji temelj individualne slobode. Očuvanje prava na privatnost moralno je opravdano kao nešto što doprinosi individualnoj slobodi koja ima intrinzičnu moralnu vrednost, vrednost koja ne zahteva dokazivanje, koja označava vrednost po sebi i za sebe (nasuprot instrumentalnoj vrednosti koju imaju stvari vredne jedino za ostvarenje nekog cilja) (Žaket, 2007: 254).

Drugi razlog, poštovanje osobe kao moralni cilj po sebi, nadovezuje se na razlikovanje intrinzične i moralne vrednosti, pa pojedinca treba doživljavati kao

autonomnu osobu, kao nekoga ko upravlja sobom, nekoga ko ima intrinzičnu vrednost i, ne poštujući njegovu privatnost, ne ukazuje mu se primereno moralno poštovanje, već se pojedinac tretira kao nešto što ima čistu instrumentalnu vrednost, poput oruđa i materijala za rad (Žaket, 2007: 255).

Još jedan razlog koji se oslanja na psihološku činjenicu je da većina ljudi želi da, u nekoj meri, sačuva svoj privatni život i zbog toga je moralno nedopustivo povrediti privatnost druge osobe, pogotovo u slučajevima kada je poznato da će joj to naneti bol, neprijatnosti i duševnu patnju. (Žaket, 2007: 257). Pojam *privatan život* je, kako navodi Ivana Roagna (2012), mnogo širi od pojma privatnosti i obuhvata oblast u kojoj svaki pojedinac može slobodno da razvija i ispunjava svoju ličnost, u odnosu sa drugima i prema spoljašnjem svetu.

Pravo na privatnost štiti se u odnosu na državu i u odnosu na druge pojedince ili organizacije (Surčulija Milojević, 2016: 101). Za razliku od prava na privatnost kao ljudskog prava, pravo na privatnost u odnosu prema drugim ljudima ili organizacijama najčešće se odnosi na povredu ovog prava od strane medija, što uključuje objavljivanje ličnih fotografija, ličnih informacija i uznemiravanje od strane novinara i fotografa (Surčulija Milojević, 2016: 105). Kako kaže Milenković: „U otkrivanju informacija može doći do moralnih zloupotreba, a povreda prava na privatnost dopuštena je kada je to u interesu javnosti, odnosno kada se na taj način dolazi do *relevantnih* informacija“ (Milenković, 2008: 140).

Kada uporedimo pravo na privatnost i pravo na slobodu izražavanja, važno je da ova prava nisu apsolutna i oba dozvoljavaju ograničenje jednog prava radi zaštite drugog (Surčulija Milojević, 2016: 95). Sloboda izražavanja može se ograničiti ukoliko je to neophodno u demokratskom društvu radi zaštite ugleda i prava drugih, dok se pravo na privatnost ograničava kada postoji legitimni interes javnosti da određenu informaciju sazna (Surčulija Milojević, 2016: 98). U skladu sa tim, Vodinelić predlaže *heuristički princip* po kom „bi se postiglo da se nađe takvo rešenje kojim bi se omogućilo da se oba ova prava maksimalno uživaju koliko je to moguće“ (Vodinelić, 2016: 106).

Međusobnu zavisnost ova dva prava naglašava i Mirjana Todorović kada kaže da je:

„jasno da postoji stalan i ozbiljan problem koji rađa odnos između ova dva osnovna ljudska prava. [...] Osnovno, prirodno ljudsko pravo, pravo na čast i ugled, pravo na dostojanstvo ličnosti i pravo na privatnost može biti ugro-

ženo drugim osnovnim ljudskim pravom na kome se temelji slobodan demokratski proces, pravom na slobodu izražavanja, primanja i saopštavanja informacija“ (Todorović, 2006: 31). Samim tim, postavlja se pitanje „zloupotrebe jednog prava u cilju afirmacije drugog“ (Todorović, 2006: 28).

U oblasti medija, dolazi do sukoba zaštite prava na slobodno medijsko izveštavanje i zaštite prava na privatnost, pa se u savremenoj praksi prednost daje pravu na slobodno izveštavanje, a ovaj pristup obrazlaže Čalović u radu „Mediji i privatnost“ (Čalović, 2011: 252). Kako piše, prvim argumentom, *zaštitom ekonomskih sloboda*, zaštita slobodnog medijskog izveštavanja dovodi se u vezu sa šire postavljenim zahtevom za zaštitu slobode: „Većina medijskih kuća je tržišno orijentisana, te se protok informacija putem medija može posmatrati kao specifičan oblik učešća na tržištu. Kako se od savremenog društva očekuje da obezbedi slobodu građanima da tržišno posluju, te se i ograničavanje razmena informacija putem medija može smatrati ograničavanjem ekonomskih sloboda“ (Čalović, 2011: 252).

Drugi argument, *sprečavanje cenzure*, zasniva se na činjenici da se državna cenzura medijskih tekstova suprotstavlja slobodi govora kao osnovnom ljudskom pravu i ovaj pristup polazi od pretpostavke da je svako sprečavanje medija da iznesu informacije bez prethodne saglasnosti onih na koje se informacije odnose, jednako državnoj cenzuri i protivno zaštiti slobode govora (Čalović, 2011: 253).

Još jedan argument usmeren na obezbeđivanju slobodnog iznošenja informacija bez prethodne saglasnosti pojedinca na kog se informacija odnosi je *zaštita javnog interesa* i ovaj argument polazi od tvrdnje da „javnost, u cilju zaštite svojih interesa, ima pravo da bude informisana o različitim pitanjima, uključujući ona koja se tiču privatnog života osoba na odgovornim funkcijama, što je takođe važno za postizanje veće transparentnosti i odgovornosti u radu javnih organa“ (Čalović, 2011: 253).

Pojava interneta nametnula je nova razmatranja u oblasti prometa i zaštite ljudskih prava (Veljanovski, 2010: 45). Veljanovski smatra da „novi mediji omogućavaju onu vrstu komunikacije koja maksimalno širi polje slobode, ali istovremeno pokazuju i svoju tamnu stranu, mogućnost zloupotrebe, destrukcije, subverzije“ (Veljanovski, 2010: 46). Osim pozitivnih strana, Nikolas Negroponte (1998: 22) skreće pažnju na „komercijalnu stranu novih tehnologija, kao jednu od osnovnih motivacija za njihovo širenje“.

Internetski portali redefinisali su pojam pravovremenog objavljivanja vesti i blizine, ponudili nove multimedijalne pogodnosti i omogućili dopunjavanje vesti novim informacijama i podacima (Bajić, 2017). Transformacija štampanih u onlajn izdanja donosi niz promena:

„Prvo, fizički omeđene štampane novine postaju potencijalno beskonačne pošto granice papira zamenjuje prostor hiperveza, koji omogućuje ne samo duže nego i strukturno drugačije poruke. Drugo, vremenska ograničenja štampe nestaju, i u smislu trajanja proizvoda (veb-arhive omogućuju korisnicima da se vrate na prethodno objavljene sadržaje) i u smislu varijabilnih proizvodnih ciklusa. Za razliku od fiksiranosti sadržaja objavljenog u štampanom izdanju, onlajn izdanja omogućuju dodavanje informacija i pošto je vest već postavljena. Treće, klasična štampa, u kojoj su poruke oblikovane u formi tekstova i statičnih slika, postaje multimodalna, obogaćena audio i audio-vizuelnim porukama” (Kleut i Prodanović, 2017: 34)

Uz sve pogodnosti koje internetski portali imaju, postavlja se pitanje da li i na koji način objavljene informacije na ovim portalima poštuju osnovna regulatorna i samoregulatorna pravila, zakone i ljudska prava? Internetski portali moraju imati povećanu pažnju prilikom objavljivanja vesti jer sloboda novinarstva jeste zaštićena kroz slobodu izražavanja, ali ta sloboda ne podrazumeva povredu prava drugih i u tom smislu može biti ograničena (Čošabić, 2016: 127).

3. Uloga samoregulacije u zaštiti privatnosti

Samoregulacija se određuje kao „organizovanje unutar novinarske profesije, kada novinari sami određuju svoje etičke standarde, izražene u kodeksima novinara“ (Surčulija Milojević, 2016: 72). Norme koje novinari samoregulacijom postavljaju sami sebi nisu zakoni, zbog toga o njihovom nepoštovanju ne brinu sudovi, već novinarske organizacije, Saveti za štampu i sl., te stoga sankcije za neodgovorno postupanje medijskih radnika ne postoje, već imaju težinu moralne osude (Radojković, 2004b: 57).

Važnost samoregulacije ogleda se u činjenici da je za novinara najvažnije da svoju funkciju u društvu obavlja na osnovu pravila postupanja i etičkih standarda koja su definisana i prihvaćena od strane novinarske profesije i na osnovu kojih je on zaštićen, ona doprinosi novinarskoj profesiji u postizanju

nezavisnosti, samostalnog donošenja načela, ali i donosi određenu odgovornost (Vodinić, 2012: 83).

Denis Makvejl (McQuail, 2013) navodi da, uprkos pokušajima da se razvije i primeni univerzalni kodeks ponašanja novinara, ne postoji saglasnost o suštinskim vrednostima u različitim nacijama i medijima. Uvođenje i poštovanje kodeksa je uglavnom prepušteno samoupravi različitih udruženja ili nacionalnih institucija. Iako u jednoj državi, ali i na međunarodnom planu, postoji više novinarskih kodeksa raznih udruženja, nijedan od njih se ne izdvaja od drugog, dakle, ne postoji hijerarhija u smislu da kodeks pojedinačnog medija ima manju snagu od kodeksa udruženja (Vodinić, 2012: 81).

Kodeksi su značajni jer omogućavaju novinarima da u pisanoj formi vide šta se od njih očekuje, ali, sa druge strane, protivnici kodeksa smatraju da su oni oblik autocenzure, odustajanje od nezavisnosti i autonomije, kao i da nisu u stanju da se suoče sa detaljima etičkih sporova do kojih dolazi, zbog svoje uopštenosti i nepreciznosti (Dej, 2004: 67). Konačno, strahuje se da kodeksi mogu da se upotrebe u sudskim sporovima kao dokaz da je novinar kršio načela i standarde etičkog ponašanja (Dej, 2004: 68).

Kodeks novinara Srbije doneli su 2006. godine Udruženje novinara Srbije (UNS) i Nezavisno udruženje novinara Srbije (NUNS) kao etički standard profesionalnog postupanja novinara i njime su propisani etički principi profesije kojima bi novinar trebalo da se vodi radi doprinošenja ugledu novinarske profesije, zalaganja za slobodu mišljenja, govora i izražavanja, kao i nezavisnost medija (Savet za štampu, 2015). Kršenjem načela ovog kodeksa, novinari gube podršku novinarskih organizacija i udruženja (Savet za štampu, n.d.a).

Važnost institucionalne podrške kodeksima i osnivanje etičkih komiteta pri udruženjima novinara ili kod nas – Saveta za štampu, ogleda se u boljem organizovanju primene pravila kodeksa, čime se omogućava njihova delotvornost (Vodinić, 2012: 75). Savet za štampu kao nezavisno samoregulatorno telo osnovan je 2009. godine i ovo telo okuplja izdavače, vlasnike štampanih i onlajn medija i profesionalne novinare. Nastao je da bi pratio poštovanje Kodeksa novinara Srbije u štampanim i onlajn medijima i rešavao žalbe pojedinaca i institucija na „sadržaje koji se smatraju neetičkim, netačnim i neprofesionalnim“ (Matić, 2012: 72). Savet za štampu osnovao je Komisiju za žalbe koja odlučuje o žalbama na „tekstove, fotografije i druge sadržaje štampanih medija, njihovih veb sajtova, internetskih portala i novinskih agencija“ (Savet za štampu, n.d.b).

Novi kanali komunikacije i njihov razvoj u velikoj meri su promenili tradicionalni jednosmerni sistem plasiranja informacija pomoću medija, kao i samu organizaciju medija (Savet za štampu, 2016).

„Iako je Kodeks novinara Srbije podjednako primenljiv na sve medije, neophodno je dati odgovarajuće tumačenje i smernice radi uspešne i pravilne primene profesionalnih standarda i u onlajn okruženju. Ovaj dokument je prevashodno namenjen novinarima i medijima koji su dostupni onlajn, ali je primenljiv i na druge forme izražavanja na internetu, gde se na različitim platformama plasiraju urednički oblikovani medijski sadržaji. Cilj je da se razjasne brojne nedoumice koje se odnose na primenu standarda dužne novinarske pažnje, odnosa prema izvorima informacija, načina na koji se prenose medijski sadržaji, poštovanja privatnosti, poštovanja autorstva i na druga važna pitanja uređena Kodeksom“ (Savet za štampu, 2016: 3).

Dokument Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju (Savet za štampu, 2016) podeljen je na poglavlja na isti način kao i Kodeks novinara Srbije i prati njegovu strukturu. Kodeksom novinara Srbije (Savet za štampu, 2015), Poglavljem 7 precizirana je zaštita privatnosti od strane novinara prilikom izveštavanja. Poglavlje 7 podeljeno je na četiri tačke, kojima je bliže određeno postupanje novinara prema različitim grupama kojima privatnost u većem i manjem obimu može biti narušena:

„1) Novinar poštuje privatnost, dostojanstvo i integritet ljudi o kojima piše. Pravo na privatnost je suženo kada je reč o javnim ličnostima, a posebno nosiocima javnih funkcija. Iako su javne ličnosti unapred svesne da im je pravo na privatnost donekle ograničeno, to ne znači da mediji mogu da ga krše bez ikakvog razloga i objašnjenja;³

2) Novinari i urednici naročito treba da izbegavaju spekulacije i prenošenje nedovoljno proverljivih stavova u izveštavanju o nesrećama i tragedijama u kojima ima stradalih ili su teško pogođeni materijalni i drugi interesi građana;

3) U izveštavanju o događajima koji uključuju lični bol i šok, novinar je dužan da svoja pitanja prilagodi tako da odražavaju duh saosećanja i diskrecije;⁴

³ U smernicama se dalje navodi: „Prilikom izveštavanja o nesrećama i krivičnim delima, nije dozvoljeno objavljivanje imena i fotografija žrtava i počinitelaca koje ih jasno identifikuju. Takođe, nije dozvoljeno ni objavljivanje bilo kakvih podataka koji bi indirektno mogli da otkriju identitet bilo žrtve, bilo počinioca, pre nego što nadležni organ to zvanično saopšti“ (Savet za štampu, 2015: 23).

⁴ Kao smernica za ovu odredbu, navodi se: „Fotografi i snimatelji dužni su da se, prilikom fotografisanja žrtava nesreća i zločina, ophode sa obzirom i saosećanjem“ (Savet za štampu, 2015: 24).

4) Novinar je obavezan da osigura da dete ne bude ugroženo ili izloženo riziku zbog objavljivanja njegovog imena, fotografije ili snimka sa njegovim likom, kućom, zajednicom u kojoj živi ili prepoznatljivom okolinom (Savet za štampu, 2015: 23–24).

U vidu pojašnjenja poslednje tačke navodi se i smernica koja glasi:

„Predstavnici državnih i javnih institucija koje se bave zaštitom dece ponekad nisu svesni uticaja medija i načina njihovog rada. Podaci koje zbog toga pružaju novinarima često podrazumevaju otkrivanje identiteta *maloletnika*. Novinar ne sme da zloupotrebi njihovu dobronamernost ili neznanje. Informacije dobijene od lekara, socijalnih radnika, vaspitača, i tako dalje, a koje direktno ili indirektno upućuju na identitet maloletnika, ne smeju da budu objavljene“ (Savet za štampu, 2015: 24).

4. Metodologija istraživanja

Savet za štampu kao samoregulatorno telo od 2015. godine sprovodi Monitoring poštovanja Kodeksa novinara u dnevnim novinama. Monitoring poštovanja Kodeksa i Smernica u onlajn okruženju u Republici Srbiji prvi put je realizovan u periodu od 1. oktobra do 30. novembra 2017. godine (Savet za štampu, 2017). U ovom radu korišćeni su rezultati Monitoringa poštovanja Kodeksa novinara Srbije i Smernica za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju gde je istraživački tim, uključujući autorku rada, pod supervizijom doc. dr Jelene Surčulije Milojević, od 1. oktobra do 30. novembra 2017, pratio izveštavanje osam portala, kao i rezultati iz novog samostalnog monitoringa koji je za potrebe ovog rada autorka sprovela od 1. do 31. marta 2018. godine, kako bi se utvrdilo da li su portali, nakon što su upozoreni na najčešća kršenja etičkih normi, primenili te norme u svom daljem radu. Važno je obratiti pažnju na to da uprkos mnogobrojnim povredama različitih prava, pored prava na privatnost tokom dva monitoringa, u ovom periodu (oktobar–novembar 2017, mart 2018) nije podneta nijedna žalba na sadržaj objavljenih vesti, iako je istraživanje pokazalo da je kršenje mnogih stavki iz Kodeksa prisutno u velikom broju (Savet za štampu, 2017).

Tokom prvog monitoringa, praćeno je izveštavanje portala koji nemaju svoja štampana ili elektronska izdanja. Praćene su vesti objavljene od 08:00 do 20:00, uključujući vikende i dane praznika. Predmet istraživanja bili su portali

sa najvećom posećenošću u Republici Srbiji, ukrštanjem podataka iz međunarodne baze Alexa i domaće baze podataka Gemius na dan 5. septembra 2017. godine. Četiri istraživačice pratile su ukupno 8 portala, svaka jedan od portala koji je član Saveta za štampu (Espresso, Telegraf, Srbija Danas, 021 i Noizz) i one koji to nisu (B92, Mondo i BKTV News). Istraživanje je bilo usmereno na vesti, dok komentari ispod vesti nisu bili predmet analize. Za vreme prvog monitoringa, uzorkovanjem medijskih zadržaja tokom analiziranih dana, utvrđeno je ukupno 4.344 prekršaja na svih osam portala, a kršenje *prava na privatnost* (na koje je u ovom radu usmerena najveća pažnja) spada u prva tri najčešća kršenja Kodeksa i Smernica, pored nenavodjenja izvora informacija i nepoštovanja kulture javne reči (Savet za štampu, 2017).

Tabela 1: Ukupan broj kršenja tokom prvog Monitoringa poštovanja Kodeksa novinara Srbije

Portali	Espresso	Srbija Danas	Telegraf	BKTV News	021	B92	Mondo	Noizz
Ukupan broj prekršaja	1.548	938	824	525	177	122	108	102

Za vreme ovog monitoringa, portal Espresso imao je najveći broj prekršaja, ukupno 1.548 u 772 vesti, što je više od trećine ukupnog broja prekršaja. Portal B92 (122 prekršaja u 70 vesti) spada u portale koji su imali najmanji broj kršenja Kodeksa.

Posle detaljne analize povreda Kodeksa novinara Srbije i Smernica, portalima je savetovano da otklone uočene nepravilnosti, uz konsultovanje Kodeksa i Smernica, kao i uz redovan kontakt sa Savetom za štampu u vezi sa nedoumicama koje imaju sa plasiranjem vesti na svojim internet stranicama. Da li su i na koji način reagovali na objavljene rezultate i uputstva utvrđeno je novim samostalnim istraživanjem. Za vreme drugog ponovljenog monitoringa sprovedenog od 1. do 31. marta 2018. kao predmet analize sadržaja uzeta su dva portala – Espresso (član Saveta za štampu i portal sa najvećim brojem prekršaja) i B92 (nije član Saveta za štampu i jedan je od portala sa najmanjim brojem prekršaja), koje je autorka ovog rada pratila i tokom prvog monitoringa. Ovo

istraživanje u potpunosti je ispratilo već utvrđen predmet istraživanja, bez odstupanja. Vesti su praćene u istom periodu (08:00–20:00), uključujući vikende i dane praznika. Tokom oba monitoringa na portalu Espresso praćene su rubrike: Politika, Hronika, Showbiz (Zvezde/Rijaliti), a na portalu B92 rubrike: Politika, Hronika, Životi poznatih.

Najveća pažnja u svim rubrikama, na oba portala, u ovom radu posvećena je povredi prava na privatnost, tj. nepoštovanju Poglavlja 7 Kodeksa i Smernica. Na osnovu Poglavlja 7 Kodeksa novinara Srbije izdvojene su grupe čija se privatnost najčešće kršila u oba perioda: *žrtve*, *osumnjičeni*, *maloletnici*, *javne ličnosti* pa će na ove četiri kategorije biti usmerena najveća pažnja.

Na osnovu svega prethodno navedenog, polazne hipoteze ovog rada su sledeće:

- Do kršenja prava na privatnost najčešće je došlo u rubrici Hronika.
- Privatnost žrtava manje se poštuje od privatnosti osumnjičenih.
- Maloletna lica su najugroženija i najosetljivija grupa kada se radi o nepoštovanju privatnosti.
- Espresso zbog svoje tabloidne strukture ima znatno veći broj kršenja prava od portala B92.
- Privatnost osoba koje su predmet vesti povređena je u istoj meri tokom oba perioda praćenja.

Dej (2004: 177) smatra da su nesreće i lične tragedije često informativno vredne, međutim, zadatak novinara je da budu pažljivi i ne zloupotrebljavaju situaciju, uz poštovanje privatnosti onih koji se nađu u nesrećnim okolnostima i u ovakvim situacijama, prikupljanju informacija i izveštavanju mora se prići oprezno i sa razumevanjem.

Kodeks novinara Srbije daje jasne smernice novinarima kada je u pitanju izveštavanje o *žrtvama* nesreća, tragedija, napada, porodičnih razmirica i slično, tako da ime žrtve ne sme biti otkriveno, ni bilo koja druga informacija koja može da ukaže na identitet osobe, sve dok tu informaciju ne saopšti nadležni organ (Savet za štampu, 2015). Izveštavanju se mora pristupiti pažljivo, uz posebnu zaštitu dostojanstva žrtve i onemogućavanja posledica koje bi ona mogla

da snosi neadekvatnim izveštavanjem novinara (Savet za štampu, 2015). I pored ovih smernica, u najvećem broju slučajeva novinari su pribegli senzacionalističkom izveštavanju, ne poštujući osnovne stavke Kodeksa.

Kako navodi Božović:

„Viktimizacija predstavlja proces postajanja žrtvom, odnosno trpljenje radnje krivičnog dela. Negativne posledice koje nastaju samim krivičnim delom mogu se dodatno pogoršati izlaganjem javnosti priče o nasilju. Otkrivanjem identiteta žrtava, traganjem za razlozima nastanka nasilja ili opisom nasilne scene u medijima, krše se medijski zakoni i etički kodeks novinara, a takvo postupanje novinara često može izazvati teške i nepopravljive posledice po samu žrtvu, što se naziva sekundarna viktimizacija“ (Božović, 2017: 38).

Pravo na privatnost *osumnjichenih* jasno je definisano Poglavljem 7 Kodeksa. Tokom oba monitoringa primećeno je da se ovo kršenje često dovodi u vezu sa Poglavljem 4, tačkom 3 Kodeksa, to jest sa kršenjem pretpostavke nevinosti, pa se osim otkrivanja identiteta osumnjičenog, on unapred etiketira kao počinitelac.

Čuvanje privatnosti, identiteta i razvoja *maloletnika* „mnogo je osetljivija i teža kategorija, upravo zbog njihove ranjivosti i zavisnosti od odraslih kako u društvu u kome žive, tako i u medijima u kojima se pojavljuju“ (Kukić, 2010: 63).

Sve situacije koje mogu biti osetljive po decu zahtevaju veći stepen poštovanja etičkih standarda i moralnih načela od strane novinara prilikom izveštavanja, naročito kada je dete deo takvih događaja (Kukić, 2010: 63). Međutim, to od strane novinara nije uvek ispoštovano, zato Kukić (2010) navodi da se takve greške i zloupotrebe ne dešavaju uvek zbog novinarske neprofesionalnosti, neupućenosti i needukovanosti u postojeće zakonske propise, već zbog odsustva ljudske saosećajnosti i moralnih i etičkih načela, što je neoprostivo.

Kodeks novinara Srbije određuje da dete ne sme biti ugroženo novinarskim izveštavanjem objavljivanjem njegovog imena, fotografije ili bilo koje druge informacije (Savet za štampu, 2015).

Privatnost *javnih ličnosti i političara* sužena je u odnosu na privatnost običnih ljudi (Kodeks novinara Srbije, Poglavlje VII). Uprkos tome nije dozvoljeno objavljivati informacije iz privatnog života samo da bi se zadovoljilo interesovanje i znatiželja javnosti, ukoliko one nisu od javnog interesa i ne zadovoljavaju pravo javnosti da određenu informaciju zna (Savet za štampu, 2015).

Učestvovanjem javnih ličnosti u rijaliti emisijama dolazi do dobrovoljnog odricanja od privatnosti, samim tim se i informacije iz ličnog i porodičnog života teže sakrivaju od očiju javnosti. Međutim, iako su se delom odrekli svoje privatnosti zarad popularnosti, poznate ličnosti imaju prava da sačuvaju barem deo svog privatnog života (Surčulija Milojević, 2016: 99).

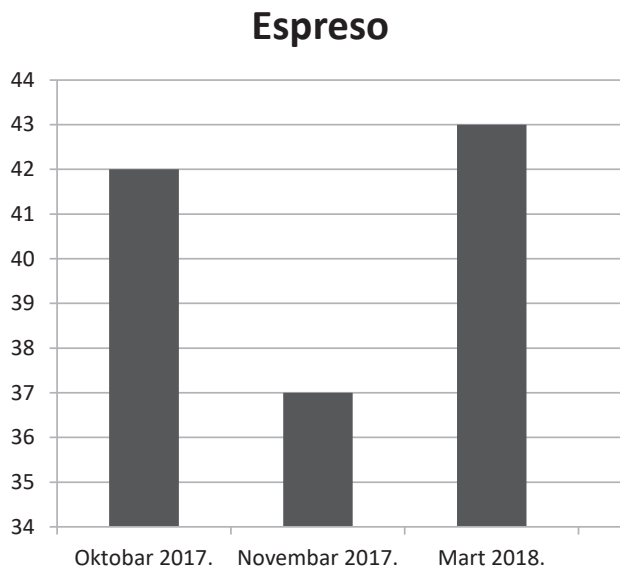
Kako se tačno definišu javne ličnosti u mnogim zemljama nije zakonom precizirano, izuzev u nemačkom zakonodavstvu u kojem se prepoznaju tri grupe javnih ličnosti: 1) stalne javne ličnosti, među njima i političari, koje su učestvovalе u značajnim istorijskim, političkim, društvenim i kulturnim događajima izuzetno relevantnim za javni interes, 2) poznate javne ličnosti (takozvani selebritiji), glumci, sportisti, i 3) privremene javne ličnosti koje su relevantne za javni interes samo utoliko što su učestvovalе u događajima koji su od značaja za zajednicu. U treću grupu ubrajaju se žrtve i mogući počinioci, ali i pojedinci koji su blisko povezani sa poznatima (članovi porodice, prijatelji, partneri), oni koji imaju javne funkcije (npr. javni tužioci) ili oni koji prirodno svog posla izađu na javnu scenu (prema Toskić, Kleut, Kalajdžić i Mišljenović, 2018: 45).

5. Rezultati istraživanja

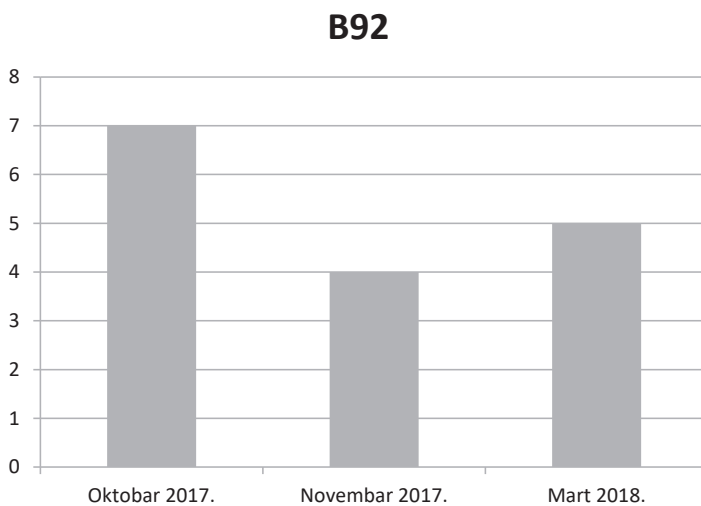
Nepoštovanje privatnosti na portalu Espresso najčešće se događa u rubrici Hronika, a tokom dvomesečnog monitoringa (oktobar–novembar) ova vrsta povrede Kodeksa zabeležena je u 81 vesti. Na portalu B92 povreda prava na privatnost dogodila se u 12 vesti, takođe u rubrici Hronika.

Zabrinjavajuće je da i rezultati novog monitoringa takođe prate rezultate prethodnog, te je Espresso u periodu od 1. do 31. marta prekršio pravo na privatnost u 43 vesti, dok je na portalu B92 u pet vesti zabeležena povreda ovog prava (Grafikon 1, Grafikon 2). Zaključak je da nijedan od portala nije poradio na poštovanju prava pojedinaca na privatnost u svom izveštavanju.

Grafikon 1: Ukupno povreda prava na privatnost na portalu Espresso tokom tri meseca monitoringa



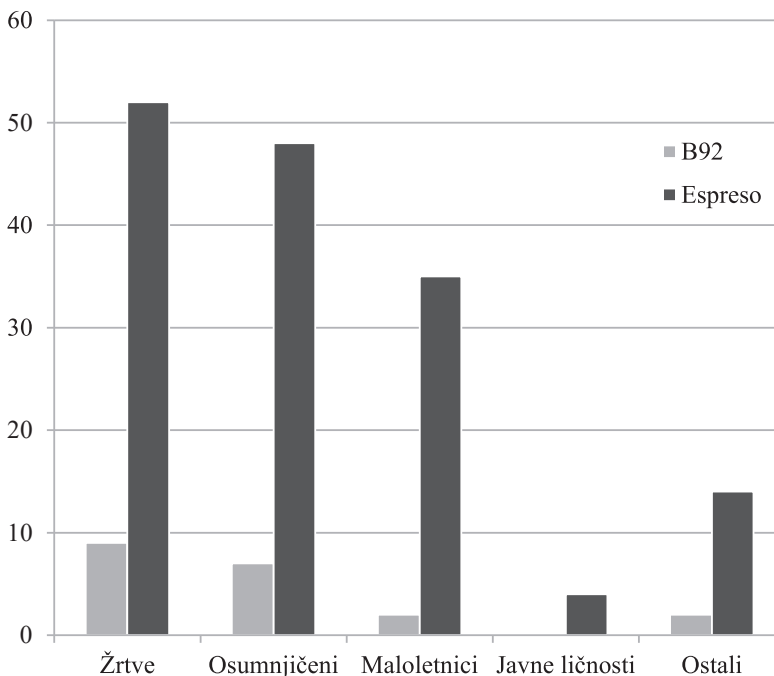
Grafikon 2: Ukupno povreda prava na privatnost na portalu B92 tokom tri meseca monitoringa



Rezultati praćenja izveštavanja dva portala pokazala su da su sve vesti u kojima je povređena privatnost deteta objavljene u rubrici Hronika i maloletna osoba je u najvećem broju vesti u ulozi žrtve (Grafikon 3). Potrebno je napomenuti da ni u jednoj vesti nije bilo stvarnog interesa javnosti da se identitet dece zna.

Do povrede prava na privatnost javnih ličnosti tokom dva monitoringa došlo je tri puta. Sve povrede pronalazimo na portalu Espresso u rubrici Showbiz u prvom delu monitoringa (oktobar 2017). Tokom novembra 2017. i u drugom delu monitoringa (mart 2018) ovo pravo nije prekršeno ni u jednoj vesti. Na portalu B92 tokom sva tri meseca monitoringa, takođe, nije izdvojeno kršenje prava na privatnost javnih ličnosti.

Grafikon 3: Poređenje portala B92 i portala Espresso u okviru povrede prava na privatnost različitih grupa



Tokom oktobra 2017. najčešće je povređena privatnost žrtava, uz znatno ređe otkrivanje identiteta u vestima u kojima se pominju obični ljudi: osumnjičeni, maloletnici, svedoci događaja. U drugoj polovini novembra 2017. primećen je neznatni pad kršenja Kodeksa i Smernica u rubrici Hronika na portalu

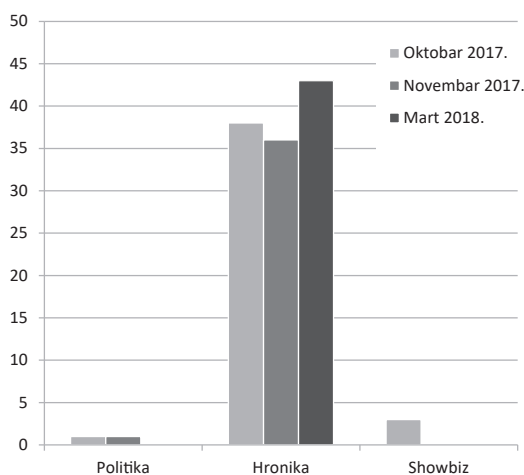
Espresso koja je bila najkritičnija. Pregledom vesti iz ovog perioda, ustanovljeno je da su vesti koje su u vezi sa nesrećama, krivičnim delima, zločinima, posebno one u kojima se pominje ubijena pevačica Jelena Krsmanović, njena maloletna ćerka, osumnjičeni suprug, porodica i svedoci, objavljivane pre (8 časova) i nakon (20 časova) termina u kom je monitoring sproveden. U ponovljenom monitoringu iz marta 2018, broj vesti sa takvom vrstom informacija značajno se povećao.

Čak ni u vestima koje bi za čitaoce bile interesantne, koje privlače i zadržavaju pažnju, nije moralno opravdano prikupljati i objavljivati informacije, ako se ne proceni da su one u javnom interesu čitalaca i, u skladu sa tim, novinari bi trebalo da poštuju privatnost običnih osoba i da u nju ne zadiru bez potrebe i kad postoji povećano interesovanje i tržište za takve informacije (Žaket, 2007: 264).

5.1. Povreda prava na privatnost na portalu Espresso

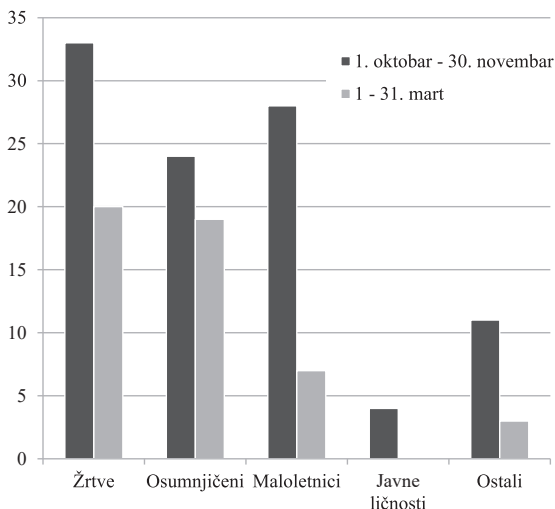
Uprkos činjenici da je portal Espresso jedan od članova Saveta za štampu, tokom oba istraživanja došlo je do velikog broja kršenja više tački Kodeksa, kao i ljudskih prava poput prava na privatnost, što dovodimo u vezu sa njegovom tabloidnom strukturom, potrebu za klikbejt senzacionalizmom i upečatljivim naslovima zbog čitanosti.

Grafikon 4: Povreda prava na privatnost na portalu Espresso po rubrikama tokom 3 meseca monitoringa



Na portalu Espresso je tokom oktobra 2017. povreda Poglavlja 7 Kodeksa novinara Srbije zabeležena 46 puta u 42 vesti u sve tri rubrike (Grafikon 4). U rubrici Politika, privatnost je prekršena u jednoj vesti, u rubrici Hronika u 38 vesti, dok je do kršenja ovog prava u rubrici *Showbiz* došlo u 3 vesti. Novembra 2017. broj prekršaja se neznatno smanjio, pa je pravo na privatnost povređeno 38 puta u 37 vesti. U rubrici Politika pravo na privatnost prekršeno je u jednoj vesti, u rubrici Hronika u 36 vesti, dok u rubrici *Showbiz* nije zabeležena povreda ovog prava. U ponovljenom monitoringu, marta 2018. istraživanje je pokazalo da je Poglavlje 7 prekršeno 53 puta u 43 vesti pa se, upoređivanjem rezultata iz sva tri meseca, dolazi do zaključka da do napretka u poštovanju Kodeksa na ovom portalu *nije došlo*. Od sve tri rubrike, do povrede prava na privatnost došlo je samo u rubrici Hronika (u 43 vesti).

Grafikon 5: Povreda prava na privatnost na portalu Espresso



U vestima na portalu Espresso u periodu od 1. oktobra do 30. novembra do povrede privatnosti žrtava i njihovog dostojanstva, kao i spekulacija u vezi sa zločinima došlo je 34 puta, osumnjičenih 24 puta, privatnosti dece 28 puta, javnih ličnosti 4 puta i to za vreme trajanja rijaliti programa (Grafikon 5). U periodu od 1. marta do 31. marta privatnost žrtava povređena je 20 puta, privatnost osumnjičenih 19 puta, privatnost dece 7 puta, dok do povrede prava na privatnost javnih ličnosti nije došlo. U najvećem broju vesti očigledan je senzacionalizam uz „šokantne“ naslove koji služe da privuku pažnju čitalaca.

Na osnovu analize podataka, privatnost žrtava se najmanje poštuje od svih pomenutih grupa, te se češće u vestima otkrivaju imena žrtava, dok su imena osumnjičenih pod inicijalima. Jedan od najupečatljivijih primera povrede prava na privatnost žrtava na ovom portalu je vest objavljena 17. oktobra 2017. pod naslovom „Molila je monstruma da barem stavi kondom koji mu je dala: Užasni detalji silovanja kod Mladenovca“ (2017) kojom je direktno prekršeno Poglavlje 7 Kodeksa i to tačka 1, smernice 1 i 2 u kojima se jasno navodi nije dozvoljeno objavljivanje bilo kakvih podataka koji bi indirektno mogli da otkriju identitet žrtve, kao i to da novinar mora imati svest o mogućim posledicama po žrtvu ili počinioca ukoliko se otkrije njihov identitet (Savet za štampu, 2015: 23). U vesti su otkrivena imena jednog od osumnjičenih napadača i jednog od žrtava napada:

„Kako pišu mediji, njih dvojica su prvo pretukli prijatelja žrtve I.V (50), a Bata V. je onda odveo T.I. u drugu sobu i zlostavljao je. (...) Posle silovanja, B.V. je izašao iz sobe i zajedno sa saučesnikom nastavio da tuče Ivana V.“ („Molila je monstruma“, 2017)

U vesti se primećuje neuspeli pokušaj poštovanja Kodeksa i stavljanja imena pod inicijale, pa je u prvoj rečenici pod inicijalima ime jednog od žrtava, a ime osumnjičenog je otkriveno, dok je u drugoj rečenici obratno. Samim tim, otkrivena su oba identiteta. U vesti je takođe otkriveno mesto gde se napad dogodio: „u Velikoj Krsni kod Mladenovca“, što može da doprinese lakom identifikovanju žrtava i osumnjičenih. Novinar prilikom izveštavanja nije pokazao saosećanje sa žrtvom, iznoseći pojedinosti koje bi na nju mogle loše da utiču i nanesu duševnu bol i nelagodnost. U vezi sa seksualnim zločinima, Dej navodi da se „dilema narušavanja privatnosti žrtava seksualnih zločina vrti oko upada medija u privatni život privatnih osoba, koje protiv svoje volje postaju predmet pažnje javnosti“ (Dej, 2004: 177). Međutim, iako su zločini vest od javnog interesa, to ne dozvoljava novinaru, sa etičke tačke gledišta, da narušava privatnost ili dostojanstvo žrtve na bilo koji način.

Pravo na privatnost osumnjičenih povređeno je u vestima u kojima su prisutne izjave nepoznatih izvora i sa neproverenim informacijama, objavjivanjem njihovih imena i drugih podataka koji otkrivaju identitet osumnjičenih. Jedan od primera je vest objavljena na portalu Espresso „Predstavljali se kao dobri studenti, a noću harali Beogradom sa satarama: Ovako je pala četvoročlana tinejdž banda!“ (2018):

„Organizatori posla navodno su bili Petar Z. (19) i Dragoslav O. (21). Oni su bili zaduženi da nađu oružje, ali i odaberu žrtvu. U pljačke su vozili devojke, Ivanu M. (19) i Jelenu M. (22). Tako su momci dobijali na brzini, a devojke manje bile primetne policiji.“

U ovoj vesti je u naslovu, osim povrede prava na privatnost, došlo i do kršenja pretpostavke nevinosti, to jest Poglavlja 4 Kodeksa, predstavljanjem osumnjičenih kao počinioca krivičnog dela.

Privatnost dece tokom monitoringa bila je ugrožena isključivo u rubrici Hronika, otkrivanjem podataka koji nisu od javnog interesa. Primećeno je da je tokom marta opao broj vesti u kojima dolazi do povrede privatnosti maloletnika.

Primer posrednog kršenja prava na privatnost i dostojanstva maloletnog lica pronalazimo u vesti „Sram te bilo, dabogda te silovali nasred ulice da ne znaš gde se nalaziš! Devojčici koju su tukli u Arandelovcu upućene sramne poruke“ (2017):

„Jelena Nikolić, majka devojčice B. Nikolić iz Tuleža koja je pretrpela vršnjačko nasilje u Tehničkoj školi „Mileta Nikolić“ u Arandelovcu pokazala sadržaj poruka sa Fejsbuka zbog kojih je došlo do prebijanja njene ćerke“.

U tekstu je otkriveno i ime oca devojčice: „Otac devojčice, Zoran Nikolić, nadovezao se na reči majke (...)“ („Sram te bilo“, 2017). Na ovaj način, otkrivanjem imena roditelja i škole u koju ide, došlo je do kršenja Poglavlja 7, tačke 4 i ugrožavanja deteta. Takođe, vest sadrži fotografije iz porodične kuće u kojoj devojčica živi.

Vest objavljena nekoliko dana kasnije, tačnije, 16. novembra, na portalu Espresso, doprinela je potpunom otkrivanju identiteta devojčice, žrtve vršnjačkog nasilja. U ovom slučaju, predsednik Srbije Aleksandar Vučića je otkrio njeno ime. Naslov vesti glasi „Divim se Biljaninim roditeljima: Vučić obišao školu u Arandelovcu koja je bila mesto strašnog vršnjačkog nasilja“ (2017). Uprkos pravilu da vesti ove vrste zahtevaju poseban pristup i saosećanje, kao i zalaganje za zaštitu dostojanstva deteta, slaganjem svih dostupnih informacija, privatnost maloletnika je u potpunosti narušena.

U drugom delu monitoringa opao je broj vesti koje krše pravo na privatnost deteta u odnosu na novembar. U periodu od 1. do 31. marta, pravo na privatnost deteta na ovom portalu prekršena je u 7 vesti. Međutim, u vestima u kojima je povređeno ovo pravo nije došlo do odstupanja u načinu kršenja

ovog prava u odnosu na monitoring urađen u periodu oktobar–novembar, te je privatnost povređena objavljivanjem imena, prezimena i drugih informacija kojima je identitet otkriven.

Vest „Kad se mama izgubila, svi su ribali fotelju u kući: Potresno svedočanstvo Jelenine ćerke otkrilo jezive detalje ubistva“ (2018) takođe krši Poglavlje 7 tačku 4. U vesti je objavljeno ime maloletne osobe (još jednom bez stvarnog interesa javnosti da zna):

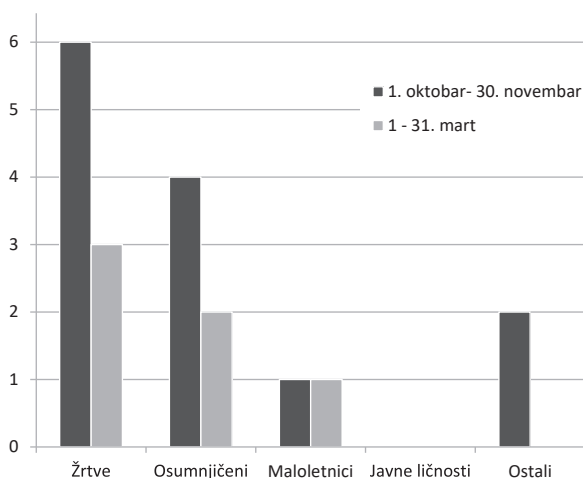
„Mala Jana je jednom isprljala nameštaj u kući svoje bake Zorice Krsmanović jer je crtala po njemu. Kad smo je opomenuli da to ne radi, devojčica je odgovorila: ‘I naša fotelja je bila jako prljava, ali su je svi prali’. Neko ju je pitao gde je bila mama, a Jana je odgovorila: ‘Mama nije bila tu, ona se izgubila’.“ („Kad se mama izgubila“, 2018)

Pravo na privatnost maloletne Jane tokom sva tri meseca monitoringa na ovom portalu prekršeno u 26 vesti, što je najčešće prekršeno pravo maloletne osobe u tom periodu.

5.2. Povreda prava na privatnost na portalu B92

B92, kao portal koji nije član Saveta za štampu, u znatno manjoj meri je kršio Kodeks i pravila definisana njime. Za razliku od portala Espresso, vesti sa „šokantnim“ naslovima ili tekstem uz kršenje nekog od prava su retke.

Grafikon 6: Povreda prava na privatnost na portalu B92



Analiza podataka pokazala je da je u periodu od 1. oktobra do 30. novembra na portalu B92 privatnost žrtava povređena šest puta, privatnost osumnjičenih četiri puta, privatnost dece jednom, dok nijednom nije došlo do narušavanja privatnosti javnih ličnosti (Grafikon 6). U periodu od 1. marta do 31. marta privatnost žrtava povređena je tri puta, osumnjičenih dva puta, deteta jednom, a ugrožavanje privatnosti javnih ličnosti je izostalo. Svako od kršenja privatnosti dogodilo se u rubrici Hronika.

Vest „Starica brutalno ubijena u selu kod Žabara“ (2017) objavljena za vreme prvog monitoringa, krši Kodeks na način da je otkriveno ime i prezime žrtve, objavljene su informacije iz privatnog života, kao i mesto prebivališta. Ovim se krši Poglavlje 7, tačka 1, smernica 1 kojom je jasno definisano da se takve informacije o žrtvama ne smeju otkriti. U vesti je navedeno da je: „U Porodinu kod Žabara u nedelju uveče pronađeno beživotno telo Kristine Ilić (81), devizne penzionerke“ („Starica brutalno ubijena“, 2017). Takođe, otkrivanjem detalja ubistva: „njeno beživotno telo, u lokvi krvi i sa selotejpom preko usta, pronašli su u kupatilu njen sin i unuk“ („Starica brutalno ubijena“, 2017) krši se Poglavlje 7 u kojem se napominje da novinar mora da pokaže „duh saosećanja i diskrecije“ (Savet za štampu, 2015: 23) pri postavljanju pitanja, samim tim i pri izveštavanju.

U svakoj od ostalih vesti na ovom portalu u kojima je povređeno ovo pravo, otkriveni su ime ili puno ime i prezime žrtava, bez objavljivanja drugih informacija. Jedna od vesti u kojoj je prekršeno pravo na privatnost osumnjičenih je vest „NS: Identifikovan ubica, već dva puta bio osuđivan“ (2017). U vesti se navodi da je: „Novosadska policija identifikovala mladića koji je u nedelju 8. oktobra u diskoteci „The End“ ubio Milana Pribakovića (29) i traga za njim (...) On je 25-godišnji Stefan Stefanović iz Novog Sada“ („NS: Identifikovan ubica“, 2017). Otkrivanje njegovog identiteta protivi se Poglavlju 7, tački 1, smernici 1 Kodeksa, jer je u vesti jasno navedeno da je „osim za teško ubistvo, Stefanović osumnjičen i za nedozvoljenu proizvodnju, držanje, nošenje i stavljanje u promet oružja i eksplozivnih materija“ („NS: Identifikovan ubica“, 2017), što znači da je njegov identitet otkriven pre pravosnažne presude.

Do kršenja prava na privatnost deteta u periodu od 1. do 30. novembra na portalu B92 došlo je u jednoj vesti. Ona je objavljena pod naslovom „Kraljevo: Komšija policajac pretukao decu“ (2018). U ovoj vesti prekršeno je Poglavlje 7 Kodeksa na način da je objavljen video prilog u kom se jasno vide lica dece,

iako je Kodeksom precizirano da je „novinar dužan da osigura da dete ne bude ugroženo ili izloženo riziku zbog objavljivanja njegovog imena, fotografije ili snimka sa njegovim likom (...)“ (Savet za štampu, 2015: 23).

6. Zaključak

Sloboda novinarstva se kroz slobodu izražavanja kao ljudskog prava ne ostvaruje isključivo objavljivanjem svih dostupnih informacija. Naprotiv, novinaru se ne dopušta objavljivanje informacija koje će na bilo koji način ugroziti prava i slobode pojedinaca koji su predmet vesti ili ukoliko može doći do zloupotrebe ovih informacija. Samim tim, novinaru se nameću ograničenja kada postoji mogućnost da će određena informacija narušiti nečije pravo poput prava na privatnost.

Na osnovu analize izveštavanja dva internetska portala u okviru povrede prava na privatnost i poštovanja Kodeksa novinara Srbije (Savet za štampu, 2015) i Smernica za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju (Savet za štampu, 2016), zaključak je da se privatnost i privatani život osoba u velikom broju vesti ne poštuju. Do najvećeg broja povreda Kodeksa i Smernica došlo je u rubrici Hronika na oba portala i to na portalu Espresso ukupno u 122 vesti tokom oba perioda, a na portalu B92 u znatno manjem broju (16 vesti), otkrivanjem imena, prezimena, lika, adresa i drugih podataka iz ličnog života, nepoštovanjem prema bolu, duševnoj patnji i uz izostanak saosećanja i poštovanja dostojanstva osoba prilikom izveštavanja o nesrećama i krivičnim delima.

Privatnost žrtava znatno manje se poštuje od privatnosti počinioca ili osumnjičenih. Žrtve su izložene većem zadiranju u privatni život, bez stvarnog interesa javnosti da te informacije zna. U vestima na portalu Espresso tokom 3 meseca pravo na privatnost žrtava povređeno je u 50 vesti, a na portalu B92 u 8 vesti, dok je privatnost osumnjičenih bila ugrožena u 40 vesti na portalu Espresso, a u 7 vesti na portalu B92. U mnogim vestima povređeno je dostojanstvo žrtava detaljnim izveštavanjem o *načinu* na koji se napad/ubistvo dogodilo. Ovim dolazimo i do zaključka da se ne razmišlja unapred o uticaju koji bi objavljivanje vesti sa takvim podacima imao na porodicu i osobe bliske žrtvi. U vestima u kojima je otkriven identitet osumnjičenih, u najvećem broju slučajeva došlo je i do kršenja pretpostavke nevinosti, čime ove osobe bivaju „osuđene unapred“ od strane novinara, pre donošenja pravosnažne presude.

Uprkos jasnoj smernici Kodeksa o zaštiti identiteta maloletnika, kao osoba koje nisu samostalne, već zavise od odraslih i okruženja i samim tim predstavljaju najosetljiviju grupu, na oba portala došlo je do povrede privatnosti maloletnih lica, uz iznošenje podataka i informacija o njihovom privatnom životu, i to na portalu Espresso ukupno u 35 vesti, a na portalu B92 u dve vesti u oba perioda. Do kršenja privatnosti deteta tokom oba monitoringa došlo je jedino u rubrici Hronika, prilikom izveštavanja o nesrećama i krivičnim delima kada je potrebna maksimalna pažnja novinara, posebno prilikom izveštavanja o osetljivim grupama. Ni u ovom slučaju u tekstovima ne prepoznaje se saosećanje i povećana pažnja novinara.

Uprkos velikom broju kršenja Kodeksa, pre svega u oblasti prava na privatnost, tokom oba monitoringa, niko od oštećenih nije podneo žalbu, te nijedna vest sa dva pomenuta portala nije dospela pred Komisiju za žalbe Saveta za štampu na razmatranje. Nedostatak Saveta za štampu ogleda se upravo u činjenici da za bilo kakvo nepoštovanje Kodeksa i Smernica ne postoji druga sankcija osim moralne. Dolazi se do zaključka da moralna osuda (zahtevanje od medija da, u slučaju donošenja odluke o povredi Kodeksa, tu odluku objavi) nije dovoljna i da je novinarima potrebno nametnuti veće obaveze, da bi profesionalizam bio ostvaren u pravom smislu te reči.

Primarni izvori

Divim se Biljaninim roditeljima: Vučić obišao školu u Arandjelovcu koja je bila mesto strašnog vršnjačkog nasilja (2017, 16. novembar). *Espresso*. Preuzeto 27. maja 2018. sa <https://www.espresso.rs/vesti/politika/199139/divim-se-biljaninim-roditeljima-vucic-obisao-skolu-u-arandjelovcu-koja-je-bila-mesto-strasnog-vrsnjackog-nasilja>

Kad se mama izgubila, svi su ribali fotelju u kući: Potresno svedočanstvo Jelenine ćerke otkrilo jezive detalje ubistva (2018, 27. mart). *Espresso*. Preuzeto 27. maja 2018. sa <https://www.espresso.rs/vesti/hronika/237225/kad-se-mama-izgubila-svi-su-ribali-fotelju-u-kuci-potresno-svedocanstvo-jelenine-ckerke-otkrilo-jezive-detalle-ubistva>

Kraljevo: Komšija policajac pretukao decu (2017, 19. novembar). *B92*. Preuzeto 27. maja 2018. sa https://www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2017&mm=11&dd=19&nav_category=16&nav_id=1327138

Molila je monstruma da barem stavi kondom koji mu je dala: Užasni detalji silovanja kod Mladenovca (2017, 17. oktobar). *Espresso*. Preuzeto 27. maja 2018. sa <https://www.espresso.rs/vesti/hronika/191019/molila-je-monstruma-da-barem-stavi-kondom-koji-mu-je-dala-uzasni-detalle-silovanja-kod-mladenovca>

NS: Identifikovan ubica, već dva puta bio osuđivan (2017, 10. oktobar). *B92*. Preuzeto 27. maja 2018. sa https://www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2017&mm=10&dd=10&nav_category=16&nav_id=1312525

Predstavljali se kao dobri studenti, a noću harali Beogradom sa satarama: Ovakko je pala četvoročlana tinejdž banda! (2018, 6. mart). *Espresso*. Preuzeto 27. maja 2018. sa <https://www.espresso.rs/vesti/hronika/231077/predstavljali-se-kao-dobri-studenti-a-nocu-harali-beogradom-sa-satarama-ovako-je-pala-cetvoro-clana-tinejdz-banda-video>

Sram te bilo, dabogda te silovali nasred ulice da ne znaš gde se nalaziš! Devojčici koju su tukli u Arandjelovcu upućene sramne poruke (2017, 10. novembar). *Espresso*. Preuzeto 27. maja 2018. sa <https://www.espresso.rs/vesti/hronika/197481/sram-te-bilo-dabogda-te-silovali-nasred-ulice-da-ne-znas>

gde-se-nalazis-devojcici-koju-su-tukli-u-arandjelovcu-upucene-sramne-
poruke-foto

Starica brutalno ubijena u selu kod Žabara, (2017, 3. oktobar). *B92*.
Preuzeto 27. maja 2018. sa https://www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2017&mm=10&dd=03&nav_category=16&nav_id=1309999

Literatura

- Bajić, P. (2017). Onlajn štampa: odnosi između sadržaja u štampanim i onlajn izdanjima dnevnih novina. *CM: Communication and Media*, 12(39), 57–82.
- Božović, D. (2017). Novinarska etika i sekundarna viktimizacija u štampanim medijima u Srbiji. *CM: Communication and Media*, 12(40), 37–66.
- Čošabić, J. (2016). Odgovornost onlajn medijskih portala za komentare čitalaca. U D. Gačić (ur.), *Etika u medijima i poslovanju: zbornik radova* (str. 118–127). Banja Luka: Besjeda.
- Ćalović, D. (2011). Mediji i privatnost. U R. Veljanovski (ur.), *Verodostojnost medija: dometi medijske tranzicije* (str. 251–263). Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Dej, L. A. (2004). *Etika u medijima: primeri i kontroverze*. Beograd: Medija centar.
- Foškol, P. (2015). *Razmišljanja o građanskoj slobodi*. Beograd: Clio.
- Kleut, J. i Prodanović, D. (2017). Monitoring medija: pretpostavka nevinosti i privatnost u medijima. U A. Toskić i U. Mišljenović (ur.), *Transparentnost, privatnost i pretpostavka nevinosti: tužilaštvo – mediji – građani* (str. 33–62). Beograd: Partneri za demokratske promene Srbija.
- Kukić, S. (2010). Mali ljudi u društvu informacija: Predstavljanje dece u dnevnoj štampi u Srbiji. *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem*, 5(15), 61–86.

- Loon, Ad Van (2010). Regulatorni okvir Saveta Evrope za sadržaje na Internetu. U J. Surčulija (ur.), *Sloboda izražavanja na Internetu* (str. 55–62). Beograd: Centar za razvoj Interneta:.
- Matić, J. (2012). Medijske slobode Srbije u evropskom ogledalu: izveštaj baziran na indikatorima Saveta Evrope za medije u demokratiji. Beograd: Civil Rights Defenders, ANEM, NUNS, NDNV i Local Press. Preuzeto 22. maja 2018. sa http://www.mc.rs/upload/documents/izvestaji/2012/Medijske_slobode_Srbije_u_evropskom_ogledalu.pdf.
- Milenković, V. (2008). Etički kodeksi međunarodnih novinarskih organizacija i udruženja. *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem*, 3(6), 131–144.
- McQuail, D. (2013) *Journalism and society*. London: Sage.
- Negroponte, N. (1998). *Biti digitalan*. Beograd: Clio
- Radojković, M. (2004a). Kodeksi profesionalne etike u novinarstvu. U Z. Vacić Z., *Etika javne reči u medijima i politici* (str. 51–70). Beograd: Centar za liberalno-demokratske studije.
- Radojković, M. (2004b). Pravo na izražavanje mišljenja i odgovornost za javnu reč. U Z. Vacić (ur.), *Etika javne reči u medijima i politici* (71–90). Beograd: Centar za liberalno-demokratske studije.
- Roagna I. (2012). *Zaštita prava na poštovanje privatnog i porodičnog života prema Evropskoj konvenciji o ljudskim pravima*, Priručnik za pravnike, Strazburg. Preuzeto 27. maja 2018. sa <https://rm.coe.int/16806f1558>
- Savet za štampu (2015). *Kodeks novinara Srbije: uputstva i smernice*. Preuzeto 22. maja 2018. sa https://savetzastampu.rs/wp-content/uploads/2020/11/Kodeks_novinara_Srbije.pdf
- Savet za štampu (2016). Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju. Preuzeto 22. maja 2018. sa <http://www.savetzastampu.rs/cirilica/smernice-za-primenu-kodeksa-novinara-srbije-u-onlajn-okruzenju>

- Savet za štampu (2017). Rezultati monitoring poštovanja Kodeksa novinara u 2017. Preuzeto 22. maja 2018. sa <https://savetzastampu.rs/monitoring/resultati-monitoringa-postovanja-kodeksa-novinara-u-2017/>
- Savet za štampu (n.d.a). Šta možemo da uradimo za Vas. Preuzeto 22. maja 2018. sa <https://savetzastampu.rs/o-nama/sta-mozemo-da-uradimo-za-vas/>
- Savet za štampu (n.d.b). O nama. Preuzeto 22. maja 2018. sa <http://www.savetzastampu.rs/cirilica/o-nama>
- Stojanović, M., Selaković, B. i Žmak, P. (2016). *Praćenje slobode izražavanja i medijskih sloboda u procesu EU integracija*. Beograd: Građanske inicijative.
- Surčulija Milojević, J. (2016). *Dozvoljenost ograničenja slobode izražavanja u skladu sa evropskim instrumentima i medijskim zakonodavstvom Republike Srbije* (Nepublikovana doktorska disertacija). Pravni fakultet u Beogradu, Beograd.
- Todorović, M. (2006). Pravo na slobodno izražavanje mišljenja i kultura javne reči. *Heretikus: časopis za preispitivanje prošlosti*, 4(1–2), 28–47.
- Toskić, A., Kleut, J., Kalajdžić, K. i Mišljenović, U. (2018). *Javna funkcija – privatna stvar? Analiza o granicama privatnosti nosilaca javnih funkcija*. Beograd: Partneri za demokratske promene Srbija.
- Veljanovski, R. (2010). Izazovi i mogućnosti onlajn novinarstva. U J. Surčulija (ur.), *Sloboda izražavanja na Internetu* (str. 41–54). Beograd: Centar za razvoj Interneta.
- Vodinelic, V. (2012). Novinarski kodeksi i pravo medija u Srbiji: nedovoljno samodefnisanje. *Pravni zapisi*, 3(1), 73–89.
- Vodinelic V. (2016). *Javno i privatno pravo*. Beograd: Službeni glasnik.
- Žaket, D. (2007). *Novinarska etika: Moralna odgovornost u medijima*. Beograd: Službeni glasnik.

Aleksandra Grigorov

University of Belgrade, Faculty of Political Sciences, Serbia

VIOLATION OF THE RIGHT TO PRIVACY ON THE INTERNET PORTALS IN SERBIA: CASE STUDIES OF PORTALS ESPRESSO AND B92

***Abstract:** This study analyses the characteristics and possibilities of protection of privacy rights on the Internet portals in the Republic of Serbia. The article examines the relationship between these rights and the right to freedom of expression. In accordance with that, the article presented the self-regulatory documents of the Republic of Serbia concerning the media, that serve as the ethical standard of journalists' conduct: The Journalist's Code of Ethics from 2006 and The Guidelines for the Application of The Journalist's Code of Ethics in Online Environment from 2016, the honoring of which is under the jurisdiction of The Press Council. The research is based on the analysis of cases where the privacy rights, dignity and integrity of persons were violated and it includes comparative research of the media reporting on two portals (Espresso and B92) during two separate periods of monitoring the compliance with the The Journalist's Code and The Guidelines in Online Environment. The first monitoring was conducted in cooperation with the Press Council in the period from October 1st to November 30th 2017, while the repeated independent monitoring was conducted in the period from March 1st to March 31 2018, in order to determine whether there had been an improvement on both portals. The monitoring showed that there are violations of privacy rights on both portals, most often in the 'Chronicle' section. The privacy of the victims is violated more frequently than that of the suspects. Also, despite there being a clear reference in The Code about the need of protecting the identity of minors, there have been multiple violations of children's right to privacy, especially in the 'Chronicle' section.*

***Keywords:** freedom of expression, privacy, Internet portal, code of journalists, self-regulation, Espresso, B92*

Promocija kulturne produkcije u Srbiji – slučaj Novi Sad¹

Mirjana Kovačević²

Visoka škola za komunikacije Beograd, Srbija

doi: 10.5937/cm15-24181

Sažetak: Rad predstavlja empirijsku studiju kojom se opisuju problemi sa kojima se susreću akteri u sektoru kulture i kreativnih industrija u Novom Sadu i Srbiji, pri realizaciji ideja i aktivnosti u modernom digitalnom okruženju. Ističe se raskorak u upotrebi savremenih tehnologija kada je u pitanju stvaranje, dostupnost i upotreba proizvoda kulture i kreativnosti, te načina njihove promocije i komuniciranja. Isticanje problema sa kojima se suočava ovaj sektor, pored spoznaje o ekonomskoj dobiti i prelivanju na druge oblasti privrede i društva, trebalo bi da pobudi interesovanja nadležnih institucija i donosilaca odluka za pronalaženje produktivnijih programa podrške za kulturnu i kreativnu produkciju Srbije u budućnosti.

Ključne reči: kultura i kreativne industrije, komuniciranje, produkcija, nove tehnologije.

1. Uvod

Sektor kulture i kreativnih industrija (KKI) Srbije³ oduvek je bio spona sa spoljnim svetom i ide u korak sa razvojem tehnologija i trendova, kada je reč ne samo o kulturi, već i implementaciji novih kanala i veština komuniciranja. Re-

¹ Tekst je nastao na osnovu rezultata naučno-istraživačkog dela projekta „Izazovi kulturnih i kreativnih industrija u Novom Sadu”, finansiranog sredstvima Uprave za kulturu Grada Novog Sada, prema konkursu realizovanom 2018. godine.

² Kontakt sa autorkom: mirjana.kovacevic@viskom.ac.rs.

³ Kreativne industrije doprinose srpskoj ekonomiji udelom u BDP-u od 3,4% do 7,1%, zavisno od toga da li posmatramo uži ili širi spektar. Između 2014. i 2016. bruto dodata vrednost sektora porasla je za 16,4%. Sektor čini 30.000 mikro, malih i srednjih preduzeća i 100.000 zaposlenih, od kojih 70% starosti između 25 i 44 godine, polovina njih visoko obrazovanih (“Kreativne industrije”, n.d.).

zultati upućuju na postojanje potencijala, ideja i kreativnosti u Srbiji, baš kao i preduzetničkih inicijativa, inovativnih pristupa i rešenja. Uopšteno, kreativnost posmatramo kao sposobnost drugačijeg pristupa rešavanju problema. Analiza definicija kreativnosti donosi ideje o dvojnosti spajanjem različitih koncepata u nove i neočekivane strukture, sjedinjavanjem inovativnosti i vrednosti, prožimanjem različitih stilova i formi (Bilton, 2010: 11). Nadležna tela i institucije EU definišu KKI kao industrije utemeljene na kulturnim vrednostima, kulturnoj raznolikosti, individualnoj i/ili kolektivnoj kreativnosti, veštinama i talentu s potencijalom za stvaranje inovacija i bogatstva, otvaranja radnih mesta ostvarivanjem društvene i ekonomske vrednosti; uključuju sektore koji se temelje na kulturnom i kreativnom doprinosu (European Parliament, 2018). Ova definicija se oslanja na antičko shvatanje umetnosti, koja je imala znatno širi obim i obuhvatala „ne samo lepe umetnosti, nego i zanate; slikarstvo je bilo umetnost u istom stepenu kao i krojački zanat. Umetnošću je nazivana ne samo umešna proizvodnja, nego, pre svega, samo umenje proizvođenja” (Tatarkjevič, 1975: 21). Autor daje i odredice za pojam stvaralaca – onih čija su dela ne samo nova, već nose i oznake naročite sposobnosti, napetosti, duhovne energije, talenta, genija.

Bez obzira na to što se udeo u ukupno ostvarenom prometu roba, usluga i kapitala ne može meriti sa drugim privrednim granama, sektor KKI najveći značaj ima u izgradnji brenda i destinacija, dobrog imidža, zadovoljenju ličnih potreba, participaciji i osećaju pripadnosti, izgradnji i deljenju emocija i iskustava, te utiču na inovacije⁴ drugih industrija koje su sve više vođene netehnološkim faktorima kao što su kreativnost, dizajn, novi organizacioni procesi i novi poslovni modeli. Srbija se dokazala proizvodnjom i izvozom kadra u oblasti informacionih tehnologija (IT), dok je istovremeno izostala razmena znanja unutar sektora KKI sa pojedincima i organizacijama koji, usled nepoznavanja digitalnih alata, nisu uspešni niti u promociji, a ni u plasmanu kreiranog. Istraživanja govore da KKI doprinose društvenom blagostanju, inovacijama i zapošljavanju, te podstiču privredni razvoj EU sa doprinosom od 4,2% BDP. Sektor zapošljava u proseku više mladih (15–29 godina) nego bilo koji drugi sektor privrede (19,1% zaposlenosti mladih u KKI, a 18,6% u ostatku privrede) (*European Agenda for Culture – Work Plan for Culture 2015–2018*, 2018: 8). Na

⁴ Unija inovacija je jedna od sedam vodećih inicijativa strategije Evropa 2020 za pametan, održiv i uključiv rast EK (Centre for Strategy and Evaluation Services, 2013: 7).

konferenciji „Kako bolje odgovoriti na evropska očekivanja mlade generacije na Zapadnom Balkanu“, Majlinda Bregu, generalni sekretar Saveta za regionalnu saradnju, rekla je da mladi čine petinu stanovništva regiona Zapadnog Balkana, a da su od 2012. do 2019. godine, zauzeli manje od 5% od ukupno 700.000 radnih mesta otvorenih u tom periodu. Evropski parlament (EP) usvojio je novi program veština za Evropu, kojim naglašava da kultura, kreativnost i umetnost doprinose pojedinačnom razvoju, zapošljavanju i rastu u EU, nose inovacije, podstiču koheziju, jačaju međukulturne odnose i uzajamno razumevanje, čuvaju evropski identitet, kulturu i vrednosti.

U ovom radu iznosimo i analizu rezultata iz istraživanja⁵ sprovedenog na uzorku od 92 ispitanika iz sektora KKI na teritoriji Grada Novog Sada, a koji su poslužili kao preliminarni uvid u spoznavanje problema sa kojima se suočava ovaj sektor u Srbiji. Kao instrument je korišćen upitnik sačinjen od 10 pitanja otvorenog i zatvorenog tipa. Analitički pristup ogleda se u konsultovanju strateških dokumenata (nacionalnih i inostranih), dostupnih naučnih nalaza i informacija, usmerenih na određene zaključke. U istraživanju su učestvovali ispitanici različiti po polu, godinama starosti i godinama staža i iskustva u najrazličitijim oblastima sektora KKI.

2. Javne politike i razvoj preduzetničkog i inovacijskog potencijala u kulturnom i kreativnom sektoru

Sektor KKI nikada nije zauzimao prioritetno mesto u politici ekonomskog razvoja Srbije, a sredstva koja se izdvajaju za kulturu su na višedecenijskom minimumu. Uvidom u inostrane prakse lako se dolazi do pokazatelja koji govore o tome koliko se uloženo u kulturu i kreativnost vraća.

„U evropskoj agendi za kulturu 2015–2018, analizirana je uloga javnih politika u razvoju preduzetništva i inovativnih potencijala sektora KKI, jer ovaj sektor doprinosi bogaćenju i boljoj društvenoj povezanosti, dodajući vrednosti industriji i privredi novim pristupima i metodama; doprinosi i digitalizacijom i trendovima koje prate i stvaraju, ali i generišući emocije

⁵ Istraživanje je sprovedeno tokom avgusta 2018. u okviru projekta „Izazovi kulturnih i kreativnih industrija u Novom Sadu”, sredstvima Uprave za kulturu Grada Novog Sada. Analiza dobijenih rezultata predstavljena je u uvodniku naučnog časopisa *Kultura polisa* – posebno izdanje br. 3, koje je bilo sastavni deo pomenutog projekta (Kovačević i Bajac, 2018).

i značenja, te istovremeno delujući kao kreator sadržaja za javne rasprave” (Kovačević i Damjanović, 2018: 44).

Uprkos činjenici da je sektor KKI jedan od onih koji se najviše razvijaju u svetu (Mihić, 2008: 11–13), zapošljava najviše mladih i ima izuzetan potencijal, izostalo je rešenje i inovativni pristup podsticaju razvoja i njegove održivosti u Srbiji. Samim tim, očekivanja od državnog aparata u smislu stvaranja programa podrške usmerenih ka priznavanju, iskorišćavanju i izgradnji preduzetničkog potencijala, jesu velika. Svedoci smo minimuma promocije proizvoda KKI Srbije u celini: počev od mesta koje vesti iz ovog sektora zauzimaju u medijima, najava kulturne ponude na lokalnom nivou, pa sve do objedinjene promocije sektora na međunarodnom planu i strateškog pristupa kulturnoj diplomatiji. Kako se navodi u Izvešću EP – *Dosljedna politika EU za kulturne i kreativne industrije* (2016: 6), kulturnom diplomatijom, zasnovanom na međusobnom poštovanju vrednosti i specifičnosti, jačaju se bilateralni i multilateralni odnosi, grade mostovi koji povezuju društva, gradi saradnja u kulturnim i kreativnim područjima i doprinosi boljem međusobnom razumevanju i zajedničkim projektima, delujući istovremeno kao pokretač privrednog i društvenog rasta. Šobe i Marten (2014: 127) ističu da politička upotreba kulture u širem smislu ima tri cilja: istraživanje mogućnosti mirovne saradnje, potvrđivanje prepoznatljivosti identiteta i, naročito, želja za ispoljavanjem uticaja. Mnoge svetske sile utrkuju se u upotrebi kulturoloških, obrazovnih i diplomatskih alata u ostvarivanju uticaja, svesni da će na taj način obezbediti i ekonomske koristi, učinak tzv. „meke moći”.

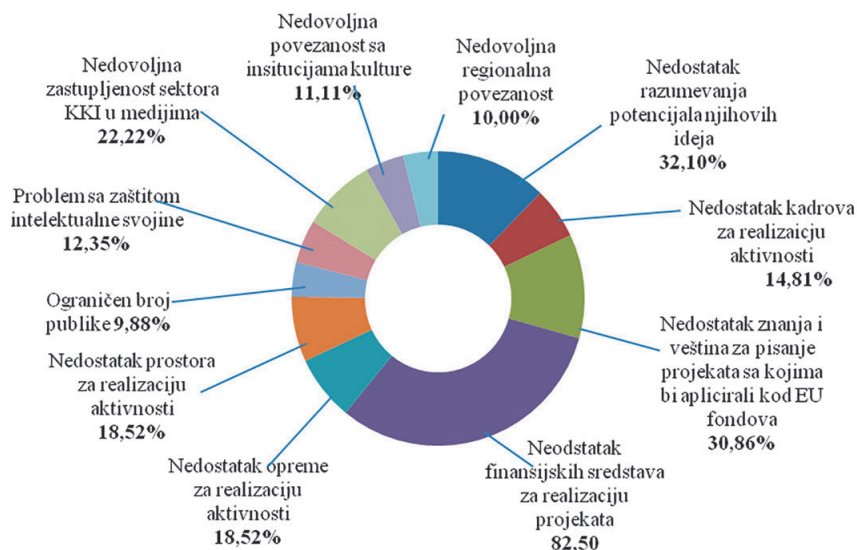
Mnoga ekonomska istraživanja i analize govore u prilog tome da strateški pristup razvoju privrede zavisi od širine kojom se pristupa kreiranju politika i izgradnji poslovne „klime“. Izražavajući bojazan oko statusa regiona Balkana i njegovog ekonomskog razvoja, Očić (2016: 127) se pita da li će narodi Balkana u budućnosti imati pristup svim informacijama koje će proizvesti i koristiti visoko razvijene zemlje i da li će inventivnost i kreativnost uopšte doći do izražaja. Autor smatra da će tako biti „ukoliko se u razvijenom svijetu i na Balkanu razvoj kulture, ekonomije i društva budu zasnivali na zdravim ekološkim i antropološkim principima – nužni principi očuvanja i širenja imaginacije, pre nego samodestruktivni kvantitativno dimenzionisani rast”. On smatra da će, u suprotnom, Balkan ostati poluperiferija (zavisna od periferije), poluizolovan i marginalizovan. Sagledavajući da su participativan i emancipatorni potencijal

KKI zapostavljeni u opštoj ekonomskoj politici (počev od analiza do podsticaja), identifikovanje inovativnih mera za promovisanje preduzetništva i novih poslovnih modela za KKI, treba da bude prioritet nadležnih institucija. Korake koje treba preduzeti možemo primeniti iz evropske i svetske prakse/studija i analiza, a one najčešće obuhvataju: mapiranje u okviru sektora KKI – od aktera do kompanija, uvažavajući njihove specifičnosti i karakteristike; ispitivanje i potvrđivanje preduzetničkog i inovativnog potencijala, uz uključivanje sektora u stvaranje politika inovativnosti i razvoja drugih sektora privrede; podsticanje međusektorske saradnje kreiranjem i ponudom gotovih modela saradnje – podsticanje umrežavanja na svim nivoima; razvijanje mera podrške za izgradnju kapaciteta – sticanje i nadgradnja kompetencija uz uključenje javnog sektora (ustanova kulture) kao dugoročnog partnera u poslovanju, ne samo kontrolnog organa (odnos kakav je danas); promovisanje primera dobre prakse... Kreiranje javnih politika i zakona koji regulišu ove oblasti treba da olakšaju umetničko stvaralaštvo, podstiču kulturnu raznolikost i poslovne aktivnosti sa ciljem iskorišćavanja i podsticanja inovativnih i preduzetničkih potencijala KKI u korist ekonomskog i društvenog rasta i razvoja.

3. Specifični problemi sektora kulture i kreativnih industrija

Analizom rezultata istraživanja spoznali smo i najveće probleme sa kojima se susreću akteri u KKI (Grafikon 1): posebni tržišni uslovi – neizvesnost tržišne potražnje; nedostatak informacija o dostupnim izvorima finansiranja; znanja i veština o tome kako locirati sredstva za finansiranje; nedostatak razmene podataka o: trendovima i poslovnim modelima u kreativnim industrijama, ostvarenim rezultatima i realizovanim projektnim aktivnostima, partnerskim organizacijama; pitanja vrednovanja i zaštite intelektualne svojine; loše upravljanje i planiranje – retko ko usvaja petogodišnje planove i finansijske projekcije; nedovoljna znanja i veštine za rad u digitalnom okruženju, itd. Istraživanjem smo došli do podataka o tome koji su najveći izazovi sa kojima se suočava sektor KKI pri realizaciji projekata.

Grafikon 1: Odgovori ispitanika na pitanje sa kojim izazovima se susreću u realizaciji projekata KKI u Novom Sadu – mogli su da odaberu po tri od ponuđenih 11 modaliteta.



Od ponuđenih 11 modaliteta, ispitanici su mogli da izaberu po tri (videti Grafikon 1), ali i da dodaju komentare, kao što su: nedostatak tehničkih/logističkih i kadrova u oblasti marketinga i PR-a; nepostojanje kulturne politike koja bi podržala organizacije uspešne na EU konkursima i omogućilo im tzv. *matching* fondove; stranačka politika; izostanak podrške umetničkoj produkciji i samostalnim umetnicima; nedostatak razumevanja umetničke delatnosti u odnosu na širi sektor kulture; nedostatak ulaganja u lokalnu umetničku scenu i produkciju; netransparentni model finansiranja javnim sredstvima – monopol-ska pozicija institucija kulture Grada, koja smanjuje šanse malim diverzifikovanim praksama i eksperimentima.

Očekivano, rezultati istraživanja pokazali su da je nedostatak finansijskih sredstava ključni izazov, a jedno od pitanja za ispitanike bilo je i na koji način obezbeđuju finansiranje svojih aktivnosti. Poražavajuće je što su akteri kulturnog i kreativnog sektora najviše okrenuti ka konkursima za kulturu, umetnost i izdavaštvo lokalnih, regionalnih i nacionalnih nivoa vlasti, a najmanje mogućnostima koje kreiraju strana kulturno-diplomatska predstavništva i fondovi EU. Veliki deo svojih projektnih aktivnosti finansiraju sami, ali se trude da privuku sponzore i donatore (Tabela 1).

Tabela 1: Odgovori ispitanika na pitanje na koji način najčešće obezbeđuju finansiranje svojih aktivnosti, od kojih su mogli da biraju po tri od ponuđenih osam modaliteta

Ponuđeni odgovori	Ukupno
Sponzorstvom – već imamo stalne sponzore koji nas prate	18,75%
Tzv. <i>Fundraising</i> – pokušavamo da skupimo što veći broj donacija	21,25%
Sredstvima dobijenim na konkursu kod Uprave za kulturu grada Novog Sada/pokrajine/republike	83,75%
Sredstvima dobijenim prijavljivanjem za fondove EU	13,75%
Sredstvima dobijenim apliciranjem kod vlada i ambasada zemalja van EU	3,75%
Tzv. <i>Crowdfunding</i>	0,00%
Naplatom ulaznica	12,50%
Sopstvenim sredstvima	62,50%

Među najvećim problemima je nedostatak kapitala usmerenog ka ovom sektoru – modeli finansiranja, investiciona finansijska pomoć ili kreditne linije. Potrebno je rešenje koje će omogućiti sredstva garancije za one koji imaju dovoljno staža i stečenih referenci kako bi se dalje razvijali, da ne budu posmatrani kao rizični za kreditiranje, a ta rešenja mogu se ponuditi i osnivanjem fondova za dalji razvoj KKI, koji bi se punili prilivom sredstava dobijenih naplatom kazni, izvršenja... Pozitivan primer evropske bankarske prakse je holandska *Triodos* banka, osnovana 1980. sa više od 700.000 klijenata. Vođeni spoznajom da umetnost i kultura igraju važnu ulogu u ličnom razvoju ljudi i osiguravaju koheziju društva, oni rade na razvoju inovativnih načina finansiranja, i to isključivo preduzetnika i inicijativa usmerenih na ljude, životnu sredinu, kulturu i umetnost.

4. Novi načini promocije kulture

Planom rada za kulturu EU 2019–2022⁶ definisani su principi rada i tri strateška cilja: 1. iskorišćavanje moći kulture i kulturne raznolikosti za socijalnu koheziju i blagostanje, promovisanjem kulturnog učešća, mobilnosti umetnika i zaštite nasleđa; 2. Podsticanje zapošljavanja i rasta u sektorima KKI podsticanjem umetnosti i kulture u obrazovanju, promovisanjem relevantnih veština i podsticanjem inovacija u kulturi; 3. jačanje međunarodnih kulturnih odnosa na način da se maksimalno iskoriste potencijali kulture za podsticanje održivog razvoja i mira. Evropski ciljevi i plan rada ukazuju na sve što je neophodno učiniti i u Srbiji, da bi se obezbedio održivi razvoj sektora, posebno u novom pristupu promociji i ukupnoj vidljivosti.

Digitalno okruženje savremenog doba donelo je promene kada je reč o kulturi i tržištu kreativnosti. Prednosti koje nam novi kanali komunikacije nude treba da koristimo u smislu izgradnje novih nivoa kulture, jer se desilo da su neki manje maštoviti, agresivniji sadržaji i forme, putem mas medija nametnuti pod pojmom kreativnosti i kulture. Janjić (2017: 422–423) iznosi tvrdnju da je došlo do svojevrstne destrukcije kulture, gde se kroz uništavanje (jedne) kulture, demonstrira nekultura i ističe da je po samoj svojoj prirodi kultura dijaloška. Mi komunikacijom prenosimo, stvaramo, vrednujemo, promovišemo i dalje izgrađujemo kulturu. Novi tehnološki modeli i kanali komunikacije omogućili su priliku (baš) svakom da se predstavi, iako treba imati na umu da tehnologija nije samo aktivno sredstvo, već je uslovljena i načinom dizajna, implementacije i legislativnog okvira. Du Gaj upućuje na Laturovo delo „Tehnologija je društvo koje je trajno” i važnost uzimanja „materijalnosti“ i „neljudskih aktera“ ozbiljno, kada se radi o proučavanju odnosa između kulture, tehnologije i društva. (de Gay et al., 2013: 7). Imajući ovo u vidu, promocija i komuniciranje kulturnim i kreativnim vrednostima zahtevaju da budu upravljane, integrisane i vođene, zahtevaju strateško planiranje radi postizanja cilja, a to je, pre svega, vidljivost na domaćem i inostranom tržištu. Kreiranje jedinstvenog pristupa

⁶ Plan rada za kulturu EU zasniva se na principima da kultura ima suštinsku vrednost; doprinosi održivom društvom i ekonomskom razvoju; kulturna i jezička raznolikost je ključna prednost EU i njena zaštita i promocija su od ključnog značaja za kulturnu politiku; kultura zahteva holistički i horizontalni pristup u pogledu zakonodavstva, finansiranja i međusektorske saradnje; redovni dijalog između država članica, institucija i civilnog društva i tematska saradnja sa međunarodnim organizacijama stvaraju sinergiju i dovode do boljih rezultata; bolje upravljanje zahteva jasne odgovornosti i angažman svih aktera; redovno nadgledanje progressa; neophodna fleksibilnost ovog plana rada (Council of the European Union, 2018: 4).

komuniciranju i promociji srpske kulture i kreativnosti postala je nužnost i iziskuje kreiranje nacionalnih akcionih planova, ali i ogromno zalaganje i aktivnost kulturne diplomatije. Skeptici će možda kritičkim osvrtom podsetiti da država nije ulagala previše u promociju ijednog sektora, ali treba naglasiti da ni jedan sektor nije toliko zapostavljen i prepušten sam sebi kao sektor kulture i kreativnosti, posebno onaj vaninstitucionalni deo njega, kada je reč o vidljivosti i promociji.

Da bi nešto postalo roba, treba, pre svega, da se oglasi na tržištu – mestu sučeljavanja ponude i tražnje: „Pomoću novca (novčanih „glasova“) potrošači odlučuju šta će kupiti i time utiču, na objašnjeni način, i na odluke o proizvodnji, budući da preduzeća proizvode dobra za kojima postoji tražnja.” (Bukvić, 2012: 21) Iako oni koji stvaraju kulturu, umetnost ili bilo koji drugi kreativni proizvod, svojim delovanjem utiču na sklonosti „potrošača“, sva njihova dalja ostvarenja i kreativni rad zavise od odluka: publike, čitalaca, auditorijuma, korisnika... Janson (1966: 17) ukazuje na to da umetnik ne stvara samo radi ličnog zadovoljstva, već ima potrebu za priznanjem drugih za svoj rad i zaključuje da su umetnicima potrebni i pokrovitelji, koji su uvek pre publika, nego potrošači. On razlikuje pojmove publike i potrošača prema tome što potrošač kupuje proizvode zanatstva, zna na osnovu pređašnjeg iskustva šta će kupiti i njega posmatramo kao zadovoljnog. Publika je kritična, ćudljiva, oduševljena, spremna da prihvati i odbaci i sve što je pred njom izloženo je sudu. Da bi privukli i publiku i „potrošače“, kao u svakoj privrednoj grani, moramo do njih dosegnuti porukom o proizvodu. Bukvić (2012: 28) pojašnjava:

„I pored velike uloge koju ima u utvrđivanju preferencija potrošača i njihovog izbora, u podsticanju inovacija, i posebno u alociranju ograničenih resursa, tržište te funkcije obavlja s dosta nesavršenosti, zbog čega njegovo delovanje mora biti dopunjavano i korigovano nekim oblikom svesne koordinacije.“

U našem slučaju, svesna koordinacija usmerena na korekciju ogleđa se, pre svega, u savremenim alatima komunikacije i promocije. U Novoj agendi za kulturu Evropske Komisije stoji da digitalizacija stvara nove i inovativne mogućnosti za umetnost i kulturu u smislu pristupa, izražavanja, očuvanja, širenja i potrošnje (Council of the European Union, 2018).

Realizovanim istraživanjem utvrdili smo da ispitanici najviše koriste internet kanale za promociju i predstavljanje svojih ideja: društvene mreže 83,75%,

vweb-sajt 55%, TV 48,75%; potom slede štampani mediji 37,5%, reklamni štampani materijal po 37,5%, radio 28,75%, internet platforme 18,75%, usmene preporuke 27,5%, javne debate i tribine 17,5% (Tabela 2).

Tabela 2: Odgovori ispitanika na pitanje na koji način promovišu svoje aktivnosti i proizvode

Način promocije	Ukupno
Veb sajt	55,00%
Društvene mreže	83,75%
Internet platform	18,75%
Radio	28,75%
Televizija	48,75%
Štampani mediji	37,50%
Usmene preporuke	27,50%
Reklamni štampani materijal (plakat/letak/...)	37,50%
Javne debate - tribine...	17,50%

Birajući ponovo po tri od ponuđenih devet modaliteta akteri KKI u Novom Sadu izjasnili su se da se najviše oslanjaju na promociju putem društvenih mreža, veb sajta i televizije. Ispitanici su takođe u komentarima dodali da za promociju često koriste javne nastupe, javni prostor ali i saradnju sa drugim institucijama i udruženjima, gde šire polje informisanja i komunikacije kao kombinaciju navedenih modela promocije.

Rezultati istraživanja ukazuju na ogromnu samouverenost u poznavanju publike i njenih preferencija od strane ponuđača, iako se može primetiti da je potražnja za knjigama i umetničkim delima mala, bioskopske i pozorišne sale su poluprazne, a poseta koncerata, muzeja i galerija slaba (prim. autora) (Tabela 3).

Tabela 3: Odgovori na pitanje Smatrate li da dobro poznajete publiku kojoj se obraćate svojim projektnim idejama?

Ponuđeni odgovori	Ukupno
Projekte pravimo nakon sprovedenih istraživanja potreba ciljnih grupa	8.75%
Pre nego što počnemo ostvarivanje projekta, uvek sprovedemo istraživanja o sadržajima koje ćemo plasirati	11.25%
Da, posedujemo dovoljno iskustva da možemo da kreiramo projekte za koje smatramo da su potrebni Novosađanima	62.50%
Godinama se obraćamo istoj publici i znamo šta im je potrebno	40.00%
Nemamo sredstava da sprovedemo istraživanja i ne poznajemo dovoljno svoju publiku	12.50%
Nisu nam potrebna istraživanja jer smo napravili kvalitetne projekte	18.75%
Imamo problem sa privlačenjem nove publike	28.75%

Mali broj ispitanih smatra da ima problem sa privlačenjem publike ili nedovoljno kompetencija za istraživanja. Za neko buduće istraživanje ostaje da utvrdimo način na koji to rade i kako biraju ciljne grupe, te da li veb sajt, platforme i društvene mreže koriste samo prema već postojećim pratiocima ili za izgradnju i privlačenje nove publike. Predstavljani su odgovori ispitanika na pitanje da li dobro poznaju svoju publiku, gde im je bilo dozvoljeno da zaokruže po tri od svih ponuđenih odgovora.

Publiku privlači ono što je adekvatno oglašavano i učinjeno atraktivnim. Treba uzeti u obzir i to da je u današnjem modernom okruženju publika izuzetno fragmentizovana i izložena višekanalnoj komunikaciji, okružena sa više uređaja, tj. ekrana i da više vremena nego ikada provodi uz internet i aplikacije na mobilnim telefonima.⁷ Svako ko želi da oglasi produkt KKI, treba da usmeri

⁷ Prema www.internetworldstats.com 2019. u Evropi ima 719.365.521 korisnika interneta, u svetu 4.383.810.342, u Srbiji (2017) 6.325.816, sa otvorenih 3.400.000 naloga na mreži *Fejsbuk*. Prema istraživanju i analizi medijskih navika Evropljana (sprovedenog 2018. u 34 zemlje EU i kandidati) za potrebe Evropske Komisije, procenat onih koji svakodnevno koriste onlajn društvene mreže se povećava – sa 45% na 66% između 2010. i 2018. godine. Većina ispitanih ima najviše poverenja u radio, TV, potom u štampane medije; mala većina ima prosečan nivo poverenja

napore da dođe do kvalitativnih podataka o publici: individualnih specifičnih osobina, ponašanja i navika i poveže se sa njom. Istraživanja koja se odnose na potrebe i preferencije publike treba da budu kontinuirana, da se na osnovu njih pravi plan komunikacije i promocije – planiranje vremena i kanala kojima se šalje jasno usmerena poruka o ponudi, a samim tim stvara i iskustvo koje publika stiže kroz te kanale i gradi očekivanja od ponude. Umesto nekadašnjih statičnih oblika promocije i informisanja, upotreba novih tehnologija omogućava slanje poruka uz konstantne promene: one su i dalje relevantne, ali pokretne, uz dinamičnost i stalnu promenu dizajna zahvaljujući lakom i jednostavnom pristupu. Poruke kreirane uz pomoć videa i animacije su atraktivne i privlačne, lako dostupne. Takođe, ovakav način promocije i komunikacije omogućava lakši dolazak do povratnih informacija i kritike, bez koje nema napretka. Edukacija kadrova za nove modele upravljanja komuniciranjem i promocijom u sektoru KKI je hitno potrebna, baš kao i slobodan protok znanja i veština unutar i iz sektora, usmeren ka promeni tradicionalnih pristupa privredi i drugim sektorima (zdravstvu, obrazovanju, turizmu...), a što bi izrodilo novi strateški pristup u upravljanju, komuniciranju i stvaranju novih proizvoda i usluga, ali i tržišta.

5. Zaključak

Vodeći se politikama razvoja i preporukama na nivou EU, zaključujemo da je kvalitetno vođstvo, međusektorska saradnja, višegodišnje planiranje usmereno ka obezbeđivanju sredstava iz EU fondova, izgradnja prostora za podsticanje inovativnosti i regionalno umrežavanje ili učenje iz iskustva ključ za rešavanje problema, čiji su koreni u nasleđenim, zastarelim modelima rada, nedostatku podsticajnih poreskih politika i programa podrške (finansiranja), nedovoljnom nivou znanja i veština za upravljanje projektima, nepostojanju inovativnih modela i metoda proizvodnje i prodaje roba i usluga, kao i problemu zaštite intelektualne svojine i autorskih prava. Specifične veštine za rad u digitalnom okruženju više nisu samo neophodan alat ili sredstvo komunikacije, već i model za promišljanje i kreiranje nove ponude. Neophodno je planirati i realizovati

u medije (42%) (European Commission, 2018). Istraživanje Reuters o upotrebi digitalnih uređaja i aplikacija za pristup vestima, sprovedeno je na uzorku od 74.000 ispitanika širom sveta. Pristupanje vestima putem mobilnih telefona poslednjih šest godina (2012–2018) udvostručilo se. Osim zabrinutosti korisnika o tome kako vrednovati istinitost informacija na internetu, najvažnija pitanja rezultirala iz ovog istraživanja su: Kako će nove tehnologije uticati na vesti u budućnosti? Kako će platforme, izdavači medija i vlade odgovoriti na sve veću pojavu lažnih vesti? (Newman et al., 2019).

istraživanja i mapiranja (označavanja pojedinaca i organizacija – uz isticanje njihove vidljivosti) i inicirati javne rasprave, uz međusektorsku saradnju, kako bi utvrdili stanje, potrebe, želje i mogućnosti aktera sektora KKI, imajući u vidu ne jedini, već najvažniji cilj: stvaranje prilika za mlade kako bi se ostvarivali i izgrađivali radne navike, a potom stvarali lanac vrednosti koje dele na putu ka izgradnji novog preduzetničkog potencijala. Komparativnim uvidom u inostrane prakse treba uvrstiti isprobane metode i modele koji su dali rezultate (Velika Britanija na nacionalnom nivou, ili grad London lokalno). Osim strategije razvoja, potreban je kvalitetan, upotrebljiv akcioni plan (nacionalni nivo) za jačanje konkurentnosti KKI u cilju promocije održivog rasta sektora, u zemlji sa bogatom kulturnom i turističkom ponudom, nasleđem i tradicijom. Potrebno je ojačati institucionalnu i infrastrukturnu podršku razvoju KKI kako bi bili angažovani svi koji su sposobni, spremni i obrazovani. Dakle, potreban je drugačiji okvir, kako bi kreativnost učinili produktivnijom, Srbiju konkurentnijom i poželjnijom rezidencijom i destinacijom za one koji tu žive i za one koji bi to poželeli. To je okvir koji će biti usklađen sa regionalnim razvojem i predviđanjem promena na tehnološkom planu.

Literatura

- Bilton, C. (2010.) Manageable Creativity. *International Journal of Cultural Policy*, 16(3), 255–269.
- Bukvić, R. (2012). *Tržište i konkurencija*. Beograd: Polinom.
- Council of the European Union (2018). Draft Council Conclusions on the Work Plan for Culture 2019–2022. Retrieved February 13, 2019, from <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-13948-2018-INIT/en/pdf>
- du Gay, P., Hall, S., James, L., Madsen, A. K., Mackay, H., & Negus, K. (2013). *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman* (2. ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- European Agenda for Culture – Work plan for culture 2015-2018*. (2018.) Report of the OMC Working Group of Member States' Experts. Luxembourg: Publications Office EU. Retrieved April 1, 2019, from <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:af8705d0-0221-4737-b65e-68579dc7dcfa/omc-report-2018.pdf>
- European Commission (2018). *Standard Eurobarometer 90: Public opinion 2018*. Retrieved June 2, 2019, from <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/STANDARD/yearFrom/2017/yearTo/2018/surveyKy/2215>
- European Parliament (2018). European Parliament Resolution A Coherent EU Policy for Cultural and Creative Industries (2016/2072(INI)). *Official Journal of the EU*, No. 238. Retrieved July 6, 2019, from https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2018.238.01.0028.01.HRV&toc=OJ:C:2018:238:TOC
- Centre for Strategy and Evaluation Services (2013). *Enhancing the Competitiveness of Tourism in the EU An Evaluation Approach to Establishing 20 Cases of Innovation and Good Practice*. Retrieved March 24, 2019, from <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/4670/attachments/1/translations/en/renditions/native>
- How to design cultural development strategies to boost local and regional competitiveness and comparative advantage: overview of good practices* (2018). EU, CoR-Commission.

- Izvešće EP - Dosljedna politika EU za kulturne i kreativne industrije*. Dokument s plenarne sednice A8-0357/2016 (2016/2072(ini)). (2016). Odbor za industriju, istraživanje i energetiku, Odbor za kulturu i obrazovanje. Izveštitelji: Christian Ehler, Luigi Morgano. Preuzeto 30. maja 2019. sa https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0357_HR.html
- Janjić, J. (2017.) *Kulturološka dimenzija delovanja Srpske pravoslavne crkve u drugoj polovini XX veka (1945-2000)* (Neobjavljena doktorska disertacija) Univerzitet „Džon Nezbit“, Fakultet za kulturu i medije, Beograd. Preuzeto 30. maja 2019. sa <http://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/9212/Doktorat%20Jovan%20Janjic.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Janson, H. W. (1966). *Istorija umetnosti*. Beograd: IZ „Jugoslavija”.
- Kovačević, M. i Bajac, M. (2018). Uvodnik. *Kultura polisa* (specijalno izdanje), 3, 7–17.
- Kovačević, M. i Damjanović, O. (2018.) Planiranje kulture i kreativnosti. *Kultura polisa* (specijalno izdanje), 3, 43–61.
- Kreativne industrije (n.d.). Preuzeto 1. aprila 2019. sa <https://www.serbiacreatives.rs/tekst/18/o-kreativnim-industrijama.php>
- Mihić, K. (2008). *Kreativne industrije, dizajn i konkurentnost: proaktivan pristup*. Beograd: Centar za Evropske integracije Srbija-CEI.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf
- Očić, Č. (2016.) Will China Become Danubian Country? Possible Impact of Danubian and New Silk Road Strategies on the Future of European integration. In *Conference Proceedings: Danube and the New Silk Road* (pp. 121–136). Belgrade: IMPP.
- Strategija kulturnog razvoja Grada Novog Sada 2016–2026. (2016) *Službeni list Grada Novog Sada*, br. 53/16.
- Šobe, F., & Marten, L. (2014). *Međunarodni kulturni odnosi*. Beograd: Clio.
- Tatarkjevič, V. (1975.) *Istorija šest pojmova*. Beograd: Nolit.

Mirjana Kovačević
College for Communications Belgrade, Serbia

PROMOTING CULTURAL PRODUCTION IN SERBIA

***Abstract:** The paper presents the empirical study which aims to describe problems encountered by actors in the cultural and creative industries during the realization of ideas and activities in a modern digital environment. The results pointed out a discrepancy in the use of modern technology when it comes to the creation, availability and use of products of culture and creativity, and the ways they are communicated and promoted. Highlighting the problems that this sector faces, besides the knowledge of economic gain and overflows to other areas of the economy and society, should stimulate the interest of the competent institutions and decision-makers in finding more productive support programs for Serbian cultural and creative production in the future.*

***Keywords:** culture and creative industries, communication, production, new technologies.*

Digitalne tehnologije u službi globalne integracije ljudi

Meri Čejko, *Superpovezani – internet, digitalni mediji i tehno-društveni život*¹, prevod s engleskog Jelena Petrović, Clio, Beograd, 2019.



Neven Obradović²

Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet, Srbija

doi: 10.5937/cm15-25244

Zaista se čini da naslov najnovije knjige iz edicije „Multimedija“ izdavačke kuće „Clio“ na najbolji mogući način opisuje društvene odnose u eri digitalnih tehnologija. Ipak, važno je da na samom početku ukažemo na podatak iz prvog poglavlja, prema kojem 3,9 milijardi stanovnika planete Zemlje ili 52 odsto svetske populacije nema pristup internetu. Meri Čejko naglašava da ovo moramo da imamo na umu prilikom čitanja ove knjige o tehnološkoj povezanosti preko globalne mreže, digitalnih i društvenih medija i mobilnih telefona. Autorka pojašnjava da su internet i tehnološka povezanost odraz dejstva društvenih činilaca, poput društveno-ekonomskog statusa, obrazovanja, rase, etničke pripadnosti, roda, starosti, seksualne orijentacije i sličnog u fizičkom svetu. Prema Čejko, onlajn, odnosno digitalni svet, zapravo nije nezavisan od oflajn okruženja (fizičkog sveta), već je njegov deo, odakle proizilazi zaključak da se kao civilizacija i dalje suočavamo sa brojnim preprekama kada je reč o pristupu digitalnim tehnologijama. Međutim, autorka tvrdi da se ne može opo-

¹ Naslov originala: Superconnected – The Internet, Digital Media, and Techno-Social Life

² Kontakt sa autorom: neven.obradovic@filfak.ni.ac.rs.

vrgnuti i činjenica da je svet danas nesumnjivo superpovezan u tehnološkom i društvenom smislu u obimu koji se ranije nije mogao ni zamisliti, kao i da je to ireverzibilan proces sa velikim potencijalom za dalje povezivanje.

Istorijat interneta i mobilnih tehnologija i njihov uticaj na živote ljudi i doprinos stvaranju modernog informacionog doba teme su kojima se autorka bavi u drugom poglavlju. Čejko piše o razvoju ARPANET-a, njegovoj upotrebi u vojne i univerzitetske svrhe u Sjedinjenim Američkim Državama, zatim o uspostavljanju WWW (World Wide Web) od strane Tima Berners-Lija, pojavi prvih kompjuterskih virusa i rađanju „mračne“ mreže (darknet). Poseban segment posvećen je bežičnoj i mobilnoj telefoniji i razvoju pametnih telefona, nakon čega sledi potpoglavlje o pretečama društvenih mreža, odnosno o platformama poput „Jusneta“ (Usenet), „Vela“ (WELL), Vikipedije (Wikipedia) i sl. U delu poglavlja o društvenim mrežama autorka ukazuje na prve platforme koje su imale sve funkcije današnjih društvenih mreža kao što su „Siks digris“ (Six Degrees), „Klasmejts“ (Classmates.com), „Frendster“ (Frendster), itd., a zatim opširnije predstavlja „Majspejs“ (MySpace) i „Fejsbuk“ (Facebook), koji su, prema njenim navodima, za razliku od prvih platformi, bili lakši za upotrebu. „Sa istom lakoćom omogućavali su komunikaciju jedan-na-jedan i s mnoštvom drugih korisnika, te su funkcionisali kao mediji za ličnu i za masovnu komunikaciju“ (str. 49). Pozivajući se na Lija Rejnija i Barija Velmana (Rainie, Wellman, 2012), autorka nezaustavljiv razvoj interneta, mobilnih komunikacija i umrežavanja posredstvom društvenih mreža naziva trostrukom revolucijom čije su posledice osetila društva na svim nivoima tehnološkog razvoja.

Naseljavanje digitalnog okruženja je naslov trećeg poglavlja u kojem autorka detaljno analizira tehnodruštveno okruženje i upoznaje čitaoca sa složenošću onlajn iskustva. Glavna odlika digitalnog okruženja, navodi Čejko, jeste prenosivost. Naime, ljudi koriste digitalne tehnologije kako bi gradili okruženja u kojima žive i uspostavljaju odnose, kada se ta okruženja digitalizuju i kako im se može pristupiti posredstvom prenosive tehnologije (mobilni telefoni, tableti, ručni satovi i sl.) ona potencijalno postaju prenosiva. Prvi naziv za ovaj digitalni prostor bio je kiber/sajberspejs (cyberspace). Autorka govori o genezi pojma i, pozivajući se Vilijama Gibsona koji je utemeljio ovu kovanicu davne 1984. godine, ukazuje na promenu koja se u međuvremenu dogodila. „Ne tako davno, kyberspejs je bio određeno mesto na koje bismo povremeno odlazili, u koje bismo zavirili iz poznatog fizičkog sveta. Sada se izokrenuo. Izvrnuo se. Koloni-

zovao je fizički svet“ (Gibson, 2010). Digitalni prostori i aktivnosti unutar njih proizvod su saradnje. Ljudi u te prostore konstatno ulaze i napuštaju ih, individualno i grupno ih oblikuju i preoblikuju i samim tim stiču osećaj da su drugi zaista tu. Na ovaj način, navodi Čejko, digitalna okruženja dobijaju formu, teksturu, konturu i detalje ili – ukratko – postaju stvarnost. Internet i digitalni mediji pružaju korisnicima utisak i iskustvo blizine i prisustva koje nadilazi fizičku sferu pa, kada se povezujemo preko mreže, neretko imamo osećaj da su naši sagovornici zaista tu. Taj utisak, podvlači autorka, naziva se društvena prisutnost i proističe iz teorije društvenog prisustva, prema kojoj „komunikacioni mediji korisnicima pružaju više mogućnosti da postanu svesni prisustva drugih. Mogu da saznaju kakvi su kvaliteti, osobine i unutrašnja stanja drugih i da jedni druge pojme i dožive kao društveno prisutne (Short, Williams, Christie, 1976). Kada je reč o emocionalnosti, intimnosti, telesnosti, autorka smatra da ne treba brinuti da će odnosi na internetu zameniti fizičke, međutim, ne treba ni zanemariti da se oflajn i onlajn iskustva u savremenom društvu prožimaju u svakodnevicu i da ih ljudi doživljavaju kao celinu.

Digitalno okruženje utemeljeno je na parcipativnoj kulturi u kojoj, kako autorka objašnjava, pojedinci aktivno učestvuju u stvaranju i konzumiranju svojih kulturnih proizvoda i očekuje se da ih sa drugima dele slobodno i masovno. Koncept deljenja i nadzora korisnika jeste tema četvrtog poglavlja. Čejko upozorava da sama reč deljenje (sharing), na kojoj se temelje društvene mreže i slične platforme, ne uzima u obzir da od tog čina najveću korist imaju najmoćniji. Svakom informacijom koju podelimo na veb sajtovima, blogovima, društvenim mrežama, otkrivamo mnogo toga o sebi i bez ikakve nadoknade prepuštamo lične podatke korporacijama koje na njima ostvaruju enormne prihode. Važno je istaći i koncept „ekonomije pažnje“. Pozivajući se na Tomasa Davenporta i Džona Beka (Davenport, Beck, 2002), autorka objašnjava da je sa onlajn okruženjem nastala i ekonomija koja se ne zasniva isključivo na novcu. „U ambijentu u kom se pažnja poklanja teško i za njom postoji ogromna tražnja, ona može steći neke atribute instrumenta plaćanja. [...] Među korisnicima društvenih mreža smatra se uljudnim da se u zamenu za pažnju drugih zauzvrat pokloni pažnja njihovim sadržajima i iskaže lajkovima, favorizovanjem, retvitovanjem ili praćenjem naloga“ (str. 92). Razvoj društvenih mreža, piše Čejko, uticao je i na brže širenje informacija, što ima brojne prednosti, ali i mane, kao što je vrtoglavi uspon „lažnih“ vesti i informacija. Internet i digitalne tehnologi-

je su usađene u gotovo sve oblike društvenih odnosa. Autorka navodi da su ljudi jedni drugima postali sve dostupniji i vidljiviji u digitalnim kontekstima, zbog čega je i onlajn nadzor postao neizbežan. Meri Čejko nadzor u onlajn prostoru deli na vertikalni (asimetrični) i horizontalni (društveni) nadzor. Prvi se odnosi na čvrstu hijerarhijsku strukturu moći u okviru koje vlade ili korporacije nastoje da utiču na stanovništvo, da njime upravljaju, da ga štite ili usmere njegovo ponašanje. Drugi segment nadzora jeste onaj unutar samih onlajn zajednica u okviru kojeg pripadnici onlajn zajednica posmatraju jedni druge, potpuno svesni da su i sami predmet posmatranja (Marwick, 2012). Kako u ovom slučaju nadzor ne sprovodi neko moćniji, autorka knjige ga definiše kao „horizontalni“. U zaključku ovog segmenta, Čejko, ističe da internet nije privatni prostor i da građani, ukoliko žele da sačuvaju svoja prava, treba da imaju jasnu predstavu o tome.

Kao što smo naveli na početku, internet i digitalne tehnologije nisu dostupne svima na planeti i na taj način doprinose socijalnoj nejednakosti. Autorka u petom poglavlju, koje se odnosi na globalni uticaj i nejednakost, pozivajući se na relevantne autore, navodi da se razlika, odnosno, podela među ljudima na osnovu pristupa tehnologiji i načinima njene upotrebe može definisati kao „digitalni jaz“. Čejko pojašnjava da, usled različitih ekonomskih, društvenih ili kulturoloških prilika, nisu sve zemlje „podjednako u stanju da iskoriste kompjuterske tehnologije da bi postale konkurentnije na svetskom tržištu i da bi povećale blagostanje i prosperitet svojih građana“ (str. 115). Autorka navodi da je za uspešno prevazilaženje ovog jaza neophodan ravnomeran i inkluzivan tehnološki rast i razvoj, međutim, kako je on teško ostvariv, mnoge organizacije ili pojedinci koriste digitalne tehnologije kako bi pružili otpor ovakvom uređenju i doveli do promena i prevazilaženja razlika i podela. Čejko ističe da internet i digitalni mediji „otvaraju bukvalno bezbroj mogućnosti zainteresovanima za politiku (ili radozalcima) da se aktiviraju da bi podržali neki njima važan cilj. Digitalni aktivizam bitno utiče na politiku, državno upravljanje i građansko i društveno angažovanje, te pruža mnogo prilika za pridruživanje nekom digitalno povezanom političkom i društvenom pokretu ili čak za njihovo iniciranje“ (str. 130).

U šestom poglavlju knjige, Meri Čejko govori o uticaju digitalnih tehnologija na socijalizaciju i razvoj sopstva kod pojedinca, jer se oba procesa odvijaju u interakciji sa drugima. Internet i digitalni mediji, navodi Čejko, pružaju

ljudima mnoštvo prilika za posmatranje drugih i saznavanje o njima. Sa druge strane, mnogi će posredstvom digitalnih platformi uticati na njihovu socijalizaciju na razne načine. „Ljudi se na internetu susreću, upoznaju i postaju prijatelji, pri čemu se istražuje niz potencijalnih aspekata sopstva i identiteta. Ljudi se porede sa drugima, saznaju za nove norme i vrednosti i rastu kao ličnosti i kao pripadnici društva“ (str. 136). Autorka objašnjava da ljudi imaju snažnu potrebu sa samoiskazivanjem, te da digitalne tehnologije, a posebno društvene mreže, imaju važnu ulogu u iskazivanu sopstva u savremenom društvu. Fejsbuk, Tviter, Pinterest, Instagram, Redit, itd., navodi Čejko, podržavaju lični izraz i izradu sadržaja u obliku teksta, fotografije, snimaka, a ujedno su i platforme za reakcije na tuđe objave. Ove radnje se svakodnevno odvijaju i kroz njih se prema autorki može razvijati sopstvena ličnost, mogu se formirati grupe i zajednice i doći do zajedničkih stavova i zaključaka. Autorka u ovom poglavlju takođe navodi da deca koja odrastaju uz internet i digitalne tehnologije nemaju nikakvih poteškoća pri njihovom korišćenju. Ukazujući na pojam „digitalnih urođenika“, dodaje da deca danas odrastaju u okruženju u kojem su digitalne tehnologije normalan deo života, ali istovremeno upozorava da to ne znači i da o korišćenju tih uređaja znaju apsolutno sve, posebno o posledicama. Iz tog razloga, napominje Čejko, važna je celoživotna edukacija i ukazivanje na to da uticaji upotrebe tehnologije mogu biti različiti, odnosno i dobri i potencijalno štetni i opasni.

Tema sedmog poglavlja je prijateljstvo, zabavljanje i povezivanje u onlajn okruženju. Digitalne tehnologije su pružile mnogo mogućnosti ljudima da saznaju jedni za druge, a zatim i da se međusobno povežu i održe te veze. Prijateljstvo u savremenom svetu svakako ima drugačiju dimenziju u odnosu na eru bez interneta. Čejko to slikovito opisuje na sledeći način: „Umreženi ljudi danas lako prelaze s jednog kruga prijatelja na drugi. [...] Oni koji održavaju više društvenih veza i mreža onlajn, žongliraju mnoštvom društvenih odnosa u isto vreme. U zavisnosti od definicije koju čovek pripiše toj reči, neki od tih odnosa svakako se mogu smatrati prijateljstvima“ (str. 166). Autorka navodi da su članovi onlajn grupa koje zastupaju važne zajedničke interese obično čvrsto povezani i jedinstveni, te da se trude da zaštite svoje grupe u slučaju sukoba i problema. Međutim, takođe ističe i da postoje i brojne opasnosti koje proističu iz samog koncepta onlajn komunikacije. Do neslaganja može doći usled nesmotrenih reči ili zakašnjenja očekivanog odgovora, dok do ozbiljnijih problema

dolazi usled negativnih i grubih komentara, zatim uznemiravanja, proganjanja, hakovanja i sl. Čejko dodaje da ovakvom ponašanju u onlajn okruženju svakako doprinosi manjak odgovornosti koju bi ljudi inače osećali u fizičkoj interakciji, a neretko i anonimnost koja je lako ostvariva u odnosima u onlajn prostoru.

Osmo poglavlje posvećeno je tehno-društvenim institucijama, odnosno promenama društvenih institucija pod uticajem digitalnih tehnologija. Meri Čejko polazi od porodice koju naziva institucionalnim srcem društva i navodi da u tehnološki razvijenim društvima digitalne tehnologije nesumnjivo doprinose očuvanju veza među članovima porodice, ali u isti mah i menja i dinamiku i dimenzije porodičnog života. Autorka navodi da mnoge porodice, pogotovo u tehnološki bogatim društvima, ulažu u više informaciono-komunikacionih uređaja koji se mogu naći u skoro svakoj prostoriji u kući i, pozivajući se na Rejnija i Velmana (Rainie, Wellman, 2012), pojašnjava da je to primer umreženog individualizma, jer članovi porodice koriste te tehnologije kako bi ostali u vezi. Čejko zatim piše o promenama do kojih su dovele digitalne tehnologije u drugim društvenim institucijama kao što su: zdravstvo (e-kartoni, onlajn konsultacije sa lekarima, „Gugl“ doktor i sl.), religija (sajber crkve, verski tekstovi i molitve na onlajn platformama, blogovi sveštenih lica i sl.), rad i trgovina (e-trgovina, rad i umrežavanje zaposlenih preko skajpa i sličnih platformi, traženje posla posredstvom interneta i sl.), obrazovanje i biblioteke (e-učionice, onlajn časovi i predavanja, e-baze, onlajn izdanja, digitalizacija sadržaja i sl.), politika i upravljanje (e-uprava, državni informacioni sistemi, uticaj društvenih mreža na birače), mediji (konvergencija medija, simbioza medija i društvenih mreža, nove medijske forme, hiperlinkovanje sadržaja).

U pretposljednem poglavlju autorka piše o prednostima i manama superpovezanosti o kojima nije bilo reči u prethodnim segmentima knjige. Stalna dostupnost odlika je savremenog onlajn okruženja usled koje korisnici „imaju stalnu svest o ambijentalnoj prisutnosti drugih. [...] To osećanje je važno i uglavnom prijatno“ (str. 208). Naravno, tu su i mnoge negativne nuspojave poput vertikalnog i horizontalnog nadzora, nedostatka privatnosti, sajber kriminala, međutim, kako autorka ističe, sve je to sastavni deo kulture neprekidne uključenosti i povezanosti koja je naša svakodnevnica i obeležje tehno-društvenog života. Meri Čejko takođe ukazuje na ulogu digitalnih uređaja u koordinaciji svakodnevnih aktivnosti, odnosno, na sve prednosti i mane mikrokoordinacije (Ling, 2004) ili preciznije mogućnosti da svaku aktivnost koju započnemo možemo

da izmenimo tokom trajanja, jer nam telefoni i aplikacije omogućavaju lako i zgodno unošenje i dogovaranje promena. Autorka u ovom segmentu takođe govori i o multitaskingu, odnosno obavljanju više zadataka istovremeno, što je neizostavan element u savremenom radu. Ona ukazuje na mnoge probleme koje prouzrokuje multitasking i upozorava da kao čovečanstvo možemo doći u situaciju da kontinuirano poklanjamo parcijalnu pažnju mnogim stvarima istovremeno. Pozivajući se dalje na Lindu Stoun (Stone, 2005), dodaje da je parcijalna pažnja već postala pravilo u tehnološki razvijenim društvima u kojima čovek koji odaje utisak da je zauzet i povezan zapravo znači da je živ, priznat i bitan. Čejko ipak navodi da uzroke savremenog stresa ne treba tražiti u upotrebi tehnologija, već u dostupnosti velikog broja informacija. Ona pojašnjava da je strah od previše informacija nastao i pre interneta i da količinu informacija treba da određuje svaki čovek za sebe i da mu digitalne tehnologije tu zapravo mogu biti od pomoći, odnosno, da se osećaj prezasićenosti informacijama može rešiti strateškom upotrebom digitalnih alata kako bismo filtrirali, sortirali i organizovali informacije koje primamo.

U zaključnom, desetom poglavlju, autorka iznosi pozitivistički stav po pitanju daljeg razvoja tehnologija i intenziteta superpovezanosti i napominje da je usled brzine kojom se razvija tehnologija zaista teško zacrtati put ili precizno predvideti budućnost. Čejko smatra da je iz tog razloga važno biti informisan o tehnologiji i pratiti uticaj lične i društvene upotrebe tehnologije, kako bismo bili u mogućnosti da racionalano izaberemo lični put. „Promišljena, strateška i pametna upotreba interneta i digitalne tehnologije može nam pomoći da kvalitetnije upravljamo svojim tehno-društvenim životom i izgradimo budućnost punu bogatih, raznovrsnih iskustava. Zato se moramo uputiti u tehno-društveni život i dalje o njemu učiti“ (str. 244). Autorka zaključuje da su internet i digitalni mediji na strani ljudi kada je reč o stvaranju, kritikovanju i unapređenju tehnologije, društva i njihovog sopstvenog života i naglašava da u demokratiji čovek treba da ima glas. U suprotnom, prepustiće tehnološko znanje i odlučivanje drugima i time im omogućiti da kontrolišu sve aspekte tehno-društvenog života.

Knjiga „Superpovezani – internet, digitalni mediji i tehno-društveni život“ sigurno će privući pažnju stručne javnosti, ali i šire publike jer pruža sveobuhvatanu i temeljnu analizu uloge digitalnih tehnologija, interneta, društvenih mreža i onlajn medija u životu savremenog čoveka. Na kraju treba napomenuti

da je autorka svim čitaocima, ali i široj javnosti, omogućila „superpovezanost“ sa ovim delom i posle čitanja, tako što je otvorila blog na adresi <https://super-connectedblog.com/>. Na blogu se mogu pronaći dodatni materijali u vezi sa svakim poglavljem knjige, kao i nove informacije i zanimljivi sadržaji iz ove oblasti.

Uputstvo autorima

Časopis *CM: Communication and Media* objavljuje originalne naučne radove i pregledne radove iz oblasti komunikologije, medijskih studija, upravljanja komunikacijom, odnosa s javnošću i advertajzinga. Pored toga *CM* objavljuje i aktuelne stručne radove, kratka i prethodna saopštenja, iskustva iz prakse, prevode i prikaze. *CM* izlazi dva puta godišnje.

Kao jedini časopis iz oblasti komuniciranja i medija u Srbiji, *CM* ima za cilj uspostavljanje veza između domaćeg i inostranog naučno-istraživačkog rada, kao i promociju mladih istraživača i njihovih kvalitetnih radova. Dinamične promene u medijskom prostoru Srbije i balkanskih zemalja, kao i međunarodni medijski trendovi i izazovi predstavljaju posebnu oblast na koju se *CM* fokusira.

Svi radovi se recenziraju tako da je osigurana anonimnost recenzenata i autora (*double blind review*). Kako bi se obezbedio visok kvalitet i sprečio plagijarizam, autentičnost svih rukopisa se proverava u sistemima Ephorus i iThenticate.

ELEKTRONSKO PRIJAVLJIVANJE RUKOPISA

Rukopisi se podnose u elektronskoj formi putem sistema ASEESTANT (South East European Journals Production Assistant) pristupom na link:
<http://aseestant.ceon.rs/index.php/comman/about/submissions>.

