

INTERNET I JAVNA SFERA U SRBIJI

Izdavač

Beogradska otvorena škola
Masarikova 5/16, Beograd
tel.: (011) 30 65 830, 30 65 800
faks: (011) 36 13 112
imejl: bos@bos.org.yu
veb sajt: www.bos.org.yu

Za izdavača

Vesna Đukić



Sida

Objavljivanje knjige omogućila je
Fondacija Olof Palme International Center

INTERNET I JAVNA SFERA U SRBIJI

*Milan Sitarski
Nataša Radović
Smiljana Antonijević
Dragana Petković*

B()Š Beogradska
otvorena
škola

Beograd 2007

Sadržaj

Predgovor	7
Stari i novi mediji i javna sfera	9
Pojam javne sfere	9
Masovni mediji i javna sfera	12
Internet kao javna sfera	16
Modeli upotrebe interneta u javnoj sferi Srbije	30
Državne ustanove	30
Ustanove lokalne samouprave	47
Političke stranke	59
Medijske kuće	75
Izazovi i dometi onlajn javne sfere u Srbiji	85
Između „Ja“ i „Mi“: blog kao forma internet komunikacije	90
Uvod	90
Kratki istorijat forme bloga	92
Blog kao javni i/ili privatni prostor	95
Blog kao sredstvo i prostor stvaranja identiteta	98
Zaključak	99
Uticaj interneta na tradicionalne medije	103
Mediji, komunikacija i informacija	105

Razlike između starih i novih medija	107
Interaktivnost	108
Građansko novinarstvo	112
Blogovi	114
Blogosfera vs tradicionalni mediji	116
Srbija: domaći blogovi i slika interneta u medijima	122

PREDGOVOR

Centar za proučavanje informacionih tehnologija Beogradske otvorene škole (BOŠ/CePIT) osnovan je 2001. godine sa osnovnim ciljem da doprinese razvoju informacionog društva i društva znanja u Srbiji. Osnovne aktivnosti CePIT-a usmerene su ka razvijanju programa elektronskog obrazovanja i primeni informacionih tehnologija u obrazovanju, naučno-istraživačkom radu, elektronskom izdavaštvu i promociji koncepta informacionog društva. U vreme kada je CePIT započeo svoj rad, informaciono društvo i društvo znanja još nisu bili u značajnijoj meri prepoznati kao interesantni za proučavanje od strane istraživača društvenih nauka u Srbiji, niti su informacione tehnologije bile prepoznate kao moćno sredstvo sveukupnog razvoja društva i ekonomije. U tom smislu empirijska istraživanja CePIT-a predstavljala su pionirske pokušaje da se istraži stepen razvoja informacionog društva u Srbiji, ali i u regionu Jugoistočne Evrope. Prethodna istraživanja („Internet pregled: Beograd 2002“, 2002; „Globalni građani“, 2004; „Perspektive umrežavanja“, 2004; „Mreža u razvoju“, 2005) bavila su se pre svega analizom upotrebe interneta i njegovih korisnika, dok je poslednje istraživanje („Internet u Srbiji 2006 – empirijska studija internet i PC penetracije“, 2006) imalo za prevashodni cilj da ustanovi stopu penetracije interneta u Srbiji i bilo je prvo istraživanje za utvrđivanje broja internet korisnika u Srbiji na reprezentativnom uzorku¹.

U 2007. godini CePIT se opet prihvatio pionirskog zadatka. Kroz studiju koja je pred vama, projektni i istraživački tim CePIT-a

1 Od 2006. Republički zavod za statistiku počeo je da prati upotrebu informaciono-komunikacionih tehnologija u Srbiji. Podaci za 2006. i 2007. godinu dostupni su na veb sajtu Republičkog zavoda za statistiku <http://webrzs.statserb.sr.gov.yu/>.

fokusirao se na pitanja koliko i kako se internet u Srbiji koristi kao sredstvo i prostor za diskusije na teme koje su od sveopšteg, javnog značaja; koji su to veb sajtovi koji predstavljaju mesto razmene mišljenja; koje su teme predmet diskusija i kakav je njihov karakter; da li takve diskusije imaju uticaj na društveni i politički život u Srbiji. Analizirani su veb sajtovi značajnih aktera javnog društvenog života Srbije: državnih institucija, ustanova lokalne samouprave, političkih stranaka i medijskih kuća. Posebna pažnja je posvećena informacijama koje su dostupne na ovim sajtovima, načinu na koji su predstavljene, otvorenosti ovih institucija za komentare posetilaca, njihovoj spremnosti da na osnovu tih komentara stupe u interakciju sa posetiocima, kao i temama i diskusijama koji se odvijaju na interaktivnim servisima tih veb sajtova (ukoliko ova vrsta servisa uopšte na njima postoji). Rezultati ove analize objavljeni su u centralnom delu studije pod nazivom *Modeli upotrebe interneta u javnoj sferi Srbije*. Analizi prethodi uvodni deo *Stari i novi mediji i javna sfera*, u kome je dat presek teorijskih razmatranja o pojmu javne sfere i uticaju medija na njen razvoj. Najveći prostor u uvodnom delu dat je razmatranjima odnosa interneta i savremenog poimanja javne sfere. Knjiga je dopunjena sa još dva teorijska rada. Rad pod nazivom *Između „Ja“ i „Mi“: blog kao forma internet komunikacije* daje kratak istorijski razvoj bloga i analizira specifičnosti ove forme komuniciranja. Poslednji rad u knjizi *Uticaj interneta na tradicionalne medije* bavi se njihovim međusobnim odnosom, ali takođe posebnu pažnju posvećuje fenomenu bloga, posmatrajući ga pre svega kao posebnu formu tzv. „građanskog novinarstva“ i razmatra osobnosti srpske blogosfere kroz nekoliko ilustrativnih primera.

Istraživački tim CePIT-a posebno se zahvaljuje Marinku Vučiniću i Tanji Milovanović na korisnim sugestijama i svim kolegama iz Beogradske otvorene škole na svesrdnoj podršci. Posebnu zahvalnost dugujemo Centru „Ulof Palme“, bez koga ovo istraživanje ne bi bilo moguće.

STARI I NOVI MEDIJI I JAVNA SFERA

Diskusija o društvenom i političkom uticaju interneta fokusirana je na nekoliko tema: pristup, tehnološki determinizam, intelektualno vlasništvo, javna sfera, decentralizacija, anarhija, pitanje roda i etnička pripadnost, kao i na pitanja da li će elektronska mreža dovesti do otvorenijeg i demokratskijeg društva i društvenog uređenja ili do društva kontrole. Teorijska predviđanja kreću se upravo između ta dva ekstrema: „sajberoptimizma“, koji smatra da će internet dovesti do istinskog modela participativne demokratije, u kojoj će građani aktivnije učestvovati u procesu donošenja odluka i upravljanju bez velike birokratije, i „sajberpesimizma“, koji na internet i nove tehnologije gleda kao na sredstvo kontrole i nadzora.

Veliki broj savremenih autora ipak smatra da se može govoriti o demokratskim potencijalima interneta, bilo kao tehnologije ili kao socijalnog prostora. Jedan od čestih koncepata kroz koji se razmatraju moguće forme političkih i drugih društvenih implikacija interneta je javna sfera.

Pojam javne sfere

Pojam javne sfere je razradio nemački teoretičar Jirgen Habermas šezdesetih godina dvadesetog veka (Habermas, 1969). U vrlo uticajnom radu „Javno mnjenje“ on je pratio razvoj demokratske javne sfere u reprezentativnim demokratijama Zapadne Evrope. Habermas je definisao javnu sferu kao virtuelnu ili imaginarnu zajednicu koja ne postoji nužno u jasno omeđenom fizičkom prostoru. U svojoj idealnoj formi javna sfera je sačinjena od privatnih lica,

okupljenih kao javnost, koja artikulišu potrebe društva. Kroz okupljanje i dijalog javna sfera generiše mišljenja i stavove koji afirmišu ili izazivaju, a stoga i utiču na oblikovanje političke moći, upravljanje državom i kreiranje praktičnih politika. Idealno, javna sfera je izvor javnog mišljenja kojim se daje legitimitet i usmerava delovanje demokratske vlade koja upravlja državom. Habermas je pratio njen razvoj od 17. i 18. veka kroz pojavu kafea, literarnih i drugih udruženja i dobrotvornih organizacija, a posebno je istakao značaj pojave novina i štampe. Kroz javnu sferu dat je glas onim delovima društva koji do tada nisu bili uključeni u pitanja upravljanja.

Za Habermasa uspeh javne sfere zasnovan je racionalno-kritičkom diskursu, u kome su svi učesnici jednaki, a komunikacija se vrednuje na osnovu valjanosti iznesenih argumenata. On kaže: „Građanska javnost stoji i pada sa principom opšte dostupnosti. Javnost iz koje bi određene grupe bile *eo ipso* isključene nije samo nepotpuna već i nije nikakva javnost.“ (Habermas, 1969). Ovaj ideal javne sfere nikad nije u potpunosti dostignut. Kako su isključenosti zasnovane na etničkoj pripadnosti, rodu ili klasi polako nestajale tokom 19. i 20. veka, tako se javna sfera polako približavala svom idealu. Međutim, Habermas je naglasio i deformaciju javne sfere kroz napredak društvenog blagostanja, porast kulturne industrije i evoluciju velikih privatnih interesa i njihov uticaj na masovne medije. Velike novinske korporacije okrenute profitu preokrenule su štampu u agenta manipulacije. „Oni su postali kapija kroz koju privilegovani privatni interesi ulaze u javnu sferu.“¹

Habermasova razmatranja o javnoj sferi kritikovana su na više osnova. Većina mu je zamerala na idealizmu i utopijskoj viziji javne sfere. Njegovu poziciju napali su poststrukturalisti kao što je Liotar (Jean Francois Lyotar), a glavna tema poststrukturalističke kritike Habermasovog prosvetiteljskog ideala jeste njegovo fokusiranje na autonomnog racionalnog subjekta kao osnovu demokratije.

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

Osamdesetih Liotarova kritika Habermasove teze i pozicije je produbljena. Američka feministička teoretičarka i zastupnica kritičke teorije Nensi Frejzer (Nancy Fraser) dala je zanimljive doprinose promišljanju uloge javne sfere u savremenom društvu i demonstrirala rodno slepilo Habermasovog koncepta (Fraser, 1992). Ona je smatrala da Habermasov koncept podrazumeva „buržoasku, maskulinu javnu sferu“ i istakla da je nužno da ona bude otvorena za što veći broj stavova karakterističnih za različite društvene grupe, ističući i nužnost umnožavanja/multiplikovanja javne sfere, tj. postojanje većeg broja javnih sfera. Ona se, takođe, protivila striktnom ograničavanju javne sfere na teme od najšireg javnog značaja, vezane uglavnom za državu i značajne praktično u istoj meri za sve pripadnike društva. Zalagala se za fokusiranje javnosti i na neke aspekte „privatnog“² života, čije bi rasvetljavanje moglo da pomogne razotkrivanju određenih vidova sistemske nejednakosti, koji su od kritike i osporavanja zaštićeni upravo smeštanjem u privatnu sferu, prvobitno nedostupnu javnosti.

I pre nje su Oskar Negt (Oscar Negt) i Aleksander Kluge (Alexander Kluge) kritikovali Habermasa i uveli pojam „opozicione“ javne sfere, one koju sačinjava proleterijat, čime su fragmentirali, tj. multiplikovali javnu sferu.

Rita Felski je sintetizovala postavke Negta i Klugea, kao i poststrukturalističke kritike i feminističke rodne analize i zaključila da javna sfera mora biti izgrađena na „iskustvu“ političkog protesta (Negt, Kluge), uzimanja u obzir multipliciteta samog subjekta (poststrukturalizam), kao i rodnih razlika (feminističkih teorija). Tako po njoj za razliku od buržoaske javne sfere, feministička javna sfera ne pretenduje i ne predstavlja se kao univerzalna, nego nudi kritiku kulturnih vrednosti sa stanovišta žena kao marginalizovane grupe u okviru društva. U tom smislu ona konstituiše delimičnu, ili suprotnu javnu sferu, ali ipak javnu sferu.

-
- 2 Frejzerova polemiše i o pojmovima „privatno“ i „javno“ insistirajući da privatno/javno nema očigledno značenje i da je ono pre svega kulturno uslovljeno.

Ovi teoretičari su postavili ideju da postoji mnogo javnih sfera, koje se bore da privuku pažnju na teme koje su njima značajne i da te teme postave u javni diskurs. Stoga, obim delovanja i krug tema i aktera javne sfere nije dat unapred, već se mora definisati kroz debatu, od slučaja do slučaja.

Masovni mediji i javna sfera

Pojava interneta, a posebno veba (*world wide web*), vrlo brzo je pokrenula i rasprave vezane za njegove moguće političke efekte i uticaje na postojeće društvene strukture, kao i na mogući nastanak novih socijalnih funkcija.

Pretpostavke o mogućim implikacijama nadovezale su se na teorije dva glavna teoretičara medija – Maršala Makluana (Marshal McLuhan) i Rejmonda Vilijamsa (Reymond Williams) i na debatu da li (novi) mediji i nove tehnologije imaju moć da transformišu kulturu i društvo, tj. da li su novi mediji revolucionarni ili su „business as usual“. Obojica su 60-ih i 70-ih godina dvadesetog veka izneli svoje uticajne teorije, koje, mada njihovi autori nisu doživeli ekspanziju interneta devedestih godina, predstavljaju polaznu tačku za dalja teorijska razmatranja. Reymond Vilijams je bio jedan od osnivača britanskih studija kulture i medija i odbacivao je Makluanov tehnološki determinizam. Vilijams je tvrdio da mediji deluju i imaju efekta samo kroz postojeće društvene procese i strukture i da stoga reprodukuju i suštinski podržavaju postojeće odnose moći. Makluan je, sa druge strane, smatrao da nove tehnologije radikalno menjaju fizičke i mentalne funkcije čovečanstva i uveo koncept „produžetka čovekovih čula“ kroz upotrebu novih tehnologija, što dovodi do povećanja opštih ljudskih kapaciteta. On se nije mnogo bavio pitanjem kako je tehnologija razvijena, a to pitanje je Vilijamsu bilo jedno od ključnih. Po njemu su sve tehnologije razvijene i poboljšane da bi pomogle već ustanovljenim ljudskim praksama ili onim koje su poželjne ili predviđene da se razvijaju. Po Vilijamsu tehnologije ne mogu biti odvojene od pitanja „prakse/upotrebe“, tj.

načina na koji se njihov sadržaj koristi, a nove tehnologije se, po njemu, nastavljaju na postojeće prakse koje moćne društvene grupe već vide kao značajne ili nužne. One proizilaze iz ljudske intencije, a takve intencije su produkt društvenih grupa tj. njihovih želja i interesa. Savremene teorije koje iznose da se novim medijima kontrolišu ljudske intencije, veštine i kreativnost nadovezuju se na Vilijamsove tvrdnje. Makluan je, s druge strane (kao što je Vilijams predvideo), imao veoma uticajne sledbenike. Mnoge od njegovih ideja preuzeli su i razvili teoretičari koji su se zanimali za nove medije: Bodrijar, Virilio i Poster. Delo Makluana i njegovih sledbenika ima veliki značaj za one koje u novim medijima i njihovoj upotrebi i uticaju vide revolucionarne kulturne i društvene promene ili one koje imaju profesionalni interes da slave njihov potencijal. Čuvene su Makluanove sintagme: „globalno selo“, „medij je poruka“, a magazin „Vajerd“ ga je prisvojio kao svog „patrona i sveca zaštitnika“.

Habermas je naglasio bitnu ulogu medija u javnoj sferi i istakao značaj pojave štampe i novina, ali je takođe naglasio i mogućnost manipulacije javnosti putem masovnih medija. Slične stavove izražavali su i drugi teoretičari, mahom naklonjeni političkoj levisi, npr. Žak Elul (Jaques Ellul) i Herbert Markuze (Herbert Marcuse), koji je masovnim medijima druge polovine 20. veka čak pripisivao upotrebu prikriivenog „komandnog glasa“ i hipnotički efekat, naravno, isključivo u funkciji održavanja postojećeg poretka moći, nipošto njegovog redefinisanja.

Uloga tradicionalnih medija (televizija, radio, magazini i novine) u modernoj demokratiji je diskutabilna i pokreće veliki broj pitanja o njihovom potencijalu za politički kriticism ili racionalne debate. U određenoj meri tradicionalni mediji su doprineli animaciji javne sfere i razvoju demokratije time što su omogućili pristup informacijama i njihovu distribuciju. Karan je smatrao da tradicionalni mediji imaju veliki potencijal i da mogu da doprinesu razvoju demokratije i to ako bi prihvatili ulogu zastupnika različitih javnih sfera i davali prostora različitim društvenim grupama da izražavaju svoje stavove (Curran, Gurevitch, 1991). Mediji mogu da pomognu organizacijama da privuku podršku za svoje aktivnosti, da iznose

stavove i argumente ljudi koji podržavaju različite društvene akcije i da im pomognu da protestuju efektivno. Masovni mediji, po njemu, imaju i potencijal da značajno doprinesu realizaciji zajedničkih ciljeva jednog društva kroz dogovor ili kompromis između suprotstavljenih interesa i kroz podržavanje demokratskih procedura za rešavanje konflikata i definisanje kolektivno usvojenih ciljeva.

Ipak, čini se da potencijali masovnih medija nisu iskorišćeni i njihova uloga kao animatora javne sfere nije do kraja ostvarena. Izgleda da je njihova presvahodna uloga, u ovom kontekstu, emitovanje i distribucija informacija. U pitanju je jednosmerna komunikacija, od medija ka javnosti/publici. Teško, međutim, da ulogu masovnih medija u savremenom društvu i političkom životu možemo da svedemo samo na distribuciju informacija. Naime, umesto da izveštavaju, mediji su postali aktivni učesnici u političkom procesu s obzirom na njihov značaj za publicitet pojedinih političkih aktera. Štaviše, oni imaju centralni značaj za politički život. Političari koji nisu dovoljno prisutni u medijima i ne rade aktivno na publicitetu teško da će opstati na političkoj sceni. Isto važi i za teme od društvenog značaja. Ukoliko ih nema u medijima, pitanje je da li su uopšte predmet rasprave i interesa javnosti. U tom smislu, masovni mediji jesu bitni za definisanje i označavanje tema koje su od društvenog značaja ili su predmet interesovanja javnosti.

Televizija je promenila prirodu javnog diskursa. Ona je, štaviše, danas ključna za postavljanje određene teme u javni diskurs. Međutim, debate koje su prisutne na televizijama i novinama imaju jako malo elemenata Habermasovog ideala racionalno-kritičke debate. Događajima, pa i debatama, manipuliše se kako bi bili maksimalno „televizični“ i gotovo da nemaju veze sa argumentovanom debatom, a i sam odabir tema je vođen bilo gledanošću ili komercijalnim interesima. Čak i programi u kojima se uključuje publika, gledaoci koji bi trebalo da predstavljaju javnost, više su iluzija te participacije da se ne bi sami građani osećali isključenima (Dahlgren, 1995). Neki idu toliko daleko da bi ovu formu jednosmerne komunikacije označili kao formu namenjenu kontroli misli i javnosti.

Upravo zbog jednosmernosti komunikacije Hans Magnus Enzensberger (Hans Magnus Enzensberger) smatrao je pogrešnim da se termin „komunikacioni mediji“ koristi za televiziju, ističući da ona ne podržava i ne animira komunikaciju, nego je, naprotiv, sprečava, zato što svodi direktan odgovor i uključenost publike i gledalaca u komunikacioni proces na apsolutni minimum. On je smatrao da mediji treba da budu upotrebljeni za dvosmernu komunikaciju, a „represivna“ upotreba medija, koja karakteriše tzv. tradicionalne medije, mora biti zamenjena „emancipatorskom“.

Tabela 1. Prikaz karakteristika represivne i emancipatorske upotrebe medija po Encensbergeru

Represivna upotreba medija	Emancipatorska upotreba medija
Centralno kontrolisan program	Decentralizovani programi
Jedan emiter i mnogo recepijenata	Svaki primalac je i potencijalni emiter
Imobilizacija izolovane individue	Mobilizacija masa
Pasivno ponašanje konzumenta	Interakcija među učesnicima
Procesi depolitizacije	Politički obrazovni procesi
Produkcija specijalaca/ profesionalaca	Kolektivna produkcija
Kontrola od strane vlasnika ili birokratije	Društvena kontrola kroz samoorganizaciju

Encensberger je insistirao na tome da tradicionalni mediji treba da budu „svi ka svima“ („*many to many*“) pre nego „jedan ka svima“ („*one to many*“) komunikacioni sistemi da bi ostvarili pun demokratski potencijal. On je istakao da je tokom ranih godina ra-

dio bio interaktivni medij, ali se kasnije ta interaktivnost izgubila, tj. demokratski potencijali su ugušeni, odnosno nisu iskorišćeni.

Internet predstavlja šansu za ostvarenje mnogih od navedenih demokratskih potencijala, ali ipak, kao što su naglašavali neki autori, sada nemamo prednost koju je imao radio u svojim počecima, jer su danas medijske korporacije i komunikacioni konglomerati mnogo moćniji, dok je glas javnosti u velikom broju slučajeva znatno oslabljen i loše organizovan. Ovo se, doduše, ne može odnositi na sve segmente javnosti, tj. na sve „javne sfere“ nastale segmentiranjem nekadašnje habermasovske „javne sfere“, već neki od ključnih aktera među njima, shodno jačini svoje motivacije i svojoj umešnosti, uspevaju da učine veoma приметnim i uticajnim glas onih delova društva koje predstavljaju.

Internet kao javna sfera

Kao i tradicionalni mediji i internet ima potencijale da animira javnu sferu i doprinese razvoju demokratskih procesa i diskusija. Danas smo svedoci (bar oni koju su umreženi, tj. onlajn) velikog broja virtuelnih zajednica, rasprava na forumima, čet sobama i elektronskim kafeima na različite teme. U odnosu na tradicionalne medije postoje neke osobenosti interneta koje u ovom kontekstu predstavljaju komparativnu prednost. Prva je sadržana u samoj sintagmi koja podrazumeva i internetsku mrežu – informaciono-komunikacione tehnologije. Upravo kroz ovakvo označavanje se naglašava ne samo diseminacija informacija (dominantna za tradicionalne medije) nego se u istu ravan stavlja i komunikacioni aspekt.

Dve osobine interneta su možda najbitnije:

- decentralizacija i na nivou strukture i na nivou organizacije
- interaktivnost.

Internet je, pre svega, decentralizovan komunikacioni sistem. Po svojoj strukturi je najslbližiji telefonu. Svako ko je umrežen može

da zove, prima i šalje poruke velikom broju primalaca u realnom vremenu ili sa zadržskom. Ovim je omogućeno da korisnici ne budu samo konzumenti informacija nego i aktivni učesnici u njihovoj produkciji. Internet možemo označiti kao „mrežu mreža“, gde nove mreže mogu biti dodavane sve dok to dozvoljavaju određeni komunikacioni protokoli.

Mark Poster je jedan od prvih koji je govorio o internetu kao javnoj sferi (Poster, 1995). On je smatrao da je doba javne sfere u kojem se komunicira licem u lice očigledno završeno, tako da pitanje savremene demokratije mora uzeti u obzir nove forme elektronski posredovane komunikacije i postavio je sledeća pitanja: koja vrsta „subjekta“ komunicira u ovom prostoru? kakav je njihov odnos prema mašinama? kakav konglomerat subjekata, tela i mašina je potreban za demokratsku razmenu i akciju?

Za Habermasa javna sfera je homogen prostor otelotvorenih subjekata u simetričnom odnosu koji dolaze do konsenzusa kroz argumentovanu raspravu i iznošenje vrednosnih tvrdnji. Poster je smatrao da je ovaj model nemoguć u elektronskoj javnoj sferi. Po njemu, rasprava o internetu i njegovom uticaju ne treba da se svodi na pitanja tehnologije, nego je internet pre svega socijalni prostor, a ne alat (ili, kako on kaže „po efektima koje ima internet je sličniji Nemačkoj nego čekiću“). On se, prevashodno, fokusira na interakciju i postavlja pitanje nove vrste odnosa moći među učesnicima u ovoj interakciji. Da li ovi odnosi dovode do preraspodele moći između individua koje komuniciraju? Ukoliko postoji javna sfera na internetu, ko je sačinjava i kakve se informacije razmenjuju? Kakve su to zajednice u ovom socijalnom prostoru? U svom radu Poster je postavio više pitanja nego što je dao odgovora na njih, ali je među prvima problematizovao ovu temu.

Od pisanja ovog Posterovog teksta mnogo toga se promenilo. Broj korisnika je mnogostruko uvećan, kao što je i uvećan broj informacija koji je prisutan na internetu, virtuelnih zajednica, foruma, blogova, itd. Aktivističke grupe koje promovišu demokratiju putem interneta, uključujući i grupe koje drugima pružaju resurse, diskutuju o bitnim temama ili produkuju i nalaze informacije o

ovim temama, istražuju mogućnosti koje internet pruža za uključivanje građana i promovišu vladine politike, uključujući i one vezane za sam internet. Takođe, građanin može da komentariše stavove drugih, kao i da doprinese debati bilo između samih građana ili sa predstavnicima vlasti.

Ekspanzija servisa i sajtova za društveno umrežavanje i njihova sve masovnija upotreba navela je Tima Orailija (Tim O'Reilly) da izade, 2004. godine, sa konceptom *veb 2.0*³. Ovaj koncept označava drugu fazu razvoja veba, ali ne u smislu značajnih tehnoloških promena, nego se odnosi na način na koji kranji korisnici i programeri softvera koriste veb, tj. na drugu generaciju veb zajednica i servisa koji su fokusirani na pospešivanje i animiranje komunikacije i saradnje između korisnika. Iako postoji otpor prema samom konceptu veb 2.0 zato što se ne odnosi na značajno različite tehnološke inovacije, ovaj, ipak u najvećoj meri prihvaćen koncept, ozvaničio je pravac razvoja i potencijale interneta i veba kao društvenog prostora ili značajnog sredstva za društveno umrežavanje.

Jedna od velikih prednosti interneta je i mogućnost da se povežu ljudi koji imaju slične interese. Ovo je verovatno jedna od najbitnijih stvari sa socijalne tačke gledišta. Time se internet nameće kao efekatan alat za mnogobrojne manjinske i marginalizovane grupe, a takođe nam dozvoljava da govorimo o većem broju javnih sfera koje su okupljene, bilo na osnovu tema za koju se zanimaju ili na osnovu interesa. Međutim, postavlja se i pitanje da li u tim manjim javnim sferama na internetu postoji razmena mišljenja i suprotstavljenih stavova ili se okupljaju upravo po zajedničkim ili bliskim stavovima. Koliko i kako takve zajednice komuniciraju u jednoj racionalnoj debati sa zajednicama koje imaju suprotno mišljenje?

Demokratska javna sfera i demokratski sistem ipak ne mogu da postoje samo na internetu, a osobe koje sačinjavaju javnu sferu na internetu nisu isključene iz njihovog realnog socio-političkog okruženja. Rezultati procesa dijaloga i odluke koje su donesene u

3 Više o konceptu *veb 2.0* na <http://www.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

onlajn debatama jedne tematske/interesne javne sfere ili virtualne zajednice moraju da znače nešto za određenu grupu ljudi i da imaju uticaj na realno okruženje. U suprotnom, one nemaju smisla. Bitna je i fizička interakcija i pitanje je da li su zajednice ili diskusije koje postoje na internetu ekvivalentne onima koje se odvijaju u fizičkom prostoru.

Kada govorimo o internetu kao javnoj sferi/sferama, nužno je da se vratimo i na ključnu pretpostavku uspešnosti jedne javne sfere koju je postavio Habermas, a koja važi i ovde. To je „princip opšte dostupnosti“ tj. u slučaju interneta pristup mreži i informacijama. Na primeru Srbije vrlo jasno možemo da dokumentujemo problem. Prema najnovijim podacima 26,3% domaćinstava u Srbiji ima internet priključak, a 29,9% građana Srbije koristi internet, što je nešto manje od trećine građana (Republički zavod za statistiku, 2007). Da li nam ovaj podatak dozvoljava da govorimo o reprezentativnoj javnoj sferi na internetu sve dok se svakom građaninu ne obezbedi pristup mreži? Problem, naravno, nije samo tehničke/infrastrukturne prirode, nego povlači sa sobom i pitanje veština i znanja neophodnih za upotrebu računara i interneta.

Iako je jasno, navedenim podatkom, da „princip opšte dostupnosti“ još nije dostignut, autori ove knjige smatraju da je internet danas **jedan od socijalnih prostora** u kojima građani mogu da debatuju o pitanjima od opšteg interesa ili bar da doprinosu da se neka od njima bitnih pitanja uvedu u javni diskurs. Međutim, internet nije samo socijalni prostor u kojem se odvija takva debata nego aktivno transformiše komunikaciju i dovodi do stvaranja nove, autentične javne sfere.

Ono što je sigurno jeste da internet pruža velike mogućnosti za oživaljavanje javne sfere. Alinta Thornton (Alinta Thornton) kao vrlo obećavajuće navela je sledeće (Thornton, 2002):

- mogućnost za manje interesne grupe da se povežu i komuniciraju
- mogućnost da individua ili manja grupa sa nevelikim resursima iznese svoje mišljenje većoj grupi ljudi

- relativno lak uvid u različita mišljenja
- dugovečnost materijala na internetu koji pružaju značajne informacije i relativno lak uvid u njih
- interaktivnost
- formiranje onlajn zajednica.

Novozelandski sociolog Linkoln Dalberg (Lincoln Dahlberg) otišao je još dalje u analizi interneta kao javne sfere i u članku „Kompjuterski posredovana komunikacija i javna sfera – kritička analiza“ pokušao da na onlajn komunikaciju, koja je u razvijenom delu sveta u izrazitom rastu krajem 20. i početkom 21. veka, primeni kriterijume koje je Habermas smatrao nužnim za postojanje javne sfere (Dahlberg, 2001). Dalberg je u Habermasovim delima posvećenim javnoj sferi identifikovao sledeće kriterijume:

- autonomija od države i ekonomske moći
- uzajamna kritika valjanosti argumenata
- reflektivnost
- uživanje u ulogu sagovornika
- iskrenost
- jednakost i težnja ka uključivanju.

Ovim postupkom je hteo da utvrdi da li ta komunikacija proširuje prostor javne sfere, kao i doprinosi li njenom kvalitetnijem funkcionisanju unutar racionalno-kritičkog i moralno-praktičnog diskursa.

Prvi kriterijum *autonomija od države i ekonomske moći* poslužio je Dalbergu da utvrdi može li se uopšte govoriti o onlajn prostorima javne interakcije. U ovom smislu autor je izneo niz izrazito kritički obojenih stavova i pesimističkih procena, što je svakako u skladu sa pomenutim pristupom mnogih levičarskih intelektualaca, uključujući i Habermasa, ali je u izvesnom neskladu sa kasnije iznetim procenama samog Dalberga, koje nikako ne obeshrabruju upotrebu interneta u osnaživanju javne sfere. Kolonizaciju sajber prostora od strane države i velikog biznisa koja ugrožava auto-

miju njegovih ostalih subjekata, pre svega kroz zamenu racionalne komunikacije iracionalnom instrumentalnošću, on prepoznaje i u nekim procesima koji međusobno nisu povezani ili čak mogu biti i kontradiktorni. Državna cenzura blokiranjem pristupa pojedinim sadržajima ili tajnim praćenjem elektronske pošte (obe pojave su u demokratskim zemljama, čak i u jeku „rata protiv terorizma“, prilično neefikasne u smislu kontrole i ograničavanja slobode korisnika interneta) teško se može svrstati u isti korpus pojava sa privatizacijom i komercijalizacijom sajber prostora i infrastrukture nužne za komunikaciju u njemu, ili sa spajanjem kompanija vodećih na tom polju. Postojanje zaista ogromne količine komercijalnog sadržaja na internetu za sada ni na koji način ne ugrožava mogućnost onih korisnika koji žele da ga koriste za informisanje ili debatu o društvenim pitanjima da to učine, ukoliko zaista žele.

Moguće je da su Dalberg i njegovi istomišljenici gajili nadu da će korišćenje interneta isključivo u naučne, obrazovne, informativne i društveno-debatne svrhe potrajati makar onoliko koliko je i štampi trebalo da pređe put od Gutenbergove Biblije i Didroove Enciklopedije do tabloida, stripova, pornografskih izdanja, komercijalnih oglasa i luksuznih trgovačkih kataloga. Osim toga, koliko god kompanije koje se bave pružanjem usluga vezanih za internet bile rukovođene finansijskim interesom, upravo taj interes navodi neke od njih da makar deo svojih usluga usmere ka, dakle i prilagode ih, populaciji naklonjenoj razmatranju tema koje nedvosmisleno spadaju u domen javne sfere. U razvijenim društvima ta populacija nikako nije malobrojna, a ako je u nekoj sredini malobrojnija nego u ostalima, ili u odnosu na očekivanja elitnih intelektualnih krugova, uzroci toga se nikako ne mogu naći u specifičnostima upotrebe interneta ili bilo kog sredstva komunikacije. Autor, doduše, priznaje da internet pruža značajne perspektive za razvoj javne debate i navodi mnoge uspešne primere mejling lista, čet grupa, foruma i elektronskog izdavaštva, koje za promišljanje i debatovanje društveno relevantnih tema aktivno koristi veliki broj ljudi, „čak“ i uz upotrebu privatizovane infrastrukture. Prvobitno izloženi pesimistički stav postaje jasniji kada Dalberg kao retku izrazito svetlu tač-

ku prepozna činjenicu da veliki broj tih servisa ne pripada nijednoj političkoj stranci, interesnoj grupi ili korporaciji. Ovakav stav nameće pitanje – da li među najistaknutijim savremenim teoretičarima javne sfere preovlađuje stav da nju treba ne samo zaštititi od monopola organizovane politike i biznisa već da aktere koji dolaze iz tih segmenata društva iz nje treba i proterati?

Pomoću drugog kriterijuma *uzajamne kritike valjanosti argumentata* među akterima javne sfere Dalberg je pokušao da utvrdi da li je onlajn komunikacija smislena i suvisla, tj. da li doprinosi ozbiljnom promišljanju društvenih problema, potkrepljenom argumentima koji su podložni kritici. Presentovao je nalaze Kolba iz 1996: „Teme se razvijaju kroz nekoliko razmena kraćih poruka pre nego kroz razmenu jedne dugačke izjave o stavovima... Umesto dugih argumentativnih linija, najpre razvijenih pa zatim prezentovanih odjednom, nalazimo izjave i njihova osporavanja date tačku po tačku. Tekstovi više liče na animiranu konverzaciju... Ritam razmene poruka u mejlovima i na mejling listama ohrabruje izražavanje protivljenja tuđim argumentima i svedene poruke, ali i brze prelaze sa onoga što ste upravo saopštili na argumente i pretpostavke koji stoje iza toga. Stavovi se ispituju iz velikog broja uglova, a ima i zahteva za potkrepljivanje pojedinih stavova. Ovo čini mejl dobrim medijem za onu vrstu dijaloga o kojoj govori Habermas, koji zahteva potkrepljivanje svake izjave i ispituje valjanost i iskrenost svih stavova.“ Sam Dalberg tvrdi da se ove ocene mogu uspešno primeniti i na komunikaciju unutar njuz grupa, čet soba i veb foruma. Veliki broj autora je u sopstvenim istraživanjima došao do sličnih nalaza, po kojima čak većinu učesnika u onlajn interakcijama čine ljudi različitih stavova, koji učestvuju u „borbi ideja“. Neki autori su na slučajnim uzorcima korisnika pomenutih internet servisa čak ispitivali procenat poruka koje su poslate kao odgovor na prethodnu poruku, mada neki od tih servisa pružaju odlične uslove za preglednu asinhronu komunikaciju, koja čak iako posvećena nekoj užoj temi vezanoj za glavnu temu debate, ili se odvija isključivo između pojedinih a ne svih njenih učesnika, ne ugrožava nužno suvislost i racionalnost debate u celini. Primetna je i tendencija da učesnici

debata često potkrepljuju svoje stavove pozivanjem na različite onlajn i druge izvore, tako da je generalni zaključak Dalberga da uslov uzajamne kritike valjanosti argumenata nije sistemski eliminisan u sajber prostoru.

Pomoću četiri preostala uslova Dalberg je pokušao da proceni kvalitet onlajn komunikacije. *Refleksivnost*, tj. kritičko osvrtanje na sopstvene stavove i mogućnost njihove promene usled suočenja sa boljim argumentima sagovornika, pomaže u transformaciji aktera javne sfere iz isključivo privatnih u javne ličnosti, ali je njeno praćenje i merenje veoma teško jer je ona posledica unutrašnjih procesa, koji uz to traju dosta dugo. Po Dalbergu onlajn komunikacija podstiče refleksivnost pošto debateri pažljivije promišljaju svoje pisane poruke, kojima se najčešće i oni i ostali učesnici mogu vratiti posle nekog vremena, svakako pažljivije nego što je slučaj sa usmenim izjavama u debatama u realnom prostoru i vremenu. Otežavajuće okolnosti po refleksivnost su, međutim, nelinearna struktura konverzacije i brzina razmene poruka, naročito kratkih i nedorečenih, mada oni učesnici debate koji žele da izbegnu te teškoće mogu to i da učine. Objektivni uzroci ovih teškoća mogu proisticati iz tehničkih i ekonomskih okolnosti (tehnički uslovi i cena pristupa internetu, što dovodi do „vremensko–ekonomskog stresa“ pri pisanju i slanju poruka), ali i iz sposobnosti i volje drugih učesnika u debati da čitaju duge i argumentovane poruke, koje nekada zbog zamarajućeg efekta gube na ubedljivosti. Doduše, Dalberg konstatuje da „...kraći tekstovi ne vode nužno u nedostatak refleksivnosti, kao što ni postavljanje dugih izjava ne može biti izjednačeno sa njenim postojanjem. Kratki postovi (tekstovi) ne samo da maksimalizuju uključivanje učesnika u debatu, dajući drugima više mogućnosti da ‘pričaju’, već mogu doprineti i održivim raspravama u kojima se akumulira dosta smislenosti i refleksivnosti.“ Nelinearna struktura konverzacije može predstavljati problem neiskusnim korisnicima različitih internet servisa, ali se taj problem uglavnom prevazilazi sticanjem iskustva. Ovakav tip konverzacije omogućuje vođenje nekoliko paralelnih debata, što može povećati uključivanje većeg broja debatera, pošto se izbegava redukcija na izrazito usko

definisane temu koja interesuje samo mali broj pojedinaca i omogućava razmenu većeg broja stavova i mišljenja o različitim aspektima teme i iz različitih uglova. Brzina razmene poruka predstavlja možda najozbiljniju smetnju refleksivnosti pošto sužava i prostor i vreme za raspravu i kritiku stavova, naročito u slučaju čet soba, kod kojih poslate poruke vrlo brzo nestaju sa ekrana. Kod ostalih servisa taj problem nije toliko izražen (uostalom, i u debatama u realnom prostoru i vremenu postoje učesnici skloni bržoj ili sporijoj razmeni izjava), dok se u slučaju četa može ublažiti čuvanjem i objavljivanjem transkripata debata od strane njihovih moderatora. Mogućim zahtevima i očekivanjima pojedinih učesnika u debati za brzim odgovorima na njihova pitanja ili komentarima njihovih stavova može se izaći u susret strukturisanjem pravila debate, uključujući i njihovu dinamiku, što je lakše primeniti kod dugotrajnih debata sa posvećenim i kompetentnim učesnicima.

Uživljavanje u ulogu sagovornika je kao uslov za smislenu i produktivnu komunikaciju naročito bitno u onlajn debatama, u koje su često uključeni predstavnici mnogo raznovrsnijih društvenih grupa, kultura i škola mišljenja nego u ostalim debatama. Sam taj diversitet, međutim, uživljavanje čini težim. Osim toga, odsustvo obaveze učesnika debate da obelodane ostalima svoj pravi identitet dovodi do slabljenja značaja društvenog konteksta i odgovornosti za sadržaj i ton datih izjava, koji su imanentni nevirtuelnim debatama. Neki učesnici koriste tu situaciju da iznesu stavove koji nisu u skladu sa preovlađujućim društvenim vrednostima i normama, usled čega neke debate dobijaju i karakter razmene uvreda i ostrašćenih izjava. Posebno velika odgovornost u zadržavanju debata unutar makar i široko protumačenih okvira civilizovane komunikacije leži na moderatorima. Pored agresivnih, nepristojnih i uvredljivih poruka, još ozbiljniju prepreku delotvornom uživljavanju u ulogu sagovornika predstavlja jednostavno odsustvo volje debatera da to čine, olakšano mogućnošću nastupa pod lažnim ili promenljivim identitetom. Naravno, pomenute okolnosti u sajber prostoru ne stimulišu sve korisnike da nastupaju nekorektno prema sagovornicima. Neke od njih, naprotiv, te okolnosti baš i navode da mnogo više

energije i vremena posvete upoznavanju stavova, motiva i interesa sagovornika koga upoznaju isključivo preko njegovih pisanih poruka, bez mogućnosti da se one potkrepe govorom tela, intonacijom i ritmom govora ili drugim retoričkim veštinama. Uostalom, da kod kritične mase učesnika ne postoji makar elementarna posvećenost intenzitetu i kvalitetu debate, njenoj temi i ostalim učesnicima, postojanje brojnih virtuelnih zajednica ne bi bilo moguće. Neke od njih se, štaviše, odlikuju veoma visokim stepenom posvećenosti, što s druge strane podstiče tendenciju grupisanja pojedinaca po kriterijumima bliskosti stavova i pogleda na svet. Unutar takvih grupa, međutim, postoji visok nivo saglasnosti o bitnim pitanjima, što komunikaciju udaljava od kritičko-racionalnog diskursa i zahteva za kritiku valjanosti argumenata, ali i smanjuje teškoće vezane za uživljavanje u ulogu sagovornika, čiji značaj u tom slučaju opada. Komunikacija unutar homogenih grupa i nema za prvenstveni cilj debatu i sporenje, već uzajamnu podršku i razmenu iskustava.

Mogućnost sakrivanja identiteta korisnika interneta često ugrožava i *iskrenost*, tj. iznošenje istinitih i autentičnih stavova i mišljenja, kao i iskrenu posvećenost njihovoj razmeni i racionalnoj kritici. Neki istraživači su, doduše, došli do zaključaka da uprkos tehničkim mogućnostima nije baš lako sakriti pravi identitet ili uverljivo nastupati pod eventualno konstruisanim lažnim. Realni identitet korisnika komunikacionih internet servisa se može naslutiti ili čak i otkriti pomoću analize jezika i stila kojim su napisane njihove poruke, iz njihovog sadržaja, potpisa koji neki korisnici koriste kao stalni sadržaj svake njihove poruke, nadimaka koje sebi daju, slika ili simbola koji takođe mogu biti stalni sadržaj nećijih poruka, pa i iz same mejl adrese. Najveći broj učesnika u onlajn debatama, međutim, ne koristi mogućnosti za sakrivanje ili simulaciju identiteta ili iznošenje neiskrenih stavova, a mnogi od njih, naprotiv, koriste internet servise upravo kao sredstvo za promociju i zastupanje svog pravog identiteta i pravih stavova. Jedna od pojava koje mogu ozbiljno ugroziti onlajn debatu je „trolovanje“, tj. lažno predstavljanje nekoga ko se uključuje u debatu iako ima načelno destruktivne namere prema njoj samoj, bilo zbog negativnog sta-

va prema ostalim debaterima ili temi, bilo zbog sopstvene zabave. Takvi postupci uglavnom dovode do pada uzajamnog poverenja među članovima onlajn zajednice, nekada čak i do povlačenja nekih među njima, pa je za očuvanje zajednice veoma korisno njihovo rano otkrivanje i eliminisanje iz debate. Doduše, „trolovanje“ sebi može da priušti relativno mali broj pojedinaca koji imaju izuzetno dobar i jeftin pristup internetu (ili mnogo novca), dovoljno slobodnog vremena i energije neophodne za efikasno dugotrajno debatovanje uz jedan ili više lažnih identiteta. Problem koji proističe iz anonimnosti nekih korisnika je prepoznat i u tendenciji opadanja civilizacijskog nivoa debata, što uključuje trivijalizovanje nekada i veoma ozbiljnih tema, upotrebu nepristojnih izraza, vređanje, ometanje debate ili učešća pojedinih debatera, provociranje, dezinformisanje, hvalisanje, ogovaranje, kao i korišćenje montiranih, neautentičnih fotografija. Treba, međutim, imati u vidu da i javna sfera van sajber prostora, od samog nastanka u 18. veku, pored mesta na kojima se vode sofisticirane i ozbiljne debate, uključuje i kafeterije i druge ugostiteljske objekte i ostala javna mesta na kojima se debatuje u izrazito neformalnom stilu i neformalnim jezikom, pa je i teorijski nivo tih debata neuporedivo niži od akademskog. Verovatno će dalji razvoj sajber prostora dovesti do njegovog segmentiranja, tj. do specijalizovanja pojedinih njegovih delova za održavanje različitih vrsta debata, koje će se razlikovati i po tipu i pravilima komunikacije.

Jednakost i težnja ka uključivanju širokog kruga učesnika u onlajn debate su, po Dalbergu, ugrožene socijalnim i kulturnim faktorima koji deluju van sajber prostora. Među njima je svakako najznačajnije nepostojanje realne mogućnosti slobodnog pristupa internetu za ogroman broj ljudi, takozvana digitalna podela, uslovljena siromaštvom i slabom infrastrukturom, pa i državnim cenzurom. Čak i velikom delu populacije koja nije izložena takvim uslovima često nedostaje vremena, kulturnog kapitala i podrške zajednice da se uključe u onlajn rasprave, ali te okolnosti postoje ne samo za onlajn segment javne sfere već i za nju u celini. Autor je primetio, kao i veliki broj drugih istraživača, da je rezultat ovih

ograničenja često pogrešan utisak koji na osnovu sadržaja onlajn debata možemo steći o zastupljenosti pojedinih stavova i škola mišljenja u nekom društvu, pošto u sajber prostoru preovlađuju pripadnici društvene elite čiji su pogledi na većinu društvenih pitanja značajno različiti od pogleda šire populacije. Mi ćemo dodati i da se unutar same elite, tj. unutar onog njenog dela sklonog da debate o društvenim pitanjima putem informaciono komunikacionih tehnologija, znatne razlike u stavovima, pogledima na svet, pa i u stilu i načinu njihovog zastupanja i diskutovanja, mogu primetiti između različitih internet portala, foruma, čet soba i drugih servisa, zavisno od društvenih i idejno definisanih grupa kojima pripada većina njihovih posetilaca.

Nalazi autora da se odnosi moći i statusne dominacije mogu preneti i u virtuelne zajednice, uz pomoć raspoloživog vremena koje za komunikaciju imaju neki korisnici, njihovog natprosečnog tehničkog znanja, intenzivnije komunikacije sa drugim posetiocima (naročito novim i neiskusnim, na koje onda mogu da ostvare veći uticaj) i slanja poruka čiji sadržaj i stil ciljano i namerno odgovara većini posetilaca, mogu nas samo upozoriti na to da internet nije savršeni medij u kome se ostvaruje javna sfera u njenom utopijskom, ni „oflajn“ nikada neostvarenom vidu, a nikako ga ne mogu diskreditovati kao sredstvo koje javnoj sferi nimalo ne doprinosi, ili joj čak šteti. Društveni status iz „realne“ sfere, dakle, može znatno uticati na pozicioniranje pojedinca u virtuelnoj zajednici, ali će u njoj njegov status u najvećoj meri morati da se održava i učvršćuje znatno drugačijim sredstvima. Pomenuti „elitni“ oblici onlajn komunikacije mogu nekada biti čak i kontraproduktivni za popularnost i uticaj učesnika debata koji tim putem pokušavaju da u njima dominiraju. Kao i van sajber prostora, i u njemu pripadnici statusno podređenih grupa moraju uložiti veći napor i dostići viši stepen organizovanosti od privilegovanih kako bi svoj nepovoljan status promenili nabolje, s tom razlikom što im pri upotrebi interneta u toj borbi ne stoje na putu teškoće prostornog karaktera.

Oblici prenošenja društvene dominacije u sajber prostor su, suđeci po Dalbergovim nalazima, dvojaki – oni mogu biti bazirani na

primeni rodno, rasno, klasno ili drugačije diskriminišućeg pristupa ili govora *uprkos* pravilima komunikacije na određenom internet servisu, dakle na kršenju pravila, ili pak na suptilnom održavanju nekih elemenata takvog pristupa i govora upravo *zahvaljujući* pravilima smišljeno formulisanim radi učvršćivanja postojećih odnosa moći, što se često brani argumentima zaštite slobode izražavanja. U skladu sa time i oblici borbe protiv takvih pojava moraju biti prilagođeni situaciji.

Reference

- Curran, J., Gurevitch, M. (eds.) (1991). *Mass Media and Democracy*. London: Edward Arnold.
- Dahlberg, L. (2001). Computer-Mediated Communication and The Public Sphere: A Critical Analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(1). Preuzeto sa <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue1/dahlberg.html>
- Dahlgren, P. (1995). *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage Publications.
- Fraser, N. (1992). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Habermas and the Public Sphere* (Craig Calhoun, ed), Cambridge, MA: MIT Press, 109–142.
- Geynor, D. (1996). *Democracy in the Age of Information: A Re-conception of the Public Sphere*.
Preuzeto sa <http://www9.georgetown.edu/faculty/bassr/gaynor/intro.htm>
- Gordon, J. (2004). *Does the Internet Provide the Basis for a Public Sphere that Approximates to Habermas' vision?* Preuzeto sa <http://www.jakeg.co.uk/essays/habermas.htm>
- Habermas, J. (1969). *Javno mnjenje*. Beograd: Kultura.
- Jordan, T. (2001). *Cyberpower. The Culture and Politics of Cyberspace and the Internet*. London and New York: Routledge.

- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., Kelly, K. (2005). *New Media: a Critical Introduction*. London and New York: Routledge.
- Poor, N. (2005). Mechanisms of an online public sphere: The website Slashdot. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2). Preuzeto sa <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/poor.html>
- Poster, M. (1995). *CyberDemocracy: Internet and the Public Sphere*. Preuzeto sa <http://www.hnet.uci.edu/mposter/writings/democ.html>
- Poster, M. (1995). *Postmodern Virtualities*. Preuzeto sa <http://www.hnet.uci.edu/mposter/writings/internet.html>
- Smith, M. A., Kollock, P. (eds) (2004). *Communities in Cyberspace*. London and New York: Routledge.
- Soules, M. (2001). *Jürgen Habermas and the Public Sphere*. Preuzeto sa <http://www.mala.bc.ca/~soules/media301/habermas.htm>
- Thornton, A. (2002). *Does Internet Create Democracy*. Preuzeto sa <http://www.zip.com.au/~athornto/thesis2.htm>
- Tsagarousianou, R., Tambini, D., Bryan, C. (eds.) (1998). *Cyberdemocracy. Technology, Cities and Civic Networks*. London and New York: Routledge.
- Wardrip-Fruin, N., Montfort, N. (eds) (2004). *The New Media Reader*. Cambridge, Massachusetts and London, England: The MIT Press.

MODELI UPOTREBE INTERNETA U JAVNOJ SFERI SRBIJE

Centralni deo ove studije odnosi se na empirijsko istraživanje upotrebe veća kao sredstva javne sfere najvažnijih društvenih aktera i institucija u Srbiji. Među ove aktere uvrstili smo one koji po svojoj prirodi utiču na život širokih krugova građana, pre svega organe vlasti (kako državne tako i lokalne), ali i političke stranke koje učestvuju u konstituisanju tih organa i predstavljaju njihovu glavnu vezu sa celinom društva, kao i medije, kojima se ne može osporiti ni veliki uticaj na borbu stranaka oko vršenja vlasti, a ni uloga drugog značajnog posrednika između vlasti i društva. Stranke i mediji su, pored toga, prirodom svojih delatnosti i funkcija, prepoznati kao institucije od kojih se može očekivati pionirska uloga u primeni novih sredstava komunikacije. Državna i lokalna vlast, s druge strane, u demokratskom poretku imaju implicitnu obavezu intenzivne komunikacije sa građanima kao izvorom suvereniteta i njihovog sopstvenog legitimiteta, kao i obavezu unapređivanja svih oblasti javnog društvenog života, uključujući i tehniku sa svim njenim aspektima – privrednim, obrazovnim, socijalnim itd.

Državne ustanove

Bez obzira na činjenicu da termin „javna sfera“ obuhvata neuporedivo širi krug institucija, pojedinaca i odnosa među njima nego što podrazumeva država sa njenim institucijama i propisima, ovaj pregled veća kao jedne od komponenti javne sfere u Srbiji počinje upravo kratkom analizom sajtova velikog broja državnih ustanova.

Motiv za ovakav pristup je prvenstveno proistekao iz značaja državnih institucija i njihovih propisanih pravila za svakog pojedinca, bez obzira na njegove stavove i pripadnost ma kojoj društvenoj grupi. U demokratskim društvima, uostalom, baš zbog toga državni organi imaju obavezu da se približe građanima, inciraju transparentne i široke diskusije o svojim politikama i pitanjima koja su u interesu građana i da pospešuju njihovu participaciju, tj. učešće u procesu donošenja odluka o tim politikama. U skladu sa time, uvođenje informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) u celini, pa i veća kao jedne od možda najperspektivnijih aplikacija ovih tehnologija, u sferu delovanja države omogućava i prouzrokuje realne promene u životima najvećeg broja stanovnika neke zemlje. Nažalost, pregled sajtova državnih institucija u Srbiji koji sledi pokazuje da je jedna od najuočljivijih prepreka njihove efikasne upotrebe kao sredstva javne sfere, među čijim je najvažnijim funkcijama upravo posredovanje između države i društva/grāđana, nedostatak sredstava interakcije. Teško je proceniti da li je uzrok tome načelno odsustvo volje nosilaca državnih funkcija da ostvare viši stepen interakcije sa građanima ili jednostavno neiskustvo i nedostatak kadrovskih kapaciteta za efikasnu primenu tehničkih sredstava za interakciju.

Sajtovi državnih organa su u okviru ovog istraživanja pregledani nekoliko puta, a svi sajtovi kod kojih u tekstu nije posebno naglašeno poslednji put su analizirani 27. septembra 2007. Najviši organ vlasti u Republici Srbiji **Narodna skupština** ima sajt (<http://www.parlament.sr.gov.yu>) dostupan na ćirilćnom i latinićnom pismu, kao i na engleskom jeziku. Nažalost, i prilikom poslednje posete ovom sajtu u okviru ovog istraživanja, sredinom avgusta 2007, na vrhu naslovne stranice engleske verzije bila je vest posvećena konstitutivnoj sednici aktuelnog saziva, koja je održana 14. februara, a jedine dve vesti koje su istraživaći našli na toj stranici pored ove bile su novijeg datuma od nje, ali postavljene ispod, što je u najmanju ruku ćudan postupak u menadžmentu hronološki strukturisanog sadržaja. Pri poslednjoj poseti, 27. septembra 2007, ovi propusti su ispravljeni i na naslovnoj strani engleske verzije i strani posetioci su mogli da se na kvalitetan naćin informišu o intenziv-

noj jesenjoj aktivnosti Narodne Skupštine. Na srpskim verzijama takvih propusta nije bilo ni tokom leta, s obzirom na to da su vesti date odgovarajućim hronološkim redosledom podeljene u kategorije „Skupštinske aktivnosti“, „Informacije“ i „Aktivnosti predsednika“, pri čemu je najstarija od 18 pronađenih vesti bila iz druge polovine jula, što znači da se sajt Narodne Skupštine i tada redovno ažurirao. Na statičkom meniju najpre nalazimo linkove prema stranicama posvećenim sastavu Skupštine. Među njima možemo pronaći biografiju predsednika, formu koja omogućuje slanje poruke njemu i njegovom kabinetu (doduše bez imena članova kabineta pobrojane su samo funkcije šefa kabineta, savetnika predsednika za medije i savetnika predsednika za međunarodne odnose), poslovničke odredbe o predsednikovim ovlašćenjima i obavezama, kao i vesti o njegovim aktivnostima. Biografije i kontakti su dati i za šestoro potpredsednika i sekretara Skupštine. Baza narodnih poslanika je koncipirana tako da se do biografije i mogućnosti kontakta sa svakim od njih može doći po azbučnom redu, kao i po njihovoj pripadnosti pojedinim skupštinskim odborima, poslaničkim klubovima, strankama, kao i delegacijama Skupštine u različitim međunarodnim međuskupštinskim organizacijama. Ispod ovih linkova na statičkom meniju se nalaze (u suštini nepotrebno, pošto na centralnom delu naslovne strane postoji dobro istaknut link ka arhivi vesti) linkovi ka istim kategorijama vesti koje smo videli odmah po otvaranju sajta. Slede linkovi ka najznačajnijim državnim aktima (Ustav, Poslovnik Skupštine, doneseni zakoni i ostala akta iz skupštinske nadležnosti, kao i oni koji su još u proceduri usvajanja – najstariji akti koje možemo naći na sajtu su doneti 2001). Sledeća grupa linkova posvećena je samoj Narodnoj skupštini – istorijatu ove ustanove u Srbiji od 1804. do 1918, zbirci umetničkih dela koja su danas u njenom vlasništvu, akciji „Dan otvorenih vrata“, u okviru koje građani mogu posetiti ovo zdanje (na sajtu se mogu naći i podaci o proceduri prijavljivanja za posete), kao i državnim simbolima Srbije, koji se sa sajta mogu daunloudovati. Od kraja 2005. su, nažalost, neaktivne elektronske ankete putem kojih su građani mogli da iznose svoje stavove o pojedinim društvenim pitanjima.

Forum je aktivan u tehničkom smislu, ali su, od postavljanja juna 2003. posetioci na njemu ostavili samo 196 poruka. Zanimljivo je da je pored foruma „Razno“, koji obuhvata sve neklasifikovane teme, najviše poruka (34) bilo na forumu „Diskusija o novom ustavu Republike Srbije“, a u okviru njega najviše poruka (samo sedam!) je bilo na temi „Službena upotreba jezika i pisma“. Pojedini korisnici su se registrovali pod punim imenom i prezimenom (neki su naglasili i stranačku pripadnost, ili pripadnost nekoj drugoj organizaciji), a neki i pod nadimcima. Moderacija se ne čini preterano uspešnom, pošto je jedan broj inače retkih posetilaca ovog foruma iskoristio ovaj servis za polemike čiji ton i rečnik nisu primereni dostojanstvu Narodne skupštine, ali su njihove poruke u vreme ovog istraživanja još uvek postojale. Zanimljiv je pokušaj korisnika Jovana Keresića, potpisanog kao „Srpski Pronalazač“, da nametne i debatuje teme iz domena pronalazaštva i sa njime povezanih oblasti, koji nije naišao na odziv ostalih posetilaca. Forumi pod naslovima „Diskusija o zakonima u proceduri“ i „Diskusija o donetim zakonima“ imaju samo 14, odnosno 15 poruka. Utisak je da na ovom sajtu forum nije ni izdaleka dovoljno iskorišćen kao sredstvo interakcije najvišeg organa vlasti u Srbiji sa građanima. Baza linkova sa sajta Skupštine je veoma siromašna – sadrži samo linkove ka sajtovima Republičke izborne komisije i Vlade Srbije. Inače, na naslovnoj strani je dobro istaknut link ka sadržajima posvećenim proslavi stogodišnjice polaganja kamena temeljca sadašnjeg zdanja Doma Narodne skupštine.

Na sajtu **predsednika Republike** (<http://www.predsednik.yu>) pažnju najpre privlači baner sa fotografijama predsednika u različitim situacijama, uglavnom pri učestvovanju u javnim manifestacijama i susretima sa građanima i ostalim javnim ličnostima. Struktura sadržaja je dosta jednostavna. Mogu se lako naći predsednikova biografija, tekst o njegovoj inauguraciji 2004. i tekst inauguracionog govora, podaci o Generalnom sekretarijatu i informator o njegovom radu, sastav Kabineta predsednika Republike i biografije njegovih članova, kao i podaci o Narodnoj kancelariji predsednika, ustavne i zakonske odredbe koje regulišu njegove dužnosti i ovlašćenja, osnovni podaci o Srbiji, arhiva novosti klasifikovanih u čak 12 kate-

gorija (vesti inače zauzimaju centralni deo naslovne strane), kontakt adrese sa uputstvima za akreditovanje novinara, dok je baza linkova znatno bogatija nego na sajtu Narodne skupštine i sadrži linkove više od 100 sajtova ustanova i organizacija u Srbiji i van nje. Najuočljivija mana sajta je nepostojanje interaktivnih sadržaja, npr. foruma ili forme za slanje imejla (imejl predsednika, naravno, postoji). Ovaj nedostatak može navesti na ocenu da je glavna namena sajta jednostrana komunikacija, tj. obraćanje građanima, a ne i interakcija sa njima. Audio i video sadržaji su pažljivo odabrani i obuhvataju isključivo nastupe predsednika u izuzetno značajnim trenucima vezanim za sudbinska pitanja države – npr. deseta godišnjica zločina u Srebrenici, referendum o nezavisnosti Crne Gore, presuda Međunarodnog suda pravde u Hagu po tužbi BiH protiv Srbije i prvi susret sa specijalnim izaslanikom generalnog sekretara UN Ahtisarijem. Sajt **Narodne kancelarije predsednika Srbije** (<http://www.narodnakancelarija.srbija.yu/>), kao i prethodna dva, ima ćirilicu, latiničnu i englesku verziju i sadrži podatke o ustrojstvu ove ustanove, njenim aktuelnim i proteklim akcijama i projektima, a postoji i forma za podnošenje zahteva za razmatranje predmeta građana u elektronskoj formi. S obzirom na to da je osnovna uloga Narodne kancelarije upravo kontakt sa građanima, nepostojanje interaktivnih servisa na njenom sajtu može se smatrati za izraziti nedostatak, ozbiljniji nego kad je reč o drugim institucijama.

Sajt **Vlade Republike Srbije** (<http://www.srbija.sr.gov.yu/>) za razliku od prethodno opisanih ima i italijansku verziju, što je jedinstven slučaj među svim državnim institucijama. Naslovna stranica je dosta zanimljivo koncipirana, jer vesti zauzimaju samo levu polovinu i krajnje desni deo (uz najave događaja, tj. aktivnosti zvaničnika), dok je centralni deo ostavljen grafički naglašenim linkovima ka stranicama i prezentacijama raznovrsnog sadržaja: Rezolucija o neophodnosti pravednog rešavanja pitanja Autonomne pokrajine Kosovo i Metohija zasnovanog na međunarodnom pravu, ekspozice mandataru za sastav Vlade Republike Srbije Vojislava Koštunice iz maja 2007, ugovor o koncesiji za auto-put Horgoš–Požeга, predsedavanje Srbije Komitetu ministara Saveta Evrope, obraćanje

predsednika Vlade Savetu bezbednosti UN, njegov govor na pregovorima o Kosovu i Metohiji u Beču, Ustav Srbije, kao i stranica posvećena ubijenom predsedniku vlade Zoranu Đinđiću. Očigledno je da osnovna ideja pri koncipiranju naslovne stranice nije bila usmerena ka doslednom tematskom grupisanju sadržaja u koherentne celine vezane za Vladu, već ka prezentovanju aktivnosti i karaktera ove ustanove u njenom punom, veoma složenom kontekstu. Statički meni na vrhu stranice nudi osnovne činjenice o Srbiji, o sastavu Vlade sa biografijama premijera, vicepremijera, generalnog sekretara i svih ministara. Nažalost, linkovi ka sajtovima pojedinih ministarstava nisu dati na istom mestu, već na stranici sa kontakt podacima, zajedno sa adresama Sektora za saradnju sa medijima i kabineta predsednika i potpredsednika Vlade. Interaktivnih sadržaja, osim forme za slanje mejlova građana Vladi, nažalost, nema. Posebno su na naslovnoj strani istaknuti linkovi ka strategijama Vlade (31 dokument) i sajtu **Kancelarije za pridruženje Evropskoj Uniji** (<http://www.seio.sr.gov.yu>), koji sadrži veliki broj vesti i informacija o Srbiji i EU, dokumenata, programa, publikacija, istraživanja, adresa i linkova.

Sajt **Ministarstva unutrašnjih poslova** (<http://www.mup.sr.gov.yu/>) na vrlo efektan način prezentuje aktivnosti ove ustanove – naslovnom stranicom dominira interaktivna mapa Srbije, koja posetiocima omogućuje da klikom na teritoriju bilo koje policijske uprave steknu uvid u kratke izveštaje, koji se o dešavanjima iz domena rada ministarstva na teritoriji svake od njih izdaju na po nekoliko dana. Ostali linkovi se odnose na istoriju policije, nadležnosti i organizaciju MUP-a, zakonsku regulativu u okviru koje deluje, organizacione jedinice, dokumenta građana, standarde postupanja policije, preventivno delovanje, obrazovanje i izdavaštvo, pisma i reakcije građana i institucija, kao i zanimljivosti i aktuelnosti iz rada policije. Dat je i spisak lica za kojima je raspisana poternica, kao i umetničkih dela za kojima policija traga, podaci o Informatoru MUP-a, izdatom u skladu sa Zakonom o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja, oglasi i konkursi, odgovori na pitanja građana i baza linkova, u kojoj su možda najzanimljiviji oni

ka sajtovima drugih evropskih policija i međunarodnih policijskih asocijacija. Na gotovo svim ovim stranicama nalazi se imejl na koji je moguće ministarstvu poslati komentar, ali, nažalost, nijedna od njih nema sadržaje na stranim jezicima.

Specifičnosti sajta **Ministarstva finansija** (<http://www.mfin.sr.gov.yu>) predstavljaju stranice sa podacima o Trezoru, Upravi za duvan, igrama na sreću, kao i sa stručnim mišljenjima o propisima, porezima, carinama, taksama, javnim nabavkama, računovodstvu i reviziji. Posebno su istaknuti linkovi ka sajtovima Poreske uprave (<http://www.poreskauprava.sr.gov.yu>) i Uprave carina (<http://www.fcs.yu>). Izuzetno su bogate stranice sa pitanjima građana i privrednih subjekata i odgovorima ministarstva, koji su klasifikovani u kategorije „Devizno poslovanje“, „Poreski tretman hartija od vrednosti“ i „Aktuelno“. Pored ostalih publikacija, istaknuti su linkovi elektronskih izdanja časopisa „Finansije“ i publikacije „Vodič kroz potencijalne domaće i strane izvore finansiranja“. Kao najveća mana sajta, s obzirom na karakter i nadležnosti ovog ministarstva, može se smatrati činjenica da je na njemu u avgustu bio prezentovan nacrt Zakona o budžetu Srbije za 2007, iako je on usvojen i time postao zakon još u maju, a ni u toj formi nacрта se nije mogao videti odmah po otvaranju naslovne strane. Pri poslednjoj poseti ovog sajta u okviru istraživanja, 27. septembra 2007, mogao se naći i Memorandum o budžetu i ekonomskoj i fiskalnoj politici za 2008. godinu sa projekcijama za 2009. i 2010. godinu.

Naslovna stranica sajta **Ministarstva pravde** (<http://www.mpravde.sr.gov.yu>) prilično je nepregledna usled velike količine sadržaja i linkova. Centralni deo je posvećen, kao i možda nepotrebni linkovi na desnoj strani, vestima iz aktivnosti ministarstva, sa dosta bogatom arhivom. Statički meni, pored linkova ka stranicama sa podacima o timu ministarstva, njegovoj organizacionoj šemi, ciljevima, rezultatima i planovima i informatoru o radu, vodi i ka sadržajima specifičnim za nadležnost ovog ministarstva. Tu možemo naći podatke o zakonodavnoj aktivnosti Narodne skupštine, sa posebno istaknutim zakonima čiji je ovo ministarstvo bilo predlagač,

ali, nažalost, samo za period od marta 2004. do maja 2006. Putem tog menija mogu se naći i tekstovi Nacionalne strategije reforme pravosuđa i Nacionalne strategije za borbu protiv korupcije, dok je cela jedna stranica posvećena najraznovrsnijim informacijama na temu prekršaja, što možda i nije najsrećnije rešenje za grupisanje sadržaja, s obzirom na heterogenost ovih informacija. Sadržaj posvećen ustanovama za izvršenje zavodskih sankcija (kazneno popravni zavodi otvorenog, zatvorenog i strogo zatvorenog tipa, okružni zatvori, kazneno popravni zavodi za žene i maloletnike, zatvorske bolnice i vaspitno popravni domovi) detaljno je raščlanjen, pa se može uz pomoć pregledne interaktivne mape doći do sedišta tih ustanova i kontakt telefona (ali ne i mejl adresa i drugih mogućnosti kontakata sa njima), spiska službi, propisa o položaju i pravima osuđenih lica, statističkih podataka i organizacione šeme uprave nadležne za ove ustanove. Posebno su istaknute i međunarodne aktivnosti i projekti ministarstva, veoma detaljne i raščlanjene informacije o pravosudnim ispitima, kao i foto galerija sudova i zatvora, ali ne i prostorija u tim ustanovama. Kontakt podaci i forma za slanje mejlova ministarstvu su takođe prilično nesrećno smešteni na dno menija, tako da se ne vide odmah po otvaranju naslovne stranice.

Sajt Ministarstva za državnu upravu i lokalnu samoupravu (<http://www.drzavnauprava.sr.gov.yu>) primetno je jednostavniji i pregledniji, dok je grafički dizajniran skromno, uz korišćenje statičkog banera i koncepcije primenjene pri izgradnji sajta Vlade. Pored vesti i prezentacije časopisa „Reformator“ (do čije je aplikacije za daunloud dosta teško doći), naslovna stranica sadrži i linkove ka podacima o ministarstvu, koje zbog sličnosti sa podacima o prethodnim ministarstvima nećemo posebno nabrajati, dobro istaknute linkove koji omogućuju kontakt, a jedan od najzanimljivijih sadržaja je registar političkih organizacija u Srbiji po azbučnom redu, mada je link na taj registar neadekvatno nazvan „Organizacije“, pri čemu nema registra ostalih organizacija za koje je ovo ministarstvo takođe nadležno. Primetna mana je nedosledno odabran i grupisan

sadržaj stranice sa linkovima, na kojoj su bez ikakve klasifikacije i jasnog kriterijuma dati linkovi na sajtove nekih državnih i međunarodnih institucija, kao i samo nekih jedinica lokalne samouprave, mada je ovo ministarstvo nadležno za odnos države sa svim opštinama i gradovima. Kod nekih linkova čak nije ni naveden naziv institucije čiji je sajt u pitanju, što izuzetno otežava snalaženje posetiocima slabije upućenim u javnu scenu, a kao sajtovi pojedinih opština su prezentovani i sajtovi pojedinih organizacija ili pojedinaca sa teritorije odgovarajućih opština. Doduše, na stranici do koje se dolazi linkom „Lokalna samouprava“ nalazi se link na stranicu sa detaljnim adresarom opština i njihovih sajtova, ali bi, s obzirom na glavne nadležnosti ovog ministarstva, ovaj deo sadržaja morao da bude mnogo istaknutiji. Ista je situacija sa adresarom jedinica državne uprave, okruga, do kojeg se takođe dolazi posredno, preko stranice do koje vodi link „Državna uprava“ na naslovnoj strani.

Naslovna stranica sajta **Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede** (<http://www.minpolj.sr.gov.yu>), koji je takođe dizajniran uz primenu banera sa sajta Vlade, ima znatno više sadržaja, što nije ugrozilo njegovu preglednost. Na vrlo istaknutom mestu je link koji omogućava uvid u budžet ministarstva za 2005, 2006. i 2007, kao i kontakti Info centra ministarstva, u kome građani mogu dobiti informacije o kreditima, premijama, regresima i ostalim merama koje ono obezbeđuje, o načinu ostvarivanja svojih prava, potrebnoj dokumentaciji i rokovima, a dat je i spisak najčešćih pitanja i odgovora. U bazi linkova date su adrese 39 sajtova posvećenih poljoprivredi (uključujući i onlajn magazine i sajtove proizvođača pojedinih kategorija proizvoda), 16 posvećenih vodoprivredi, među kojima su i najvažnija javna preduzeća iz ove oblasti, 28 iz oblasti šumarstva (mahom međunarodnih), kao i 19 državnih institucija. Linkovi sajtova sedam visokoškolskih (nažalost ne i srednjoškolskih) institucija čiji programi imaju neposredne ili posredne veze sa oblastima iz nadležnosti ministarstva su takođe dati, a dosta obeshrabrujuće zvuči činjenica da stranica posvećena nacionalnim parkovima sadrži samo link na sajt nacionalnih par-

kova Crne Gore. Vesti su strukturisane po užim oblastima, među kojima su i stočarstvo, veterina, zaštita bilja i drugi, a postoji i veliki broj snažno istaknutih linkova na kojima se mogu naći korisni sadržaji, na primer Sistem tržišnih informacija poljoprivrede Srbije (STIPS), Strategija poljoprivrede Srbije, informacije o ptičjem gripu i akciji „Uništimo ambroziju“, konkursima iz susedskog programa Bugarska–Srbija i sl.

Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja, formirano tek u sadašnjem sastavu Vlade, u avgustu je i dalje koristilo internet adresu sajta nekadašnjeg ministarstva privrede (<http://www.merr.sr.gov.yu>), što je u septembru prevaziđeno. Novi sajt je pregledan i jednostavan i sadrži dobro istaknute linkove ka sajtovima ostalih državnih organa, na saradnju sa kojima je po prirodi svoje delatnosti ministarstvo neposredno upućeno: **Agencije za licenciranje stečajnih upravnika** (<http://www.alsu.sr.gov.yu/>), **Agencije za privatizaciju** (<http://www.priv.yu> – nažalost, u septembru je bio neaktivan), **Agencije za razvoj malih i srednjih preduzeća** (<http://www.sme.sr.gov.yu>), **Fonda za razvoj Republike Srbije** (<http://www.fondzarazvoj.sr.gov.yu>), **Agencije za privredne registre** (<http://www.1.apr.sr.gov.yu/apr.public/>), **Akcijskog fonda Republike Srbije** (www.share-fund.co.yu). Korisni su i kontakt podaci Turističke inspekcije, informacije o kreditima za početnike bez hipoteke i mikro kreditima za samozapošljavanje, kao i master planovi za razvoj turističkih područja Palić, Tara, Stara Planina, Soko Banja i Vlasina. Izrazito pregledan i originalnog, jednostavnog dizajna, sajt **Ministarstva rudarstva i energetike** (<http://www.mem.sr.gov.yu>) na istaknutom mestu sadrži Program ostvarivanja strategije razvoja energetike Srbije 2007–2012. godine po sektorima, a zanimljivi su sadržaji i informacije o izdavanju energetske dozvola (sa elektronskim formularom za zahtev u pdf formatu), Pravilnik o najvišim proizvođačkim cenama derivata nafte i Nacionalni akcioni plan gasifikacije Srbije. Sajt sadrži „glasačku mašinu“ i aplikaciju za prijavu na mejling listu. Sajt **Ministarstva trgovine, turizma i usluga** (<http://www.mtu.sr.gov.yu/cms/>) jedan je od retkih na kome odmah možemo vi-

deti fotografiju ministra, a sastoji se od podataka o strukturi ministarstva i vesti o njegovim aktivnostima, a zanimljivost predstavlja mogućnost komentaranja vesti, koja uglavnom postoji na medijskim sajtovima. Linkovi ka zanimljivim stranicama „Najbolje robne marke Srbije“ i „Savet ministra za zaštitu potrošača“, kao i ka sajtu Nacionalne organizacije potrošača Srbije (<http://www.nops.org.yu>) dobro su istaknuti.

Ministarstvo rada i socijalne politike, iz čije je nadležnosti po formiranju sadašnje Vlade u maju 2007. izdvojena oblast zapošljavanja, ima sajt (<http://www.minrzs.sr.gov.yu>) veoma jednostavnog dizajna kojim dominiraju linkovi ka stranicama Uprave za bezbednost i zdravlje na radu i Fonda za socijalne inovacije, dok statički meni sadrži uobičajene informacije o ministarstvu i njegovim aktivnostima. Među njima su možda mogli, zbog velikog značaja za pojedine kategorije građana, da budu istaknutiji aktuelni projekti – Uspostavljanje i primena sistema akreditacije programa obuke za pružaoce socijalnih usluga u Republici Srbiji, Projekat podrške sprovođenju Strategije razvoja socijalne zaštite, Program Fonda za socijalne inovacije, Socijalno stanovanje za ratne vojne invalide i Program unapređenja položaja osoba sa invaliditetom u Republici Srbiji. Na sajtu nisu dostupni samo kontakti ministarstva već i centara za socijalni rad, ustanova za decu, domova za invalide i stare, gerontoloških centara, organizacija za zaštitu prava osoba sa invaliditetom, inspekcija rada, Fonda solidarnosti i Republičke Agencije za mirno rešavanje radnih sporova, kao i formulari Fonda za penziono i invalidsko osiguranje i obrasci zahteva za refundiranje poreza na dodatu vrednost pojedinim kategorijama građana. Sajt **Ministarstva nauke** (<http://www.mntr.sr.gov.yu>) za razliku od skoro svih ostalih, na centralnom delu naslovne strane ne pruža obilje vesti iz svoje delatnosti ili oblasti za koje je nadležno, već tekst o svojim ciljevima. Statički meni pored podataka o ministarstvu i pravnim aktima sadrži uputstva i procedure za akreditaciju naučno-istraživačkih organizacija, Nacionalnom savetu za naučni i tehnološki razvoj, konkursima i javnim pozivima za naučne i istraživačke pro-

jekte, a posebno su zanimljivi podaci o tekućem takmičenju za najbolju tehnološku inovaciju i okvirnim programima Evropske unije FP6 i FP7.

Ministarstvo prosvete (<http://www.mps.sr.gov.yu>) na svom sajtu je naročito istaklo link prema podacima o upisu u srednje škole u školskoj 2007/8 godini (kome je posvećen poseban sajt na adresi <http://82.208.210.46/>), rezultatima akreditacije visokoškolskih ustanova i predloženih studijskih programa na tim ustanovama, Strategiji ministarstva za period 2005–2010. godine, Strategiji i Programu razvoja srednjeg stručnog obrazovanja u Srbiji, Strategiji obrazovanja odraslih, Informacionom sistemu u obrazovanju u Srbiji, novouvedenom obaveznom pripremnom predškolskom programu, dozvolama za rad – licencama nastavnika, vaspitača i stručnih saradnika, kao i međunarodnim stipendijama i konkursima. Posebna stranica sa bazom eksternih linkova ne postoji, ali su na naslovnoj strani dati linkovi prema sajtovima Fonda za mlade talente Republike Srbije, Komisije za akreditaciju i proveru kvaliteta, Nacionalnog saveta za visoko obrazovanje i Globalne kapije (sajt za međunarodnu prosvetnu saradnju). Najuočljivija mana sajta je prilično „sakriven“ bogat sadržaj na linku „Obrazovanje“, koji se odnosi na niz informacija o obrazovnim institucijama na svim nivoima, razvoju obrazovanja i međunarodnoj prosvetnoj saradnji i učeničkom i studentskom standardu.

Sajtom **Ministarstva kulture** (<http://www.kultura.sr.gov.yu>) dominiraju izuzetno intenzivne boje, a statički meni ima samo četiri osnovna linka pomoću kojih možemo naći podatke o strukturi i zvaničnicima ministarstva, kulturnim manifestacijama i seminarima, važećim zakonima i zakonima u izradi koji regulišu oblast kulture i kontaktima sa ministarstvom i njegovim odeljenjem za odnose sa javnošću, nažalost, bez i jedne mejl adrese (mejlovi pojedinih funkcionera u ministarstvu su dostupni, ali ne preko linka „Kontakt“, već „Ministarstvo“). Pored ovih linkova, naslovna stranica je prosto pretrpana grafički izuzetno istaknutim linkovima na čak 33 državne institucije, kulturne ustanove i specifična programa

iz oblasti bliskih nadležnosti ministarstva, ali bez ikakvog pokušaja klasifikacije ovih vrlo raznovrsnih linkova i sadržaja ka kojima vode. Jedini od ovih linkova koji se pojavljuju i na drugim stranicama do kojih dolazimo pomoću statičkog menija, a ne samo na naslovnoj, jesu Adresar institucija kulture (baza podataka, za čije se ažuriranje korisnici mogu prijaviti, što omogućava kulturnim poslenicima da sami predstave svoje ustanove) i link posvećen manastiru Hilandar. Jedna od ohrabrujućih činjenica je da se pri vrhu naslovne stranice može naći informacija da je dizajniranje novog sajta ministarstva u toku. Centralni deo sajta je posvećen procedurama i konkursima za finansiranje različitih kulturnih delatnosti.

Ministarstvo zdravlja je u toku istraživanja postavilo novi sajt (<http://www.zdravlje.sr.gov.yu>), koji veoma dobrom organizacijom sadržaja predstavlja strukturu zdravstvenog sistema Srbije, dokumenta koja definišu njegov rad (zakoni, uredbе, strategije), projekte iz oblasti zdravstva i procedure stručnog usavršavanja zdravstvenih radnika. Šteta je što sa starog sajta nije preuzeta odlična interaktivna mapa okruga u Republici koja je služila kao adresar zdravstvenih ustanova i bogata baza linkova koja je uključivala i kategorije „Ministarstva zdravlja u svetu“ i „Medicina na internetu“. I dalje je moguć daunloud Informatora o radu ministarstva, ali ne i obaveštenja i javnih poziva u vezi sa tenderima iz nadležnosti ministarstva, a nema više ni linkova ka drugim zanimljivim stranicama – npr. o aktivnostima ministarstva na strateškim rešenjima i o zdravstvenoj zaštiti na Kosovu i Metohiji.

Ministarstvo za dijasporu (<http://www.mzd.sr.gov.yu>) obogatilo je sajt banerom na kome se smenjuju slike prirodnih i istorijskih znamenitosti Srbije, dok jednostavni statički meni pruža dovoljno informacija o timu i strukturi ministarstva, njegovoj lokaciji, kontaktima i prisutnosti u medijima. Koristan je, lako dostupan, nažalost i prilično siromašan adresar do sada otvorenih centara i kancelarija za dijasporu u zemlji, a naročito još istaknutiji poziv za njegovo ažuriranje. Među dokumentima značajnim za dijasporu naročito su zanimljivi Deklaracija o odnosu otadžbine i rasejanja,

Objašnjenje Zakona o državljanstvu Republike Srbije i Zakon o amnestiji, a od interaktivnih sadržaja upitnik o stavovima dijaspore i upitnik o radu kulturno umetničkih društava dijaspore.

Ministarstvo spoljnih postova, koje je tek od skora u nadležnosti Republike Srbije (od nestanka Državne zajednice SCG) ima sajt (<http://www.mfa.gov.yu>) koji uprkos jednostavnom dizajnu i statičkom meniju koji se gotovo ceo vidi odmah po otvaranju naslovne stranice, sadrži obilje podataka. Link posvećen Republici Srbiji vodi na stranicu koja zapravo sadrži bazu internih i eksternih linkova ka podacima o Srbiji, sajtovima državnih, pokrajinskih i nekih gradskih institucija vlasti, bitnim dokumentima (Ustav i sl.), državnim simbolima i detaljnoj auto-karti zemlje. Rubrika „Ministarstvo“ pored podataka o njegovom ustrojstvu i biografija zvaničnika (dostupni su mejlovi samo četvoro, uključujući i ministra, od njih devetoro) sadrži i zanimljive stranice o istoriji srpske diplomatije, Diplomatskoj akademiji i Arhivu ministarstva. Zanimljiva rubrika „Spoljna politika“ sadrži tekstove o prioritetima državne politike na međunarodnom planu (o Partnerstvu za mir, odnosima sa EU, regionalnoj saradnji, međunarodnim aspektima pitanja Kosova i Metohije, borbi protiv međunarodnog terorizma), i o aktivnostima, govorima i intervjuima aktuelnog, ali i prethodna dva ministra, što omogućava uvid u razvoj politike i aktivnosti ministarstva na dugoročnom planu. Ova rubrika na stranici „Bilateralala“ nudi osnovne informacije, bilateralne ugovore i sporazume, kao i trenutne bilateralne aktivnosti Srbije sa stotinu zemalja sveta i pregled sporazuma, ugovora i protokola koji su potpisani i o kojima su pregovori u toku, dok stranica „Multilateralala“ daje obilje informacija, uključujući takođe i tekstove ugovora i sporazuma, o odnosima sa međunarodnim organizacijama: UN, OEBS, Savet Evrope, EU, PzM i drugima. Zanimljivo da je jedan od malobrojnih linkova u statičkom meniju posvećen isključivo ekonomskoj diplomatiji, a na njemu možemo naći i podatke o makroekonomskim pokazateljima i privrednim kretanjima u Srbiji, Strategiji podsticanja i razvoja stranih ulaganja, trendovima u međunarodnoj trgovini, odnosima

Srbije i OECD, linkove na sajtove važnih privrednih institucija u zemlji i druge korisne informacije. Šteta je što nema podataka o zakonodavstvu iz ove oblasti (stranica do koje vodi odgovarajući link nudi nam samo drugi, neaktivni link koji bi trebalo da vodi do sajta Privredne komore ili do podataka o njoj), a isti je slučaj sa stranicom posvećenoj privatizaciji. Stranica do koje vodi link „Javna diplomatija“ je u suštini zbirka pres klipinga i saopštenja ministarstva, a tu možemo naći i kontakt podatke Direkcije za informisanje i Direkcije za međunarodnu, kulturnu, prosvetnu, naučnu, tehnološku i sportsku saradnju. Pored ekonomije i odnosa sa medijima, kultura i obrazovanje su takođe procenjeni dovoljno značajnim oblastima spoljne politike da dobiju poseban link u statičkom meniju, na kome se mogu naći kratke informacije o svim dokumentima koji obavezuju Srbiju u ovim domenima (mada ne i tekstovi sporazuma), kao i adresar inostranih informativnih i kulturnih centara u Srbiji. Sa naslovne stranice je dostupna i rubrika „Dijaspora“, u kojoj se može naći adresar njenih klubova i organizacija u 20 evropskih zemalja, za koji je šteta što se ne može naći i na spisku prethodno opisanog ministarstva. Dat je i spisak/adresar diplomatsko konzularnih predstavništava Srbije u 65 zemalja u svetu (kao i preko stotinu misija na nerezidencijalnoj osnovi), sve misije stranih država i međunarodnih organizacija u Srbiji, sa adresama najbližih predstavništava svake od tih država/organizacija ukoliko u našoj zemlji ne postoje. Ove baze podataka mogu biti od velike koristi kako građanima Srbije u inostranstvu, tako i strancima u Srbiji. Pomenućemo još da su na naslovnoj strani posebno istaknuti linkovi ka podacima vezanim za konzularnu službu (veoma širok krug podataka sa korisnim detaljima), dokumentima i hronologiji vezanim za Kosovo i Metohiju, predsedavanju Srbije Komitetu ministara Saveta Evrope i obeležavanju 150. godišnjice rođenja Nikole Tesle.

Sajt **Ministarstva odbrane** (<http://www.mod.gov.yu>), koje je takođe u nadležnost Republike prešlo sa nivoa nekadašnje SRJ i SCG, odlikuje se, kao i sajt MIP, jednostavnim statičkim menijem,

dobrim menadžmentom sadržaja i umerenim, neupadljivim dizajnom. U relativno svedenom statičkom meniju sa leve strane, pored već uobičajenih saopštenja, najava i arhive aktuelnosti (vesti), konkursa i oglasa, svoje mesto našao je i link ka stranici „Partnerstvo za mir“, što je vidljiva ilustracija značaja koji ministarstvo pridaje učešću u ovom međunarodnom bezbednosnom programu. Na toj stranici mogu se naći, pored vesti o saradnji Srbije u okviru PzM, hronologija njenog pristupa, do sada realizovane vežbe i okvirni dokument PzM iz 1994, dok je stranica posvećena budućim koracima, nažalost, prazna. Na naslovnoj stranici nalazi se i link ka programu Centralnog doma Vojske Srbije. Značajan stepen interakcije sa zainteresovanim posetiocima ministarstvo preko ovog sajta ostvaruje kroz rubriku „Pitali ste“, na kojoj se mogu naći pitanja i odgovori vezani mahom za pravnu i statusnu problematiku. Sa naslovne strane se mogu daunloadovati Bela knjiga odbrane i Strategijski pregled odbrane, dok se od ostalih vidno istaknutih linkova van statičkog menija ističu onaj ka stranicama sa Strategijom odbrane, nacrtima zakona o odbrani i vojsci, podacima o grupi Srbije i NATO za reformu odbrane, programu zbrinjavanja viška vojnog kadra, kao i eksterni linkovi ka zvaničnom sajtu Vojske Srbije (<http://www.voj-ska.mod.gov.yu/>) i elektronskom onlajn izdanju časopisa „Odbrana“ (<http://www.odbrana.mod.gov.yu/>). Mana sajta je što se dosta obiman sadržaj do koga vode linkovi sa gornjeg statičkog menija, vezan za veoma razgranatu organizaciju ministarstva, dokumenta koja uglavnom regulišu uslove služenja vojnog roka i linkove mnogih institucija vezanih za vojsku (zdravstvene, naučne, obrazovne, kulturne, istraživačke i sl.) nije dostupan sa većeg dela stranica ovog sajta, kao uostalom ni sadržaj do koga se dolazi sa levog menija, što dosta otežava kretanje kroz sajt. Neki kontakti na odgovarajućoj stranici jednostavno nisu dati iako su same institucije pomenute, npr. Direkcija za imovinsko-pravne poslove i Centar za saradnju sa Međunarodnim krivičnim tribunalom.

Novoformirano **Ministarstvo za telekomunikacije i informatičko društvo** (<http://www.mtid.sr.gov.yu/>), verovatno usled kratkog

vremena koje je imalo na raspolaganju, nije uspjelo da izgradi sajt kvaliteta koji bi se mogao očekivati s obzirom na njegov resor. Različiti statički sadržaj koji se prikazuje na pojedinim stranicama svakako je konceptualna greška koju bi trebalo ispraviti, a od njegovih zanimljivih elemenata izdvojićemo eksterni link ka sajtu **Republičkog zavoda za informatiku i internet** (<http://www.rzii.sr.gov.yu>) i upitnik kojim posetioци mogu ministarstvu preneti svoja iskustva i planove u vezi sa korišćenjem brzog interneta. Takođe novoformirano (izdvojeno iz Ministarstva nauke i tehnologije) **Ministarstvo zaštite životne sredine** (<http://www.ekoserb.sr.gov.yu>) od specifičnih sadržaja ponudilo je englesko-srpski rečnik terminologije iz oblasti životne sredine, tekstove o klimatskim promenama i ozonskom omotaču, ali je primetni nedostatak sajta to što je kontakt sa ministarstvom moguć tek sa stranice „Linkovi“, na kojoj je, doduše, moguće i predložiti nove linkove za dodavanje u bazu. Ovo ministarstvo ćemo ipak pomenuti i po jednom izrazito pozitivnom primeru. Ono, naime, jedino u celoj Vladi na svom sajtu ima internet forum (<http://www.ekoserb.sr.gov.yu/forum/forum.php>), mada je od oktobra 2004. (dakle još iz perioda kada je bilo u sastavu većeg ministarstva) njegovih samo 11 prijavljenih posetilaca ostavilo tek nešto više od 300 poruka, najveći broj o lokalnim ekološkim temama. Još jedno ministarstvo koje je formirano tek u sadašnjem sastavu Vlade, izdvajanjem iz Ministarstva prosvete maja 2007, **Ministarstvo omladine i sporta** (<http://www.mos.sr.gov.yu>) ipak je uspjelo da u kratkom periodu podigne sajt na kome možemo naći i njegov budžet, onlajn anketu, formu za prijavu linkova, slanje izveštaja o sportskim aktivnostima i aktivnostima vezanim za omladinu i sugestija u vezi sa nacionalnom strategijom za mlade, kao i multimedijalnu razglednicu „Srbija – zemlja sporta“. Vidno su istaknuti eksterni linkovi ka sajtovima Evropskog olimpijskog festivala mladih (Beograd 2007), Republičkog zavoda za sport, Olimpijskog komiteta Srbije, Beogradske univerzitet 2009, Antidoping agencije Srbije i Sportskog saveza Srbije. Sajt Ministarstva omladine i sporta je, nažalost, bio dostupan u avgustu, ali ne i prilikom poslednje analize u okviru ovog istraživanja, krajem septembra.

Internet prezentacije uopšte nemaju novoformirana ministarstva za Kosovo i Metohiju, **Ministarstvo za infrastrukturu**, kao ni **Ministarstvo vera**, koje postoji još od 2001.

Opšti je utisak da se u Srbiji potreba za korišćenjem informaciono komunikacionih tehnologija danas prepoznaje od strane većine državnih organa, mada ne u dovoljnoj meri, ali može se pretpostaviti da će u dogledno vreme makar sva ministarstva, pa i druge vladine institucije imati svoje sajtove. Njihov dizajn i organizacija sadržaja, koji je prilično neusaglašenog kvaliteta i ne uvek prilagođen potrebama posetilaca, nije najveća prepreka upotrebi IKT radi komunikacije sa građanima. Daleko najveću smetnju predstavlja identifikovano odsustvo interaktivnih servisa, pre svih foruma, koji omogućavaju najintenzivniju, najtransparentniju i u smislu interaktivnosti najkorektniju komunikaciju građana sa državnim institucijama. Neuverljivo bi bilo objašnjenje da za to nema kadrovskih potencijala u zemlji tako razgranate i brojne državne administracije kao što je Srbija, pa možemo zaključiti da je ova pojava posledica nedovoljne spremnosti za podizanje transparentnosti rada državnih organa i dnevne interakcije sa zainteresovanim građanima, a ne samo za prezentaciju izabranog sadržaja vezanog za njihov rad.

Ustanove lokalne samouprave

Prema podacima sa sajta nacionalne asocijacije lokalnih vlasti Stalne konferencije opština i gradova (SKGO, <http://www.skgo.org>), koji je posećen krajem avgusta 2007, od 167 jedinica lokalne samouprave (opština i gradova) u Srbiji bez teritorije Kosova i Metohije, njih 120 (71,86%) ima dostupan veb sajt, dok sedam (4,19%) ima samo registrovan domen ali bez sadržaja na njemu – ili je sajt u izgradnji i bez podataka ili se otvara prazna stranica, ali bez indikatora da domen pripada provajderu ili nekom drugom pravnom ili fizičkom licu. Čak 32 opštine (19,16%) od informaciono komunikacionih tehnologija koristi samo imejl, dok osam (4,79%) nema ni imejl. Spisak svih opština i gradova koji imaju sajtove (sa njih-

vim adresama) možete naći u dodatku ovog poglavlja, a ovde ćemo predstaviti samo statistički pregled po okruzima:

Okrug	Ukupno opština i gradova	Dostupnih opštinskih/ gradskih sajtova	Registrovanih opštinskih/ gradskih veb domena, ali bez sadržaja (ili u pripremi)	Opština/ gradova bez sajta i domena sa imejl adresom	Opština/ gradova bez imejl adrese
Severnoboački	3	2	1	0	0
Srednjebanatski	5	3	0	2	0
Severnobanatski	6	5	0	1	0
Južnobanatski	8	6	1	1	0
Zapadnobački	4	4	0	0	0
Južnobački	12	10	0	2	0
Sremski	7	6	0	1	0
VOJVODINA	45	36 (80%)	2 (4,44%)	7 (15,56%)	0
Mačvanski	8	5	0	3	0
Kolubarski	6	6	0	0	0
Podunavski	3	2	0	1	0
Braničevski	8	7	0	0	1
Šumadijski	7	3	2	2	0
Pomoravski	6	5	0	1	0
Borski	4	2	0	2	0
Zaječarski	4	4	0	0	0
Zlatiborski	10	3	0	7	0
Moravički	4	3	0	1	0
Raški	5	5	0	0	0

Okrug	Ukupno opština i gradova	Dostupnih opštinskih/ gradskih sajtova	Registrovanih opštinskih/ gradskih veb domena, ali bez sadržaja (ili u pripremi)	Opština/ gradova bez sajta i domena sa imejl adresom	Opština/ gradova bez imejl adrese
Rasinski	6	4	0	2	0
Nišavski	12	7	1	3	1
Toplički	4	2	1	0	1
Pirotski	4	4	0	0	0
Jablanički	6	4	0	1	1
Pčinjski	7	2	0	1	4
SRBIJA BEZ POKRAJINA I BEOGRADA	104	68 (65,38%)	4 (3,85%)	24 (23,08%)	8 (7,69%)
BEOGRAD	18	16 (88,89%)	1 (5,56%)	1 (5,56%)	0
SRBIJA BEZ KOSOVA I METOHIJE	167	120 (71,86%)	7 (4,19%)	32 (19,16%)	8 (4,79%)

Može se primetiti da su regionalne razlike veoma izražene, pri čemu treba imati u vidu da procenat jedinica lokalne samouprave koje koriste IKT u obavljanju svojih delatnosti i komunikaciji sa građanima ne bi trebalo porediti sa procentom korisnika interneta u ukupnoj populaciji cele države, regiona ili lokalne zajednice, i to bar iz dva razloga:

- opštine i gradovi bi trebalo da budu (zajedno sa ostalim organima vlasti, pre svega državnim) promoteri uvođenja novih tehnologija a ne da odražavaju stanje stvari u tom domenu unutar sopstvenog lokalnog stanovništva ili stanovništva cele države;
- karakter delatnosti jedinica lokalne samouprave u demokratskom društvu je takav da zahteva intenzivnu i efikasnu

komunikaciju ne samo sa građanima već i sa drugim društvenim akterima (ostali nivoi vlasti, privreda, civilni sektor, međunarodni partneri itd.) što se danas bez upotrebe IKT teško može zamisliti;

Zanimljivo je da naši nalazi odstupaju od pretpostavki da će upotreba IKT u lokalnoj upravi gotovo potpuno korespondirati sa stepenom privrednog razvoja i standarda stanovništva u pojedinim regionima i sredinama. Iznenaduje, recimo, nalaz da natprosečno nizak procenat opština u Šumadijskom okrugu ima funkcionalne sajtove – tri od sedam. U Zlatiborskom okrugu, jednom od razvijenijih u Srbiji bez pokrajina i Beograda, još izrazitiji nedostatak zvaničnih opštinskih prezentacija je praćen prilično razvijenom veb scenom posvećenom lokalnoj problematici i predstavljanju specifičnosti tamošnjih sredina. Može se, stoga, postaviti pitanje – je li kod opštinskih vlasti uopšte razvijena svest da veb može i treba da služi kao sredstvo obavljanja funkcija lokalne vlasti na zvaničan način? Stiče se utisak da se bar u nekim sredinama IKT doživljava kao sfera koja ima isključivo komercijalni karakter i značaj, pa se stoga delovanje u njoj može i treba prepustiti inicijativi pojedinaca ili privrednih subjekata, koji će u tome biti efikasniji od vlasti. S druge strane, u Zaječarskom i Pirotskom okrugu, mada spadaju u slabije razvijene u Srbiji, sve opštine imaju veb prezentacije (doduše, radi se o okruzima koji imaju svega po četiri opštine), a u takođe relativno slabo razvijenom Braničevskom samo jedna od osam opština nema zvanični sajt.

Kvalitet opštinskih i gradskih sajtova je veoma neujednačen u smislu dizajna, količine i organizacije sadržaja, dostupnosti informacija, stepena upotrebljivosti za posetioce i internet servisa koje sadrže. Priličan broj sajtova je neprilagođen lošim uslovima korišćenja interneta, u kojima se danas još uvek nalazi veliki deo građana Srbije. To se već na prvi pogled može videti iz sklonosti autora i naručilaca nekih opštinskih sajtova da njihovu posetu uslove prolaskom kroz obično dugotrajni „intro“, čija grafika, verovatno sa namerom da fascinira posetioce, dosta otežava otvaranje sajta

i pristup njegovom korisnom sadržaju. To je ponekada i slučaj sa fotografijama visoke rezolucije koje obično prikazuju neki pejzaž ili kulturno istorijsku znamenitost sa teritorije opštine, ili panoramu trga opštinskog mesta. Primetna je i sklonost prema upotrebi elektronskih mapa koje prikazuju položaj pojedinih opština ne samo na nivou Srbije već im se „približavaju“ i sa nivoa Balkana, Evrope, pa čak i sveta (najilustrativniji primer može se naći na adresi <http://www.lajkovac.org.yu/>).

Na velikom broju opštinskih i gradskih sajtova postoji ne samo mejl adresa lokalnih zvaničnika već i posebna forma pomoću koje im se može postaviti pitanje. Različitim opštinskim funkcionerima i službama mogu se postaviti pitanja pomoću takve forme, između ostalih, na sajtovima Grada Beograda, opština Vranje (primer: <http://www.vranje.org.yu/pitanje.php?sekretar=15>), Smederevska Palanka, Kikinda, Pančevo (u ovom slučaju posetilac mora sam napisati ime ili funkciju osobe ili naziv institucije kojoj se obraća, dok su u ostalim pomenutim slučajevima oni već ponuđeni u samoj formi, što građanima olakšava kontakt), dok forma na sajtu pirotске opštine nudi, pored opcija slanja pitanja predsedniku i gradskom menadžeru, i mogućnost prijavljivanja problema ili davanja saveta upravi.

Viši stepen transparentnosti, pa i interaktivnosti, postiže se u slučajevima kada forma omogućava vidljivost (a naročito i vreme postavljanja) kako svih ranije postavljenih pitanja, tako i odgovora nadležnih organa i čelnika. Mada na njemu nema pomenutih podataka o vremenu koje protiče između pitanja i odgovora, sajt predsednika opštine Indija Gorana Ješića postao je mesto intenzivne komunikacije ovog tipa (<http://www.goranjestic.net/code/navigate.php?Id=30>), a posebnu zanimljivost predstavlja često javljanje ljudi koji nisu građani Indije. Ovom prilično popularnom funkcioneru koji je razvio značajan nivo interakcije sa građanstvom moglo bi se zameriti što je obavlja sa sajta u čijoj je adresi njegovo lično a ne ime opštine kojoj predsedava ili njegove funkcije, što sugerše nedovoljnu razgraničenost privatne i javne funkcije. Intenzivnu komunikaciju sa građanima obavlja i predsednica opštine Nego-

tin Radmila Gerov (http://www.opstina-negotin.org.yu/ask_list.php?lg=sr&id_executive=11) i njen kolega iz Pećinaca dr Nikola Pavković (http://www.pecinci.org.yu/srpski/htm/pitajte_predsednika.htm). Na formi za komunikaciju sa nadležnima na sajtu negotinske opštine, nažalost, nema podataka o terminu postavljanja pitanja i davanja odgovora, ali poruke predsednice opštine vrlo često počinju izvinjenjem zbog kašnjenja, što je i korektno i razumljivo s obzirom na obim njene elektronske korespondencije sa građanima. Mogu se naći i poruke sa vrlo kritički intoniranim osvrtima na njen rad, koje moderator očigledno ne uklanja, ne zbog neažurnosti već usled takve političke odluke, koja je za svaku pohvalu. Zanimljivo je da se jedna takva poruka odnosi baš na cenzuru pitanja na sajtu, koji ipak ne ostavlja utisak cenzurisanog, ali je šteta što je to pitanje ostalo bez odgovora ili makar komentara nadležnih, koji su obimom i sadržajem korespondencije sa građanima svakako mogli da efektno odgovore autoru pitanja. U slučaju Pećinaca je komunikacija predsednika sa posetiocima sajta neuporedivo manjeg obima, teme su iz domena rada opštinske vlasti i nema kritički formulisanih poruka, pa se stiče utisak da je primarna funkcija rubrike „Pitajte predsednika“ jednosmerna komunikacija lokalne vlasti sa građanima uz odavanje utiska dvosmernosti. Gradski čelnici Beograda su problem nepoznavanja podele nadležnosti između različitih organa uprave rešili tako što su neposredno iznad polja za unošenje pitanja postavili sledeći tekst: „Molimo Vas da imate u vidu da Skupština Grada Beograda, gradonačelnik i Gradska uprava nisu nadležni za sve probleme građana Beograda, već samo za one za koje su ovlašćeni po zakonu.“

Pri uvođenju ovakvih metoda rada i komunikacije treba imati u vidu da oni zahtevaju kako intenzivan angažman opštinskih zvaničnika i njihovih službi, tako i poznavanje upotrebe odgovarajućih servisa i IKT uopšte od strane građana, kao i sticanje navike i potrebe da to čine na adekvatan način.

Neke opštine u ovu svrhu koriste standardne internet forume, koji omogućavaju intenzivniju i transparentniju interakciju sa građanima. Pri tome se, međutim, javlja problem moderacije foruma,

jer usled njihovih tehničkih specifičnosti (mogućnost da posetilac sam postavi poruku, koju moderator može kasnije skinuti ili tom korisniku onemogućiti pristup, što u slučajevima debata sa velikim brojem pitanja postaje obiman i zahtevan posao) pojedine debate koje su prvobitno namenjene temama vezanim za lokalnu vlast dobijaju sasvim drugačiji tok, a nekada i ton neprimeren javnoj i zvaničnoj komunikaciji. Otvoreni forumi nose i dodatni rizik postavljanja grafičkih sadržaja (avata) neprimerenog karaktera, kao i linkove na sajtove takvog sadržaja (<http://www.novibechej.com/forum/viewtopic.php?t=509>). Sa ovakvim problemima prilično se uspešno nosi predsednik opštine Paraćin Saša Paunović, koji je od februara 2006. dao zainteresovanim građanima 434 odgovora na adresi <http://www.pnforum.net/phpbb2/viewforum.php?f=180>, dok je na inače izuzetno posećenom forumu beogradske opštine Zvezdara građanka Mirijeva Gordana 3. jula 2006. postavila pitanje:

„Poštovani, objasnite mi svrhu postojanja ove rubrike „Pitajte opštinu“. Nadali smo se da će nam neko nadležan odgovoriti na ova pitanja, ali već mesecima nema odgovora. Ukinite onda ovu rubriku jer nema efekta.“

20. jula je dobila odgovor: „Poštovani, molimo Vas da navedete konkretno pitanje na koje niste dobili odgovor da bismo mogli da ispravimo grešku ako se potkrala. Hvala na saradnji. Pozdrav, Informativna služba.“, da bi ona sama tek 3. avgusta reagovala porukom: „Postavila sam zadnji put 20. marta 2006. godine pitanje kada će najzad biti započeta gasifikacija Mirijeve i Starog Mirijeve i čekam odgovor.“

Ovaj primer ilustruje značaj pomenutih pretpostavki koje moraju ispuniti i zaposleni u lokalnoj vlasti i sami građani kako bi njihova komunikacija putem IKT bila obostrano korisna. Građani Paraćina su, inače, iskoristili forum na zvaničnom opštinskom sajtu da jedni drugima prezentuju tekstove o gradu, da debatuju o njegovoj istoriji i drugim temama, kao i da razmenjuju slike gradskog pejzaža, što može delovati čudno s obzirom na to da je u pitanju relativno mali grad. Ovaj forum je, takođe, karakterističan po veli-

kom broju tema koje se ne tiču lokalne i komunalne problematike, već pripadaju širokom spektru pitanja vezanih za razne aspekte života, što, kako smo konstatovali, nije umanjilo efikasnost njegove primene i u osnovne svrhe.

S druge strane, na forumu opštine Kovačica posetioci pokazuju veliku sklonost za debatu ove vrste, ali ne toliko na teme direktno vezane za opštinu već na razne druge teme koje sami pokreću. Po naslovima tema sa najvećim brojem poruka i čitanja može se zaključiti da u ovom vidu komunikacije prednjače mladi stanovnici i njihovi prijatelji iz drugih sredina: „Doček nove 2007. godine“, „Turnir u basketu“, „Otvaranje nove diskoteke u Kovačici“ i sl. Izuzetno zanimljiva debata je, međutim, vođena na temu „Pitanja za vladajuću gospodu...“, na kojoj je anonimni posetilac ne baš biranim rečima zahtevao od nadležnih razjašnjenja o detaljima rada opštinskih organa, dok je sličnu raspravu na temu „Budžet opštine Kovačica“ prekinuo administrator „zaključavanjem“ teme. U septembru je rasprava „Pitanja za vladajuću gospodu...“ i dalje stajala na ovom forumu, uprkos činjenici da na njemu postoji i tema „Isključenja (ban) sa foruma“, u kojoj su navedeni razlozi isključenja, doduše samo dvoje posetilaca. Na toj temi je jedan posetilac postavio poruku: „Koji su sve ljudi isključeni sa foruma? Nekako mi se čini da ja ovde veoma tiho....;-) jesu li nestali? izbrisani? Zbrisani“, a drugi „Tihi forum, možda to tako treba.... MISLITE O TOME.“ To svedoči da pitanje slobode pristupa javnom prostoru na internetu u Srbiji postaje sve aktuelnije. Jeseni 2004. „zaključavanjem“ je prekinuta i burna debata o nazivu glavne ulice u Vrbasu, vođena na forumu sajta te opštine. Značajnu ulogu u stimulanju debata na ovom forumu verovatno je odigrala upotreba jednostavne ali atraktivne elektronske „glasačke mašine“, pomoću koje posetioci mogu lako i brzo izneti svoj stav o pojedinim temama.

Forum opštine Mladenovac, međutim, posvećen je isključivo samoj opštini i njenom funkcionisanju, što se izrazito primetno odrazilo na broj posetilaca i poruka. Postoje i suprotni primeri – relativno je mali broj poruka na forumu na zvaničnoj prezentaciji Sremske Mitrovice, uprkos odsustvu usmeravanja debate na teme vezane za opštinu, što je jedan posetilac propratio otvaranjem teme

„Forum da umreš od dosade“. Forum na sajtu najveće opštine u Srbiji Novi Beograd (<http://forum.novibeograd.org.yu/index.php?sid=418b832d1994c3912b28f221460359d6>) najimpresivniji je primer interesovanja građana za korišćenje interneta za debatovanje o problemima života u lokalnoj zajednici do koga smo došli u ovom istraživanju. Za manje od četiri godine postojanja ovog foruma, koji je posvećen isključivo komunalnim, pravnim, infrastrukturnim i drugim pitanjima iz nadležnosti opštine, njegovih 5089 prijavljenih korisnika je postavilo 3933 poruke. S druge strane, opština Majdanpek uopšte i nema svoj sajt, dok je na forumu opštinske Radio televizije Majdanpek (u statusu Javnog preduzeća, forum je na adresi <http://www.rtvmajdanpek.com/forum/index.php>) manje od 10% postavljenih tekstova posvećeno lokalnim temama, koje su brojčano daleko prevazišli tekstovi na teme iz rubrike „Zabava“ (koja uključuje i astrologiju). Ovi primeri potvrđuju da samo postavljanje foruma ili nekog drugog interaktivnog servisa na sajt koji održava i uređuje lokalna samouprava, čak ni uz moderaciju, ne garantuje da će taj servis postati efikasno sredstvo kvalitetnog javnog debatovanja o temama od značaja za lokalnu zajednicu, kao ni uključivanja građana u tu debatu. Pored iskrene dobre volje lokalnih vlasti, što podrazumeva angažovanje dodatnih sredstava i kadrova, neophodna je i odgovarajuća motivacija, svest o značaju debate i kultura dijaloga kod samih građana.

Primena blogova u komunikaciji na teme vezane za opštine još uvek je u povoju u Srbiji. Iz ugla opštinske vlasti u tome prednjači već pomenuti predsednik opštine Indija Goran Ješić na adresi <http://www.indjija.org/indjija.html>, a sa bloga se može preći i na forum na kome je od nastanka, marta 2007, postavljeno manje od 300 poruka, od čega više od 150 na temi „Caffe“, koja je predstavljena na sledeći način: „Ubijte višak slobodnog vremena, dosadu ili nešto treće upravo ovde i talasajte do mile volje. „Iz ugla građanskog društva (mada iz sfere koju je teško odvojiti od političke opozicije) zanimljivo je da grupa građana Bora, grada koji nema zvanični sajt, mada je ne samo opštinsko već i okružno sedište, ima sajt. Zanimljivo je da ovu grupu predvodi penzioner Velja Adamović, koji je i prezentovao pravila pod kojima se objavljuju tekstovi na blogu

(<http://www.opstinabor.com/blog/>): „Takođe, zamolio bih svakog ko želi da napiše članak, da otvori neku temu koja je na bilo koji način povezana sa našim gradom, da svoj tekst pošalje na imejl: [raindog.bor\[AT\]gmail.com](mailto:raindog.bor@gmail.com) i biće objavljen. Cenzure nema, jedini uslov je da tema bude povezana sa Borom i da se autor potpiše punim imenom i prezimenom.“ Posebna je zanimljivost ovog bloga činjenica da jedan od borskih lekara jednom nedeljno odgovara na pitanja sugrađana vezana za zdravlje, a ostali blogeri su nastavnici, bibliotekari, novinari, sportski radnici, omladinski i sindikalni aktivisti i ostali društveno aktivni građani.

Posebnu vrstu institucija koje su u nadležnosti lokalnih samouprava, a čiji se sajtovi, očekivano i po prirodi njihove osnovne delatnosti, ističu zanimljivim dizajnom i organizacijom sadržaja, predstavljaju kulturni centri gradova i opština. Ti sajtovi prevashodno imaju svrhu predstavljanja i najavljivanja stalnih i sezonskih sadržaja koje centri nude svojim korisnicima, a zanimljivo je da na njima nisu postavljeni interaktivni servisi koji bi omogućili debate o kulturnim fenomenima.

Ovde su nabrojane samo neke od karakterističnih prednosti, ali i rizika koje donosi širenje upotrebe veba u lokalnim samoupravama Srbije. Mnogo više detalja o tome može se naći na samim prezentacijama lokalnih samouprava, do kojih se može doći pomoću baze linkova prema sajtovima koje su opštine i gradovi Srbije postavile do sredine avgusta 2007:

Ada <http://www.ada.org.yu/>

Aleksandrovac <http://www.aleksandrovac.co.yu/>

Aleksinac <http://www.aleksinac.org/>

Apatin <http://www.ou.apatin.com/>

Arilje <http://www.arilje.org.yu/>

Babušnica <http://www.sobabusnica.org.yu/>

Bač <http://www.bac.co.yu/>

Bačka Palanka <http://www.backa-palanka.org.yu/>

Bački Petrovac <http://www.backi-petrovac.org.yu/>

Barajevo <http://www.barajevo.co.yu/>

Bela Crkva <http://www.belacrkva.co.yu/>

- Bela Palanka** <http://www.belapalanka.org.yu/>
Beograd, grad <http://www.beograd.org.yu/>
Blace <http://www.blace.org.yu/>
Bogatić <http://www.bogatic.co.yu/>
Bojnik <http://www.bojnik.org.yu/>
Boljevac <http://www.boljevac.org.yu/>
Čajetina <http://www.cajetina.org.yu/>
Čačak <http://www.cacak.org.yu/>
Čoka <http://www.coka.co.yu/>
Čukarica <http://www.cukarica.org.yu/>
Ćuprija <http://www.cuprija.org/>
Despotovac <http://www.opstina-despotovac.org.yu/>
Dimitrograd <http://www.dimitrograd.org.yu/>
Dojjevac <http://www.sodoljevac.org.yu/>
Gadžin Han <http://www.gadzinhhan.org.yu/>
Gornji Milanovac <http://www.gornjimilanovac.org.yu/>
Grocka <http://www.grocka.org.yu/>
Indija <http://www.indjija.net/>
Irig <http://www.yumreza.org.yu/irig/>
Jagodina <http://www.sojagodina.org/>
Kanjiza <http://www.kanjiza.co.yu/>
Kikinda <http://www.kikinda.org.yu/>
Kladovo <http://www.kladovo.org.yu/>
Knić <http://www.knic.org.yu/>
Knjaževac <http://www.knjazevac.co.yu/>
Kosjerić <http://www.kosjeric.org.yu/>
Kovačica <http://www.kovacica.org/>
Kovin <http://www.kovin.org.yu/>
Mladenovac <http://www.mladenovacso.org.yu/>
Niš, grad <http://www.nis.org.yu/>
Negotin <http://www.opstina-negotin.org.yu/>
Novi Bečej <http://www.novibecej.org.yu/>
Novi Beograd <http://www.novibeograd.org.yu/>
Novi Pazar <http://www.novipazar.org.yu/>
Novi Sad, grad <http://www.gradnovisad.org.yu/>
Obrenovac <http://www.obrenovac.org/>
Opovo <http://www.opstinaopovo.co.yu/>
Osečina <http://www.osecina.com/>
Palilula – Beograd <http://www.palilula.org.yu/>
Palilula – Niš <http://www.palilulani.org.yu/>

- Pančevo** <http://www.pancevo.com/>
Paraćin <http://www.paracin.org.yu/>
Pećinci <http://www.pecinci.org.yu/>
Petrovac <http://www.petrovacna-mlavi.org.yu/>
Pirot <http://www.pirot.org.yu/>
Plandište <http://www.plandiste.com/>
Požarevac <http://www.pozarevac.org.yu/>
Prokuplje <http://www.prokuplje.org.yu/>
Raška <http://www.raska.org.yu/>
Ruma <http://www.ruma.co.yu/>
Savski venac <http://www.savskivenac.org.yu/start.php>
Senta <http://www.senta.org/>
Smederevo <http://www.smederevo.co.yu/>
Smederevska Palanka http://www.smed-palanka.co.yu/_ser/index.php
Sokobanja <http://www.sokobanja.sr.gov.yu/>
Sombor <http://www.so-sombor.com/>
Sopot <http://www.sopot.org.yu/>
Sremska Mitrovica <http://www.sremskamitrovica.org.yu/>
Sremski Karlovci <http://www.sremski-karlovci.org.yu/>
Stari Grad <http://www.starigrad.org.yu/>
Subotica <http://www.subotica.co.yu/new/yu/index.php>
Surčin <http://www.opstinasurcin.org.yu/>
Surdulica <http://www.surdulica.org/>
Svilajnac <http://www.svilajnac.org.yu/>
Šabac <http://www.sabac.org/sr/index.php>
Šid <http://www.opstinasid.org/>
Titel <http://www.opstina-titel.org.yu/>
Topola <http://www.topola.com/>
Trstenik <http://www.trstenik.org.yu/>
Tutin <http://www.tutin.org.yu/>
Ub <http://www.opstinaub.org.yu/>
Valjevo <http://www.valjevo.org.yu/>
Varvarin <http://www.varvarin.org.yu/>
Veliko Gradište <http://www.velikogradiste.org.yu/>
Vladimirci <http://www.vladimirci.org.yu/>
Vlasotince <http://www.vlasotince.org.yu/>
Voždovac <http://www.vozdovac.org.yu/>
Vranje <http://www.vranje.org.yu/>
Vračar <http://www.vracar.org.yu/>
Vrbas <http://www.vrbas.net/>

Vrnjačka Banja <http://www.vrnjackabanja.co.yu/>

Vršac <http://www.vrsac.com/>

Zaječar <http://www.zajecar.info/>

Zemun <http://www.sozemun.org.yu/>

Zrenjanin <http://www.zrenjanin.org.yu/>

Zvezdara <http://www.zvezdara.org.yu/>

Žabalj <http://www.zabalj.co.yu/>

Žabari <http://www.zabari.org.yu/>

Žagubica <http://www.zagubica.org.yu/>

Žitište <http://www.zitiste.org.yu/>

Političke stranke

Političke stranke u Srbiji u različitoj meri koriste veb kao sredstvo komunikacije sa javnošću, prevashodno sa svojim simpatizerima i biračima.

Već nekoliko godina najsnažnija stranka u zemlji **Srpska radikalna stranka** ima sajt veoma specifičnog dizajna i sadržaja (<http://www.srs.org.yu/>). Na njemu se nalaze prevashodno sadržaji programskog, političko-mobilizacijskog i polemičkog karaktera: izjave zvaničnika stranke, transkripti konferencija za štampu, programska načela stranke o pojedinim pitanjima, pozivi simpatizerima na akciju (npr. „Pišite dr Vojislavu Šešelju“). Biografija lidera stranke je istaknuta među inače veoma malobrojnim linkovima u gornjem meniju, link na njegovu ličnu veb prezentaciju je takođe veoma istaknut, a najveći deo naslovne strane sajta predstavljaju linkovi na elektronska izdanja stranačkog glasila „Velika Srbija“ u pdf formatu. Na celom sajtu postoji samo još jedan eksterni link – prema sajtu „Antiglobalistička politika“ (<http://www.antiglobalizam.com/>), koji je takođe posvećen promociji stavova SRS, ali sa više izraženim naučnim i teorijskim nego informativno političkim pretenzijama (ovaj sajt pored srpske ima i englesku, špansku i rusku verziju). Od

svih ostalih stranačkih sajtova u Srbiji radikalski odudara po tome što nikakvih detalja o stranačkoj organizaciji i kadrovima (osim predsednika) na njemu nema, a ova stranka je potpuno usamljena i u praksi da pored centralnog stranačkog sajta ne postoji ni jedan jedini sajt nekog njenog nižeg organa, npr. na gradskom, okružnom ili opštinskom nivou. Čak i kontakt podaci se odnose samo na centralne organe stranke i na Gradski odbor za Beograd, dok se adresar okružnih i opštinskih odbora veoma teško pronalazi, kao i stranica posvećena istorijatu stranke. Ukratko, analiza ovog sajta sugeriše da se radi o visoko centralizovanoj i sa liderom snažno identifikovanoj stranci.

Po snazi drugoplasirana (na poslednjim parlamentarnim izborima, januara 2007) **Demokratska stranka** ima sajt (<http://www.ds.org.yu/sr/index.php>), na kome po otvaranju naslovne stranice nismo našli nijednu sliku njenog predsednika Borisa Tadića (mogu se naći tek ispod teksta koji se vidi odmah po otvaranju stranice), ali su zato veoma uočljive slike nekadašnjeg predsednika Zorana Đinđića, ubijenog 2003. (jedna od njih predstavlja baner na vrhu naslovne strane, druga je link na sajt posvećen samom Đinđiću na adresi <http://www.zorandjindjic.org/>, a treća je prilikom avgustovske posete ovom sajtu bila fotografija nedelje, što je inače zanimljiv dinamički element ovog sajta). Zanimljiv detalj je i da baner na vrhu stranice nije statički, tj. menja se pri svakom drugom otvaranju nove strane – pored portreta bivšeg predsednika, pojavljuju se i slogan sa poslednjih izbora: „Zato što život ne može da čeka“ i „I srpski... i evropski“. Biće zanimljivo videti da li postavljanje ovog poslednjeg slogana, s obzirom na to da do sada nije korišćen ni u jednoj kampanji, predstavlja pokušaj da se stranački sajt upotrebi za promociju slogana za kampanju koja još nije ni počela, s obzirom na to da se u vreme sprovođenja ovog istraživanja u Srbiji predsednički, pokrajinski i lokalni izbori očekuju (najčešće se kao termin njihovog održavanja pominju jesen ili zima 2007/08), ali još uvek nisu raspisani, niti su doneti zakoni čije im usvajanje po slovu Ustavnog zakona mora prethoditi. Na sajtu je veoma istaknut link ka spisku aktuelnih poslanika DS i njenih ministara u Vladi Srbije,

kao i fotografije njenih funkcionera koji učestvuju u vlasti, doduše u okviru vesti o njihovim aktivnostima i aktivnostima stranke, koje predstavljaju centralni deo naslovne strane. Od ostalih sadržaja na naslovnoj strani se mogu naći rezultati januarskih izbora po opštinama, okruzima i regionima, program „Za bolji život“, sa kojim je stranka na njima nastupila, link ka stranici posvećenoj takmičenju u besedništvu „U Zoranovu čast“, link „Evropska socijaldemokracija“, sa izdanjima na srpskom jeziku nemačke fondacije „Fridrich Ebert“, sa kojom DS saraduje, kao i razne akcije i kampanje („Beograd, naša kuća“, „1000 mladih lidera Srbije“ i sl.), multimedijalni sadržaji i „glasačka mašina“. Od eksternih linkova naročito su pri vrhu stranice istaknuti linkovi prema sajtovima Demokratske omladine (omladinska organizacija DS, <http://www.dsomladina.org/>, na kome postoji link prema DO Vojvodine, <http://www.do-vojvodina.org.yu/>), kao i svim sajtovima koje poseduju resorni, pokrajinski, gradski i opštinski odbori stranke. Pored veb adresa ovih stranačkih organa, dat je i njihov „realni“ adresar sa kontakt podacima. Padajući meni pri vrhu strane donekle otežava pretragu ovog sajta, ali je verovatno njegova primena bila jedini način da se na sajtu predstavi veliki broj podataka o stranci, njenoj organizaciji (veoma detaljno), funkcionerima, dokumentima, vestima klasifikovanim po kategorijama, istoriji stranke raščlanjenoj po periodima, kao i različitim mogućnostima kontakta sa strankom („Pitajte DS“, ankete, knjiga utisaka, mejling lista, pristupnica itd.). Najprimetniji nedostatak sajta je nepostojanje latinične i engleske verzije, iako postoje odgovarajući linkovi koji, nažalost, vode ka istoj, ćirilčnoj verziji. Demokratska stranka, takođe nažalost, nema svoj internet forum kao oblik komunikacije sa javnošću, a Demokratska omladina ga je ugasila 2006. Na osnovu debate nekadašnjeg moderatora foruma DO na forumu stranke sa kojom DS saraduje Socijaldemokratske partije Hrvatske, prikazaćemo, međutim, konkretan primer rastuće moći ovog sredstva političke komunikacije i problema koji se povodom toga mogu pojaviti:

„Ja prvi put pišem na ovom forumu, pa rekoh da je red da se predstavim, moje ime je Milos Hetlerović i administrator sam

foruma Demokratske omladine iz susedne vam Srbije. Jedan vaš kolega me uputio na ovu temu, koja mi se učinila baš zanimljivom iz nekoliko razloga.

Prvi je što je i sama Demokratska omladina imala svoj deo ispada na međunarodnim okupljanjima, stariji članovi će se svakako setiti naše posete IUSY festivalu u Grčkoj. I tu je bilo ispada kojih svakako nije smelo biti, ali se oni moraju rešiti unutar stranke, adekvatnim sankcionisanjem. Jedino što nije trebalo je da nas vi prozivate na vašem forumu oko toga. Nas su na našem forumu zbog toga prozivali ljudi iz drugih stranaka, ali na njih ne možemo baš da utičemo.

Drugi je uočljivost foruma u medijima. Iako se svima čini da to „niko ne čita“, kad god izbije neki problem, vrlo lako će se naći zluradi da to iskoriste. Recimo, mi smo pre nekoliko meseci imali situaciju gde je u parlamentu jedan poslanik Srpske radikalne stranke izašao za govornicu i potpredsednicu Vlade Ivanu Dulić-Marković i njenu porodicu nazvao ustašama samo zbog toga što je žena iz Hrvatske. I naravno, tu se digla velika prašina i njena stranka je čak pokrenula inicijativu da se SRS zabrani (što nažalost niko nije spreman da uradi jer su velika stranka). U svakom slučaju, na našem forumu je jedan korisnik koji nema nikakve veze sa našom strankom postavio anketu koja je glasila otprilike ovako:

Radikale treba:

- zabraniti
- podržati
- pobiti

Posle nekoliko dana je u svim novinama izašlo kako Demokratska omladina raspiruje govor mržnje i kako bi htela da pobije sve radikale, potpuno skrećući temu sa priče o tome kako radikali otvoreno fačistički nastupaju. Došlo je do toga da su radikali tu priču pokrenuli čak i u opštini Novi Beograd, gde sam ja, kao neko ko je odgovoran za taj „zločin“ prema njima, odbornik (vjećnik). Naravno, ja sam se na to slatko nasmejao, ali

je pitanje kako su to shvatili neki koji ne znaju kako funkcionišu internet forumi.

Sve u svemu pamet u glavu, i pazite šta pišete na internetu, a o problemima unutar stranke, bar kad su ovakve prirode, gledajte da rasprave vodite van javnih foruma. Pozdrav.“

(Izvor: <http://www.fmsdp.org/forum/viewtopic.php?p=4757&sid=a843ff100acd44ee0e11172e3a78bba4>)

Vesti o aktivnostima stranačkih funkcionera (sa njihovim fotografijama) centralni su deo i sajta treće stranke po snazi u Srbiji – **Demokratske stranke Srbije** (<http://www.dss.org.yu>). Četiri slike stranačkog predsednika Vojislava Koštunice su u septembru na naslovnoj strani, od kojih jedna u vidu linka na njegove govore održane u okviru pregovora o statusu Kosova i Metohije. Kontakt podaci su dati kako za centralne, tako i za organe stranke na opštinskom nivou (po okruzima), programska načela i sam program stranke su vidno istaknuti, kao i podaci o svim organima i dokumentima stranke, njenim poslanicima i ministrima. Izuzetno je istaknut link na predlog novog stranačkog programa. Pomoću linka na Ustav Srbije, u vidu državne zastave sa grbom, nažalost, do teksta Ustava ne može se doći, kao ni do stranačke Deklaracije o osudi ratnih zločina na prostoru nekadašnje Jugoslavije, donete 2005, niti do Sporazuma o saradnji koji je DSS potpisala sa strankom Jedinствена Rusija predsednika Putina. Pored ovih nedostataka, izraženih jer se radi o relativno istaknutim linkovima sa naslovne strane, kojih inače nema mnogo, primetno je odsustvo eksternih linkova – postoje samo linkovi ka sadržajem nešto bogatijem sajtu Omladine DSS (<http://www.omladinadss.org.yu>, engleska verzija nije aktivna) i sajtu gradskog odbora stranke u Nišu, sa koga je tekst Ustava Srbije dostupan. Linkova na sajtove lokalnih odbora stranke, drugih stranaka, institucija i organizacija uopšte nema. Sajt DSS ima i latiničnu verziju koja je vrlo slična ćiriličnoj, a na sajtu Omladine se mogu naći linkovi prema sajtovima međunarodnih konzervativnih i demohrišćanskih asocijacija u koje je ova stranka učlanjena i sajtovima stranaka iz Crne Gore i Republike Srpske sa kojima

sarađuje, kao i stranica posvećena akciji „Srbija ima budućnost“, sprovedenoj tokom ustavne referendumske kampanje 2006. Veoma je zanimljiv blog koji je postavila Omladina DSS u Novom Sadu (<http://my.opera.com/omladinadssns/blog/>). Na centralnom sajtu stranke, za razliku od SRS i DS, nema sadržaja teorijskog, naučnog i publicističkog karaktera. Najsnažniji koalicioni partner DSS **Nova Srbija** ima sajt na adresi <http://www.nova-srbija.org>. Nekoliko slika predsednika stranke smo u septembru našli na naslovnoj strani, uključujući i na statičkom baneru čiji se sadržaj menja i link na stranicu „Reč predsednika“. Pored vesti i dosta iscrpnih podataka o stranci mogu se naći ugovori o saradnji ove stranke sa DSS i sa Srpskom narodnom strankom iz Crne Gore, može se daunloudovati i stranački glasnik, ali su stranice namenjene domaćim i stranim linkovima još uvek bile u izgradnji. Ostala dva koaliciona partnera DSS takođe imaju svoje sajtove – **Srpski demokratski pokret obnove** (<http://www.sdpo.org.yu>), čiji je sajt svedenog dizajna ali respektabilne količine sadržaja, mahom vesti i intervju, dok sajtom **Jedinstvene Srbije** (<http://www.jedinstvenasrbija.org.yu/>) dominira izuzetno naglašena grafika intenzivnih boja, koja pored dosta glomaznog padajućeg menija odvlači pažnju od takođe sasvim korektno količine i strukture sadržaja.

Sajt **G17 plus** (<http://www.g17plus.org.yu>) karakterističan je po statičkom baneru koji se pojavljuje na vrhu svake stranice sajta sa likom predsednika Mlađana Dinkića i sloganom „Srbija mora brže napred!“ (što kao i u slučaju DS može biti promocija slogana za tek predstojeće kampanje), kao i sa nešto manje istaknutim sloganom sa prošlih izbora „Stručnost ispred politike“. Predsednikova slika se na naslovnoj strani odmah po otvaranju vidi i zajedno sa slikama ministara iz ove stranke na manjem baneru sa natpisom „G17 u Vladi Srbije“, koji, za razliku od sajtova DS i DSS, nije link ka stranici sa podacima o ovim funkcionerima i njihovim aktivnostima. Treća slika predsednika na odmah vidljivom delu naslovne strane je na baneru posvećenom priznanju „Najevropljanin 2006“, koje mu je iz oblasti ekonomije dodelio Evropski pokret, a sa odgovarajuće stranice je moguće i daunloudovati kratak film o tome. Izuzetno su

zastupljene i fotografije ostalih funkcionera stranke, koje se u dosta velikom formatu nalaze iznad svih tekstova na stranicama posvećenim aktuelnim zbivanjima (saopštenja, intervjui, konferencije, govori, komentari, akcije, kampanje). Kontakt podaci postoje samo za centralne organe, gradske organizacije u Beogradu i Kragujevcu, kao i za Pokrajinski odbor u Vojvodini kroz link prema njegovom sajtu (<http://www.g17plus-vojvodina.org>), na kome je postavljen i link prema blogu (<http://www.g17plus-vojvodina.org/koment/index.htm>), na kome se može naći samo tekst potpredsednice Ivane Dulić-Marković, dok je stranica posvećena opštinskim organizacijama bila u pripremi i u avgustu i u septembru. Baza linkova ne sadrži adrese sajtova lokalnih organa niti drugih stranaka, već sajtova državnih organa i međunarodnih organizacija. Centralni organi stranke su izuzetno detaljno predstavljeni, kao i njihovi članovi, uključujući i poslanički klub stranke. Od interaktivnih sadržaja prisutni su veb anketa („glasačka mašina“), onlajn pristupnica i mejl za postavljanje pitanja, a od političkih sadržaja resorno raščlanjeni predizborni program stranke, hronologija evropskih integracija Srbije od 2001. i Nacionalni investicioni plan, čijem se tekstu ne može pristupiti uprkos postojanju odgovarajućeg linka.

Socijalistička partija Srbije ima sajt (<http://www.sps.org.yu>), kojim dominiraju izuzetno naglašene boje ove stranke (koje su istovremeno i boje državne zastave). Na naslovnoj strani na stranici „Vesti“ može se naći samo poslednja vest, bez mogućnosti pretrage arhive, što je inače moguće na sajtovima svih ostalih stranaka, dok je ista ta vest, uz „glasačku mašinu“ i jedini poseban sadržaj početne stranice. U rubrici „Aktuelno“ nalaze se, prilično neočekivano, isključivo podaci o VII kongresu stranke održanom decembra 2006, uključujući i na njemu usvojen statut i listu kandidata za stranačke funkcije. Ovakav sadržaj te rubrike može sugerisati da je ovoj stranici od većeg značaja njen unutarstranački život nego nastupi njenih predstavnika u javnosti i na političkoj sceni. Rubrika „O nama“ sadrži jednu stranicu o istoriji stranke i njenim programskim načelima, kao i šest stranica o njenim najvišim čelnicima. Poseban link na gornjem meniju nazvan „Izbori“ vodi ka stranici sa informacija-

ma o svim izborima u Srbiji od 1992. i rezultatima SPS, što se može smatrati veoma korektnim od stranke čija je izborna podrška u poslednjih 15 godina praktično opala na jedanaestinu početne. Stranica posvećena organizaciji stranke sadrži samo podatke o Glavnom i Izvršnom odboru, dok su sva stranačka dokumenta klasifikovana po kongresima na kojima su usvajana. Kontakt podaci su dati samo za stranačku centralu, a stranica posvećena opštinskim odborima sadrži samo linkove ka sajtovima tri lokalna odbora koji ih imaju (Novi Sad, Kruševac i Priboj), dok se na stranici sa linkovima nalazi samo link ka sajtu Narodne skupštine.

Sajt **Liberalno demokratske partije** (<http://www.ldp.org.yu>), kojim dominira neuobičajena ali dosta efektivna kombinacija crvene i crne boje, ističe se izuzetno lako dostupnim sredstvima interakcije, ka kojima vode linkovi sa gornjeg dela naslovne stranice. Na forumu, koji je aktivan tek nešto više od dva meseca, našli smo preko 1500 postova, dok je na svim stranicama, uključujući i rubriku „Komentari“, posetiocima omogućeno da bez registrovanja šalju svoje odgovore i komentare na tekstove čiji su autori funkcioneri i simpatizeri LDP. Pravila ponašanja i komuniciranja na forumu su prilično jednostavna i sažeta:

- 1) *Zabranjeno vređanje i lični obračuni forumaša! Sva vređanja koja se pojave na forumu biće oštro sankcionisana.*
- 2) *Zabranjeno otvarati duple teme.*
- 3) *Zabranjeno je trolovanje tema.*
- 4) *Zabranjeno pisanje ALL CAPS. Takvo pisanje se smatra vikanjem.*
- 5) *Zabranjeno repliciranje na odluke moderatora na temi. Za sva pitanja imate odgovarajući podforum.*
- 6) *Najstrože je zabranjena svaka vrsta govora mržnje*

(Izvor: <http://www.ldp.org.yu/forum/postovi.jsp?temaId=3>)

Na naslovnoj strani sajta su i linkovi ka blogovima pojedinih istaknutih funkcionera stranke, izuzetno pregledna i detaljna mapa

sa adresarom svih opštinskih odbora, vesti, saopštenja stranke, a najveći deo stranice zauzimaju naglašeni linkovi ka stranicama posvećenim pojedinim kampanjama i dokumentima stranke: „Stop političkoj mafiji“ (sa elektronskom peticijom za podršku akciji), „Dosije monopol“, „Povelja slobode“, „Lustracija“, „Nije gotovo“ i predlog rezolucije o Kosovu koji je stranka podnela Narodnoj skupštini. Nasuprot uvreženom mišljenju o ovoj stranci kao izrazito liderskoj, na naslovnoj strani nema nijedne fotografije njenog predsednika, niti linka na njegov sajt <http://www.cedajovanovic.com>. Gornji meni sadrži linkove ka veoma bogatoj arhivi vesti, programskim načelima stranke, podacima o stranci (rubrika „O nama“, na kojoj su dati podaci o strukturi LDP, funkcionerima, istoriji stranke, program i statut, pri čemu se linkovi na ove stranice pojavljuju tek na stranici „O nama“, što ostavlja manevarski prostor za slobodniji dizajn naslovne stranice i njene izmene, ali ne doprinosi lakom pronalaženju ovih podataka), kao i još po jedan link ka adresaru opštinskih odbora i akciji „Budi LDP“. Dupliranje linkova na pojedine stranice može biti posledica nedoslednosti u organizaciji sadržaja ali i želje autora sajta da te stranice posebno istakne i učini ih još dostupnijim posetiocima. U svakom slučaju, najoriginalnija karakteristika ovog sajta je svakako činjenica da su posetioci u mogućnosti da bukvalno svaku stranicu obogate svojim stavovima o njenom sadržaju, čime praktično postaju njeni koautori, pa se može reći da je LDP među svim strankama u Srbiji najdalje otišla u formiranju političke virtuelne zajednice. Nažalost, neki posetioci ovog sajta mogućnost postavljanja komentara koriste objavljujući poruke kao što je: „Jedna krvava revolucija bi nam dobro došla, ali to tek sad vidimo. Hteli smo sve lepo, fino, kulturno, a pogle sad...“. Ovaj sajt, međutim, nema nikakvih sadržaja na drugim jezicima, niti ikakvu bazu linkova prema sajtovima drugih stranaka i organizacija, što je u priličnom neskladu sa njenim naglašenim opredeljenjem za saradnju sa političkim i ostalim akterima iz Evrope i sveta.

Mada je **Građanski savez Srbije** nedavno postao deo LDP, sajt ove stranke (srpska i engleska verzija) i dalje postoji na adresi <http://www.gradjanskisavez.org.yu>. Posle prilično dugog ali efektnog „in-

tra“ otvara se naslovna strana bogatog sadržaja, čija je najupadljivija mana veoma istaknut položaj neaktivnih linkova na kampanje „Od nas zavisi“ i „Dole Vlada“. Specifičnost ovog sajta je što se u bazi linkova mogu naći i adrese sajtova drugih stranaka, uključujući i neke sa kojima je GSS imao izvesna politička sporenja. Sajt **Socijal-demokratske unije** (<http://www.sdu.org.yu>), koalicionog partnera LDP, prilično bogat i raznovrstan sadržaj nije učinio dostupnim posetiocima na najefikasniji način usled prenatraglašeno intenzivnih boja inače prevelikog statičkog dela koji uokviruje deo na kome se aktiviranjem linkova smenjuju stranice. Nasuprot njemu, sajt **Lige socijaldemokrata Vojvodine** (<http://www.lsv.org.yu>) izuzetno je jednostavnog dizajna i preglednog sadržaja, koji uključuje sve relevantne podatke o stranci – vesti (sa arhivom), istoriju i organizaciju stranke, rukovodstvo, učešće stranke u vlasti na različitim nivoima, programska dokumenta i statut, podatke o Vojvodini, linkove ka stranačkom glasilu „Slobodna Vojvodina“ i podlistku „Suncokret“, kao i preglednu interaktivnu mapu regionalnih i opštinskih odbora stranke. Od interaktivnih sadržaja prisutni su i mejling lista, „Kutak za simpatizere“, sa koga se mogu daunloadovati poster i posvećeni različitim kampanjama stranke, elektronska pristupnica, a u pripremi je stranica namenjena mogućnosti davanja donacija stranci. Na forumu LSV je za manje od godinu i po dana 85 prijavljenih korisnika postavilo više od hiljadu članaka. Pravila ponašanja na ovom forumu su koncipirana uz приметно виши stepen uticaja političkih i vrednosnih kriterijuma nego na forumu LDP:

„Svrha moderisanja foruma je omogućavanje nesmetane konstruktivne diskusije i koordinacije među ljudima koji na bilo koji način učestvuju u društvenopolitičkom životu kako Vojvodine i Srbije tako i svih koji iz inostranstva prate rad Lige socijaldemokrata Vojvodine.

Na forumu Lige socijaldemokrata Vojvodine važe sledeća pravila:

- 1. Zabranjeno je tendenciozno propagiranje rasističkih, nacionalističkih i seksističkih stavova, podsticanje mržnje prema*

osobama drugačijeg opredeljenja, religijska propaganda, kao i tendenciozno iznošenje neistorijskih i nenaučnih stavova. Osobe koje budu kršile ove zabrane biće privremeno odstranjene sa foruma bez prethodnog upozorenja. Ukoliko nastave da krše pravila biće im zauvek zabranjen pristup na forum LSV.

2. Nije poželjno reklamiranje bilo koje organizacije sa kojima Liga socijaldemokrata Vojvodine nije programski i ideološki bliska, niti bilo koje partije i organizacije koja u svom programu ima stavove koji nisu dozvoljeni u prvom članu pravila. Poruke u kojima se pominju lična imena učesnika foruma ili na bilo koji način sadrže uvrede upućene lično članovima/cama i učesnicima/cama na forumu biće promenjene, a njihovi autori upozoreni.

ADMINISTRATOR“

(Izvor: <http://www.lsv.org.yu/forum/viewtopic.php?t=18>)

Ovakva pravila ponašanja su verovatno u vezi sa određenim stepenom političkog ekskluzivizma LSV, koji je na forumu ilustrativno predstavljen debatom posetioca registrovanog kao „Demokrata-82“, čiji je avatar (grafički sadržaj koji prati svaku njegovu poruku) grb Srbije, sa pristalicom LSV registrovanog kao „Pajica“:

Demokrata-82: Znam, bio sam na toj proslavi. (15 godina DSS)

Pajica: ŽIVELA AUTONOMNA POKRAJINA VOJVODINA SA SVIH PET KARAKTERISTIKA AUTONOMNOSTI !

A Demokratijo 82, ovo je LSV forum – čini mi se da si rano počeo da „provociras“, a znaš zašto se LSV zalaže za ono gore napisano a ti po BG željama! (veruj mi odgovor na ono tvoje pitanje je „nećeš imati problema“, ali nećeš ni dugo ovde boraviti).“

Demokrata-82: Ne razumem šta sam rekao. Ništa nisam rekao provokativno.

Pajica: Živela VOJVODINA!

Ovaj primer svedoči da je među nekim korisnicima interneta i u Srbiji prisutna težnja ka isključivanjem neistomišljenika iz debata, što je tema koju su obrađivali ranije pominjani teoretičari koji se bave njegovim potencijalima kao sredstva razvoja i širenja javne sfere. Najuočljivija mana sajta LSV je nedostatak eksternih linkova.

Na sajtu najsnažnije među strankama nacionalnih manjina u Srbiji **Saveza vojvođanskih Mađara** (<http://www.vmsz.org.yu>), koji postoji u srpskoj, mađarskoj i engleskoj verziji, na originalan način je omogućeno prezentovanje aktuelnih vesti i dosta iscrpnih podataka o stranci na samoj naslovnoj stranici, ali je takav postupak uslovio organizaciju sadržaja koja primorava posetioce da se stalno vraćaju na naslovnu stranu. Na njoj su, inače, veoma istaknute fotografije sadašnjeg i bivšeg (sada počasnog) predsednika stranke, kojima posetioci mogu uputiti i pitanja, a izuzetno su istaknute i lokalne samouprave u Vojvodini u kojima SVM vrši vlast. Najupadljivija karakteristika sajta **Liste za Sandžak** (<http://www.listzasandzak.org.yu>) jeste veliki broj neaktivnih linkova, praktično svih koji bi trebalo da vode prema podacima o koaliciji i njenim članicama, tako da je sajt praktično isključivo posvećen objavljivanju vesti koje se prilično neredovno ažuriraju. Na sajtu najčeće članice ove koalicije **Stranke demokratske akcije** (<http://www.sda.org.yu>) takođe ima dosta neaktivnih linkova (opštinski ogranci stranke, koalicioni partneri), ali se na njemu nalazi dosta bogata arhiva vesti, podaci o funkcionerima, kao i programski i organizacioni dokumenti.

Trenutno najsnažnija vanparlamentarna stranka u Srbiji **Srpski pokret obnove** (<http://www.spo.org.yu>) centralno mesto na svom sajtu dosta jednostavnog dizajna posvetila je vestima strukturisanim u više kategorija (vesti, intervjui, saopštenja, događaji, skupštinske aktivnosti), a predstavljeni su i funkcioneri, program i statut stranke. Najveća mana su kontakt podaci dati samo za centralu stranke i beogradski odbor, dok posebna stranica posvećena opštinskim odborima sadrži samo imena odgovarajućih opština, bez ikakvih drugih podataka osim linkova na sajtove svega 14 opštinskih odbora koji ih poseduju. Izuzetno naglašeno mesto na naslovnoj stranici dato je linku ka podacima o Petom saboru stranke, održanom pre više od dve godine, kao i književnim delima stranačkih lidera i

prijatelja. Na sajtu **Socijaldemokratske partije** (<http://www.sdp.org.yu>) primena jarkih boja nije ugrozila preglednost izuzetno dobro raspoređenog sadržaja – po kategorijama strukturisane informacije o organizaciji, dokumentima, kongresima i javnim istupanjima stranke smeštene su na veoma malom prostoru i lako dostupne, kao i linkovi sajtova svih socijaldemokratskih stranaka u Evropi, ambasada, medija, nevladinih organizacija, institucija vezanih za Kosovo i Metohiju, ali i drugih stranaka u Srbiji. Jedna stranica je posvećena istoriji socijaldemokratije u Srbiji (uz kratkometražni film, koji se može daunloudovati), dok interaktivna mapa okruga Srbije vodi na adresar svih opštinskih odbora stranke. Postoji i link na interno stranačko glasilo „SDP Info“, koje se može dobijati putem mejling liste, dok su linkovi „Socijaldemokratska omladina“ i „Forum žena“ neaktivni. Najizrazitijom manom u koncipiranju sadržaja može se smatrati to što smo, pošavši od vrha naslovne stranice, čiji je centralni deo posvećen vestima, koje su posle poslednjih parlamentarnih izbora prestale da se ažuriraju, naišli na devet prilično velikih fotografija predsednika stranke u krupnom planu, pre fotografije bilo koje druge osobe ili skupa.

Sajt **Pokreta snaga Srbije** (<http://www.snagasrbije.com>), izrazitog gubitnika poslednjih izbora, ima englesku verziju po količini sadržaja sličnu srpskoj, neopterećujući dizajn i prilično dobru strukturu sadržaja sa svim relevantnim podacima o stranci, detaljan adresar lokalnih odbora, ali isto tako i resornih, obilje analitičkih tekstova, anketa i agencijskih istraživanja, audio i video materijala (npr. kratki film „Istina – Bogoljub Karić“), „glasačku mašinu“, elektronski bilten, pa i blog „Bun!“ (<http://snagasrbije.blogspot.com/>), tako da nikakva neumešnost u korišćenju IKT ne može biti uzrok skorog izbornog debakla stranke, već možda pre obraćanje potencijalnim biračima koji su sa pogrešne strane „digitalne podele“. Zanimljivo je da na naslovnoj stranici sajta ove stranke, prepoznate u javnosti uglavnom kao nedvosmisleno leaderske, ne možemo naći nijednu sliku Bogoljuba Karića, mada poseban link u statičnom meniju vodi ka njegovoj biografiji i sajtu (<http://www.bogoljubkarić.com>), čiji je praktično jedini sadržaj baner sa njegovom slikom i poziv posetiocima da ga savetuju pošto se prethodno prija-

ve za debatu na forumu. Prilično groteskno deluje rezultat glasanja na „glasачkoj mašini“ po kome bi za PSS na hipotetičkim izborima u septembru 2007. glasalo 90,62% građana, dok je tu mašinu po internoj statistici posetilo više od sto hiljada građana!

Većina stranaka pored centralnog sajta ima i prezentacije lokalnih odbora. Postojanje, kvalitet, originalnost (naročito u odnosu na centralni sajt stranke) i ažuriranost ovih sajtova nam može dati uvid u realnu (a ne samo statutarnu) organizacionu strukturu svake stranke. Ta struktura određuje i stepen političke samostalnosti i snage, ali i finansijske održivosti i kadrovskih potencijala, kao i svesti o značaju korišćenja IKT u političke svrhe na nižim nivoima stranačkog organizovanja. Spisak aktivnih linkova koji sledi predstavlja zato svojevrsan vodič kroz političku geografiju veba u Srbiji, koji ima cilj da podstakne i olakša dalja istraživanja ove oblasti:

Demokratska stranka:

Beograd www.beograd.ds.org.yu

Novi Sad www.novisad.ds.org.yu

Kragujevac www.kragujevac.ds.org.yu

Bor www.bor.ds.org.yu

Čukarica www.cukarica.ds.org.yu

Čuprija www.cuprija.ds.org.yu
(u izradi)

Jagodina www.jagodina.ds.org.yu

Knjaževac www.knjazevac.ds.org.yu

Kovačica <http://www.dskovacia.org.yu>

Kruševac www.krusevac.ds.org.yu

Lajkovac www.lajkovac.ds.org.yu

Lazarevac www.lazarevac.ds.org.yu

Loznica <http://www.dsloznica.org.yu>

Novi Beograd www.novibeograd.ds.org.yu

Palilula www.palilula.ds.org.yu

Pančevo www.pancevo.ds.org.yu

Pirot www.piros.ds.org.yu

Požarevac <http://www.ds-pozarevac.org.yu/>

Savski venac www.savskivenac.ds.org.yu

Sečanj www.oodssecanj.org.yu

Soko Banja www.sokobanja.ds.org.yu

Sombor www.ds-sombor.org.yu

Subotica www.subotica.ds.org.yu

Svilajnac www.svilajnac.ds.org.yu

Užice <http://dsuzice.tripod.com>

Valjevo www.valjevo.ds.org.yu

Vračar www.vracar.ds.org.yu

Vrbas www.vrbas.ds.org.yu

Vršac www.dsvrsac.org.yu
Zrenjanin <http://www.dszenjanin.org.yu>

Demokratska stranka Srbije:

Beograd <http://www.beograd.dss.org.yu>
Novi Sad <http://www.dssns.org.yu>
Niš <http://www.dssnis.org.yu>
Čukarica <http://www.dsscukarica.org.yu>
Ljig <http://www.seljaktasa.org>
Rakovica <http://www.rakovica.dss.org.yu>
Subotica <http://www.dss-subotica.org.yu>
Užice <http://www.dssuzice.org.yu>
Zrenjanin <http://www.zrenjanin.dss.org.yu>

Nova Srbija:

Niš <http://www.ns.org.yu>

G17 Plus:

Beograd <http://www.beograd.g17plus.org.yu>
Novi Sad <http://www.novisad.g17plus.org.yu>
Niš <http://www.nis.g17plus.org.yu>
Kragujevac <http://www.zvrcka.kg.co.yu>
Čukarica <http://www.cukarica.g17plus.org.yu>
Kikinda <http://www.g17plus-kikinda.org>

Kula <http://www.g17plus-kula.org.yu> (u izradi)

Požarevac <http://www.pozarevac.g17plus.org.yu>
Rakovica <http://www.rakovica.g17plus.org.yu>
Smederevo <http://www.smederevo.g17plus.org.yu> (u izradi)
Sombor <http://www.sombor.g17plus.org.yu>
Stari Grad <http://www.starigrad.g17plus.org.yu>
Subotica <http://www.subotica.g17plus.org.yu>
Užice <http://www.uzice.g17plus.org.yu>
Valjevo <http://www.valjevo.g17plus.org.yu>
Voždovac <http://www.vozdovac.g17plus.org.yu>
Vrbas <http://www.vrbas.g17plus.org.yu/index.htm>

Socijalistička partija Srbije:

Beograd <http://www.sps-bg.org.yu>
Novi Sad <http://www.sps-novisad.org>
Kruševac <http://www.sps-ks.org>
Priboj <http://www.sps.org.yu/priboj>

Liberalno demokratska partija:

Kragujevac <http://www.ldpkg.org.yu>

Čačak <http://www.ldp-cacak.org.yu>
Čukarica <http://www.ldpcukarica.org.yu>
Gornji Milanovac <http://www.ldpgm.org>
Kula <http://www.ldpkula.info>
Ljubovija <http://www.ldpljubovija.org.yu>
Novi Bečej <http://www.ldp.novibechej.com>
Novi Beograd <http://www.ldp-novibeograd.org.yu>
Palilula <http://www.ldppalilula.co.yu>
Raška <http://www.ldpraska.org>
Svilajnac <http://www.ldp-svilajnac.org.yu>
Šabac <http://www.ldpsabac.org>
Voždovac <http://ldpvozdovac.org>
Zemun <http://www.ldpzemun.org>
Zrenjanin <http://www.ldp-zrenjanin.org.yu>
Zvezdara <http://www.ldp-zvezdara.org>

Liga socijaldemokrata Vojvodine:
Novi Sad <http://www.lsvns.org/BudiNS/BudiNS.htm>
Kikinda <http://www.lsvkikinda.net/nav.p?naziv=coppermine>
Zrenjanin <http://www.lsv.zr.org.yu>

Srpski pokret obnove:

Novi Sad <http://www.spo-ns.org>
(rekonstrukcija u toku, forum na <http://www.spo-ns.org/forum/index.php>)
Niš <http://www.spo-nis.org.yu>
Bačka Palanka <http://www.spo-bap.org>
Batočina http://www.geocities.com/spo_batocina
Kikinda <http://www.spokikinda.com/naslovna.asp?s=0> (u izradi)
Knjaževac <http://www.spoknjaz.com>
Loznica <http://www.spolznic.org.yu>
Pančevo <http://www.spo-pancevo.org>
Rakovica <http://www.spo-rakovica.org.yu>
Sombor <http://www.sposombor.org.yu>
Šabac <http://www.sposabac.org>
Vrnjačka Banja <http://www.geocities.com/spovbanja>
Zemun <http://www.spo-zemun.org.yu>
Zrenjanin <http://www.spo-zr.bravehost.com>

Medijske kuće

Mediji u Srbiji poslednjih godina ubrzano „sele“ svoju delatnost na veb, u nekim slučajevima prednjačeći u tome u odnosu na druge društvene aktere, ali i suočavajući se sa nekim specifičnim problemima.

Novinska agencija Beta (<http://www2.beta.co.yu>) dilemu – dopustiti slobodan pregled vesti posetiocima sajta i kompenzovati rad na njihovom prikupljanju reklamama ili naplaćivati pristup vestima pretplatom – rešila je tako što je dozvolila besplatan pristup veoma ograničenom broju političkih, ekonomskih vesti i vesti iz kulture, šou-biznisa i zanimljivosti (sedam najaktuelnijih, sa izuzetkom teme saradnje sa Haškim tribunalom, kod koje je dostupan nešto veći broj vesti), dok link posvećen vremenskoj prognozi sa njenog vodi na odgovarajuću stranicu Republičkog hidrometeorološkog zavoda. Više aktuelnih vesti je dostupno bez pretplate i na posebnim portalima agencije posvećenim borbi protiv organizovanog kriminala u jugoistočnoj Evropi (<http://www.orgkriminal.org>) i borbi protiv korupcije (<http://www.korupcija.org>). Pretplata je neophodna i za korišćenje audio i video servisa. **Agencija Fonet** (<http://www.fonet.co.yu>) još restriktivnija je po pitanju dostupnosti sadržaja i bez pretplate dozvoljava pristup samo do skraćениh verzija desetak najnovijih vesti, nezavisno od njihove klasifikacije. Pretplatnicima nudi onlajn tonski servis, onlajn dnevni (pisani) servis, onlajn dnevni foto servis, onlajn tv servis i onlajn foto arhivu.

Nacionalna novinska agencija Srbije **TANJUG** (<http://www.tanjug.co.yu>) s druge strane, dozvoljava besplatan pristup svim vestima tekućeg dana, klasifikovanim u rubrike „Aktuelno“, „Srbija“, „Srbija-Svet“, „Političke partije“, „Ekonomija“, „Balkan i susedi“, „Svet“, „Kultura, nauka“ i „Sport“. Na komercijalnoj bazi, međutim, korisnicima nudi Generalni servis vesti, Izbor iz generalnog servisa, Dnevni servis, Foto servis, Sportski servis Tanjuga, servis „Kultura, nauka, umetnost“, „Dogodilo se na današnji dan“, Izbor iz stranih medija, Izbor iz albanskih i kosmetskih medija, Anale 2005, Engleski bilten (Daily news), Engleski servis, Pres klipng, Tanjug-Ekos

(ekonomske informacije), Fono servis, servis „Dijaspora“, Političko-poslovni imenik, Vojni servis i ICT servis. Novinska agencija Tiker (<http://www.tiker.co.yu>) omogućava slobodan pristup velikom broju vesti, ali su gotovo sve one iz domena ekonomije, pa više podsećaju na komercijalne nego na informativne sadržaje, dok iz kategorija „Ekonomija“, „Politika“, „Zabava“, „Kultura“, „Sport“ i „Nauka“ nije moguće doći ni do jedne vesti. Zanimljiv je primer lokalne, tj. regionalne (jug Srbije) agencije „Vranje press“ (AVP, <http://avp.campware.org>), koja omogućuje pristup velikoj arhivi vesti iz tog regiona, doduše samo skraćenim verzijama bez pretplate, dok je u rubrikama „Aktuelno“ i „Intervjui“ slobodan pristup dozvoljen velikom broju analitičkih članaka i intervjuua iz poslednje dve i po godine. Rad ove agencije i postojanje njenog sajta je od izuzetnog značaja s obzirom na to da je južna Srbija jedan od regiona najteže pogođenih „digitalnom podelom“ u Republici.

Mediji kojima veb i IKT uopšte nisu postali praktično glavno sredstvo distribucije vesti već podrška programima koje odranije emituju putem drugih medija, uglavnom ne praktikuju ograničena pristupa svojim onlajn sadržajima. **Radio televizija Srbije** (<http://www.rts.co.yu>) na svom sajtu pruža veliki broj vesti klasifikovanih u takođe veliki broj kategorija, što uz primenu padajućeg menija i inače veliku količinu sadržaja na naslovnoj stranici otežava pretpagu sajta. Programi radija i televizije su dati u statičkom gornjem meniju, ali nisu dovoljno приметni. Ostavljanje komentara vesti posetiocima sajta nije omogućeno. Dobro su istaknuti baneri – linkovi simptomatičnih naslova: „Kuda idu vaše pare – Godišnji izveštaj RTS-a“ i „Tijanić polaže račune – pitajte generalnog direktora RTS-a“, što je svakako pohvalno iz ugla transparentnosti i interakcije sa korisnicima javnog servisa. Na sajtu je postavljen (mada ne i adekvatno istaknut) forum (<http://ww1.rts.co.yu/forum/>) na kome je postavljeno više od 70.000 poruka, najviše vezanih za Prvi i Drugi program RTS, unutrašnju politiku i za muziku i zabavu. Što se tiče unutrašnje politike, ne čudi da je među temama sa najvećim brojem tekstova ona sa nazivom „Rešenje kosovskog pitanja“ (3036), ali je zanimljivo da nju ipak prevazilaze dve teme posvećene pitanji-

ma koja jesu političkog karaktera ali se nikako ne bi mogla smatrati izrazito aktuelnim u sadašnjem trenutku – „Poslednja prilika za Kraljevinu Srbiju“ (4234) i „Ujedinjenje komunističkih i radničkih partija Srbije“ (3552). Tek za njima je tema sumnjivog stepena političke korektnosti „Dokle više ovi Crnogorci?“ sa 1428 odgovora. Zanimljivo je i da se na forumu posvećenom sukobima u bivšoj Jugoslaviji nijedna ne bliži brojem postavljenih tekstova pomenutima iz domena unutrašnje politike, što može biti značajan indikator kretanja političkih prioriteta građana Srbije. Prenećemo i izvod iz pravilnika o korišćenju foruma RTS, koji se odlikuje prvenstveno fokusom na kvalitet, jasnoću i zanimljivost debate, mada su i u njemu prisutne restriktivne odredbe po pitanju uvreda i tona debate:

„Učesnik se obavezuje:

- 1. Da se ponaša u skladu sa ovim Pravilnikom.*
- 2. Da poštuje mišljenje i ličnost drugih učesnika, da ne koristi više nadimaka i da za nadimak ne uzima ime aktelne javne, ili istorijske ličnosti.*
- 3. Da naslov teme, sadržaj ankete i poruke budu u skladu sa dobrim običajim, bez vređanja i klevetanja.*
- 4. Da ne vređa druge učesnike, a posebno ne po osnovu nacionalne, verske, rasne ili polne pripadnosti i seksualne orijentacije, niti po osnovu članstva u političkim, nevladinim, društvenim, sportskim i drugim organizacijama. Da se uzdrži od provokacija, da ne odgovara na provokacije i uvrede, već da o svemu obavesti administratora.*

Da ne pokreće ili učestvuje u raspravama koje raspiruju mržnju i pozivaju na nasilje.

Da štiti svoju privatnost i privatnost drugih korisnika.

Da štiti pravo na intelektualnu svojinu. Da ne postavlja reklamne sadržaje.

Da ne postavlja pornografske ili druge sadržaje koji su zakonski sankcionisani.

- 5. Da prilikom otvaranja teme vodi računa o tematici podforuma.*

Da ne otvara novu temu bez provere da li u podforumu već postoji slična tema u koju može postaviti komentar.

Da iz naslova teme koju postavi bude što jasnije o čemu je reč.

Da jednu poruku ne postuje više puta u istom ili u različitim topicima i podforumima.

6. *Da ako prenosi tekst sa inetrneta, prenese samo kraći izvod i uz svoj komentar uputi učesnike na link. Da napomene odakle prenosi kraći tekst ili delove dužeg teksta.*

Da ako postavlja fotografije, postavi samo jednu i uz svoj komentar uputi učesnike na link. Fotografija može sama po sebi biti komentar ili ilustracija komentara.

Da ako prenosi tekst na stranom jeziku, postavi samo kraći pasus u originalu i sa obavezanim prevodom, a učesnike uputi na link. Da se ne obraća učesnicima na stranom jeziku, sem kolo-kvijalno ili uzrečicama.“

Zanimljivo je da, za razliku od mnogih foruma, na ovome pravilima debatovanja nije posvećena posebna tema, već je link kojima se do njih dolazi prilično neprimetan na naslovnoj strani foruma, koju korisnici obično „preskaču“ vođeni željom da se što pre upoznaju sa sadržajem debata. Debate se uglavno sastoje od kraćih, lapidarnih poruka, često izrazitog emotivnog naboja, uz dosta često prenošenje tekstova iz drugih medija i korišćenje mogućnosti predstavljanja grafičkih sadržaja. Moderacija sprečava samo korišćenje potpuno neprihvatljivih nepristojnih reči, dok se tekstovi prilično uvredljivog tona tolerišu, što nije prihvatljiv manir s obzirom na to da se radi o javnom servisu svih građana Srbije.

Iako je početkom prethodne decenije nastala kao radio stanica, B92 (<http://www.b92.net>) jeste verovatno medijska kuća koja je u Srbiji najpotpunije iskoristila veb kao sredstvo nastupa prema javnosti, predstavljajući ga kao ravnopravan medij radiju i televiziji. Iako većinu informativnih sadržaja na portalu B92 čine vesti koje se pripremaju za svaki od ove tri vrste medija, sajt B92 je portal na kome se mogu naći i brojne stranice sa sadržajima kreiranim samo

za veb: Kultura, Biznis, Automobili, Tehnopolis, Život, Mape, Srbija 2020. (različiti aspekti evropskih integracija Srbije), Poslovi, Shop, Muzika, Foto galerija, kao i rubrike posvećene izboru najaktuelnijih vesti i autorskih članaka – Fokus, Moj ugao, Štampa, Tema, Specijali, Dokumenti i Intervjui. Pored ovoga, o velikim ulaganjima B92 u prezentovanje svojih sadržaja na webu svedoče strimovanje TV i radijskog programa i postavljanje snimaka emisija na sajt, kao i postavljanje odabranih emisija na „Ju-tjub“ (www.youtube.com). Njena radio i televizijska produkcija predstavljaju svoje programske šeme i emisije na stranicama zajedničkog portala, čiji je ipak najposećeniji informativni program, tj. stranice „Info B92“. Posetioci mogu komentarisati vesti koje se klasifikuju i po broju čitanja i po broju komentara, a i komentare drugih posetioci mogu da preporučuju ostalima. Sudeći po arhivi vesti, koja se vodi od 1999, ali zajedno sa komentarima samo za nekoliko poslednjih godina, vest o rezultatima parlamentarnih izbora 2003. prokomentarisalo je 310 posetilaca, o izboru Borisa Tadića za predsednika Srbije 205, referendum o osamostaljenju Crne Gore 217 (raspoređenih na dve vesti), referendumsko usvajanje Ustava Srbije 234, rezultate poslednjih parlamentarnih izbora u Srbiji 102, a izbor Tomislava Nikolića za predsednika Narodne Skupštine 327. Pored ovako visoke atraktivnosti vesti B92 za njihove posetioce, koji neretko komentarima vode međusobnu polemiku, na ovom sajtu postoji i forum (<http://forum.b92.net/>), čiji su korisnici poslali preko 1 600 000 poruka, od čega preko 280 000 na forum „Sport“ i preko 250 000 na forum „Politika“. Među političkim temama po broju tekstova prednjači ona sa naslovom „Petar Luković“ (po savremenom kolumnisti koji izaziva burne i kontroverzne reakcije u javnosti, 3328 tekstova) i „USA je odlučila da je Kosovo nezavisno“ (3230), a slede „Ugo Čavez, nova nada za Latinsku Ameriku“ (1500), „Kakav je to igrač bio“ (radi se o Josipu Brozu, 1448), „A šta će Srbiji, zapravo, Kosovo“ (1363) i „Oluja“ (o padu Republike Srpske Krajine, 1332). Pored ovog oblika intenzivne interakcije, B92 je omogućio jednom broju istaknutih javnih ličnosti (među njima i potpredsednik Vlade Božidar Đelić, ministar ekonomije Mlađan Dinkić, savetnik predsednika Republike Nebojša Krstić i neki drugi državni i gradski funkcioneri, poznati kulturni stvaraoci itd.) da

vode svoje blogove. Neki, doduše, nisu istrajali u dugoročnom korišćenju ovog oblika komunikacije sa javnošću, verovatno i usled velikih obaveza koje kao javne ličnosti imaju u svojim osnovnim delatnostima. Ovakav oblik obraćanja pojedinaca javnosti nosi i izvesne rizike po ustanovu koja im u tome pruža tehničku i organizacionu podršku, pošto ona preuzima deo objektivne odgovornosti za neprimerene izjave ili sadržaje (npr. u slučaju primene fotomontaže, kao na blogu <http://blog.b92.net/text/698/Be%20Like%20Putin/>) pa može doći u situaciju da se od tih pojedinaca javno ograđuje, što može imati i prizvuk cenzure. Zbog toga se mogućnost otvaranja blogova na sajtovima javnih medija umesto svim posetiocima dodeljuje samo ograničenom broju pojedinaca, a komentari vesti koji su omogućeni svim posetiocima se moderišu.

Radio televizija Studio B (<http://www.studio-b.co.yu>), koja je u vreme ovog istraživanja još uvek bila gradski servis Beograda, uprkos čestim debatama u javnosti o mogućnosti njene privatizacije, na svom sajtu, koji je dizajniran u jarkim bojama, sličnim onima kod sajta RTS, uspela da boljom organizacijom sadržaja postigne mnogo veću preglednost. Program je dat i u celini, ali i po kategorijama (Emisije, Filmski program, Serijski program), a postoji i stranica „TV lica“ sa kratkim biografijama novinara i urednika ove kuće. Vesti su klasifikovane u čak 12 kategorija, ali jasan i dobro koncipiran meni ne otežava njihovu pretragu. Ni ova kuća, nažalost, nije ponudila opciju za komentarisanje vesti koje objavljuje, a osim mejla ne postoji nikakav drugi oblik komunikacije sa redakcijom i uredništvom.

Jedna od najgledanijih televizija u Srbiji **RTV Pink** (<http://www.rtvpink.com>), za razliku od dve prethodno pomenute, i na svom sajtu neuporedivo više ističe igrani i zabavni program od informativnog, a u skladu sa tom koncepcijom je i obilje fotografija na naslovnoj strani, koje predstavljaju scene i likove iz programa ove kuće. Kao i Studio B, RTV Pink je predstavila svoje saradnike kroz stranicu „TV lica“, a vesti su i na odgovarajućoj stranici veoma malobrojne – ni u jednoj od sedam kategorija nema više od pet vidljivih vesti. Arhiva vesti se može pretraživati samo za tekuću

2007, a zanimljivo je da je formom ponuđena i opcija pretrage vesti iz nastupajuće 2008. godine. Komentarisane vesti nije moguće, a forma za kontakt nudi vrlo razgranate opcije, u smislu željene vrste kontakta (pitanja, sugestije, komentari, prijava smetnji) i shodno strukturi ove kuće (Press služba, Pink Plus Evropa, Pink Plus Amerika, Marketing, R&D, PR).

Najstariji dnevni list na Balkanu „Politika“ (<http://www.politika.co.yu>) na svojoj prilično skoro obnovljenoj internet prezentaciji pomoću relativno jednostavnog statičkog menija (rubrike pri vrhu menija su „Svet“, „Politika“, „Društvo“, „Hronika“, „Ekonomija“, „Kultura“, „Sport“, „Srbija“ i „Beograd“) daje samo deo vesti iz štampanog izdanja, obično ih ni u jednoj rubrici nema više od četiri odjednom, a relativno brzo prelaze u arhivu. Deo menija su i linkovi na dnevne kolumne sedam „Politikinih“ kolumnista, istaknutih eksperata za pojedine oblasti društvenog života, link ka temi nedelje, a ispod njih slede linkovi ka rubrikama koje ovaj, za uslove savremene Srbije relativno konzervativni list, ne smatra najaktuelnijim: „Nauka“, „Ženska strana“, „Ritam“, „Muška strana“, „Automobilizam“, „Digitalni svet“ i „Medicina“. Već iz ovakve strukture sadržaja možemo zaključiti da se radi prevashodno o informativnom listu, kod koga zabavni sadržaji postoje ali nedvosmisleno u drugom planu. Na dnu menija su linkovi ka sedam „Politikinih“ dodataka – podlistaka, posvećenih raznovrsnim ciljnim grupama: „Nekretnine“, „Posao“, „Kulturni dodatak“, „Moja kuća“, „Putovanja“, „Magazin“ i „Ana“. U rubrici „Kontakt“ postoje samo fizičke adrese, ali Impresum nudi i mejlove vrlo razgranatog tima. Arhiva vesti postoji samo za period od jula 2006, a vesti se mogu komentarisati, pa se na osnovu broja komentara izlistavaju na desnom dinamičkom meniju. U trenutku našeg istraživanja, najviše komentarisana vest je za 18 dana dobila 487 komentara. Komentari su izrazito neujednačene dužine i često im fokus nije na samoj temi članka koja se komentariše, već na stavovima drugih posetilaca, što nekada dovodi i do žučnih debata, u kojima se neki učesnici javljaju znatno frekventnije od drugih. Najviše komentara po pravilu dobijaju vesti političkog karaktera.

Sajt dnevnika „Danas“ (<http://www.danas.co.yu>) ima izuzetno diversifikovan statički meni, u kome se pored rubrika čije ime relativno jasno upućuje na karakter sadržaja koji očekuje čitaoca – „Region“, „Feljton“, „Kultura“, „Globus“, „Evropa“, „Vojvodina“, „Događaj dana“, „Sport“ – sadrži i linkove za koje samo iskusni čitaoci ovog lista znaju kuda ih vode: „Hronika“ (udarna politička rubrika, a ne „crna hronika“ posvećena kriminalu, kao kod većine listova), „Terazije“, „Periskop“ i „Dežurna“. Kao i kod „Politike“ postoje linkovi ka tematskim dodacima (podliscima): „Vikend“, „Biznis“, „Knjiga“, „com_medi@“ (posvećen IKT), „Sindikata“, „Privatnici“, „Pravo“ i „Srebrenica“. Ovaj dnevnik se ističe po tome što je njegovo elektronsko izdanje po sadržaju gotovo identično štampanom, a vesti i drugi tekstovi se ne smenjuju po hronološkom redosledu bez obzira na to u kom su izdanju lista objavljeni, već je svaki elektronski broj lista zasebna celina. Arhiva elektronskih izdanja seže do kraja avgusta 2002, što je izuzetan dug period u poređenju sa drugim listovima u Srbiji, ali loš utisak ostavlja činjenica da postoje neaktivni linkovi ka brojevima još iz januara 2000. i takođe neaktivan link na celu 1999. Na sajtu ne postoji forum, niti se vesti mogu komentarisati, a umesto linka „Kontakt“ postoji link „Uredništvo“, na kome je ponuđena samo jedna mejl adresa, kojom se poruke šalju desku.

Statički meni sajta nekada najtiražnijeg dnevnika u SFRJ **Večernjih novosti** (<http://www.novosti.co.yu>) ima čak 16 linkova koji se odnose na sadržaj lista, pri čemu se među njima nalaze i „Horoskop“, „Horoskop 2007“, satirična rubrika „Trn“ i rubrika „Razno“, pa uprkos tome sadržaj elektronskog nije ni približan po obimu sadržaju štampanog izdanja, već se vesti iz jednog štampanog broja po nekoliko dana zadržavaju na elektronskom, odlazeći s vremenom u arhivu, u kojoj je najstariji tekst iz novembra 2002. Vesti se mogu komentarisati, a vest sa najviše komentara koju smo pronašli u trenutku istraživanja dobila je 223 komentara za tri dana od postavljanja. U poređenju sa „Politikom“ i forumom RTS posetioci sajta „Večernjih novosti“ su generalno skloniji da postavljaju duže i argumentovanije poruke, koje omogućavaju neku vrstu debate među njima, mada u pitanju nije forum već forma za komentarisati

nje vesti. Ove debate su приметно žučnije i nižeg civilizacijskog nivoa kada je reč o vestima iz „crne hronike“, koje su pored političkih privukle najviše komentara posetilaca.

Naslovna strana sajta dnevnika „Blic“ (<http://www.blic.co.yu>) nešto je bogatija sadržajima komercijalnog tipa, a njegov statički meni pored linkova pominjanih kod ostalih listova sadrži i neke originalne – npr. „Slobodno vreme“, „Republika Srpska“ i „Nagradne igre“ i „Blic strip“. Dužih analitičkih članaka u ovom listu nema, a tekstovi se u desnom meniju rangiraju i po broju čitanja i po broju komentara, koji se ne može uporediti sa onime koji smo našli kod „Politike“ i „Novosti“. Od ovih listova „Blic“ se razlikuje i po tome što najveći broj komentara uglavnom imaju vesti iz oblasti sporta i estrade, a ne politike. Generalni utisak je da je ovaj list usmeren ka nešto mlađoj i veoma dinamičnoj populaciji, koja želi da bude informisana, ali nema previše vremena koje bi za informisanje izdvojila, a želi i da joj budu dostupni komercijalni i zabavni sadržaji. Arhiva vesti je data samo za tekuću godinu.

Dnevni list „Kurir“ (<http://www.kurir-info.co.yu>) na sajtu ima dva statička menija, od kojih je desni posvećen tematskoj klasifikaciji tekstova i kraći je nego kod svih ostalih dnevnika („Vesti“ – jedna kategorija, što je takođe jedinstven slučaj, „Stars“ – stranica posvećena estradnim zvezdama, „Crna hronika“, „Sport“, „Planeta“ i „Srbija“), dok levi meni, koji kod skoro svih ostalih sajtova predstavlja glavno oruđe navigacije i pretraživanja, sadrži linkove ka arhivi vesti (od kraja maja 2003), sastavu redakcije i kontakt podacima, kao i prema rubrici „Daunloud“, u kojoj su od četiri ponuđena sadržaja dva zabavnog karaktera a jedan je završna reč Milorada Ulemeka, prvooptuženog za ubistvo premijera Đinđića. Od pet vesti koje su se nalazile na sredini naslovne strane našli smo tri iz domena sudstva i izdržavanja zatvorskih kazni, a dve iz oblasti sporta, što predstavlja još jednu specifičnost ovog lista u odnosu na sve ostale.

Novosadski „Dnevnik“ (<http://www.dnevnik.co.yu/>) odaje utisak lista čije je uredništvo elektronskog izdanja pokušalo da pomiri

osobine pomenute kod nekoliko prethodnih i koje se kod njih obično isključuju. Veliki broj tekstova, klasifikovanih dva puta, u rubrici „Članci“ (devet linkova u padajućem meniju) i rubrici „Rubrike“ (14 linkova), pri čemu se „Sud“ i „Crna hronika“ pojavljuju po dva puta, a postoje i kategorije „Lalizmi“, „Horoskop“ i „Nedeljni ručak“ (u „Politici“ je slična rubrika u podlisku „Magazin“), i foto album sa šest tematskih kategorija sugerišu da bi ova novinsko izdavačka kuća možda trebalo da sledi primer nekih drugih i da diversifikuje sadržaje koje nudi u izdanja manjeg obima, različitog tematskog fokusa ili usmerena ka različitim ciljnim grupama, utoliko pre što je već dostupno izdanje „Regionalnih Evronovina“ u pdf. formatu. Veoma je zanimljiva ponuda različitih oblika interakcije sa čitaocima – „Moj dnevnik“, „Lične poruke“, mogućnost komentarisanja vesti, kao i forum na kome je od kraja 2005. godine 5399 korisnika ostavilo samo 906 poruka. Zanimljivo je da veoma mali broj od 13 dosta široko formulisanih foruma ima više od jedne ili dve teme, a na samo šest njih je poslednja poruka postavljena tokom leta 2007, dok su na svim ostalima starije.

Nedeljnik „NIN“ (<http://www.nin.co.yu>) koji, nažalost, danas ima veb arhivu sa dostupnim brojevima od 2003. do danas iako su postojala onlajn izdanja još iz 1997, ima padajući meni sa deset linkova na članke (među njima se nalazi i jedan koji se odnosi na pretplatu i oglašavanje, što predstavlja nedoslednost u organizaciji sadržaja), kao i pet na kolumne na tekstove veterana srpskog novinarstva. Nažalost, ni jedan jedini tekst nije dostupan, čak ni delimično, u vidu izvoda ili apstrakta posetiocima sajta koji nisu pretplatnici elektronskog izdanja.

Nedeljnik „Vreme“ (<http://www.vreme.com>), međutim, omogućuje pristup barem delu tekstova (između ostalog – uvodnik glavnog urednika i pisma čitalaca) i ostalim posetiocima, ali se usled toga nameće pitanje – da li je to uzrok prisutnosti jednog broja reklama i drugih komercijalnih sadržaja na njegovom sajtu, čega kod „NIN-a“ nema ni malo. Nijedan od najpopularnijih nedeljnika u Srbiji nema razvijene oblike onlajn interakcije sa čitaocima.

U Srbiji je jedan medij bez ikakvih pokušaja da eksperimentiše sa štampanim izdanjima, ili radio i televizijskim programom uspeo da se progura u sam vrh medijske scene, počevši svoju delatnost kao pretraživač srpskog veba, koji je dodavanjem pojedinih sadržaja postao pravi internet portal. To je „Krstarica“ (<http://www.krstarica.com>), portal koji pored sadržaja vezanih za najrazličitije teme iz svakodnevnog života (npr. „Vicevi“, „Vodič kroz Beograd“, „Kuvar“, „Kuda večeras?“, „Misli poznatih“, „Pričaonica“, „Da li ste znali?“, „Prognoza vremena“, „Na današnji dan“, „Horoskop“ i sl. nudi i veoma bogatu bazu vesti iz zemlje i sveta, englesko-srpski rečnik, kursnu listu, mogućnost konverzije mernih jedinica i nada-sve forum koji se po interesovanju posetilaca, ali ne i fokusiranosti na određeni broj tema, može porediti sa onime na B92. Forum „Krstarice“ je, možda, tematski najdiversifikovaniji interaktivni onlajn servis u Srbiji, jer u 11 kategorija ima 118 foruma, od kojih je samo nekoliko posvećeno pitanjima od javnog značaja. Forum „Politika“ je sa preko 500 000 poruka pojedinačno najbogatiji sadržajem, ali je neuporedivo veći broj poruka postavljen na forumima posvećenim usko privatnoj problematici i komunikaciji. Čak i na političkom forumu, u poređenju sa ostalim medijskim portalima koji održavaju takav servis ili bar daju mogućnost komentarisanja vesti, posetioci „Krstarice“ pokazuju najizrazitiju sklonost ka kratkim porukama kojima se samo izražavaju stavovi i preferencije njihovih autora, najčešće neobrazloženi i svedeni na konstataciju, osudu ili podršku nekom akteru ili događaju, a dosta je zastupljena i upotreba grafičkih simbola, citata drugih posetilaca i postavljanje internet linkova na vesti kojima se potvrđuju sopstvena gledišta.

IZAZOVI I DOMETI ONLJAJN JAVNE SFERE U SRBIJI

Srbija je zemlja koja znatno zaostaje u upotrebi informaciono komunikacionih tehnologija u svim sferama društva u poređenju sa razvijenim zemljama, uključujući i članice EU, kojoj teži da se priključi. Sa tek oko četvrtine stanovništva koje koristi internet, na-

lazi se na samom začelju evropske „liste“. Činjenica da se zemlja nalazi sa pogrešne strane digitalne podele značajno ograničava uticaj internet servisa na javnu sferu u Srbiji, kako u pogledu brojnosti populacije koja se preko tih servisa uključuje u javnu sferu, bilo kao posmatrač ili aktivni učesnik, tako i u pogledu kvaliteta javnog onlajn angažmana. Teškoće i rizici koje su brojni svetski teoretičari prepoznali u korišćenju IKT servisa za ozbiljno raspravljanje relevantnih društvenih tema, a koje su naročito izražene u ranim stadijumima internet penetracije u nekoj sredini i postepeno se prevazilaze ili ublažavaju tek u kasnijim stadijumima, razvojem i diversifikacijom onlajn komunikacije, u Srbiji su još uvek dosta izražene i primerene procentu korisnika interneta.

Postepeno u institucijama koje su po svojoj prirodi upućene delovanju u javnoj sferi, organima vlasti na svim nivoima, političkim strankama i medijima, preovlađuje stav da je makar konstruisanje i održavanje veb sajta nezaobilazna aktivnost ukoliko žele da svoju funkciju obavljaju na iole korektan i konkurentan način. Neujednačenost koncepcija i kvaliteta tih sajtova, u smislu dizajna i organizacije sadržaja, verovatno je posledica nedostatka iskustva u ovoj oblasti čije potencijale, standarde i pravila igre srpsko društvo tek otkriva, ali i nedovoljno jasno definisanih ciljeva delovanja u sajber prostoru. Sajtovi pomenutih društvenih aktera prevashodno imaju prezentacionu i propagandnu funkciju, pri čemu su posetioci u pasivnoj ulozi primaoca informacija. Ova funkcija, međutim, u tranzicionim društvima mlade i nestabilne demokratije, kao što je Srbija, nipošto nije zanemarljiva. To pokazuje i slučaj sa ugovorom koji je Ministarstvo za kapitalne investicije (danas Ministarstvo za infrastrukturu) potpisalo sa stranim investitorima o izgradnji auto puta Horgoš–Požega. Sadržaj ugovora je izazvao veliku pažnju u javnosti, pogotovo što joj nije bio dostupan, pa je burna debata koja se tim povodom razvila fokusirala na objavljivanje ugovora i, pogotovo, njegovih aneksa na sajtu Vlade Srbije. Ovo je praktično prvi javni spor većih razmera u Srbiji koji je bio usmeren na objavljivanje bilo kog dokumenta na internetu, što će se verovatno u budućnosti dešavati sve češće.

Kao što se iz opisa istraženih sajtova može zaključiti, interakcija sa posetiocima je izrazito najslabija kod sajtova državnih institucija, pošto su posećenost i intenzitet rada na forumu Narodne skupštine izuzetno slabi, a u Vladi, koja je inače dosta razgranate institucionalne strukture, samo jedno ministarstvo uopšte ima forum. Možda bi se trebalo nadati da će u ovom smislu na državne institucije uticati one jedinice lokalne samouprave koje su imale dovoljno inventivnosti i hrabrosti da uvedu ovaj oblik interakcije sa građanima, koja da bi bila uspešna i korisna iziskuje veliki angažman odgovarajućih funkcionera i službi. Jedna od preporuka koje se mogu dati radi takvog razvoja je da same državne agencije posvećene razvoju informacionog društva prikupe iskustva iz uvođenja interaktivnih onlajn servisa na lokalnom nivou i organizuju prenošenje najboljih iskustava odgovarajućim službama na državnom nivou koje bi onda radile sa pojedinačnim republičkim institucijama.

Najdalje su u korišćenju interaktivnih servisa otišli mediji, pa na osnovu nalaza dobijenih na proučavanju njihovih foruma možemo pokušati da procenimo sadašnje stanje i perspektive upotrebe interneta kao sredstva delovanja u javnoj sferi Srbije. Pri toj proceni, naravno, moramo uzeti u obzir ne samo da se u Srbiji nije daleko odmaklo u kvantitetu i kvalitetu upotrebe interneta već i da je sama javna sfera relativno mlada i u procesu formiranja u zemlji koja tek sedam godina ima makar formalnu političku demokratiju i slobodne medije, koji su ipak u principu pod većim uticajem političkih i ekonomskih činilaca nego u većini razvijenih demokratskih zemalja. Osim toga, u toku je preraspodela društvenog uticaja između nosilaca političke moći, koji su suvereno dominirali društvom do 2000. i posednika ekonomske moći, koji su od tada sve samostalniji i uticajniji, što ostavlja vidljive posledice i na celu javnu sferu. Za samu javnu sferu, naročito u sajber prostoru, značajni su i procesi demonopolizacije intelektualnog uticaja, što dovodi do opadanja značaja akademskih krugova i njima svojstvenog načina i stila komunikacije. Ako su istraživači iz razvijenih zemalja bili donekle razočarani ovom pojavom u vreme tamošnjeg naglog razvoja onlajn komunikacije u protekloj deceniji, istraživači onlajn javnosti

u Srbiji ne bi trebalo da ponavljaju njihove greške, već da proučavaju eventualne razlike između specifičnosti onlajn komunikacije o javnim temama u Srbiji sa takvim raspravama u razvijenijim zemljama u periodu kada je stepen penetracije interneta u njima bio sličan kao u sadašnjoj Srbiji.

Proučavajući debate na najposećenijim forumima u Srbiji, možemo zaključiti da je već prilično odmakao proces njihove diversifikacije, tj. grupisanja posetilaca sklonih određenom pogledu na svet oko pojedinih foruma. To se ne ogleda samo u političkim stavovima koji se izražavaju tokom tih debata već i načina na koji se oni izražavaju i zastupaju. Na forumima pojedinih medija koji i van sajber prostora imaju vrlo prepoznatljiv politički i ideološki profil (npr. B92) vidna je brojčana premoć zastupnika tih pogleda na svet nad ostalim posetiocima. Oponenata većinske ideologije ili sistema vrednosti na tom forumu ima, vidna je i njihova volja da baš tu, „među protivnicima“ osporavaju njihove stavove i zastupaju svoje, što nekada dovodi do žučnih i ne uvek pristojnih polemika, ali često i stimuliše debateru upravo na poštovanje pretpostavki neophodnih za kvalitetnu debatu kako bi ubedili većinu posetilaca u svoja viđenja društvenih problema ili ih makar pokolebali u njihovom. To se pre svega odnosi na uzajamnu kritiku valjanosti argumenata i iskrenost nastupa, pošto je uz zadovoljavanje tih uslova zastupanje vrednosno definisanih stavova neuporedivo efikasnije i oni zvuče uverljivije. Refleksivnost i uživanje u ulogu drugog je, međutim, izuzetno teško očekivati od ljudi koji internet koriste da bi promovisali svoje ideološke ili političke stavove, već i od bilo koje individue koja ima visoko profilisane stavove u tim oblastima. Jednakost i uključivanje drugih učesnika u debatu je, takođe, na dosta niskom nivou na ovakvim forumima, pošto je primetna tolika privrženost velike većine debatera svojim stavovima da se ne može govoriti o tome da ih smatraju ravnopravnim sa tuđima, a implicitna je često i tendencija da se stavovi druge strane (ili drugih strana) tretiraju kao potpuno nelegitimni. Ovo se naročito odnosi na sajtove političkih stranaka, gde se i može očekivati najviši stepen političke homogenosti i kohezije virtuelne zajednice.

Kod medija koji nisu tako visoko ideološki i politički profilisani, npr. RTS i „Politike“, nema tog stepena vrednosnog i političkog konsenzusa među posetiocima, a komentatori vesti na „Politici“ su, naravno ne svi i ne uvek, natprosečno skloni da dosta dugačko i detaljno obrazlažu svoje stavove. Šteta je što ova medijska kuća ne pokrene pravi forum, jer stil i manir kojim se komentarišu njihovi onlajn članci obećava sadržajne i burne forumske debate, koje uz korišćenje samog servisa za komentare vesti ipak relativno brzo gube na intenzitetu i zamiru. Na forumima i rubrikama za komentarisane vesti posvećenim kriminalu („crnoj hronici“) nema ni mnogo pokušaja uzajamne kritike valjanosti argumenata, ali se stiče utisak da je iskrenost nastupa veoma visoka. Obe ove pojave su uslovljene činjenicom da se o ovim temama ljudi određuju još emotivnije nego o političkim, ali nemaju velike pretenzije da svoje stavove ili poglede detaljno i dugačko obrazlažu. Kratke, jednostavne i lično obojene poruke su mnogo češće na forumima na kojima se razmatraju teme iz svakodnevnog života (npr. „Krstarica“ i komentari vesti na „Večernjim novostima“ i „Blicu“ – porodica, zdravlje, sport, obrazovanje, itd.), i tu je primetnija težnja posetilaca da izlože svoje probleme, traže od drugih rešenja i predloge i da na drugi način pružaju jedni drugima podršku od težnje za debatovanjem i ukrštanjem argumenata. U takvim vidovima komunikacije pronašli smo i primere uživljavanja u ulogu sagovornika i težnju ka uključivanju drugih u virtuelnu zajednicu.

Generalna je ocena da onlajn debate utiču na formiranje javnog mnjenja i na „odnos snaga“ unutar javne sfere samo među vrlo specifičnim delom populacije, koji i po svim istraživanjima korisnika interneta čine visoko obrazovani, pretežno mlađi građani Srbije. Neminovno je, međutim, da i širenje upotrebe interneta u politički i društveno neutralne svrhe, npr. raspravljavanje o privatnim, profesionalnim i zabavnim temama i problemima, istovremeno širi prostor da se i političke konfrontacije, diskusije i rasprave u društveno relevantnoj meri presele i u sajber prostor. Njegova komercijalizacija ne može tu tendenciju sputati niti sprečiti, ali može biti njen trajni pratilac i obeležje.

IZMEĐU „JA“ I „MI“: BLOG KAO FORMA INTERNET KOMUNIKACIJE

Uvod

Završetak 2006. godine ostao je, između ostalog, upamćen i po donekle neuobičajenom potezu magazina „Tajm“, koji je u svom tradicionalnom izboru za ličnost godine ovu titulu dodelio korisnicima interneta. „Ti, da ti“ si ličnost godine, pisalo je na naslovnoj strani magazina, koja je prikazivala kompjuterski monitor i u njemu odraz anonimnog korisnika, donoseći u podnaslovu tekst „Ti kontrolišeš informaciono doba. Dobrodošao u svoj svet“¹. Ova odluka „Tajma“ nije, međutim, bila presedan u odnosu na ranije izbore tog magazina. Naime, 1993. godine „Tajm“ je kao ličnost godine izabrao mašinu – kompjuter. „Kompjuter se use-ljava“, pisalo je tada na naslovnoj strani, koja je prikazivala osobu pogleda uprtog u kompjuterski monitor². Tokom trinaest godina između proglašenja kompjutera i proglašenja korisnika interneta za ličnost godine došlo je do mnogih promena u sajber sferi. Komercijalizacija globalne mreže, ubrzani razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija, pad cena hardvera i softvera, višestruki i ubrzani porast broja korisnika interneta, uvođenje širokopojasnog pristupa, razvoj informacione svesnosti i pismenosti, kao i stratejski razvoj informacionog društva u različitim delovima sveta, samo su neki od elementa koji su doveli do promene koju

1 „Tajm“, 25.12.2006.

2 „Tajm“, 3.1.1993.

izbor magazina „Tajm“ slikovito odražava – do premeštanja fokusa pažnje i kontrole sa mašine na čoveka.

Još jedan važan razlog zbog koga danas „Ti [korisnik internet] kontrolišeš informaciono doba“ jeste uticaj onih oblika internet komunikacije koji su posebno doprineli poimanju sajber prostora kao javne sfere, omogućavajući da korisnik postane kreator onlajn sadržaja i aktivni učesnik procesa razmene informacija i mišljenja na mreži. Jedna od takvih formi internet komunikacije je blog. *Weblog*, ili skraćeno blog, često se interpretira kao onlajn dnevnik, a opisuje kao veb sajt koji se redovno ažurira, uključuje linkove na druge blogove i omogućava posetiocima da kroz pisanje komentara aktivno učestvuju u stvaranju sadržaja takvog sajta. Osnovni kreator – domaćin bloga – može biti pojedinac ili grupa, a tematika blogova raznovrsna je gotovo srazmerno raznovrsnosti sajber populacije. Neki od blogera opisuju intimne doživljaje i/ili razmišljanja, drugi predstavljaju informacije iz svog porodičnog, poslovnog ili šireg društvenog okruženja, u nekim slučajevima bloger prikazuje proces istraživačkog ili drugog profesionalog rada, u nekim slučajevima daje prikaz ekonomskih, političkih i sličnih kretanja u društvu, i tako dalje. No, bez obzira na tematiku bloga, predstavljeni zapisi uvek su datirani i raspoređeni od najnovijih ka starijim, što stvara obrnutu hronološku strukturu bloga po kojoj je ova forma internet komunikacije postala prepoznatljiva. Drugi element po kome su blogovi postali prepoznatljivi jeste poluprivatni/polujavni karakter ove onlajn forme.

Pomenuto je da blogovi često donose veoma lične opise aktivnosti ili razmišljanja blogera, ali i to da u kreiranju bloga podjednako učestvuje i čitalačka publika, koja takve zapise komentariše ili pak dopunjuje zapisima podjednako ličnog karaktera. Blogovi su stoga ponekad interpretirani kao vid onlajn egzibicionizma i/ili voajerizma. Blogovi su, međutim, često interpretirani i kao „glas naroda“, odnosno kao forma onlajn komunikacije koja omogućava da osoba u okviru svog sajber kutka predstavi – i kroz interakciju sa publikom elaborira – svaku temu koju smatra relevantnom.

Sve tri navedene osobenosti blogova biće pomenute u ovom radu. Najpre će biti prikazan kratak istorijat razvoja forme bloga, a potom osvrt na blog kao prostor ukrštanja privatne i javne sfere. U okviru tog dela rada biće ponuđen argument da blog treba posmatrati kao komunikativni događaj, a ne kao pisani objekat³. Uloga identiteta blogera u ovoj vrsti internet komunikacije biće pomenuta u nastavku rada, dok završetak ovog eseja sumira prethodno prezentovana razmišljanja o ulozi bloga u internet komunikaciji.

Kratki istorijat forme bloga

Iako je blog relativno novi vid internet komunikacije, začeci ove forme mogu se prepoznati u prethodnim razvojnim fazama i oblicima komunikacije posredstvom kompjutera. Zapravo, elementi nekih od osnovnih odlika bloga mogu se prepoznati još u ranim studijama interneta. Na primer, observacije Hilca i Tjurofa (Hiltz i Tuoff) iznete 1978. godine u knjizi „Network nešn“ još uvek mogu poslužiti kao osnova za razumevanje bloga i drugih savremenih on-lajn formi. Rad ovo dvoje autora artikulisao je neka od osnovnih svojstava internet komunikacije, kao što su anonimnost i sloboda korisnika da u digitalnom okruženju bude „ono što jeste“ (str. 27), kao i svojstvo koje Hilc i Tjurof, citirajući Gordona Tompsona, nazivaju „mogućnost da se pristupi akumuliranom ljudskom iskustvu“ (str. 469). Isti fenomen Liklider i Tejlor (1968) nazivaju „distribuirani intelektualni resursi“ (str. 28). Citat iz rada ove dvojice autora, objavljenog 1968. godine, vredno je pomenuti i u današnjem kontekstu bloga: „Videli smo početke posredovane komunikacije – komunikacije između ljudi za konzolama lociranim u istoj sobi ili na istom univerzitetu, ili čak u daleko udaljenim laboratorijama iste ustraživačke ili razvojne organizacije. Ova vrsta komunikacije... počinje da pospešuje saradnju i efektivnije promovise koheziju.“ (str. 28). Iako su u to vreme saradnja i kohezija o kojima Liklider i Tejlor

3 Za detaljnije objašnjenje razlike između komunikativnog događaja i pisanog objekta videti Haris, 1995.

govore podrazumevali mogućnost ljudi iz tehničkih oblasti da razmenjuju kompjuterske programe i tehničke podatke, isti fenomen prepoznamo u današnjim aktivnostima blogera, koji razmenjuju lične priče, kulinarske recepte, novinske vesti ili nešto drugo.

Odlike koje danas prepoznamo kao specifičnost bloga – poput mogućnosti ove forme internet komunikacije da kreira specifičnu javnu sferu i promoviše razmenu mišljenja, informacija i/ili povezivanje istomišljenika – mogu se takođe prepoznati i u nekim od najranijih slučajeva aktivističkog onlajn delovanja. Jedan od takvih je primer aktivnosti na Mreži vezanih za bazu podataka marketplejs: households. Ovaj proizvod trebalo je da bude marketinška baza podataka za mekintoš računare koja bi sadržala podatke o imenima, adresama i potrošačkim navikama sto dvadeset miliona Amerikanaca (videti: Gurak, 1997). Nakon što je marketplejs bio najavljen, zagovornici prava na kompjutersku privatnost počeli su da istražuju ovaj proizvod, za koji su smatrali da narušava privatnost građana. Ubrzo potom, diskusije vezane za bazu marketplejs počele su da dominiraju različitim forumima i mejling listama na internetu. Kao rezultat ovih aktivnosti, više od 30.000 ljudi kontaktiralo je Lotus development korporejšn, tražeći da njihova imena i drugi podaci budu uklonjeni iz baze. Marketplejs, koji je trebalo da bude pušten u prodaju krajem 1990. godine, nikada se nije pojavio u javnosti. Iako u to vreme nije bilo WWW-a, već samo elektronske pošte i sličnih jednostavnih sistema, već u ovim onlajn aktivnostima nagovešten je budući potencijal interneta kao javne sfere, koji je svoj puni izraz dobio razvojem informaciono-komunikacionih tehnologija i povećavanjem broja korisnika globalne mreže. Snaga pojedinca kao kreatora i/ili emitera informacija, te snaga onlajn zajednice kao javnog foruma i/ili sistema podrške ispoljile su se već u tim ranim danima interneta i nastavile da postoje u današnjim onlajn formama. Brzina, domet, anonimnost i interaktivnost, koje Lora Gjurak (2001) identifikuje kao osnovne odlike internet komunikacije, pratile su dalji razvoj tehnologije i veća tokom 90-ih, omogućavajući da potencijal kompjuterske komunikacije počne u potpunosti da se iskazuje.

Potencijal kompjuterske komunikacije počeo je da se iskazuje u formi bloga sredinom 90-ih godina prošlog veka. Jedan od najranijih bio je blog Džastina Hola „Veze iz podzemlja“ (Links from the Underground), koji datira iz 1994. godine (Bausch, Haughey i Hourihan, 2002: 9). Džorn Barger počeo je 1997. godine da koristi termin „veblog“ kako bi označio svoj onlajn dnevnik „Mudrost robota“ (Robot Wisdom) i ubrzo su i drugi autori prihvatili ovaj termin i nastavili da ga koriste. Do nagle pojave kreiranja i korišćenja blogova dolazi nakon 1999. godine, nakon što su se pojavile besplatne i jednostavne za korišćenje blog aplikacije kao što su Pitas[®], Blogger[®] i Gropup[®] (videti: Bausch, Haughey, i Hourihan, Op.cit.; Turnbull, 2002). Pre pojave ovih aplikacija većina blogera bili su kompjuterski stručnjaci, jer je korišćenje bloga podrazumevalo poznavanje HTML-a i JAVA-e. Pojava Blogger[®] i sličnih aplikacija omogućila je da korišćenje bloga postane tehnički zahtevno – odnosno jednostavno – poput korišćenja elektronske pošte, što je omogućilo daleko brži razvoj blogosfere. Na dodatnu popularizaciju bloga uticali su i značajni društveni događaji, poput napada na Svetski trgovinski centar 2002. godine i potonji rat u Iraku. U uslovima takvih društvenih događaja pojavila se specifična podvrsta bloga, takozvani ratni blogovi, koji su privukli veliki broj čitalaca, ali i veliku pažnju medija, doprinoseći da forma i značaj bloga postanu poznati u široj javnosti. Jedan od najpoznatijih bio je blog „Gde je Rejd?“ (Where is Raed?) iračkog arhitekta Salama Paksa, započet u jesen 2002. godine.

Entuzijasti su tvrdili da blogovi omogućavaju da se „čuje glas svakoga“, te da se blogovi kao tehnologija i žanr opiru hijerarhijskim vidovima komunikacije i razmene informacija. Ovakvo donekle idealizovano shvatanje često je bilo kritikovano, ali je kao nesporno ostalo viđenje potencijala bloga da prevaziđe institucionalizaciju komunikativne prakse i omogući viši stepen *udruženog* onlajn iskaza nego što je to slučaj u mnogim drugim oblicima internet komunikacije. Iako su blogovi najčešće delo pojedinaca (premda ni grupni blogovi nisu retkost), specifičnost bloga kao *udruženog* onlajn iskaza ogleda se u tome što se kako domaćin tako i posetilac bloga

mogu smatrati njegovim autorima, koji komentarima, linkovanjem i na druge načine dopunjuju sadržaj ovih onlajn zapisa. Na taj način, blogovi često postaju jezgro onlajn zajednica. Na primer blog „Džuli/Džulija“ (Julie/Julia), koji je sa više od 7000 poseta dnevno bio jedan od najpopularnijih blogova, prikazivao je kako svakodnevne aktivnosti domaćice ovog sajta Džulije Pael, tako i raznovrsna iskustva čitalaca *bloga* „Džuli/Džulija“, omogućavajući na taj način stvaranje blog zajednice (videti: Blanchard, 2004).

Međutim, i pored toga što se blog može označiti kao udruženi onlajn iskaz, istraživanje sprovedeno u okviru projekta Pju – internet i američki život (2006) pokazuje da je najpopularnija tema blogova „Ja“. Ovaj podatak nas podseća na specifični, polujavni/poluprivatni karakter blogova, koji se često smatra možda i osnovnom odlikom ove forme internet komunikacije.

Blog kao javni i/ili privatni prostor

U tekstu „Blogging kao društvena akcija: žanrovska analiza ve-bloga“ (*Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog*), Milerova i Šeperdova (Miller and Shepherd, 2004) ističu da „[u okviru blogova] ljudi dele neverovatne količine ličnih podataka sa potpunim strancima, potencijalno sa milionima stranaca“, zaključujući da „tehnologija interneta čini lakšim nego ikada da svako bude voajer ili egzibicionista – ili i jedno i drugo“ (par. 16). Upravo ta odlika bloga kao žanra koji sužava granicu između privatnog i javnog, između „Ja“ i „Mi“ (odnosno između mene koji pišem blog i svih onih koji moji blog čitaju, linkuju i u okviru njega pišu komentare) može se smatrati najznačajnijom odlikom blogova. Milerova i Šeperdova smatraju da blogovi motivišu specifično ukrštanje javnog i privatnog na način koji je često kontradiktoran, naglašavajući takođe da se forma bloga pojavila u okviru šireg kulturološkog konteksta u kome je došlo do pomeranja granice između javnog i privatnog (setimo se „Velikog Brata“ i ostalih rijaliti šoua). Badžer (Badger, 2004) iznosi sličan zaključak, naglašavajući da blogovi

promovišu visoki stepen razotkrivanja pred čitalačkom publikom, koja je ne samo potencijalno velika već je najčešće i uveliko nepoznata domaćinu bloga, iako „narrativ [bloga] u prvom licu jednine ... može učiniti da se osećamo kao da učestvujemo u komunikaciji ‘jedan na jedan’“ (par. 5).

Bivajući istovremeno privatni i javni, individualni i kolektivni – blogovi odaju utisak kontradiktornog žanra u kome su „Ja“ i „Mi“ smešteni u isti poluprivatni/polujavni prostor i iskustvo. Ovaj utisak kontradiktornosti može se, međutim, shvatiti kao utisak koji proističe iz tendencije da blogove posmatramo kao *pisane objekte* a ne kao *komunikativne događaje*. Doživljen kao pisani objekat, blog zaista odaje utisak ambigviteta. Ko je autor ovog pisanog objekta, možemo se zapitati. Da li je to bloger, publika ili i jedni i drugi? Takođe, zašto bi osoba želela da dan za danom stvara privatni pisani objekat i potom ga ponudi na razmatranje širokoj publici? Najzad, zašto bi čitalačka publika želela – dan za danom – da razmatra privatni pisani objekat nepoznate osobe? Posmatrani na ovaj način, blogovi gotovo automatski izazivaju utisak voajerizma i egzibicionizma. Međutim, posmatrana kao komunikativni događaj, ova forma interent komunikacije daje drugačiji utisak.

Da bismo bolje shvatili karakter bloga kao komunikativnog događaja, setimo se da su blogovi najšešće interpretirani kao onlajn dnevници. Nezavisno od sadržaja blog je uvek hronološki zapis – predstavljen redosledom od najnovijeg ka starijem – nečijih aktivnosti, iskustava i/ili razmišljanja. Blog, dakle, omogućava vremensko strukturisanje aktivnosti, iskustava i/ili razmišljanja, što upravo i jeste funkcija tradicionalnog dnevnika. Kao što Haris (op.cit.) ističe: „Dnevnik nije samo avanturistički nusprodukt pisanja već i njegova izuzetno značajna primena“, ona koja „stvara dokaze *koji nisu zavisi od pamćenja*“ (str. 43; kurziv dodat). Dnevници, dakle, omogućavaju integrisanje prošlog i sadašnjeg iskustva, što je potreba duboko ukorenjena u ljudskoj psihologiji. Blogovi imaju istu ulogu. Čak i kada je identitet blogera lažan, kao u slučaju domaćice iz Kanzasa koja je pisala blog predstavljajući se kao Kejsi Nikol – izmišljena osoba obolela od raka – ili u slučaju srpskog blogera koji

je pisao onlajn dnevnik predstavljajući se kao (tada već pokojni) Slobodan Milošević, blog integriše iskustva osobe (stvarne ili lažne) u okviru hronološkog narativa. I to je ono što je suština bloga. Za razliku od ličnih veb prezentacija, usmerenih na koncept „esencija mog postojanja“, blogovi su usmereni na koncept „proces mog postojanja“. Za razliku od četovanja usmerenog na „saslušaj me u ovom trenutku“, blogovanje je usmereno na „slušaj me tokom vremena“. Blog je stoga dvostruki komunikativni događaj. S jedne strane, to je događaj „pisanja sebe“ kroz kontinuirano beleženje prošlih i sadašnjih iskustava. S druge strane, blog je događaj „preispitivanja sebe“ kroz kontinuiranu interakciju sa čitalačkom publikom. Haris ističe da „teoretičari često previđaju dnevnik smatrajući da je komunikacija u suštini proces povezivanja dve ili više osoba. I zaista“, naglašava ovaj autor, „pojam pojednica koji je istovremeno i pošiljalac i primalac iste poruke ponekad se smatra problematičnim ili paradoksalnim“ (str. 38). Za razliku od tradicionalnog dnevnika, u kome je pojedinac i pošiljalac i primalac poruke, blog ima i dodatnu dimenziju komunikacije sa drugima, što čini da blogovanje *jeste* proces povezivanja dve ili više osoba. Upravo zbog takvog karaktera dvostrukog komunikativnog događaja blogovi su istovremeno *i* privatni *i* javni, tj. ne mogu biti *ili* privatni *ili* javni. I upravo zbog toga blogovi jesu onlajn dnevnici. Kao i u slučaju drugih fenomena prenetih u sferu digitalnog, i fenomen onlajn dnevnika uključuje kako staru ljudsku potrebu – potrebu za vremenskim strukturisanjem i integrisanjem prošlih i sadašnjih iskustava – tako i nov način za zadovoljavanje te potrebe – oslanjanjem na brzinu, domet, anonimnost i interaktivnost internet komunikacije. „Činjenica je da opet, kao i u prošlosti, uvođenje novih tehnolgija proširuje granice pisanja“, ističe Haris. „Ono što kasni jeste naša konceptualizacija te promene.“ (str. 41).

U posmatranje bloga kao dvostrukog komunikativnog događaja i dvoznačnog komunikativnog prostora, istovremeno privatnog i javnog, potrebno je uneti još jedan element – posmatranje bloga kao sredstva i prostora stvaranja identiteta. Na ovaj aspekt forme bloga kratko ćemo se osvrnuti u narednom segmentu rada.

Blog kao sredstvo i prostor stvaranja identiteta

U danas već klasičnom delu *Život na ekranu: identitet u doba interneta* (*Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*), Šeri Terkl (Sherry Turkle, 1995) nas poziva da razmislimo o tome koje će značenje pojam „identitet“ imati u informacionom dobu, u kome se ljudi uz pomoć tehnologije lako mogu predstavljati kao lažne i/ili višestruke ličnosti. Blog kao sredstvo i prostor stvaranja identiteta nas poziva da razmislimo o istom pitanju. Blogovi nam omogućavaju da se upoznamo sa izvesnim aspektima života jedne osobe (blogera), kao i sa identitetom koju ta osoba stvara pomoću svoga bloga i u okviru njega. Uzmimo za primer blog Lorensa Lesiga, profesora prava na Univerzitetu Stanford. Lesigov blog je prostor u kome on iznosi svoja razmišljanja o različitim pravnim pitanjima, predstavlja delove svojih publikacija i tako dalje. Uporedimo ovaj primer sa primerom blogera pod imenom Meg Hurihan, koga Rebecka Mid (Rebecca Mead, 2000) doživljava – i u magazinu „Njujorker“ opisuje – kao osobu lošeg raspoloženja zbog lošeg vremena i lošeg ljubavnog života. Prvi slučaj je verodostojan prikaz profesorovog akademskog života, razmišljanja o pravnim pitanjima, njegovih projekata vezanih za intelektualnu svojinu i tako dalje. Drugi slučaj je primer javnog prezentovanja ličnih informacija, za koje je, međutim – kao i u mnoštvu drugih primera bloga – nemoguće utvrditi da li su barem delimično verodostojni prikaz osobe ili je u pitanju fiktivni identitet, stvoren da bude ponuđen pogledu javnosti. U svojevrsnoj video inkarnaciji bloga „Ju-tjubu“ žena pod imenom Stivi Rajan, koja je na svojoj stranici na „Ju-tjubu“ bila predstavljena kao Litl Loka, postala je „ozloglašena“ kada su gledaoci primetili da se njene crte lica, stvorene pomoću šminke, razlikuju od jednog do drugog snimka (McGrath, 2006). U prethodno pomenutom primeru Kejsi Nikol, saznanje da je ova lepa, mlada i tragično preminula žena zapravo živa i zdrava domaćica iz Kanzasa Debi Svenson izazvalo je ogorečenje široke publike ovog nekada veoma popularnog bloga. Pitanje identiteta blogera u tekstualnom ili vizuelnom iskazu

stoga postaje jedna od najznačajnijih tema u vezi sa ovom formom internet komunikacije, koja nas navodi da se zapitamo ne samo o verodostojnosti identiteta blogera i, shodno tome, o verodostojnosti njegovih ili njenih onlajn iskaza, već – i verovatno značajnije – o već pomenutom pitanju šta „identitet“ u informacionom dobu i internet komunikaciji uopšte znači. U okviru kulturološkog konteksta u kome Veliki Brat, televizijske ispovesti i slični medijski programi uveliko zamućuju granicu između privatnog i javnog, čini se da to da li je Loka zapravo Stivi, da li je Kejsi zapravo Debi i da li je bilo ko zapravo bilo ko drugi prestaje da ima značaj. Kao što je Šeri Terkl u svojoj studiji vizionarski najavila, čini se da u informacionom dobu stvarni život postaje samo „još jedan prozor“, dok „digitalni prozori“, kao što su blog, „Maj-spejs“ i „Ju-tjub“, postaju nova izvoršta, sredstva i prostori stvaranja i iskazivanja identiteta.

Zaključak

Podsećanje na istorijat razvoja bloga, na osnovne odlike ove forme internet komunikacije, kao i na neke od poznatih primera blogova, podstiču nas da blog sagledamo istovremeno kao tehnologiju i žanr internet komunikacije. Blog je tehnologija utoliko što podrazumeva standardizovani format i konvencije linkovanja, komentarisanja i slične čija upotreba zahteva minimalnu tehnološku stručnost korisnika. Istovremeno, blog je žanr internet komunikacije koji podrazumeva specifični diskurs i oblikuje formu iskaza i korisničke interakcije. U dijahronijskoj perspektivi, blog se nadovezuje na rane oblike komunikacije posredstvom kompjutera, a prethodi savremenim onlajn formama kao što su „Ju-tjub“, „Maj-spejs“ i drugi. Neke od odlika internet komunikacije prepoznate još u ranim danima razvoja informaciono-komunikacionih tehnologija – kao što su sloboda korisnika da u digitalnom okruženju „bude ono što jeste“ i „pristup akumuliranom ljudskom iskustvu“ – i danas možemo identifikovati kao značajne odlike blogerske kulture, dok primeri kao što je marketplejs pokazuju da značaj interneta u promovisanju glasova pojedinaca i društvenom umrežavanju tako-

de ima dugu razvojnu nit, od tadašnje predveb faze do današnjih veb 2.0 formi internet komunikacije. U sinhronijskoj perpspektivi, blog je element kulturološkog konteksta u kome dolazi do sve većeg sužavanja granice između javnog i privatnog. U tom smislu, pojava bloga kao žanra potvrđuje argument Milerove i Šeperdove (op. cit.) da stvaranje novog žanra uvek pokazuje da je „dovoljno stabilna, dogovorena ravnoteža između inovacije i tradicije narušena i da je uspostavljanje nove ravnoteže u toku“. U toku takvog procesa konceptualizacije bloga, tj. u procesu uspostavljanja nove ravnoteže između inovacije i tradicije, skloni smo da ovu formu internet komunikacije označimo kao kontradiktorno ukrštanja javnog i privatnog. U takvom promišljanju, korisno je da blog sagledamo kao komunikativni događaj u kome se ukrštaju procesi „pisanja i preispitivanja sebe“, i da se podsetimo Harisove napomene o širenju granica pisanja kroz uvođenje novih tehnologija. U tom smislu, blogovi su korisna perspektiva za sagledavanje načina na koji ljudi danas koriste informaciono-komunikacione tehnologije i transformišu neke od tradicionalnih kulturoloških normi, kao što je odnos između javnog i privatnog.

Na kraju ovog eseja vratimo se izboru za ličnost godine magazina „Tajm“. Podsetimo se, 1993. godine „Tajm“ je za ličnost godine izabrao kompjuter poručujući svojim čitaocima da je upravo to mašina koja se „useljava“ u njihove živote. Ovaj potez magazina vremenski se poklapa sa onlajn protestom vezanim za bazu marketplejs, koji je bio zasnovan na istom saznanju da se kompjuter useljava u živote miliona Amerikanaca, preteći da naruši njihovu privatnost. Trinaest godina kasnije, milioni Amerikanaca i drugih korisnika interneta upotrebljavaju kompjuter da svesno i aktivno naruše svoju privatnost, iznoseći u blogosferu mnoštvo ličnih podataka. Šta se promenilo? Današnja blogosfera, mogli bismo reći, ilustruje momenat u kome „Ti, da ti [korisnik interneta] kontorolišeš informaciono doba“, tj. momenat kada odluka o tome da se privatne informacije iznesu u javost postaje odluka *sami*h kornisnika. Mogli bismo, međutim, takođe reći da današnja blogosfera ilustruje kulturološki momenat u kome milioni „velike braće“ korišćenjem starih i/ili novih medija zaviruju u tuđu intimu. Da li, na kraju, „Ti

kontrolišeš informaciono doba“ ili pak „informaciono doba kontroliše tebe“ – tema je za neko novo promišljanje.

Reference

- Bausch, P., Haughey, M., Hourihan, M. (2002). *We blog: Publishing Online with Weblogs*. Indianapolis, IN: Wiley Publishing.
- Gurak, L., J. (1997). *Persuasion and Privacy in Cyberspace: The online protests over Lotus MarketPlace and the Clipper Chip*. New Haven and London: Yale University Press.
- Gurak, L., J. (2001). *Cyberliteracy: Navigating the Internet with Awareness*. New Haven and London: Yale University Press.
- Gurak, L., J., Antonijevic, S., Johnson, L., Ratliff, C., Reyman, J. (Eds.) (2004). Badger, M. Visual Blogs. *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community and Culture of Weblogs*. Preuzeto 2. 1. 2007. sa http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html
- Gurak, L., J., Antonijevic, S., Johnson, L., Ratliff, C., Reyman, J. (Eds.) (2004). Blanchard, A. Blogs as Virtual Communities: Identifying a Sense of Community in the Julie/Julia Project. *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community and Culture of Weblogs*. Preuzeto 2. 1. 2007. sa http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html
- Gurak, L., J., Antonijevic, S., Johnson, L., Ratliff, C., Reyman, J. (Eds.) (2004). Miller, C., R., Shepherd, D. Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog. *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Preuzeto 2. 1. 2007. sa http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html
- Gurak, L., J., Antonijevic, S., Johnson, L., Ratliff, C., Reyman, J. (Eds.) (2004). Wei, C. Formation of Norms in a Blog Community. *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Preuzeto 2. 1. 2007. sa http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html

- Harris, R. (1995). *Signs of Writing*. London and New York: Routledge
- Hiltz, S., R., Turoff, M. (1978). *The Network Nation: Human Communication via Computer*. Cambridge and London: MIT Press
- Licklider, J., C., R., Taylor, R., W. (1968). The Computer as a Communications Device. *Science and Technology*, No. 76, April 1968 (pp. 21–31)
- McGrath, B. (2006). It should happen to you: the anxieties of Youtube fame. *New Yorker* 16.10.2006.
- Mead, R. (2000). Digital culture: you've got blog. *New Yorker* 13.11.2000.
- Pew Internet & American Life Project (2006). *Bloggers: a portrait of the internet's new storytellers*. Preuzeto 2. 1. 2007. sa <http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf>
- Rodzila, U. (Ed.) (2002). Turnbull, G. The state of the blog part I: Blogger past. *We've got blog: How weblogs are changing our culture*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster

UTICAJ INTERNETA NA TRADICIONALNE MEDIJE

Proricanje kraja starim medijima usled pojave novih i naprednijih više se puta do sada pokazalo kao pogrešno. Evolucija sredstava za masovnu komunikaciju svedoči o stalnoj interakciji starih i novih medija. Različiti su načini na koje oni jedni druge menjaju, menjajući i sam kvalitet komunikacije. Razvoj tehnologije uveo nas je u novu eru, a na pitanje da li će ona biti bolja ili gora, jedino što se sa sigurnošću može reći je da će biti drugačija. Upotreba novih tehnologija dovela je do slične situacije kada je reč o razvoju medija.

Stari mediji neće nestati s pojavom novih. Novo podleže brzim promenama, te u kratkom periodu postaje toliko drugačije od starog da je njegovu dinamiku teško celovito sagledati. S promenom medija menja se i komunikacija – poprima nove osobine, nove forme i novo ubrzanje, a sve to vodi ka promenama ljudskih potreba i želja u kvalitetu komuniciranja. Danas se od medija očekuje mnogo više, pre svega zahvaljujući osećaju slobode koji pružaju internet i nove tehnologije uopšte. Ali, tehnologija nikada ne donosi samo korist, ona ima i svoju tamnu stranu, donosi i brojne probleme, te je, između ostalog, zbog toga teško i često nemoguće predvideti tok razvoja oblasti kojoj služi.

Kao i u drugim aspektima naših života koje su informaciono-komunikacione tehnologije (IKT) veoma promenile, poput komunikacije, načina rada i provođenja slobodnog vremena, trgovine, obrazovanja, razonode, tako i u medijskoj sferi one izazivaju dalekosežne efekte na publiku i emitere. Ti efekti su nekada povoljni, nekada štetni, ali svakako postoje, i nalaze se u samoj suštini onoga

što nazivamo razvojem medija, medijamorfozom, evolucijom medija i komunikacije. Kao najuočljivije mogli bismo izdvojiti sledeće novine:

1. IKT su omogućile publici aktivnu ulogu u novinarstvu, što je s jedne strane povoljno uticalo na širenje slobode govora, ali s druge ugrozilo relevantnost i istinitost iznetih informacija. Olakšan pristup informacijama i pravo na slobodu informisanja dovelo je do nagle produkcije informacija. Pronalaženje tačne i relevantne informacije kao i razlikovanje informacije od dezinformacije postaje neophodna veština savremenog čoveka – informaciona pismenost.
2. IKT su donele asinhronost u komuniciranju, odvojivši nas od stega vremena i prostora. Sa svakog računara koji ima pristup internetu moguće je ostvariti kontakt različitim alatima za komunikaciju sa umreženim poznanicima, kao i sa budućim poznanicima, širom planete. S druge strane, ova nam asinhronost oduzima sve više vremena, stalno nas zaokupljajući sve većim izborom i sve većim opsegom komunikacije koju treba obaviti.
3. Takođe, internet je i dalje nesigurno i na neki način najmanje kontrolisano mesto, što je sa jedne strane omaž slobodi, a sa druge pretnja sigurnosti, što ponovo podstiče većitu borbu ove dve vrednosti.

I dok se sve ove divne i ambivalentne nove funkcije medija razvijaju, digitalni jaz između onih koji imaju pristup informacijama i onih koji ga nemaju sve je dublji. On proizilazi iz već postojećeg jaza u društvu, njega tehnologija ne donosi sama po sebi, samo ga čini uočljivijim i produbljuje ga. Spremnost zajednice da se menja, prihvata inovacije i prilagođava vremenu zavisi kako od materijalnih uslova tako i od vladajuće kulture i tradicije.

Analiza razvoja medija bi se mogla dobro ilustrovati upravo kroz ove paradoksalne uticaje tehnologije na društvo. Ovaj rad ima za cilj da prikaže razlike između starih i novih medija, njihovu in-

terakciju, razvoj, prednosti i mane, a sve kao posledicu uticaja interneta na tradicionalne medije. Ona se najviše ocrtava u novim vidovima komunikacije, u drugačijim zahtevima i potrebama publike i promeni same novinarske profesije.

Posmatrana sa trenutnog stupnja razvoja informaciono-komunikacionih tehnologija mnoga pitanja ostaju otvorena zbog nepredvidivosti toga razvoja njegove dinamične prirode. Da li se danas publika diferencira više nego ikad ili se uz upotrebu interneta i olakšano formiranje onlajn zajednica ponovo integriše? Da li je otvorenost interneta za objavljivanje i stvaranje različitih sadržaja od strane korisnika prevelika opasnost za kvalitet informisanja ili postoje sistemi kojima se to da regulisati? Da li su stari mediji u stanju da zadrže svoju publiku i na koji se način menjaju da bi ostvarili svoje ciljeve? Kakav to uticaj ima na stvaranje javne sfere i kako ona danas izgleda? Kakav to bazični tok promena slede mediji i na koji način novi oblici distribucije informacija i komunikacije utiču na pojedinca i društvo u celini? Jer kao što to Alvin Tofler u svom delu „Treći talas“ kaže: „Ne možemo da transformišemo sve naše medije komuniciranja a da očekujemo da ćemo kao ljudi ostati nepromenjeni“.

Odgovorima na konkretna i pojavnija pitanja pokušaćemo da se približimo onim odgovorima koja se nalaze u udaljenom ishodištu tehnoloških inovacija.

Mediji, komunikacija i informacija

Razvoj interneta u poslednjih nekoliko decenija doveo je do pojave sasvim novog oblika komuniciranja i do kvalitativnog pomaka u shvatanju pojma i suštine medija. Ova perspektiva daje novi zalet promišljanju definicije masovnih medija. Neprestana komunikacija onlajn sfere sa svakodnevicom, prenošenje sadržaja iz jedne u drugu i promene koje se dešavaju tokom ovog procesa čine novi put formiranja javnog mnjenja i dijaloga u društvu.

Šta su to stari a šta novi mediji i u kojoj meri danas postoji saglasnost oko same definicije medija predstavlja jedan od suštinskih problema u ovoj analizi. On dovodi do teškoća u razumevanju njihovog razvoja i puta ka prilagođavanju i implementaciji novih tehnologija.

Kada je reč o medijima, uvek je reč o komunikaciji i informaciji, njihovoj uzajamnosti i prožimanju. Medij u svom najčešće upotrebljavanom značenju jeste posrednik u (masovnom) komuniciranju ili sredstvo informisanja. Dakle medij jeste sredstvo koje nam olakšava komunikaciju, koja uvek uključuje prenošenje i razmenu informacija. Takođe, tu je još jedna važna uloga komunikacione prakse – transmisija. Režis Debre u svojoj mediologiji uvodi ovaj pojam, pod kojim podrazumeva prenošenje informacija kroz vreme na relaciji: nekad, sad i u budućnosti (Debre, 2000). Transmisiju možemo shvatiti i kao način nastajanja i održavanja kolektivnog pamćenja, prenošenja znanja, iskustava i tradicije kroz generacije. Sa druge strane, za Debre komunikacija predstavlja prenošenje informacija kroz prostor.

Ukoliko se zadržimo na ovom značenju medija, kao komunikacionih sredstava, posrednika ili kanala, ubrzo ćemo doći do prepreke na putu dubljeg rasvetljavanja strukturnih promena koje razvoj medija, pod uticajem novih tehnologija, donosi društvu. Mediji nisu samo posrednici, određene tehničke strukture, tehnološka sredstva za ubranu, olakšanu komunikaciju. Jer, da je tako, oni ne bi u toj meri uticali na sam proces, sadržaj i efekte komuniciranja. O tome govori i poznata jednačina Maršala Makluana: „Medij je poruka.“ Ona pokušava da nas opomene da ne treba da zaboravimo u kojoj meri sam medij i izbor medija menjaju našu komunikaciju. Brinući o sadržaju i informaciji, zaboravljamo na suptilnije promene koje se dešavaju tokom samog procesa komuniciranja. Kada se neka inovacija pojavi, mi uviđamo njene osnovne osobine i pretpostavljamo šta nam može doneti. Međutim, posle dužeg perioda upotrebe shvatamo da je imala i neke efekte koji su bili sasvim neočekivani (Federman, 2004). Dakle, nije u pitanju samo sadržaj ili upotreba inovacije, suština je u promeni koju ona uvodi u interpersonalnu dinamiku. Tehnologija nas duboko menja, ali i mi

menjamo nju. Makluan je medij uvek posmatrao u smislu razvoja i rasta. Ono što je za njegovu definiciju najvažnije jeste promena koja nastaje u našim životima. Stoga medij nije samo sredstvo, on je i poruka, on je „produžetak čoveka“ (Mckluhan, 1971).

Razlike između starih i novih medija

Granica između starih i novih medija prilično je nejasna. Uvrženo shvatanje svodi se na prilično grubu i problematičnu podelu. Pod starim medijima se podrazumevaju štampa, radio i televizija, a pod novim internet, mobilne tehnologije, CD i DVD izdanja... Međutim, ova podela već u sledećem koraku pokazuje svoje slabosti: da li se knjiga u digitalnom obliku može smatrati novim medijem, iako je sadržaj u odnosu na onu u tvrdim koricama ostao potpuno isti? Šta je sa slikama stvaranim na računaru u programima za obradu crteža a zatim odštampanim na papiru? da li su one novi medij?

Dakle, suštinska razlika između starih i novih medija nije samo u činjenici da se oni tehnološki razlikuju, te nam je za upotrebu novih nepohodan računar ili kakva druga sprava, već se nalazi negde dublje.

Stari mediji proširili su svoje polje delovanja počevši sa produkcijom novih medija i tako na prvi pogled zamaglili ove granice. Sadržaji postaju dostupni u digitalnom formatu, međutim, sam sadržaj isprva ostaje nepromenjen. Tek kasnije stari mediji počinju da proizvode sadržaje isključivo za publiku novih medija, koristeći nove tehnologije i dostupne alate. Za razumevanje novih medija važna je činjenica da se računari i nove tehnologije ne koriste samo za distribuciju sadržaja i njihovu diseminaciju, suština je u upotrebi novih tehnologija u samoj produkciji, stvaranju sadržaja (Manovich, 2001). Dakle ne radi se samo o prilagođavanju sadržaja starih medija kako bi bili dostupni na internetu, u onlajn biblioteci ili nekakvoj enciklopediji na disku. Radi se o medijskoj produkciji na suštinski drugačiji način, ne samo tehnološki već i sa drugačijim

pristupom obradi informacija i znatno širim krugom učesnika u medijskoj sferi.

Najvažnija razlika između starih i novih medija jeste u samoj komunikacionoj praksi. Upravo ona dovodi do promene osnovne uloge medija – komunikacija umesto čistog informisanja.

Tradicionalne medije karakteriše jednosmerna komunikacija. Ona se odvija na relaciji jedan ka mnogima, u kojoj jedna osoba ili manja grupa ljudi (novinari, urednici, izdavači) informiše veliki broj ljudi ili masovnu publiku. Ključna odlika je upravo informisanje i to kroz složen proces odabira i strukturisanja onoga što se smatra značajnim, aktuelnim, novim, zanimljivim za publiku. Kontrolu nad tim šta će biti emitovano imaju isključivo mediji, a svi recipijenti primiče potpuno isti sadržaj komunikacije. On ne može biti prilagođen potrebama i interesovanjima svakog korisnika pojedinačno.

Kada su u pitanju novi mediji, situacija se menja. Komunikacija je dvosmerna, odvija se od mnogih ka mnogima, ona je zapravo višesmerna. Svaki sadržaj može biti individualizovan tako da zadovolji potrebe svakog korisnika, dok istovremeno podjednaku kontrolu nad njim ima svako od učesnika u komunikaciji. Ovde je akcenat upravo na komunikaciji i interakciji, mogućnosti aktivnog učešća korisnika u medijima i njihovoj demokratizaciji. Internet čini da se komuniciranje sve više poima kao splet tokova između različitih publika (Kin, 1995).

Dobitnik Pulicerove nagrade Džek Fuller u svojoj knjizi „Vrednost vesti“ (News Values), sumirajući odnos starih i novih medija, kaže da novi interaktivni mediji ugrožavaju status kvo, prete tradicionalnim medijima, istovremeno obećavajući uzbudljiv novi način da se saznaje i uči o svetu (Bowman, Willis, 2003).

Interaktivnost

Interaktivnost se smatra jednom od ključnih prednosti novih medija, koja dovodi do suštinskih promena koje istinski predstavljaju ono što je novo u novim medijima. Samim tim ona višestruko utiče na tradicionalne medije i nagoni ih da se menjaju i prilago-

đavaju, jer se publika navikava na svoju novu ulogu u medijskoj sferi. Interaktivnošću su novi mediji pomerili granice u stvaranju medijskih sadržaja, dali publici aktivnu ulogu i promenili novinarsku praksu na više načina.

Neki od ilustrativnih primera značaja interaktivnosti i konsekvenci do kojih je dovela su: neverovatna popularnost blogova, rast značaja građanskog novinarstva, stvaranje zajednica na internetu. Takođe, podjednako važna su i pitanja redefinisanja kredibiliteta i uredništva, autoriteta starih medija u formulisanju „dnevnog reda“¹, izbora onih događaja o kojima publika treba da bude obavještena. Ipak, pravilnije bi bilo govoriti o povećanom stepenu interaktivnosti u novim medijima, jer se za stare medije ipak ne može reći da su sasvim isključivali interakciju. Ona je imala drugačije oblike i stepen intenziteta.

Interaktivnost se može definisati kao stepen učešća korisnika u modifikovanju sadržaja i forme u medijskoj sredini, u stvarnom vremenu (Leckenby, 2003). Ona podrazumeva mogućnost publike da učestvuje u stvaranju medijskih sadržaja, dozvoljava izražavanje reakcije i pokretanje akcije lakše nego u tradicionalnim medijima. Interakcija takođe uključuje i mogućnost da korisnik sam preuzima potrebne informacije tražeći ih, umesto da mu informacije koje tradicionalni mediji biraju budu jednostavno plasirane.

Teoriji je danas teško da prati novi koncept interaktivnosti i odgovori na pitanja koja iz njega proizilaze, jer se on veoma brzo razvija. Računari su po definiciji interaktivni. Svaka internet stranica jeste interaktivna, jer u najmanju ruku omogućava korisniku da putem linkova krstari po njoj kako želi ako mu već ne nudi drugi viši oblik interakcije. Tako se ovaj pojam svodi na fizičku interakciju korisnika sa računarom i mrežom. Međutim, samo shvatanje interaktivnosti mora se menjati uporedo sa njenim razvojem u praksi. Ono što je danas važno jeste mnogo veća mogućnost korisnika da reaguju na svaku iznetu vest ili tvrdnju tako što će besplatno objavljivati tekstove na svom blogu, učestvovati na forumu o određenoj

1 Paradigma dnevnog reda, ili *agenda settinga*, u kojoj se smatra da funkcija medija nije da nam govore šta da mislimo, nego o čemu da mislimo.

temi, podeliti sa drugima neki svoj video ili audio snimak i tako dalje. Važno je imati na umu da se interakcija ne odvija na samo na liniji korisnik–mreža. Već na liniji korisnik–korisnik, ili korisnici–korisnici i tako dalje. Dakle, suština interakcije je u povećanoj mogućnosti za komunikaciju i participaciju u medijima.

Interaktivnost dovodi do redefinisanja masovne komunikacije, jer tradicionalni mediji imaju znatno manju mogućnost da svojoj publici pruže priliku da reaguje, iskaže svoje mišljenje o aktuelnim događajima ili kvalitetu ponuđenih sadržaja. To je uglavnom slučaj u kontakt emisijama na radiju i televiziji ili rubrikama za pisma čitalaca u štampi, gde i dalje veliki procenat zainteresovanih ostaje uskraćen za ovu mogućnost. Internet dozvoljava svakom da ostavi svoj trag na mreži i pokuša da učini da se njegov glas čuje u javnosti. Danas ogroman broj ljudi ima mogućnost da iskaže svoje mišljenje i viđenje stvari, kao i da brže nego ikada dobije povratnu informaciju o onome što je plasirao na webu².

Smatra se da je povećana upotreba interneta u svrhe informisanja dovela do pada čitanosti štampe u svetu. Gotovo trećina američke populacije redovno čita vesti na internetu. Poslednja istraživanja su pokazala da štampa, čija se publika znatno smanjuje, trpi dalje gubitke zbog povećane čitanosti svojih onlajn izdanja. Ipak, broj čitalaca vesti isključivo sa interneta još uvek je skroman. Tradicionalni mediji su sve prisutniji na internetu i ona novinska kuća ili televizija koja nema svoj internet sajt ne smatra se ozbiljnim učesnikom u medijskoj sredini.

Tradicionalni medija su počeli da koriste prednosti interneta kako bi privukle čitaoce (Teeling, 2006). One svoja internet izdanja obogaćuju različitim interaktivnim aplikacijama, kao što su: mogućnost komentaranja članaka i vesti, diskusioni forumi i blogovi.

2 Više od trećine odraslih u Americi i Australiji je razmenjivalo sadržaje internetom. Najpopularnije forme su razmena fotografija, video snimaka i tekstova. Iako je tek manjina napravila svoj blog ili internet stranicu, ipak ova grupa postaje značajna. Gotovo pedeset miliona Amerikanaca je stvaralo sadržaje na internetu. Većinom su to mladi ljudi, ali tu se nalazi i 18% onih starijih od 65 godina. (Future Exploration Network, 2006).

Sve više njih nudi video i audio sadržaje, obaveštavanje o novim vestima imejlom ili SMS-om. Na internetu se može naći priličan broj stranica sa praktičnim savetima i preporukama kako da tradicionalni mediji uredi svoje sajtove i privuku veći broj čitalaca. Predlaže se uvođenje RSS-a, sistema za obaveštavanje korisnika o novim vestima, klasifikacija sadržaja prema određenim kategorijama a ne samo prema datumima, prilagođavanje stranica za pristup mobilnim telefonom ili PDA-om.

Ipak, pored ovih preporuka tehničke prirode, važnije su one koje se trude da uvedu tradicionalne medije u saradnju sa svojom novom konkurencijom, a to su sami korisnici.

Mogućnost interakcije dovodi do toga da se informacije više ne konzumiraju pasivno, već da se analiziraju i menjaju uz učešće publike. Svakako da postoje mnogi koji samo primaju informacije koje emituju mediji, ali internet nam daje do sada nezamislivu moć da stvaramo i pružamo sadržaje drugima. Najveći procenat onlajn video snimaka, od sedam milijardi, koliko svakoga meseca biva pogledano na internetu, stvorili su sami korisnici, kao pojedinačni učesnici u javnoj sferi (Future Exploration Network, 2007)

Danas svako od nas može biti i kreator i korisnik medijskog sadržaja (Future Exploration Network, 2006) Kada je reč o promenama koje su u medijsku sferu donele nove tehnologije, jedan od najvažnijih obrta u odnosu na tradicionalne medije svakako je činjenica da većinu sadržaja stvaraju sami korisnici (user generated content). Pored toga, tradicionalna uloga medija kao čuvara kapije i autoriteta u filtriranju informacija prenosi se na same korisnike (user filtered content).

Internet jeste mreža bezbroj računara povezanih serverima širom sveta. Sve ono što se na njemu može naći stvorili su ljudi koji većinom nisu imali šansu da učestvuju u tradicionalnim medijima. Novi mediji pružaju prostor i priliku svakome da postane deo medijske sfere i aktivno učestvuje u njoj. Zahvaljujući tome došlo je do naglog razvoja nove forme novinarstva koja se po mnogo čemu razlikuje od tradicionalne novinarske profesije. U pitanju je građansko ili participativno novinarstvo. Ova pojava dovodi do različitih

diskusija i ozbiljnih razmatranja kada su u pitanju tradicionalne funkcije medija, njihova struktura, hijerarhija, politika i način rada. Preispituju se osnovni postulati novinarstva kao profesije, objektivnost, kredibilitet medija i izvora informacija, kao i opšti problem informacijskog preopterećenja. Takođe, značaj informacione pismenosti upravo na ovom polju dolazi do izražaja.

Građansko novinarstvo

Učešće građana u medijima je novi oblik novinarstva, u kome građani preuzimaju aktivnu ulogu u procesu prikupljanja, pisanja, analize i distribucije vesti i informacija (Bowman, Willis, 2003).

Oni to mogu činiti na svojim informativnim ili kakvim već sajtovima, učešćem na drugim sajtovima komentarisanjem, na forumima, pisanjem blogova itd.

„Ou-maj-njuz“ (OhmyNews) je najuticajniji sajt sa onlajn vestima u Južnoj Koreji. Svakoga dana poseti ga dva miliona korisnika, a zanimljivo je to što vesti na njemu pišu obični građani, čak 26 000 njih. U bazi linkova najvećeg sajta za praćenje blogosfere Tehoratija ima oko sedamdeset miliona blogova, a svakoga dana otvori se oko 120 000 novih. U Srbiji broj komentara na sajtovima medija, kao što je RTV B92, često prelazi stotinu, a na forumima su registrovane hiljade korisnika.

Nesporno je da publika želi da učestvuje u kreiranju medijskih sadržaja, kao i da se o događajima u svetu ne obaveštava samo kroz oči profesionalnih medijskih radnika i izvora koje oni biraju. Novi mediji čine da sami građani, često bez posredovanja profesionalaca, postanu izvor i javni tumač informacija. Pored toga, daju im neuporedivo veći izbor informacija i zadatak određivanja njihove relevantnosti i kredibiliteta.

Građansko novinarstvo procvetalo je nakon događaja 11. septembra u SAD. Internet stranice velikih medijskih kuća naprosto su padale zbog prevelikog broja posetilaca u potrazi za informacijama. Oni su se zatim obraćali blogovima, forumima i koristili imejl ko-

munikaciju kao opcije da dobiju informacije i komentare o ovom događaju. Na internetu su se mogli naći materijali očevidaca, snimci i fotografije tragičnog događaja snimljeni mobilnim telefonima i kamerama, komentari i lična viđenja prisutnih na licu mesta. Na ovaj način građani su bili neposrednije informisani pre nego što je televizija sakupila dovoljno materijala za interpretaciju događaja.

Još jedan od dobrih primera je pomoć koju su gledaoci pružili BBC-ju tokom demonstracija protiv rata u Iraku. Znajući da neće imati dovoljno novinara koji bi mogli da pokriju antiratne demonstracije koje su se dešavale svuda u svetu, BBC je pozvao građane da šalju fotografije sa svojih fotoaparata i mobilnih telefona i objavio najbolje na svom veb sajtu.

Vrednost građanskog novinarstva raste svaki put kada se desi nešto nepredvidivo od velikog značaja za javnost, o čemu tradicionalni mediji zbog tehničkih ograničenja ne stignu dovoljno brzo da izveste. Sa pojeftinjenjem i sve većom dostupnošću računara, savremenih mobilnih telefona, kamera i fotoaparata, svaki građanin prisutan na mestu događanja može napraviti video-reportažu ili poslati svoj tekst na sajt ili blog istoga trenutka pošto se nešto desilo. Ovo dovodi do promena prirode učešća u javnoj sferi, što doprinosi razlikama između tradicionalnih medija i onih koji se bave građanskim novinarstvom.

Sam proces njihovog rada se bitno razlikuje. Tradicionalni mediji su izgrađeni hijerarhijski i iz komercijalnih interesa. Vrednosti koje poštuju su profitabilnost, rigorozna urednička politika i integritet. Građanski (participativni) mediji stvaraju se kroz onlajn zajednice i više vrednuju saradnju, dijalog i jednakost nego profitabilnost. Građansko novinarstvo se stvara pomoću razgovora, dijaloga i diskusije, baš zbog toga što novi mediji omogućavaju dvosmernu komunikaciju. Tradicionalno novinarstvo se takođe može stvarati kroz dijalog, ali se on odvija na visokim pozicijama, na kojima se formuliše urednička politika medijske kuće, daleko od onih kojima je namenjena. Upravo se zbog ove razlike kaže da građansko novinarstvo doprinosi demokratizaciji medija.

Ono što čini popularnim sadržaje koje stvaraju građani jeste njihova neposrednost, obojenost ličnim mišljenjem i iskustvom. Zbog toga i klasični mediji sve češće u svoj program uključuju dokumentarne sadržaje, životne priče običnih ljudi pogođenih određenom pojavom ili događajem. Tako osvajaju veću gledanost jer se publika lakše poistovećuje sa ljudima „iz naroda“ i pridaje informacijama lični značaj. Ovakav pristup ublažava često suhu faktografiju tradicionalnih medija, koji proglašavaju stalnu težnju ka objektivnosti. Tradicionalni mediji jure za ekskluzivnim vestima, onima do kojih drugi nisu još uvek stigli i uvek se trude da budu prvi. Međutim, sve je teže zadovoljiti te kriterijume i kada se uporede informativne emisije najgledanijih TV stanica, retko kada se izbor vesti u njima razlikuje. Novi mediji pružaju mnogo veći izbor vesti. Ono što je publici danas zanimljivije jesu drugačiji, različiti, originalni pogledi na događaje i pojave, naročito ako se ima na umu da stari mediji gube na kredibilitetu.

Istraživanja pokazuju da u odnosu na 1980-e godine danas mnogo manji broj Amerikanaca veruje tradicionalnim medijima, a da se čak i način na koji oni sakupljaju vesti i obrađuju ih ne smatra posebno kredibilnim. Takođe, javnost sve više preispituje osnovne vrednosti i etiku medija. Čitaoci sve više traže glasnije, hibridne formate koji agresivno spajaju vest sa mišljenjem ili zabavom (Pew Research Center, 2005). Upravo su **blogovi**, koji su tokom proteklih godina dobili najviše publiciteta i u tradicionalnim medijima, najsvetliji primer ovakvog formata.

Blogovi

Blog se najčešće opisuje kao onlajn dnevnik sa hronološki obrnutim rasporedom unosa. Na svaki unos čitaoci mogu da ostavljaju komentare, a hiperlinkovi koje ostavlja bloger vode ih ka drugim blogovima i sajtovima sa sličnom tematikom. To su lične stranice pojedinaca zainteresovanih za najrazličitije teme, od želje za pisanjem o sopstvenom životu do razmišljanja o ozbiljnim naučnim i

političkim temama. Mesto za njih na internetu dobija se besplatno, a mogućnosti uređivanja vizuelnog i tekstualnog sadržaja sajta su velike, i najčešće uređene tako da ih svako sa osnovnom informatičkom pismenošću može koristiti. Postoje blogovi koje je posetilo više miliona korisnika, kao što su „Boing, Boing“, „Gizmodo, gedžet gajd“ (*Gizmodo, the Gadget Guide*), „Goker“ (*Gawker*) i još mnogo drugih. Blogovi su više jedna dokumentovana konverzacija nego prost skup zapisa. Diskusija se razvija komentarima, u kojima čitaoci ostavljaju svoje viđenje i mišljenje o temi ili vesti, koja je često veoma aktuelna. Ovakav tip stranica na svojim sajtovima nudi i većina medijskih kuća u svetu, a mogu se porediti sa žanrom kolumne ili komentara u štampi. Razlika je u tome što ih većinom pišu obični ljudi, koji često mogu zbog svojih konkretnih interesovanja ili profesionalnog bavljenja nekom oblašću, o njoj mnogo više znati nego profesionalni novinari. Ipak ono što je važnije je upravo mogućnost da se ovim putem u javnu sferu iznesu ne samo nove činjenice ili saznanja već i mišljenja i komentari. Blogovi se više bave komentarisanjem događaja i vesti iz tradicionalnih medija ili njihovih onlajn verzija, nego što ih samo prenose. Moglo bi se reći da se u ovom odnosu stari mediji više bave informisanjem, a novi posmatranjem, analizom i diskusijom, koja se odvija upravo među građanima. Blogovi su mesto na kome i novinari i reporteri mogu da objave informacije i interpretacije događaja za koje nema mesta u starim medijima, bilo zbog uređivačke politike ili zbog tehničkog nedostatka prostora.

Blogovi su izvanredno sredstvo za razvoj kritičke javnosti i povećanje njene prisutnosti, jer omogućavaju izražavanje izvan spoljašnjih pravila i regulacija. Jednim delom oni jesu reakcija na rad starih medija, ograničenih komercijalnim i drugim standardima i rezultat želje za slobodnom, istinskom javnom sferom (Barlow, 2007). U jednoj od prvih studija o blogovima Toril Mortensen i Džil Voker slažu se da su u svetu masovnih medija pojedinci izgubili sredstvo za participaciju u javnom diskursu. Oni kažu da blogovi oživljavaju rani devetnaestovekovni salon ili kafe, u kome su privatni interesi i brige kroz diskusiju postajali pitanja od jav-

nog značaja. Blog se vidi kao tampon zona između privatne i javne sfere (Keren, 2006). U ovom, iako idealizovanom viđenju blogova i građanskog novinarstva ima istine, jer se javna sfera uz pomoć njih zaista širi i dobija na značaju. Radi se o neposrednom učešću svih zainteresovanih u javnoj diskusiji. Sa druge strane ove tvrdnje naglo gube na značaju kada se u obzir uzme broj ljudi koji su materijalno onemogućeni da u ovoj novoj javnoj sferi učestvuju. Takođe, ne sme se zaboraviti da su blogovi često izraz voajerizma, mesto za tračarenje ili stvaranje lažnog identiteta. Zato ne čudi da tradicionalni mediji često kritikuju koncept građanskog novinarstva i tako ističu tamnu stranu novih tehnologija.

Dešavalo se da novinari budu opomenuti od svoje matične kuće da prestanu sa blogovanjem, tako je tokom 2003. godine CNN svom reporteru Kevinu Sajtsu naložio da prestane sa pisanjem bloga o ratu u Iraku, a magazin „Tajm“ zatražio od svog reportera Džošue Kucere da ne iznosi priče o dešavanjima u Kurdistanu. Da li se radilo o komercijalnim ili nekim drugim interesima teško je reći, ali je rezerva tradicionalnih medija prema blogosferi opravdana iz više razloga.

Blogosfera vs tradicionalni mediji

Prvo, blogovi kao izraz građanskog novinarstva predstavljaju novo polje kontrole rada i objektivnosti tradicionalnih medija, to je veoma značajan uticaj. Više nije moguće lako plasirati neistinite i neproverene informacije, jer će se to ubrzo otkriti baš na internetu, uz pomoć zainteresovanih učesnika, promućurnih građana i drugačijih argumenata za koje možda nema mesta u starim medijima. Takođe, sami korisnici imaju mesto da izraze svoje nezadovoljstvo politikom i radom nekog tradicionalnog medija, iznesu mišljenje i zamerke. Pored toga oni mogu javno da iznesu kritiku svega što smatraju značajnim, bila to ličnost, politička stranka, medij, neki kulturni, ili bilo kakav drugi proizvod. Činjenica da velike kompanije sve više obraćaju pažnju na kritike njihovih proizvoda na inter-

netu govori o tome da se ovaj glas čuje. Građani sve manje veruju starim medijima i reklamama, a polako postaju imuni i na nove oblike marketinga, kao što je „infomercial“³. Oni žele da čuju iskustva ljudi kao što su oni sami. Zato koriste internet i obaveštavaju se o nekim proizvodima iz iskustava drugih kupaca. Na različitim forumima i blogovima mogu se pronaći mišljenja korisnika o svemu, od šminke i kozmetike do računara i automobila. Tako se desilo da je proizvođač računara „del“ doživeo poslovni neuspeh i stagnaciju u prodaji. Blogger Džef Džarvis nezadovoljan njihovim proizvodom i uslugama, smatrajući da je prevaren, izneo je svoje kritike na blogu, a zatim ga je u tome pratila velika grupa nezadovoljnih kupaca. U internet pretragama u vezi sa „delom“ najveći broj pronađenih sajtova nimalo nije laskao ovoj firmi, te je došlo do opadanja prodaje. Na isti način internet ima ulogu u podsticanju medija na transparentniji način rada i pažljivije izveštavanje, jer će kritika vrlo brzo dospeti u javnost. Građansko novinarstvo je zapravo javnost koja radi za javnost, za razliku od tradicionalnih medija, u kojima uvek posreduju novinari i profesionalci, koji bi trebalo da rade za javnost. Pitanje je kojim se interesima i vrednostima u ovom poslu vode i jedni i drugi, ali nemoguće je osporiti to da novi mediji daju prostor borbi za interese mnogo većeg broja ljudi, te je znatno teže sprovesti njihovo nametanje ili manipulaciju publikom.

Druga najčešće upućivana kritika od strane profesionalnih medijskih radnika zasniva se na činjenici da internet može biti i preslobodno mesto. Postavlja se pitanje koliko su obični građani sposobni da se bave produkcijom medijskih sadržaja i da li imaju za to potrebne veštine i znanja. Naglašava se opasnost da se informisanje pretvori u amaterizam i suviše subjektivnim pristupom ugrozi normativni standard neutralnosti medija. Činjenica da svako može biti novinar, komentator, kolumnista ili reporter predstavlja jednu od najvećih prednosti novih medija, ali i njihov veliki problem. U

-
- 3 Kombinacija informacije i reklame. Na primer predstavljanje važnosti i značaja određenog vitamina u ishrani, a zatim navođenje proizvoda neke farmaceutske kompanije koji sadrži „savršen balans i skup“ baš tih „životno važnih“ vitamina.

pitanju je kredibilitet izvora i tačnost informacija, kao i njihova relevantnost. Ovaj problem je višedimenzionalan. On pogađa kako publiku novih medija tako i novinare, koji sve češće koriste internet kao izvor informacija.

Internet nije uređeno i sistematizovano polje u kome se lako snalazi. On više liči na haos i nepreglednu količinu informacija, gde se sve teže dolazi do onih pravih i potrebnih. Sami korisnici novih medija često ne mogu biti sigurni u ono što se na internetu tvrdi, a novinari se mogu dovesti u prilično neugodnu situaciju ako iskoriste neku neproverenu informaciju u svom radu.

Tradicionalni mediji imaju urednike i osobe koje se bave proveravanjem informacija, a jedno od osnovnih pravila novinarske etike je da svaku informaciju treba proveriti kod bar dva različita izvora. Informacije koje se mogu naći na internetu, baš zbog toga što ih bilo ko i sa kakvim god namerama može plasirati, imaju manji stepen kredibiliteta nego one koje plasiraju tradicionalni mediji. Naravno ne smemo zaboraviti da je situacija sa objektivnošću u tradicionalnim medijima daleko od idealne i da su retki mediji za koje se može reći da rade isključivo u interesu javnosti. Deo naše svakodnevice su optužbe da su mediji pod uticajem političkih i ekonomskih grupacija, koje putem njih ostvaruju svoje interese, čime mediji krše profesionalnu etiku i prava građana da budu potpuno i istinito obavešteni o svim pitanjima od društvenog značaja.

Ako je kod tradicionalnih medija problem sa tačnoću informacija zbog pomenutih uticaja, kod novih je problem sa otežanim razaznavanjem relevantnih izvora. Takođe, ni za nove medije se ne može reći da su imuni na pritiske ili materijalnu podršku uticajnih grupa. Međutim, ovaj uticaj je teže sprovesti zbog same strukture interneta, koja se ne može obuhvatiti i kontrolisati centralizovano. Uvek postoje alternativni izvori informacija, a oni postaju viđeni ukoliko na koherentan i argumentovan način sprovode svoju kritiku, o čemu odlučuju sami čitaoci.

Do ovoga dolazi zbog jedne od glavnih razlika između tradicionalnih i novih medija – koja se nalazi u samom principu objavljivanja vesti. Dok u tradicionalnim medijima vlada pristup „prvo

filtriraj, uredi pa objavi“, u građanskim medijima na snazi je „prvo objavi a zatim filtriraj“ (Bowman, Willis, 2003). U participativnom novinarstvu medijski sadržaji se šire odozdo na gore, bez nadgledanja i kontrole od strane urednika ili formalne strukture i hijerarhije koja određuje šta će se naći u medijima.

Iako stari mediji naglašavaju da je nemoguće odrediti relevantnost informacija na internetu, ta tvrdnja je ipak na sasvim solidnoj razdaljini od istine. Teško je zamisliti neutralnog novinara, na čiji rad nikada ne utiču lična iskustva i stavovi. Ukoliko već kroz rad tradicionalnih medija provejava određen sistem vrednosti i interesa, onlajn sredina barem nudi veći izbor, a kontrolu nad njim imaju sami korisnici. Gugl uređuje internet stranice i njihov raspored u pretragama tako što sakuplja mišljenja korisnika o njima. Jedan od prvih sajtova koji je uveo komentarisane vesti „Slešdot“ uređuje svoje tekstove na osnovu glasova čitalaca (Shirky, 2002). „Hafington post“ je svojim najrevnosnijim komentatorima vesti dao posebno mesto za blogove na sajtu i tako ih učinio svojevrsnim autoritetima. A o tome ko će postati „predstavljani“ (featured) bloger odlučuju sami čitaoci, obožavaoci određenog komentatora glasanjem putem linkova ispod svakog komentara (Huffington Post, 2007).

Pored ovakvih sistema još važnije je to da sami čitaoci kroz svoje iskustvo i izbor sajtova filtriraju informacije i dolaze do kvaliteta. Konačan sud i odluka je na njima, a novi mediji ne zadržavaju funkciju tradicionalnih kao čuvara kapija i kranjeg arbitra u tome šta treba da bude objavljeno. Cenzura i filtriranje na internetu tako se primenjuje od strane čitalaca i dolazi nakon što su informacije iznete, ne pre toga. Naravno, ovo ne podrazumeva da su informacije dobro ili pravedno izabrane i predstavljene. Ipak, da se zaključiti da korisnik treba da ima slobodu da o tome sam odluči, a za tu odluku mu je potrebna mogućnost da bude informisan sa više izvora i aspekata, da bi mogao sam, kroz njihovo upoređivanje, stići do svog suda o nekoj temi. Ovo je veština čiji značaj obeležava doba modernih tehnologija. Radi se o informacionoj pismenosti, koja dobija sve širu i komplikovaniju strukturu. O njoj će biti više reči u odeljku koji se bavi slikom Srbije.

Pored činjenice da otvaraju prostor za izražavanje i kreativnost, stvaraju novu formu novinarstva kroz jednostavan samizdat sistem, blogovi takođe služe i kao mesto oko koga se formiraju onlajn socijalne zajednice i diskusije. Hiperlinkovima i komentarima koje posetioци mogu ostaviti na svaki unos blogera povezuju se ljudi sličnih interesovanja i novi izvori informacija. Tako jedan blog može biti tek početak puta kroz veliki izbor informacija o određenoj temi, koji je često utaban od strane iskusnih blogera, koji su već stekli autoritet na internetu. Na ovaj način stvaraju se onlajn zajednice, grupe ljudi sličnih interesovanja. U odnosu na tradicionalne medije, koji okupljaju publiku zainteresovanu za neki tip sadržaja, novi mediji omogućavaju njenim pripadnicima i međusobnu komunikaciju. Može se pretpostaviti da ovakva diferenciranost publike na internetu daje zadatak i starim medijima da sve više svoje sadržaje kroje po meri određenih ciljnih grupa (tailored content). Logično je očekivati da će se ljudi okretati izvorima koji odgovaraju njihovim potrebama i interesovanjima više nego onima koji pripremaju programe po univerzalnom principu. Međutim, za stare medije je utešna činjenica da ipak još uvek većina ljudi koja se informiše preko interneta ovaj izvor koristi uglavnom kao dodatak ostalim izvorima informisanja pre nego kao primaran izvor vesti (Pew Research Center, 2006). U ovom odnosu stari mediji služe kao podsticaj gledaocu da se za nešto zainteresuje ili čuje osnovnu, ne preterano detaljnu informaciju, a da zatim ukoliko želi, za dalje saznavanje o njoj iskoristi neke druge izvore. Nekada bi se obratio stručnom časopisu, nedeljniku ili biblioteci, a danas mu je mnogo više izvora na dohvat ruke.

Ne može se reći da tradicionalni mediji ne prepoznaju prednosti novih, iako ih se često plaše i kritikuju ih. Novinari sve češće koriste blogove i forume kao izvor informacija. Isto tako dešava se da neki blog postane toliko popularan i zaista stekne poštovanje u javnosti da se sa njegovim autorom konsultuju profesionalni novinari, ili ga pozivaju da gostuje u emisijama na TV-u ili radiju. Građansko novinarstvo može dopuniti profesionalno, pomoći mu u dobijanju novih ideja i pristupa, dati novinarima jaču vezu sa publi-

kom i njenim interesovanjima, kao i bolji uvid u pravu širinu diskusije o važnim pitanjima u javnoj sferi. Već dolazi do prožimanja blogova i starih medija – blogeri potpisuju profesionalne ugovore sa medijskim kućama, sve više sajtova medija ima blogove, a profesionalni novinari pišu privatne blogove u slobodno vreme.

Danas, da bi novinar imao priču koja je zanimljiva i korektno obrađena, on će to veoma teško postići bez upotrebe novih tehnologija. Prvo će pretražiti internet, „izguglovati“ važne podatke, zatim pogledati gde se osoba, događaj ili pojava pominju u relevantnim blogovima, šta se o njima govori na forumima i šta su drugi mediji pisali. U onlajn biblioteci pronaći će knjige i časopise, intervju će obaviti imejlom ili četom, a za obradu podataka koristiće različite kompjuterske programe. Pokrenuće blog da bi svojim čitaocima dao mogućnost da razgovaraju sa njim, daju mu nove ideje i postavljaju važna pitanja. Ovakav način rada zove se „computer assisted reporting“, ili novinarstvo uz pomoć računara. Ima mnogo primera kada su tradicionalni mediji pomoću interneta došli do važnih informacija za svoj rad. Kada je došlo do masakra na Univerzitetu u Virdžiniji, u aprilu 2007. godine, mediji su pokušali da saznaju informacije o napadaču i žrtvama pomoću socijalnih mreža na internetu.⁴ Od 33 žrtve, njih 23 imale su svoj profil na sajtu „Fejsbuk“ (facebook.com), što je pomoglo novinarima u predstavljanju tragičnog događaja i žrtava (Milovanović, 2007).

Kada je 7. jula 2005. došlo do terorističkih napada u londonском metrou, BBC je u roku od šest sati primio više od 1000 fotografija, 20 amaterskih video-snimaka, 4000 SMS poruka i oko 20000 imejlava. Sledećeg dana njihova glavna večernja informativna emisija počela je sa TV prilogom u potpunosti sastavljenim od snimaka koje su im poslali gledaoci. Glavni i odgovorni urednik informativnog programa BBC-ja Ričard Sambruk rekao je: „Naše izveštavanje o ovom događaju bila je istinska saradnja, omogućena tehnologijom dostupnom korisnicima, posebno mobilnim tele-

4 Na ovim stranicama svako može da napravi svoj profil, okači slike, piše tekstove, komunicira sa prijateljima, igra igre i koristi još bezbroj različitih opcija.

fonom sa kamerom, i podržana poverenjem između naše mreže i publike. Sada znamo da kada se važni događaji dese, javnost može da nam pruži onoliko novih informacija koliko smo i mi u stanju da ponudimo njima. Od sada, rad na vestima je partnerstvo“ (Sambrook, 2005).

Srbija: domaći blogovi i slika interneta u medijima

Posle slike razvoja građanskog novinarstva i uticaja interneta na stare medije u svetu, lako se može uočiti da Srbija nudi jednu prilično drugačiju priču.

Činjenica je da u Srbiji još uvek ne postoji internet novinarstvo – u smislu da tradicionalni mediji pripremaju sadržaje isključivo za svoj internet sajt. Ono što se na većini njihovih sajtova može naći su digitalizovane verzije sadržaja iz štampe, ili prilagođeni i uređeni transkripti priloga koje su novinari pripremali za televiziju ili radio. Prednosti interneta se koriste utoliko što postoji kategorizacija vesti za lakše snalaženje, linkovi ka arhivi i fotografijama, pretraga sajta i komentari (iako ne na svim sajtovima).

Kao ogledni primer, zbog svoje velike posećenosti i kvalitet, nameće se internet sajt kuće TVB92 (www.b92.net). Kada je u pitanju info odeljak, u kome se mogu naći najvažnije vesti, one su uglavnom prenete iz televizijske i radio redakcije. Mogu se pronaći i vesti kojih nema u tv i radio izdanjima ove kuće, jer za njih nije bilo mesta. To su vesti koje šalju novinske agencije, uglavnom zanimljivosti iz sveta, kulture, zabave. Sportska rubrika na televiziji upućuje gledaoce na sajt radi više informacija. Ovaj sajt se izdvaja u odnosu na sajtove ostalih medija po izuzetnoj aktivnosti korisnika u komentaranju vesti i blogova, kao i na forumu.

Takođe, u odeljcima koji se bave zabavnim vestima, kao što su „Život“ i „Tehnopolis“, mogu se naći vesti pisane za sajt, međutim, često su to vesti prenete sa inostranih sajtova i prevedene na srpski. U ovim odeljcima participacija korisnika je veća, a pozvani

su da učestvuju tako što će slati svoje fotografije, pitanja i tekstove: „Preporučujemo da tekstove na ovim stranicama shvatite kao poziv na razmenu mišljenja i iskustava. Mi samo otvaramo teme, a svi zajedno ih razvijamo. Umesto da samo konzumirate ponuđeni sadržaj, kreirajte ga zajedno sa nama. Fotografišite, beležite, pišite...“ Uticaj pažnje koju publika obraća na ove forme dovoljno je veliki, pa su vesti sa najviše komentara na sajtu B92 postajale glavna tema su-trašnje emisije na radiju.

Kada je u pitanju blogosfera u Srbiji, najposećeniji su blogovi poznatih ličnosti na internet stranici TVB92. Živost interakcije ovog sajta sa tradicionalnim medijima vidi se u diskusijama koje se sa interneta prenose u javnost na različite načine. Ipak razlika između onog što bi se moglo nazvati srpskom blogosferom i svetske blogosfere je ogromna i u mnogome govori o drugačijem shvatanju i načinu upotrebe interneta u Srbiji.

Dok je u svetu trend da građani postaju poznati zbog svoga bloga, da se u pregledu sutrašnje štampe i na TV stanicama sve češće prenose mišljenja sa nekog bloga, u Srbiji najčitanije blogove pišu već poznate ličnosti iz javne sfere, za koje i u tradicionalnim medijima ima mesta.

To dovodi do preslikavanja javne sfere koju formiraju stari mediji na internet, bez drastičnih razlika ili širenja. Blogosfera predstavlja sliku opšteg stanja društva, njegove kulture opštenja i dijaloga, kao i mentaliteta. Ovi blogovi su na neki način samo digitalizacija već postojećih rasprava, koje počinju od mišljenja već iznetih u tradicionalnim medijima. Naravno, ne može im se oduzeti značaj u tom smislu što se kroz komentare dolazi do diskusija u kojima učestvuju građani, kao i da su neki od njih svojim učešćem zaslužili da se i sami nađu među autorima VIP bloga B92. Ipak, sam naziv VIP, na neki način oduzima suštinu blogu, a to je da ne morate biti VIP⁵ da biste bili deo medija i postali čitani. U Srbiji je veoma teško postati poznat samo zato što ste bloger, osim u uskim krugovima redovnih korisnika interneta. Ipak zbog malog procenta

5 Skraćenica od engleskog izraza „very important person“ ili veoma važna osoba.

ljudi koji u našoj zemlji ima pristup internetu, ni tradicionalni mediji nisu im posvetili pažnju, osim sporadično, govoreći o „novoj i bizarnoj“ praksi blogovanja.

Tradicionalni mediji u Srbiji ne doprinose značajno podizanju svesti o značaju informaciono-komunikacionih tehnologija. Oni još uvek predstavljaju internet kao nesigurno mesto i zbog neupućenosti preneglašavaju njegove mane u odnosu na prednosti. Često se upravo u vestima tradicionalnih medija u vezi sa internetom mogu čuti pogrešne tvrdnje koje svedoče o nepoznavanju novih tehnologija. Desilo se da nacionalni servis u svom Dnevniku upozori građane da njihovim računarima preti opasan virus. Vest je zasnovana na lančanom pismu, koje predstavlja klasičnu internet prevaru, i mišljenju IT stručnjaka kuće, koji se nije pokazao previše stručnim. Na ovaj način dolazi do podizanja straha i odbojnosti prema računarima kod dela javnosti koji još uvek nije počeo da koristi informacione tehnologije. Širenjem neznanja dolazi se do atmosfere u kojoj se štiti bezbednost nauštrb slobode i informisanosti.

Sasvim je razumljivo zašto vesti iz oblasti informaciono-komunikacionih tehnologija nisu naročito značajne za tradicionalne medije u Srbiji. Razlozi leže u niskoj informatičkoj pismenosti stanovništva, nedostupnosti računara i interneta za većinu građana, što sve vodi ka nezainteresovanosti publike za ovu vrstu aktuelnosti. Internet se u vestima predstavlja kao izvitoperen svet, jer srpski mediji najčešće pominju događaje koji izazivaju zabrinutost kod gledalaca. To su informacije u vezi sa internet kriminalom: porast broja sajtova sa pornografskim materijalom i pedofilijom, prevare u vezi sa platnim karticama, snimci ubistava i samoubistava, nasilja, vesti u vezi sa piraterijom, pojava kontroverznih dokumenata itd. Pored toga tu je i pojava privatnih video snimaka i slika poznatih ličnosti sa eksplicitnim scenama seksa.

Tradicionalni mediji mnogo češće upozoravaju na opasnosti koje dolaze sa interneta, što je svakako potrebno, ali zaštita od njih treba da bude deo veštine informacione pismenosti a ne strah koji će naterati korisnika da zaključi da mu internet donosi više nego dobra. Ukoliko bi mediji davali veći prostor za vesti iz sve-

ta tehnologije, time bi se mogla povećati zainteresovanost ljudi i promovisati upotreba novih tehnologija, što je jedan od uslova za razvoj naše zemlje. Uz moć koju mediji imaju, popularisanje sadržaja na internetu moglo bi dovesti do povećanog broja korisnika i informatičkog opismenjavanja. Informaciona pismenost više nije samo veština upotrebe računara, ona danas podrazumeva pre svega veštinu snalaženja u nepreglednom broju informacija koje nam se nude, znanje da se prepoznaju dezinformacije, sposobnost da se pronađu relevantni i kredibilni izvori. Ona se gradi kako kroz obrazovni sistem i omogućavanje pristupa tehnologijama, tako i kroz samostalno iskustvo korisnika. Njime oni izgrađuju sopstveni sistem za filtriranje informacija i strategiju pretraživanja. Nove tehnologije podstiču stalno učenje i usavršavanje ne samo brzinom svog razvoja već pre svega i izvorima informacija koji su na dohvata ruke. Tradicionalni mediji u Srbiji bi trebalo da uvide značaj interneta i učešće publike u novim medijima kako bi ih iskoristili za poboljšanje svog rada. Građani bi trebalo da budu motivisani da se aktivnije uključuju u pitanja od opšteg i ličnog značaja kako ne bi propuštali priliku da postanu deo šire javne sfere. Oni danas sa novim tehnologijama imaju mogućnost da učestvuju u medijima i učine da se njihovo mišljenje čuje. Novi mediji omogućili su bezgraničnu distribuciju sadržaja po niskoj ili nikakvoj ceni. Takođe, oni su uključili gotovo svakog na planeti u medijsku industriju: izvore informacija, poslovni sektor, vlade, zajednice i pojedince. Uz dostupne alate za objavljivanje sadržaja a koji se lako koriste generaciju koja radije komunicira instant poruka nego telefonom, većim zahtevom publike za informacijama iz prve ruke i porastom udela novca koji se ulaže u onlajn marketing, dobio se recept za radikalnu promenu u medijskoj sferi (Bowman, Willis, 2005) Kada je o Srbiji reč, tranziciona atmosfera zahteva stalno podsećanje na važnost demokratskih vrednosti, promenu radnih navika i usavršavanje veština i znanja da bi put ka preobražaju društva bio uspešan. Promocija i pravilna upotreba novih tehnologija može znatno pomoći da se ljudi i državna administracija prilagode novim zahtevima svetskog tržišta. Građani uz pomoć interneta imaju mogućnost da učestvuju

u javnoj sferi, što doprinosi razvoju demokratije i stvaranju osećaja lične zainteresovanosti i uključenosti u socijalna i politička pitanja. Lična i kolektivna odgovornost donosilaca odluka postaju naglašenije sa proširenjem polja javne kontrole njihovog rada. Koliko god postojalo argumenata za nove tehnologije i protiv njih, one se neevratno brzo razvijaju i njihovo izbegavanje, bilo iz straha, nezainteresovanosti ili lenjosti, donosi više štete nego koristi. Našoj zemlji ostaje da odluči kojom će brzinom pratiti ove trendove.

Reference

- Addams, D., Hamm, M. (2000). *Media and Literacy, Learning in an Electronic Age*. Springfield: Charles C Thomas Publisher LTD.
- Barlow, A. (2007). *The Rise of the Blogosphere*. Westport: Greenwood Press.
- Bowman, S., Willis, C. (2003). *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*. The Media Center at The American Press Institute. Preuzeto sa www.hypergene.net/we-media/
- Bowman, S., Willis, C. (2005). *The Future Is Here, But Do News Media Companies see it?* Preuzeto sa www.nieman.harvard.edu/reports/05-4NRwinter/Bowman&Willis-NRw05.pdf
- Briggs, M. (2007). *Journalism 2.0: How to Survive and Thrive*. The Knight Citizen News Network. Preuzeto sa http://www.kcnn.org/resources/journalism_20/.
- Crosbie, V. (2006). *What is 'New Media'?* Preuzeto sa http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what_is_new_media.php.
- Cyber Journalist, Technology, blogs, the Internet and the media, from the Online News Association <http://www.cyberjournalist.net>.
- Debre, R. (2000). *Uvod u mediologiju*. Beograd: Clio.
- Federman, M. (2004). *What is the Meaning of the Medium is the Message?* Preuzeto sa <http://individual.utoronto.ca/markfederman/MeaningTheMediumistheMessage.pdf>.

- Fidler, R. (2004). *Mediamorphosis*. Beograd: Clio.
- Future exploration network (2006). *Future of media report, july 2006*. Preuzeto sa www.rossdawsonblog.com/Future_of_Media_Report2006.pdf.
- Future exploration network (2007). *Future of media report, july 2007*. Preuzeto sa www.rossdawsonblog.com/Future_of_Media_Report2007.pdf.
- Gillmor, D. (2004). *We the Media. Grassroots Journalism by the People for the People*.
- Grupa autora (1997). *Virtual Culture. Identity and Communication in Cybersociety*. London: Sage Publications
- Huffington Post Allows Top Commenters To Become Bloggers (20. Avgust 2007).
Preuzeto sa <http://www.cyberjournalist.net/news/004324.php>
- Keren, M. (2006). *Blogosphere: The New Political Arena*. Lanham: Lexington Books.
- Kin, Dž. (1995). *Mediji i demokratija*. Beograd: Filip Višnjić.
- Leckenby, J., D. (2003). *The Interaction of Traditional and New Media*. Austin: The University of Texas. Preuzeto sa http://www.ci-advertising.org/studies/reports/measurement/newmedia_chapter_print.pdf.
- Makluan, M. (1971). *Poznavanje opština, čovekovih preduzetaka*. Beograd: Prosveta.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press.
- Milovanović, S. (2007). Virtualne zajednice: Bauk ili zlatni rudnik?
Preuzeto sa: <http://www.netnovinar.org>
- Onalytica (2005). *Measuring the influence of bloggers on corporate reputation*. Preuzeto sa <http://www.publicrelationsonline.com>
- O'Reilly Media, <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/>.
- Pew Research Center (2005). *Trends 2005. Media: More Voices Less Credibility*. Preuzeto sa <http://people-press.org/commentary/display.php3?AnalysisID=105>

- Pew Research Center (2006). *Online Papers Modestly Boost Newspaper Readership*. Preuzeto sa <http://people-press.org/reports/display.php3?ReportID=282>.
- Radojković, M., Miletić, M. (2006). *Komuniciranje, mediji i društvo*. Novi Sad: Stylos.
- Radojković, M., Đorđević, T. (2005). *Osnove komunikologije*. Beograd: Čigoja štampa.
- Režis, D. (2000). *Uvod u mediologiju*. Beograd: Clio.
- Sambrook, R. (2005). *Citizen Journalism and the BBC*. Nieman Reports. Preuzeto sa <http://www.nieman.harvard.edu/reports/05-4NRwinter/Sambrook.pdf>
- Shirky, C. (2002). *Broadcast Institutions, Community Values*. Preuzeto sa http://www.shirky.com/writings/broadcast_and_community.html
- Smith, E. (2005). *How Old Media Can Survive In a New World*. The Wall Street Journal Online. Preuzeto sa http://online.wsj.com/public/article/SB111643067458336994-dZdpfVsBBc8Y17yR-cFtFhF_8YWk_20060522.html
- Teeling, E. (2006). *The Use of the Internet by America's Newspapers*. Preuzeto sa <http://www.bivingsreport.com>.
- Watzlawik, P. (1976). *How real is real?* New York: Random House

INTERNET I JAVNA SFERA U SRBIJI

Dizajn korica

Vlado Vranešević

Lektor i korektor

Tanja Milovanović

Tehnički urednik

Irena Đaković

Tiraž

500 primeraka

ISBN 978-86-83411-38-2

Priprema i štampa

Dosije, Beograd