

**Jay David Bolter: *The Digital Plenitude: The Decline of Elite Culture and the Rise of New Media*, The MIT Press, 2019., pp. 231
ISBN: 9780262039734232**

Knjiga *The Digital Plenitude: The Decline of Elite Culture and the Rise of New Media* Jaya Davida Boltera pokušaj je da se uhvati stanje medijske kulture u jednom trenutku, koji se odnosi na inauguraciju američkog predsjednika Donalda Trampa 2016. godine. Sam izbor Trampa za američkog predsjednika autoru služi kako bi dokazao tvrdnju koju provlači kroz cijelu knjigu: kako u današnjem, digitalnom, svijetu elite više ne čine isključivo oni obrazovani, nego oni koji su se „snašli”. Bolter ne zaziva prošla vremena, nove forme ne smatra problemom koji treba riješiti, već samo bilježi stanje kulture danas. Profesor na američkom Georgia Institut of Technology, današnju medijsku kulturu smatra toliko bogatom da ju je teško uopće promatrati kao cjelinu. Ona uključuje internetske stranice, video igre, blogove, knjige, filmove, televizijske i radijske programe, magazine i sve radnje koje uključuju stvaranje, mijenjanje, dijeljenje i kritiziranje tih istih sadržaja. Sve što danas smatramo medijskom kulturom, a ona je za Boltera ujedno i politička kultura (jer politika teško može postojati bez medijske prezentacije),

autor podvodi pod dva momenta u drugoj polovici dvadesetog stoljeća: pad elitne umjetnosti i rast digitalnih medija.

U prvom poglavlju autor ilustrira slom hijerarhija i medijske kulture nakon 1950-ih godina te načine na koje je veliki jaz između elitne umjetnosti i popularne kulture posve iščeznuo. Nije ga zamijenio konsenzus o umjetnosti, već različito promišljanje raznih zajednica o njoj. Bolter objašnjava da više nemamo svi isto poimanje o kulturu. One hijerarhije koje su smatrale jednu vrstu glazbe boljom od druge više ne postoje jer je sve postalo samo dio medijskog bogatstva. Dok su elitne kulture u 20. stoljeću ostavile svoj trag u oblicima koje autor naziva „popularnim modernizmom”, digitalni mediji ponudili su nove platforme za komunikaciju i izražavanje, uistinu svima. U drugom poglavlju autor istražuje upravo popularni modernizam, tu dominantnu kulturnu paradigmu druge polovice 20. stoljeća. U trećem poglavlju Bolter ocrta niz dihotomija koje karakteriziraju našu trenutnu medijsku kulturu: katarzu, protok

(kontinuirani ritam digitalnog iskustva), remiks (potpomognut velikim internetskim resursima za stvaranje i miješanje sadržaja), originalnost te povijest (koja se ne može ponoviti) i simulaciju (beskrajno ponovljiva). U četvrtom i petom poglavlju Bolter se bavi katarzom i remiksom. Katarzu u suvremenoj popularnoj drami definira kao priču o sukobu i razrješenju, koja gledatelja potiče na empatiju, i identifikaciju sa sudbinom glavnog junaka te je istražuje kroz primjere iz filmova i videoigara. Visoku kulturu i umjetnost, piše Bolter, nisu zamijenile televizija ili video igre. Umjesto toga, naša kultura postala je „dodajuća” – ona prihvaća nove forme poput videoigara, koje nekad surađuju sa starijim formama, poput filma, a nekad se natječu s njim. Onima koji žale za prošlim vremenima autor poručuje kako su iz novog, digitalnog doba i digitalne kulture proizašle dvije vrlo važne dobrobiti: žene i manjine više nisu toliko marginalizirane u medijima i danas svatko može biti umjetnik. Protok najbolje ilustriraju društvene mreže YouTube ili Facebook. Bolter taj protok definira kao stanje u kojem su ljudi toliko uključeni u određenu aktivnost, u ovom slučaju pregledavanje društvenih mreža, da ništa drugo u njihovom životu nije toliko važno, čak i ako to ima visoku cijenu. Ta dostupnost i asimilacija omogućila je digitalnoj raskoši, koja više nije institucionalizirana onime što se smatra „dobrim medijem”, uništenje visoke kulture.

Ključna je ideja ove knjige da je naša medijska kultura obilje. To je svemir proizvoda (web stranice, video igre, blogovi, knjige, filmovi, televizijski i radijski programi, časopisi itd.) i praksa (izrada svih tih proizvoda zajedno s njihovim miješanjem, dijeljenjem i kritiziranjem) tako velik, raznolik i dinamičan, da nije razumljiv u cjelini. Ukratko, više ne postoji jedan centar, jedan autoritet koji nam govori što bi nam se trebalo sviđati. No, prema Bolteru, postoje „žarišta”, manji centri sačinjeni od skupina onih koji brinu, slijede, proučavaju i žele sačuvati određeni medij. Upravo zbog toga toliko je očita ta promjena paradigme jer industrije koje su nekada imale velike centre, sada imaju manja, lokaliziranija žarišta stoga to čini ekonomske i poslovne modele onih na vrhu hijerarhije, koji su nam nekada mogli reći što slušati, čitati i kupovati, posve suvišnim. U šestom poglavlju autor pokušava dočarati svoj pojam remiksa, odnosno isprepletanja, ali i žarišta u kulturi dočarati kroz *rap* glazbu. Primjerice, Bolter tvrdi kako je *rap* glazba danas jednako vrijedna kao i opera. Koja *rap* pjesma će se smatrati dobrim *rapom*, odlučit će oni koji vole i slušaju tu vrstu glazbe. To ne znači da ćemo svi morati prihvatiti da je *rap* glazba mjera za dobru glazbu, no istovremeno oni koji slušaju operu neće moći tvrditi da je opera mjerilo za dobar ukus. U sedmom poglavlju Bolter nastavlja protezati svoju tezu o žarištima govoreći o proceduralnosti, simu-

laciji i povijesti. Tim trima točkama autor identificira korisnike digitalne kulture kojima simulacija zamjenjuje povijest te žive u beskrajnoj sadašnjosti, koja se uvijek može ponavljati. U osmom, ujedno i zadnjem poglavlju prije zaključka, Bolter se dotiče društvenih mreža i vraća se na Trumpov neočekivani uspjeh, za koji tvrdi da bi mogao značiti da Twitter može biti novi forum za novu vrstu politike. Tako autor piše kako se uz pomoć novih medija može uspjeti jednako kao nekad, uz pomoć televizije, koja je dominirala Amerikom.

U knjizi *Digital Plenitude* istražuje se povijesno i kulturno okruženje koje je pomoglo u inkubiranju i razvoju neviđene raznolikosti, složenosti i mnoštva digitalne tehnologije koja okružuje i prodire u naše živote, ispreplićući pronicljiva promatranja aktualnih političkih događaja u Ame-

rici. Ova knjiga nikako nije vodič za one koji pokušavaju naći svoj put u digitalnom bogatstvu današnjice. Ona tek naznačuje kako je novo doba donijelo pregršt formi, ali i mogućnosti. Ova knjiga u mnogo dijelova ne donosi ništa novo niti nepoznato, već samo istražuje novu, digitalnu kulturu uspoređujući je s onom „starom”. Dodatna vrijednost ove knjige je i u njenoj interaktivnosti, odnosno internetskoj stranici koja prati knjigu: *digitalplenitude.net*. Na njoj je autor objavio sve što nije stalo u knjigu, uključujući i video isječke, dodatne tekstove i objašnjenja. Internetska stranica na odličan način zaokružuje cijelu priču digitalnog doba, a to je bogatstvo formi i sadržaja koje svaki korisnik bira po svojim preferencijama.

Tamara Kunić

**Gabrijela Kišiček: *Retorika i politika*.
Zagreb: Jesenski i Turk, 2018., 203 str.
ISBN: 978-953-7809-81-2**

Autorici dr. sc. Gabrijeli Kišiček, redovitoj profesorici na Filozofskom fakultetu u Zagrebu na Odsjeku za fonetiku na Katedri za estetsku fonetiku i ortoepiju hrvatskoga jezika te kolumnistici za portal DNEVNIK.hr, ovo je druga knjiga koja u naslovu ima pojam retorike. Prva knjiga u

suautorstvu s Davorom Stankovićem pod naslovom *Retorika i društvo* govori o potrebi retorike u društvu, bez obzira na profesiju kojom se čovjek bavi (nastavnici i učitelji, menadžeri, političari, novinari, voditelji). U drugoj samostalnoj knjizi *Retorika i politika* bavi se retorikom u politici i ana-

lizom retoričke umještosti naših političara.

Autorica je ovoj temi pristupila s mnogo teorijske potkrijepe iznoseći povijest retorike i naglašavajući njezinu ulogu u antičko vrijeme, ali i njezine korijene koji nam danas itekako mogu koristiti u retoričkoj izobrazbi. Osim teorijskog okvira, autorica vrlo studiozno i s mnogo primjera govori o stilovima, mogli bismo reći (ne)kulturama govora, naših političara. Temelj su analizi mnogobrojni govori, javni istupi i izlaganja u Hrvatskom saboru koje je godinama proučavala za potrebe predavanja i seminara, ali i za rad s novinarima i voditeljima za govor u elektroničkim medijima na Novoj TV.

Knjiga je izišla u Nakladi Jesenski i Turk u Zagrebu u travnju 2018. godine i sadrži sljedeća poglavlja: *Korijeni političke retorike, Kredibilitet političara, Političar i publika, Populistička politika, Stil u političkim govorima, Umijeće raspravljanja, Pregovori, razgovori, rasprave u hrvatskoj politici, Politička komunikacija danas*. Polazište ove knjige je to da, iako se većina Hrvata izjašnjava kako se ne bavi politikom i da ih ne zanima taj segment društva i djelatnosti, politika i političari utječu na njihove živote, a mnoge njihove odluke mijenjaju i živote svih ljudi. S obzirom na to da je to tako, ljudi bi trebali više pozornosti posvetiti govorima naših političara i reagirati na njih pa i o tome voditi računa kada izlaze na birališta i glasaju za one koji će

donositi te važne odluke za hrvatsku budućnost i koji će ih predstavljati u Saboru ili izvan granica Lijepe Naše. Na neki je način ovo kritika i nama samima jer ne bi nam trebalo biti svejedno kakvu komunikacijsku kulturu imaju naši političari te bismo uz malo edukacije trebali uočiti koje to retoričke figure, taktike, smicalice, argumente i argumentacijske pogreške sadrže njihovi govori.

Knjiga čitatelja ukratko, ali opet dovoljno, upoznaje s početcima političkog djelovanja i političke retorike uz referiranje na eminentne antičke i suvremene stručnjake u retorici (Kvintilijana, Aristotela, Cicerona, Demostena). Retorika je umijeće koje je nedovoljno cijenjeno u našem društvu, ali i među političarima. *Pjesnikom se rađa, govornikom se postaje*. Vjerojatno je malo političara koji nisu čuli za ovu Kvintilijanovu uzrečicu, ali kao da je ne razumiju. Malo je onih koji ulažu u svoje retoričko usavršavanje i smatraju da je način kojim se predstavljaju u javnosti dobar ili čak izvrstan. Autorica se u analizi retoričkih (ne)spособnosti naših političara, uz isticanje imena i prezimena, osvrće i na svjetske poznate govornike kroz povijest, koji mogu biti uzori u nekim segmentima retoričkoga umijeća.

U prvom dijelu *Korijeni političke retorike* autorica povezuje retoriku s demokratskim oblicima država, a kao kolijevkom demokracije i retorike smatra Atenu. Vrlo jednostavnim diskursom, navodeći najvažnije pred-

stavnike retoričkog umijeća, upoznaje nas sa zamkama s kojima se retorika susretala. Problem koji se retorici i danas pripisuje, a javio se i u Ateni, bila je zlouporaba retoričkih vještina. Naprimjer, dobar odvjetnik može osloboditi osobu koja je počinila krivično djelo (ubojstvo, pljačka ...), dok političar, koji ima iznimne retoričke vještine, može pridobiti glasače i kasnije nanijeti veliku štetu državi. Sofisti su bili toliko vješti u retorici da su podučavali pripremi argumenata i za i protiv. U tome su bili maestralni i još dobro to naplaćivali, što je izazivalo prijezir prema njima. Navodeći Grka Demostena (prvoga političkog govornika u povijesti) i Rimljanina Cicerona uspoređuje dvije retoričke suprotnosti, ali obojica su bila jako uspješna. Ovom usporedbom stavlja se naglasak na to da je retorika umijeće koje se vježba i nije talent presudan za uspješnost u retoričkom umijeću. Naime, Demosten nije imao retoričkog talenta i imao je teškoća u artikulaciji, što je rješavao mnogobrojnim vježbama. Vježba je ono što je potrebno i onima koji imaju talenta za govorenje, ali i onima koji nemaju. Drugo poglavlje, koje nosi naslov *Kredibilitet političara*, samo nadopunjuje prvo: političari mogu imati retorički talent, izvrsno uvjeravati riječima, argumentirati svoje misli (*logos*), ali ako su iz nekih razloga izgubili vjerodostojnost (*etos*), neće biti prihvaćeni kao dobri govornici. Ovaj dio autorica izvrsno oprimjeruje dvojicom političara koji su izgubili svoj

etos, i to svaki na svoj način. Bivši premijer Ivo Sanader prihvaćen je kao govornik ugodnoga glasa, dobrog osmišljavanja govora s dobrim argumentiranjem, ali je svoj *etos* izgubio nakon optužbi i suđenja. Za razliku od Ive Sanadera, Tomislav Karamarko, bivši predsjednik HDZ-a, *etos* svojim političkim istupima nije uspio izgraditi govorima.

U trećem poglavlju pod naslovom *Političar i publika* naglasak se stavlja na publiku, i tu je vrlo važna rečenica: „Jedno od retoričkih pravila glasi, nema loše publike, samo lošeg, to jest, publici neprilagođenoga govornika.” Ovime autorica uvelike opisuje problem koji naši političari imaju u govorničkim vještinama. Oni kao da nemaju cilj uvjeriti svoju publiku u ono što govore, kao da im je važno samo govoriti, puniti medijski prostor i ponekad neprilagođenim rječnikom skretati pažnju na sebe. Pritom se misli i na zaista neprimjerene riječi i izraze, ali i na korištenje vrlo rijetkih riječi koje vjerojatno većina publike ne razumije.

U ovom se poglavlju problematizira vrlo važno pitanje koje nije važno samo danas, bilo je i u toliko spominjanoj antici, ali je to pitanje postalo problemom današnje civilizacije – kultura govorenja, tj. nekultura. U nizu primjera koji su naznačeni u knjizi o retorici naših političara vidi se velika diskrepancija između njihove kulture govorenja i one kulture koja je dio ljudskog bontona, političke retorike i zdravog razuma. Ako pu-

blika ne prihvaća govornika, možemo reći da se njihove retoričke kulture ne poklapaju, odnosno političar bi trebao razmisliti o promjeni svoje retoričke kulture. Autorica o tom problemu piše na vrlo izravan način. „Kultura komunikacije umjesto da se razvija, u Hrvatskoj tone prema dnu. I ako se nastavi u tom smjeru, ako psovke postanu sastavni dio javnih političkih rasprava i obračuna, što nam slijedi?” Sagledavši nekoliko posljednjih situacija iz Hrvatskog sabora koji su se dogodili upravo u siječnju 2019. Godine kada je premijer Andrej Plenković nasrnuo na saborskog zastupnika Nikolu Grmoju, a ministar i potpredsjednik Vlade Damir Krstičević bacio maketu aviona i histerično vikao, možemo reći da je ovo retoričko pitanje. Svima nam je jasno kojim smjerom ide saborska komunikacija. I zatim, kao da je predvidjela navedenu situaciju, Gabrijela Kišiček nastavlja: „Hoće li uslijediti fizički obračuni poput onih u gruzijskom ili ukrajinskom Parlamentu? Hoće li se politička neslaganja rješavati šakama?”

Naši političari demokraciju su shvatili potpuno pogrešno. Demokracija pretpostavlja slobodu govora i izražavanja, slobodu različitim kulturama i različitim kulturama, ali ne i nekultura. „Kultura komunikacije u javnom diskursu prvi je i najjasniji pokazatelj kulture društva općenito.” Dakle, nekima nije jasna razlika između kulture javnog i privatnog diskursa. U primjerima stilova koji slijede, autorica

spominje one stilove koji nisu dio prihvatljive kulture, ali broj primjera koje navodi s naše političke scene prilično je nezavidan.

Tako opisuje i oprimjeruje sljedeće stilove: stil primitivnog vrijeđanja, vulgarnost kao dio govorničkog stila, stil ismijavanja publike, stil glumljene odlučnosti, stil banaliziranja i ignoriranja problema, stil „govorim samo da bih govorio”, stil pretjerane uzvišenosti te stil klišeja i floskula. Nažalost, primjera je ovih stilova (kultura) retoričkog komuniciranja mnogo i nudi se zaključak da antička kultura govorenja nije ostavila plodno tlo na našim prostorima, da uzrečica da *se govornikom postaje* nije utjecala na kulturu govorenja naših političara. Nedovoljno je primjera u kojima bismo pokazali dobar primjer argumentiranja i originalne figurativnosti kojom se bavila antička retorika. S druge strane, brzo je prodrla američka kultura retoričkog komuniciranja, i to ona Donalda Trumpa koji nema gotovo nikakvu argumentaciju i u većini govora vrijeđa protivnike, vulgarno se izražava, ismijava, govori visoka. Trumpova retorička kultura temelji se na vrijeđanju i omalovažavanju druge kulture (muslimanske) i to je oblik demagogije jer Trump zapravo djeluje na emocije Amerikanaca, uzdižući američke vrijednosti i sebe kao prenositelja tih vrijednosti. U tim govorima nema nekih retoričkih vrijednosti, ali je vrlo djelotvorno i publika se poistovjećuje s njim jer ih uvjerava da im je ugrožena sigurnost.

A što je vrjednije od vlastite sigurnosti?

Neki hrvatski političari s lakoćom su prihvatili taj oblik komunikacije. S emigrantskom krizom bilo je primjera govora koji su također koristili govor protiv muslimana, ali je bilo i i onih koji su upozoravali na opasnost istočnih nam susjeda. Tu je riječ o populističkoj retorici koja je, nažalost, pustila korijenje u mnogim kulturama. „Jačanje populističke retorike prisutno je svuda u svijetu, a u europskim zemljama sve više jačaju stranke krajnje desnice čija je retorika temeljena na populizmu i izazivanju straha i ljutnje kod birača.” Populističku retoriku karakterizira i korištenje kolokvijalnoga govora, predstavljanja sebe kao jednog od naroda. Kod nas je Milan Bandić pravi primjer populističkog političara koji koristi iskrivljeni oblik zagrebačkog govora, čisti snijeg, vozi bager itd.

No, nije cjelokupna američka politička scena takva. Naprotiv, prethodni američki predsjednik Barack Obama primjer je izvrsne komunikacijske kulture, ali naši političari više vole „kopirati one lošije”. Kada se govori o američkoj kulturi političkog izražavanja, postoji potpuno dijametralno suprotan primjer kultura – Trumpa i Obame.

Namjera je ove knjige, kako sama autorica kaže, ukazati na nerazdvojjivost retorike i politike od 5. stoljeća prije Krista, tj. početka demokracije. Društvo ovisi o kvaliteti političara pa bi

zaključak, na temelju svega navedenog, bio da naše društvo ne bi dobilo osobito visoke ocjene. Vrlo važan termin je kultura komunikacije. Naši političari ni u tom segmentu ne bi bili visoko ocijenjeni, ali onda ni kultura hrvatskog društva. Oni su slika društva i zaista se posljednjih godina sve više uočava kako se u društvu cijeni ono što nije osobito kvalitetno, ono trenutačno, instantno. Kultura javnoga govorenja u svijetu je daleko razvijenija i cjenjenija nego kod nas. Činjenica jest i to da je u Hrvatskoj demokracija mnogo kasnije postala oblikom vladavine zbog svih povijesnih i političkih događaja, ali nam to ne smije nikako biti isprikom.

Analizom govora mnogih prijašnjih i aktualnih hrvatskih političara vidi se govornička (ne)kultura. Tako Andrej Plenković posjeduje profinjenost, ali ne prilagođava svoje govore situacijama i publici kojoj govori. Bivši premijer Zoran Milanović poprilično je samouvjeren i također ima određenu retoričku vještinu, ali je i agresivan te bahat u svojim nastupima, često ismijava protivnike, govori svisoka. Sadašnji predsjednik SDP-a Davor Bernardić pokušava ga slijediti, kopirati, što ne donosi najbolje rezultate. Predsjednica Kolinda Grabar Kitarović djeluje na *patos* svoje publike što su činili i mnogi drugi političari. Ona je jedna od hrvatskih političarki koja ipak radi na govorničkoj kulturi iako se ponekad dogodi da nije spremna i nije dovoljno pripremljena za neke

teme (krizne situacije). Imamo i predstavnika kulture govorenja samo zbog govorenja, a to je Ivan Pernar. On je političar među onima koji imaju najviše minuta govorenja u Hrvatskom saboru, ali nesadržajnog. Željko Glasnović, kaže autorica, „svojim stilom predstavlja najniži stil retorike u Hrvatskoj”.

Knjiga predstavlja, rekla bih, tri kulture retoričkoga govorenja – onu antičku, zapadnjačku (europsku i američku) te hrvatsku. Antička kultura je temeljna, kanonska jer su tada nastala retorička djela koja su dandanas „biblija” za učenje retoričke vještine. Retorika je tada bila temelj obrazovnog sustava. Zapadnjačka kultura retoričkoga govorenja uzima ove kanoine i na njima započinje retoričko učenje. Njima je retorička vještina važna za uspješnost u bilo kojem zanimanju, pa tako i u političkom. Dosadašnji političari to su i potvrđivali (Charles de Gaulle, Winston Churchill, F. D. Roosevelt, J. F. Kennedy, Ronald Regan, George Bush ...).

Sadašnji predsjednik Donald Trump njeguje potpuno drugačiju kulturu govorenja – populističku kulturu, ali ne u onom shvaćanju u kojem je to zamišljeno. „U Rimskoj Republici izraz je korišten da bi se označio politički pokret koji je zastupao interese *običnih* građana” (Morstein-Marx, 2003). Njegova je samo uporaba figura, načina oblikovanja misli, populistička. Njegov je cilj diskreditirati protivnike, govoriti o njihovim pri-

vatnim životima, vrijeđati ih koristeći ponekad vulgarne izraze.

Hrvatska retorička kultura? Iako geografski bliska ovoj antičkoj, iako su mnoga književna djela hrvatskih književnika napisana pod utjecajem antike, mnoga likovna ostvarenja, u retoričkoj je kulturi izostao antički utjecaj. Zamah sve više uzima utjecaj populističkog komuniciranja, a problem je što je to već nekako postalo općeprihvaćeno i „normalno”. Kultura argumentiranja, figurativnoga govorenja i prilagođavanja govora situaciji postoji u tragovima. Hrvati rado preuzimaju ono što je u svijetu u trendu i populističku su retoriku vrlo brzo usvojili, ali kulturu komuniciranja, govorništva, koja je stoljećima cijenjena, još nisu. Možda je odgovor u hrvatskoj političkoj nekulturi govorenja u tome što govornik treba „raditi”, vježbati, učiti jer govornikom se ne rađa, a rad većini hrvatskih političara nije omiljena aktivnost.

U knjizi se vrlo detaljno iznose stilovi govorničke vještine s mnogobrojnim zapisima govora spomenutih i ostalih političara. Autorica koristi jednostavan jezik pa knjigu mogu čitati ljudi različitog obrazovanja, a zbog referiranja na mnoge autore korisna je znanstvenoj publici.

Kao zaključak knjige navela bih kulturu komunikacije kao ključ uspjeha političara. Kulturna ili, da kažem, primjerena politička komunikacija postiže se radom. Kao izvrstan primjer navodi se Barack Obama koji je dokazao da „krv, znoj i suze” mogu do-

vesti do pobjede. U pripremanju govora naši se političari trebaju više baviti argumentacijom, bez koje govor nije lako zamisliti. Uz primjerene argumente poželjno je unijeti figurativnost koja „podiže” govor. Osim pripremljenosti za temu o kojoj će govoriti, političari trebaju razvijati i svoj govornički stil. „Nije isti stil govora u Europskom parlamentu, na sjednici Vlade, na stranačkom skupu ili na terenu u središtu požara, poplave ili kakve druge krizne situacije.” Zatim nije svaki rječnik primjeren svakoj situaciji, a vulgaran rječnik, koji naši političari nerijetko koriste, nije primjeren nijednoj situaciji. Publika je iznimno važan faktor u pripremanju govora. Bez publike govor

ni nema svrhu. Osim dobro pripremljenoga govora, važna je i izvedba. „Poruke na snazi dobivaju tek izvedbom!” Pritom nije dobro skrivati emocije, naprotiv, ponekad je dobro djelovati *patosom* na publiku. No, i to treba znati kada i koliko, a to se uči, vježba. Osim osmišljavanja govora, rada na njegovoj izvedbi, potrebno je i poštivanje sugovornika ili publike. Političari ne bi smjeli podcjenjivati, vrijeđati, omalovažavati, ismijavati ili diskreditirati u svojim govorima. Nezaobilazan je kredibilitet koji političar trebaju graditi i očuvati nakon toga. Nije cilj samo govoriti, već to pokazivati svojim primjerom.

Danijela Sunara-Jozek

Gordana Tkalec i Željko Krušelj:
Uredništvo – koncepti uređivanja
u preddigitalno i digitalno doba.
Koprivnica: Sveučilište Sjever, 2019., 227. str.
ISBN 978-953-7809-81-2

U Zagrebu je u rujnu 2019. godine u izdanju Sveučilišta Sjever promovirana znanstvena monografija *Uredništvo – koncepti uređivanja u preddigitalno i digitalno doba* autorice Gordane Tkalec, pročelnice Odjela za komunikologiju, medije i novinarstvo Sveučilišta Sjever, i koautora Željka Krušelja, pročelnika Odsjeka za novinarstvo

Sveučilišta Sjever. Monografija je tiskana temeljem odluke iz ožujka 2019. godine Povjerenstva za izdavačku djelatnost Sveučilišta Sjever.

Ovo je prva znanstvena i priručnička knjiga u Hrvatskoj koja se u šest jasno strukturiranih poglavlja bavi problemom uređivanja medija, objašnjava uređivačku strukturu i praksu u

predigitalnom i digitalnom dobu. Pisana je u formi znanstvene monografije, ali u ulozi sveučilišnog udžbenika s brojnim izvorima, u kojoj su teorijske spoznaje povezane s primjerima te će studentima, ali i široj stručnoj javnosti, poslužiti da na temelju domaćih i inozemnih iskustava dođu do odgovora na pitanja kakav bi trebao biti stručni, obrazovni i intelektualni doseg novinara, koji žele postati urednici, te kako su organizirane redakcije i djelokrug rada novinarskog i nenovinarskog osoblja. Knjiga sadrži iskustva brojnih urednika i medijskih djelatnika što doprinosi praktičnoj i činjeničnoj utemeljenosti. Osim što će pomoći studentima novinarstva, koristan je izvor pozitivnih praksi te može biti pomoć i novinarima te urednicima koji su već medijski angažirani. Odgovarajući u uvodu na motive nastanka ove knjige, autori navode kako u Hrvatskoj dosad nije bilo korisnog priručnika za urednike, da se uloga urednika fragmentirano spominjala u mnogim priručnicima, ali nije zasebno promatrana na ovakav način te da su ovom knjigom željeli popuniti tu prazninu.

Prvo poglavlje pod nazivom ***Tko je to urednik?*** posvećeno je definiranju urednika i uredničkog posla, njegovoj ulozi u tiskanom i elektroničkom mediju, knjizi te *online* medijima, konkretno *news* portalima. Poseban je naglasak stavljen na potrebna znanja, vještine i autoritet koji novinar treba imati da bi postao uspješan urednik. Ističu se konkretni primjeri poznatih

televizijskih novinara i reportera čiji rad javnost prepoznaje i zbog kojih konzumira određene medijske sadržaje. Uz autoritet, autori kao jednu od važnijih predispozicija za uredničku poziciju navode obrazovanje urednika, vještinu dobrog pisanja i visoku razinu pismenosti. Urednika uspoređuju s glavnim kuharom koji će dodatkom tajnog začina od običnog jela napraviti vrhunski gastronomski doživljaj. Pritom upozoravaju na negativnu stranu uloge urednika koji promjenom naslova (koji često nema veze s tekstom), podiže čitanost medijskih sadržaja na portalima. Autori konstatiraju da dobar suvremeni urednik mora imati i nužna organizacijska, menadžerska i marketinška znanja te političke i komunikacijske vještine. U tom kontekstu definiraju negativnosti kojima je urednik izložen kada primjerice mora brinuti o financijskoj održivosti medija ili kada ne ovisi o tržištu jer je medij financiran proračunskim sredstvima. U zadnjem dijelu ovog poglavlja autori definiraju razlike između tradicionalnog i *online* novinarstva te detaljno navode koje kompetencije urednici moraju imati da bi bili interaktivni i fleksibilni prema korisnicima.

U drugom poglavlju pod nazivom ***Uređivanje hrvatskih medija u pred-digitalno doba*** autori daju povijesni pregled tiskovina, modele i specifičnosti uređivanja neprivatiziranih tiskovina. Također konstatiraju da je kadrovska politika, isključivo prema sposobnosti obavljanja uredničkih

poslova, bila moguća tek u demokratskom društvu nakon što je omogućeno da dio medija bude u potpunosti komercijaliziran, a dio privatiziran. Detaljno je opisano uređivanje i život redakcije dnevnog lista Vjesnik od 1960. godine, važnost i utjecaj tog dnevnog lista u tadašnjoj državi, načini izbora generalnog direktora i glavnog urednika, upravljanje informacijama i redakcijsko organiziranje te afirmacija novih rubrika, medijska šarolikost i intrigantnost sadržaja. Uz Vjesnik, detaljnije je opisano organiziranje visokonakladne novinske redakcije Večernjeg lista s naglaskom na razdoblje između 1984. i 1987. godine, kada je Večernji list postao najnakladniji dnevni list u jugoslavenskoj federaciji koji se prosječno tiskao u 400 tisuća primjeraka. U zadnjem dijelu poglavlja posebnu pozornost autori posvećuju uređivanju tiskovina na razmeđu preddigitalnog i digitalnog doba, gdje konstatiraju kako je s razvojem interneta, pojavom portala i društvenih mreža došlo do revolucionarnih promjena u novinarstvu, posebno u uređivanju tiskovina koje su prestale biti izvori novih informacija, napuštaju rubrički pristup i okreću se načelu deska.

Treće poglavlje *Uređivanje hrvatskih medija u digitalno doba* obrađuje promjene u načinu i sadržaju medija. Autori su obradili slučaj Večernjeg lista koji je s pojavom konkurentnog Jutarnjeg lista prvi ozbiljnije zakoračio u digitalno medijsko doba, svjestan novonastalih stvarnosti u plasira-

nju vijesti, odnosno činjenice da se informacije na portalima o svim važnijim zbivanjima plasiraju istodobno s događajem i stalno nadograđuju novim detaljima te audio-vizualnim elementima. Detaljno je objašnjena uloga izvršnog i grafičkog urednika, važnost odjela prodaje, promocije i marketinga u uređivačkoj politici dnevnog lista i sinergija s redakcijskim portalima. Na jednostavan način objašnjena su očekivanja urednika digitalnog medija od novinara koji je na terenu i čija dužnost više nije samo prikupljanje informacija. U posebnom dijelu ovog poglavlja autori se osvrću na uređivački koncept i model poslovanja projekta 24sata, za kojeg konstatiraju da je multimedijalni brend i najzorniji primjer medijskog 21. stoljeća koji svoju redakcijsku strukturu gradi na stalnom isprepletanju tiskanih, digitalnih i videosadržaja. To je i najkorisnije poglavlje priručnika jer se životno obrađuje aktualni trenutak u medijskoj industriji, analitički propituju načini na koje korisnici medijskih sadržaja ulaze na portale, utjecaj i mogućnosti društvenih mreža u promociji medijskih sadržaja te ostvarivanje financijskih interesa nakladnika. U zadnjem dijelu ovog poglavlja autori pojašnjavaju specifičnosti funkcioniranja televizije i radija u digitalnom dobu te konstatiraju kako televizija još nije doživjela golem pad gledanosti i financijski kolaps. Publika je i dalje inertna te je nesprijetna prihvatiti krupne tehnološke promjene, televizija se prilago-

đava digitalnom dobu pa na teren sve češće odlaze novinari samostalno, bez profesionalnog snimatelja.

U četvrtom poglavlju pod nazivom **Komparativna analiza organizacijske i kadrovske strukture te uređivačke prakse hrvatskih medija** prezentira se istraživanje koje su studenti kolegija Uredništvo na diplomskom studiju Novinarstvo proveli potkraj 2017. i početkom 2018. godine. Istraživanjem su bila obuhvaćena 33 medija sa svih platformi, od najvećeg medija Hrvatske radiotelevizije, do najmanjih, lokalnih portala i redakcija koje nemaju stalno zaposlene osobe. Interpretirajući rezultate istraživanja najčitanijih i najutjecajnijih hrvatskih medija, autori propituju radnopravne statute u medijima i kadrovske (ne)racionalnosti, procese restrukturiranja, čitanost, slušanost i gledanost, tromost i ulogu HRT-a kao javnog medija i potvrđuju apsolutnu dominaciju komercijalne televizije Nove TV. Posebno su zanimljivi rezultati istraživanja u kojima se propituje odnos vlasničke i uredničke strukture: suočava li se i do koje razine medij s pritiscima političara i/ili oglašivača. Upozorava se na sukob interesa u kojem se povremeno nađu vlasnici ili direktori medija jer prema potrebi obavljaju i novinarske poslove te na ovisnost lokalnih medija o lokalnoj samoupravi i godišnjim ugovorima s tamošnjim tvrtkama. Ipak, konstatira se da je glavnina važnijih hrvatskih medija danas u stranom vlasništvu tako da se političari u su-

kobljavanjima s medijima ne usude ići predaleko.

Peto poglavlje pod nazivom **Kako biti dobar urednik** inspirirano je, i većinom utemeljeno, na američkim znanstvenim radovima iz kojih su prevedene poželjne karakteristike dobrog urednika, objašnjen partnerski odnos izvijestitelja i urednika kod razvijanja ideja za tekstove i važnost njegovanja tog odnosa, koji je ujedno pedagoški. Buduće, mlade urednike upozorava se na moguće prepreke pri uspješnom radu i upućuje na tehnike pomoću kojih će savladati otpor u redakciji, shvatiti važnost obrazovanja urednika, ali i kako se nositi s nerealnim zahtjevima uprave i neetičkim zahtjevima. U potpoglavlju *Vjerodostojnost urednika* podsjeća se na važnost društvene odgovornosti urednika koji, uz to što mora služiti javnosti, mora biti i korektiv društva. Autori konstatiraju kako godinama mediji smanjuju kontrolu kvalitete objava, smanjuju broj urednika i time potkopavaju pouzdanost. Detaljno su razrađeni kriteriji prema kojima se vrednuje urednik i urednička odgovornost po pitanju etičnosti i moralnosti. Na kraju ovog poglavlja autori donose i nekoliko savjeta književnih urednika i teoretičara čiji posao nikada neće moći nestati jer urednik mora o nekom književnom djelu dati vrijednosni sud i mora donijeti odluku hoće li se djelo objaviti ili ne.

U predzadnjem šestom poglavlju (sedmo poglavlje je zaključak) pod

nazivom *Budućnost novinarskog posla* autori aktualiziraju trenutak u kojem se mediji i društvo danas nalaze. Čitatelja suočavaju s činjenicom da je zbog profitabilnosti, efikasnosti i produktivnosti došlo do tabloidizacije sadržaja i zanemarivanja osnovnog imperativa svakog medija; poštenog, profesionalnog i nepristranog informiranja javnosti. U potpoglavlju *Informacija kao roba* autori upozoravaju da se novinarska praksa sve više udaljava od izvještavanja koje teži prema odgovornom informiranju građana, a raste tabloidno i popularno novinarstvo koje teži zabavi i stvaranju potrošača. Priručnik donosi i istraživanje među 65 studenata novinarstva, provedeno krajem 2017. godine anonimnom *online* anketom, o percepciji uloge urednika u društvu i odgovornosti za srozavanje etičke i profesionalne razine u medijima.

Zaključno, iako je ova knjiga prvenstveno namijenjena studnetima Sveučilišta Sjever, njezin je znanstveni doprinos iznimno važan jer je pisana

stručno, realistično, razumljivo i zanimljivo pa je za očekivati da će za njom posegnuti profesori i studenti brojnih drugih društveno – humanističkih znanosti, aktivni novinari, urednici i medijski djelatnici. Mnogštvo primjera, sadržajna i sveobuhvatna istraživanja te vrijedna povijesna analiza diskursa preddigitalnog i nastanka digitalnog doba može biti poticaj korisnicima izvan akademske zajednice za razumijevanje funkcioniranja medija i njegovih stvarnih dostiga. Knjiga Gordane Tkalec i Željke Krušelja pokazala nam je brojne mogućnosti koje imaju urednici na raspolaganju žele li dizati profesionalnost svojih medija i vratiti izgubljeno povjerenje publike. Preduvjet je politička i ekonomska neovisnost medija te visok stupanj obrazovanosti urednika, koji redakcijski autoritet stječe radom i specijalizacijom unutar medija, a ne funkcijom.

Siniša Kovačić

Vaidhyathan, Siva: *Anti-Social Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*. New York: Oxford, University Press. 2018, pp. 276. ISBN 9780190841164

Siva Vaidhyathan (1966), povjesničar kulture i stručnjak za medije, profesor je medijskih studija i direktor Centra za medije i državljanstvo Sveučilišta Virginia, član njujorškog Instituta za humanističke znanosti i Instituta za budućnost knjige. Karijeru je počeo kao novinar. Autor je još pet knjiga koje propituju odnose tehnologije, društva i zakonodavstva: *Copyrights and Copywrongs* (2001), *The Anarchist in the Library* (2005), *Rewiring the "Nation": The Place of Technology in American Studies* (2007), *The Googlization of Everything* (2001) i *Intellectual Property: A Very Short Introduction* (2017).

Iza njegova najnovijega intrigantnog naslova¹ stoji ozbiljno, odgovorno, i posve opravdano, promišljanje fenomena koji je postao dio svakodnevice svih slojeva globalnog društva. Britko i pitko štivo, prihvatljivo najširem krugu čitatelja, bez pretjeranih teorijskih ambicija, izravno ukazuje na niz

problema proisteklih iz sprege sveprisutnosti društvenih mreža i nedostatka pripadajuće zakonske regulative, koji zahtijevaju hitno rješavanje. Jer, kako kaže zadnja rečenica *Zaključka*: „Pada mrak – i to brzo.” Tu se zatvara krug razmišljanja raspoređenih u sedam poglavlja, koji otvara *Uvod* čiji je naslov *S Facebookom je problem u Facebooku*. On najavljuje da će se knjiga baviti poglavito Facebookom, dok će se druge društvene mreže i servisi, poput Twittera, YouTubea, Yahooa, MSN-a, Googlea itd., spominjati uglavnom onoliko koliko se s njime dotiču u opisanim slučajevima ili su u njegovom vlasništvu, kao Facebook Messenger, Instagram, WhatsApp i Oculus Rift.

Kroz sva poglavlja provlači se dosta referenci, među ostalima i na ključne teorijske radove o elektroničkim medijima kao sredstvima masovne komunikacije. Tu su klasici poput „tehnoškog determinista” Malcolma MARSHALL? McLuhana (1964), „intelektualnog gurua”, autorovoga prvog šefa na Odsjeku za kulturu i komunikacije Sveučilišta New York, profesora Neila Postmana, koji ga je trajno nadahnuo i proširio mu vidike.

¹ Knjiga je dostupna na srpskom jeziku u prijevodu Jelene Petrović pod naslovom *Antidruštvene mreže: kako nas Fejsbuk razdvaja i podrija demokratiju*. Beograd: Clio, Biblioteka Multimedia, 2018. 277 str. ISBN 978-86-7102-600-0.

Tu su „težno-optimisti” poput Claya Shirkyja (2008), pobornika kolaborativnog rada na internetu koji je postavio temelje „teorije amaterizacije”². A tu su i „težno-pesimisti”³ poput američkog novinara Nicholasa Carra (2014), dostojnog nasljednika Andrewa Keena (2007), koji je potanko obrazložio *Kako blogovi, MySpace, YouTube i ostali suvremeni mediji koje stvaraju korisnici uništavaju našu ekonomiju, kulturu i vrijednosti*⁴. Na četrdeset sitno tiskanih stranica *Napomena* također se našao poduži popis recentnih publikacija i internetskih izvora, ponajviše iz suvremenoga američkog političkog, društvenog i medijskog života, koji mogu biti višestruko korisni kako znanstvenim istraživačima, tako i novinarima.

Jedna je od prvih u nizu ironičnih konstatacija, među kojima mnoge počinjavaju na atraktivnim obratima engleskog jezika, da kod Facebooka ne valjaju dvije stvari: kako on radi i kako ga ljudi koriste. Radi tako da prikup-

lja besplatne podatke od *Prijatelja* i prodaje ih oglašivačima, a ljudi ga koriste za svašta – od širenja mreže svojih *Prijatelja* do širenja mržnje prema onima koje smatraju neprijateljima. Zato je važna distinkcija između prijatelja u pravom smislu riječi i pukih članova društvene mreže Facebook, koji su označeni velikom slovom “P” kako tu ne bi bilo zabune. Kad se sve to zbroji, ispada da je Facebook dobar za pojedince, ali loš za sve nas kao kolektiv.

Već prvi podnaslov u *Uvodu: Onečišćenje* odaje sklonost autora ka medijskoj ekologiji⁵ i nesklonost „pretjeranom uzdanju u dobre namjere, misionarski duh i ideologiju po kojoj je kompjuterski kôd univerzalno rješenje svih ljudskih problema” (str. 3). Naprotiv, teško da će kozmopolitska kultura mladih bogataša poteklih iz Silicijske doline biti dostatan zalag da se unutar jedne multinacionalne kompanije, koja “sve bolje povezuje svijet”⁶, on doista i zbliži, kako vjeru-

² Shirky, C. (2018) *Here Comes Everybody: The power of organizing without organizations*. New York: Penguin.

³ G. Carr, N. (2014) *The Shallows: What Internet is doing to Our Brains* i *The Glass Cage: Automation and Us*. New York: W.W.Norton.

⁴ Keen, A. (2007) *The Cult of the Amateur: How blogs, MySpace, YouTube, and the rest of today’s user-generated media are destroying our economy, our culture, and our values*. New York: Doubleday Currency.

⁵ Vaidhyanathan profesora Neila Postmana, autora 20 knjiga među kojima posebno ističe *Amusing Ourselves to Death*, naziva „ortodoksnim medijskim ekologom”, dok sebe smatra „reformatorskim medijskim ekologom”.

⁶ Mark Zuckerberg 26. lipnja 2017. u svojoj je objavi na Facebooku napisao: “We’re making progress connecting the world, and now let’s bring the world closer together.” (Sve bolje povezuje svijet, sad ga počnimo zbližavati) <https://www.facebook.com/zuck/posts/10103831654565331>.

je njezin osnivač i vlasnik. Vaidhyathan ističe kako ovom knjigom želi potaknuti razgovor prije nego što Facebook postane mit⁷, a naš život nezamisliv bez njega. Autor ujedno identificira tri glavne opasnosti od prevlasti Facebooka na našim ekranima, u životu i mislima: lako širenje netočnih i nepouzdanih informacija, potenciranje sadržaja koji igra na jake emocionalne registre umjesto na razumno rasuđivanje i „filterski mjehur“⁸, koji propušta najčešće teme iz naših tražilica i tako sustavno sužava naš virtualni svijet.

Kako procjenjuje Facebook najvažnijim i najrasprostranjenijim elementom u globalnom medijskom ekosustavu prvih desetljeća ovoga tisućljeća, a ne vidi da u njemu išta potiče na javni dijalog, Vaidhyathan smatra da je posljednji trenutak za njegovu temeljnu kritičku analizu: „Na početku bezazlen društveni website koji su sklepali harvardski studenti prerastao je u silu koja, doduše, unosi nešto više vedrine u osobni život, ali također postavlja velike izazove pred demokraciju.“ (str. 3). Iako mnogi teoretičari medija dijele mišljenje da

društvene mreže podiču razgradnju demokratske i intelektualne kulture u cijelom svijetu, valja podsjetiti kako se pod pojmom demokratskog svijeta često podrazumijeva svijet liberalnog kapitalizma američkog tipa, kako upozorava Robert McChesney (2016)⁹. To, međutim, ne umanjuje važnost autorova zapažanja da je Facebook samo u 2017. izravno pridonio usponu autoritarnih režima u Indiji, Indoneziji, Keniji, Poljskoj, Mađarskoj, pa i samom SAD-u, te osnaživanju nacionalista poput Marine Le Pen, Narendra Modija, Rodriga Duterte i Donalda Trumpa.

Prvo poglavlje *Stroj za uživanje* donosi rezime internetskih umrežavanja s početka trećeg tisućljeća, koja su prethodila Facebooku: RateMyFace.com, AmiHot.com i HotOrNot.com, a zatim FaceMash iz 2003. – Zuckerbergov prvi upad u servere studentskih domova kako bi kreirao bazu fotografija isključivo za uporabu unutar sveučilišta Harvard. Bio je to njegov prvi pokušaj društvenog inženjeringa. Iako je propao, pokazao mu je snagu svezremenske emocije bez previše razmišljanja kakvu u čovjeku izaziva slika te kako se stalno očekivanje odobravanja drugih može kod korisnika pretvoriti u neku vrstu ovisnosti sličnu kocki, cigaretama ili grickalicama. Facebook pritom ne

⁷ Evocirajući knjigu Rolanda Barthesa *Mitologije* iz 1957., pisac navodi tumačenje Neila Postmana da je mit način razmišljanja tako duboko utisnut u našu svijest da je nevidljiv.

⁸ Pojam filterskog mjehura razradio je Eli Pariser u knjizi *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You*. (New York: Penguin Press, 2011).

⁹ W. McChesney, R. (2013) *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. New York: The New Press.

snosi izravnu odgovornost za bilo što od toga. Put za *Prijatelje* po *Likeu* bio je otvoren. Prilika je to za podsjećanje na tri vrste prijateljstva iz Aristotelove *Nikomahove etike* prema zborniku *The basic Works of Aristotle*, što ga je na engleskom davno priredio Richard McKeon (1941): iz uzajamne koristi, zbog zadovoljstva zajedništvom ili međusobnog prepoznavanja po dobroti. No, kako se polis temelji na križanju tih triju vrsta prijateljstva, politika je preduvjet za razvoj vrlina, a prijateljstvo je, sukladno tomu, politička kategorija. Većina *Prijatelja* na Facebooku zacijelo se ne zamara takvim mislima iz antike, nego se samo zabavlja u realnom vremenu. Međutim, ta zabava postaje valuta „ekonomije darivanja” vremena i energije te „ekonomije pozornosti”¹⁰.

Svaki naš klik budno se prati posredstvom globalnog sustava pozicioniranja, dok se podaci o vlasnicima mobilnih uređaja neprekidno prikupljaju, dakako, zbog usmjeravanja reklamnih oglasa prema ukusima. Riječ je o sustavnom nadzoru i „svi mi koji nosimo mobilni telefon s ugrađenim foto-aparatom smo agenti za nadzor” (str. 53), pa tako naša društvena mreža postaje *Stroj za nadzor*. Identifici-

rana su tri osnovna oblika nadzora: mogu nas pratiti drugi korisnici Facebooka, komercijalne i političke organizacije te državne uprave ako procijene da smo im iz bilo kojeg razloga sumnjivi. „Dokle god Facebook bude imao tako bogat izvor podataka, države će se pokušavati infiltrirati u sustav”¹¹.

I koliko god privatnost bila ugrožena u tom izlogu portreta, savršeno programiranom za trgovinu pozornošću, *Prijatelji* se jedni drugima neumorno nastoje što više svidjeti i proširiti svoj virtualni društveni kapital. Dotjerujemo svoje profile, oni postaju reklame za nas same i mi se brendiramo kao bilo koji drugi proizvodi. *Stroj za stjecanje pozornosti* tako miješa komercijalno s društvenim, a tehnologija se više ne razlikuje od kulture, politike i ideologija koje se njome po volji koriste. Dok uživamo u blagodatima naizgled besplatne mreže svih mreža, naši životi postaju kotačići visoko kontroliranoga operativnog sustava koji je izgradila kompanija u privatnom vlasništvu. Vidimo sve

¹⁰ Pojmovi ekonomije darivanja i ekonomije pozornosti upućuju na knjigu Adama Altera *Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked* (New York: Penguin Press, 2017).

¹¹ Autor upućuje na nekoliko članaka s temom državne zlouporabe društvenih mreža Katy. E. Pearce, profesorice na Odsjeku za komunikacije Sveučilišta Washington, ponajprije članak “Democratizing Kompromat: The Affordance of Social Media for State-Sponsored Harassment” iz znanstvenog časopisa *Information, Communication and Society*, 18, 1158–1174. doi:10.1080/1369118X.2015.1021705.

mutnije jer se informacije filtriraju tako da do nas dopiru samo one koje potvrđuju ispravnost naših stavova i uljuljkuju nas u komfor navika, a jedna je od njih i stalno praćenje zbivanja na društvenim mrežama. Rezultat je neminovan: „Građani se dijele na polarizirane tabore i polako ali sigurno gube potencijal za upravljanje državom i za suvislu raspravu o važnim pitanjima” (str. 91).

Kako god bilo, Mark Zuckerberg nikad nije posumnjao u vlastite dobre namjere. „Facebook je uvijek nastojao izgraditi zajednicu i odnose”, istaknuo je 17. studenog 2016. na Forumu za društvenu dobrobit (Facebook’s Social Good Forum), koji u načelu prikuplja donacije za različite dobrotvorne akcije. Tako on pomaže ljudima u svakom zakutku globusa. I zato je uveo provjeru sigurnosti (Safety Check) u područjima gdje se zbiva neka prirodna katastrofa, požar, prometni kolaps. Naravno, ako imaju pristup internetu, ili, još bolje, ako su u dijelu svijeta gdje se umrežavaju posredstvom njegove istoimene tvrtke (Internet.org). Tko god se sjeti, može napraviti kampanju za prikupljanje sredstava, okupljanje grupa, propagandu za ono što smatra dobrim ciljem, bilo da je riječ o *Romantici bez politike* ili *Politici bez romantike*. Stavivši tako Facebookov „misionarski” pothvat povezivanja najugroženijih i najpotrebitijih nazvan Free Basics u izravnu vezu s vjernošću Zuckerbergovoj mreži najboljih namjera, Vaidhyathan je u četvrtom

poglavlju knjige našao najkraću prečicu od *Stroja za dobronamjernost* do *Digitalnog imperijalizma*.

Niz naslova od petog do sedmog poglavlja izravno prati razvoj globalnog društva posljednjih godina, a Facebook se pokazuje savršenim strojem za sve što to podrazumijeva u zrcalu masovnih medija: prosvjed, politiku i dezinformiranje. Navode se revolucije na društvenim mrežama: Iran 2009., Tunis 2010., Egipat 2011.; prosvjedi u Ateni, Madridu, Kazablanki, Istanbulu, Washingtonu i New Yorku od 2007. do 2017.; pripreme referendum za Brexit 2016. i skandal oko mogućih ruskih trolova koji su hakerskom provalom u američke društvene mreže izravno utjecali na porast raspoloženje birača u korist tadašnjega predsjedničkog kandidata Donalda Trumpa. I opet, samo je korak od čovjekoljublja do Zuckerbergovih srdačnih trgovačkih odnosa s raznim profilima diktatora od Indije i Azerbajdžana, do Kambodže i Filipina. Društveni inženjering pomiješao se s političkim, htio – ne htio. Stvorio se nov politički medijski ekosustav – direktor Oxford Internet Institutea Philip Howard (2006) nazvao ga je: *Hipermediji*, objasnivši kako oni dopuštaju kampanjama da prikriju osnovne političke stavove ili ih prikazu kao „strateški ambivalentne”, dok manipuliraju protokom informacija ovisno o svojim trenutnim potrebama. Facebook čini dobar dio toga *Stroja za dezinformiranje*. Nije on jedini. I rijetko se „lažne vijesti” lansi-

raju na njemu. Ali je, sa svojim globalnim dometom i bogatom zbirkom podataka o korisnicima i njima primjerenim oglasima, potencijalno najopasniji. Razlog je tomu što on i pozitivne i negativne komentare, prosljeđivanja i sve vrste slikovnih oznaka za emotivna stanja čita kao „odaziv” jer je u njegovoj strukturi svaki klik zapravo moneta. „Ako netko uoči očito netočnu tvrdnju na stranici nekog *Prijatelja* i na nju odgovori, svi su izgledi da će pokrenuti dugu i žučnu raspravu među različitim taberima. Kao što je dobro poznato, Facebook je projektiran tako da potencira takav odziv. I tako se mozaik širi” (str. 184). Što je više netočnih informacija u mreži, to je ona uhodaniji *Stroj za dezinformiranje*. Što je šire područje koje ona pokriva, to su raznolikije mogućnosti manipulacije informacijama i dezinformacijama. Tako sveprisutnost Facebooka i lakota njegove uporabe, pogotovo u zemljama koje su u previranju nakon stoljeća kolonijalne vladavine, pruža destruktivnim silama idealnu podlogu za propagandu. „Facebook ne pogoduje mržnji. Ali mržnja pogoduje Facebooku.” (str. 195)

I napokon, u zaključnom poglavlju *Stroj za besmisao* crna ruka Facebooka stiže, istina – preko Twittera, i u pišćev rodni grad koji je u kolovozu 2017., kako kaže, postao – *hashtag*. Sukobi bijelih suprematista i pokreta Antifa u državi Virginiji pretvorili su ga u #Charlottesville. Sve se odvijalo po ustaljenom scenariju društvenih

mreža. Najprije krenu diskusije po manjim mrežama kao što su 4chan, Reddit ili opskurnim *chatroomima* tipa Discord. Kako sukobi rastu, sve se više uključuju YouTube, Twitter i Facebook, za njima ne žele zaostati niti komercijalni TV kanali pa ta stalna utrka s vremenom, ne bi li se što prije objavile vijesti ili “vijesti” u istom valu, ruši novinarsku profesiju, normalnu ljudsku komunikaciju i, na posljetku, zdrav razum ljudi širom svijeta. A taj se val nezadrživo širi upravo društvenim medijima. Zašto Vaidhyanathan smatra Facebook najopasnijom od svih društvenih mreža? Jer on sustavno uništava pojam konteksta, stavljajući na istu vrijednosnu razinu slike djece, kućnih ljubimaca i rođendanskih slavlja s porukama mržnje, prijetnjama i organiziranjem razbijačkih grupa. Jer on po svojoj biti i doktrini osnivača pogoduje svijetu u kojem je tehnološka inovacija važnija od društvenog napretka, dok svoju poslovnu politiku u zemljama trećeg svijeta provodi smicalicama poput osnivanja servisa Free Basics – besplatnim pristupom osnovnim internetskim uslugama, dok pokretanje infrastrukture za to obavlja u partnerstvu sa šest velikih komunikacijskih međunarodnih sustava sa sjedištem u SAD-u, pod imenom Internet.org, čime u glavama novih korisnika svjesno nastoji staviti znak jednakosti između cijele globalne mreže i svoje privatne tvrtke. Zato podnaslov iz *Zaključka: Stanimo i razmislimo* djeluje kao sasvim dobar savjet svakome

u bilo kojem dijelu umreženog svijeta u ovom trenutku.

I svakako nimalo slučajno, zadnji je podnaslov u *Zaključku: Propisi i reforme*. Primjerice, prvi bi koraci u tom smjeru mogli biti da se na cijeli svijet proširi europski zakon o zaštiti podataka, a SAD uvede čvrste mjere protiv koncentracije moći globalnih kompanija poput Facebooka. U međuvremenu možda dovoljno ojačaju neprofitne organizacije poput Centra za humanu tehnologiju (Center for Humane Technology), što ga je 2013. pokrenuo bivši Googleov menadžer proizvoda Tristan Harris propagirajući svoju viziju svijeta „u kojem će tehnologija pogodovati općem dobru, smislenom životu, demokraciji i sposobnosti za suočavanje sa složenim globalnim izazovima”. Možda se organiziraju široke javne rasprave, provedu ozbiljne analize i uvedu strogi kodeksi ponašanja na društvenim mrežama, po uzoru na one u tradicionalnim medijima. No, problemi su postali tako složeni da apolitična rješenja više nemaju učinka, smatra Vaidhyanathan. Stoga vidi rješenje u stvaranju globalnog ili makar višenacionalnog, političkog pokreta koji će osvijestiti ljude, utvrditi ciljeve i sklopiti saveze te napraviti pritisak na

Facebook i druge velike kompanije „posredstvom tržišta i konkurencije, zakonodavstva i multilateralnih organizacija koje postavljaju standarde” (str. 218). Istodobno, on uočava slabu točku tog plana upravo u suvremenim političkim prilikama svoje zemlje, gdje je državna administracija pod predsjednikom Trumpom „cinična struktura”. Tračak nade za uvođenjem racionalne politike vidi u Europi, Kanadi, Japanu, Južnoj Koreji, Australiji, Brazilu, Meksiku, Novom Zelandu, pa čak i Indiji. No sve dok društvene mreže pogoduju razvoju neracionalnih, autoritarnih i nacionalističkih pokreta, nasilju i govoru mržnje, fizičkoj i duhovnoj pornografiji ili običnom besmislenom blebetanju, krug se opet zatvara povratkom na tvrdnju iz *Uvoda*: „Problem je mnogo veći i širi od onoga što se zbiva na Facebooku” (str. 8). Premda ova knjiga apelira „da se ponovno okrenemo institucijama koje propagiraju duboko promišljanje analognom brzinom” (str. 11) i ukazuje na moguća politička rješenja, ostaje neizvjesno tko ih može u stvarnosti provesti, kako i kad. I tko to uopće želi.

Daria Marjanović

LJETNA ŠKOLA

**Informacijska tehnologija
i mediji 2020.**

25. – 29. kolovoza 2020.
Kampus Sveučilišta u Zadru

Škola se održava od 2016. godine u zadnjem tjednu kolovoza. U 2020. godini program je planiran od utorka 25. kolovoza do subote 29. kolovoza. Nastava i radionice održavat će se od 9 do 15 sati. Nakon toga polaznici imaju slobodan program (po želji kulturna razgledavanja ili kupanje i druženje). Predavanja će biti od 9 do 11 sati, a radionice s interaktivnim sudjelovanjem studenata do 15 sati. Predviđeno je ukupno 4 predavanja i 6 radionica. (Nastava će se održavati prema modelu od 2019. godine, pogledati <http://conference.unizd.hr/blog/2018/05/22/ljetna-skola/>).

Prema preliminarnom programu, predavanja će održavati medijski stručnjaci i profesori Zagrebačkog sveučilišta, zatim Sveučilišta Sjever, Sveučilišta u Mariboru i Sveučilišta u Ljubljani i u Tuzli. Radionice će voditi novinari HRT-a, urednici novinskih portala te asistenti i studenti Akademije dramske umjetnosti u Zagrebu.

U predavanjima i u radionicama pozornost će biti usmjerena ka stjecanju novih znanja i vještina iz područja **medijske pismenosti** u vremenu digitalne kulture i konvergencije medija te **filma i produkcije u digitalnoj medijskoj pismenosti za nove medijske prakse**. Ciljevi škole će se ostvariti suvremenim načinima medijskog opismenjavanja kroz participativnu nastavu u interaktivnoj komunikaciji polaznika i nastavnika.

Doktorandi koji pohađaju Ljetnu školu u Zadru tijekom tri dana u **doktorskim kolokvijima** predstavljaju svoje teze i planiranu metodologiju za izradu svojih doktorata i u konstruktivnoj raspravi s kolegama i profesorima testiraju svoj planirani znanstveni pristup. Ove godine sudjelovat će doktorandi Odsjeka za informacijske i komunikacijske znanosti Filozofskoga fakulteta u Zagrebu i doktorski kandidati Sveučilišta Sjever.

Pijaviti se mogu svi zainteresirani studenti društvenih smjerova i studenti poslijediplomskih studija drugih sveučilišta i fakulteta. Prijave se šalju na e-adresu: vesna@unizd.hr (doc.dr.sc. Vesna Kalajžić, Sveučilište u Zadru).

POPIS RECENZENATA

***Medijska istraživanja/Media Research,* broj 1, 2019.**

Dr.sc. Nikolina Borčić, Veleučilište Vern, Zagreb, Hrvatska

Dr.sc. Mirela Holy, Veleučilište Vern, Zagreb, Hrvatska

Dr.sc. Nives Mikelić Preradović, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Hrvatska

Dr.sc. Hrvoje Jakopović, Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu, Hrvatska

Dr.sc. Tomislav Šakić, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb, Hrvatska

Dr.sc. Rajko Petković, Sveučilište u Zadru, Zadar, Hrvatska

Dr.sc. Lejla Turčilo, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu, BiH

Dr.sc. Clyde H. Bentley, University of Missouri School of Journalism, Columbia, SAD

Dr.sc. Anita Perešin, Viši znanstveni suradnik

Dr.sc. Mirko Bilandžić, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Hrvatska

Dr.sc. Ivan Burić, Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, Hrvatska

Dr.sc. Marko Milosavljević, FDV, Sveučilište u Ljubljani, Slovenija

Dr.sc. Daniela Malnar, Fakultet zdravstvenih studija, Sveučilište u Rijeci, Hrvatska

Dr.sc. Nada Tomasović Mrčela, Sveučilište u Splitu, Split, Hrvatska

Dr.sc. Simeon Grazio, KBC Sestre milosrdnice, Zagreb, Hrvatska

***Medijska istraživanja/Media Research,* broj 2, 2019.**

Dr.sc. Lana Ciboci, Edward Bernays Visoka škola za komunikacijski menadžment, Zagreb, Hrvatska

Dr.sc. Marijana Grbeša Zenzerović, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu

Dr.sc. Mirela Holly, Veleučilište VERN', Zagreb, Hrvatska

Dr.s. Hrvoje Jakopović, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu

Dr. Miloš Pavlović, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd, Srbija

Dr.sc. Mato Brautović, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, Hrvatska

Dr.sc. Vlasta Ilišin, IDIZ, Zagreb, Hrvatska

Dr.sc. Boris Badurina, Filozofski fakultet, Osijek

Dr.sc. Nada Zgrabljic Rotar, Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu

Dr. sc. Iva Rosanda Žigo, Sveučilište Sjever

Dr.sc. Vera Turković, ALU, Sveučilište u Zagrebu

Dr.sc. Gordana Vilović, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu

Dr.sc. Antonija Čuvalo, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu

Dr.sc. Marina Mučalo, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu

Dr.sc. Paško Bilić, IRMO, Zagreb, Hrvatska

Dr. Sc. David Šporer, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Dr.sc. Tijana Vukić, Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije,
Pula