
ZORAN KOSJERINA

Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti,
Beograd

UDK 316.77:004]:316.423.3/6
316.324.8:316.423.3/6

KA INTERNET DEMOKRATIJ: STRATEGIJE ZA NOVOMEDIJSKI AKTIVIZAM I NEKA NJIHOVA SOCILOŠKA ODREĐENJA

Apstrakt: *Rad pokušava preispitati modalitete i učesnike novomedijskog aktivizma u svim njegovim oblicima. Dakle, pitanja na koje ćemo, u skladu sa obimom ovog rada, pokušati dati odgovor su: da li se pojedinci u novomedijskim uslovima, na profesionalan i organizovan način odlučuju na medijski aktivizam i ko su novomedijski aktivisti, kako objasniti njihovu brojnost i motivisanost. Nakon distinkcije i upoznavanja sa svim najvažnijim strategijama novomedijskog aktivizma, data su neka od psiho-socijalnih tumačenja brojnosti i angažovanosti njihovih učesnika (teorija pro ams revolucije, "mudrost masa" Džejmisa Surovickog).*

Ključne riječi: *novi mediji, medijski aktivizam, hakeri, Pro ams, internet demokratija*

Novi mediji kao sredstvo društvene promjene

Od mnogih tema oko kojih se vode rasprave vezane za nove medije, jedna od najzanimljivijih i najznačajnijih jeste mogućnost otvorenijeg i demokratičnijeg društva u uslovima novih načina komuniciranja. "Teorijska predviđanja kreću se između dva ekstrema: 'sajberoptimizma', koji smatra da će Internet do-

vesti 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" (Radović, Sitarski 2007, str. 9).

Mogućnosti novih medija (internet stranice, elektronska pošta, multimedija, digitalne video igre, VoIP i mobilni telefoni...) da, zahvaljujući svojim svojstvima – jednostavnosti korišćenja, dostupnosti, globalnost, interaktivnosti, podignu participaciju u medijima na nivo koji do sada nije postojao, je svima očigledna. "Na mreži je svaka osoba potencijalna TV stanica, bez dozvole za emitovanje." (Negropont 1998, str. 166)

Pitanja koja se nameću jesu modaliteti i adekvatnost takvog medijskog aktivizma. Hans Magnus Encensberger (Enzensberger), u eseju "Kockice za jednu teoriju medija", ističe da djelovanje mase ne smije da se svede na djelovanje izolovanih pojedinaca. Vjera u emancipaciju u medijima kroz izolovane pojedinačne akcije, ma kako te akcije efikasne i marljive bile, zamke su tehnokratije i liberalizma (Encensberger 1980). CAE¹ u svom programu za Digital Resistance jasno ukazuje da "ako je kultura otpora nešto naučila iz posljednjih 150 godina, to je da 'ujedinjeni, na ulici' je pogrešan pristup." Da li socijalni aktivizam uči na svojim greškama ili se djelovanje masa i u digitalnom dobu svodi na djelovanje izolovanih pojedinaca ili nekohertnih grupa koje karakteriše amaterizam, anarhizam i ograničeni publicitet? Dakle, pitanje na koje ćemo, u skladu sa obimom ovog rada, pokušati dati odgovor u ovom tekstu je da li se pojedinci u novomedijskim uslovima, na profesionalan i organizovan način odlučuju na medijski aktivizam i borbu i koji su i kakvi modaliteti organizovane medijske akcije.

Uspjeh Wikipedije, raznih nekomercijalnih programskih paketa, te medijski aktivizam kakav do sada nismo sretali kroz blogove, *mailing liste* i građansko novinarstvo, dovodi nas do jednog drugog osnovnog pitanja kojim ćemo se baviti, a koje se tiče slobode

¹ Critical Art Ensemble (CAE), svakako najpoznatiji pobornici taktičkih medija, medijskog aktivizma koji koriste medije za borbu protiv medija, a naziv su dobili po *hit and run* taktici kojom se služe.

medija i slobode društva uopšte: ko su savremeni medijski učesnici i kako objasniti njihovu brojnost i motivisanost? Dakle, kako objasniti činjenicu da su obični internet konzumenti, uglavnom neprofesionalci, nemotivisani ničim no idejom da učestvuju u nečemu velikom, stvorili najsavršeniji operativni sistem Linux i najveću enciklopediju u istoriji, koja je svojom idejom o sakupljanju svih znanja svijeta neosporno ostvarenje vjekovnog sna o obnovljenoj Aleksandrijskoj biblioteci?!

Oblici organizovanog novomedijskog aktivizma

Mnogobrojne nevladine organizacije, profitna i neprofitna udruženja, vide u internetu i u novim medijima svoju priliku za djelovanje. Veliki broj njih se odlučio za taktiku *hit and run*, često bez dovoljno resursa, ali sa moćnim medijskim oruđem i znanjem na raspolaganju. Neki svoje djelovanje ostvaruju na granici zakona, u svojevrsnom “medijskom podzemlju”.

Ipak, mnogi oblici internet aktivizma najčešće su pojedinačni i nisu organizovani na takav način da bi mogli dovesti do šireg razvoja svijesti o potrebi za promjenom. Nekad su jedini oblici organizovanja razmjena iskustava kroz veb i štampane magazine. Organizovani oblici i prakse *onlajn* aktivizma ipak postoje, sve ih je više i sve su raznovrsniji. Mada je granica između njih zamagljena, vidimo sledeće oblike organizovanog medijskog aktivizma: internet građansko novinarstvo, *Culture jamming*, taktične medije i haktivizam.

Granicu između ovih praksi je jako teško definisati. Aleksandra Samjuel (Samuel) u *Hactivism and the Future of Political Participation* (Samuel, 2004), sve ove prakse objedinjuje pod imenom *haktivizam*. Smatramo da, i pored sličnosti, između njih postoje značajne razlike, da bi se one mogle poistovjetiti. Taktični mediji su, za razliku od *Culture jamming*, više usredsređeni na medijsku borbu kroz same medije. Slogan “*ne mrzi medije, budite mediji*”, koga koriste pristalice ove prakse, može da nam pomogne u njegovom razlikovanju od *culture jammersa*, koji su više usredsređeni na subverziju medija. S druge strane, alternativni mediji su mediji koji teže da, oponirajući dominirajućim, dođu do pozicije i postanu dominirajući. Taktični mediji se uvijek drže opozicije. Hakti-

visti se uglavnom više koriste veštinama pisanja programskog koda i poznavanjima mrežnih protokola od ostalih pomenutih aktivista. Sve ove prakse su miks kompjuterskih vještina, umjetnosti i aktivizma.

Onlajn građansko novinarstvo

Internet građansko novinarstvo predstavlja sve oblike *onlajn* informisanja građana i ogleda se kroz dopisništvo, uređenje vlastitih veb stranica, pisanje blogova, postavljanje i širenje multimedijalnih sadržaja.

Koncept građanskog novinarstva i društvenih medija možda i nije nov, ali pojavom novih medija njih, pored neprofitnog i alternativnog pristupa socio-kulturološkoj problematici u odnosu na glavnostrujaške medije, karakteriše i znatno veća otvorenost i masovnost.

“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 mediji stvaraju se kroz onlajn zajednice i više vrednuju saradnju, dijalog i jednakost nego profitabilnost... Istraživanja pokazuju da u odnosu na 1980-e godine danas mnogo manji broj Amerikanaca vjeruje tradicionalnim medijima.” (Petković 2007, str. 114)

Teme koje pokreću tiču se svih vrsta društvenih aktivnosti. U uvodniku za svoj *informationclearinghouse.info* anonimni urednik, i izgleda jedina osoba koja stoji iza sajta piše: “Ovaj sajt je nastao iz lične frustracije i bijesa zbog propusta tradicionalnih komercijalnih medija u informisanju američke javnosti, naročito vezano za spoljnu politiku”.² Po priznanju, ne pripada ni jednoj političkoj organizaciji i sajt se finansira lično i dobrovoljnim priložima. Sadržaj sajta je ispunjen podacima koji nisu dostupni u komercijalnim medijima sa vezama prema izvoru, kao i vezama prema blogovima i komentarima poznatih intelektualca, video i audio sadržajima koji svjedoče o skrivenim činjenicama.

Stay Free! je veb magazin koji takođe obrađuje političke, kulturološke i teme vezane za mas-medije, kako kroz publikovanje članaka raznih autora, blo-

² <http://www.informationclearinghouse.info/who.htm>

gova, internet art, tako i kroz publikovanje edukativnog sadržaja o medijima za sve školske uzraste.

S tim u vezi, pomenuti *Encenbergerov uslov koji govori o tome da bi mediji bili slobodni svi treba da učestvuju u njima, te da medijska akcija nikako ne bude amaterski vođena već organizovana, čini se da se ovdje u potpunosti ispunjava, čak i kod sajtova koje vode pojedinci. Ukoliko se čini da sajtovi koje pokreću i uređuju pojedinci ili manje grupe i ne ispunjavaju zahtjev organizovanosti i profesionalnosti kakvu zahtjeva njegov model slobodnih medija, treba istaći da su ovi sajtovi samo mali dio ukupnog pokreta za globalno i lokalno pravednije društvo.*

Naime, na vrhu ledenog brijega ipak su veliki i organizovani sistemi otvorenog novinarstva. Najpoznatiji je *Independent Media Center* (ili kraće *Indymedia*, *IMC*), sajt i organizacija pokrenuti nakon protesta protiv Svjetske trgovinske organizacije u Sijetlu, 1999. godine. Cilj je bio da se okupe kolektivi nezavisnih medijskih organizacija i slobodnih novinara da slobodno publikuju sadržaje. Po uvodniku u sajt, "Indymedia je demokratski medijski proizvod za radikalno tačno i strastveno iskazivanje istine".³ O veličini i entuzijazmu oko projekta govori podatak da je za samo tri godine sajt pokrio 31 zemlju i da se za sada publikuje na 13 jezika. Sličan oblik organizovane borbe protiv manipulacije i dominacije korporativnih medija jeste i *Center for Consumer Freedom*, kao i mnoge druge *onlajn* neprofitne organizacije posvećene promociji ličnih sloboda, odgovornosti i zaštite potrošača.

Lista sličnih sajtova je nepregledna, o tome svjedoče mnogobrojne veze koje se nalaze na pomenutim sajtovima kroz sekciju *links*.

Pokret kulturološke interferencije

Culture jamming je relativno noviji pravac medijskog angažmana, a usmjeren je na oslobođenje od reklamne invazije u našoj životnoj sredini. *Jammersi*, osim borbe protiv reklama koje narušavaju spontanost i integritet naše životne sredine, bore se i za razvoj kritičnog mišljenja među konzumentima. Glavni cilj je, dakle, probuditi mase usnulih kupaca i učiniti ih

³ <http://www.indymedia.org/en/index.shtml>

svesnim dugogodišnjeg izlaganja reklamnoj i medijskoj manipulaciji.

Najpoznatiji časopis koji okuplja aktiviste ovog pokreta jeste *Adbusters* (ad – skraćenica za engleske riječi *advertisement* – reklama i *bust* – goniti). Magazin svojim porukama i plakatima ukazuje na degeneraciju komunikacije, i nivo "epidemije očajnosti", koja se javlja među konzumentima koji su svakodnevno prinuđeni da primaju u sopstvene mozgove na hiljadu reklamnih poruka. "*Adbusters* su organizatori i "Buy Nothing Day" ("Dana ne za kupovinu") koji se danas slavi u više od pedeset zemalja širom sveta i sa više od milion ljudi. "Nedelja bez televizije" ("TV Turnoff-Week") predstavlja još jednu od popularnih inicijativa kojom su posetioci veb sajta pozvani da čitavu jednu nedelju provedu bez televizije. Osim veb sajta *Adbusters*-i osnivaju i ABTV (*Adbusters TV*) gde se prikazuju subverzivne reklame koje realizuju *jammers* iz celog sveta." (Lalović 2008)

Ovaj magazin u uvodniku posebno ističe koliko je neophodno kontrolisati medijsku popularnost i prisutnost industrije alkohola, duvana, automobila pa čak i odjevnih proizvoda, jer se reklamama ovog tipa promoviše stil života koji je štetan po naše zdravlje ili je jednostavno nerealan i zbog toga potpuno nedostupan.

Ono što je specifično u borbi koju je ovaj magazin pokrenuo jeste lansiranje subverzivnih reklamnih kampanja, koje koriste elemente-simbole originalnih reklama projektovanih u potpuno nezamislivom kontekstu. Tehnike i estetika fotomontaža ili montaže uopšte kakve smo mogli da vidimo još u doba moderne, futurista, dadaista, situacionista, pa čak i pank-a, u osnovi su ovog pokreta – "otклонiti bilo koji gest ili riječ iz svog prvobitnog konteksta i projektovati ga u potpuno različitu perspektivu. Promena tačke gledišta je dovoljna kako bismo uvidjeli našu svakodnevnicu u pravom svetlu." (Lalović, 2008)

Akcije koje *jammers* preduzimaju su širokog opsega, mogu se naći u svim oblastima gdje se antireklamna poruka može istaći, od ljepljenja plakata i prepravljanja bilborda, do sfere muzike, slikarstva, grafita, performansa, filma, pozorišta.

Sličnog sadržaja kao *Adbusters* je i sajt više puta hapšenog Njujorčanina *Reverend Billy*,⁴ koji ide uz kraljicu – Crkva za život nakon šopingovanja! Sajt *turn-offyourtv.com* je *culture jamming* projekat izvjesnog *Rona Kaufmana* čiji je cilj iznošenje štetnih uticaja gledanja televizije na popularan i zabavan način.

Billboard Liberation Front se usredsredio na “oslobođenja” reklamnih tabli. *BUGAUP (Billboard Utilizing Graffitiists Against Unhealthy Promotions)* je udruženje koje uglavnom modifikuje reklamnu poruku na bilbordima koristeći grafite. *AAA (Anty Advertising Agency)* se ne bavi samo reklamnim bilbordima, već celokupnom invazijom reklama našeg prirodnog okruženja. *Horhe-Rodriguez Gerada*, umjesto direktnog djelovanja na reklamne kampanje, koristi zapuštene delove grada koje pretvara u prava umjetnička dela. Na taj način ne ostavlja se prostor da napušteni i siromašni delovi grada budu zatapacirani reklamama.

Graffiti Research Lab koristi laser grafite projektovane na ogromne površine zgrada koje nije samo moguće videti već je svaki posetilac ovakvih performansa pozvan da ih kreira. *Tides Foundation*, s druge strane, koristeći video klipove poput vrlo uspješnog fleš dokumetarca *Story of Stuff, Full Version; How Things Work, About Stuff*,⁵ ukazuje na probleme održive proizvodnje i potrošnje.

Taktika za medije

Taktični mediji, kako smo rekli, koriste medije za borbu protiv medija u većoj mjeri nego *jammersi*, a naziv su dobili po *hit and run* taktici kojom se služe. Još jedno bitno svojstvo taktičkih medija jeste njihova povezanost sa tehnologijama i naukom. Takođe, taktične medije karakteriše najbolja organizovanost, štaviše, stvaraju čitavu nauku o organizovanju medijskog aktivizma i angažovanoj umjetnosti.

Svakako najpoznatiji pobornici ovakvog aktivizma su *Critical Art Ensemble (CAE)*, kolektiv od pet medijskih teoretičara i praktikanata sa raznim specijalizacijama (grafički i veb dizajn, video, književnost i performans). Broji uvijek pet članova, što je, po člano-

⁴ <http://www.revbilly.com/>

⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=gLBE5QAYXp8>

vima ove grupe, optimalan broj za svaku organizovanu borbu, jer veći broj stvara frakcije, a manji nedovoljnu koordiniranost (CAE 1997). Svojim elektronskim knjigama poput *Electronic Civil Disobedience*, ukazuju na najbolje načine (taktike) i iskustva medijske borbe. Dalje, njihovi radovi su značajne teoretske analize estetike savremenih medija. CAE ukazuju na pravce budućeg sjedinjavanja društva i medija kroz biološke i sve druge tehnologije koje dolaze.

Najkontroverzniji momenat u vezi sa radom grupe desio se prilikom hapšenja njegovog člana Stiva Kurca (Steve Kurtz), pod optužbom za bioterorizam. CAE su pioniri najnovijeg korišćenja nestandardnih materijala u umjetnosti – bio arta. “Pet članova CAE koji su godinama gurali umjetnost u područje aktivizma, sada ispituju biotehnologije i predlažu ono što nazivaju “*fuzzy biological sabotage*” – ispuštanje mutiranih insekata neobičnog izgleda u kancelarije i restorane biotehnoških kompanija da bi proizveli paranoju i istjerali informacije koje se kriju u genetski izmjenjenim biljkama.” (CAE 1997)

Njihova “teorija elektronske građanske neposlušnosti” našla je svoju praktičnu primjenu kroz grupu “Teatar elektronskih nemira”, o kojoj smo već govorili kroz prikaz *sit-in* protesta protiv simbola internacionalnog kapitalizma.

Festival taktičkih medija, *Next 5 Minutes*, jesu simpozijumi koji se održavaju vezano za iskustva i najbolje prakse u angažovanim medijima. Od prvog, održanog u Amsterdamu 2002, do danas je održano više ovakvih laboratorija taktičkih medija, kako na globalnom, tako i lokalnom nivou, a rezultati rada se publikuju na sajtu *n5m4.org*. Centar za nove medije *_kuda.org* sa sjedištem u Novom Sadu je slična organizacija koja okuplja umjetnike, teoretičare, medijske aktiviste, istraživače i široku publiku na polju informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Centar je do sada pokrenuo više radionica medijskog aktivizma.

Preemptive Media je grupa umjetnika, aktivista i tehnologa koja nezavisno vrši beta testove, probne verzije procjene uticaja koje će novi proizvodi imati... Njihovi kriterijumi su različiti od kriterijuma koje koriste različite kompanije i vlade, te su iz tog razloga i rezultati različiti. *PM* zbog toga pokušava da stvori nove mogućnosti za javnu raspravu i za alternativne proizvode.

Haktivizam

“Haktivizam je fuzija hakerisanja i aktivizma; politike i tehnologije. Još određenije, haktivizam se opisuje kao hakerisanje sa političkim motivom”. To je “ne-nasilno korišćenje raznih nelegalnih ili legalnih digitalnih alata u cilju postizanja političkih ciljeva”.⁶ Ovi alati uključuju brisanje sajtova, redirektovanje sajtova, krađu podataka, blokiranje sajtova, veb sajt parodije, virtuelne *sit-ins*, virtuelne sabotaže i razvoj softvera.

Sam pojam je izuzetno kontroverzan, povezivan je sa terorizmom, anarhizmom i raznim zloupotrebama. Mnogi ga vide i kao čin političkog protesta. Haker se obično definiše kao osoba sa velikim znanjem iz programskih jezika i mrežnih sistema. Poznato je da godišnje iz bankarskog sektora nestane stotine miliona evra samo iz EU, a da mnogi napadi ne budu ni otkriveni. S druge strane, mnogi hakeri su angažovani od vladinih agencija i policije. Postoje pokušaji da se napravi distinkcija i da se dugo u medijima u negativnom kontekstu pominjan pojam hakeri precizira za “svakog onog ko voli kompjutere”, i razdvoji od “*onlajn kriminalca*”, za koje se ustaljuje naziv “krekeri”.

Haktivisti su, sve su prilike, dobro organizovani, najčešće u virtuelnim zajednicama koje karakteriše zajednički cilj ili grupa ciljeva. Uz to, sajt *thehacktivist.com* daje godišnji pregled haktivist učinaka u raznim sferama djelovanja.

Stiven Mizrah (Mizrah) vidi sledeći oblik organizovanja u “kompjuterskom podzemlju” (Mizrah 1999):

- Hakeri (Krekeri, uljezi u sistem) – visoko obučeni pojedinci (i grupe) koji upadaju u bezbjednosne sisteme na udaljenim kompjuterima. Veb magazini oko kojih se okupljaju su *2600* i *Iron Feather Journal*.
- *Phreaks* (Phone Phreakers, *Blue Boxers*) – su napadači koji koriste tehnologiju za napade na telefonske sisteme, nekad analogne, a sada digitalne.
- Pisci virus kodova (Trojanskih konja, crva, logičkih bombi) – pisci manjih programa koji se jednostavno reprodukuju na udaljenom računaru ili se prikazuju

⁶ <http://www.thehacktivist.com/?pagename=hactivism>

kao poruke, brišu podatke ili ih dostavljaju piscima virusa. Veb magazin oko kojih se okupljaju je 40HEX.

– *Pirati – Antikopirajt* aktivisti koji koriste svoja znanja za razbijanje softverske zaštite komercijalnih programskih paketa i distribuciju nelegalnih multimedijalnih fajlova. Obično se okupljaju oko *Pirate Newsletter* i *Pirate magazina*.

– *Cypherpunks* (kriptoanarhisti) – Eksperti za razvoj i besplatno širenje toliko jakih enkripcija za ulaz u sistem u koje ne mogu da uđu vladine organizacije kao što su NSA i FBI. Oni obično čitaju *Cypherpunks mailing list*.

– *Anarhisti* – distribuiraju nelegalne informacije i znanja, poput toga kako se prave molotovljevi kokteli, droge, kako se razbijaju kablovski i satelitski TV sistemi, kako pokrenuti piratski radio i piratski TV. *Cult of the Dead Cow* (CDC) i *Activist Times Incorporated* (ATI) su poznate stranice sa sadržajima ovog tipa.

– *Sajberpankeri* – obično kombinacija svih navedenih “žanrova” uz interesovanja za biološke mutacije, SF filmove, elektronsku muziku, napade na hardver i “tehnike sa ulice.” (Mizrach 1999).

*Ko su zapravo novomedijski aktivisti?
Neka od objašnjenja fenomena*

Pro ams revolucija

Navedeni primjeri Wikipedie i Linuxa očigledno ukazuju da je velik broj ljudi bio spreman da uloži vreme i energiju u ovakve projekte. Mada objašnjenje ovakvih fenomena nije nimalo jednostavno, ukazati ćemo na neka.

Jedno od tumačenja svakako daje britanska *think tank* grupa Demos, na čelu sa Čarlsom Ledbiterom (Leadbeater) i Polom Milerom (Miller). Oni su autori zapažene studije *Pro ams revolucija – kako entuzijasti mjenaju ekonomiju i društvo*.

“Dvadeseti vijek je oblikovan usponom profesionalaca. Sada se javlja preokret i novo pokoljenje amatera.” (Leadbeater, Miller 2004, str. 1). Dakle, oni iznose svoje viđenje uspjeha interneta i njegovog daljnog razvoja kroz trenutni istorijski preokret u kome

se ostvaruje Pro-ams (profesionalci amateri) revolucija. Naime, sve veće slobodno vrijeme nakon svakodnevnih obaveza ostavlja prostor za hobije, u kojima vremenom postaju sve angažovaniji i kompetentniji. Takva kompetentnost i vještine se stiču dugim radom i mnogim odricanjima, kao i voljom za dokazivanjem i voljom da se u društvenim aktivnostima ne bude samo pasivan. Stoga, entuzijasti amateri u raznim oblastima svojim aktivnostima dostižu nivoe profesionalaca, te time postaju značajan dio našeg društva.

Autori navode primjere uspjeha *do-it-yourself* elektronske muzike, *Jubilee 2000 Debt* kampanje za povraćaj dugova, uspjeh *Linux* operativnog sistema otvorenog koda, koji se uspješno suprotstavlja *Windowsu*, te jedne od najuspješnijih kompjuterskih igrica *The Sims*, koje su sve razvili Pro ams (Leadbeater, Miller 2004, str. 9). Inovativni, motivisani i dobro povezani, Pro ams bi mogli u budućim decenijama da igraju važnu ulogu u oblikovanju našeg društva.

Mada nije lako napraviti distinkciju između profesionalaca i Pro ams, jer mnogi amateri i zarađuju od svojih hobija, autori navode Pro ams kao čitav društveni sektor ekonomije u kome, po ovim autorima, učestvuje 59% stanovništva Velike Britanije. Broj pripadnika raznih udruženja, kao i učestvovanje u volonterskim aktivnostima u stalnom je porastu.

To nas svakako može podsjetiti kako na Kastelsov Četvrti svijet, tako i na Encensbergerov pogled na relativnost granice između intelektualaca i "svih ostalih" u informatičkom društvu.

Sam koncept Pro ams je razvio i svoju etiku, koja podrazumijeva posvećenost, strast i istrajnost, često i frustracije, rizike i ulaganja vlastitog novca i vremena (Leadbeater, Miller 2004, str. 39). Psiholog Graham Privet (Privette) u svojoj studiji o zadovoljstvu u slobodnom vremenu utvrdio je da su ljudi koji u njemu imaju ozbiljniji pristup više fokusirani, zadovoljniji, sa više osjećaja moći, vrijednosti, integracije i pripadnosti od onih koji slobodno vrijeme koriste za puku konzumaciju i kupovinu (Leadbeater, Miller 2004, str. 45).

Aktivnost	Žene	Muškarci
Pripadnost političkoj organizaciji	2	4
Aktivnost vezana za crkvu	18	10
Aktivnost vezana zaštitu okoline	6	6
Humanitarne grupe	3	4
Edukacione grupe	6	7
Hobi grupe	14	19
Društvene grupe	13	19
Potrošačke grupe	28	35
Sportske grupe	20	33

Procenat participacije u navedenim aktivnostima (2002 *European Social Survey*, navedeno u *Leadbeater*, Miller 2004, str. 27).

Koristi koje društvo ima od amaterske aktivnosti ne svode se samo na ekonomske i kulturne dobiti. Leadbiter i Miler navode čitav niz primjera koji su vezani za Pro ams aktivnosti, a koje se tiču medijske i borbe za demokratsko društvo, za antiglobalizacioni pokret, te pokrete za očuvanje životne sredine. Pri tom, njihovi su glavni načini i sredstva organizovanja internet, elektronska pošta (Leadbeater, Miller 2004, str. 45). Analize mrežnih kampanja koje se pominju ukazuju na njihovu dobru organizovanost i sastavljenost od malih timova koji razvijaju koaliciju oko zajedničkih ciljeva.

Novi modeli socio-psihologije masa

Knjiga Džejmisa Surovickog (Suroweicky) *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations* možda je još jedan zanimljiv pokušaj objašnjenja fenomena nastalih oko interneta. Autor pokušava da dokaže naizgled očiglednu istinu, da je gomila često pametnija od najpametnijeg pojedinca u gomili.

Jedna od najbitnijih, a s druge strane neprepoznatih osobina koje ljudi posjeduju jeste sposobnost da u masi, sve dok su nezavisni u odnosu na mišljenje eksperata i vođa grupe, donesu ispravne odluke. U situacijama kad prate masu, tj. kada pojedinci usklađuju svoje prvo mišljenje i reakcije sa svima drugim u

grupi ili sa njenim liderima, ljudsko ponašanje postaje iracionalnost u gomili. Nastaju poznate haotičnosti, histerija na berzi, gužve u saobraćaju i linčovanja nevinih. “Ali kad gomila donosi odluke na osnovu agregacije naše slobodne volje, onda su zapanjujuće precizni i pristojni” (Huton, 2005).

U obrazloženju svojih teza, Surovicki se koristi mnoštvom primjera, kako sa tržnica, gdje masa precizno određuje težinu stoke, tako i odgovorima publike iz kviza *Želite li da postanete milioner?*, odgovorima studenata o temperaturi u učionici, i izlasku iz zamišljenog lavirinta. U svakom slučaju, zbirni odgovor koji je dala masa ne samo da je tačan, već je i tačniji od bilo kog pojedinačnog. On takođe uzima zanimljiv primjer pomorca koji je tražio potonulu podmornicu, a agregacija odgovora velikog broja njegovih saputnika ga je dovela na 200 jardi od podmornice! (Huton, 2005)

“Fenomen se odnosi na situacije u kasapnicama, na pijacama, prilikom merenja bikova, no što se mene tiče, ja bih pre povjerio vađenje zuba – diplomiranom doktoru stomatologije, projektovanje kuće arhitekti a ne srednjom vrijednošću odgovora gomile” (Buturović 2007), komentar je jednog posjetioca sajta kulture B92. Mada sama teorija djeluje nelogično, u njoj postoji vrlo jednostavna logika koja je opravdava: “svaka grupa sastoji se iz eksperata, pametnih, glupih, “prirodno” dobrih sudija, divljih, analitičnih, sumnjičavih. To je jedan široki univerzum mogućih rezultata i zbog velike raznolikosti njegov rezultat se javlja kao mudrost.” (Huton, 2005) Rekli bismo da je uz sve to, vrlo moguće da se u svojoj gomili nađe i neki Pro ams.

“Svaki član gomile posjeduje neko specijalno znanje koje niko drugi nema, a koje je reflektovano u njegovoj individualnoj proceni. To znanje je fragmentarno, implicitno i samo po sebi nedovoljno da tu individualnu procjenu učini tačnom. Međutim, kada se ta procena iskombinuje sa ostalim nesavršenim procjenama, procjena cijele gomile postaje tačnija od bilo koje pojedinačne procjene. Gomila je pametna jer omogućava efikasnu mobilizaciju onih znanja koje poseduju samo retki pojedinci ma kako ti pojedinci bili sami po sebi neupotrebljivi. Stoga, najkorisniji članovi gomile nisu nužno oni koji su najpametniji nego oni koji su najjedinstveniji – što ponekad može

da znači i gluplji od ostalih” – i to Surovicki ilustruje ubjedljivim primjerima.

Neki eksperti, smatra Surovicki, zaista i nisu potrebni. Prvi na listi sumnjivih su brokeri i menadžeri – Surovicki podsjeća da se u mnogim naučnim krugovima već odavno podrazumjeva da su odluke brokera i drugih finansijskih stručnjaka na nivou gledanja u pasulj. Njima za petama su geolozi koji klasifikuju kratere na Marsu: ispostavlja se da se klasifikacija dobijena uprosječavanjem odgovora dokonih posetilaca NASA-inog sajta na tu temu ne razlikuje od procene geologa sa višegodišnjim iskustvom.” (Buturović 2007)

Huton zaključuje: “Nezavisna, raznolika i radoznala štampa je fundamentalna za kolektivnu mudrost.” (Huton, 2005) Dodali bismo da isti uslov važi i za medije uopšte.

Zaključak

Hackerska kultura je sa pravom izazvala brojne polemike. Tako, Kim Bise (Bissett) i Sabrina Šort (Short) u *Hacker Ethics*, služeći se Kantovim etičkim postulatima, kritikuju haktivizam ističući zakonska akta, te pitanja prava nad privatnošću i prava na slobodu mišljenja koje haktivizam ugrožava. S druge strane, mnogi opravdavaju haktivizam kao možda jedini ozbiljniji izazov mogućnostima scenarija Orvelovog “Velikog brata”.

Ipak kritika haktivizma teško može da se svede na nepoštovanje legalnih institucija i zakona, jer hackerska etika upravo počiva na neslaganju sa njihovim normama, normama zatvorenog društva, društva u kojem “izvor mora uvek biti naveden a novo rešenje publikovano”.

Predmet hackerskih napada su, dakle, sajtovi vlada i velikih korporativnih sistema, nikako sajtovi i podaci individualaca. Oni koji napadaju sajtove iz lične koristi i želje za materijalnom dobiti ne pripadaju ovoj zajednici. CAE zaključuju: ”Jasno je da mit o elektronskom terorizmu potiče od sigurnosnih organa SAD, i razvijen je od državnih agencija kao što su FBI i Tajna služba, kao i institucija spektakla u Holivudu.” (CAE 1997, str. 7) Krađa imovine jeste terorizam, ali to ne spada u ovu etiku i oni se od nje ograđuju.

S druge strane, postavlja se pitanje koliko je Doroti Dening (Denning) u pravu kada ističe analogiju haktivizma sa poznavanjem istočnjačkih borilačkih vještina. Po njenom mišljenju, hakeri, poput majstora karatea, dobijaju instrukcije za ove moćne vještine, ali oni se istovremeno uče i disciplini i odgovornosti. Ipak, granica u kojoj haker postaje kreker jeste u dobroj mjeri stvar njegovog psihološkog portreta i subjektivnih okolnosti, te samim tim, može se reći da će uvijek predstavljati prijetnju.

I na kraju, možemo zaključiti da su u novomedijskim uslovima građani ne samo preuzeli "frekvencije", već u novim medijima nastupaju na način i obimom na koji do sada mase nisu učestvovala. Takav medijski aktivizam je organizovan i u njemu učestvuju osposobljeni i nezavisni pojedinci. Ipak, da li je situacija nastankom novih medija popravljena u odnosu na vrijeme dominacije masovnih medija? Još nema odgovora. Iz dva razloga. Prvi, jer dominacija starih masovnih medija, i pored trendova da će se situacija izmeniti, i dalje nije prevaziđena. Drugo, borba za slobodu medija kao da tek predstoji. I u "starim medijima" postojali su pokušaji medijske aktivnosti, ali su mnogobrojni njihovi akteri bili bez istrajnosti. Ili bez pratioca. Da li možemo da tvrdimo da je problem demokratičnosti jednog društva problem medija? Da li su mediji sami po sebi nedemokratični? Da li je problem u tehničkoj nesavršenosti medija koji ne pružaju mogućnost masama da se ispolje kroz interaktivnost, ili je problem u samom čovjeku, njegovoj nespremnosti na akciju, sklonosti ka ličnim i narcisoidnim težnjama, apatiji, odsustvu svake akcije i prepuštanju bezdušnom konzumerizmu? Čovjeku kom su mediji "samo produžeci", koji je, čini se, i sa starim medijima, uz veće pregalaštvo, istrajnost i požrtvovanost mogao doći do pravednijeg društva?! Svakako, teško da će vjera u duhovnu revoluciju, revoluciju u ljudskim srcima, moći biti zamjenjena tehnološkom utopijom.

Mada ostvarenje Harbermasove (Habermas) idealne javne sfere, kao javnosti koja ravnopravno artikuliše potrebe društva, u svom potpunom ispunjenju djeluje utopijski, ipak, broj aktivista i rezultati koje su oni postigli u periodu koji još možemo da smatramo tranzicionim (nove informacione tehnologije postoje tek 15 godina i nedostupne su mnogima, kako zbog eko-

nomsko-socijalnih, tako i zbog starosnih i edukativnih razloga), čini se da nam daju za pravo da dalji razvoj participativne demokratije posmatramo sa umjerenim ali razložnim optimizmom.

LITERATURA:

Benkler Y., *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale, 2006.

CAE, *Digital Resistance*, Autonomedia, New York 1997.

CAE, *Electronic Civil Disobedience & Other Unpopular Ideas*, Autonomedia, New York 1997.

Encensberger H. M., *Njemačka, Njemačka, između ostalog*, Beograd 1980.

Negropont N., *Biti digitalan*, Beograd 1998.

Petković D., *Uticaj Interneta na tradicionalne medije*, Beograd 2007.

Radović N. i Sitarski M., *Internet i javna sfera u Srbiji*, Beograd 2007.

Samuel A. W., *Hactivism and the Future of Political Participation*, Massachusetts, Cambridge 2004.

Suroweicky J., *Mudrost masa – zašto više ljudi zna i kako kolektivna mudrost utječe na poslovanje, privredu, društva i narode*, Zagreb 2007.

Štalder F., "Otvorena kultura i priroda mreža", Novi Sad 2005.

Vebografija:

Bissett K. i Short S., *Hacker Ethics*, 31. mart 2010.
http://www.cs.unc.edu/~pozefsky/COMP380_F06/Hacker%20Ethics.ppt

Buturović Ž., *The Wisdom Of Crowds*, 1. mart 2007., 31. mart 2010.
http://www.b92.net/kultura/knjige/prevedi_me.php?nav_id=239806.html

Kahn R., Kellner D., *New media and internet activism: from the 'Battle of Seattle' to blogging*, SAGE Publications 2004., 31. mart 2010.
<http://richardkahn.org/writings/tep/newmediaactivism.pdf>

Hutton W., *The Crowd Knows Best*, *The Observer*, 18. Septembar 2005., 31. mart 2010.
<http://observer.guardian.co.uk/comment/story/0,6903,1572869,00.html>

Lalović M., *Culture Jamming*, 26. decembar 2008. 31. mart 2010.
http://www.b92.net/kultura/razmisljati/razmisljati.php?nav_id=336500

Zoran Kosjerina

Beograd University of Arts, Faculty of Drama Arts

TOWARDS THE INTERNET DEMOCRACY:
STRATEGIES OF A NEW MEDIA ACTIVISM
AND SOME OF THEIR SOCIOLOGICAL
CHARACTERISTICS

Summary

This work tries to examine the principles and participants of new media activism in all its forms. In accordance with its scope, the questions that this work will try to answer are: whether the individuals in the new media perform their media activism in a professional and organized way and who are the new media activists, how to explain their number and motives. After distinction of all the most important strategies of the new media activism, some of the psychosocial interpretations of the strength and commitment of their participants are given (theory of Pro AMS revolution, Surovicky's "the wisdom of the crowd").

Key words: *New media, Media Activism, Hackers, Pro ams, internet democracy*

