

## **DRUŠTVENI MEDIJI I DIJALOG KAO DUHOVNI KREDO NA JAVNOJ SFERI U ERI DIGITALNOG KAPITALIZMA**

**Sažetak:** Društveni mediji nisu samo tehnički alati za komunikaciju i kanali za jednoznačno razmenjivanje poruka, oni postaju i svojevrsne organizacione forme, kulturni izrazi - specifične socijalne platforme gde se otvoreno raspravlja o političkoj autonomiji uz (ne)ravnopravno učešće medijskih korisnika na onlajn areni. Mreže formirane u sajberprostoru proširile su svoj domet i na urbani prostor; revolucionarne zajednice koje se uspostavljaju na društvenim mrežama omogućavaju lakšu integraciju i u komunikaciji „uživo“, ali otvaraju vrata i svojevrsnoj polarizaciji, antanogizmu i savremenom ostrakizmu učesnika u digitalnom polislu. U svetlu izlaganja, značajno je spomenuti digitalni kapitalizam koji koristi medije i popularnu kulturu da modifikuje potrošačke navike i želje, utičajući na ekstremno konformističko ponašanje učesnika na digitalnoj areni, stoga je zadatak savremenog konzumenta veoma složen u etičkom i estetskom pogledu, jer u novoostvorenoj medijskoj realnosti on biva sve reaktivniji, delotvorniji, autonomniji, ali i odgovorniji, zavisniji u smislu autentičnog stvaranja utilitarnog socijalnog ambijenta. Kompetencija, obrazovanost, senzitivnost, komunikacione veštine savremenog korisnika društvenih medija sve više dolaze do izražaja.

U radu će biti reči o tome na koji način upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija može doprineti osnaženju demokratije u društvu i učvrstiti socijalnu inkluziju građana na digitalnoj agori. Razmatraće se kako javna sfera svojim interakcijskim kapacitetima omogućava uspostavljanje dijaloga, konfigurisanja korektivne javne reči s jedne strane, i s druge strane kako etablirovana javna sfera omogućava totalitarno raspodeljivanje znanja i potpomaže monopolizaciji informacija. Cilj rada jeste da se utvrdi teza da interaktivnija i samokonfigurisanija komunikacija podstiče manje hijerarhijsku, autoritarnu komunikaciju i u prilog ovoj tezi, biće ispitano u kojoj meri digitalne mreže predstavljaju najbrže i najpouzdanije, reprogramirajuće i samorazvijajuće, dijaloško sredstvo komunikacije.

**Ključne reči:** društveni mediji, dijalog, tolerancija, javna sfera, digitalni kapitalizam

---

<sup>1</sup> Doktorand, Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu. E-mail: [ogisha9444@hotmail.com](mailto:ogisha9444@hotmail.com), ORCID ID: 0009-0003-9785-4327

## SOCIAL MEDIA AND DIALOG LIKE SPIRITUAL CREDO ON PUBLIC SPHERE IN ERA OF DIGITAL CAPITALISM

***Abstract:** Social media are not just technical tools for communication and channels for unambiguous message exchange; they are also becoming specific organizational forms, cultural expressions - specific social platforms where political autonomy is openly discussed with the (un)equal participation of media users in the online arena. Networks formed in cyberspace have extended their reach into urban space; revolutionary communities established on social media facilitate easier integration and communication 'in person,' but they also open the door to a kind of polarization, antagonism, and modern ostracism of participants in the digital polis. In light of the presentation, it is important to mention digital capitalism, which uses media and popular culture to modify consumer habits and desires, influencing the extremely conformist behavior of participants in the digital arena. Therefore, the task of the modern consumer is very complex in ethical and aesthetic terms, as in the newly established media reality, they become increasingly reactive, effective, autonomous, but also more responsible, dependent in terms of the authentic creation of a utilitarian social environment. The competence, education, sensitivity, and communication skills of the modern social media user are increasingly coming to the fore.*

*The work itself will discuss how the use of information and communication technologies can contribute to strengthening democracy in society and solidifying the social inclusion of citizens in the digital agora. It will be considered how the public sphere, through its interaction capacities, enables the establishment of dialogue and the configuration of corrective public discourse on the one hand, and on the other hand, how the established public sphere facilitates the totalitarian distribution of knowledge and supports the monopolization of information. The aim of the work is to establish the thesis that more interactive and self-configured communication encourages less hierarchical, authoritarian communication. In support of this thesis, it will be examined to what extent digital networks represent the fastest and most reliable, reprogrammable, and self-developing dialogical means of communication.*

***Keywords:** social media, dialog, tolerance, public sphere, digital capitalism*

### Uvodna razmatranja

Društveni mediji obeležavaju doba unifikacije, globalizacije, ali i doba participacije, fragmentacije, raskomadane virtuelne stvarnosti - konzument postaje sve delotvornija karika u informaciono-komunikacionom sistemu. Digitalizacija informacija i međusobna multimedijalna povezanost poruka stvorila je medijski univerzum u kome su stanovnici digitalnog polisa uronjeni. Konstrukcija stvarnosti korisnika društvenih medija, stoga i njihovo ponašanje i odluke, zavise od medijskih signala koje oni percipiraju, recipiraju i odašilju u tom univerzumu. Novi mediji demasifikacijom, personalizacijom oformljuju sve aktivnijeg pojedinca koji (ne)kritički sudeluje u „novoobrazovanoj medijskoj stvarnosti“ u skladu sa sadržajima, stranicama, temama prilagođenim njegovim potrebama, željama, interesovanjima.

„Digitalne tehnologije omogućavaju publici da komentariše vesti, deli video klipove i fotografije, piše vesti. Neprekidnu se pojavljuju novi veb-sajtovi gde se publikuju vesti od strane publike“ (Prokopović, 2018: 1086).

Uporedo sa ekspanzijom društvenih medija, revolucionarne promene uočavamo i u pogledu autonomije, odgovornosti savremenog konzumenta. Sagledavajući sveukupnu sliku onoga što čini njegovo medijsko okruženje i socijalni položaj u tom okruženju (uključujući i njegove sposobnosti), on će biti u mogućnosti da tu, više nego ranije, situira svoje potrebe, stavove, zauzimajući aktivan, delotvoran odnos prema medijskoj stvarnosti. Potencijal publike da preuzme odgovornost za komunikativnu praksu značajno se povećao s razvojem kulturne autonomije i porastom masovne samokomunikacije. Sve više konzumenata potvrđuje svoju autonomiju u odnosu na institucije društva i u odnosu na tradicionalne oblike komunikacije, posredstvom novih medija.<sup>2</sup>

Kompetencija, obrazovanost, senzitivnost, komunikacione veštine savremenog korisnika društvenih medija sve više dolaze do izražaja, ali istovetno, pored digitalne pismenosti, emocionalna pismenost za njega ima važnu ulogu pri razumevanju novih medijskih sadržaja - ona takođe obeležava i njegovu psiho-socijalnu orijentaciju ka drugim korisnicima na digitalnoj areni. Medijska realnost danas postavlja dodatne psiho-socijalne zahteve savremenom konzumentu: on je izložen novim uslovima u medijskom okruženju, ophrvan je mnogobrojnim sadržajima na digitalnoj planeti (infomanija), njemu nisu dovoljna više samo puka znanja (informacije), već i saznanja koja inkludiraju vrednosne kvalitete kojim on kvalifikuje, filtrira, obrađuje, interpretira sadržaje koji mu se plasiraju na digitalnoj areni i tako formirajući svoje stavove, izgrađuje autentičan odnos sa drugim korisnicima na digitalnoj areni. U ontološkom i epistemološkom pogledu, savremeni konzument adaptira se na novu hiperrealnost, prilagođava se novom načinu dolaženja do informacija, svakako, i na svojstven, netradicionalan način uključuje se u komunikacijski proces - onlajn povezivanjem (konektovanjem) sa drugim korisnicima u digitalnom okruženju.

## Izazovi i norme savremene medijske prakse

Etabilirana javna sfera, osim formiranja mišljenja posredstvom „živog“ dijaloga između samih građana, omogućava i horizontalno i vertikalno kruženje ideja, stavova, mišljenja, uspostavljanja konverzacije – npr. posredstvom društvenih

2 Kako potvrđuje i Kastels (*Manuel Castells*) u sprovedenom istraživanju na reprezentativnom uzorku katalonske populacije gde je proučavano kako subjekti koriste internet, upoređivanjem upotrebe interneta s indeksima autonomije ispitanih korisnika. On je došao do zaključka da visok nivo autonomije, u bilo kojoj dimenziji, utiče na porast frekventnosti i intenziteta korišćenja interneta. Dakle, rasprostiranje interneta i bežične komunikacije podržava i osnažuje autonomiju, uključujući sadržaj koji kreiraju korisnici i koji se postavlja na mrežu – što ljudi više koriste internet, povećava se njihov nivo autonomije (Kastels, 2014).

medija, komunikacione veze između građana i vladajućih političara su sve neposrednije i direktnije: Tviter (ri)postovi; objave preko Fejsbuka uz mogućnost komentarisanja svih korisnika; čak i „rils objave“ na Instagramu koje se koriste za „brendiranje političkih ličnosti“ uz manju mogućnost javne interakcije u smislu odsustva fidbeka korisnika prema političarima (Ordaz, Sorensen, 2019). Interakcijska sfera društvenih medija koja postulira veću otvorenost i ravnopravnost svih učesnika na digitalnoj areni, proširuje klasična Habermasova shvatanja, podrazumevajući još lančaniju, dinamičniju cirkulaciju značenja u širim mikro-kontekstima svakodnevnog života. Stoga je transparentnost informacija, opšta dostupnost korisnika u debatnom činu, važna normativna odlika društvenih medija koja savremenoj interakcijskoj sferi omogućava responzivnost učesnika - u onlajn komunikaciji ovi pojmovi dobijaju nove aksiološke razmere i usložnjavaju etičku dimenziju novih novinarskih praksi.

„Norme novinarske prakse su tranzitirale kao odgovor na društvene i tehnološke mogućnosti povećanim korišćenjem društvenih medija. Ovo je omogućilo tradicionalne norme objektivnosti, verifikaciju profesionalne autonomije za prelazak u nove forme novinarske koje su sve saradljivije, omogućujući autentičniji i transparentniji proces predstavljanja vesti“ (Bosio, 2017: 24).

Međutim, transparentnost u javnom dijalogu ne garantuje inkluziju i participativnost svih učesnika u javnim diskusijama. Dominik Mojsi (*Dominique Moisi*) u knjizi „Geopolitika emocija“ kada govori o kulturi straha, s pravom ističe da je novina našeg modernog doba da je umanjen ponos građana o njihovim demokratskim liderima i modelima (Mojsi, 2012). Umanjen ponos kod građana stvara komunikacionu, emocionalnu barijeru koja dodatno učvršćuje njihovu polarizaciju na javnoj sferi i antagonizuje građane koji i na digitalnoj areni sve češće ispoljavaju razočarenje u demokratiju, te ovaj otpor posledično dovodi do pasivizacije i ustručavanja medijskih korisnika od svojih prirodnih reakcija (npr. od osuđivanja nedostataka grešaka političara) - izražavanja samosvojnog iskrenog mišljenja u javnosti.<sup>3</sup> Decidiramo, usled ovakve vrsti nezadovoljstva i rezigniranosti građana, demokratski potencijali u svetu društvenih medija slabe, pravne i etičke odrednice bivaju onemoćene gubeći validirajuću korektivnu društvenu funkciju. Dok se u „kulturi straha“ jača moć vladajuće političke „elite“, društveni mediji sve manje služe kao poluga demokratske politike, jer potlačeni građani sve manje iskazuju kritičko mišljenje u javnim debatama.

3 Kada građanska javnost iz bilo kog razloga nije uključena u državne, pa ni u društvene poslove, tada joj socijalna pozicija višestruko slabi, ali to ne umanjuje njeno interesovanje za ono što oblikuje i čini javnu sferu. Tamo gde je u jednom dugom vremenskom periodu, perfidnom manipulacijom, apatijom, isključena iz javnog života, ona malaksava i svoje potrebe za javnim životom nastoji da zadovolji minimalnim, a često i marginalnim angažovanjem na društvenom planu. (Jocić, Jovanović, Kalauzović, Stanković, 2017).

„Postoji veza između između straha koji osećamo i slabljenja demokratskog ideala. Usudujem se da kažem da kultura straha smanjuje kvalitativni jaz koji je nekada postojao između demokratskih i nedemokratskih režima jer strah zemlje nagoni da krše sopstvena moralna načela koja se zasnivaju na strogom strogo poštovanju vladavine prava. Kada demokratski režimi propovedaju vrednosti kojih se u praksi više ne drže, oni gube svoj visokomoralni status, a time i privlačnost“ (Mojsi, 2012: 114).

Kada govorimo o savremenim normama novinarske prakse, relevantno je spomenuti aksiološku verifikaciju novoprodukovanih medijskih sadržaja koji se hiperprodukuju na društvenim medijima. „Novi glasovi“ korisnika u onlajn komunikaciji dovode do preispitivanja univerzalne istine u novonastalim vestima, medijska stvarnost repositionira i same uloge novinara u metamorfozira-jućem digitalnom ambijentu, ona i revalorizuje kredibilnost izvora informacija ali i utvrđuje načine kako recipijenti obrađuju i prihvataju (politička) pitanja od javnog značaja. Objektivnost objava, proveravanje objavljenih informacija, profesionalna autonomija novinara, esencijalne su normativne kategorije za kvalitet moderne novinarske prakse. Diana Bosio (*Diana Bossio*) ističe da su ovi postulati zapravo ideali prakse osim što sačinjavaju nešto konstitucionalno u smislu izgrađivanja društvenog i ličnog identiteta izveštavača.

„Dok je sporno da li su ovi ideali prakse zapravo ostvarivi u stvarnosti u odnosu na ono što svakodnevno novinarstvo predstavlja, oni se mogu smatrati strateškim ritualima novinarstva. Paradigmatično su predstavljeni kao suštinske karakteristike dobre novinarske prakse i uvaženi kao adekvatni marker kulturalnog identiteta i dobrog novinarskog socijeteta“ (Bosio, 2017: 41).

### **Etika u eri digitalnog kapitalizma**

Kada govorimo o etici savremene novinarske prakse, u cilju utvrđivanja objektivnosti i nepristrasnosti u prenošenju informacija medijskim putem, važno je istaći da do korisnika društvenih medija često dolaze polu-istinite, neproverene, čak i lažne informacije instrumentalizovane medijskim kanalima (Pavlović, 2017). Kao jeftina i uvek dostupna sredstva rasonode, društveni mediji u eri digitalnog kapitalizma nude neiscrpne mogućnosti negovanja nedeletvornog, oportunog i radikalno hedonističkog života, ne obraćajući pažnju na samu istinitost (kvalitet) ponuđenih medijskih sadržaja. Savremenim konzumentima se nude emocionalni surogati u vidu jeftinih filmova, banalnih serija, instant muzičkih spotova i svega onoga što se danas imenuje sentimentalnom i popularnom umetnošću. Neprestani proces banalizovanja i derogiranja javne sfere doprinosi slabljenju duštvene moći nezvanične građanske javnosti, ali i enormnom uvećanju moći zvanične državne javnosti. Ovo još jednom potvrđuje tezu da mediji u svim društvima, ne isključujući ni demokratska, imaju veoma aktivnu ulogu u

oblikovanju raznovrsnih društvenih tendencija i procesa (Jocić, Jovanović, Kaluzović, Stanković, 2017). Ali čak i takvo javno mnjenje, uprkos tome što je manipulirano, opskrbljeno poluinformacijama i opterećeno mitskim konstrukcijama, insistira na tome da bude uvaženo. Svakako, nedemokratska vlast u društvenim medijima prepoznaje sasvim pogodan i gotovo pouzdan instrument za manipulisanje, podsticanje neinventivnosti i skretanje pažnje proširenoj publici na manje značajne teme od onih koje to zaista jesu, što direktno narušava bazične postulate demokratije.

„Laganje je nespojivo s idejom o demokratiji, a istovremeno neizbežno u njenoj praksi. Liberalna demokratija se bazira na kritici, dakle da svi građani imaju pravo da iznesu svoj stav o tome kako se njihovo društvo razvija, o tome šta mora da se promeni, a prethodno se pretpostavlja da imaju pristup relevantnim informacijama“ (Svensen, 2024: 106).

Selektivno raspoređivanje informacija korisnicima društvenih medija jeste efekatan način za kontrolu i upravljanje podacima od strane lukrativnih medijskih agenasa. Takođe, nedostupnost ili spin relevantnih informacija<sup>4</sup> oligopola uz isticanje ekskluziviteta („neke informacije podobne su samo za pojedince“) jesu persuazivne tehnike koje negativno oblikuju javnu sferu u digitalnom kapitalizmu.

„Dosad nezabeleženom koncentracijom znanja i moći, nadzorni kapitalizam dominira nad podelom znanja u društvu – osnovnim principom društvenog poretka u informacionoj civilizaciji“ (Zubof, 2021: 197).

Dakle, digitalni kapitalizam kroz medijsku tehnologiju, često skriva suštinu stvari pružajući površne i fragmentisane informacije koje oblikuju percepciju korisnika na površinskom nivou - kontinuirana upotreba tehnologije za trenutne informacije i zabavu ograničava duboko razmišljanje i kritičko razumevanje sveta. Monopol nad informacijama onemogućava savremenom korisniku društvenih medija da ostvari kritički odnos prema svom okruženju i ne dozvoljava mu da dà prednost onim informacijama koje su mu značajne za život u pravom smislu.

„Kako se ljudi, procesi i stvari pretvaraju u informacije, tako i raspodela znanja u društvu prerasta u osnovni princip stvaranja društvenog poretka našega doba“ (Zubof, 2021: 199).

Glavna tržišna kompeticija modernih oglašavača jeste fokusirana oko bihevioralnog viška, te je logika nadzornog kapitalizma da se ljudi se tretiraju kao statistički elementi. Korporacijski interesi su usmereni na upravljanje ponašanjem konzumenata (čak i kontrolom nad njihovim preferencijama), radi ostvarivanja hegemonskih ciljeva monopolista.

4 Ovde ubrajamo i „astroturfing“ odnosno strateško „spamovanje“ ili ciljano i masovno „botovanje – trolovanje“ (Pavlović, 2017).

## Demokratski izazovi u digitalnoj eri

Internet je ključan, integrišući element u razgranavanju digitalnog kapitalizma. Demokratsko promišljanje građana digitalnog polisa je potpuno u senci konzumerizma, zabave, nepolitičkog umrežavanja i zabave koja je preplavljena sadržajima komercijalne popularne kulture, kako smo ustanovili.<sup>5</sup> Iako savremeni onlajn diskurs ukazuje na to da digitalizacija nije uticala na poboljšanje kvaliteta demokratske rasprave u meri u kojoj su to očekivali rani net-optimisti, ona jeste stvorila novu vrstu javne sfere koja je, iako segmentirana i polarizovana, omogućila razvoj alternativnih metoda političke komunikacije, organizovanja i mobilizacije (Pavlović, 2017). Dakle, građanska interaktivnost je sveprisutna, ali garancije za komunikaciju koja uspostavlja demokratiju u pravom smislu reči zasigurno nema, pluralizacija i proširuje i haotično ujedinjuje pripadnike javne sfere. Budući da digitalni kapitalizam komodifikuje identitet i promovise konformizam kroz ekonomski valorizovanu samoprezentaciju na društvenim mrežama, to dodatno podriva autentičnost ličnih izbora ali ograničavajući individualnu slobodu u korist tržišnih, a ne javnih interesa. Tatjana Velimirović u svom radu „*Kultura i/ili obmana*“, na analitičan način objašnjava ovu pojavu, ističući da se nekadašnja visoka građanska kultura, koja je bila viđena kao autonomna i potencijalno subverzivna, transformisala u element masovne kulture, koja je u suštini impotentna i služi održavanju postojećeg kapitalističkog sistema (Velimirović, 2008). Kada je reč o izgradnji identiteta na javnoj sferi u eri digitalnog kapitalizma, značajno je spomenuti i „medijske mehure“. Ovaj pojam označava medijsku izolovanost, hermetizovanost korisnika društvenih medija koji se povremeno svojevotjno „diskonektuju“ sa digitalne agore, pokušavajući da zaštite svoj identitet pristupajući medijskim temama koje su samo njima pogodne i bliske. Dakle, na javnoj sferi u eri društvenih medija, aktuelne su ove antidemokratske tendencije koje se ogledaju u eho-komorama koje podrazumevaju totalitarno pristupanje, površno sagledavanje istine fragmentisanih pojedinaca koji ograničeno, jednodimenzionalno shvataju važna politička i druga goruća socijalna pitanja, izbegavajući javnu diskusiju i uopšte, nipodaštavajući stavove svojih ideoloških oponenta (Mekčesni, 2014). Dakle, glavna obaveza liberalne demokratije jeste da promovise dijalog u javnoj sferi, a taj dijalog ne funkcioniše po tom principu da korisnici vrlo lako mogu da se isključe, jer udaljavajući sebe sa digitalne arene, kakvu praksu sve češće uočavamo, uskraćuju javno mnjenje za svoj važan udeo i time urušavaju demokratska načela i u onlajn komunikaciji. Veliki broj onlajn

5 Robert V. Mekčesni (*Robert W. McChesney*) pronicljivo primećuje kako bi ljudi u 21. veku živeli „neverovatnim životom“ kad bi resursi i talenti koji odlaze na komercijalnu indotkrinaciju bili preusmereni na obrazovanje u umetnosti i nauci, liberalnim vrednostima i kritičkom mišljenju (Mekčesni, 2014).

zajednica aktivno učestvuje u političkoj borbi gde se diskurzivno prepliću i sudaraju mišljenja, pri čemu su konfrontacije mišljenja neretko obeležene prostim, oštrim i diskreditujućim rečnikom, kako zbog distance i anonimnosti koju onlajn komunikacija pruža, tako i zbog ogromne količine informacija koje neprofesionalne debate ne mogu da apsorbuju i obrade na kvalitetan način (Pavlović, 2017). Takođe, za ostvarivanje demokratičnosti u onlajn zajednicama nije dobro da se konzumenti slažu oko mnogih tema, jer takav način grupisanja ljudi eliminiše različite poglede, te prostor za ono što se smatra objektivnim uverenjima postaje sve uži. Na taj način autonomija ustupa mesto heteronomiji, slobodno mišljenje dirigovanom, apsolutno konformističkom stavu. Kako dobro ističe Svensen (*Lars Fredrik Handler Svendsen*) kada opominje da učesnici modernog građanskog društva moraju da prekinu začarani krug „čistote“, privatno zastupajući jedno mišljenje, a u javnosti usred javne debate iznose drugačija, često opštepoželjna mišljenja. Autor knjige „Filozofija laži“ upozorava da puko „glimanje glavom“ predstavlja tipičan primer samoumetnute nesposobnosti, jer se tako jača društveni pritisak koji utiče i na ostale građane da čine isto, te takva naizgled bezopasna laž šteti liberalnoj demokratiji (Svensen, 2024). Jedan od glavnih uzroka za ovaj gorući evropski psiho-socijalni problem prema Dominiku Mojsiju (*Dominique Moisi*) jeste strah destruktivnog karaktera. Mojsi utvrđuje da ovakav iracionalan strah naizgled oslobađajući, nije podstičući (motivišući u pozitivnom smislu) jer imobilizuje građane koji onda svojim subordinisanim ponašanjem na digitalnoj areni autoritarno prihvataju nametnute stavova i mišljenja, sve manje obznanjujući svoje iskrene stavove.

„Pozitivan strah – pozitivan u smislu da na konstruktivan način mobiliše međunarodnu energiju – veoma se razlikovao od straha koji danas vlada u Evropi. Za razliku od njega, ovaj aktuelni strah ima parališući uticaj“ (Mojsi, 2012: 117).

## Zaključak

Poljuljanost demokratije kao socijalnog procesa, intenzivirana je od 1990. godine zahvaljujući medijskoj revoluciji. Tradicionalni sistemi političke komunikacije bivaju uzdrmani, kao i norme tradicionalne novinarske prakse koje dobijaju novu etičku dimenziju (Dalgren, 2005). Međutim, karakter javne sfere pod uticajem društvenih medija (koji uključuje onlajn komunikaciju) jeste disperzovaniji, difuzniji, stoga se postavlja pitanje da li sa liberalizacijom mišljenja dolazi do kvalitetnije, demokratičnije komunikacije i uopšte, kako se razvija logos, ethos, pathos u digitalnom polisu? Kako smo utvrdili, nepovoljni faktori koji utiču na ostvarivanje demokratske klime jesu: deregulacija javnog mnjenja u smislu upitnosti digniteta autoriteta čija mišljenja se olako usvajaju (blogeri, lajf-koučevi, jutjuberi); obilje medijskih informacija koje ne indukuju korisni medijski pluralizam već manipulativni „galimatijas“ oligopola; politički obojene persuazivne

tehnike koje ne služe javnom interesu već manjini – plutokratiji imućnih „elita“; „jednodimenzionalnost“ medijskih korisnika koji sve manje prihvataju mišljenje drugog i ksenofobno odbijaju drugačije stavove ili prilagođavaju svoje stavove kada ih iznose u javnost, a iskreno mišljenje zadržavaju za privatnu sferu; obezvređivanje i zapostavljanje starijih etičkih kodeksa koji sadrže vredne normative (profesionalne odlike klasičnog novinarstva su marginalizovane). Kada promatramo pozitivne strane liberalizovane medijske javnosti decidiramo da je veća participacija građana u političkim procesima – artikulisaniji su politički buntovi (lakše ujedinjenje građana u političke svrhe), unifikacija geografski udaljenih korisnika (multikulturalnost i heterogenost, integrisanost različitih kulturnih sredina u težnji ka transparentnosti informacija), slobodnije objavljivanje kritičkih tekstova u odsustvu cenzure – mogućnost anonimnosti koja omogućavaju kritičke komentare koji revoltiraju protiv vladajućeg establišmenta. Kastels dobro primećuje koliko je važan sajberprostor za pojavu kritike u realnosti koja efektno menja društvenu (medijsku) realnost:

„Pokret je iz sajberprostora prešao u urbani prostor, uz zauzimanje simboličnog javnog trga radi materijalne podrške debatama i protestima, od skandiranja slogana u Tunisu, do lupanja u šerpe i lonce u Rejkjaviku. Hibridni javni prostor napravljen od digitalnih društvenih mreža i novonastale urbane zajednice bio je u središtu pokreta, i kao sredstvo za samorefleksiju, i kao izraz narodne moći. Bespomoćnost je pretvorena u snagu“ (Kastels, 2018: 56).

Međutim, sve veća selekcija pri dobijanju informacija preko društvenih mreža (npr. kada fejsbuk algoritamski programira samo ono što je pripadnicima jedne interesne grupe blisko) dovodi do etičkog problema da se narušava normativni princip opšte dostupnosti informacija, te se na ovaj način onemogućava konsenzus kod korisnika društvenih medija koji podrazumeva da su svima podjednako dostupne sve informacije i da sa ravnopravnih pozicija mogu učestvovati u javnoj debati. Zaključujemo da je pravo svakog građanina da iskaže svoje mišljenje bilo značajno u antičkom polislu, ali validira i danas u digitalnom polislu.

„Grčko *eiro* (*rhetos, rhetra, rhema*) znači: govoriti o nečem, o tome raspravljati. *Res publica* ne znači državu, već ono što se očigledno tiče svakog iz naroda, što svakog ‘ima’ i o čemu se stoga javno raspravlja“ (Hajdeger, 1982: 115).

Kako dobro ističe Hajdeger (*Martin Heidegger*), misliti znači glasno govoriti u javnosti, ali uz ravnopravnost svih učesnika, što podrazumeva da su prethodno sva znanja dostupna svim korisnicima podjednako. Takođe, građanin bilo koje ekonomske klase bi trebalo da ima slobodu izražavanja, što se suprotstavlja digitalnom i nadzornom kapitalizmu - plutokratija imućnih „elita“ nastoji da ostvari svoje korporativne interese manipulisanjem ljudima, znanjima i podacima, onemogućavajući da se istina manifestuje u celini (Hajdeger, 1982). Zaključujemo da je ravnopravni dijalog na digitalnoj areni od esencijalnog značaja za opstanak dobre političke (medijske) kulture i za revitalizaciju korektivne javne sfere u društvu.

### Literatura

- Bossio D. (2017). *Journalism and Social media. Practitioners, Organisations and Institutions*. London: Palgrave Macmillan.
- Dahlgren P. (2015). *The Internet, Public Spheres and Political Communication: Dispersion and Liberation*. *Political Communication*, 22: 147–162. Taylor & Francis Inc.
- Hajdeger M. (1982). *Mišljenje i pevanje*. Beograd: Nolit
- Jocić J., Jovanović Z., Kalauzović I., Stanković O. (2017). *Priručnik za organe koji raspisuju konkurse za sufinansiranje projekata lokalnih medija za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja*. Media i reform centar Niš: Centar za medijska istraživanja Filozofskog fakulteta u Nišu.
- Kastels M. (2014). *Moć komunikacija*. Beograd: Clio.
- Kastels M. (2018). *Mreže revolta i nade*. Beograd: Službeni glasnik.
- Mekčesni R. (2014). *Digitalna isključenost – Kako kapitalizam okreće internet protiv demokratije*. Zagreb: Multimedijalni institut
- Mihajlov Prokopović A. (2018). *Internet social networks and traditional media*. *Teme* g. XLII, br. 4, oktobar – decembar 2018, 1081-1105.
- Mojsi D. (2012). *Geopolitika emocija*. Beograd: Clio.
- Pavlović J. (2017). *Digitalizacija javne sfere u Srbiji: Online pritisci izvršne vlasti na ombudsmana i reakcija opoziciono opredeljene Tviter zajednice*. Beograd: Političke perspektive, članci i studije.
- Sørensen P. M., & Valera-Ordaz L. (2019). Towards a European public sphere? A comparative study of the Facebook activities of Danish and Spanish members of the European Parliament. *El profesional de la información*, v. 28, n. 6, e280611. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.11>
- Svensen L. (2024). *Filozofija laži*. Beograd: Geopoetika.
- Velimirović T. (2008). *Kultura i/ili obmana. Filozofija i društvo* Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju.
- Zubof Š. (2021). *Doba nadzornog kapitalizma*. Beograd: Clio.