

Nadzorni kapitalizam: Rizici društvenih medija na ljudska prava i demokraciju

Ternar, Tina

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:415328>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-04**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij politologije

Tina Ternar

NADZORNI KAPITALIZAM: RIZICI DRUŠTVENIH MEDIJA NA
LJUDSKA PRAVA I DEMOKRACIJU

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2022

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij politologije

NADZORNI KAPITALIZAM: RIZICI DRUŠTVENIH MEDIJA NA
LJUDSKA PRAVA I DEMOKRACIJU

DIPLOMSKI RAD

Mentor: prof.dr.sc. Enes Kulenović

Studentica: Tina Ternar

Zagreb

Rujan, 2022

Izjavljujem da sam diplomski rad Nadzorni kapitalizam: rizici društvenih medija na ljudska prava i demokraciju, koji sam predala na ocjenu mentoru prof. dr.sc. Enes-u Kulenović-u , napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS bodove. Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Tina Ternar

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	1
2. INTERNET KAO GLAVNI KOTAČ NADZORNOG KAPITALIZMA.....	4
2.1. Nadzorni kapitalizam	4
2.2. Podmetanje slobodne volje – online bihevioralno oglašavanje	5
2.3. Društveni mediji.....	7
2.3.1. <i>Privatnost</i>	9
2.3.2. <i>Algoritmička pristranost i personalizacija</i>	11
3. LJUDSKA PRAVA UNUTAR DEMOKRACIJE.....	13
3.1. Sloboda autonomije	13
3.2. Sloboda izražavanja i privatnosti	14
4. DEMOKRACIJA U DOBA DRUŠTVENIH MEDIJA	18
4.1. Cenzura	19
4.1.1. <i>Promicanje demokracije putem društvenih medija</i>	20
4.2. Politička participacija.....	22
4.2.1. <i>Čuvari vrata</i>	23
4.2.2. <i>Eho-komore</i>	23
4.2.3. <i>Kaskade</i>	24
4.3. Politička polarizacija.....	25
4.3.1. <i>Mjehur filtra</i>	27
5. SAD PREDSJEDNIČKI IZBORI 2016.....	31
5.1. Psihografsko profiliranje i manipulacija glasova	31
5.2. Lažne vijesti- Propast pouzdanih institucija	32
5.3. Regulative i preporuke	32
6. ZAKLJUČAK	35
LITERATURA:.....	38
SAŽETAK	44
ABSTRACT.....	45

1. UVOD

Prema Zuboff-u (2019: 8), nadzorni kapitalizam može se definirati kao; „ (1.) Novi ekonomski poredak koji zahtijeva ljudsko iskustvo kao besplatnu sirovinu za skrivene komercijalne prakse ekstrakcije, predviđanja i prodaje; (2.) Parazitska ekonomska logika u kojoj je proizvodnja dobara i usluga podređena novoj globalnoj arhitekturi modifikacije ponašanja; (3.) Odmetnička mutacija kapitalizma obilježena koncentracijama bogatstva, znanja i moći jedinstven u ljudskoj povijesti; (4.) Temeljni okvir nadzorne ekonomije“. Iako oživljava staru sliku Marx-ovog kapitalizma koji se temeljio na radu, nadzorni kapitalizam temelji se na svakom aspektu ljudskog postojanja. Kao takav, nadzorni kapitalizam predstavlja prijetnju ljudima u 21. stoljeću, kao što je u prethodnom stoljeću predstavljao industrijski kapitalizam, jer sa svojom moći pridonosi dominaciji nad društvom i sa sobom donosi zabrinjavajuće izazove tržišnoj demokraciji (Zuboff, 2019: 10). Problematika koja se najviše ističe kod nadzornog kapitalizma je njegova mogućnost „eksproprijacije“ ključnih ljudskih prava koja se najbolje može shvatiti kao državni udar koji može uzrokovati rušenje narodnog suvereniteta (Supiot, 2013: 130).

Naime, nadzorni kapitalizam djeluje jedinstveno, koristeći se neviđenim asimetrijama moći i prikupljanjem informacija s kojima dolazi do svojih saznavanja. Koristeći se njime, sve informacije o pojedincu dostupne su i poznate, dok operacije nadzornih kapitalista ostaju nepoznanica od strane istih pojedinaca (Zuboff, 2019:18). Nadzorni kapitalizam je stoga osmišljen da akumulira veliki broj domena novih informacija o svakom pojedincu, ali bez da ijedan pojedinac sazna način na koji su iste informacije i podaci prikupljeni, te za što se koriste. Priča nadzornog kapitalizma počinje s „*viškom ponašanja*“ otkrivenim u online okruženju, putem kojih privatne kompanije prikupljaju sadržaj koji stvaraju korisnici (*user-generated content-UGC*) kako bi ostvarili dodatni profit (Sander, 2021). Taj sadržaj kompanije sa svojim analitičkim sposobnostima i tehnologijama koriste za predviđanje ponašanja korisnika.

Iako je u svom začetku bio viđen kao alat demokratskih sila, internet i njegova decentralizirana struktura dovela je do mišljenja da se nalazi izvan prostora pravnih institucija, jer zanemaruje neizravne načine mogu regulacije (Deiber i dr., 2005). Pošto se nadzorni kapitalizam oslanja na internet tražilice i sve više na društvene medije, ostaje pitanje kakvog utjecaja to ima na ljudska

prava i demokraciju pojedinca. Samim time, iako je internet predstavljen kao oruđe demokracije, njegov potencijal također ima razinu rizika, jer ista tehnologija može biti pozitivna sila za diskurzivne vrijednosti na kojima se temelji demokratska kultura, ali mogu biti i oruđe kontrole. Ista tehnologija koja olakšava diskurs stvara mogućnosti za cenzuru informacija, praćenje korisnikov korištenja interneta, te suptilno oblikovanje i manipulaciju ponašanja (Zuboff, 2019).

Također, *Web 2.0* tehnologije u posljednjem su desetljeću silno promijenile način na koji ljudi konzumiraju vijesti i kako se oblikuje njihova politička percepcija. Internet tražilice i platforme društvenih medija postale su novo i snažno oruđe za izlaganje informacija svim ljudima, zbog svoje sposobnosti personalizacije izvora i kreiranja sadržaja koje generiraju korisnici te su stoga imale utjecaj na politička mišljenja ljudi (Barberá et al., 2015). Algoritamski sortirane informacije ili kuriranje sadržaja na društvenim mrežama dio su nove tehnologije koja ima veliki potencijal da utječe na ljude i njihove stavove o politici. U jednoj mjeri, oni mogu izložiti ljude različitim političkim mišljenjima, ali također mogu ograničiti izloženost osporavanju različitih političkih mišljenja, što dovodi do ekstremnih stavova te pogrešne percepcije činjenica o stvarnosti (Benkler, 2006:11).

Prema Habermas-u (1994), internet oblikuje javnu sferu gdje pojedinci mogu sudjelovati putem racionalnog diskursa koji promovira društvenu integraciju. Ta integracija dopušta ljudima diljem svijeta mogućnost rasprave o svakodnevnim temama i problematikama. Kao takva, razlikuje se od tradicionalnih medija, koji imaju tendenciju ciljati velike mase ljudi, prikazivajući jednostranu perspektivu. Samim time, prema Papacharissi (2002: 22) internet pruža mogućnost pristupanju raznolikih perspektiva koje mogu pripomoći demokratskim sustavima oko boljeg informiranja oko političkih mišljenja i participacije. No, desetljeće kasnije, dolaskom društvenih medija u opticaj, nekadašnje shvaćanje interneta kao deliberalizacija društva postaje upitno, dolazi do toga da mediji mogu kontrolirati konzumaciju informacija pojedinaca kao što su to nekada radili tradicionalni mediji (Brogan, 2010). Stoga, iako se vidi veliki napredak u raznolikosti platforma putem kojih se može pojedinac informirati i doći do ciljanog znanja, zbog skrivenih namjera, kojim se platforme koriste, mogu biti zabrinjavajuće za demokratske poretke.

Demokracija i njezina sveobuhvatna kultura fokusirana je na individualnu slobodu kao i kolektivnu samoupravu, gdje svaki pojedinac ima pravo na sudjelovanje i političko izražavanje koje kontribuiraju demokratskoj kulturi (Balkin, 2018). Stoga, sloboda izražavanja putem širokog

raspona izvora kojim pojedinac može pristupiti temeljni je čimbenik ljudskih prava. Stoga, kao što navodi Habermas (1994: 12) „Unutarnja veza između narodnog suvereniteta i ljudskih prava sastoji se u činjenici da ljudska prava navode upravo uvjete pod kojima su različiti oblici komunikacije potrebni za politički autonomno donošenje zakona koji se pravno mogu institucionalizirati“. Prema tome, demokracija i ljudska prava međusobno su povezani te direktno utječu jedno na drugo (ibid.). Korištenje društvenih medija prikazuje afinitete prema oduzimanju pojedinih ljudskih prava ugrožavajući time i načela demokracije. Stoga, ovaj rad će analizirati negativni spektar korištenja društvenih medija i njihovih platformi te utjecaj istih na demokraciju i ljudska prava. Prema tome, glavno pitanje rada je:

(H): Koji su potencijalni rizici korištenja društvenih medija za ljudska prava i demokraciju?

Kroz pet poglavlja ovoga rada probat će se doći do odgovora na postavljeno pitanje. Nakon prvog uvodnog poglavlja, drugo poglavlje temeljit će se na faktore nadzornog kapitalizma i njegove uloge korištenja podataka pojedinaca na društvenim medijima i kako ta ponašanja predstavljaju rizik za demokraciju te prava privatnosti. Zatim sljedeće poglavlje temeljiti će se na fundamentalnim pravima ljudskih prava; prava autonomije i izražavanja i analizirati utjecaj društvenih medija na ta prava. Nakon, četvrto poglavlje fokusirat će se na pitanje cenzure, političke participacije i polarizacije koja se javljaju od trenutka kad su se ljudi počeli koristiti društvenim medijima kao glavnim izvorom primanja informacija. Pošto su politička participacija i sloboda biranja izvora informacija glavni faktori stabilne demokracije, ovi faktori su u najvećoj predispoziciji za biti dio negativnih čimbenika demokracije. Na kraju, rad će sumirati i prezentirati rizike društvenih medija na demokraciju i ljudska prava te isto tako predstaviti potencijalne regulative i preporuke koje bi mogle smanjiti negativan učinak društvenih medija na korisnike društvenih medija i njihova prava.

2. INTERNET KAO GLAVNI KOTAČ NADZORNOG KAPITALIZMA

Dominacija *Web 2.0* tehnologija i visoka izloženost na internetu (Kenneway i dr., 2012: 18) dovelo je potrošača do umrežavanja na društvenim medijima (Campbell i dr., 2011, Boyd i dr., 2007). Ovo poglavlje analizirat će ulogu nadzornog kapitalizma u doba interneta i društvenih medija te njegovim pronalaženjem financijske dobiti. Nadalje, poglavlje će kroz djelovanje društvenih medija kao glavnog čimbenika nadzornog kapitalizma prikazati potencijalne rizike koji korištenjem njihovih platformi mogu negativno utjecati na demokraciju i ljudska prava. Naime, poglavlje će kao rizike predstaviti „bihevioralni višak“; „bihevoural surplus“, podaci koji se prikupljaju aktivnošću korisnika na društvenim medijima za daljnju prodaju i targeting personalizacijom putem algoritama.

2.1. Nadzorni kapitalizam

Prema Deklaraciji o nadzorom kapitalizmu, on obuhvaća „(1.) Ljudsko iskustvo kao sirovinu za uzimanje. Na temelju ove tvrdnje može zanemariti razmatranja prava, interesa, svijesti ili razumijevanja pojedinaca; (2.) Pravo da koristi iskustvo pojedinca za prevođenje u podatke o ponašanju, na temelju tvrdnje o besplatnoj sirovini, daje pravo na posjedovanje podataka o ponašanju koji proizlaze iz ljudskog iskustva; (3.) Prava na preuzimanje i posjedovanje koja daju pravo da koriste ono što podaci otkrivaju.“ (Zuboff, 2019: 174). Nadzorni kapitalisti se ne razlikuju od ostalih kapitalista, naime, isto tako zahtijevaju neograničenu slobodu. Inzistiraju na tome da budu "*slobodni*" pokrenuti bilo kakvu novu praksu, dok aktivno traže svoje pravo da se "*oslobode*" zakona i propisa.

Ideja oko implementacije nadzornog kapitalizma nastala je kao sveobuhvatna obrana od prijetnje totalitarnih i komunističkih ideologija. Cilj je bio kreirati što slobodnije tržište koje bi zahtijevalo radikalnu slobodu uključujući slobodu od svih oblika državnog nadzora (Zuboff, 2019). Tokom 20. stoljeća pojavila se „kriza demokracije“ te je neoliberalna vizija kao rješenje uvidjela mogućnost korištenja tržišne metrike kao sredstvo za izbjegavanje političkog vlasništva nad ekonomskim izborima te sa novim poretom oblikovala novi sustav u koje je apsolutni autoritet

tržišnih snaga zapravo krajnji izvor imperativne kontrole (Sander, 2021), zamjenjujući demokratsko nadmetanje i ideologije atomiziranih pojedinaca koji su u najvećoj predispoziciji za natjecanjem oko ključnih oskudnih resursa (Zuboff, 2019). Kao što je utvrdio Pasquale (2013: 1017), neoliberalno stajalište pružalo je mogućnost nadzornim kapitalistima da dođu do velikog izvora novca tako što je privatnost gledana kao konkurentno dobro s pretpostavkom da se korisnici žele baviti samo uslugama koje nude razinu privatnosti koju traže. Discipline konkurentnih tržišta vodile su se idejom da se smanji udio „neposlušnih“ pojedinaca koji, ako bi se suprotstavljali novom poretku, bi postali ponovno subjekti koji su previše zaokupljeni preživljavanjem te se ne bi imali vremena žaliti (Zuboff, 2019). Kao i kapitalizam, koji svoje odgovore razvija na temelju potreba ljudi u zadanom vremenu i mjestu, nadzorni kapitalizam prikazao je digitalni svijet kao odgovor na potrebe poboljšavanja učinkovitosti života, kako bi ljudima bilo lakše pristupiti željenim informacijama, resursima i potrebama i time olakšati složenost napornog života. Regulativno uplitanje, prema ovom stajalištu, samo bi narušilo konkurentnu raznolikost te zbog toga bi model „*obavijesti o pristanku*“ inicirao da korisnici samoinicijativno biraju dijeliti svoju privatnost. Samim time, nadzorni kapitalizam svojim utočištem u neoliberalizmu izjednačio je državnu regulaciju poslovanja s tiranijom (Bakshy i dr., 2015). Ovaj „*paranoični stil*“ preferirao je samoupravne režime, koji su nametnuli malo ograničenja korporativnoj praksi, i time se dolazi do pitanja: da li kao takav, umjesto promoviranja demokracije, može zapravo negativno utjecati na demokraciju i ljudska prava pojedinca?

2.2. Podmetanje slobodne volje – online bihevioralno oglašavanje

Štoviše, nadzorni kapitalizam ne može se definirati kao tehnologija, već kao sustav koji prožima tehnologije i upravlja istima na način da „sluša“ pojedinca kako bih djelovao. Njegovo djelovanje može se koristiti platformama, strojnom inteligencijom i algoritmima, ali sam od sebe nije ništa od navedenog, već je upravitelj istih te tako dolazi do željenih ishoda (Zuboff, 2019:20). Prema tome, cilj nije samo automatizirati tokove pridobivenih informacija, već putem prethodno navedenih sredstava automatizirati pojedince kroz sveobuhvatna „*sredstva modifikacije ponašanja*“, koja su zaslužna za redistribuciju moći prema instrumentalizmu (Dubois i dr., 2018). Instrumentalna moć je prema Zuboff (2019: 15) zaslužna za mogućnost

nadzornog kapitalizma da prepozna i preoblikuje ljudsko ponašanje prema tuđim ciljevima. Naime, pojedinac je u svrhe nadzornog kapitalizma izvor „*biheviornog viška*“ putem kojeg se može doći do ključnih informacija bitnih za njegove naručitelje (Obar i dr., 2015). S time da naručitelj ili kupac dobara nadzornog kapitalizma nije pojedinac, već velika poduzeća i institucije koja na bazi pridobivenih podataka o ponašanju pojedinca reguliraju svoje trgovanje na tržištu te putem istih mogu regulirati i predočiti svoje buduće strategije na tržištu putem predviđanja ponašanja pojedinaca (Pasquale, 2013). Ta strategija se zove „*biheviornalna buduća tržišta*“, jer putem nje nadzorni kapitalisti mogu svoje radnje formulirati na već poznatim biheviornalnim čimbenicima koji su za pojedinca učestali te prema tome personalizirati svoje tržišne radnje (Zuboff, 2019: 18). Samim time, nastaje razlog za preispitivanjem uloge nadzornog kapitalizma i njihovih ekonomijskih imperativa koji sa svojim prikupljanjem i korištenjem informacija zanemaruju društvene norme i poništavaju elementarna individualna prava autonomije, koja su ključna za mogućnost opstanka demokratskog društva.

Imperativi nadzornog kapitalizma putem "*sredstva modifikacija ponašanja*" (Winner, 1978: 8) izvode operacije ekstrakcije i izvršenja te počinju funkcionirati kao koherentna cjelina čiji cilj nije nametanje normi ponašanja, kao naprimjer, opća poslušnost naroda, već proizvesti ponašanje koje pouzdano, definitivno i sigurno vodi do željenih komercijalnih rezultata. Naprimjer: strojna inteligencija kojom se koristi *Google* tražilica obrađuje „*biheviornalni višak*“ u proizvode za predviđanje, dizajnirane za predviđanje onoga što će pojedinac osjećati, misliti i činiti: sada, uskoro i kasnije (Obar i dr., 2015). Iako su internet tražilice u opticaju već duže vrijeme, tek je 2009. godine javnost prvi put postala svjesna da *Google* održava povijest pretraživanja pojedinca na neodređeno vrijeme: podaci koji su dostupni kao zalihe sirovina također su dostupni obavještajnim službama i agencijama za provođenje zakona. *Google* je pokušavao što duže to prekriti od javnosti te argumentirati na način da oni drugim akterima ne prodaju tuđe osobne podatke i prema tome nemaju direktni profit od toga, već prodaju predviđanja koja samo oni mogu izmisliti iz svoje privatne ostave „*biheviornog viška*“ (Balkin, 2018). Samim time smatraju kako su transparentni oko svog djelovanja te da „*biheviornalni višak*“ pojedinca ne narušava privatnost pojedinca iz razloga jer na tržištu ne dobivaju profit od toga. *Google*-ov izum otkrio je nove mogućnosti zaključivanja namjera i interesa pojedinaca i grupa koristeći se automatiziranom arhitekturom, koja djeluje kao jednosmjerno zrcalo bez obzira na svijest, znanje i pristanak osobe, omogućujući tako privilegirani tajni pristup podacima (Flaxman i dr., 2016).

To jednosmjerno zrcalo utemeljuje specifične društvene odnose nadzora bazirane na asimetriji znanja i moći, a *Google*, kao takav, ima sposobnosti nametnuti takve društvene odnose svojim korisnicima. Umjesto da ljudi imaju pravo i slobodu odlučivanja, ta su prava koncentrirana unutar domene nadzornog kapitalizma (Zuboff, 2019: 483). Prema tome, mnogi su iz ovih previranja zaključili da tržišna demokracija više nije održiva, unatoč činjenici da je kombinacija tržišta i demokracije dobro služila čovječanstvu, poput mogućnosti informiranja i interakcije s drugima, ipak sa sobom nosi puno faktora koji pojedincu ne daju alternativu za pristup istim bez odricanja svojih temeljnih prava privatnosti.

Samim time, postoji uska povezanost između slobode govora i prava vlasništva. Logika koja povezuje vlasništvo s apsolutnim pravom na slobodu izražavanja dovela je do privilegiranja korporativnog djelovanja kao govora koji zaslužuje ustavnu zaštitu (Sustein, 2017). To bi moglo biti opasno za društvo, jer bi moglo dovesti do povratka na feudalne doktrine, iz kojih se korporativno pravo razvilo u sedamnaestom stoljeću, jer se tada, prema pravnim načelima, ograničavala suverena vlast nad korporacijama, crkvama i gradovima koji su tada imali pravo da nad sobom sami vladaju (Supiot, 2013). Iako su sudovi svjesni toga i uviđaju problematiku oko mogućnosti vladinog prekoračenja, ne pridodavanju dovoljnu pažnju problemu privatnosti, koja se stvara s time ili kolika je mjera korporativne moći (Zuboff, 2019: 108). Manjak fokusa na zaštitu prava pojedinca na privatnost suprotno je onome za što se zalaže demokracija u okvirima ljudskih prava (Clooney i dr., 2017, Daly, 2019), te kao takva privlači negativne asocijacije pojedinaca na njegovu dobrobit za društvo. Stoga, tanka granica koja postoji između promoviranja konkurentnog slobodnog tržišta i prava pojedinaca može se s vremenom sve više isticati kao rizik za demokraciju.

2.3. Društveni mediji

Društveni mediji su internetske platforme koje omogućuju stvaranje i razmjenu sadržaja koji generiraju korisnici, obično koristeći mobilne ili web tehnologije (Margetts i dr, 2016: 5). Umrežavanje društvenih medija može biti shvaćena kao online aktivnost u kojoj kruži ogroman

broj digitalnih izvora informacija koju konzumiraju korisnici interneta, koji potom mogu podijeliti svoje ideje i stvoriti virtualnu zajednicu, nalik onoj pravoj zajednici (Beuker i dr., 2010: 54). Društveni mediji se sastoje od online platforma i komunikacijskih kanala koji se koriste za dijeljenje informacija, stvarajući virtualnu sferu za ljudske interakcije (Cox, 2010). Društveni mediji su izazvali tri glavna učinka, koji se razlikuju od tradicionalnih medija po: (1) pomaku komunikacije s desktopa na web (Brogan, 2010.), (2) premještanje moći od tvrtke prema potrošaču, i (3) pomak proizvodnje vrijednosti informacija (Hanna i sur., 2010). Društveni mediji poput *Facebook-a*, *Twitter-a* i *Instagram-a* zalažu se za transparentno emitiranje sadržaja u obliku tekstova, videa i fotografija te se smatra najbržim i najučinkovitijim metodom komuniciranja s javnošću (Brogan, 2010: 53).

Iako su na početku društvene mreže bile uviđene kao sredstva s kojima se moglo promovirati demokraciju, sa svojim sloganom „*tehnologije oslobođenja*“ mogu osnažiti pojedince da komuniciraju, a pritom pomno provjeravaju vladu i razotkrivaju nepravde (Balkin, 2018: 1158), s vremenom došlo je do nesuglasica. S njom se rodila sumnja da društveni mediji sa svojim djelovanjem koje indicira na korištenje nadzora nad korisnicima dovodi do kontra-efekta u kojem se društveni mediji shvaćaju kao nešto što budi anksioznost kod svojih korisnika, do mjere gubljenja povjerenja u namjere istih. Samim time, društveni mediji kao „*čuvari*“ nazaduju oko koncepcije demokracije (Sander, 2021). Također, prema istraživanju Mangold i Faulds (2009: 358), društveni mediji su približavaju istomišljenike zajedno te se stvara „*narodni medij*“, a zbog toga, za nadzorni kapitalizam su ključni, jer ima najprostranije podatke korisnika te s lakoćom može kontrolirati ekonomsko tržište (Obar i dr., 2015). Stoga, središnja funkcija društvenih medija je omogućiti poduzećima moderiranje sadržaja prema kategorijama („*čuvanja sadržaja (content gatekeeping)*“) koje korisnicima dopuštaju ili zabranjuju, te isti sadržaj prema korisnikovim korištenju platformi je moguće „organizirati“ tako što ih rangiraju i pojačavaju (Sander, 2021: 165). Stoga kako bi pojedinac koristio društvene medije, od njega se zahtjeva da svoju privatnost zamijeni za mogućnost komunikacije te omogućava istim da zloupotrijebe svoju moć u oblicima manipulativnog mikro ciljanja „*organiziranog sadržaja*“, lažnih informacija te stranačko ciljanje osobnih podataka.

2.3.1. Privatnost

Kako bi se što učinkovitije mogao koristiti sa svojim alatima za osiguravanje ekonomskog tržišta, nadzorni kapitalizam se za prikupljanje svojih podataka okrenuo prema digitalizaciji i korištenju interneta, znajući da se na takav način može što više približiti korisnicima (Cox, 2010). Samim time, digitalni svijet bi omogućavanjem umreženja putem interneta dao ljudima mogućnost da pristupaju željenim informacijama koje su njima najrelevantnije (Obar i dr., 2015). Prema Allen-Castellitto (2006: 23) postoje četiri temeljna prava privatnosti pojedinca: (1.) „*informacijska privatnost*“, gdje pojedinac može sam upravljati sadržajem i njihovom vidljivosti; (2.) „*odlučujuća privatnost*“, pravo odlučivanja bez tuđeg uplitanja; (3.) „*bihevioralna privatnost*“, pravo na ponašanje prema izboru; (4.) „*fizička privatnost*“, prava na samoću, povučenost i zaštitu od protupravnih pretraga. Ovi koncepti ključni su za svaku demokraciju kao i za sam ustav pojedinih država.

No, kinetički rast „*digitalnog konstitucionalizma*“, pojma koji obuhvaća konstelaciju inicijativa koje su nastojale artikulirati „skup političkih prava, normi upravljanja i ograničenja u vršenju vlasti na internetu“ (Gasser i dr, 2018: 303), pomoglo je nadzornom kapitalizmu da putem servera pohranjuje podatke iz internet tražilice svakog pojedinca te iste podatke preusmjeri drugim akterima. Naime, *Google* kao najpopularnija internet tražilica dolazi s „*politikom privatnosti*“, „*ugovorom o uvjetima pružanja usluge*“ i „*ugovorom o licenciranju krajnjeg korisnika*“, putem toga svaki pojedinac može uvidjeti opresivne posljedice za privatnost i sigurnost u kojima se osjetljivi osobni podaci dijele s drugim pametnim uređajima, neimenovanim osobljem i trećim stranama u svrhu prediktivnih analiza i prodaje drugim neodređenim stranama (Sustein, 2017). Iako pojedinac može uviditi da se njegovi podaci koriste u daljnje svrhe, nema pristup pregledu tko i za što se njegovi podaci koriste, što uvelike narušava mogućnost samoodređenja kao i privatnost (Campbell i dr., 2011, Barkin, 2018) Takozvani „*ugovori o pripojenju*“ su svjesno prikazani, jer nameću „*uzmi ili ostavi*“ uvjete korisnicima koji ih se pridržavaju, sviđalo im se to ili ne, znajući da korisnici nemaju drugu opciju te da takve uvjete mogu postaviti, jer će svatko biti primoran prihvatiti ih. Dakle, dilema koja nastaje kod pojedinca je sljedeća: Da li da dopusti korištenje svojih podataka kako bi mogao koristiti internet kao izvor informacija, ne znajući koji se podaci prikupljaju ili u potpunosti zanemariti digitalni

svijet kako bih sačuvao svoju privatnost? Pošto digitalni način života prožima sve spektre pojedinčeva života, odricanjem korištenja takvih platformi dovelo bi ga do nepovoljnog životnog položaja jer je sve digitalizirano.

Samim time, pojedinac više nema svoju privatnost i slobodu, jer da bi ju mogao imati, trebao bi se izolirati od društvenog života, rada i školovanja. Pošto je neizbježno koristiti internet i društvene platforme za socijaliziranje, pojedinac uistinu više nema sveukupnu kontrolu nad svojim identitetom i privatnošću (Obar i dr., 2015). Ta neizbježnost dovodi pojedinca do straha od „*diktature bez alternative*“, jer opseg moći nadzornog kapitalizma pojedince uvodi u zamku iz koje je teško pobjeći (Flaxman i dr., 2016). Prema pretpostavkama demokracije i ljudskih prava, koje bi trebale biti dostupna ljudima, ljudi žive u spoznaji da njihovi životi imaju jedinstvenu vrijednost (Dahl, 2015), ali s nadzornim kapitalizmom pojedinac je samo čestica te se kao takav tretira kao nevidljiv. Očekivanja prava na samoodređenje uveliko utječu na percepciju ljudske slobode, no s nadzornim kapitalizmom i njegovom ulogom na ekonomskom tržištu, pojedinac gubi individualizam te prava na život pod vlastitim pravilima.

Dakle, nadzorni kapitalizam sam po sebi nalikuje anti demokraciji, ali njegova izuzetna moć ne potječe od države, kao što je to povijesno bio slučaj. Njegovi učinci ne mogu se svesti, niti objasniti tehnologijom ili namjerama loših ljudi; one su dosljedne i predvidljive posljedice unutarne, dosljedne i uspješne akumulacijske logike svestranih podataka (Sander, 2021). Sveprisutni aparat djeluje putem prisile i prikrivenosti, što predstavlja rizik za budućnost demokracije. Države koriste svoje ustave kako bi prekrile niz novih praksi koje su antidemokratske po svojim ciljevima, posljedicama i temeljno destruktivne za trajne vrijednosti zaštite pojedinca od zloupotrebe moći (Sustein, 2017). Nadzorni kapitalisti razvili su „*cyberlibertarijansku*“ ideologiju, koju smatraju temeljem slobode govora (Zuboff, 2019:120).

Facebook, platforma za komunikaciju, je oponašajući *Google*, naučila kako sačuvati svoju slobodu u prostoru bez zakona, pomičući granice postojećih propisa i suprotstavljajući se novim zakonima. Zbog optužbi da je obmanjivala potrošače, govoreći im da svoje podatke na *Facebook*-u mogu čuvati, a zapravo su iste podatke prenosili dalje, 2011. godine je, u nagodbi s *Saveznom Trgovinskom Komisijom* (FTC), izbjegnuta daljnja istraga. Iako se ova vijest proširila, do 2017. godine *Facebook* je imao više od dvije milijarde korisnika koji su na dnevnoj bazi ukupno objavljivali do 350 milijuna objava (Zuboff, 2019: 236), što znači da su korisnici, iako

zabrinuti za svoju privatnost, i dalje ostali vjerni korisnici platforme. Iako se *Facebook* vodi principom „očuvanja privatnosti“ korisnika, jedina privatnost koju korisnik ima je ta da može odlučiti hoće li svoj profil na *Facebook*-u „zaključati“, tako da njegove objave vide samo ljudi koji su mu na platformi „prijatelji“. Realnost je ta da *Facebook* i dalje koristi podatke svakog korisnika kako bi mogao što učinkovitije ciljati pojedinca sa sadržajem koji se prema njegovom ponašanju najviše podudara s korisnikom (Rainie i dr., 2014).

Dakle, pojedinac zapravo ima moć privatnosti samo do one granice gdje drugi korisnici mreže ne mogu vidjeti njegove objave i djelovanje na mreži, dok s druge strane ostali akteri, bez obzira na tu privatnost, imaju dostup svim objavama i podacima koje je korisnik objavio na platformi. *Facebook* se i 2018. godine našao u novom skandalu i to sa *Cambridge Analytics*-om oko nedovoljnog uvida korisnicima platforme koji podaci se prikupljaju i u koje svrhe. Posljedica toga je da *Facebook*-a proširi transparentnost i raspon osobnih podataka koje korisnicima omogućuje preuzimanje „meta-podataka“ koji se pohranjuju (Sustein, 2017). No, podaci kojima su korisnici mogli prikupiti su se uglavnom sastojali od informacija koje su oni sami pružili, uključujući informacije koje su izbrisali: prijatelje, fotografije, video i oglase na koje je pojedinac kliknuo (ibid). Ali ti podaci nisu uključivali „bihevioralni višak“, podaci koji se koriste za predviđanje aktivnosti ni sudbinu tih predviđanja, jer se koriste za promjenu ponašanja, kupnju i prodaju (Balkin, 2018). Stoga, korisnik i dalje nema uvid u cjelokupni proces prikupljanja svojih podataka te u koje svrhe se oni koriste. Iako se ova rezolucija može gledati kao vrsan napredak, što se tiče transparentnosti i korisnikova uvida u pojedinačne radnje *Facebook*-a, korisnici i dalje nemaju uvid u ono što se događa „iza kulisa“ s njihovim podacima. Prema tome, iako u maloj mjeri pojedinci imaju više uvida nego što su prije imali te se sa strane *Facebook*-a privatnost pojedinca manje narušava, i dalje ostaje činjenica da se privatnost pojedinca i dalje kapitalizira i umanjuje njezina vrijednost i time predstavlja negativan učinak na vrijednost ljudskih prava, jer se privatnost ograničava što je kontradiktorno temeljima demokracije.

2.3.2. Algoritmička pristranost i personalizacija

Štoviše, društveni mediji poput *Facebook*-a i *Twitter*-a, putem prikupljanja podataka kroz „algoritme“ imaju mogućnost personalizacije sadržaja prema svakom pojedincu na način da se

sadržaj na korisnikovom *feed*-u prilagodi prema njegovim prioritetima, potrebama i željama. Naime, algoritmi mogu naučiti i znati o korisniku što žele ili vole, i to čak prije nego li sam korisnik. Mogu prepoznavati i emocije korisnika te prema tome personalizirati sav sadržaj kojemu je pojedinac izložen (Sustein, 2017: 20). Ta personalizacija je, iako možda nesvjesno, korisniku draga, jer može isključivo pratiti stvari koje su njemu interesantne, ona se ne događa kako bi se olakšalo korisniku kod korištenja platformi, već kako bi mogli na taj način specifičnije targetirati korisnike da konzumiraju proizvode i resurse koji im donose profit putem ciljanog oglašavanja (Sander, 2021, Obar i dr., 2015). Također, „*bihevioralni višak*“ ili „*meta-podaci*“ za komercijalnu prednost temelje se i na „*analizi osobnosti*“ svakog pojedinca. Naprimjer, *Facebook* usluga pod nazivom "*predviđanje lojalnosti*" reklamira se zbog svoje sposobnosti da analizira bihevioralni višak kako bi se predvidjeli pojedinci koji su u opasnosti od promjene odanosti svojoj robnoj marki (Beuker i dr., 2010). Ideja je da ova predviđanja mogu potaknuti oglašivače da hitno interveniraju, ciljajući agresivne poruke kako bi stabilizirali lojalnost i tako postigli zajamčene rezultate, mijenjajući tijek budućnosti. Posljedica ovakve personalizacije može biti fragmentacija osjećaja, gdje pojedinac na specifične okoline počinje gledati drugačije. Samim time, to znači da s povećanom personalizacijom, korisnik može vidjeti i vjerovati onom čemu se izlaže, što čini manju vjerojatnost da će se susresti s višestrukim ili suprotnim stavovima. To može rezultirati kao rizik nedovoljnoj izloženosti istini i integraciji koji su fundamentalni čimbenici za demokraciju (Sander, 2021).

3. LJUDSKA PRAVA UNUTAR DEMOKRACIJE

Zakon o ljudskim pravima (HRL) može se shvatiti kao; „*prilagođena tržištu, paradigma ljudskih prava koja jača postojeće neoliberalne strukture upravljanja*“ (Sander, 2021:162). Režimi zaštite podataka diljem svijeta uvelike slijede koncepte HRL tržišta, a temeljeni su na "*neoliberalnom modelu djelovanja*" i "*modelu tržišta prosvjetiteljstva*", koji pojedincima daje mogućnost traženja i tumačenja informacija o online okruženju i donošenja informiranih odluka (Sander, 2021:189). Pokušaji da se ispita odnos između platformi društvenih medija i ljudskih prava, prijašnje poglavlje kao potencijalne rizike uvidio je narušavanje privatnosti pojedinca. Stoga, ovo poglavlje analizirati će u smjeru utjecaja društvenih medija na ostala ljudska prava; na prava na slobodu autonomije, biranja i izražavanja, te će se sagledati negativni utjecaj društvenih medija koji krše ta prava.

3.1. Sloboda autonomije

Sartre (1993: 573) smatra da "*sloboda nije ništa drugo nego postojanje naše volje*", jer svaki pojedinac mora htjeti tj. željeti imati slobodu. Samoopredjeljenje i autonomija smatraju se kao „*sloboda volje*“ i kao takva, ljudska svijest predstavlja prijetnju nadzornom kapitalizmu i njegovom prihodu, budući da svijest ugrožava modifikaciju ponašanja pojedinca. Arendt (1998: 244) koristi metaforu volje kao nešto što je fundamentalno dio ljudske svijesti te je neotuđivo. No, ako je sloboda zapravo sloboda volje, postoje nedoumice oko toga da li korisnici svojevljno prihvaćaju rizike društvenih medija, iako im se tako mogu ograničiti i narušiti ljudska prava ili ne, i da li u tom slučaju, ako su prava svojevljno donesena, nisu narušena. Pošto se nadzorni kapitalizam fokusira na heteronomiju, što znači „*regulacija od strane drugih*“, a to je suprotno od autonomije, nadzorni kapitalisti iskorištavaju sva raspoloživa sredstva kako bi zamijenili autonomno djelovanje heteronomnim djelovanjem da bi konkurentnu ekonomiju držali na životu. (Zuboff, 2019: 291).

Štoviše, heterogeno društvo ima koristi od zajedničkih iskustava koja su proizvedena putem medija. Ta iskustva olakšavaju napore oko rješavanja zajedničkih problema te potiču ljude da gledaju jedni na druge kao sugrađane, izlagajući se možda i informacijama s kojima se osobno ne

slāžu za dobrobit drugih (Daly, 2019). Posebna je vrlina nepoželjnog izlaganja informacijama ta da čak i ako pojedinci često ne dobiju puno takvih informacija, oni će to podijeliti s drugima. U mjeri u kojoj komunikacijsko tržište postaje sve više personalizirano, ono smanjuje raspon široko dijeljenih iskustava. Ako se mogućnost unakrsnog informiranja smanji ili ako ljudi iz različitih mišljenih stavova ne budu više u mogućnosti biti izloženi suprotnoj strani, to bi dodatno zatvorilo zajednice, te bi imalo štetne rezultate na demokratske ideale (Dahl, 2015). Ipak, središnji demokratski cilj je osigurati barem određenu mjeru društvene integracije (Dryzek, 2002).

No, prema ljudskim pravima, ljudi bi trebali imati pravo „slobode biranja“. Isto tako, Sustain (2017: 270) argumentira kako sloboda zahtjeva više od toga. Naime, zahtjeva određene pozadinske uvjete koji omogućuju ljudima da prošire vlastite horizonte i nauče što je istina, a što sve podrazumijeva ne samo zadovoljstvo svih preferencija i vrijednosti koje ljudi imaju, već i okolnosti koje pogoduju slobodnom formiranju preferencija i vrijednosti. Ali samim time, to može dovesti do toga da netko indirektno utječe na formiranje takvih percepcija, prikazivanjem informacija koje nisu nužno istinite ili su adaptirane kako bi odgovarale nekom drugom kao naprimjer: državi ili izborima (Cardie i dr., 2011) Iako je to najučestalije kod autoritarnih režima i postiže se cenzurom, takva događanja počela su biti vidljiva i u demokracijama, što bi moglo uzrokovati skeptičnost oko funkcije društvenih medija. No, s društvenim medijima, kada nema cenzure, i kada su informacije slobodno dostupne, demokratska samouprava održiva je i vjerojatnost da će se dogoditi tiranija vrlo je mala. Pod uvjetima slobodnog izražavanja i mogućnosti slobodnih informacija, društveni mediji imaju jako pozitivan učinak na demokraciju (Margetts i dr, 2016., Mangold i dr., 2009).

3.2. Sloboda izražavanja i privatnosti

Sloboda izražavanja, uključujući političku raspravu, podrazumijeva da građani trebaju imati što i širi pristup informacijama i širenje mišljenja, posebice putem medija, i kao takav su bitan temelj demokratskog društva i osnovni uvjet za individualno samo ispunjenje (Tully, 2014: 160). Sloboda govora ili izražavanja prema Sustain-u (2017: 300) nije apsolutna i dopušta vladi da poduzima raspon ograničenja oko toga što ljudi mogu reći na internetu. Naj zabrinjavajuće

posljedice korištenja društvenih medija je da se pojedinci koriste platformama u namjeri promicanja nasilja nad određenim pojedincima ili skupinama (Clooney i dr., 2017). Mogućnost slobodnog govora i izražavanja na *Facebook*-u ili *Twitter*-u omogućio je širenje mržnje putem pisanih objava i komentara kao i nasilja nad grupama ljudi (Stecklow, 2018). Vlada svojim regulacijama pokušava osigurati društvo kao cjelinu i prema tome može nadzirati što je rečeno i reagirati na ono što smatra da je prijetnja za društvo. Ta pitanja su najčešće povezana s računalnim virusima, kriminalnim zavjerama, pa čak i eksplicitno poticanje na sudjelovanje u kaznenim djelima i prevencijom od terorizma i cyberterorizma (ibid). Problemi s kojima se bore pitanje su nacionalne sigurnosti koje je neizmjerljivo važno, pa prema tome, ograničavanje ili uvid u radnje pojedinaca na društvenim mrežama trebalo bi se smatrati kao nešto što je svima potrebno.

Naprimjer, članak 20(2) *Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima* (ICCPR) obvezuje države da zabrane “svaku propagandu nacionalne, rasne ili vjerske mržnje koja predstavlja poticanje na diskriminaciju, neprijateljstvo ili nasilje” (Clooney i dr., 2017: 20). Osim toga, moderni HRL pruža širu zaštitu od diskriminacijskog govora mržnje, osim etničke, rasne ili vjerske, proširujući se na štetno ponašanje, politička ili druga mišljenja, nacionalna ili društvena opredjeljenja. Iako je članak dovoljno temeljit oko definicije, u praksi vrste izražavanja koje pripadaju pod zabranu nisu sebi dosljedne te su i dalje prisutne na platformama društvenih medija. No, Benkler (2006) i Groeling (2013) smatraju kako vlada i zakon ne bi trebali imati legitimnu ulogu na uplitanje u aktivnosti pojedinaca na društvenim medijima. S ovog gledišta, slobodno društvo poštuje te izbore i izbjegava “regulaciju”, čak i ako je ono što proizlazi iz slobodnih izbora prilično nepoželjno; to je ono što je sloboda. Prema tome gledano, pojedinac sam preuzima odgovornost o nepoželjnim situacijama koje se mogu dogoditi na mrežama. Takvo stajalište bi svakako potkrijepilo sveobuhvatno razumijevanje slobode (Allen-Castellitto, 2006), no ona ne bi trebala biti apsolutna, jer prijetnje koje se najčešće događaju su povezane s krajnjim činom terorizma koji utječe ne samo na pojedinca, već na cjelokupnu zajednicu (Sander, 2021).

No, kad god neka država ograniči govor, uključujući i prema članku 20(2) *Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima*, *Vijeće za ljudska prava Ujedinjenih naroda* (HRC) potvrdilo je da se zemlja mora pridržavati članka 20(2) (Clooney i dr., 2017). Štoviše, da se pojedincu

uskrate „*prava izražavanja*“, zakonski država mora zadovoljiti tri kriterija: „(1.) ograničenje mora biti predviđeno zakonom koji je jasan i dostupan svima (tj. *načela predvidljivost i transparentnost*); (2.) ograničenje mora štiti prava ili ugled drugih, nacionalnu sigurnost, javni red, javno zdravlje ili moral (*načelo legitimiteta*); (3.) ograničenje mora biti nužno i najmanje restriktivno sredstvo za postizanje cilja (*načela nužnosti i proporcionalnosti*)“ (Tully, 2014: 161). Prema tome, država ima pravo ograničiti zakonom objave i time slobodu izražavanja, ako su one ustanovljene kao štetne za društvo (Sander, 2021: 173). No, s druge strane, HRL se također zalaže da bi stjecanje *meta-podataka* od strane poduzeća trebalo biti podložno odgovarajućim mjerama zaštite od zlouporabe, jer nije manje nametljivo od kontroliranja komunikacija bile one „nasilnog“ oblika ili ne. Prema HRL-u, korporativna regulacija društvenih medija kao načelo nadzora prvenstveno se rješava kroz prizmu informacijske privatnosti, koja čini temelj zakona o zaštiti podataka (Sander, 2021: 188) Zapravo, države imaju pozitivnu obvezu regulirati obradu osobnih podataka kako bi osiguralo pravo na privatnost.

Naime, korištenje podataka prikupljenih od korisnika su, nakon terorističkog napada 9. rujna u New Yorku, pomakli obavještajnu zajednicu u nepoznatu krivulju potražnje koja je inzistirala na eksponencijalnom povećanju brzine oko zaštite. Također, „*rat protiv terorizma*“ preusmjerio je pozornost vlade sa zakona o privatnosti na to da na što brži način razvije odgovarajuće tehnologije koje bi im pomogle kod sprječavanja takvih događaja (Gasser i dr., 2018). Taj izborni afinitet doveo je do trenda prema „*iznimnosti nadzora*“, jer je prioritet nacionalna sigurnost, a ne osobna privatnost. To je dodatno zaštitilo tržište nadzornog kapitalizma od dodatnog preispitivanja. Počele su se služiti s prikupljanjem podataka kao obrana od potencijalnih novih napada, kao i preventivno oružje za nadziranje pojedinaca koji su im bili sumnjivi; čiji algoritmi su prikazivali uzorke nalik nasilju, ili ostalim bihevioralnim čimbenicima (Zuboff, 2019). Samim time, taj preokret gdje od stanja u kojima su službenici za zaštitu podataka, čuvari privatnosti, grupe za građanska prava i drugi pokušavali ublažiti negativne društvene učinke nadzora, je došao do oštrog nagiba prema isključujućim i nametljivijim praksama nadzora s izgovorom da je to najbolja opcija zaštite sve građane od prijetnje. Nadalje, *Google* je sklopio ugovor s CIA-om za svoj „*Intelink Management Office*“, zbog kojeg je prilagodio svoju tražilicu na način da nadgleda strogo povjerljive, tajne i osjetljive, ali neklasificirane intranete, kako bi lakše dijelili informacije međusobno. Štoviše, kako bi se što bolje mogle uvidjeti prijetnje i spriječiti na vrijeme, 2017. godine *Facebook* i *Twitter* osnovali su

Globalni internetski forum za borbu protiv terorizma. Cilj je bio preko „protugovornih inicijativa“ i suradnje s inženjerskim tehnikama za rješavanje problema dijeliti klasificirane sadržaje, kako bi kreirali zajedničku bazu podataka te bi se preko slika nasilja i terorizma ubrzala identifikacija računala koja nadgledaju terorističke radnje (Zuboff, 2019). No, to samo po sebi, iako može djelovati za dobrobit nacionalne sigurnosti, može ujedno i kršiti prava pojedinca na izražavanje i privatnost njegove aktivnosti na društvenim platformama. Deliberalizacija interneta i društvenih medija kao inicijator promoviranja demokracije, iako pojedincu daje veću mogućnost komuniciranja i sudjelovanja u javnom mnijenju, kada je ono suprotstavljeno opće prihvaćenom mišljenju, može biti kontrolirano i time povrgnuti ono za što se prvobitno demokracija, po pitanju društvenih medija, zalaže. No, sloboda izražavanja ne bi trebala biti apsolutna, pogotovo ako šteti zajednici i time bi trebala biti regulirana (Tully. 2014).

4. DEMOKRACIJA U DOBA DRUŠTVENIH MEDIJA

Slobodna razmjena informacija ili stavova o ekonomskim, društvenim pa i političkim temama, ključna je i svojstvena samoj prirodi demokracije (Tully, 2014). Internetske platforme kojim se pojedinac može koristiti same po sebi su demokratskog načela jer pružaju javnosti pristup informacijama i omogućuje im da aktivno sudjeluju u procesu komunikacije (Sander, 2021). No, prema Daly (2019: 9) „*Demokracija je vrlo sporan koncept koji se pokazao zloglasno otpornim na definiciju*“. Štoviše, prema Dahl (2015) demokracija se može definirati prema; (1.) „*minimalističkom pogledu*“ koji uključuje natjecateljske izbore i opće pravo glasa te (2.) „*maksimalističkom pogledu*“ koji uz to uključuje da svi građani imaju priliku učinkovito sudjelovati i steći prosvijećeno razumijevanje događaja. Dryzek (2002: 3) argumentira kako demokracija mora sadržati komunikaciju bez manipulacije, propagande, prevare i prijetnje. Iako je informiranje javnosti i iznošenje istinitih informacija, kao i pravo javnosti na sudjelovanje u dijalogu, obostrani pristanak i povjerenje nešto što je univerzalno prihvaćeno kao demokratsko dobro (Price i dr., 2002), temeljna načela demokracije stavljena su na kušnju s određenim značajkama društvenih medija i nadzornog kapitalizma.

Društveni mediji imaju različiti pristup distribucije informacija od tradicionalnih medija. Naime, tradicionalni mediji koji su težili ka pružanju zajedničkog iskustva, s dolaskom društvenih medija to se promijenilo na način da svaki korisnik može uživati u personaliziranom sadržaju i izložen je samo informacijama i vijestima koje želi čuti. Samo po sebi, to možda i ne bi predstavljalo problem sa stajališta demokracije, jer s društvenim medijima uvažava se i glas publike, jer mogu sudjelovati u aktualnostima svih sadržaja na platformama. No, rizik se može uvidjeti kada različiti faktori društvenih medija prožmu pojedinca kroz svoje djelovanje, kako bi ga preusmjerile na željeni cilj ponašanja (Bakshy i dr, 2015). Mjera u kojoj društveni mediji dopuštaju kreiranje personaliziranih „*news-feed-ova*“, koji kreiraju osobna iskustva i zatvorenu zajednicu za svakog pojedinca dovode do samoizolacije, koja može utjecati na širenje neistine, polarizaciju i fragmentaciju. No, iako to predstavlja rizik, također, i sa stajališta ljudskih prava, pruža pravo pojedincu na samoodređenje kod slobode biranja.

Stoga, ovo poglavlje će prvo analizirati najučestalije rizike koji se javljaju korištenjem društvenih medija na demokraciju. Prijašnje poglavlje argumentiralo je kako društveni mediji

potencijalno mogu biti rizični kod slobode izražavanja, biranja i autonomije koji direktno utječu i na demokraciju. Stoga, postoje čimbenici koji dodatno umanjuju već navedena ljudska prava, pogotovo kod informiranja putem društvenih medija. Naime, cenzura, politička participacija i politička polarizacija su najrizičniji potencijalni problemi koji mogu nauditi demokracijskom poretku (Sustein, 2017, Tully, 2014). No, društveni mediji iako pokazuju rizike, za autoritarne režime imaju pozitivan učinak, jer daju mogućnost skupinama ljudi da preko medija i platformi slobodno izražavaju svoje mišljenje i mobiliziraju ustanke kako bi s vlasti makli represivne režime (Mangold, 2009, Merkour, 2016). Samim time, postoji tanka granica između pozitivnih učinka društvenih medija i onih koji potencijalno mogu dovesti demokracije do nazadovanja.

4.1. Cenzura

Cenzura uključuje bilo koju vrstu suzbijanja ili regulaciju sredstava izražavanja na temelju sadržaja od strane vlade ili drugog tijela (Walker, 2016). Dakle, rizik koji se javlja s cenzurom i filtriranjem informacija do kojih pojedinac ima pristup je narušavanje slobode govora pojedinca, te kao takva se ne slaže s doktrinom demokracije (Deibert i dr., 2005). Društveni mediji većinom se predstavljaju kao transparentni mediji, koji svakom korisniku omogućavaju transparentni oblik komunikacije i slobodni način izražavanja (Sustein, 2017). No, korisnici i dalje nemaju punu moć oko toga što smiju reći i što je za njihovo društvo prihvatljivo za izreći i podijeliti. Stoga, države putem društvenih medija mogu odrediti kakav tip informacija se smije, a kakav ne smije podijeliti na društvenim mrežama. Također, prevencijom ili nametanjem kazni korisnicima, ako se ne ponašaju u skladu s njihovim normama, može se spriječiti da se mišljenja iznesu javno.

Pošto, u uobičajenom shvaćanju, sloboda govora podrazumijeva zabranu vladi da cenzurira govor koji ne odobrava, ostaje pitanje da li vlast ima legitimitet ograničavanja kontroliranja govora na društvenim mrežama? To može predstaviti veliki rizik za demokracije, jer se princip cenzure najjasnije uočava kod autoritarnih režima, koji su često podložni korištenju cenzure i ušutkavanju onih informacija s kojima se oni ne slažu ili spriječiti da bude javna (Mangold, 2009). Zato internet može biti velika prijetnja, a pogotovo društveni mediji, koji se također pokušavaju cenzurirati. Ako je cenzura često prisutna u demokracijama, nije puno različita od

autoritarnih režima pa time može i sama dospjeti do razine gdje su temeljne ideje i prava narušena te bi, kao takva, demokracija nazadovala. Zuboff (2019) smatra da je kriterij za funkcionalnu demokraciju onaj, gdje sustav slobodnog izražavanja mora ispunjavati uvjete da ljudi mogu biti izloženi informacijama koje nisu unaprijed odabrane, već neočekivane i neplanirane, te bi trebali dijeliti i biti izloženi zajedničkim iskustvima, kako bi lakše razumjeli jedne druge. Iako se svi ljudi ne mogu slagati u vezi svake teme, društveni mediji pružaju priliku da ljudi upoznaju i drugu stranu. Zajedničko shvaćanje i iskustvo temeljni su za opstanak demokracija.

Iako se 2012. godine u SAD-u predložio „*Globalni zakon o slobodi na internetu*“, koji je imao namjeru spriječiti američka poduzeća da surađuju s vladama koje koriste internet u svrhu cenzure ili represije te promovirati društvene medije putem aktera, koji bi promovirali i unapređivali demokraciju i ljudska prava, i dalje se cenzura u potpunosti nije eliminirala (Tully, 2014: 164). Prisutnost cenzure, kao i represije individualne slobode izražavanja, najviše je prisutna u nedemokratskim režimima, ali to ne znači da demokratska društva i dalje nisu izložena cenzurama. Iako je cenzura percipirana kao rizik za budućnost demokracije, razina iste je manje prisutna u autoritarnim režimima, pošto društveni mediji, iako imaju predispozicije za cenzurom, u većoj mjeri su sposobni eliminirati cenzuru te putem platformi dati ljudima iz represivnih društava, da putem osobnog izražavanja promoviraju slobodu govora (Mangold, 2009). Samim time, iako je sloboda izražavanja putem cenzure ograničena, društveni mediji promoviraju slobodu izražavanja i demokracije, ponajviše u autoritarnim režimima.

4.1.1. Promicanje demokracije putem društvenih medija

Sloboda izražavanja i govora u autoritarnim režimima vrlo je ograničena. S društvenim medijima i njihovim platformama, korisnici društvenih medija imaju mogućnost da putem online formata iznose svoje mišljenje i nezadovoljstvo s režimima. Uloga društvenih medija kao promotora demokracije u autoritarnim režimima, a najviše se može vidjeti s ustancima „*Arapskog proljeća*“. Ekonomska stagnacija, kao i nezadovoljstvo s obrazovnim sustavom i političkim poretom, dovelo je do velike mobilizacije mladih pobunjenika da putem društvenih medija naprave demokratski ustanak. Prvenstveno, izbor za korištenjem društvenih medija proizašao je zbog mogućnosti korištenja svog „*glasa*“ kao i zbog mogućnosti „*crowdsourcinga*“; ideje gdje velike

skupine ljudi zajedničkim projektom mogu biti kreatori sadržaja (Merkouar, 2016). *Crowdsourcing* kao strategija uključuje nisku razinu medijskog bogatstva i samootkrivanja, budući da se uglavnom temelje na tekstu i stavlja veći naglasak na kolektivno djelovanje nego na samoprezentaciju te je time mogao zaštititi pojedinca od represivnog režima i potencijalnih kazni koje bi dobio ustankom koji nije anonimna ili online. Pošto je rezultat zajedničkih napora mnogih superiorniji od pojedinačnih napora, kreiranjem sadržaja za pozivanje na ustanak putem platforma društvenih medija ima „*snow-ball efekt*“, koji može ubrzati širenje informacija na platforma i povećati sklonost ostalih građana da se pridruže ustanku te prihvate politički rizik (Monshipouri, 2014). Također, korištenje platformi za pisanje sadržaja na društvenim medijima može povećati količinu ljudi koji će se pridružiti ustanku.

Primjerice, u Egiptu su 2011. godine, razne skupine, koristeći *Facebook* i *Twitter*, širile revolucionarne poruke te putem tih platformi koordinirali prosvjede. Pisanje sadržaja online bio je izvor informacija za političke aktiviste; bez cenzure ili vanjske manipulacije informacija putem ostalih medija koji su bili pod kontrolom represivne vlasti (Merkouar, 2016). Pošto je vlada htjela obustaviti ustanke, dužnosnici vlade pridruživali su se *Facebook* grupama koje su bile namijenjene za ustanke i upozoravali ih da ne protestiraju jer će biti posljedice. Zatim, kako bi spriječio daljnju mobilizaciju ustanaka protiv vlasti, tadašnji predsjednik Hosni Mubarak, 28.1.2011., isključio je internet na pet dana u cijeloj državi. Na to se oglasio Američki predsjednik Obama i pružio svoju potporu građanima Egipta za ustankom, sugerirajući da su društveni mediji pripomogli građanima da osnaže svoje dostojanstvo i bolju budućnost (Tufeci i dr., 2012: 363). Gašenje interneta i društvenih medija nije pomoglo ustaviti ustanke te su se poruke, vidjeli i ostali sadržaji proširili diljem svijeta te dostigli to da Mubarak abdicira s vlasti (Monshipouri, 2014). Dakle, ustanci putem društvenih medija su bili glavni pokretač da Egipat ukloni svoj autoritarni režim te omogući državi da postane demokracija.

Također, Tunis, kao dio *Arapskog proljeća*, je 2010. godine, putem prosvjeda organiziranim putem *Facebook*-a koristeći fotografije, izvještaje i videozapise, uspio maknuti autoritarnu vlast te postići da Tunis postane demokracija (Stenslie, 2019). Naime, i u Tunisu kao i u Egiptu, među građanima vladalo je veliko nezadovoljstvo nad tadašnjim represivnim režimom, korupcijom i lošim tretmanom građana. Ustanak i protesti koji su trajali mjesec dana su uspjeli putem društvenih medija mobilizirati veliki dio građana da se priključe protestima, kao i prikazati

ostatku svijeta događaje i nehumanost tadašnje vlasti (Merkouar, 2016). Kao što ovi protestni pokreti pokazuju, autoritarni režimi su se nakon dugog vremena nepotizma i političke represije uspjeli raspasti te promovirati demokraciju zahvaljujući društvenim medijima i njihovim platformama, koji su građanima u opresivnim režimima dali mogućnost „slobode izražavanja“ i samoodređenja (Monshipouri, 2014). Samim time, društveni mediji bili su presudni za događanja *Arapskog proljeća* i postizanje njihove društvene slobode. No, iako su u ovom slučaju društveni mediji i velika mobilizacija ljudi za ustankom imali pozitivan rezultat, društveni mediji kao takvi također mogu imati i kontraefekt te mobilizirati velike količine ljudi koji mogu biti destruktivnog oblika unutar demokracija (Tully, 2014: 157). Osim toga, društveni mediji mogu potaknuti programe koji zadovoljavaju želje malih ali aktivnih interesnih skupina koje nisu nužno pozitivnog utjecaja za demokraciju (Cardie i dr., 2011: 445). Samim time, treba postojati regulativa koja u granicama može nadzirati društvene mobilizacije na društvenim medijima kako ne bi došlo do velikih prijetnji za demokratski sustav poput terorističkih napada koji bi škodili nacionalnoj sigurnosti država.

4.2. Politička participacija

Iako društveni mediji imaju pozitivan učinak na postizanje demokracije u represivnim autoritarnim režimima, u demokracijama, društveni mediji imaju tendenciju promicanja slabe političke veze i nisko rizičnog aktivizma tj. „*slacktivizm-a*“, gdje pojedinci koristeći se platformama društvenih medija s malo napora sudjeluju u političkim aktivnostima putem „*leak-anja*“ i „*retweet-anja*“, misleći da pridonose donošenju odluka dok zapravo nemaju direktnog utjecaja na političko sudjelovanje (Tully, 2014: 157). Prema istraživanju Tully-a (2014), najveći rizik društvenih medija i njegovih platforma je utjecaj na političku participaciju. Ljudi obično izbjegavaju informacije koje im se daju, ako smatraju da su neskladne. Već postojeći stavovi koje osoba ima prema određenom pitanju oblikuju način na koji ljudi biraju svoje izvore informacija i stoga pokušavaju izbjeći informacije iz izvora koji nisu u skladu s njihovim mišljenjem (Bennet i dr., 2008.).

4.2.1. Čuvari vrata

Što se tiče političkih stavova, ljudi su skloni birati platforme društvenih medija i profile koji se odražavaju na njihova stranačka razmišljanja (Wallace, 2018). Ova sklonost odabiru informacija koje su usklađene s političkim mišljenjima koja žele slijediti smatra se „*pristranošću čuvanja vrata (gate-keeping)*” ili „*pristranošću odabira*” (Groeling, 2013, Waldman i dr., 1998). Ljudi odlučuju provesti više vremena čitajući informacije koje smatraju relevantnima, umjesto da ih osporavaju drugim alternativama (Shoemaker, 2009: 233). Ovaj samoizbor informacija ima posljedicu na političku izloženost oporbenom spektru informacija i stoga nije usporediv s nasumičnom dodjelom, već s izborom što može olakšati ili spriječiti demokratsko promišljanje i sudjelovanje (Bakshy i dr., 2015). Stoga, ako osoba želi zanemariti političko mišljenje koje nije njezino, lako se može izborom izbjeći izlaganje informacijama iz drugih suprotnih izvora (Klapper, 1960.). Štoviše, kako se mogućnosti društvenih medija povećavaju s više prodajnih mjesta koja pružaju srodne perspektive, povećava se izloženost samoizboru. To zauzvrat znači da je izloženost različitim političkim mišljenjima smanjena, jer ljudi imaju moć konzumiranja samo onih informacija koje smatraju prihvatljivima njihovom prethodno oblikovanom mišljenju (Wallace, 2018, Shoemaker, 2009). Štoviše, kada se ljudi susreću sa grupama istomišljenika i pod skupovima biračkog tijela, ljudi će se rijetko naći u poziciji u kojoj se križaju s suprotnim mišljenjem (Bakshy i dr., 2019.), što znači da, ako ništa drugo, društveni mediji jačaju prethodnim predispozicijama i da su ljudi prilično pristrani u korist svojih željenih zaključaka.

4.2.2. Eho-komore

Stoga je veća vjerojatnost da će pojedinci koji odluče pratiti samo objave na temelju svog političkog mišljenja biti izloženi samo vijestima koje su povezane s tim mišljenjima i naći se u „*eho-komori (echo-chamber)*“, što je situacija u kojoj se pojedinci zarobljavaju u virtualnom svijetu, uviđajući samo ono što odgovara njihovim uvjerenjima i jača ta postojeća uvjerenja (Dubois i dr., 2018). Štoviše, *eho-komore* jačaju homogenost u politici, jer cenzuriraju i nedovoljno predstavljaju suprotne političke stavove, i za razliku od tradicionalnih medijskih kanala, stvaraju hemofiliju. Ljudi koji imaju čvrsta mišljenja o određenoj temi vjerojatnije će tražiti točnost na platformama društvenih medija, koji konkretno pružaju informacije u skladu s

njihovim preferencijama i uvjerenjima (Olmstead I dr., 2011). Stoga „*eho-komore*“ stvaraju „*klike*“ ljudi koji se zatvaraju u skupine koje su istog političkog mišljenja, što dovodi do negativnih stavova o suprotstavljenim skupinama i dovodi do političke polarizacije (Bastos i dr., 2018). No, u demokracijama koje dobro funkcioniraju, ljudi ne žive u *eho-komorama*, jer bi one trebale osigurati da su ljudi izloženi konkurentnim perspektivama. Sustain (2017: 110) smatra da ljudi „*ne nastoje potpuno isključiti druge perspektive iz svog političkog svemira i malo je dokaza da će koristiti internet za stvaranje eho komora, lišenih drugih stajališta, bez obzira na to koliko im je kontrole nad svojim političkim informacijskim okruženjem dano.*” No, problem „*eho-komore*“ je njezina mogućnost spajanja istomišljenika i razdvajanje suprotnih mišljenika, što dovodi do jednosmjernog unosa informacija bez mogućnosti proširenja horizonta na druge informacije. Prema Sunstein-u (2017: 10) pripadnici demokratske javnosti neće dobro proći ako ne budu u stanju cijeniti stavove svojih sugrađana, ako vjeruju u „*lažne vijesti (fake news)*“; „*dez-informacije*“ koje su namjerno lažne, ili „*pogrešne informacije*“ koje su nenamjerno lažne, ili ako jedni druge vide kao neprijatelje ili protivnike, a to se sve učestalije događa s korištenjem društvenih medija kao izvor informacija i neizbježnosti *eho-komora*. Svaka od tih vrsta prikazuje različite prijetnje javnom dijalogu jer pogoršavaju nedostatak suglasnosti o tome što je istina.

4.2.3. Kaskade

Također, sve češće se pojavljuju „*kaskade*“ koje su teške za predvidjeti, ali su sve više proizvod društvenih medija. Pojavljuju se najčešće unutar izoliranih zajednica koje razvijaju prednost prema određenim idejama. (Sustain, 2017: 95). Najučestalije se pojavljuju kod terorista, revolucionara i pobunjenika. Postoje dvije vrste kaskada: „*informativne*“ i „*reputacijske*“. Prve su povezane s pojedincem ili grupom koja se prestaje oslanjati na privatne informacije, te pokušava s razvijanjem teorije, privući pozornost što više sljedbenika koji će se uvjeriti u ono što je prezentirano. S druge strane, reputacijske kaskade, ljudi misle da znaju što je ispravno, ali će se na temelju popularnijeg mišljenja složiti s gomilom, kako bi se svidjeli drugima. Bojeći se gnjeva drugih, ljudi možda neće javno osporiti prakse i vrijednosti koje im se privatno ne sviđaju. I jedne i druge kaskade jako su prisutne na društvenim medijima te se nazivaju „*Cyberkaskade*“- proces razmjene informacija u kojima određena „navodna“ činjenica postaje široko rasprostranjeno (Bastos i dr., 2018). Rizik takvih kaskada u društvu je da proizvode

podložnost ljudi prema ponašanju koje je opće prihvaćeno, a ne nužno točno, kao i fragmentaciju (ibid). Takve kaskade dovode do umreženja ljudi koji postanu skloni praćenju „*lažnih vijesti*“ i prestaju biti samokritični. Što veća cirkulacija takvih kaskada može dovesti do potencijalnog rizika za demokracije, jer je ljudima teško razlučiti istinu od neistine i pridodaju nepovjerenju vlasti. Također, kaskade mogu dovesti do ekstremizma, koji može neke grupe dovesti do mržnje ili nasilja nad grupom koja se ne slaže s njihovim stajalištem.

4.3. Politička polarizacija

Društveni mediji mogu dovesti i do „*polarizacije grupa*“ gdje bi se ljudi s istomišljenicima uključili u rasprave i komunikacije, a ako bi bili eksponirani drugom mišljenju, njihovo bi ostalo isto kao što je bilo i prvotno te bi takav ekstremni oblik pristranosti doveo do podjele u društvu, gdje bi neistine bile vječito prisutne (Bond i dr., 2012). Pošto, su ljudi skloni povezivati se s ljudima koji imaju ista razmišljanja ili stavove, rijetko će biti u mogućnosti uopće i čuti drugu stranu (Bradshaw i dr., 2017). Naime, grupna polarizacija naglašava bliske veze između povjerenja, ekstremizma i potvrđivanja od strane drugih. Često o brojnim pitanjima, pogotovo političkim, ljudi nisu sigurni koja su njihova mišljenja o tome, te tek nakon što steknu povjerenje ili potvrdu od drugih ljudi iz okoline, postaju ekstremniji u svojim uvjerenjima (ibid). Kada ljudi nađu grupu ljudi koja dijeli isto mišljenje kao oni, to im unosi još više povjerenja da su upravu oko zadane teme, što dovodi do ekstremizma gdje nikad neće prihvatiti da je druga strana upravu (Pasquale, 2013). Kao takva, grupna polarizacija u vrijeme društvenih medija sve više raste te dovodi do pitanja: da li prevelika ekspozicija na društvenim medijima predstavlja rizik demokraciji i potiče ekstremističke polarizacije?

No, Susteijn (2017: 330) smatra kako ekstremizam i grupna polarizacija nekad imaju pozitivan učinak na ljudska prava i demokraciju, jer mogu potaknuti pokrete poput dostizanja ljudskih prava, kao naprimjer jednakost muškaraca i žena ili jednakost istospolnih brakova. Iako ovakve grupacije mogu biti plodonosne u jednom obliku, najveći rizik predstavljaju grupne polarizacije u političkim mišljenjima. Naime, u SAD-u istraživanje je pokazalo kako su savezni suci skloni polarizaciji. Dok republikanci pokazuju posebno konzervativne obrasce glasanja, kada su s

republikanskim imenovanim osobama, demokratski članovi pokazuju posebno liberalne obrasce glasanja, kada sjede s kolegama demokratskim imenovanim osobama. Takva pristranost obično se opisuje kao „*pristrana asimilacija*“, jer ljudi asimiliraju informacije na način koji je iskrivljen u smjeru potpore njihovim prethodnim uvjerenjima (Meijer i dr., 2015). No, zaslužnost društvenih medija na polarizaciju u takvim uvjetima teško je potvrditi, jer su grupne polarizacije bile prisutne čak i početkom 20. stoljeća, dok nije bilo društvenih medija. Istraživanje Pritchett-a (1942) pratilo je ponašanje sudaca Američkog Vrhovnog suda u mandatu 1941.-42. godine i prikazalo kako su suci u vezi obrazaca i odluka na sudu često bili podijeljeni prema svom političkom opredjeljenju. Čak 59 slučajeva od 162 tokom mandata nisu bila donesena jednoglasno, već su odluke bile donesene prema stranačkoj priklonjenosti (Pritchett: 1942: 492). Samim time, iako su grupne polarizacije više prisutne danas uz korištenje društvenih medija, one kao takve su postojale i prije nego što su društveni mediji bili u opticaju.

Štoviše, na vjerojatnost da će pojedinac biti zarobljen u polariziranoj grupi utječu i demografski čimbenici. Naprimjer, zapošljavanje, dob i obrazovanje igraju veliku ulogu u tome kako ljudi koriste platforme društvenih medija. Ljudi s visokim obrazovanjem vjerojatnije će se suprotstaviti svojoj konzumaciji informacija različitim izvorima, kako bi došli do valjanog zaključka o situaciji i izbjegli polarizaciju (Garrett, 2009). U Ujedinjenom Kraljevstvu korisnici *Twitter*-a obično su i obrazovani i zaposleni ljudi s visokim godišnjim primanjima. Štoviše, *Twitter* je također poznat po svojoj opciji „*retweet-anja*“, koja ljudima omogućuje ponovno objavljivanje postova s kojima se slažu i koje žele podijeliti sa svojim pratiteljima. Međutim, sposobnost *Twittera* da poboljša različita politička mišljenja prilično je oskudna, jer više od 44% ljudi koji koriste *Twitter* su samo promatrači, a ne objavljuju *tweet*-ove (Bakshy i dr., 2015). Nadalje, ljudi koji se bave objavljivanjem i *re-tweet*-anjem još uvijek su vrlo segregirani na temelju političke ideologije. Nadalje, kada su u interakciji s objavama koje imaju različita politička mišljenja, ljudi to istražuju koristeći više resursa i različite društvene medije, tražeći nedostatke u toj čestici kako bi opravdali svoje političko mišljenje (Del Vicario i dr., 2016.).

Nadalje, kao što je spomenuo Bakshy (2015), ljudi koji „*prate*“ prijatelje na platformama društvenih medija, različite ideologije od one kojoj pripadaju, vjerojatnije će biti izloženi suprotnim sadržajima, i vjerojatnije će se baviti tim informacijama. Međutim, praćenje nekoga nije dovoljno da se ljudi uključe u sadržaj. Također, ovisi jesu li njihovi prijatelji aktivni

korisnici platforme i hoće li na platformi dijeliti politička mišljenja. Naprimjer, *Facebook* ima algoritam za rangiranje, koji diktira kako se članci pojavljuju na nečijem „*News-Feed-u*“. Redosljed kojim se vijesti pojavljuju na *News-feed-u* ovisi o različitim čimbenicima, uključujući koliko je korisnik aktivan, koliko često komunicira sa svojim *Facebook* prijateljima, kao i koliko su puta prethodno stupili u interakciju i kliknuli na određene veze na web-stranici prikazane na *news-feedu* (Yang I dr., 2017, Wallace, 2018).

4.3.1. Mjehur filtra

Također, mogućnost personalizacije sadržaja koji se pojavljuje na društvenim medijima putem algoritamskog filtriranja povećava sklonost odabira sadržaja koji je u skladu s već postojećim uvjerenjima. Oslanjajući se na algoritamski sustav analize podataka, tvrtke, koristeći društvene medije za povećanje angažmana korisnika, pružaju korisnicima "relevantni" sadržaj (uključujući organske postove i plaćene oglase), koji dovodi do segregacije izloženosti pojedinca sadržaju kojem nije pristran (Sander, 2021: 164). Ovo je također poznato kao "*mjehur filtra (filter bubble)*", koji segmentira vijesti i informacije koje su personalizirane kako bi se uklopile u interese osobe stvarajući polarizirano okruženje (Dubois et al., 2018). Međutim, sa širokim rasponom platformi društvenih medija, susret s informacijama je drugačiji. Dok bi neki mogli vidjeti objave koje odgovaraju njihovoj političkoj ideologiji na *Twitteru*, na *Facebook-u* bi mogli biti izloženi sadržaju koji su objavili njihovi prijatelji, koji se razlikuje od njihovog političkog mišljenja (Wallace, 2018). Algoritmi i njihova personalizacija povećavaju različite percepcije svijeta i jačaju mogućnost pristranih mišljenja i smanjuju volju ljudi da konzumiraju širi raspon informacija iz suprotstavljenih političkih mišljenja (Fletcher i dr., 2017).

Štoviše, Stroud (2008) , Gentzkow i Shapiro (2011: 1800) u svojim su istraživanjima napravili studije u kojima je napravljena usporedba konzumacije vijesti u Sjedinjenim Državama, razdvajajući ljude u dvije kategorije na temelju njihova stranačkog sudjelovanja; konzervativni republikanci i liberali. Utvrđeno je da 64% konzervativnih republikanaca ima tendenciju konzumiranja konzervativne medijske platforme, a da 76% liberalnih demokrata konzumira liberalne izvore, što znači da politička mišljenja temeljena na sudjelovanju stranaka sudjeluju u selektivnom izlaganju. Prema tome se jasno vidi „*indeks izolacije*“, koji se koristi za mjerenje ideološke segregacije, gdje se vidi da liberali imaju indeks izolacije veći od konzervativaca, što

znači da će konzervativci prije biti spremni unakrsno konzumirati informacije od liberala (ibid). Što znači da, ako pojedinac koristi društvene medije kako bi pratio samo kandidata iz svoje opredijeljenosti, biti će izložen ograničenim stajalištima, dok ako pojedinac na društvenim mrežama ima sklonost provjere i druge stranke, tada će njegova ideološka izloženost biti manje segregirana (Bakshy i dr., 2019). Prema tome, što je manji indeks izolacije, veća je mogućnost da će pojedinac biti upoznat s činjenicama koje ne nužno afirmiraju s njegovim stajalištem te će time biti u mogućnosti izbjeći polarizaciju. No, problem je u tome što je ljudima neugodno raspravljati o politici s drugima koji ne dijele njihove stavove (Entman, 2007). Ova hemofilija dovodi do polarizacije pri čemu ljudi, koji su se prethodno identificirali s ideologijom, teže dalje prema istoj ideologiji koja je prethodno identificirana. Ideološki orijentirana politička mišljenja mogu dovesti do usvajanja dokazno nedosljednih uvjerenja, koja bi mogla zabaciti stručnu sumnju u pouzdanost, a time i legitimnost njihovih zaključaka. To zauzvrat, ne samo da smanjuje raznolikost političkih mišljenja, već predstavlja i prijetnju demokraciji, jer demokracija koja nije u stanju osigurati dobro informirano odlučivanje građana ne može doći do legitimnog zaključka i složiti se o političkoj stvarnosti (Bright, 2016).

Ipak, postoje ograničenja u pogledu zaključivanja u kojoj su mjeri samo društvene mediji krivi, po pitanju oblikovanja političkih mišljenja. Ljudi mogu oblikovati svoja mišljenja također i s prethodnim interakcijama i to s drugim vršnjacima ili obitelji, kao i drugim izvorima informacija, kao što su novine i televizija (Groeling, 2013.). Stoga, ako postoji poveznica, može se reći da su ljudi skloni biti pristrani i izbjegavati konzumiranje različitih političkih mišljenja, međutim, generalizirati i specificirati društvene medije kao jedini čimbenik nije očito, jer postoje mnogi drugi čimbenici koji utječu na odluku ljudi o oblikovanju politička mišljenja (Bakshy i dr., 2019). U vrijeme tradicionalnih „starih medija“, ljudi su bili izloženi istim informacijama, što znači da nije bilo svestranog izbora. Koji god medij bio konzumiran, pružao je iste informacije, pa su politička mišljenja ljudi ovisila o drugim čimbenicima. Međutim, danas ljudi odlučuju komunicirati s potpunim strancima kako bi kontekstualizirali složene teme, oslanjajući se na društvene znakove za tumačenje međuljudskih poruka (Fletcher i dr. 2017).

Međutim, kao što je spomenuo Bright (2016), ljudi izbjegavaju uključivati politiku u svoje online razgovore kada se čini da su njihove teme kontroverzne, a postoji mogućnost da drugi mogu imati različita mišljenja o tome. Ipak, kada neka tema nije povezana s političkom temom,

vjerojatnije je da će se ljudi upustiti u razgovor s ljudima suprotne političke ideologije (Garrett, 2009). Teme koje se tiču znanosti ili tehnologije vjerojatnije će se dijeliti na platformi društvenih medija i uključivati u komunikaciju bez obzira na političku ideologiju. Ljudi su svjesni da ono što „like-aju“ ili „dijele“ na platformama društvenih medija ostavlja dojam na druge korisnike, stoga mnogi odlučuju ne govoriti otvoreno o politici i svojim političkim mišljenjima na internetu kako bi izbjegli nesuglasnost (Meijer i dr., 2015, Festinger, 1957).

Također, neki ljudi odlučuju koristiti društvene medije za interakciju sa suprotstavljenim stranačkim stavovima (Farrell i dr., 2008.). Štoviše, društveni mediji, zbog svoje raširenosti, imaju sposobnost poboljšanja angažmana u konzumiranju informacija od drugih medija i kao takvi, korisnici platformi društvenih medija imaju veće šanse biti izloženi različitim mišljenjima (Beam i dr., 2018.). Stoga je manja vjerojatnost da će oni, koji ne koriste kanale društvenih medija, biti izloženi informacijama o suprotnim stavovima, jer su njihove mogućnosti izvora ograničene i mogu biti izloženi samo jednostranim informacijama, dok ljudi koji koriste društvene medije mogu provjeriti činjenice pomoću različitih društvenih medija. Štoviše, internet pruža medijsko okruženje s mnogo različitih platformi društvenih medija, koje pružaju informacije, i vijesti, koje omogućuju širi spektar potrošnje informacija: od novina i drugih tradicionalnih medija (Flaxman i dr., 2016.). Stoga, ljudi koji žele provjeriti svoje podatke koje su konzumirali na jednoj platformi, mogu ih naknadno usporediti s drugim izvorima. Naprimjer, neki će pojedinci, nakon što vide objavu na *Facebook-u* provjeriti činjenice, tražeći različite izvore koristeći *Twitter* ili druge tražilice. Ljudi koji su više uključeni u politiku vjerojatnije će provjeravati svoje izvore i uspoređivati ih s alternativama koristeći različite platforme društvenih medija kako bi dublje razumjeli političku situaciju i stoga spriječili polarizaciju (Sloan, 2017.).

Ovo potencijalno može biti način da se ljudi izlože unakrsnom načinu interakcije i klicanju na poveznice suprotstavljene političke ideologije. Međutim, ako ljudi nisu voljni slijediti svoje prijatelje, kojima se ideologije suprotstavljaju ili odluče sakriti svoju aktivnost pojavljivanja objava na svom *News-feed-u*, mogu uvelike ograničiti njihovu izloženost različitim političkim mišljenjima, jer mogu odlučiti izbjeći interakciju s ljudima koji to ne čine (Bakshy i dr., 2019). Naime, ljudi koji vjeruju da pripadaju liberalnoj ideologiji manje su skloni tome da će biti prijatelji na *Facebook-u* s ljudima iz suprotstavljene ideologije te stoga se samo 24% liberala odlučuje na unakrsno presijecanje informacija, dok 35% ljudi konzervativnih ideologija će se

pridružiti poprečnom presijecanju informacija. Štoviše, vjerojatnije je da će liberali unakrsno presijecati informacije kad neka tema nije povezana s politikom (Barberá i dr., 2015). To pak sugerira da je veća vjerojatnost da će liberali biti uhvaćeni koristeći se filterom kada je u pitanju proširenje političkih mišljenja (Beam i dr., 2018). Stoga se može reći da, iako se neki odlučuju prikupljati informacije s obje strane spektra, postotak unakrsnoj izloženosti različitim političkim mišljenjima je poprilično manji od postotka ljudi koji uopće ne žele biti izloženi unakrsnom konzumiranju informacija i žele izbjeći međusobnu povezanost. Nadalje, ovim ograničenjem konzumacije informacija iz suprotstavljenih ideologija smanjuje mogućnost diverzifikacije političkih mišljenja što je rizik za načela demokracije.

5. SAD PREDSDJEDNIČKI IZBORI 2016

Prethodna poglavlja pokušavala su prikazati neke od potencijalnih rizika društvenih medija koji mogu utjecati negativno na demokraciju i ljudska prava. Mogućnost filtriranja, ciljanja, kaskadiranja i preusmjeravanja informacija željenim publikama negativno utječu na samoodređenost pojedinca, ponajviše s njegovim utjecajem na percepciju o političkom mišljenju i participaciji (Zuboff, 2019, Beam i dr., 2018). Ovo poglavlje će, već navedene potencijalne rizike, primijeniti na dosada najturbulentniji slučaj primjene društvenih medija, kao oruđe za manipulaciju političkog mišljenja i participacije, te strateškog algoritmičkog ciljanja željene publike za pridobivanjem glasova, dovodeći u pitanje sumnje o održivosti demokratskih načela za vrijeme društvenih medija.

5.1. Psihografsko profiliranje i manipulacija glasova

Današnje političke kampanje najviše se oslanjaju na sustave usmjerene prema korištenju algoritama i njegove mogućnosti prikupljanja podataka, koje mogu ciljano slati poruke biračima i time doprijeti do njih. Štoviše, spajanjem podataka, analitika otkriva duboko osobne i detaljne pojedinosti o svakom pojedincu te se zatim ti podaci koriste za mikrociljanje i emocionalno utjecanje na ono što bi trebao inače biti privatni izbor (Goldmacher, 2021). Tokom SAD izbora 2016. godine, *Facebook* je putem *Cambridge Analytic*-e kreirao psihografske profile 230 milijuna Amerikanaca, bez njihovog pristanka, kako bi psihološki manipulirao političku participaciju (Kim, 2017). Koristeći se „*velikim pet*“ osobinama ličnosti; otvorenost, savjesnost, ekstraverzija, prijaznost i neuroticizam (Wood, 2000), mogli su razaznati političke preferencije korisnika društvenih medija koje su potom iskoristili za promoviranje kandidature Donalda Trumpa. No, pošto se izbori unutar demokracije temelje na izbornim zakonima koji ovise o transparentnosti financiranja i izbornih kampanja (Dahl, 2015), ovakvo korištenje profiliranja korisnika, kako bi izmanipulirali broj glasača putem algoritama, suprotstavlja se fundamentalnim načelima demokracije. Spremnost kandidata da prekrši politički kodeks, kao i narušavanje legitimiteta demokratskih institucija, dodatno pokazuje kako je izborna regulativa nužna komponenta za funkcionalnu demokraciju.

Samim time, manipulacija putem društvenih medija imala je veliki utjecaj na rezultate finalnih glasova na SAD izborima 2016. godine (Goldmacher, 2021). S obzirom na oskudnost saveznog zakona koji regulira društvene medije i privatnost, malo je pažnje posvećeno problemu. Iako je održano saslušanje s vlasnikom *Facebook*-a Markom Zuckerbergom 2018. godine (Bhardwaj, 2018), i dalje nema regulativa koje bi zaštitile korisnike društvenih medija da se njihovi podaci ne prikupljaju u svrhe predikcije ponašanja i političke participacije.

5.2. Lažne vijesti- Propast pouzdanih institucija

Osim algoritamskog prikupljanja podataka, Trumpova kampanja 2016. godine uveliko je distribuirala „*lažne vijesti*“ kako bi „*mikrociljala*“ mišljenja određenih skupina ljudi te tako utjecala na njihovu predispoziciju glasanja u korist Trumpa (Kim, 2017). Distribucija takvih vijesti znatno je pomogla Trumpu kreirati popularnost kod glasača (Goldmacher, 2021). Kao takvo, cirkuliranje informacija putem društvenih medija može narušiti morale i točnost informacija koje pojedinac vidi, te ta loša informiranost može rezultirati ka lošem glasačkom ponašanju i mnijenju (Sander, 2021). Samim time, informacije koje se pojavljuju na društvenim medijima trebale bi biti regulirane i provjerene, kako bi svatko imao mogućnost saznavanja točnih informacija. Bez toga, manipulacija korisnika društvenih medija, u korist političkih kampanja, ne samo da može negativno utjecati na vlast, već i na vjerovanje populacije vladi i demokratskom sustavu (Walker, 2016).

Politička kampanja Trumpa 2016. godine rezultirala je ne samo nezadovoljstvu korisnika društvenih medija, već i na razinu nepovjerenja u cjelokupni politički sustav SAD-a. Ljudi od tada imaju najmanje povjerenja u institucije i demokratski sustav, pogotovo pošto ne postoje regulative koje pojedince mogu zaštititi od zloupotrebe njihovih podataka.

5.3. Regulative i preporuke

SAD nema konkretne regulative koje štite pojedinca i njegove online osobne podatke, već ovisno o federalnim zakonima pojedinih država, može imati samo regulativne smjernice i opću zaštitu

potrošača, no ti zakoni nisu univerzalni, niti primjenjivi u zakonodavstvu cijelog SAD-a. S druge strane, EU je osnovao *General Data Protection Regulation* (GDPR) pružajući regulative koje su primjenjive van teritorija specifične države i nadziru ponašanja osobnih podataka ljudi (Sander, 2021). No, početkom 2020. godine savezne države SAD-a su kao reakcija na *Cambridge Analytic*-u i njezin utjecaj na izbore 2016. godine počele donositi vlastite propise o privatnosti kako bi poboljšale zaštitu privatnosti svojih građana i kreirale „*Kalifornijski zakon o privatnosti potrošača (CCPA)*“. Time su, po prvi put, tehnološke tvrtke počele lobirati i štiti podatke pojedinaca poput povijesti pretraživanja, koji prije nisu bili zaštićeni američkim zakonima o privatnosti (Wright, 2019). CCPA implementira razume sigurnosne značajke koje sprječavaju neovlaštene pristupe otkrivanju informacije te korisnicima omogućuju veću kontrolu nad njihovim podacima, poput prava na brisanje i pohranjivanje kopija svojih podataka (Haskins, 2022, Smith, 2018).

Samim time, CCPA početak je novog radikalnog načina rješavanja dosadašnjih problema oko privatnosti pojedinaca na društvenim medijima i kao takav bi mogao pomoći pojedincima da se ponovno osjećaju sigurnim kod korištenja društvenih platformi. Uvažavaju korisnikovo vlasništvo nad podacima i kontrolu nad osobnim izborom (Wright, 2019). Kako bih se u što većoj mjeri preveniralo zloupotrebljivanje osobnih podataka, kompanije bi trebale biti svjesne koliko je privatnost svakom pojedincu bitna i omogućiti svakom pojedincu da ima kontrolu nad svojim podacima (Laidlaw, 2015). Samoregulacija optičaja podataka svakog pojedinca bi razriješila problem o kršenju prava pojedinaca na privatnost i samoodređenost.

Također, kada bih kompanije implementirale reverzibilnost kod razvoja algoritama, omogućila bi im zaštitu vlasničkih informacija te procjenu faktora koji utječu na donošenje algoritamskih odluka i osjećaj odgovornosti (Powels, 2018). Svaka kompanija bi trebala imati razinu odgovornosti prema pojedincu i njegovim podacima te spriječiti zloupotrebu istih (Laidlaw, 2015). Kada bih kompanije preuzele odgovornost, korisnici društvenih medija osjećali bi se zaštićeno od zloupotrebe njihovih podataka te bi imali više povjerenja u iste.

Isto tako, nužna stavka koja bi pripomogla kod zaštite ljudskih prava i demokracije je ta da bi kompanije i društveni mediji morali od svojih korisnika uvijek tražiti suglasnost kod korištenja podataka te transparentno navesti u koje svrhe se isti koriste (Laidlaw, 2015). Korisnikova suglasnost mora biti jasno potvrđan čin koji je dat kada osoba razumije cijeli raspon upotrebe

njezinih podataka (Human Rights Watch, 2018). U suprotnom, kada bi se suglasnosti prekršile, te bi se podaci koristili za nešto za što korisnik nije dao svoju suglasnost, kompanije bi trebale biti sankcionirane. Takav pristup je primijenio GDPR te kompanije koje se ne pridržavaju sukladnim zakonima mogu biti kažnjene s velikom novčanom kaznom (Powels, 2018). Samim time, kompanije bi trebale na što transparentniji način pojasniti za što se podaci koriste, tražiti suglasnost te biti odgovorni za svoje radnje. Naime, na takav način bi se zaštitila ljudska prava korisnika i spriječilo daljnje narušavanje demokracijskog sustava.

6. ZAKLJUČAK

Ideja nadzornog kapitalizma prvenstveno je bila proširiti spektre korisnicima društvenih medija i interneta kod konzumiranja informacija (Zuboff, 2019, Sander, 2021,). No, ta konzumacija nije došla bez nuspojava. Naime, nadzorni kapitalisti imaju u uvidu i svoje beneficije koje pridobivaju kada pojedinac koristi internet i društvene medije. To s druge strane stvara potencijalni rizik za ljudska prava pojedinca, jer se distribucija njihovih podataka na društvenim platformama koristi za daljnje redistribucije podataka. Ti podaci mogu pomoći kompanijama i ostalim akterima da unaprijed prognoziraju ponašanje pojedinaca na platformama, a tako i ciljano, preko algoritama, preusmjere iste na njima željene personalizirane informacije (Obar i dr., 2015, Balkin, 2018). Samim time, korištenjem društvenih medija pojedincu se uskraćuje njegova sloboda privatnosti, jer se njegovo ponašanje na društvenim medijima koristi za daljnji profit, neizravno navedenih aktera (Cox, 2010). Štoviše, pojedinac nema pretjerano puno mogućnosti usporiti to djelovanje, jer mu je korištenje društvenih medija u današnjem doba neizbježno te mu je prihvaćanje korištenja platformi zadano bez mogućnosti alternative (Flaxman i dr., 2016, Campbell i dr., 2011). Rad argumentira da narušavanje privatnosti, sa strane nadzornog kapitalizma predstavlja potencijalni rizik za ljudska prava unutar demokracije.

Također, pošto su ljudska prava i demokracija jedno s drugim usko povezana, jedno utječe na drugo (Habermas, 1994). Oduzimanje temeljah ljudskih prava pojedincu ima direktan utjecaj i na demokraciju. Samim time, nepoštivanje temeljnih ljudskih prava bilo bi kršenje demokratskog sustava (Sander, 2021, Zuboff, 2019). Pojedinac bi trebao imati pravo samoodređenja i autonomije (Sustein, 2017, Cardie i dr., 2011), što se s nadzornim kapitalizmom, i njegovom ciljanom distribucijom toka informacija, koja dopijeva do pojedinca, narušava. Također, pojedinac bi trebao imati pravo slobode izražavanja, gdje sam odlučuje na koji način želi podijeliti sadržaj na društvenim platformama (Tully, 2014). No, rizik na pravo izražavanja predstavlja mogućnost vladinih organizacija i vanjskih aktera da tok rasprave na društvenim medijima reguliraju i odbacuju neželjene informacije. Sloboda izražavanja i autonomije ne bi trebala biti apsolutna, pogotovo ako narušava sigurnost zajednice (Allen-Castellitto, 2006, Stecklow, 2018). No, do neke granice, nadzorni kapitalizam i društveni mediji predstavljaju rizik na ljudska prava, jer ne reguliraju ili zabranjuju samo informacije koje su rizične za nacionalnu sigurnost, već sve više reguliraju svakodnevne interakcije pojedinaca, iako iste nisu rizik za

sigurnost (Benkler, 2006, Groeling, 2013). Samim time, narušavanje ljudskih prava putem društvenih medija ima mogućnost postati rizičnim za demokratski sustav.

Sloboda izražavanja i biranja temeljna su svojstva dobro-funkcionalne demokracije. Samim time, mnogi istraživači bi se složili kako je sloboda svakog pojedinca birati kojim izvorima informacija će se koristiti (Bakshy i dr., 2015, Sustain, 2017). No, korištenje društvenih medija kao izvor informiranja i sudjelovanja u raspravama može negativno utjecati na demokratski sustav, pogotovo na političku participaciju (Tully, 2014, Bennet i dr., 2008). Mnogi vladini i nevladini akteri imaju utjecaj na tok informacija na društvenim medijima. Jedan od rizika koji može narušavati korisnikovu percepciju je cenzura. To može pojedinca uskratiti od saznavanja istine i demokratske integracije koji su temelji takvog sustava (Walker, 2016). Također, rad argumentira kako politička participacija, koja bi svima trebala biti omogućena, bez manipulacije i s transparentnošću, nailazi na problem društvenih medija koji putem *eho-komore*, *čuvara vrata* i *kaskada* manipuliraju korisnikovu informiranost (Bastos i dr., 2018, Dubois i dr., 2018). Stoga, ti čimbenici, ne samo da narušavaju privatnost pojedinca, već i njegovu točnu informiranost, a to predstavlja rizik za opstanak funkcionalnog demokratskog sustava (Bond i dr., 2012). Također, ti čimbenici direktno utječu i na političku polarizaciju, gdje ljudi više nemaju jednake mogućnosti o unakrsnom informiranju (Fletcher i dr., 2017). Samim time, društveni mediji putem svojih tehnologija mogu biti rizik za neke od ključnih faktora demokratskog načela.

Ovaj rad pronašao je nekoliko rizika korištenja društvenih medija na demokraciju i ljudska prava. Time pruža priliku za daljnja istraživanja na temu društvenih medija i njegovog utjecaja na ljudska prava i demokraciju. Omogućuje organizacijama za ljudska prava kao i vladama da mogu uočiti koji su rizici na koje bi se trebali fokusirati te ih pažljivo eliminirati kako bi spriječili daljnje narušavanje ljudskih prava i sustava demokracije kod korištenja društvenih medija. Samim time, pronalazi i nekoliko preporuka o načinima kojima bi kompanije i akteri koji se koriste društvenim medijima mogli izbjeći narušavanje ljudskih prava pojedinaca i demokracije.

Da bih se zabrinutosti građana oko privatnosti, prikupljanja njihovih podataka i redistribucija istih podataka drugim akterima mogla smanjiti, bilo bi nužno prvenstveno od strane nadzornog kapitalizma kao i društvenih medija da su transparentniji. Kad bi imali jasnu i uočljivu obavijest koja informira korisnika o tome kako se osobni podaci koriste te kad bi i sami imali pristup svim

svojim osobnim podacima koji se prikupljaju i imali pravo tražiti da se neki podaci ne pohranjuju tada bih korisnici vratili moć u svoje ruke te im time temeljna ljudska prava poput privatnosti ne bi bila narušena (Laidlaw, 2015). Transparentnost kao i korporativna odgovornost prema korisnicima sa strane nadzornog kapitalizma pružila bi priliku svim korisnicima da se osjećaju sigurno čak i u trenutku kad im podaci o pojedincu mogu služiti kao prevencija od vanjskih prijetnji (Sander, 2021). Kako bi se to moglo omogućiti, izgradnja javne ustanove koja je posebno zadužena za nadzorna pitanja poslovanja i ljudskih prava u informacijskom sustavu ustanovila bi moralnu podlogu koja povezuje pojedinca i njegova prava te društveno odgovorno poslovanje. Modelom s državnim propisima i korporativnim okvirima, riješio bi se korijen sadašnjeg jaza u upravljanju regulatornih tijela za ljudska prava pošto bi se granica javnog i privatnog djelovanja društvenih medija zamaglila.

LITERATURA:

1. Allen-Castellitto, A. L. (2006). “*Understanding Privacy: The Basics*”, 865 PLI/PAT.
2. Arendt, H. (1998). “*The Human Condition*”. Chicago: University of Chicago Press.
3. Bakshy, E., Adamic, L. and Messing, S. (2019). *Exposure to Diverse Information on Facebook - Facebook Research*. Facebook Research. Dostupno na: <https://research.fb.com/exposure-to-diverse-information-on-facebook-2/>.
4. Bakshy, E., Messing, S. and Adamic, L. (2015). „*Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook*“. *Science*, 348 (6239), pp.1130-1132.
5. Balkin, J. (2018). „*Free Speech in the Algorithmic Society*“, 51 *University of California Davis Law Review (UCDLR)* 1149, pp. 1157–1160.
6. Barberá, P., Jost, J., Nagler, J., Tucker, J. i Bonneau, R. (2015). „*Tweeting From Left to Right*“. *Psychological Science*. 26(10), pp.1531-1542.
7. Bastos, M., Mercea, D. and Baronchelli, A. (2018). “*The geographic embedding of online echo chambers: Evidence from the Brexit campaign*”. *PLOS ONE*, 13(11).
8. Beam, M.A., Hutchens, M.J., Hmielowski, J.D. (2018). “*Facebook news and (de)polarization: reinforcing spirals in the 2016 US election, Information, Communication & Society*”, 21:7, pp. 940-958.
9. Benkler, Y. (2006). “*The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*”. Yale University Press.
10. Bennett, W. L., Iyengar, S. (2008). *A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication*. *J. Commun.* 58, pp.707–731.
11. Bessi, A, Ferrara, E. (2016) “*Social bots distort the 2016 U.S. Presidential election*”, *First Monday*, Volume 21, Number 11. Dostupno na: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7090/5653>
12. Beuker, R., Abbing, E. R. (2010). “*Two faces of social media: Brand communication and brand research*”. *Design Management Review*, 21(1), pp. 54–60
13. Bhardwaj, P., (2018). *Mark Zuckerberg plans to tell Congress that as long as he's CEO, advertisers won't take priority over Facebook's users*. [online] *Business Insider*. Dostupno na: <https://www.businessinsider.com/mark-zuckerberg-full-opening-remarks-testimony-congress-hearing-wednesday-2018-4>.

14. Bond, R., Fariss, C., Jones, J., Kramer, A., Marlow, C., Settle, J., Fowler, J. (2012). “*A 61-Million-Person Experiment in Social Influence and Political Mobilization*”. *Nature*. 489.pp.295-298.
15. Boyd, D.M. and Ellison, N.B. (2007). “*Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
16. Bradshaw, S., Howard, P. N. (2017). “*Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*”. Samuel Woolley and Philip N. Howard, Eds. Working Paper.12. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda.
17. Bright, J. (2016). “*The Social News Gap: How News Reading and News Sharing Diverge*”. *Journal of Communication*, 66(3), pp.343-365.
18. Brogan, C., (2010). “*Social media 101: Tactics and tips to develop your business online*”. 1st ed. Hoboken, N.J.: Wiley, pp.50-70.
19. Campbell, C., Leyland F., Parent, M., Berthon, P. (2011). “*Understanding Consumer Conversations around Ads in a Web 2.0 World.*” *Journal of Advertising* 40. pp. 87-102.
20. Cardie, C., Cosley. C., Farina, C., Miller. P., Newhart, M., Vernon, R. (2011). “*Rulemaking in 140 Characters or Less: Social Networking and Public Participation in Rulemaking*”. 31 *Pace Law Review* 382.
21. Clooney, A., Webb, P.M (2017). “*The Right to Insult in International Law*”. 48 *Columbia Human Rights Law Review* 1, pp. 38–47.
22. Cox, A. (2010). “*Online Social Network Member Attitude Toward Online Advertising Formats.*” *MA thesis, The Rochester Institute of Technology*
23. Dahl, R., (2015). “*On democracy*”. 2nd ed. Yale University Press.
24. Daly, T. G. (2019). “*Democratic Decay: Conceptualising an Emerging Research Field*”, 11 *Hague Journal on the Rule of Law*.
25. Deibert, R.J., Villeneuve, N. (2005). “*Firewalls and Power: An Overview of Global State Censorship of the Internet*”. London: Cavendish Publishing, pp. 121- 22
26. Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni. F., Scala, A., Caldarelli, G. (2016). “*The spreading of misinformation online*”. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 113(3). pp.554-9.
27. Dryzek, J., (2002). “*Deliberative democracy and beyond: liberals, critics, contestations*”. Oxford: Oxford University Press.

28. Dubois, E., Blank, G. (2018) “*The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media*, *Information, Communication & Society*”, 21:5, pp.729-745.
29. Entman, R.M. (2007). “*Framing bias: media in the distribution of power*”. *J. Commun.* 57, pp.163–73.
30. Farrell, H., Lawrence, E. and Sides, J. (2008). “*Self-Segregation or Deliberation? Blog Readership, Participation and Polarization in American Politics*”. SSRN Electronic Journal.
31. Festinger, L. (1957). “*A theory of cognitive dissonance*”. New York, NY: Row, Peterson
32. Flaxman, S., Goel, S., Rao, J. (2016). “*Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption*”. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), pp.298-320.
33. Fletcher, R. and Nielsen, R. (2017). “*Are News Audiences Increasingly Fragmented? A Cross-National Comparative Analysis of Cross-Platform News Audience Fragmentation and Duplication*”. *Journal of Communication*, 67(4), pp.476-498.
34. Garrett, R. K. (2009). “*Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among internet news users*”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), pp. 265–285.
35. Garrett, R., Weeks, B. and Neo, R. (2016). “*Driving a Wedge Between Evidence and Beliefs: How Online Ideological News Exposure Promotes Political Misperceptions*”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21(5), pp.331-348.
36. Gasser, U., Gill, L., Redeker, D. (2018). „*Towards a Digital Constitutionalism? Mapping Attempts to Craft an Internet Bill of Rights*“, 80 *International Communication Gazette*
37. Gentzkow, M., Shapiro, J.M. (2011). “*Ideological Segregation Online and Offline*,” *Quarterly Journal of Economics* 126, no. 4. pp.1799–1839.
38. Goldmacher, S., (2021). “*Trump Campaign Has Spent \$325,000 on Facebook Ads Featuring Brad Parscale’s Page (Published 2020)*”. [online] *Nytimes.com*. Dostupno na: <https://www.nytimes.com/2020/06/30/us/politics/brad-parscale-trump.html>.
39. Groeling, T. (2013). “*Media Bias by the Numbers: Challenges and Opportunities in the Empirical Study of Partisan News*”. *Annual Review of Political Science*, 16(1), pp.129-151.

40. Hanna, R., Rohm, A., Crittenden, V. L. (2011). "*We're all connected: The power of the social media ecosystem*," Business Horizons, Elsevier, vol. 54(3), pp. 265-273.
41. Habermas, J. (1994). "*Human Rights and Popular Sovereignty: The Liberal and Republican Versions*", Ratio Juris. 7(1).
42. Haskins, J., 2022. "*What Is The CCPA? Here's How To Comply*". Forbes Advisor. Dostupno na: <https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-ccpa/>.
43. Human Rights Watch. (2018). The EU General Data Protection Regulation. Human Rights Watch, Dostupno na: <https://www.hrw.org/news/2018/06/06/eu-general-data-protection-regulation>.
44. Kenneway, M. and Rapple, C. (2012). "*Integrating social media in the marketing mix: the case of Best Practice*", Learned Publishing, Vol. 25, No. 1, pp. 17-20.
45. Kim, Y. (2017). "*Algorithmic Opportunity: Digital Advertising and Inequality in Political Involvement*". The Forum, 14(4), pp. 471-484.
46. Klapper, J. T. (1960). "*The effects of mass communication*". Glencoe: The Free Press.
47. Laidlaw, E.B. (2015). "*Regulating Speech in Cyberspace: Gatekeepers, Human Rights and Corporatlae Responsibility*".
48. Mangold, G.W., Faulds, D. (2009). "*Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix.*" Business Horizons 52: 357-365.
49. Margetts, H., John, P., Hale, S., Yasseri, T. (2016). "*Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*". Princeton, NJ: Princeton University Press.
50. Meijer, L. C., Kormelink, T. G. (2015). "*Checking, Sharing, Clicking and Linking*". Digital Journalism, 3:5, pp. 664-679.
51. Mekouar, M. (2016). "*Protest and Mass Mobilization: Authoritarian Collapse and Political Change in North Africa*". Abingdon, UK: Routledge.
52. Monshipouri, M. (2014). "*Democratic Uprisings in the New Middle East: Youth, Technology, Human Rights, and US Foreign Policy*". (1st ed.). Routledge.
53. Obar, J. A. and Wildman, S. (2015). "*Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. Telecommunications Policy*", 39(9), pp.745-750.
54. Olmstead, K., Mitchell, A., Rosenstiel, T. (2011). "*Navigating news online*". Pew Research Center. Dostupno na: www.journalism.org/analysis-report/navigating-news-online.

55. Papacharissi, Z. (2002). “*The Virtual Sphere: the internet as a public sphere*”, *New Media & Society*, 4(1).
56. Pasquale, F. A. (2013). “*Privacy, Antitrust, and Power*,” *George Mason Law Review* 20, no. 4. pp.1009–24.
57. Powels, J. (2018). “*The New Yorker. The G.D.P.R., Europe’s New Privacy Law, and the Future of the Global Data Economy*”, Dostupno na: <https://www.newyorker.com/tech/elements/the-gdpreuropes-new-privacy-law-and-the-future-of-the-global-data-economy>.
58. Price, V., Cappella, J. N., & Nir, L. (2002). “*Does disagreement contribute to more deliberative opinion?*” *Political Communication*, 19, pp.95-112.
59. Pritchett, C. H. (1942). “*The Voting Behavior of the Supreme Court, 1941-42*”. *The Journal of Politics*, 4(4). pp.491–506.
60. Sander, B., (2021). “*Democratic Disruption in the Age of Social Media: Between Marketized and Structural Conceptions of Human Rights Law*”. *European Journal of International Law*, 32(1), pp.159-193.
61. Sartre, J. P. (1993). “*Being and Nothingness*”, trans. Hazel E. Barnes. New York: Washington Square.
62. Shoemaker, P. J., Eichholz, M., Kim, E., Wrigley, B.J. (2001). “*Individual and Routine Forces in Gatekeeping*”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78, pp. 233 - 246.
63. Sloan, L. (2017). “*Who Tweets in the United Kingdom? Profiling the Twitter Population Using the British Social Attitudes Survey 2015*.” *Social Media + Society*.
64. Smith, A. (2018). “*California Law Bans Bots from Pretending to be Human*”, PCMAG. Dostupno na: <https://www.pcmag.com/news/364132/california-lawbans-bots-from-pretending-to-be-human>.
65. Stecklow, S. (2018). „*Hatebook: Why Facebook Is Losing the War on Hate Speech in Myanmar*“, Reuters.
66. Stenslie, S. and Selvik, K. (2019), “*Elite Survival and the Arab Spring: The Cases of Tunisia and Egypt*”, Emerald Publishing Limited, pp. 17-34.
67. Stroud, N. (2008). “*Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure*”. *Polit. Behav.* 30, pp. 341–366.

68. Sunstein, C. (2017). *"#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media"*. New Jersey: Princeton University Press.
69. Supiot, A. (2013). *"The Public-Private Relation in the Context of Today's Refeudalization,"* International Journal of Constitutional Law 11, no. 1. pp.129–45.
70. Tufekci, Z., Wilson, W. (2012). *"Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations from Tahrir Square"*, 62 Journal of Communication.
71. Tully, S. (2014). *"People You Might Know: Social Media in the Conflict Between Law and Democracy"*. In G. Patmore & K. Rubenstein (Eds.), *Law and Democracy: Contemporary Questions*. ANU Press, pp. 153–172.
72. Waldman, P., Devitt, J. (1998). *"Newspaper photographs and the 1996 presidential election: the question of bias"*. Journalism Mass Commun. Q. 75, pp.302–311.
73. Wallace, J. L. (2018). *"Modelling Contemporary Gatekeeping"*. Digital Journalism, 6, pp.274 - 293.
74. Walker, C. (2016). *"Dealing with the Authoritarian Resurgence., Authoritarianism goes global: The challenge to democracy"*. Johns Hopkins University Press.
75. Winner, L. (1978). *"Autonomous Technology: Technics-out-of-Control as a Theme in Political Thought"*. Cambridge, MA: MIT Press. pp 7–8.
76. Wood, L. (2000). *"Brands and brand equity: definition and management"*. Management Decision, 38(9), pp.662-669.
77. Wright, D. (2019) "Copycat CCPA" Bills Introduced in States Across Country, JD SUPRA, Dostupno na: <https://www.jdsupra.com/legalnews/copycat-ccpa-bills-introduced-instates-20533>.
78. Yang, J., Barnidge, M. and Rojas, H. (2017). *"The politics of "Unfriending": User filtration in response to political disagreement on social media. Computers in Human Behavior"*, 70, pp.22-29.
79. Zuboff, S., (2019). *"The age of surveillance capitalism"*. 1st ed. New York: Public Affairs.

SAŽETAK

Nadzorni kapitalizam kao novi način funkcioniranja tržišne ekonomije u prošlom desetljeću počeo se pretežito koristiti društvenim medijima kod postizanja svojih ciljeva. Naime, društveni mediji i njegove platforme postale su prvi izbor kod ljudi kada je u pitanju komunikacija, informiranje i kupovina. Time, nadzorni kapitalisti svojim su tehnologijama uspjeli kontrolirati tijek informacija i podataka koji korisnik ostavlja na društvenim medijima tokom korištenja njihovih platformi. Tim načinom, nadzorni kapitalisti imaju moć personalizirati podatke koje korisnik vidi na društvenim medijima i kontrolirati što pojedinac misli i radi. Stoga dolazi do pitanja da li takav pristup predstavlja rizik za ljudska prava i demokraciju. Ovaj rad analizirati će – “Koji su potencijalni rizici korištenja društvenih medija za ljudska prava i demokraciju? “. Kako bi na zadano pitanje rad odgovorio, izuzev uvodnog i zaključnog poglavlja, podijeljen je u četiri glavna poglavlja koja analiziraju zadanu problematiku. Kao potencijalne rizike, rad identificira rizik narušavanja privatnosti pojedinca kada koristi društvene medije te rizike narušavanja autonomije i slobode izražavanja. Također, kada je u pitanju politička participacija, neki od rizika koje rad uočava jesu rizici nailaženja pojedinca na eho-komore, kaskade i polarizaciju. Isto tako, rad se koristi studijom slučaja SAD predsjedničkih izbora 2016. godine kako bi analizirao rizike koji su se pojavili korištenjem društvenih medija kao strategija za predsjedničku kampanju. U zaključku, rad sugerira kako bi kao preporuka za daljnje praćenje i eliminiranje rizika tokom korištenja društvenih medija se trebalo fokusirati na povećavanju transparentnosti i odgovornosti kompanija i drugih aktera koji se koriste društvenim medijima. Time, bi se spriječilo narušavanje temeljnih ljudskih prava pojedinca kao i demokratskog sustava.

Ključne riječi: Nadzorni kapitalizam, društveni mediji, demokracija, ljudska prava, algoritmi, personalizacija, privatnost, polarizacija, politička participacija

ABSTRACT

Surveillance capitalism as a new way of functioning of the market economy has in the last decade began to predominantly use social media to achieve its goals. Foremost, social media and its platforms have become people's first choice when it comes to communication, information consumption and shopping. With this, surveillance capitalists managed to control the flow of information and data that users leave on social media while using their platforms. In this way, surveillance capitalists have the power to personalise the data a user sees on social media and control what an individual thinks and does. Therefore, the question arises as to whether such an approach poses a risk to human rights and democracy. This dissertation will analyse - "What are the potential risks of using social media for human rights and democracy?" ". In order to answer the given question, the dissertation, apart from the introductory and concluding chapters, is divided into four main chapters that analyse the set issue. As potential risks, the dissertation identifies the risk of violating an individual's privacy when using social media and the risks of violating autonomy and freedom of expression. Also, when it comes to political participation, some of the risks that the dissertation observes are the risks of individuals encountering echo chambers, cascades and polarisation. Likewise, the dissertation uses a case study of the 2016 US presidential election to analyse the risks that have emerged in the use of social media as a strategy for the presidential campaign. In conclusion, the dissertation suggests that as a recommendation for further monitoring and eliminating risks during the use of social media, one should focus on increasing the transparency and responsibility of companies and other actors who use social media. This would prevent the violation of fundamental human rights of the individual as well as the democratic system.

Key words: Surveillance capitalism, social media, democracy, human rights, algorithms, personalisation, privacy, polarisation, political participation