

UNIVERZITET U BEOGRADU
FILOZOFSKI FAKULTET

Ivana Stepanović

Privatnost u doba novih informacionih
tehnologija: antropološko istraživanje u Srbiji

Doktorska disertacija

Beograd, 2019

UNIVERSITY OF BELGRADE
FACULTY OF PHILOSOPHY

Ivana Stepanović

Privacy in the era of new information
technologies: anthropological research in Serbia

Doctoral disseration

Belgrade, 2019

Mentor: dr Zorica Ivanović, docentkinja, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu

Članovi komisije:

dr Ildiko Erdei, vanredna profesorka, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu

dr Slobodan Naumović, vanredni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu

dr Marina Simić, vanredna profesorka, Fakultet političkih Univerziteta u Beogradu

dr Ljiljana Gavrilović, naučna savetnica, Etnografski institut SANU

Privatnost u doba novih informacionih tehnologija: antropološko istraživanje u Srbiji

Apstrakt

Privatnost se danas definiše pre svega kao privatnost podataka i razmatra se u kontekstu razvoja i primene savremenih informacionih tehnologija koje, zahvaljujući tome što su povezane na internet, omogućavaju prikupljanje, čuvanje i deljenje velikog broja podataka o ličnosti. Na taj način, ove tehnologije predstavljaju i svojevrsne nove sisteme nadzora koji funkcioniše uz pomoć algoritama, odnosno veštačke inteligencije koja se pojavljuje kao novi autoritet ili subjekt moći. Ovaj rad je posvećen ispitivanju uticaja novih informacionih tehnologija na (re)definisanje pojma i granica privatnosti aktivnih korisnika i korisnica ovih tehnologija u Srbiji posle 2000 godine. Njegovu okosnicu čini etnografsko istraživanje o tome kako se različiti aspekti privatnosti i privatnog života shvataju, žive, čuvaju i brane i/ili izlažu pogledima drugih i strateški koriste, pa i komoditizuju. Drugim rečima, ovo istraživanje ima za cilj da ispita da li se i kako koncept privatnosti (pre)oblikuje pod uticajem primene ovih tehnologija u različitim domenima – interpersonalni odnosi, rad, slobodno vreme i zabava. Jedno od ključnih pitanja jeste kako korisnici/ce informacionih tehnologija u Srbiji kreiraju svoje konfiguracije odnosa između javnog i privatnog, odnosno pregovaraju o sopstvenim granicama privatnosti.

Upravo zbog sveprisutnosti savremenih tehnologija koje omogućavaju nadzor, postavlja se pitanje šta je danas privatnost, da li je o privatnosti uopšte moguće govoriti

i kako ove tehnologije menjaju značenje samog koncepta, preoblikuju ga i daju mu neke nove dimenzije i značenja. Kako su pojam i granice privatnosti, kao uostalom i sadržaj i obim primene digitalnih tehnologija, uvek deo širih društvenih, ekonomskih i političkih procesa odgovor ne može biti jednoznačan i može važiti samo za određenu sredinu i kontekst. S obzirom na specifičnosti njenog društveno-istorijskog i političkog razvoja i osobenu istoriju privatnog života, Srbija mi se činila kao značajan i plodotvoran teren za istraživanje odnosa novih informacionih tehnologija i privatnosti. Kada je reč o pravnom okviru koncepta privatnosti, onako kako je definisan u modernim zapadnim društvima, gotovo da nije postojao sve do 2000. godine od kada je Srbija (u okviru zajednice sa Crnom Gorom) započinje proces evrointegracija i paralelno sa društveno-ekonomskim i političkim transformacijama počinje da menja svoje celokupno zakonodavstvo i javne politike. Proces društvenih, ekonomskih i političkih transformacija srpskog društva nakon ovog perioda praćen je i postepenim razvojem i primenom novih informacionih tehnologija da bi digitalizacija različitih društvenih domena i aktivnosti tokom poslednjih godina postala jedan od strateških državnih ciljeva. Istorijski trenutak u kome dolazi do ovih promena veoma je specifičan. Upravo u periodu kada Srbija započinje proces evrointegracija i preuzima zapadni, odnosno evropski koncept privatnosti, pravo na privatnost je na globalnom nivou već postalo duboko problematičan koncept, kako zbog razvoja i karaktera novih informaciono-komunikacionih tehnologija, tako i iz političkih i ekonomskih razloga. Polazeći od ovih opštih uvida i pretpostavki ovo doktorsko istraživanje nastoji da odgovori na pitanje da li upotreba ovih tehnologija utiče na svakodnevni život njihovih korisnika/ca, a posebno na odnose, aktivnosti i prostore koje smatraju ličnim i privatnim. Posebna pažnja je posvećena pitanjima prodora tehnologije u privatne prostore, odnose i aktivnosti, na uticaj informacionih tehnologija na promenu koncepta rada i privatnog vremena, kao i na problem komoditizacije i „podešavanja“ privatnosti na platformi *Youtube*. Rezultati istraživanja su dobijeni pre svega na osnovu analize etnografske građe dobijene dubinskim intervjuima i posmatranjem aktivnosti na društvenim mrežama ispitanika i ispitanica koji žive i rade u Beogradu, u kome su tehnološke

promene i novi način života povezan sa njima najvidljiviji. Takođe, analizirana je i građa sa platforme *YouTube* na kojoj se može posmatrati proces komoditizacije privatnosti kroz vlogove (video blogove) i druge tipove videa.

Rezultati istraživanja su pokazali su kako koncept „podešavanja privatnosti“ koji koriste društvene mreže, operativni sistemi i *online* platforme može da posluži da opiše princip i metod kojim se ispitanici i autori analiziranih *YouTube* kanala služe da omeđaju svoja privremena i samo delimično nedostupna „ostrva privatnosti“ u suštinski javnom prostoru interneta. Koristeći informacione tehnologije za rad, zabavu, komunikaciju i interpersonalne odnose, svi oni svesno ili nesvesno takođe rade na strategijama podizanja i odbrane svojih ličnih granica privatnosti koje su provizorne, fluidne i promenljive i vrlo često se svode na ograničavanje pristupa određenim informacijama određenim pojedincima ili grupama ljudi. Ove strategije su limitirane dometima samih tehnologija i lako propustljivim filterima koji su u njih inkorporirani tako da je privatnost uvek samo parcijalna.

Ključne reči: privatnost, informacione tehnologije, internet, nadzor, društvene mreže, *YouTube*, interpersonalni odnosi, rad, algoritmi

Naučna oblast: antropologija

UDK: 342.7:004.738.52]:39(497.11)"2000/..."

Privacy in the age of new information technologies: anthropological research in Serbia

Abstract:

Privacy is currently understood primarily as privacy of data and it is discussed in the context of information technologies which enable collection, storage and sharing of huge amounts of personal data and are hence also viewed as surveillance mechanisms aided by algorithms or AI which seem to be new subjects of power. This research explores the ways in which active users of these new information technologies in Serbia are (re)defining the concept of privacy and negotiating on their personal boundaries between private and public since 2000. Its basis is the ethnographic research on how different aspects of privacy and private life are being understood, experienced, protected and defended and/or exposed to views of others, strategically used and even commodified. The aim of this research is to investigate whether or how is the concept of privacy being (re)shaped with these new technologies in different spheres including interpersonal relationships, work, leisure and entertainment. One of the key questions is how the users of these technologies in Serbia manage to create their own private/public configurations and establish their own borders of privacy.

Due to the omnipresence of surveillance technologies in everyday life, it is unclear what privacy actually is today, whether it is still legitimate to talk about it and how the technologies are changing the meaning of the concept and giving it new dimensions. Since the concept of privacy and new technologies are always a part of larger social,

economic and political processes, the answer is not straightforward and can only be valid for a specific local context. Since Serbia has a distinctive political context and unique history of private life, it seemed like a fruitful field to research new relations between informational technologies and privacy. The legal framework for privacy protection as it exists in modern western societies was practically non-existent until 2000. when Serbia (together with Montenegro) has started the process of Accession to the EU. While going through radical social and economic transformation, it has been changing its legislation and policies and this process was followed by development of new technologies which eventually led to establishing digitalisation of different public domains and activities over the last several years as one of Serbia's key strategic goals. However, after Serbia has begun to transform its policies to comply to the EU standards and embrace a radically different western or European idea of privacy, this concept has already been deeply contested globally due to the development of new technologies and for a number of political and economic reasons. Starting from these general insights, this research strives to discover in what ways new technologies are affecting everyday lives of their users, especially their relationships, activities and spaces that they consider to be personal and private. I was particularly interested in the problem of penetration of these technologies into private spaces, relationships and activities as well as effects of technologies on the transformation of the concepts of work and leisure and the problem of commodification of privacy on YouTube. For the purpose of this research I analysed ethnographic material obtained from in-depth interviews, online observations of social network profiles of participants who live in Belgrade where technological changes and the new ways of living are the most palpable. Ethnographic data from YouTube was also analysed in order to investigate the process of commodification of privacy through vlogs (video blogs) and other video content.

The results of research have shown how the concept of "privacy settings" used by social media, operative systems and online platforms describes and reveals mechanisms of enclosing temporary and only partially unavailable "islands of privacy" within the

essentially public domain of the internet. By using information technologies for work, entertainment, communication and interpersonal relationships, all the participants and authors of YouTube channels I have analysed are also consciously or unconsciously creating strategies of building and protecting their personal privacy borders which are always temporary, liquid and transformable as they are often nothing more than just providing limited access to certain information to specific individuals or groups of individuals. These strategies are limited by technologies themselves and due to their permeable filters privacy is always only partial.

Keywords: privacy, information technologies, internet, surveillance, social media, *YouTube*, interpersonal relationships, work, algorithms

Scientific field: anthropology

UDC number:342.7:004.738.52]:39(497.11)"2000/ ..."

I UVOD	1
II TEORIJSKO METODOLOŠKI OKVIR.....	13
1. Osvrt na razvoj koncepta privatnosti u modernom društvu.....	13
2. Kritike modernističkog koncepta privatnosti	34
3. Informacione tehnologije i pitanje privatnosti	44
4. Privatnost u Srbiji: između socijalističkog nasleđa i zapadnih vrednosti?	57
5. O pristupu i metodu	69
III INTERPERSONALNI ODNOSI I ONLINE KOMUNIKACIJA	85
1. Život <i>online</i>	85
1.1. Permanentno <i>online</i> , permanentno dostupni	90
1.2. Slobodno vreme na internetu	113
2. Interpersonalni odnosi posredovani <i>online</i> komunikacijom	133
2.1. Online prijateljstva.....	133
2.2. Uticaj online komunikacije na porodične odnose	154
2.3. Emotivne veze na internetu.....	162
3. O granicama privatnog i javnog na društvenim mrežama	189
4. Zaključak: podešavanja privatnosti u interpersonalnim odnosima	207
IV KONCEPT RADA I PITANJE PRIVATNOSTI	212
1. Novi tipovi nadzora na poslu	221
1.1. Rad u <i>open space</i> prostorima.....	223
1.2. Tajni nadzor radnika	231
1.3. Legitimni nadzor	240

1.4. Granice privatnosti na poslu.....	258
2. Zamagljena podela između rada i privatnog života.....	262
2.1. Fleksibilnost radnog vremena i permanentna dostupnost	262
2.2. Rad van kancelarije i balans između privatnog života i posla.....	272
2.3. Rad i privatnost: narušena ravnoteža	284
3. Uticaj društvenih mreža na promenu koncepta rada	286
4. Privatnost na poslu: legitimno pitanje?	299
V KOMODITIZACIJA PRIVATNOSTI NA PLATFORMI YOUTUBE	302
1. Kako privatnost postaje roba na internetu?	302
1.1. Brendiranje ličnosti	306
1.2. Video dnevnici.....	315
1.3. Zarada na <i>YouTube</i> -u	322
2. Kako vlogeri u Srbiji definišu privatnost?	328
2.1. Povlačenje granica: eksplicitno o privatnosti	329
2.2. Implicitne definicije privatnosti u vlogu	343
2.3. Nemoj da me snimaš: vlog i kršenje prava na privatnost	357
2.4. Ratovi na <i>YouTube</i> -u i tajni algoritmi	365
IV ZAVRŠNA RAZMATRANJA	382
LITERATURA I IZVORI	403

I UVOD

“Tu se zatvara krug. Svi će biti praćeni od kolevke do groba, bez mogućnosti da pobjegnu”.

Dejv Egers, „Krug“

Tehnološke inovacije koje se vezuju za internet model Web 2.0 potakle su sveobuhvatne društvene, političke i ekonomske promene (O’reilly 2004: 12) u zapadnom svetu, pa i u Srbiji, a one na značajan način menjaju svakodnevicu, a time i prakse vezane za zaštitu privatnosti. Sistemi nadzora od sigurnosnih kamera do društvenih mreža inkorporirani su u sve aspekte života, a zahvaljujući „internetu stvari“ i najbanalnije svakodnevne aktivnosti kao što su hodanje, trčanje, poseta supermarketu, slušanje muzike, gledanje filmova i kuvanje ostavljaju „digitalne tragove“ (Schaar 2009: 46).

Tradicionalno javni prostori poput ulica i puteva, raskrsnica, trgova, javnih i privatnih kompanija i institucija, pa i prilaza stambenim zgradama permanentno su pod nadzorom, pa se zbog toga sve više govori o privatnosti u javnim prostorima (Moreham 2006; Nissenbaum 1998). Problem privatnosti na javnim mestima je još složeniji ako se pored nadzora koji sprovode državne institucije pa i nadzora koji sprovode drugi subjekti poput banaka i privatnih preduzetnika uzmu u obzir i prakse običnih građana koji koriste mobilne telefone, kamere i drugu tehnologiju koja može da snima i reprodukuje sliku i zvuk ali i automatski deli sadržaje putem interneta.

Pitanje privatnosti danas se, dakle, postavlja u kontekstu prostora i aktivnosti koje su se uvek smatrali javnim. Osim u urbanim gradskim prostorima, privatnost je

ugrožena i u radnom ambijentu i to ne samo zbog kamera za nadzor već i zbog raznovrsnih praksi kontrole radnika u koje spadaju softveri koji analiziraju njihovu aktivnost na radnom mestu ili i softveri koji tajno beleže njihove aktivnosti na internetu, pa i prakse praćenja privatnih profila na društvenim mrežama (Couldry 2010; Moore i Upchurch 2018; Weckert 2005). Sa druge strane, tradicionalno privatni prostori i aktivnosti prestaju da budu izolovani jer se sa tehnologijama nadzora stanuje pa one nagrizažu zidove i relativizuju granice između privatnog i javnog u najintimnijim prostorima baš kao i u najbliskijim interpersonalnim odnosima.

Informacione tehnologije napravljene su tako da, bez obzira na njihovu primarnu namenu, istovremeno funkcionišu i kao tehnologije nadzora i kontrole jer su povezane na internet pa imaju mogućnost da sakupljaju i dele najrazličitije informacije o ličnosti. Pošto su neprekidno aktivne, one u pozadini stalno rade na akumulaciji i distribuciji podataka držeći pojedince konstantno upletene u složene „mreže nadzora“ (Gilliom i Monahan 2013: vii). I upravo zato što je nadzor zbog tehnologije sveprisutan, danas se često govori o tome da je nastupilo doba „post-privatnosti“ (Meyrowitz 2002; Heller 2011; Schaar 2009; Schramm 2012) ili da se danas živi u „društvu nadzora“ (Lyon 1994; Murakami Wood 2009; Fuchs; 2010, Gilliom i Monahan, 2013). U naučnofantastičnom romanu Dejva Egersa „Krug“ postavlja pitanje šta bi se dogodilo kada bi se privatnost potpuno poništila, kada bi društvo bilo potpuno transparentno i kada bi sve institucije moći i svi internet servisi (poput *Google*-a i *Facebook*-a) bili objedinjeni u jednu instituciju koja bi „zatvorila krug“ i došla u posed svih informacija o svakome (Eggers 2013).

Pa ipak, o konceptu privatnosti se danas raspravlja više nego ikada (Viseu i drugi 2004; Parker 2010), a usvajanje Opšte uredbe o zaštiti podataka o ličnosti¹ dovelo je do podizanja svesti o problemu zaštite privatnosti pa i do transformisanja globalnih politika privatnosti, iako je reč o pravnoj regulativi koja štiti samo građane Evropske Unije (Cate i drugi 2017; Glinos 2018; Greengard 2018). Ova uredba uticala je na

¹ Paragraf: Opšta uredba o zaštiti podataka o ličnosti (GDPR) Evropske Unije <https://www.paragraf.rs/dnevne-vesti/071217/071217-vest15.html> (Pristupljeno: 20.12.2018)

promene javnih politika privatnosti velikog broja kompanija i internet portala širom sveta. U Srbiji Zakon o zaštiti podataka o ličnosti² u velikoj meri je usklađen sa ovom evropskom regulativom što ukazuje na to da se javne politike privatnosti na ovim prostorima približavaju standardima EU. Dakle, paralelno sa razvojem informacionih tehnologija, razvijaju se i javne politike privatnosti, a istovremeno se radi na razradi sistema enkripcije i drugih sofisticiranih softverskih rešenja za zaštitu privatnosti na internetu što upućuje na to da koncept privatnosti nije odbačen niti prevaziđen već da on doživljava neku vrstu transformacije prilagođavajući se na savremene tehnologije, te da scenario iz Egersovog romana ne predstavlja izvesnu budućnost.

Međutim, ključno pitanje je na koji način ovaj koncept opstaje i kako se on redefiniše u eri informacionih tehnologija i „umreženog društva“ (Castells 2010), nakon što je on i teorijski osporen jer su predstavnice feminističke kritike pokazale kako je lično političko (Hanish 1970), a antropološka istraživanja posvedočila o tome da je dihotomija privatno/javno „lažno univerzalna (Rapp 1979: 508). Drugim rečima, potrebno je pitati na koji način još uvek opstaje koncept privatnog, to jest kako se se on danas shvata i živi.

Šta uopšte danas označava pojam privatnosti nakon što je mnogo puta bio osporavan i zapravo nema jasnu definiciju (Bennett 2008: 1)? Koncept privatnosti počinje da se formira u sedamnaestom veku kroz uspostavljanje opozicije između privatnog i javnog domena društvenog života. Iako se na izvestan način može govoriti o privatnosti u svim etapama razvoja zapadnog društva, uključujući period antičke Grčke (Burke 2000; Humphreys 1978) pa i srednji vek (Dibi 2001; Worsley 2011; Mitchell 2007), sama konceptualna podela na privatno i javno javlja se u doba renesanse.

Razvoj modernog društva donosi potpuno nove ideje o tome kako treba organizovati život i životni prostor tako da pojedinac ima slobodu u domenima koji treba da ostanu van uticaja i kontrole države i širih društvenih procesa. Lok je prvi formulisao ove ideje i mada zapravo ne koristi reč privatnost, on pravi jasnu podelu na

² Zakon o zaštiti podataka o ličnosti, *Službeni Glasnik RS*, broj 87 od 13. novembra 2018

ono što treba da se smatra privatnim ili ličnim i ono što treba da se posmatra kao javno (Locke 2003). Prema njegovom shvatanju u domen privatnosti spadaju sloboda mišljenja, odnos prema religiji i sfera doma i porodice, dok je domen javnog ograničen na sferu države, politike i javnih prostora.

Ukratko, modernost, kao istorijski period i nov način mišljenja, dovodi do institucionalizacije radikalno drugačijeg oblika društvenosti i subjektivnosti u kome je opozicija između privatnih i javnih prostora, odnosa i aktivnosti predstavljala jednu od okosnica novog društvenog ustrojstva (Ivanović 2010a: 22). Koncept modernog društva je podrazumevao razdvajanje institucija, društvenih odnosa i praksi i na taj način je razvoj ovog novog oblika društvenosti doveo do postepenog razdvajanja sfera ili domena aktivnosti što je u suštini značilo razdvajanje njihovih funkcija (ibid). Prema klasičnom modernističkom idealu društvenog uređenja „privatna (nuklearna) porodica“ i dom su bili shvaćeni kao odvojeni od sveta politike i ekonomije (osim u meri u kojoj je dom bio centar porodične potrošnje) i shvaćeni kao „raj u bezdušnom svetu“ (Rapp 1987:123; Strathern 1992:103). Kako ističe Komarof, ova dihotomna vizija društva je logički zahtevala tezu o "univerzalnoj asimetriji" prema kojoj su muškarci i žene, budući da su različite rodne kategorije, morali da budu identifikovani sa različitim sferama života, jednoj koja je dominantna i drugoj koja je podređena (Comaroff 1987: 55, prema: Ivanović 2003: 424). Pojam „domaćeg“ (*domestic*), privatnog života koji je u modernom društvu postao sinonim za nuklearnu porodicu i „ženski domen“ istovremeno je podveden pod širu kategoriju podele na reproduktivni i produktivni rad koji se vezuje isključivo za javnu sferu delovanja (Collier, Yanagisako i Bloch 1987: 20-25). Na taj način je zapadna modernost ovu dimenziju socijalnog života definisala kao žensku i manje vrednu.

Ukazujući da je „jezik porodičnog života visko političan“ (Rapp 1987: 124) i da je „lično uvek i političko“ (Hanish 1970) feministička kritika (v. Okin 1979, 1991; Evans 1980; Elsthain 1981; Zaharijević 2010; Lončarević 2016) je još sedamdesetih godina prošlog veka ukazala da je koncept privatnosti određen širim društvenim, političkim i

ekonomskim odnosima. Kao i da je moderna zapadna ideologija i društvena organizacija, koja je počivala na opoziciji privatno/javno, u stvari reprodokovala rodne nejednakosti i ženama oduzimala pravo da budu ravnopravni politički subjekti. Ova vrsta kritike je podstakla dalja (pre)ispitivanja ovih koncepta i u drugim društvenim i humanističkim disciplinama.³ Opozicija privatno/javno je u antropologiji, i društvenoj teoriji uopšte, dugo vremena predstavljala jedan od osnovnih analitičkih koncepta i, na taj način, shvatana kao aistorični princip socijalne organizacije (Ivanović 2003: 424). Istorioografske studije su pokazale da koncept privatnosti i privatnog života ima svoju istoriju (Arijes i Dibi 2000; Dibi 2001), a antropološka istraživanja svedoče o tome da je moderna zapadna dihotomija „lažno univerzalna“ (Rapp 1979, 508). Naime, komparativni etnografski podaci svedoče da u mnogim društvima i kulturama ovakva podela između društvenih domena ne postoji, a kada i postoji ona ne mora biti izražena kroz opozicije (v. Strathern 1990; Fishburne, Yanagisako i Bloch 1987; Ivanović 2010b). Ukratko, podela na privatno kao porodično i lično koje je suprotstavljeno političkom i ekonomskom kao javnoj sferi društvenih odnosa predstavlja idejnu i ideološku konstrukciju zapadnog društva u određenom periodu njegovog istorijskog razvoja i ne može biti posmatrana kao univerzalna društvena činjenica (Strathern 1992: 133).

Tokom osamnaestog, devetnaestog i značajnog dela dela dvadesetog veka pojam privatnosti je vezivan za dom, porodicu, telo i korespondenciju (Lyon 2010: 325). Poslednjih decenija, međutim, socio-ekonomske i tehnološke promene, a posebno digitalizacija, na značajan način menjaju svakodnevicu, a time i koncepte i prakse u vezi sa privatnošću i privatnim životom, kako u zapadnim društvima tako i globalno. S obzirom na karakter i obim ovih promena ponekad se govori čak i o „smrti privatnosti“

³Uticaj feminističke kritike je bio važan i za promenu javnih politika o privatnosti, pre svega u zapadnim društvima, što je rezultiralo kreiranjem međunarodno važećih pravnih normi koje štite žrtve nasilja u porodici tako što legitimišu intervenciju u ovaj nekada privatni zabran. Dva međunarodna dokumenta koja su promenila shvatanje o privatnosti porodice jesu Konvencija o pravima deteta i Konvencija o ukidanju svih oblika diskriminacije žena. Konvencija o pravima deteta [https://www.unicef.org/serbia/Konvencija_o_pravima_deteta_sa_fakultativnim_protokolima\(1\).pdf](https://www.unicef.org/serbia/Konvencija_o_pravima_deteta_sa_fakultativnim_protokolima(1).pdf) (Pristupljeno 10.04.2018) i Konvencija o uklanjanju svih oblika diskriminacije žena <http://www.prs.hr/index.php/medunarodni-dokumenti/un-dokumenti/192-dokumenti-un-a> (Pristupljeno 10.04.2018)

(Garfinkel 2000), ali istovremeno, privatnost postaje *buzzword* i problem kome se posvećuje velika pažnja (Viseu et.al. 2004; Parker 2010).

Glavna karakteristika novih informacionih tehnologija je njihova povezanost na internet što, s jedne strane, omogućava diskreciju i privatnost komunikacije i stvara uslove za određena personalizovana „podešavanja“ granica privatnosti na uređajima ili aplikacijama, i s druge strane, omogućava sakupljanje ogromnog broja različitih informacija o ličnosti i omogućava nove vidove nadzora. Savremeni nadzor karakterišu digitalizovane datoteke koje sadrže krivične, zdravstvene, školske i druge dosjee, ali i privatne prepiske, privatne telefonske razgovore, podatke o kretanju, kupovini ili korišćenju platnih kartica, korisničkih kartica i tako dalje. Ove tehnologije su inkorporirane u svakodnevni život i to mogu biti kamere u javnim prostorima, skeneri tela na aerodromu, dokumenta sa biometrijskim podacima i slične tehnologije koje su kreirane radi bezbednosti, ali i predmeti za ličnu upotrebu kao što su digitalne kamere, mobilni telefoni, kućni ili prenosni računari, bilo kakvi *smart* (ili pametni) uređaji koji su povezani na internet, od ručnih satova i sportskih gadžeta koji mere puls i broje korake do kućnih aparata koji mogu biti povezani na internet kao što su televizori, rerne ili frižideri. Ukratko, sve što je povezano na internet može biti tehnologija nadzora, a postoji tendencija da se što više predmeta iz svakodnevnog života kreira tako da je povezana na internet (Weber i Weber 2010). Svi ovi predmeti prikupljaju informacije o ponašanju pojedinca, njegovim navikama, o tome koliko spavaju, kada se bude, šta jedu, kuda se kreću, koliko često izlaze iz kuće, gde putuju, a te informacije u prostoru interneta mogu da budu pohranjene u bezbroj datoteka.

Društvene mreže kao što su *Facebook* ili *Instagram*, kao i aplikacije kako što su *Skype* ili *Whatsapp*, beleže informacije o privatnim komunikacijama, afinitetima, odnosima između pojedinaca, zatim njihovim potrošačkim navikama, radnim navikama, ličnom stilu i još mnogo toga. Iako svrha svih ovih tehnologija nije nadzor nad pojedincima, one to suštinski jesu jer se mogu upotrebiti u te svrhe, što je uostalom i dokazano na osnovu informacija koje je uzbunjivač američke Nacionalne službe za

bezbednost Edvard Snouden dostavio medijima 2013. godine⁴ i na osnovu informacija koje je uzbunjivač kompanije Kembridž analitika Kristofer Vajli obelodanio 2018. godine⁵.

Imajući u vidu karakter i mogućnosti ovih tehnologija koje omogućavaju nadzor i imaju moć da gotovo sve aspekte ličnosti pretoče u podatke, od matičnog broja i datuma rođenja do slike, videa i biometrijskih podataka do takozvanih meta podataka (*metadata*) koji otkrivaju gotovo sve o nekome (od njegovog kretanja i ritma spavanja do stila života, političkih stavova ili kruga prijatelja) i iako su depersonalizovani mogu se povezati sa konkretnim pojedincima (Perez et al. 2018), neki teoretičari smatraju da se danas privatnost gotovo svodi na podatke (Lyon 2010: 325). Ali mogućnosti zaštite privatnosti u virtuelnim prostorima su ograničene mogućnostima koje pružaju same tehnologije, ali takođe i digitalnom pismenošću pojedinaca koja danas obuhvata i informisanost o kompleksnim mehanizmima zaštite privatnih podataka na internetu (Baruh i Popescu 2015; Moll i Pieschl 2016).

Sa takvim eksponencijalnim širenjem i mogućnošću prikupljanja podataka o pojedincima, mogućnosti zloupotrebe, manipulacije i kriminala takođe rastu. Više čak ni telo i seksualnost ne spadaju nužno u domen privatnog. Štaviše, pitanje zadiranja u privatnost danas ide čak do nivoa genetike (Everett 2003) i pitanje zaštite genetskih podataka postaje sve naglašenije. Sve to čini da je sama definicija privatnosti u zapadnim i drugim društvima u kojima se nove informacione tehnologije sve prisutnije, sada mnogo kompleksnija i uključuje čitav niz aspekata kao što su sloboda mišljenja, kontrola nad sopstvenim telom, kontrola informacija o ličnosti i zaštita od nadzora (Solove 2008: 1).

Međutim, informacione tehnologije ne dovode u pitanje samo privatnost podataka, već i privatno vreme spram radnog vremena. Transformacija rada i procesa

⁴ The Guardian <https://www.theguardian.com/us-news/the-nsa-files> (Pristupljeno 10.11.2018)

⁵ The Guardian <https://www.theguardian.com/uk-news/video/2018/mar/17/cambridge-analytica-whistleblower-we-spent-1m-harvesting-millions-of-facebook-profiles-video> (Pristupljeno 10.11.2018)

proizvodnje pod uticajem ovih tehnologija dovodi do preklapanja kategorija radnog i slobodnog vremena. Sa jedne strane privatne aktivnosti kao što su privatna korespondencija i zabava na internetu se transformišu u proces proizvodnje prevodeći kategoriju potrošača u kategoriju proizvođača (Fuchs 2014). S obzirom na to da danas internet platforme od društvenih mreža do *Netflix*-a zarađuju novac tako što trguju privatnim podacima korisnika, onda su i slobodne aktivnosti na internetu deo procesa proizvodnje. Sa druge strane, fleksibilan, nomadski rad koji se izmešta iz kancelarija u privatne prostore ili na društvene mreže postaje neodvojiv od privatnog života. Čak i na radnom mestu, nadzor počinje da obuhvata aspekte privatnosti radnika, a van tradicionalnog mesta, rad i slobodno vreme imaju tendenciju da se sjedine.

Na platformi *YouTube* koja je otelotvorenje Web 2.0 kulture jer se bazira na participativnosti i sadržaju koji stvaraju sami korisnici (Burgers i Green 2009) najbolje se može posmatrati kako dolazi do preklapanja rada i privatnog života. Ovo preklapanje dešava se kroz komoditizaciju privatnosti, brendiranje ličnosti i neplaćeni rad korisnika koji ne smatraju da su eksploatisani zato što su tu radi zabave (Dyer-Witthford 2015; Fuchs 2014). Zbog toga što su sam proces proizvodnje i razvoj tehnologije usko povezani, onda se tehnološke promene moraju posmatrati kroz šire političko-ekonomske promene aktuelnog oblika kapitalizma. Mnogi autori razmatraju povezanost tehnologije, nadzora i privatnosti u kontekstu neoliberalizma i konstatuju da neoliberalizam pokazuje tendenciju da uspostavi kontrolu nad svim aspektima života i sve podredi profitu (Foucault 2004; Rose 1989; Harvey 2005; Couldry 2010; Murakami Wood 2013). A upravo informacione tehnologije omogućavaju masovni nadzor i prevođenje svih aktivnosti u rad.

Cilj ovog rada je zato da istraži pitanje šta je danas privatnost i kako ove tehnologije menjaju značenje samog koncepta, preoblikuju ga i daju mu neke nove dimenzije i značenja. S obzirom na to da su pojam i granice privatnosti, kao uostalom i sadržaj i obim primene digitalnih tehnologija, uvek deo širih društvenih, ekonomskih i političkih procesa odgovor ne može biti jednoznačan i može važiti samo za određenu

sredinu i kontekst, pa sam kao teren za istraživanje odabrala Srbiju u kojoj se prelamaju različiti lokalni i globalni uticaji. S obzirom na specifičnosti njenog društveno-istorijskog i političkog razvoja i osobenu istoriju privatnog života (v. Popović i Marjanović-Dušanić 2004; Fotić 2005; Stolić i Makuljević 2006; Ristović 2007; Popović, Timotijević i Ristović 2012) Srbija se pokazala kao značajan i plodotvoran teren za istraživanje odnosa novih informacionih tehnologija i privatnosti jer se baš na ovom terenu prepliću uticaji različitih kultura koje različito vrednuju privatnost. Naime, još u devetnaestom i dvadesetom veku Srbija je bila polje sukobljavanja protivrečnih fenomena i različitih stilova života koji su različito uticali na shvatanje privatnosti. Postojao je kontrast između urbanog i ruralnog modela privatnosti, ali takođe i mešanje srednjoevropskog, panonskog, mediteranskog i balkansko-orijentalnog uticaja, a zatim i opozicija zapadnog, „građanskog“ ili evropskog stila života i ideologije socijalizma (Popović, Timotijević, Ristović 2012: 409). Evropski ili građanski koncept je samo delimično razvijen u urbanim sredinama tek posle Prvog svetskog rata da bi sa razvojem socijalističkog društvenog uređenja bio shvaćen kao egoizam i ostatak „buržoaskog“ društva bio marginalizovan i potiskivan. Ovaj period odlikuje, kako istraživači naglašavaju, „sveprisutnost države i nastojanja da njen upliv bude prisutan u svim oblastima života, uključujući i onaj deo koji pripada privatnom životu pojedinca“ (ibid. 408).

Može se reći da Srbija na početku dvadeset prvog veka na neki način ponovo na putu da prihvati zapadni koncept privatnosti na specifičan način. Kada je reč o pravnom okviru, treba napomenuti da koncept privatnosti gotovo da nije postojao sve do 2000. godine od kada je Srbija (u okviru zajednice sa Crnom Gorom) započinje proces evrointegracija i paralelno sa društveno-ekonomskim i političkim transformacijama počinje da menja svoje celokupno zakonodavstvo i javne politike tako da postanu kompatibilne sa onima u Evropskoj Uniji. Istorijski trenutak u kome dolazi do ovih promena veoma je specifičan. Uvođenje koncepta privatnosti u javne politike Srbije bilo je otežano iz više razloga. Jedan od njih je kriza samog tog koncepta do koje

dolazi početkom dvadeset prvog veka. Upravo u trenutku kada Srbija započinje proces evrointegracija i da usvaja koncept ljudskih prava, pravo na privatnost je već postao duboko problematičan koncept i to na globalnom nivou. Pojava i rasprostranjenje interneta i digitalne komunikacije početkom ovog veka donosi nove izazove za međunarodno zakonodavstvo jer koliko god da je ono bilo ukorak sa vremenom, ono više nije moglo da sustigne tehnološki razvoj koji je uvek bio mnogo brži.⁶

Proces društvenih, ekonomskih i političkih transformacija srpskog društva nakon 2000. godine praćen je postepenim razvojem i primenom novih informacionih tehnologija da bi „digitalizacija“⁷ različitih društvenih domena i aktivnosti tokom poslednjih godina postala jedan od strateških ciljeva Vlade Srbije. Cilj ove doktorske disertacije je da pokaže kako informacione tehnologije menjaju svakodnevicu njihovih korisnika u Srbiji, a naročito interpersonalne odnose, svakodnevne aktivnosti, rad, zabavu i sve one odnose, aktivnosti i realne ili virtuelne prostore koje oni smatraju ličnim i privatnim, te kako se shodno tim promenama transformišu i sam koncept privatnosti. Htela sam da istražim pre svega šta privatnost uopšte znači u Srbiji danas, to jest kako se ovaj koncept razumeva i vrednuje, a zatim i kako se informacione tehnologije koriste u svakodnevnom životu, na koji način one ograničavaju privatnost, kako se uprkos njima ili uz pomoć njih kreiraju „ostrva privatnog“ (Nippert-Eng 2010) i sa kakvim se izazovima susreću pojedinci i pojedinke koristeći ih za rad, zabavu, komunikaciju pa i komoditizaciju privatnosti na društvenim mrežama.

U prvom poglavlju data je kratka istorija zapadnog koncepta privatnosti koja započinje raspravom o tome da li se uopšte može govoriti o podeli na privatno i javno u antičkoj Grčkoj, nastavlja sa analizom ove podele onako kako je ona koncipirana u doba

⁶Problemi na globalnom nivou nastaju još od sedamdesetih godina prošlog veka i još od tada se vodi bitka da se tehnologija smesti u zakonski okvir dok istovremeno njen konstantan napredak to stalno otežava, tako da se radi o „procesu“ koji kontinuirano traje, a ne o projektu koji treba obaviti jednom zauvek (Council of Europe 1989: 5).

⁷ N1 “Brnabić: Srbija je ispred pojedinih propisanih standard EU
<http://rs.n1info.com/a404899/Vesti/Brnabic-Digitalizacija-prioritet-vlade.html> (Pristupljeno: 10.11.2018)

renesanse i završava se pregledom najznačajnijih ideja o privatnosti devetnaestog veka. Nakon toga sledi osvrt na kritiku ovog koncepta koji pokazuje kako je feministička teorija dovela u pitanje dihotomiju privatno/javno, ali i kako su antropološka istraživanja doprinela preispitivanju univerzalnosti ove podele, te kako se i nakon ovih kritičkih preispitivanja danas još može razmišljati o konceptu privatnog izvan ove dihotomije. Treći deo ovog poglavlja posvećen je pojmu nadzora (*surveillance*) i pokazuje kako su se tehnologije kroz istoriju koristile upravo za nadzor i šta novo donose četvrta industrijska revolucija i internet Web 2.0. U četvrtom delu ovog poglavlja pokazala sam po čemu je Srbija kao teren za istraživanje specifična, odnosno kakvi globalni i lokalni uticaji se na tom prostoru prelamaju i kako oni utiču na percepciju koncepta privatnosti. Na kraju ovog poglavlja dala sam opis pristupa i metoda i objasnila na koji način sam struktuirala rad, zašto sam odabrala tri aspekta privatnosti i kako sam koristila etnografske podatke da pokažem kako se zahvaljujući informacionim tehnologijama kreiraju nove konstelacije privatno/javno.

Drugo poglavlje istražuje na koji način se informacione tehnologije koriste za kreiranje i održavanje interpersonalnih odnosa, kako one ograničavaju, odnosno, štite privatnost i kako one zapravo transformišu prirodu tih odnosa s obzirom na to da komunikacija biva posredovana tehnologijom, odnosno, različitim platformama, društvenim mrežama i aplikacijama. U ovom poglavlju predstavljen je etnografski materijal dobijen dubinskim intervjuima sa sagovornicima i predmet analize bili su porodični, prijateljski i partnerski odnosi, odnosno kako se oni održavaju i uspostavljaju na mreži, te kako se uz pomoć tehnologije privatnost skriva, otkriva, brani i razmenjuje za druga dobra. Posebna pažnja posvećena je tome kako se privatni životi zahvaljujući informacionim tehnologijama zapravo žive *online* i kako društvene mreže doprinose tome da se na jedan radikalna način koncept privatnog redefiniše preko pojma „podešavanja privatnosti“.

Treće poglavlje raspravlja o tome zašto se pitanje privatnosti uopšte danas postavlja u kontekstu rada, odnosno radnog prostora i vremena pokazujući kako

informacione tehnologije sa jedne strane menjaju koncepciju nadzora nad radnicima brišući granice između privatnog i poslovnog a sa druge strane relativizuju odnos između radnog i slobodnog vremena. Ovo poglavlje takođe predstavlja etnografsku građu dobijenu dubinskim intervjuima i to sa sagovornicima koji rade različite vrste poslova jer je cilj bio da se pokaže kako se deformisana podela privatno/javno pojavljuje u veoma različitim radnim ambijentima i pod različitim uslovima.

Četvrto poglavlje posvećeno je jednim posebnim aspektom rada, odnosno, komoditizaciji privatnosti na platformi *YouTube*. Iako je reč o jednoj vrsti rada, ovom pitanju sam posvetila posebno poglavlje ne samo zato što je reč o veoma specifičnoj vrsti rada i specifičnom odnosu proizvodnje i potrošnje i specifičnom odnosu između privatnosti i tehnologije, već i zbog toga što ova internet platforma nudi izobilje etnografskog materijala. Ovo poglavlje razmatra kako se privatnost na ovoj platformi prodaje kao roba, kako je sami autori *YouTube* kanala definišu i na koje načine je komoditizuju strateški birajući aspekte svog privatnog života koje žele da podele sa javnošću i suočavajući se sa izazovima i iskušenjima koja ih teraju da revidiraju svoje granice privatnosti.

U petom poglavlju predstavila sam glavne zaključke ovog istraživanja. Pokazala sam zbog čega se privatnost danas u Srbiji shvata kao inkluzivan pojam jer se bilo koja informacija, događaj ili aktivnost može okarakterisati kao privatna ili javna u zavisnosti od konteksta, te da se zato koncept „podešavanja privatnosti“ koji su zapravo izrodile društvene mreže može iskoristiti da opiše upravo to kako se podela na privatno i javno uopšte doživljava. Pojedinci i pojedinke žive svoje privatne živote *online* a ne samo *offline* jer koriste informacione tehnologije za komunikaciju, rad, zabavu i sve vrste aktivnosti, a one im omogućavaju kreiranje strategija za zaštitu privatnosti ili ih primoravaju na to da svoje pravo na privatnost razmene za neku uslugu. Oni su uslovljeni ne samo domaćim zakonima, već i međunarodnim pravom ali i unapred zadatim limitima same tehnologije pa i javnim politikama privatnosti koje nameću proizvođači tih tehnologija. Internet Web 2.0, dakle, utiče na redefinisane koncepta

privatnosti ali isto tako menja sam život, odnosno transformiše svakodnevicu, interpersonalne odnose, zabavu, rad i procese proizvodnje i potrošnje. Istraživanje je pokazalo da postoji razlika između privatnosti u odnosu na širu javnost i privatnosti u odnosu na neposredno okruženje, te da se u Srbiji ova prva vrsta privatnosti manje vrednuje u odnosu na drugu jer se privatni podaci u velikoj meri doživljavaju kao nešto što ne pripada toliko pojedincu koliko institucijama moći, a da je on nemoćan da se protiv njih izbori za svoja prava. Osećajući da su nemoćni da svoju privatnost zaista zaštite, pojedinci se najčeće predaju i pristaju na to da njihovi privatni životi budu transparentniji nego što bi oni to želeli.

II TEORIJSKO METODOLOŠKI OKVIR

1. Osvrt na razvoj koncepta privatnosti u modernom društvu

U potrazi za korenima koncepta privatnosti u istoriji zapadne misli, trag vodi do filozofije antičke Grčke i uspostavljanja dualizma između domena porodice (*oikos*) i domena države (*polis*). Da li je taj dualizam preteča podele na privatno kao porodično i javno kao političko, onako kako je u sedamnaestom veku definiše Džon Lok (Locke, 2003)? Grčki filozofi upotrebljavaju pojmove privatno i javno, ali ne tako da opišu dve odvojene sfere niti da na bilo koji način raspravljaju o fenomenu privatnosti. U starogrčkom jeziku reči *idios* i *koinos* najbližije su današnjim pojmovima privatno i javno, ali o suprotnosti među njima se nije gotovo uopšte raspravljalo. Sama reč privatno imala je u velikoj meri negativno značenje u spisima mislilaca stare Grčke jer se kolektivno smatralo značajnijim od individualnog kao i opšte od pojedinačnog. U jednom od Heraklitovih fragmenata pojavljuje se opozicija *idios kosmos* i *koinos kosmos*,

odnosno razlika između privatnog sveta i zajedničkog sveta. Prema prevodu Hermana Dilsa, Heraklit kaže da „budni imaju jedan i zajednički svijet, a da se svaki pojedini od onih, koji spavaju, okreće u svoj“ (Diels, 1983, 157). Za Heraklita, pojam privatni svet ima negativno značenje jer je prava realnost kolektivna i život u privatnom svetu je život u neznanju. Štaviše, pojam privatni svet za njega zapravo određuje smrtnog čoveka koji ne razume kolektivnu prirodu realnosti (Mayock, 2008, 151).

Kolektivno i pojedinačno je jedna od ključnih opozicija koje su mislili antički filozofi i privatno je bilo pre svega bilo shvatano kao pojedinačno. Ova opozicija bila je važna u različitim kontekstima, na primer u kontekstu metafizike i problema saznanja, ali i u kontekstu politike. Jedno od ključnih mesta u kojima Platon pominje pojam *idios* i objašnjava fenomen privatnog je njegov spis Zakoni u kome on opisuje idealnu državu kao zajednicu u kojoj su privatno i individualno u potpunosti odbačeni, a pod tim se podrazumeva čak i ono što je „po prirodi privatno“, a to su oči, uši i ruke, kako bi pojedinci gledali, slušali i delali zajednički (Platon, 1961: 323). Na ovom mestu se jasno vidi na koji način primat kolektivnog teži ka tome da eliminiše privatno, i nema govora o dijalektici između privatnog i javnog (Kalušerović 2010; Simm 2011). Ali može li se ta dijalektika potražiti u nekim drugim opozicijama, kao što je opozicija između porodice i države?

Kako ukazuje Suzan Moler Okin, Platon prvi raspravlja o odnosu između porodice i države. On nudi dva potuno oprečna stava o odnosu porodice i države – jedan koji negira privatnu sferu u potpunosti i drugi koji uspostavlja oštar kontrast između dve sfere, poistovećujući dom i porodicu sa domenom privatnog, a političku delatnost sa domenom javnog (Moller Okin 1979: 274-275). U Platonovoj *Državi* je celokupna sfera privatnog osporena. U ovom radikalnom dijalogu, Platon skicira „idealnu državu“ u kojoj ne smeju da postoje nikavi lični interesi i jedino je važan interes zajednice (Platon 2002: 104; Barker 2012: 149; Hagedon 2004; Živanović 2011: 45). Platon dakle određuje sreću i dobrobit kao sreću i dobrobit celokupne zajednice, i smatra da jedino zajednica bez ličnih interesa može biti pravična.

U Platonovoj idealnoj državi postoje tri zanimanja, odnosno tri klase ljudi: vladari, čuvari i sluge, i privatna svojina je dozvoljena samo za sluge jer su oni proizvođači, a vladari i čuvari ne smeju da imaju ništa što im nije „neophodno“ za egzistenciju (Platon 2002: 102). Na ovaj način privatna svojina, onako kako se ona danas definiše, uopšte ne postoji, baš kao ni privatni interesi. Štaviše, ono što se danas smatra aspektima privatnog života u Platonovoj državi je strogo kontrolisano, pa tako na primer reprodukcijom upravlja država, porodica ne postoji, a žene i deca su vlasništvo zajednice. U tom smislu, u njegovoj pravičnoj državi uopšte nema mesta za privatnost i ona nije nikakva pozitivna vrednost.

Međutim, *Država* je jedan od Platonovih ranijih spisa iz druge faze koja je trajala od 388 do 367 godine pre nove ere i on je u kasnijim fazama imao potpuno drugačije poglede na odnos između porodice i države, odnosno privatnog i javnog. Naime, u njegovom spisu *Zakoni* koji je nastao 360 godine pre nove ere, on potpuno drugačije definiše ovu opoziciju. On izdvaja sferu porodice kao izolovanu od domena političkog života i to tako što ponovo uvodi privatnu svojinu i instituciju braka (Platon 1961: 61; Barker 2012: 149; Russel 1996: 9). Ipak, to samo po sebi uopšte ne znači da domen porodice ostaje izvan kontrole države. Muškarac i žena su dužni da stvaraju decu ne za sebe, nego za samu državu i imaju obavezu da stvore što je moguće kvalitetniji podmladak (Platon 1961: 367). U državi koja je opisana u *Zakonima*, brak je obavezan za sve, a čak je i čulno zadovoljstvo regulisano od strane države i dozvoljeno je samo u onoj meri u kojoj je to propisano zakonom (Plato 1926: 96).

Platon kaže da domen porodice ne sme da bude ostavljen izvan zakona upravo zato što u privatnom životu često zbog privatnih „zadovoljstava, bolova i želja“ dolazi do incidenata koji su ponekad jako mali i čak neprimetni, ali se kose sa suštinom zakona, i Platon smatra da je to loše za državu (ibid. 3). Platon dakle vidi opasnost u tome da se sfera porodice ostavi neregulisana. Zbog toga se u Platonovoj podeli na državu i porodicu zapravo ne može pronaći dualizam između privatnog i javnog. Za

Platona privatnost nije nešto poželjno i on čak i porodicu zapravo vidi kao deo javnog i na prvo mesto stavlja interes države spram interesa pojedinca.

Ni Aristotel ne pridaje značaja privatnosti niti uopšte privatnim interesima jer i za njega zajednica ima veći značaj nego pojedinac. On naime kaže da je porodica „samodovoljnija“ od pojedinca, a država od porodice i da, pošto je poželjnije ono što je samodovoljnije, onda je uvek poželjnije neko mnoštvo nego pojedinačnost (Aristotel 1988: 30-31). Za Aristotela celina uvek ima primat nad delovima, to jest, mnoštvo ima prednost nad pojedinačnim. Sa druge strane, Aristotel vidi stanje aktivnosti kao svrhu postojanja i izvor ljudske sreće, pa je samim tim ispunjenje ljudskog života političko bivanje u zajednici polisa (Saxonhouse 1991: 33; Kovačić 2006: 457).

A pošto u grčkom gradu-državi kolektivno uvek ima prvenstvo, razumljivo je zašto individualne slobode nisu imale onakav značaj kakve su dobile u doba modernosti. Postavlja se pitanje zbog čega privatnost uopšte nije bila razmatrana, pa čak ni pominjana, ali ipak, bilo bi pogrešno reći da u antičkoj Grčkoj privatnost nije postojala ili da uopšte nije bila značajna. Iako sam koncept nije bio izgrađen, mnoge činjenice upućuju na to da se on ipak pomaljao. Istraživanja Samante Burk koja je analizirala arhitekturu antičke Grčke ukazuju na to da je svest o privatnosti itekako postojala, i da se ona ogleda u projektovanju i uređenju stambenog prostora. Proučavajući ostatke starig grčkih kuća, pre svega u Delosu gde ih je najviše ostalo, Burk je zaključila da su kuće konstruisane tako da obezbede privatnost i to na takav način da se porodica izoluje od neposrednog okruženja i da se unutar doma kreiraju granice između manje i više privatnih prostora (Burke 2000). Prostor za stanovanje bio je podeljen na donji nivo koji je bio zajednički i gornji koji je bio privat, prozori su konstruisani tako da omogućavaju pogled na okolinu ali istovremeno blokiraju pogled unutra, a postojale su i ne-arhitektonske barijere poput zavesa, paravana i ukrasnog bilja (ibid. 27-37). Antropolog Hemfris ukazuje na to da se interes za privatnost u antičkoj Grčkoj može naslutiti i u komedijama i tragedjama tog doba, kaže da su čak i govornici pominjali detalje iz privatnog života, kao i da filozofske rasprave o

prijateljstvu takođe govore o tome koliko je privatni život bio značajan (Humphreys 1978: 104). On smatra da se u kulturi antičke Grčke mogu pronaći neke naznake savremenog zapadnog koncepta privatnosti, ili barem začetak tog koncepta.

Međutim, kada govorimo o političkoj filozofiji, već time što kolektivno ima primat u odnosu na pojedinačno ukazuje se na to da privatnost nije visoko na listi prioriteta. Kao i u drugim Aristotelovim spisima, u *Politici* je uočljivo postojanje različitih hijerarhija, a jedna od njih je muško/žensko. Aristotel ženu smatra „prirodno“ inferiornom u odnosu na muškarca, kao što je rob inferioran u odnosu na slobodnog čoveka i dete u odnosu na odraslog čoveka (Aristotle 1959: 63; Horowitz 1976: 183; Sparshott 1985: 177). Ali uprkos uspostavljanju ovakve hijerarhije, Aristotel ne smatra da je žena u potpunosti podređena muškarcu. Ona za njega nije rob jer ima određenu ulogu u društvu, iako to podrazumeva delovanje isključivo u domenu privatne sfere doma i porodice, pošto žena ima ulogu da rađa, podiže decu i vaspitava nove generacije (Saxonhouse 1991: 51).

Razumeti Platonove i Aristotelove političke ideje i njihovo viđenje privatne sfere zapravo znači razumeti kako je funkcionisao svakodnevni život u grčkom polis. Žene nisu učestvovala u političkom životu i bile su upućene isključivo na dom i porodicu (Blundell i Blundell 1995). Međutim ova privatna sfera u grčkim gradovima državama nije bila *de facto* odvojena od javne sfere. Kako tvrdi Luis, u tim malim gradovima se sve o svima znalo i nije bilo prostora za tajne, pa čak nije postojala razlika između vesti kao nečeg javnog i zvaničnog i tračeva kao neke vrste privatnih, nezvaničnih vesti, jer sve novosti su se prenosile od usta do usta (Lewis 1996: 9). Sve informacije iz privatnog života uključujući šale na račun tuđeg seksualnog života bile su relevantne za javnost, između ostalog zato što nije postojala nikakva vrsta lične dokumentacije i identitet se utvrđivao isključivo na osnovu svedočenja drugih (ibid. 9). *Oikos* i *polis* uopšte nisu bili odvojeni. Pojam *oikos* može se prevesti na više načina, a njegova ključna značenja su kuća ili neka druga zgrada, domaćinstvo, porodica i svojina (MacDowell 1989: 10) dok reč *polis* znači država. Iako su domaćinstva ili porodice ponekad imale pridružene

članove, a neka domaćinstva su imala robove, Aristotel je ovaj pojam shvatao kao domaćinstvo koje obuhvata samo nuklearnu porodicu, a *oikos* je za Aristotela osnovna jedinica države (Roy 1999: 1).

Kako bi se razumela priroda podele na *oikos* i *polis* i kako bi se odgovorilo na pitanje da li je ova podela srodna sa podelom na privatno i javno, treba analizirati kakav je bio međusobni odnos dve različite sfere i da li ih je uopšte bilo. Rojova pravna analiza pokazuje da one nisu bile sasvim odvojene jer je grad država u velikoj meri regulisao sferu domaćinstva. Naime, polis je donosio zakone kojima se direktno uplitao u *oikos*, odnosno u domaćinstvo i porodicu. Ovo se, kaže Roj, najbolje ogleda u zakonima koji su vezani za pitanja državljanstva: atinski polis se oslanjao na to da porodice stvaraju nove građane polisa i u četvrtom veku je čak usvojen zakon koji brani ženama iz Atinskog polisa da žive sa državljanima drugih država jer je njihova obaveza bila da rađaju nove građane atinskog a ne nekog drugog polisa (ibid. 4). Reprodukcijska je, prema tome, bila glavna svrha braka.

Međutim povezanost *oikosa* i polisa je za Aristotela mnogo dublja i ne svodi se na kontrolu države nad pojedincima. Za njega je *eudaimonia*, odnosno sreća samodovoljnost, a samodovoljnost je nužno život u zajednici, jer pojam samodovoljnost, kaže on, ne se može primeniti na usamljeni život pojedinca, nego na život sa „roditeljima, decom, supružnikom, prijateljima i stanovnicima države“ jer je čovek po prirodi društveno biće (Aristotle 2004: 177). Zbog toga je za Aristotela politička nauka u svojoj suštini etička nauka, jer ona se bavi srećom ili dobrobiti zajednice.

Aristotelova dihotomija *oikos/polis* se razlikuje od dihotomije privatno javno u modernom društvu najpre po tome što se ne govori suprotnostima, to jest, nekakvim o razdvojenim sferama, već pre o jednom jedinstvu u kome skup *oikosa* čini *polis*. Druga razlika sastoji se u tome što se sloboda potpuno drugačije razumeva i vrednuje. Kako kaže Mojra Volš, sloboda je za Aristotela upravljanje samim sobom, ali ne kao mogućnost da se upravlja svojim postupcima, kako savremeni teoretičari smatraju, već kao mogućnost da čovek sam sobom upravlja ali vođen ciljevima koje razum određuje

kao vredne izbora (Walsh 1997: 496). Pema tome, sloboda je stanje duše pre nego društvena konvencija (ibid. 496). To zapravo znači da u Aristotelovoj teleološkoj etici u kojoj je ostvarenje sreće ili dobrobiti zajednice cilj nema mesta za privatnost kao slobodu pojedinca ili porodice. Sloboda je za njega periferna vrednost, kako primećuje Roderik Long (Long 1996: 776) i on ograničava mnoga ljudska prava i slobode koji predstavljaju stubove modernog društva, a među kojima su sloboda govora, verska sloboda i reproduktivna prava (ibid. 777).

Ne može se, dakle, reći da je dihotomija *oikos/polis* jednaka dihotomiji privatno/javno jer grčki filozofi nisu izjednačavali pojam porodice sa pojmom privatnog niti pojam države sa pojmom javnog. Pre bi se moglo reći da su oni i porodicu i državu podvodili pod ono što mi danas razumemo kao javno, dok privatno nije imalo velikog značaja. Ipak, ove dve dihotomije jesu srodne. Polazeći od realnosti života u polisu, Platon i Aristotel postavljaju neku vrstu granične linije između političke delatnosti i domaćinstva, odnosno porodice, tako da je u tom istorijskom periodu zapadne misli zapravo pre reč o razlici političko/porodično koja nije prava opozicija, ali ona kasnije postaje osnova za podelu na privatno i javno. Zbog toga su politički spisi Platona i Aristotela nezaobilazna literatura za sve teoretičare koji se kasnije bave odnosom privatno/javno.

Pojmovi privatno i javno po prvi put su upotrebljeni u rimskom pravu, odnosno u Justinijanovom zakoniku (Bobbio 1989: 1). Reči su upotrebljene da označe javno i privatno pravo (*quod ad statum rei romanae spectat* i *quod ad singulorum utilitatem*) ali u istoriji zapadne političke misli, koncept privatnosti počinje da se razvija preko pojma slobode sedamnaestom veku. Iako se o privatnosti ne govori direktno, sve današnje rasprave o privatnosti uzimaju u obzir evropske filozofe sedamnaestog veka jer tada zapravo nastaje opozicija privatno/javno onako kako se ona danas shvata. Međutim, o toj podeli se u sedamnaestom veku govori posredno. Ona proističe iz mnogo širih koncepata slobode i ljudskih prava i deo je rasprava o odnosu pojedinca, porodice, države i religije.

Džon Lok u sedamnaestom veku postavlja temelje liberalizma, a liberalizam omogućava da se uopšte govori o privatnosti kao jednom aspektu slobode pojedinca. Istorijski posmatrano, liberalne ideje počinju da se rađaju nakon srednjeg veka u kome nije bilo prostora za ljudska prava i slobode, pa samim tim ni za koncept prava na privatnost. Liberalizam je prva politička filozofija u istoriji zapadne misli koja se fokusira na pojedinca. Kao što kaže politički filozof Lari Sidentop, od šesnaestog veka zapad počinje da doživljava društvo kao asocijaciju pojedinaca (Sidentop 2014: 6), a sa tim doživljajem dolazi i proces oslobađanja. Nakon srednjeg veka dolazi do dvojakog oslobađanja, to jest, do oslobađanja pojedinca od strogih hijerarhija feudalizma i oslobađanja uma od verskih dogmi (ibid. 8). Sama reč liberalizam u sebi sadrži pojam slobode, što ukazuje na to da je ideja slobode ključna za liberalizam.

Iako se Lokov spis *Dve rasprave o vladi* iz 1689 godine smatra utemeljenjem liberalne ideologije, neke od liberalnih ideja razvija već Tomas Hobs sredinom sedamnaestog veka. Da bi se razumeli razlozi za nastajanje liberalizma kao nove ideologije, potrebno je imati u vidu istorijsko-političke promene u Velikoj Britaniji koje su inspirisale Hobsa i Loka da napišu svoja kapitalna dela iz oblasti političke filozofije. Od 1642 do 1651 traje Engleski građanski rat koji je potekao iz sukoba kralja Čarlsa I i engleskog Parlamenta i suštinski je doveo u pitanje koncept o božanskom pravu kraljeva a rezultirao je stvaranjem novog oblika vladavine – parlamentarne monarhije. Hobs piše *Levijatana* tokom Engleskog građanskog rata i uticaj aktuelnih istorijskih događaja na njegove političke ideje razvijene u ovom delu je nepobitan. Koncept slobode je jedan od ključnih pojmova o kome on u ovom delu raspravlja. Iako, kako kaže Pettit, Hobs zastupa političku doktrinu apsolutizma, njegova razmišljanja o slobodi su snažno uticala na Džona Loka, Žan Žak Rusoa i ostale mislioce koji su zastupali liberalističku doktrinu (Pettit 2005: 131). On je prvi formulisao teoriju društvenog ugovora koju su kasnije preuzeli Lok i Ruso, iako su oni dali svoje autentične interpretacije, odnosno verzije ove teorije.

Hobs je smatrao da hipotetičko „prirodno stanje“ koje logički prethodi zajednici pojedinaca definiše stanja „rata svih protiv svih“. U tom stanju postoji neograničena sloboda jer nema zakona niti vladara koji bi je ograničavali, ali u njemu nikada nema spokoja jer se život odvija u stalnoj borbi za opstanak, strahu od smrti i čežnjom za osnovnim životnim potrebama koje ne mogu da se zadovolje jer u tom prirodnom stanju nema uslova za proizvodnju, izgradnju ili nabavku dobara iz inostranstva (Hobbes 1996: 86-90).

Prirodni zakon koji vlada u ovom prirodnom stanju je upravo sloboda pojedinca da koristi svoju moć kako bi sačuvao sopstveni život i Hobs ovu vrstu slobode naziva „nedostatkom spoljašnjih prepreka“ (ibid. 80). U prirodnom stanju svako ima pravo na sve, pa čak i na tuđ život, međutim zahvaljujući razumu, ljudi prirodno teže ka miru i moraju da budu zadovoljni sa onoliko slobode prema drugima koliko bi želeli da drugi imaju prema njima (ibid. 80-81). Upravo ova razumna težnja ka miru i nekoj vrsti dogovora da svako ima pravo da radi drugima samo ono što bi dozvolio da drugi rade njemu dovodi do sklapanja „društvenog ugovora“, a ovaj čin nije ništa drugo nego prenošenje individualnih prava, odnosno individualne slobode na suverena (ibid. 82).

Iako sklapanje društvenog ugovora znači pristanak na lišavanje slobode u korist života u miru i u zajednici, Hobs ne smatra da život u zajednici lišava pojedince slobode u potpunosti. Reč je o svesnom odricanju od dela slobode, ali ne od svih sloboda jer su one neophodne za život (ibid. 95). Hobs je prvi nakon srednjeg veka započeo raspravu o individualnoj slobodi pojedinca što je preduslov za bilo kakvu raspravu o privatnosti. On je tvrdio da ljudi prirodno vole slobodu iako zapravo nije verovao da bilo koje državno uređenje uključujući demokratiju zaista donosi mnogo slobode. Ipak, njegova razmatranja o slobodi i teorija društvenog ugovora predstavljaju značajan korak ka formulisanju liberalističke teorije.

Nakon srednjeg veka, jedna od ključnih tema u Zapadnoj Evropi postaje odvajanje crkve i države. Džon Lok daje teorijsko utemeljenje ovoj ideji i ona predstavlja polaznu tačku za stvaranje ideologije liberalizma. Suština njegove ideje sažeta je u

kratkim spisu *O Toleranciji*, koji je zapravo pismo koje je Lok napisao svom prijatelju Filipu van Limborhu i koje je objavljeno bez njegovog saznanja 1689 (Locke 2010), iako je Lok zastupao ideje o verskoj toleranciji mnogo ranije, sasvim sigurno od 1666 godine (Giffin 1967: 378). U ovom pismu Lok tvrdi da se temelji verske tolerancije nalaze u samom jevanđelju i kaže da on smatra da je neophodno valjano utvrditi granicu između države i crkve kako bi se izbegli zločini u ime religije (Locke 2010: 6). On zatim daje svoj nacrt države i opisuje je kao zajednicu ljudi koja je stvorena samo zato da bi se sačuvala i promovisala civilna dobra, a to su sloboda, fizički integritet, sloboda od bola i imovina (ibid. 7). Uloga vladara bi, po njegovom mišljenju trebalo da bude da obezbedi ova dobra i da kažnjava samo one koji ugrožavaju tuđa prava, a ne one koji imaju određene poglede na hrišćanstvo.

Za Loka dakle, pitanje vere ne treba da se tiče vlasti jer svako treba da ima slobodu da sam tumači verske dogme i pridruži se određenoj hrišćanskoj denominaciji. U tom smislu, za Loka je vera nešto individualno što se tiče samo pojedinca, a to u suštini znači da ona spada u domen privatnosti onako kako je danas shvatamo. Vlast po Lokovom mišljenju takođe ne treba da se bavi porodičnim pitanjima i to on izričito naglašava u svom spisu *Dve rasprave o vladi* (Locke 2003). Kao što pravi jasnu distinkciju između države u crkve, odnosno verskih i političkih pitanja, Lok takođe razdvaja domen porodice od domena političkog i tvrdi da vlast ne treba da interveniše u domenu porodičnog. Mada Lok nikad nije koristio reč privatnost niti je ovaj koncept konkretno definisao, može se zaključiti da vera i porodica za njega predstavljaju dva ključna aspekta privatnosti, a privatnost se određuje preko suprotnosti sa političkim. Pravo na privatnost se ne izdvaja kao posebno prirodno pravo, ali ono je na neki način sadržano u tri osnovna prirodna prava o kojima Lok govori: pravo na život, pravo na slobodu i pravo na imovinu (ibid.).

Pošto je koncept prirodnih prava jedan od ključnih koncepata Lokove političke filozofije, on je neophodan za razumevanje odnosa između privatnog i javnog. Lok je smatrao da određena moralna načela odnosno prirodni zakoni važe za sve ljude bez

obzira na to gde oni žive, te da iz njih proizilaze prirodna prava među kojima su ključna pravo na život, pravo na slobodu i pravo na imovinu (Locke 2003: 136). Prirodno pravo je pravo koje vlada u prirodnom stanju koje je Lok za razliku od Hobsa definisao kao stanje mira u kome su svi pojedinci slobodni i jednaki, a ne stanje rata svih protiv svih. Međutim, kako kaže Lejden, ovo prirodno stanje nije potpuno anulirano sa ulaskom čoveka u zajednicu i ova prirodna prava ostaju na snazi i nakon toga (Leyden 1956: 26). Štaviše, politička moć je za Loka opravdana samo ukoliko ona čuva prirodna prava čoveka. Lok smatra da su ova prirodna prava, iako data od boga, zapravo dostupna racionalnoj spoznaji, ali on ne objašnjava na koji način se ona spoznaju i to ostaje slaba tačka njegove argumentacije (ibid. 26). Za Loka je bilo važno da pokaže da postoji nekakav moralni kodeks koji je univerzalan i opštevažeći ali takođe i racionalan, a ne saznatljiv samo putem verskog prosvetljenja. Prirodna prava su za njega nešto razumno i samorazumljivo, a nakon srednjeg veka u kome je verska dogma bila jedini moralni kodeks, koncept prirodnog prava se pojavljuje kao alternativa božanskom pravu. Lok kaže da su ljudi rođeni slobodni jer su po prirodi racionalni (Locke 2003:139).

Privatnost se može posmatrati kao jedan aspekt ljudske slobode, pa zato ima smisla tragati za konceptom privatnosti u Lokovim stavovima o slobodi pojedinca. Lok smatra da sloboda nikada, pa čak ni u prirodnom stanju nije potpuna iako su, kako on kaže, svi ljudi rođeni slobodni, jednaki i nezavisni (ibid. 141). Prirodni zakoni već sami po sebi ograničavaju slobodu, tako da ona nije kao u Hobsovom stanju rata svih protiv svih neograničena bilo kakvim moralnim načelima. Da bi pojedinci stupili u zajednicu neophodan je pristanak, a taj ulazak u zajednicu znači povinovanje zakonima države pa samim tim odricanje jednog dela slobode koja je postojala u prirodnom stanju (ibid. 142). Cilj ulaska u zajednicu je miran život, sigurnost i bezbednost privatne svojine. Lok doslovce određuje svrhu države kao očuvanje života, slobode i imovine pojedinaca (ibid. 156) i na taj način stavlja pojedinca u centar pažnje što je radikalna zaokret u odnosu na srednji vek. Sloboda pojedinca, iako ograničena jedna je od tri najvažnije vrednosti koje država ima zadatak da čuva.

Lok smešta slobodu u sferu doma, privatne svojine i porodice, ali takođe i u domen vere. Prema Lokovom tumačenju, privatno i javno su koncipirani kao dve sfere i one stoje jedna nasuprot drugoj, kao dve jasno odeljene celine u okviru društva. A ta sfera kuće i porodice, braka i intimnih odnosa ali i ličnih uverenja u koju država ne sme da zadire i koja je „sasvim različita“ od sfere političkog (ibid. 136) nije ništa drugo nego sfera privatnog. Pojedinci imaju pravo da budu slobodni u tim svojim svetovima u kojima država nema prava da se meša osim ako osnovna ljudska prava nisu povređena i neophodna je intervencija sa strane kako bi se neki eventualni konflikt razrešio.

Porodicu Lok vidi kao zaseban univerzum. Zakoni treba da čuvaju čoveka, njegovu slobodu i njegovu imovinu, a to podrazumeva da porodica treba da bude ostavljena na miru. Ovaj koncept privatnog baziran je dakle na principu zabrane državne intervencije, pa je privatna sfera automatski okarakterisana kao apolitična i kao prostor za slobodu. Lok ima u vidu nuklearnu porodicu (Smith 1993; Shanley 1979) i shvata je kao izolovanu privatnu sferu u kojoj nema uticaja države. Pa ipak, to ne znači da u njoj ne vladaju neki drugi odnosi moći. Iako kaže da su svi ljudi rođeni jednaki, Lok ne prihvata rodnu jednakost, nego smatra da muškarci imaju prvenstvo u odnosu na žene koristeći reć moć da opiše kako porodica funkcioniše iznutra. On kaže da roditelji imaju moć nad decom (ibid. 136), ukoliko o njima vode brigu i samo dok oni ne odrastu i ne osamostale se. Ta moć nad decom podrazumeva i mogućnost da im ograničavaju slobodu a to se pre svega odnosi na oca koji je neka vrsta „monarha“ ili vladara u porodici (ibid. 136). Muškarac ima najveću moć u porodici, veću od žene jer je on „sposobniji i jači“, kaže Lok (ibid. 126). Lok dakle postavlja hijerarhijske odnose moći unutar porodice tako da dom podseća na državu u malom, ali uprkos tome, on institira na tome da je domen porodice nešto sasvim različito od političkog društva. Otac ima samo ograničenu moć nad sebi podređenim članovima domaćinstva a to praktično znači, kako objašnjava Lok, da nema pravo da nekome oduzme život (ibid.130).

Pošto je glavna uloga države da obezbedi pravo na život, slobodu i privatnu svojinu, ona ima zakone pomoću kojih to čini i ima pravo da kažnjava prestupnike, pa

čak i da oduzme nekome život ukoliko je to u cilju zaštite ova tri osnovna ljudska prava, a otac porodice iako ima najveću moć u odnosu na ostale članove porodice nema ovlašćenja kakva ima država. Ovo je za Loka ključna razlika između porodice i političke zajednice. Međutim, pitanje da li ovo zaista znači da je porodica apolitična i ovako oštro odvojena od države, kasnije postavljaju kritičari Loka, naročito feministička teorija pokazujući da se upravo tu, u toj radikalnoj suprotstavljenosti dve sfere krije manjkavost Lokove argumentacije vezane za odnose moći unutar porodice (Gavison 1992; Kelly 2003; Okin 1991; Butler 1991).

Liberalizam kao politička filozofija se prvenstveno bavi odnosom između pojedinca i države u kome država treba da ima samo ograničen uticaj na slobodu građana, a takođe se bavi i odnosom između pojedinca i društva (Kymlicka 1989). Jedan od ključnih koncepata liberalističkog diskursa je „neutralnost“ što podrazumeva da država ima ulogu samo da omogući neutralni okvir unutar kojeg će različiti stilovi života ili koncepcije dobra moći slobodno da se ostvaruju (ibid. 883). Sloboda je prema tome shvaćena kao odsustvo intervencije ili „negativna sloboda“ (Berlin 2002: 169-181). A upravo je Lok prvi ovako definisao slobodu određivši je kao zabranu uplitanja države u sve što sada u domenu koji je definisan kao domen privatnosti, odnosno pre svega u verska pitanja, porodična pitanja i privatnu svojinu.

Ova podela na privatno i javno koja oštro razdvaja dve sfere pokazuje se kao ključna za liberalističku doktrinu. Međutim liberalistička podela je u izvesnom smislu dvojaka jer sa jedne strane deli sferu porodičnog od sfere političkog, a sa druge strane individualno od javnog (Kelly 2003). Privatnost dakle pre svega pripada pojedincu, a zatim i porodici. U tom smislu, politička filozofija sedamnaestog veka okreće se ka pojedincu i koncipira sisteme zaštite njegovih prava. Država je tu zbog pojedinca, a ne on zbog države, što je neka vrsta kopernikanskog obrta u političkoj filozofiji i radikalna promena u odnosu na srednji vek. Upravo to okretanje pojedincu i njegovoj slobodi otvara mogućnost za građenje modernog koncepta privatnosti. Međutim, liberalizam

sedamnaestog veka ima u vidu pre svega prava muškarca a ne i prava žena, a na porodicu gleda kao na nuklearnu porodicu.

Ideje liberalističke teorije do te mere preobražavaju svest, da ideja o privatnosti postaje sve realnija i počinje da se ugrađuje u svakodnevni život u Zapadnoj Evropi. Međutim ovaj razvoj je spor i društvo se postepeno menja. U svakodnevnom životu, bilo je teško napraviti uslove za privatnost nakon srednjeg veka i promene su bile postepene. U srednjem veku u Evropi, kupatilo nije postojalo kao odvojena prostorija, a čak ni spavaća soba nije bila privatni prostor. Prostorije u kojima se spavalo imale su i druge namene, a ako bi kuća i imala sobu namenjenu isključivo za spavanje, ona bi se pre mogla okarakterisati kao neka vrsta javnog prostora, kako u kraljevskim palatama u kojima su spavaće sobe kralja i kraljice bile mesta okupljanja a privatni rituali poput rođenja deteta ili oblačenja događaji na koje je bila čast biti pozvan, tako i u domovima najsiromašnijih u kojima je cela porodica spavala u jednom krevetu (Worsley 2013). Tek nakon srednjeg veka potreba za osamljivanjem pojedinca i porodice počinje da se otelotvljuje kroz uređenje prostora i tada nastaju spavaća soba i kupatilo kao dva ekskluzivno privatna prostora koja se zaključavaju. Iako apstraktan, sam pojam privatnost doživljava se kao nešto prostorno, odnosno nešto što treba smestiti u neki poseban prostor odeljen zidovima (Strathern 1992).

Privatnost je u sedamnaestom veku neka vrsta luksuza, rezervisana samo za srednje i više slojeve, odnosno za aristokratiju, jer ovakve vrste promena u svakodnevnom životu ne dopiru do siromašnih slojeva ali ni do kraljevskih porodica koje zadržavaju stari stil življenja. Štaviše, većina ljudi u Zapadnoj Evropi u sedamnaestom veku živi onako kako se živelo tokom srednjeg veka i sam koncept doma uopšte nije postojao za njih (Aries 1962: 404). Svest o privatnosti najpre se razvila u Engleskoj (Kamen 2005: 202). Mnogi istoričari tvrde da su upravo tu nastali prvi privatni toaleti, a poznat je takođe i fenomen posebnih, intimnih odaja koje su se nazivale garderoberi (*closets*) koje su bile još privatnije od spavaćih soba jer su služile za potpunu osamu (Worsley 2013). Te privatne odaje postojale su gotovo isključivo u

kraljevskim rezidencijama što govori o tome da se svest o privatnosti najpre pojavila u najvišim slojevima društva, ili su samo najbogatije porodice mogle da priušte samoću.

U sedamnaestom veku postaje rasprostranjen fenomen pisanja dnevnika i memoara koji predstavljaju jedan sasvim novi žanr u literaturi čiji je predmet upravo privatni život. Najpoznatiji pisci dnevnika bili su uglavnom pismeni muškarci iz severne Evrope, naročito iz Engleske, ali autori dnevnika bile su takođe i autori iz drugih delova Evrope, a među njima je bilo i žena poput Terezije Avilske (Kamen 2005: 215). Iako se radi o ličnim dokumentima, ovi dnevnici su se značajno razlikovali od kasnijih autobiografija, pre svega po tome što se posvećivalo manje pažnje osećanjima, tajnama, sosptvenom ličnošću i širim društvenim problemima, ali su govorili mnogo o porodičnom životu i o konkretnim događajima kako što je na primer kuga u Londonu 1665 (ibid. 216).

Prema istoriografskim analizama Filipa Arijesa, vidne promene u stilu života i uređenja prostora postaju vidne tek u osamnaestom veku. Tada porodica počinje da drži društvo na distanci i da ga gura od zone privatnog života koja se ubrzano širila, a životni prostor, odnosno kuće počinju da se projektuju tako da zadovolje potrebe za privatnošću (Aries 1962: 398-399). Prostori polako počinju da se dele na privatne i javne i poštovanje tuđe privatnosti ulazi u kodekse lepog ponašanja. Bavljenje tuđim privatnim životom, ogovaranje i zavirivanje u intimu postaje nešto nepristojno, odnosno društveno neprihvatljivo (ibid. 399).

Najpre se prave prostorne podele na privatno i javno, a to se najbolje ogleda u rasporedu prostorija moderne kuće: sobe su odvojene i u njih se ulazi iz hodnika, a ne iz jedne u drugu, kreveti se smeštaju u za to posebno namenjene prostorije, posluga se odvaja od porodice i smešta u posebne delove kuće namenjene isključivo za poslugu. Dešavaju se i promene u diskursu jer se koriste nove reči kako bi se napravila razlika između spavaće sobe i salona, odnosno na francuskom jeziku *chambre* i *salle*, na italijanskom *camera* i *sala da pranzo* i na engleskom *bedroom* i *drawing room* (ibid. 399). Neke novine u načinu ophođenja prema drugima takođe govore o ovim promenama u

doživljavanju privatnosti. Počinju da se šalju pozivnice i da se određuju dani koji su namenjeni za posete kako gosti ne bi mogli da dođu bilo kad, obedi traju kraće kako bi bilo više vremena za privatne aktivnosti, i uvode se zvona za pozivanje posluge kako bi se napravila veća distanca spram njih (ibid. 399).

U osamnaestom veku Francuska revolucija „podvlači postojanje dveju određenih oblasti, javne i privatne, valorizuje porodicu, pravi razliku između uloge polova, suprotstavljajući muškarce političare ženama domaćicama. Iako patrijarhalna, ona će ipak u mnogo čemu ograničiti očinsku vlast i priznati pravo na razvod“ (Arijes i Dibi 2003: 13). Francuska revolucija proklamuje prava pojedinca, što je istovremeno postavljanje čvrstih temelja za privatnost. Ipak, tek u devetnaestom veku privatnost postaje široko rasprostranjen fenomen i zalazi u sve slojeve zapadnih društava, a pred kraj veka i sama reč privatnost počinje da se koristi. Devetnaesti vek je zato prelomni period, ključan za istoriju koncepta privatnosti. Mišel Pero u predgovoru četvrtog toma „Istorije privatnog života“ koju su priredili Filip Arijes i Žorž Dibi kaže da je devetnaesti vek „zlatno doba privatnosti“ jer se „između civilnog, privatnog, intimnog i individualnog društva ocrtavaju koncentrični krugovi koji se u stvarnosti preklapaju“ (Pero 2003: 7). Što je najvažnije, privatnost kao ideal postaje sastavni deo identiteta srednjih klasa, na primer u Francuskoj i Engleskoj, a dopire čak i do nižih slojeva i dospeva do seoskih sredina (ibid. 14). To znači da privatnost postaje ideal celokupnog zapadnog društva, a ne privilegija za imućne.

U devetnaestom veku privatnost se na zapadu otvoreno cenila, možda više nego ikada do tada. Mada postoje vidljive i značajne razlike u stilu života u različitim zemljama zapada, reč je o istom konceptu privatnosti i razlike se svode samo na to koliko je privatnosti određeni stil života dozvoljavao. Standarde je u devetnaestom veku diktirala viktorijanska Engleska koja je najviše bila „opsednuta“ privatnošću⁸. To se ogledalo pre svega u arhitekturi jer su prostori bili doslovce konstruisani tako da se

⁸ BBC, The Victorians, TV serija, 2009, Velika Britanija <https://www.bbc.co.uk/programmes/b071pdq3> (Pristupljeno: 20.12.2018.)

omogućiti izolaciju. Dok su u prošlosti spavaće sobe bile prepune i nije bilo prostora za osamu, u devetnaestom veku postale su rezervisane samo za spavanje i intimne odnose, kupatila su postala odvojene prostorije i kriterijumi za ličnu higijenu su dramatično porasli, a dnevna soba se pojavljuje kao neka vrsta javnog prostora u okviru privatnog doma koji je namenjen za provođenje slobodnog vremena (Worsley 2013). Nastaje ono što bi se moglo nazvati arhitekturom privatnosti jer se stambeni prostor projektuje tako da omogućava zatvaranje u privatne prostorije, a one se odvajaju hodnicima i nisu prolazne kao ranije.

U viktorijanskoj Engleskoj se dom posmatra kao skrovito utočište u kome je čovek bezbedan i sklonjen od ostatka sveta. I ma kakvo to utočište bilo, ono je zaštićeno od države i kralja. Narodna poslovice „Englishman's home is his castle“ (kuća Engleza je njegov zamak) dočarava koliko se dom kao ostrvo privatnosti cenio. Koncept privatnosti koji je bio opšteprihvaćen u 19 veku u Engleskoj je bio upravo onakav kako ga je definisao Džon Lok u sedamnaestom veku i odnosio se na podelu između javnog kao političkog i privatnog kao sfere doma i porodice.

Viktorijanska privatnost opisana je u mnogim književnim delima i naslikana na mnogim slikarskim platnima nastalim u ovoj epohi. Književni i likovni kritičar tog vremena Džon Ruskin piše da se suština doma u viktorijanskoj Engleskoj ogledala u tome što je on predstavljao „sveto mesto, „hram“, „mir“ i „utočište“ od povreda, straha, sumnji, podela i svih opasnosti spoljašnjeg sveta (Ruskin 2007: 44). Žena je bila vezana za dom i nije imala pravo učešća u političkom životu, ali se smatrala „anđelom“ ognjišta, kao mudra i beskrajno dobra majka i gazdarica koja je zapravo upravljala domaćinstvom i činila da dom bude to sveto utočište. Slika privatnosti doma i porodice u to viktorijansko doba bila je u potpunosti idealizovana i to se jasno vidi na umetničkim delima koja prikazuju idilične prizore iz svakodnevnog života u raskošno dekorisanim enterijerima.

Radnja mnogih viktorijanskih romana smeštena je u ugodni kućni ambijent i usredsređena je na unutrašnja psihološka dešavanja likova koji žive obične živote.

Džejn Ostin, Čarls Dikens, Šarlota Bronte, Džordž Eliot i Elizabet Gaskel neki su od najvažnijih autora ovog perioda koji su u svojim romanima u potpunosti usmereni na sferu privatnog. Ovo okretanje ka unutra, dakle ka domenu doma i porodice sa jedne i unutrašnjosti pojedinca sa druge strane rezultat je okreta ka liberalističkoj paradigmi i individualizmu.

Iako je privatnost bila visoko vrednovana u viktorijanskoj Engleskoj, to samo po sebi ne znači da je privatnosti zaista bilo. Idilična slika „slatkog doma“ imala je svoju mračnu stranu koju su između ostalog činili kriminal, preljuba, porodične tajne, polne bolesti, velike zaraze i velika stopa smrtnosti dece, a spletkarenje, otkrivanje tuđih ličnih i porodičnih tajni i sve vrste zadiranja u intimu predstavljali su naličje novootkrivene privatnosti. Ove neprijatne slike privatnog života viktorijanske Engleske počele su da dospevaju na slikarska platna, u romane i u javne muzeje anatomije koji su bili puni užasnih prizora tela zaraženih polnim bolestima⁹. Čini se da je poriv za razotkrivanjem privatnosti u ovom istorijskom periodu bio podjednako snažan kao i potreba da se pobjegne u izolaciju sopstvenog privatnog prostora. I mada je Meri Vulstonkraft još 1792. godine napisala svoju *Odbranu prava žena* (Wollstonecraft 1792), u viktorijanskoj Engleskoj je žena još uvek bila viđena kao „anđeo doma“ (Zaharijević 2010).

U političkoj filozofiji devetnaestog veka pojavljuju se dve značajne definicije privatnosti. Prvu daje Hegel u svojoj *Filozofiji prava* kada piše o privatnoj svojini. Nadovezujući se u izvesnoj meri na filozofe sedamnaestog veka i na čitavu istoriju metafizike i sledeći logiku individualizma, Hegel razvija ideju slobode i smatra da je privatna svojina konstitutivna za individualnu slobodu. On oštro kritikuje Platona i Aristotela zato što nisu prepoznali značaj privatne svojine i tvrdi da svaki čovek mora da da sebi spoljašnju sferu slobode u vidu svojine jer svojina daje „egzistenciju“ slobodi (Hegel 1991: 73-77). U *Filozofiji duha* Hegel čak tvrdi da je privatna svojina konstitutivni elemenat ličnosti, te da se ono što je lično (ili sopstvo) putem privatne svojine „izvozi“ u

⁹ BBC, The Victorians, TV serija, 2009, Velika Britanija <https://www.bbc.co.uk/programmes/b07lpdq3> (Pristupljeno: 20.12.2018.)

spoljašnjost (Hegel 2006: 220). Na ovaj način Hegel daje metafizičko opravdanje privatnoj svojini, ali na nivou države, individualnu slobodu određuje nedostatak intervencije u domenu privatne svojine (Patten 2002: 3), jer posedovati neku imovinu za Hegela znači mogućnost samoostvarenja a to je moguće samo u nekom privatnom prostoru u kome nema intervencije države.

Džon Stjuart Mil takođe definiše privatnost polazeći sa pozicije individualizma i takođe je shvata kao slobodu. U svojoj raspravi *O slobodi*, on pokušava da ustanovi granicu između privatnog i javnog tako što određuje sferu privatnog kao domen samoregulacije i razlikuje legitimno od nelegitimnog uplitanja države u privatne stvari čime odlazi korak dalje od Loka. Mil kaže da je predmet njegove rasprave „građanska ili društvena sloboda“ i da on pokušava da pronađe „granice vlasti koju društvo može legitimno da ima nad pojedincem“, odnosno „ravnotežu između individualne nezavisnosti i društvene kontrole“ (Mil 1988: 35-39). on smatra da je jedino opravdanje za mešanje države u nečiju privatnost „sprečavanje povrede drugih“ (ibid. 43). Kao utilitarista, on smatra da se sva etička pitanja u krajnjoj liniji moraju oslanjati na načelo korisnosti, ali on korisnost shvata u veoma širokom smislu imajući u vidu „trajne interese čoveka“ (ibid. 44).

1890 pravnici Voren i Brandajs daju prvu definiciju prava na privatnost i tada sama reč privatnost ulazi u javni diskurs. Oni rekapituliraju kako je pravo progresivno kroz istoriju usvajalo različite oblike zaštite ličnosti i svojine, ali prepoznaju novu potrebu da se uvede posebno pravo na privatnost kao „pravo da se bude ostavljen na miru“. Njihov apel za uvođenjem prava na privatnost kao posebne kategorije nastaje kao reakcija na mnogobrojne povrede privatnosti prouzrokovane novim medijima, odnosno fotografijom i štampanim medijima (Warren i Brandeis 1890; Post 1991).

Njihov članak objavljen u časopisu *Harvard Law Review* predstavlja istorijsku prekretnicu u shvatanju koncepta privatnosti na zapadu. Oni prvi prepoznaju rizike koje sa sobom donosi razvoj novih tehnologija i na neki način predviđaju probleme vezane za privatnost do kojih će doći tokom dvadesetog veka. Oni primećuju da instant

fotografija i štampani mediji prodiru u „svete prostore privatnog života“ jer to postaje evidentno u sudskoj praksi a konkretnih zakona koji bi regulisali ovakve pojave nisu postojali. Kao jedan od ključnih problema navode „neautorizovano cirkulisanje portreta privatnih ličnosti“ i napominju da koncept privatne svojine počinje da se širi i da on počinje da podrazumeva i nematerijalne stvari, pa ukazuju na neophodnost promene zakonske regulative kako bi i ovi novi fenomeni bili obuhvaćeni (Warren i Brandeis 1890: 195).

Dakle u devetnaestom veku koncept privatnosti dobija mnogo jasnije obrise u odnosu na sedamnaesti vek i postaje predmet rasprava. Na nivou teorije, Lokov koncept privatnog se nadograđuje uz pomoć koncepta slobode koji na različite načine sa sferom privanosti povezuju Hegel i Mil. Privatnost je, kao i sloboda više ideal kome se teži nego nešto što je dostupno. Na nivou prakse, privatnost prestaje da bude privilegija buržoazije, ali i dalje ostaje neka vrsta luksuza. Na izvestan način privatnost se omasovljuje jer se širi svest o njoj i prostor počinje da se organizuje prema njoj, ali paralelno sa tom ekspanzijom privatnosti dolaze i veliki izazovi, pre svega zahvaljujući tehnološkom razvitku i ekspanzijom novih medija, odnosno štampe i fotografije.

Istorijska analiza koncepta privatnosti pokazuje kako se on zapravo izgrađuje tek u doba modernosti iako antički pojmovi *oikos* i *polis* imaju izvesne podudarnosti sa Lokovom podelom na privatno i javno. U antičkoj Grčkoj zapravo nije bilo podele na sferu privatnosti koja se vezuje za isključivo za porodicu i sferu politike kao javnog prostora koji stoji naspram porodice, već se pre može reći da su se obe ove sfere podvodile pod jednu te istu celinu, a tek u modernosti dolazi do mišljenja ovih različitosti.

Ovaj istorijski period počinje u sedamnaestom veku kada u zapadnoj Evropi dolazi do velikih promena koje toliko radikalno menjaju politiku, ekonomiju, kulturu, svakodnevni život i pogled na svet da se čitav istorijski period koji dolazi posle srednjeg veka naziva modernost. Sama reč upućuje na inovaciju i promenu. Reč moderno iskorišćena je da zaoštiri kontrast između srednjeg veka i tog novog doba koje donosi

sveobuhvatne promene među kojima je i formiranje teorijskog koncepta privatnosti. A da bi se razumelo zbog čega je privatnost kao teorijski koncept nastao baš u modernosti, potrebno je razumeti suštinu promena koje ovaj istorijski period sa sobom donosi.

Reč moderno po prvi put se javlja u šesnaestom veku, a srodni pojmovi modernost, modernizacija i modernizam počinju da se koriste tek u osamnaestom veku (Featherstone et al. 1995: 108). Taj pojam označava čitav niz fenomena, a dva moža najvažnija značenja koja mu se pripisuju jesu ekonomske promene koje donosi industrijalizacija i okretanje razumu koje donosi pokret prosvetiteljstva (ibid. 110). Za Erika Hobsbauma, dva prelomna događaja su Francuska revolucija koja donosi ključne političke promene i britanska revolucija, odnosno industrijska revolucija koja je vezana za proces proizvodnje (Hobsbawm 1996: 2). Ova „dvostruka revolucija koja se odvija između 1789 i 1848, kako on kaže, ne samo da je imala efekte u čitavoj Evropi, već je „transformisala“ čitav svet, te da je njen rezultat bio, kako kaže Hobsbaum „trijumf liberalnog kapitalizma“ (ibid. 2). Prosvetiteljstvo, industrijska revolucija i Francuska revolucija dolaze tek u osamnaestom veku, međutim, još u sedamnaestom veku stvaraju se uslovi za početak velikih promena upravo zato što tada dolazi do velikog preoketa koji odvaja srednji vek od modernog doba. Tada dolazi do odvajanja države od crkve, počinju rasprave o čovekovim prirodnim pravima i javljaju se ključne ideje liberalizma koje u političku filozofiju uvode Hobs, Lok i Ruso.

Jedna od ključnih novina koje donosi modernost kao „istorijski period i nov način mišljenja o sebi i Drugom“ (Ivanović 2018: 845) je pomeranje fokusa sa zajednice ka pojedincu koji dobija značajno mesto u građenju institucija. Kao što je već rečeno, otuda i dolazi diskurs o slobodama i pravima čoveka, što dalje vodi ka postavljanju temelja za razvoj samog koncepta privatnosti. „Koncept modernog društva, koji je zapadna misao definisala kao modernu formu društvenog organizovanja i uređenja, doveo je do postepenog, manje ili više brzog razdvajanja sfera ili domena aktivnosti koja je u suštini značila razdvajanje njihovih funkcija. Diferencijacija aktivnosti i

funkcija istovremeno je značila smeštanje religije, kao i porodice i srodstva u domen privatnog koji je jasno odvojen od javne sfere ekonomije i politike“ (ibid. 845-846).

U svetlu odvajanja crkve od države, pitanje vere postaje privatno pitanje koje se tiče samo pojedinca, a ne i čitavog društva. Dolazi dakle do svesti o tome da neki aspekti života treba da budu stvar ličnog izbora i da u to zajednica nema razloga da se meša. Versko opredeljenje, stavovi o pitanjima religije, porodični život i privatna svojina smatrana su glavnim zonama privatnosti. Paralelno sa razvijanjem ovih ideja, i sam životni prostor menjao se na taj način da omogućava kompartmentalizaciju, odnosno podelu prostora na privatne i javne zone, a istovremeno se i stil života prilagođavao podeli. Potreba za privatnošću se podjednako ogledala u potrebi za izolacijom (u svom domu, u krugu porodice, u privatnim odajama) kao i u potrebi za zavirivanjem u te privatne zone ali i njihovim pretakanjem u sferu javnog, pre svega putem knjiženosti i vizuelnih umetnosti koje počinju da se fokusiraju na svakodnevicu i intimu umesto na javni život i istorijske događaje. Ipak, ovaj moderni koncept privatnosti feministička teorija tokom devetnaestog i dvadesetog veka počinje da kritikuje videći ga kao duboko problematičan koncept.

2. Kritike modernističkog koncepta privatnosti

Modernost dakle donosi potpuno nove ideje o tome kako treba reorganizovati život i sam životni prostor tako da pojedinac ima slobodu u u domenima u koje država ne treba da se meša. Lok prvi formuliše ove ideje i mada zapravo ne koristi reč privatnost, on pravi jasnu podelu na ono što treba da se smatra privatnim ili ličnim i ono što treba da se posmatra kao javno (Locke, 2010), a upravo ova podela jedna je od glavnih predmeta kritike feminističke kritike. Naime, u Lokov domen privatnosti spadaju sloboda mišljenja, odnos prema religiji i sfera doma i porodice, dok je domen

javnog organičen na sferu države, politike i javnih prostora, a predstavnice feminističke teorije postavljaju pitanje kakva je uloga žene u takvoj konstelaciji odnosa između privatnog i javnog.

Ali osim toga što je Lokova definicija privatnosti bila problematična zbog toga što je perpetuirala partijarhalne rodne uloge, ona je takođe bila osporavana i zato što je počivala na dualizmu odnosno na opoziciji privatno i javno. Feministička kritika pored ove podele preispituje i sve ostale opozicije pokazujući kako one nisu „vrednosno neutralne“ pa samim tim ne mogu biti ni univerzalno važeće (Papić 1997: 100). Značaj antropoloških istraživanja u ovoj oblasti sastoji se upravo u tome što su ona dokazala da je sama dihotomija privatno/javno „lažno univerzalna“ (Rapp 1979: 508). Ova opozicija je u antropologiji kao i u društvenoj teoriji uopšte korišćena kao jedan od ključnih analitičkih koncepata i vezuje se za „varijantu strukturalno-funkcionalne orijentacije razvijane u studijama srodstva“ (Ivanović 2003: 421-423). Praveći razliku između privatnog kao porodičnog i javnog kao političko-pravnog domena, Majer Fortes je dao teorijsko uobličjenje ovom dualizmu, a Mišel Rosaldo je, oslanjajući se na njegove uvide razvila teoriju o rodnoj asimetriji kao univerzalnoj činjenici prema kojoj je žena „uvek i svuda identifikovana sa privatnom, porodičnom sferom, kućom, dok je muškarac povezivan sa javnom sferom društvenog delovanja“ (ibid. 422). Ona je kasnije napustila ovo stanovište i pokrenula kritiku rodnog esencijalizma ukazavši na to da dihotomija privatno/javno zapravo „ne pruža univerzalno objašnjenje za žensku potčinjenost jer, i analitički i sociološki posmatrano, predstavlja proizvod razvoja zapadnog društva (ibid. 422). Naime, pokazalo se da je ovo tumačenje problematično jer se dihotomija privatno/javno pojavljuje kao „transparentni, nadistorijski princip socijalne organizacije“, a društvo se javlja kao „entitet sačinjen od međusobno odvojenih i suprotstavljenih 'domena'“ (ibid. 424).

Štaviše, podela na domen porodice i domen politike predstavlja jedan aspekt „super-dihotomije“ koja u sebi obuhvata čitav niz drugih opozicija među kojima su „formalno i neformalno“, „priroda i kultura“ i „muško i žensko“ (Comaroff 1987: 54).

Može se reći da je „jedan od osnovnih problema u vezi sa univerzalističkim objašnjenjima zasnovanim na dihotomiji privatno/javno, kao uostalom i dihotomiji priroda/kultura, jeste pretpostavka o postojanju homogenih rodnih kategorija, o zajedničkom, esencijalistički shvaćenom rodnom identitetu“ (ibid. 425-426). Danas je, čini se sasvim jasno da se uloge muškarca i žene konstruišu ne samo na osnovu rodnih principa nego i na osnovu socioekonomskog statusa, etničke pripadnosti, uzrasta i drugih faktora jer „skup značenja koja definišu određenu verziju muškosti ili ženskosti u bilo kom vremenu i prostoru uvek zavisi od sveukupnosti njihovih drugih pozicija“ (ibid. 427-428). Prema tome, opozicija privatno/javno, (kao uostalom ni koncept patrijarhata) ne objašnjava potčinjenost žena u različitim kontekstima jer nije reč o univerzalno važećim kategorijama. Antropološki uvidi na ovaj način su, dakle, opovrgli univerzalnost dihotomije i predstavljaju važan doprinos kritici koncepta privatnosti.

Feministička kritika, međutim, u početnoj fazi polazi od toga da je radikalno podvajanje dvaju sfera perpetuiralo patrijarhalni odnos između muškarca i žene ne liberalizujući podjednako oba roda. Zbog toga dolazi do radikalne kritike podele na privatno i javno koja je deo jednog šireg projekta feminizma koji želi da preispitiva moderno društvo i položaj žene u društvu. Najpre „dolazi do spoznaje da čitava moderna (moderno zapadno društvo i njegove tekovine), pa i njen politički sistem, nije data već zadata, odnosno društveno konstruisana“ (Pajvančić i Pajvančić 2011: 282). Takođe se uviđa da „položaj žene u društvu nije posledica prirodnih razlika između polova, već upravo određene ideologije – patrijarhata, koja odlikuje čitav društveni život“ (ibid. 283), a da bi se njen položaj poboljšao, bilo je potrebno preispitati i samu podelu na privatno i javno. Ova podela je podrazumevala „maskulinizovanost“ javne i „feminizovanost“ privatne sfere (ibid. 283), odnosno, „prostor privatnog života postao je socijalni okvir delovanja“ žena (Stanković i Markov 2011: 321), dok je javni domen bio shvaćen pre svega kao prostor rezervisan za muškarca. Na taj način žena je zapravo izolovana, isključena iz javnog života i primorana na to da bude u sferi privatnosti shvaćenoj kao sferi doma i porodice. Iako zaštićena od intervencije države, ova sfera

privatnog je zapravo bila određena odnosima moći unutar porodice gde je muškarac dominantan.

Jedan od prvih i glavnih zadataka feminizma je bila kritika političke filozofije, odnosno jedan novi pogled na istorijat onoga što danas zovemo podela na privatno i javno. Kroz čitavu političku filozofiju zapada počevši od Platona i Aristotela pa sve do Loka u sedamnaestom i Mila u devetnaestom veku, podela na privatno i javno se uglavnom poistovećivala sa dihotomijom porodično/političko i tako definisana podela jedna je od glavnih meta feminističke kritike. Umesto da se direktno nadoveže na tu istoriju, feminizam u duhu postmodernog kritičkog mišljenja radikalno preispituje čitavu istoriju dihotomije od grčkih filozofa pa sve do teoretičara dvadesetog veka. Neke autorke daju potpuno nova, feministička čitanja literature iz političke filozofije i pre svega otkrivaju kako se u osnovnim postulatima Platona, Aristotela, Loka, Hegela, Mila i drugih mislilaca kriju patrijarhalna shvatanja i ukazuju na to da je žena u podređenom položaju.

Tako, na primer, Okin otkriva kako je za Platona žena bila jedna vrsta privatne svojine koja pripada muškarcu (Okin 1991: 14), Arelen Saksonhaus kaže da je žena prema Aristotelovoj hijerarhiji bila subordinirana u odnosu na muškaraca iako je on priznavao njen položaj u društvu, Melisa Batler tvrdi da je u Engleskoj tokom sedamnaestog veka patrijarhalizam bio dominantan pogled na svet tako da nije ni čudo što Lok „nije bio zainteresovan da stvori svet u kome su svi jednaki“ (Butler 1991: 81), Sejla Benhabib ističe da za Hegela jedino muškarac može predstavljati porodicu kao „legalna osoba“ (Benhabib 1991: 136), a Sandra Li Bartky optužuje Fukoa tako što trvrdi da njegova celokupna kritika moći reprodukuje „seksizam“ koji je dominantan kroz čitavu političku teoriju zapada (Bartky 1988: 64).

Neke predstavnice feminističke teorije idu u toliko radikalnu kritiku podele na privatno i javno da je potpuno odbacuju i negiraju da postoji bilo kakva razlika između ove dve kategorije ili pak samo negiraju neke od njihovih aspekata. Suzan Moler Okin kao jedna od najvažnijih kritičarki podele privatno/javno jedna je od autorke koje ne

priznaju podelu na privatno, ali pre svega imajući u vidu onu klasičnu liberalističku, lokovsku podelu na privatno kao porodično ili lično i javno kao političko. Ona kaže „lično je politično“ i pokazuje zašto smatra da je čitava dihotomija privatno/javno konstrukt koji nas vodi u pogrešnom pravcu jer zamagljuje „ciklični patern nejednakosti između muškaraca i žena“ (Moler Okin 1989: 111). Ona tvrdi da moć za koju se uvek smatralo da spada u domen političkog zapravo operiše i u domenu ličnog i porodičnog života, i to čak zauzima centralno mesto, a dodaje i da se čitava sfera porodičnog konstituiše i kreira političkim odlukama, te da je porodica zato i sama politična (ibid. 111).

Suzan Moler Okin i druge feministkinje koje su u drugoj polovini dvadesetog veka tvrdile da je porodično politično pokušavale su da pokažu kako Lokova stroga podela na privatno i javno zapravo nije održiva jer tih oštrih granica koje je on pokušao da iscrta zapravo nema i nije ih moglo biti ni u sedamnaestom veku. Čak ni seksualnost, kućni poslovi ili nega dece nisu i ne mogu biti apolitični i izolovani unutar neke zatvorene privatne sfere (ibid. 125). Za ove feministkinje, slogan „lično je političko“ zapravo upućuje na argument da pretpostavljene razlike između privatnog i javnog zapravo ne postoje, bar ne na onaj način na koji to definiše Lok (Gavison 1992: 19). Podržavajući ovu tezu, Nikolas Rouz piše da sama ideja da porodica uopšte može biti privatna na onaj način na koji to Lok predviđa zapravo predstavlja jedan mit jer država oblikuje porodične odnose kroz određene odluke i javne politike koje se tiču sankcionisanja određenih vidova odnosa i regulisanje određenih vrsta sporova, ali i kroz pravni okvir, mehanizme socijalne pravde i slično (Rose 1987: 65). Država se dakle neminovno direktno ili indirektno meša u život porodice i reguliše, odnosno normira porodične odnose. Samim tim nema smisla govoriti o porodici kao nekakvom izolovanom privatnom domenu koji je nedodirljiv vladajućim strukturama.

U kontekstu nesankcionisanog nasilja u porodici i osuđenosti žene na kućne poslove i zatvorenost u sferu privatnog, već sam koncept privatnosti za mnoge feministkinje mora se shvatiti kao nešto negativno jer se on može videti kao opravdanje

za marginalizaciju žene. Zbog toga je ovaj koncept često kritikovan. Neke autorke postavljaju pitanje da li je samo uverenje da je sve što se dešava u porodici uključujući maltretiranje supružnika ili deteta „privatna stvar“ razlog zbog kog se ni u dvadeset i prvom veku veliki broj slučajeva nasilja u porodici u zapadnim zemljama ne prijavljuje policiji (Kelly 2003: 3). To uverenje ukorenjeno je u svest zapadnog društva još u sedamnaestom veku kada Lok postavlja temelje liberalizma i definiše porodicu kao privatni domen koji treba da bude zaštićen od državne intervencije. Iz ugla feminističke kritike, ono zapravo daje opravdanje za nasilje u porodici proglašavajući ga privatnim pitanjem.

Naime, Lok i ostali teoretičari liberalizma bavili su se problemom kako da zaštite porodicu od države, ali su istovremeno potpuno zamenarili problem kako da zaštite pojedince od nasilja u porodici. Zbog toga neke feministkinje razaraju Lokovu podelu na privatno kao porodično i javno kao političko pokazujući nedoslednosti u njegovoj argumentaciji. Kristina Keli, na primer, postavlja pitanje „kako zaštititi pojedince unutar porodice od intervencije države i neželjenih intervencija od strane drugih privatnih pojedinaca“ (ibid. 24). Ona tvrdi da Lok, kao i ostali teoretičari liberalizma umesto da ponude nekakvo rešenje za problem potpuno izbegavaju ovo pitanje i posmatraju problem isključivo kroz „patrijarhalni model porodičnih odnosa“ koji podređuju interese porodice interesima muškarca kao oca i glave porodice (ibid. 24). Jedna od ključnih negativnih posledica ovakve argumentacije je „muška privatnost“ kao prioritet u odnosu na žensku privatnost (ibid. 34). U tom smislu, ukazuje se na slojevitost koncepta privatnosti. Ovaj koncept dakle ne bi trebalo da se odnosi samo na privatnost porodice već i na privatnost pojedinca, a individualna privatnost zavisi od subjekta, tako da se može govoriti o privatnosti oca, majke i deteta, muškarca i žene žrtve nasilja i nasilnika i tako dalje.

Feministička kritika podele na privatno i javno kroz skretanje pažnje na problem nasilja u porodici dovodi do krupnih promena u međunarodnom zakonodavstvu. U čitavom zapadnom svetu javne politike se prekravaju tako da ruše liberalistički princip

odsustva državne intervencije unutar sfere porodice. Međunarodne konvencije kao što su *Konvencija o pravima deteta*¹⁰ i *Konvencija o eliminisanju svih oblika diskriminacije žena*¹¹ koje su praćene brojnim drugim zakonima i propisima omogućavaju intervenciju države u ovaj sakralni privatni prostor porodice. Na taj način se ograničava sfera privatnog u odnosu na Lokovu prvobitnu definiciju jer više ni odgoj dece ili odnos supružnika nisu shvaćeni kao nešto što je privatno u tom smislu da se tiču isključivo članova te porodice. Ovako transformisane javne politike legitimišu feminističku poruku „privatno je politično“ i otvaraju domen porodice za državnu intervenciju. Odnos između porodice i države se radikalno menja i ideja „upravljanja porodicom“ se normalizuje (Parton 1991: 3), a koncept privatnosti koji se bazira na dualizmu između javnog kao političkog i privatnog kao porodičnog biva devalviran.

Međutim, iako se sve feministkinje slažu u tome da Lokovu dihotomiju privatno/javno treba dekonstruisati, nisu se sve složile oko toga na koji način to treba uraditi i kakav stav zapravo treba zauzeti o samom konceptu privatnosti. Za neke radikalne feministkinje rešenje problema bilo je u eliminisanju privatne sfere, odbacivanju koncepta privatnosti kao nepoželjnog i uvođenju državnog intervencionizma u domen porodice zato što privatnost suštinski doživljavaju kao patrijarhalnu vrednost (MacKinnon, 1989; Gavison, 1993). Upravo zbog negativnog aspekta strane liberalističke podele na privatno kao porodično i javno kao političko koja podrazumeva da je javni prostor namenjen muškarcu a da je žena i protiv svoje volje zatočena u kući i porodici gde je zapravo podređena muškarcu i često izložena nasilju, mnoge predstavnice feminističke kritike su sam koncept privatnosti okarakterisale kao nešto negativno. Njihovo mišljenje je da ako je privatnost kao nekakava privilegija rezervisana za muškarca (Mladenović 2008:374), a žena u tom svetu muške privatnosti

¹⁰ UNICEF: Konvencija o pravima deteta

[https://www.unicef.org/serbia/Konvencija_o_pravima_deteta_sa_fakultativnim_protokolima\(1\).pdf](https://www.unicef.org/serbia/Konvencija_o_pravima_deteta_sa_fakultativnim_protokolima(1).pdf) (pristupljeno: 28/01/2018)

¹¹ Konvencija o eliminisanju svih oblika diskriminacije žena

http://www.zenskavlada.org.rs/downloads/konvencija_diskriminacija.pdf (pristupljeno: 28/01/2018)

nije ništa drugo nego žrtva koja nema sopstvenu privatnost, onda čitav taj koncept privatnosti postaje nepoželjan.

Međutim, nisu sve feministkinje odbacile koncept privatnosti. Pošto su se oformile javne politike koje su ponovo otvorile taj privatni prostor i u ime borbe protiv nasilja u porodici legitimisale državnu intervenciju u pitanja porodice, pojavili su se novi problemi koji su nanovo ukazali na potrebu za konceptom privatnosti. U mnogim slučajevima nasilja u porodici dolazilo je do intruzivnog uplitanja u privatnost žrtve (koja je najčešće bila žena) i onda se ispostavilo da eliminisanje privatnosti nije odgovarajuće rešenje (Bailey 2012). Neke autorke čak tvrde da su prakse uvedene u cilju borbe protiv nasilja u porodici suštinski ugrozile autonomiju i privatnost pojedinca (Suk 2009). Naime, u kontekstu nasilja u porodici, počelo je da se postavlja pitanje privatnosti žene i privatnosti žrtve i pojavila se potreba da se iznađe neki novi, moderniji koncept privatnosti koji se ne bi oslanjao na modernističku podelu na privatno i javno.

I van konteksta rasprava o nasilju u porodici, mnoge liberalnije feministkinje su insistirale na privatnosti kao nečem poželjnom jer su smatrale da je ona od značaja za autonomiju i ličnost žene (Kim 2005: 558). Još je Virdžinija Vulf pisala o tome u svom spisu „Sopstvena soba“ (Woolf 1929) i opis privatnosti koji ona tu daje upravo opisuje onu vrstu privilegije koju su u to vreme imali uglavnom muškarci i to oni aktivno uključeni u javni i intelektualni život. Jer ta privatna odaja o kojoj ona piše je nekakav prostor namenjen, ne porodici, već pojedincu i služi za razmišljanje i lični razvoj.

Feministička kritika Lokove podele na privatno i javno ne završava se, dakle, time što se privatnost kao koncept potpuno odbacuje i smatra kao nešto nepoželjno i prevaziđeno. Rut Gejvison jedna je od autorke koja pokušava da odbrani koncept privatnosti iz feminističke perspektive tako što ne odbacuje distinkciju privatno/javno kao takvu, već samo ukazuje na to da su značenja i društveni aranžmani koji se obično povezuju sa konceptima privatnog i javnog problematični. Ona ukazuje na to da bi potpuno odbacivanje podele na privatno i javno dovelo do obezvređivanja „važnih aspekata ljudskog života“ koji se identifikuju kao „privatno“ i „lično“ (Gavison 1992) i

naglašava da je potrebno razmišljati o pravu na privatnost kao pravu da se „ograniči pristup“ informacijama o ličnosti (ibid.).

Dok je Lokova podela pre svega podrazumevala razliku između dva domena od kojih je jedan regulisan od strane države a drugi nije, feministkinje koje ovu distinkciju kritikuju ali ipak insistiraju na značaju koncepta privatnosti usmeravaju pažnju na pojedinca pa tako ponovo afirmišu privatnost kao individualnu privatnost. Nasuprot feministkinjama koje smatraju da je sam ideal privatnosti nepoželjan jer perpetuira marginalizovanje žena i njihovo isključivanje iz javnog života, Anita Alen razmišlja o privatnosti žene u okviru porodice. Ona tvrdi da za mnoge žene zavorenost u sferu porodičnog i hegemonija muškarca dovode do uroženosti njihove „izvorne privatnosti“ i nemogućnosti da se upražnjavaju slobode koje su povezane sa privatnošću (Allen 1988: 3). Ovo zapravo znači da se u kontekstu liberalističke podele na privatno i javno može govoriti o različitim privatnostima, odnosno o muškoj i ženskoj privatnosti i nekakvoj hijerarhiji među njima. Ona kao rešenje nudi novu definiciju privatnosti kao „nepristupačnosti“ koja pretenduje na to da zaštiti pojedinca od svih ostalih, a ne porodicu u celini od intervencije države. Njen fokus je „lična privatnost“ i ona je definiše kao stanje nepristupačnosti osobe, njenih mentalnih stanja i ličnih podataka ne samo čulima već i sistemima za nadzor (ibid. 15). Ona smatra da se privatnost odnosi na niz stanja kao što su „samoća“, „tajnovitost“ i „anonimnost“, te da se sva ona ostvaruju kroz nepristupačnost (ibid. 35). Ona takođe ističe da je privatnost od ključnog značaja za ljudsko dostojanstvo i dobrobit života u zajednici, oslanjajući se na sociološka istraživanja koja pokazuju kako je privatnost prisutna u svim kulturama ali i na filozofska i pravna razmatranja koja privatnost određuju kao „fundamentalno moralno pravo“ (ibid. 35).

Helen Nissenbaum takođe insistira na tome da je pravo na privatnost neprikosnoveno, ali ona smatra da se ono ne može obezbediti ograničavanjem pristupa informacijama (Nissenbaum 2010: 230). Uvidevši da potpuna kontrola nad informacijama o ličnosti ili nekakva idealna privatnost zapravo ne vode nekakvom

pravičnom društvu, ova autorka tvrdi da je neophodno uspostaviti nekakav balans između društvenih normi koje su u interesu zajednice i opštih vrednosti i predlaže koncept kontekstualne privatnosti koji bi premostio jaz između kolektivnog i individualnog interesa ili potrebe za privatnošću i deljenjem informacija zaobilazeći tradicionalnu podelu na privatno i javno. Ona smatra da njen koncept „kontekstualnog integriteta“ ne može uzeti dihotomiju privatno/javno kao bazu na kojoj bi se mogla graditi obrana prava na privatnost. Po njenom mišljenju, odgovor na pitanje šta su uopšte privatne informacije i ko ima ili nema prava na njih uvek zavisi od konkretnog konteksta. Odluke o tome treba da donose sudije i drugi akteri čiji je zadatak da donose odluke (ibid. 232). Naime, ona je dala teorijski okvir koji bi trebalo da ponudi moguća rešenja u praksi, te da se za svaki pojedinačni slučaj mora doneti odluka da li postoji „razumno očekivanje privatnosti“ (ibid. 232). Imajući u vidu kršenja prava na privatnost koja su vezana za savremene informacione tehnologije, Nisenbaum smatra da je neophodno odbraniti koncept privatnosti, ali takođe veruje da je nemoguće postaviti nekakve apsolutne i univerzalno važeće kriterijume na osnovu kojih bi se odredilo šta je privatno spram javnog tako da predlaže kontekstualni pristup.

Feministička kritika dihotomije privatno/javno na kojoj je izgrađeno moderno društvo, dakle, uopšte ne odbacuje koncept privatnosti kao takav. Nakon što se razračunala sa klasičnim modernističkim shvatanjem privatnog kako ga je prvi definisao Džon Lok i dokazala da domen porodice ni sam nije i ne treba da bude izvan domena političkog a zatim i legitimizovala državnu intervenciju u neka pitanja porodice, ona nanovo pokušava da izgradi koncept privatnosti. Dok neke autorke dolaze do nove afirmacije privatnosti preko koncepta ženske privatnosti, ili privatnosti pojedinca ili čak privatnosti žrtve u kontekstu nasilja u porodici, druge pokušavaju da iznađu rešenja za izazove koje postavljaju savremene informacione tehnologije. Obe strategije odbrane koncepta privatnosti nadovezuju se na kritiku Lokove podele i pomeraju fokus sa privatnosti porodice na privatnost pojedinca i pojedinke, u domen individualnog. Nove definicije privatnosti koje se baziraju na idejama ograničenog

pristupa informacijama o ličnosti, nedostupnosti pojedinca, razlici između muške i ženske privatnosti i kontekstualnom integritetu polaze od toga da ne može i ne treba da postoji neka savršena privatnost niti da ona treba da bude zatvorena u jedan izolovan domen. Da li nešto treba da bude okarakterisano kao privatno ili javno uvek zavisi od datih okolnosti, kao na primer, da li se radi o muškarcu ili ženi, napadaču ili žrtvi, informacijama od javnog značaja ili informacijama koje treba da ostanu privatne i tako dalje.

Koncept privatnosti se, dakle, kroz istoriju transformisao. Dok je u sedamnaestom veku pojam referirao pre svega na privatnost porodice, u dvadesetom veku je fokus pomeren na pojedince i pojedinke, a danas se najviše govori o privatnosti podataka.

3. Informacione tehnologije i pitanje privatnosti

Iako se pojam informacione tehnologije odnosi se na sve tehnologije u oblasti računarstva, ključne promene koje su uticale na transformaciju koncepta privatnosti vezuju se za internet i to naročito za internet Web 2.0 (Caviglione i Coccoli 2011). Ove tehnologije omogućavaju sakupljanje, obradu i deljenje velikog broja informacija, brzu komunikaciju i takozvani *user generated content* (sadržaj koji kreiraju korisnici) na različitim internet platformama. Upravo zbog toga se danas u zapadnim kulturama privatnost na nivou zakona i u teoriji, pre svega tumači kao privatnost podataka, a sama ličnost svodi se na skup podataka (Lyon 2010: 325). Podaci o ličnosti u koje spadaju ne samo brojevi ličnih karti, adrese stanovanja i drugi podaci iz zvaničnih dokumenata već i sve ono što generišu informacione tehnologije uključujući informacije o kretanju, istorija pretraživanja na internetu, baze digitalnih fotografija, profili na društvenim mrežama i podaci o ostvarenim kupovinama putem kreditne ili debitne

kartice stvaraju neku vrstu virtuelnih „dvojnika“ (Haggerty i Eriscon 2000: 605). Upravo zbog toga što se privatnost u zapadnim društvima, a sve više i globalno, danas najpre posmatra kroz problem privatnosti podataka, ovaj koncept se ne može razmatrati odvojeno od informacionih tehnologija pa ni od koncepta nadzora (*surveillance*).

Koncept nadzora se kao i koncept privatnosti rađa u modernosti, jer kao što pokazuju Fukoove istorijske analize, upravo tada tortura i surovo kažnjavanje bivaju zamenjeni jednom drugom tehnologijom uparavljanja a to je stavljanje pod nadzor kako bi se pojedinci disciplinovali umesto da se kažnjavaju (Foucault 1995: 173). Mada nadzor (*surveillance*) doslovno znači biti pod prismotrom ili biti (nad)gledan, ne radi se samo o nečem strogo vizuelnom, već o sistematskom sakupljanju podataka o pojedincima, o njihovom identitetu, ponašanju, pa čak i o naizgled nevažnim gestovima (ibid 77). I mada na prvi pogled može da izgleda kao da je nadzor problem dvadeset i prvog veka i da je nezamisliv van konteksta savremenih informacionih tehnologija, treba imati u vidu da su prakse nadzora kroz istoriju postojale mnogo ranije, te da su ove nove tehnologije omogućile da se tehnike nadzora koje su već ranije osmišljene usavrše.

Razvijena birokratija je svakako jedna od najvažnijih odlika moderne države a ona povlači značajne posledice po koncept privatnosti. Kao što kažu mnogi autori (Dandeker 1990; Giddens 1985; Jacoby 1984; Foucault 1995; Herzfeld 1992), birokratija nije ništa drugo nego sistem nadzora koji služi upravljaju velikih grupa ljudi. A kako je moderna država velika, mnogoljudna zajednica sa centralizovanom vlašću, upravljanje takvom državom zahteva popisivanje stanovništva, pravljenje statistika, stvaranje datoteka i, uopšte, nadziranje stanovništva.

Politika nadzora neminovno pogađa mnoge elemente privatnosti, prema tome iako je moderno društvo još od sedamnaestog veka na neki način opredeljeno za individualizam, slobodu, zaštitu pojedinca od društva, pa na kraju i na samo pravo na privatnost i pravo da se bude ostavljen na miru, onda je činjenica da baš tada nadzor kao metoda upravljanja društvom doživljava veliki procvat. A pošto je nadzor sve

vreme bio sastavni deo definicije moderne države, onda je jasno da je koncept privatnosti od samog početka bio osuđen na propast, iako su prava i slobode negovane kao vrednosti u tom istom društvu. Ovo je jedan od velikih paradoksa moderne države.

Međutim, da li je birokratija kao takva uopšte izum koji nastaje u Evropi u sedamnaestom veku? Jakobi u svojoj knjizi „Birokratizacija svijeta“ daje kratak istorijski prikaz u kome pokazuje kako je birokratija postojala mnogo pre postanka moderne države, bilo da govorimo o sedamnaestom ili devetnaestom veku kao istorijskom periodu u kome se ona inauguriše. On kaže: „birokracije je bilo svuda gdje su velike grupe ljudi na velikom prostoru stajale pred zadacima koje je trebalo centralno rješavati“ (Jacoby 1984: 15) i dodaje da je „najtotalitarnija birokratija“ u istoriji čovečanstva bilo pisarstvo Egipta i Vavilona (ibid. 15).

Weber takođe navodi da velike birokratije postoje mnogo pre stvaranja moderne države, i to u Egiptu, u doba Novog Kraljevstva, u Rimu u vreme Principata i to u doba vladavine Dioklecijana, u Kini od doba Ši Kvangtija, a velika birokratija je i sama rimska katolička crkva od trinaestog veka naovamo (Weber 1978: 964). Tom spisku treba dodati i takozvanu Doomsday Book, odnosno Knjigu strašnog suda koja je nastala 1068. godine u vreme Viljema Osvajača u Engleskoj i predstavlja popis zemlje i stanovništva. Kako Jakobi piše, „nije bilo nijedne svinje, krave ni vola što nisu bili popisani“, a takođe „nije bilo ni komada obrađene zemlje“ koji nisu bili upisani u ovu knjigu (Jacoby 1984: 89). To je bio jedan od prvih popisa ove vrste u istoriji i zbog toga je značajan kada se govori o birokratiji i uopšte istoriji sistema nadzora.

Ipak, birokratija moderne države ima svoje specifičnosti. Ona je posebna po tome što zahvata „celokupnu društvenu organizaciju“ i postaje sveprisutna jer se širi i na sferu privatnog (ibid. 79). Prema njegovoj analizi, moderna država bez dileme nastaje neposredno posle srednjeg veka, to jest, u sedamnaestom veku. Tada se raspadaju „političke tvorevine srednjeg veka“ i dolazi do centralizacije vlasti ka državnom vrhu, a državni aparat zatim „širi područje svoje moći“ (ibid. 28).

Jakobi takođe ističe da, iako je u sedamnaestom veku moderna država bila oblikovana kao apsolutna monarhija, već tada ona biva „po prvi put do kraja domišljena“, a samu koncepciju osmislio je Tomas Hobs (ibid. 53). Već on govori o tome kako je monarhija samo jedan od mogućih oblika države i smatra da je svakom društvu potrebna centralizovana vlast (ibid. 54).

Maks Veber takođe kaže da iako je birokratija postojala u različitim društvima kroz istoriju, ona dobija svoj pravi oblik tek u modernoj državi (Weber 1978: 956). On takođe smatra da neka određenja suštinski određuju modernu birokratiju ili „birokratsku agenciju“ spram svih njenih prethodnih inkarnacija, a to su redovne aktivnosti birokratski upravljane strukture koje se izvršavaju kao zvanične dužnosti, zatim ovlašćenja za izdavanje naredbi da se ove dužnosti izvršavaju koja su regulisana pravilima i metodičnost koja omogućava kontinuirano ispunjavanje ovih dužnosti (ibid. 956). Veber takođe kaže da moderne birokratske sisteme odlikuje hijerarhija i da su za njeno funkcionisanje ključni „pisani dokumenti“, te da su oni najpre osmišljeni da odvajaju privatno od javnog, a da se tek kasnije birokratija proširila tako da obuhvata čak i sferu privatnog života (ibid. 957). Za Vebera je novčana ekonomija jedan od preduslova za modernu birokratiju i jedan od njenih ključnih specifikuma. Zapravo, on tvrdi da je „stabilni sistem oporezivanja“ preduslov za permanentno postojanje birokratske administracije i da samo potpuno razvijena novčana ekonomija daje siguran osnov za takav sistem oporezivanja (ibid. 969).

Još jedna vrlo važna osobina moderne birokratije je da se ona stalno širi i usavršava u zavisnosti od razvoja tehnologije i produkcije. Veber kaže da je razlog njenog napretka njena „tehnička superiornost nad svim ostalim formama organizacije“, te da su ključni faktori „preciznost, brzina, nedvosmislenost i znanje o dokumentima“ (ibid. 976). Kada se to ima u vidu, onda je lako objasniti kako to da je birokratija napredovala od zapisa na papirusu u starom Egiptu do ogromnih digitalnih datoteka koje postoje danas. Kao što kaže Dandeker, radi se o tome da se kapacitet nadzora povećao, a ne i njegov osnovni princip (Dandeker 1990: 194).

Treba reći i da je jedna od bitnih odlika moderne birokratije i modernih sistema nadzora racionalnost (ibid. 41). Moderna država i modernost uopšte unose racionalnost, proračun i disciplinu u birokratiju zbog čega su administrativne strukture toliko stabilne i dugovečne (ibid. 42). A nadzor ili surveillance nije ništa drugo nego sakupljanje informacija u administrativne svrhe, kao što kaže Giddens (Giddens 1985: 46). On takođe kaže da je nadzor kao politička moć fenomen koji je vezan za modernu državu i nije postojao ranije (ibid. 49).

Savremena birokratija koja se oslanja na računare i digitalne datoteke samo je razvijeniji oblik administracije koja je osmišljena još na samom početku modernog doba. Prema tome, kada se govori o visoko razvijenim birokratskim sistemima dvadeset i prvog veka, treba imati u vidu to da su osnovni principi njihovog funkcionisanja nastali mnogo pre nego što su razvijene tehnologije koje su omogućile velike datoteke ili *big data*.

Danas je veoma lako povezati koncept nadzora sa savremenom tehnologijom, ali treba imati u vidu to da je tehnologija samo jedan faktor koji doprinosi modernizaciji nadzora, a ne i nekakav odlučujući faktor ili čak uzrok nastanka savremenih sistema nadzora. Još u osamnaestom veku, Džeremi Bentam pravi svoju koncepciju zatvora kao panoptikona koja je danas zapravo vrlo relevantna za razumevanje savremenog nadzora i to ne samo od strane države i njenih vojnih i policijskih obaveštajnih službi već i za sve druge oblike nadzora uključujući privatne kompanije, banke i sve ostale institucije koje prikupljaju podatke o stanovništvu. Naime, logika nadzora koju je Bentam opisao potpuno je ista danas i prema toj logici, podaci o svakom pojedincu potencijalno su važni i mogu biti upotrebljeni u različite svrhe (Barnard-Wills 2012: 29).

Bentam je u pismima upućenoj Engleskoj 1787 godine predstavio koncepciju penitencijarnog sistema koji se bazira na principu središnje inspekcije. On detaljno skicira izgled zatvorske zgrade i kaže da je ona kružnog oblika sa ćelijama poređanim tako da onemogućavaju bilo kakav kontakt ili komunikaciju među zatvorenicima, ali istovremeno omogućavaju uvid u to šta se u njima dešava iz središnjeg dela tog istog

velikog prostora jer imaju prozore okrenute ka centru (Bentham 1995: 35). Arhitektonsko rešenje ove zgrade je takvo da omogućava inspektoru koji se nalazi u centru da posmatra sve zatvorenike a da on sam istovremeno ne bude opažen. Na taj način, zatvorenici u bilo kom trenutku mogu da budu viđeni i sama činjenica da su pod takvim nadzorom trebalo bi da utiče na njihovo ponašanje. Zbog toga, kaže Bentam, ovaj sistem može da se primeni ne samo na zatvore nego i na škole, bolnice, „ludnice“ ili fabrike (ibid. 34).

U svojoj studiji o nadziranju i kažnjavanju (*Surveiller et punir: Naissance de la prison*) koja sadrži neke veoma značajne istorijske analize, Fuko pokazuje kako se upravo u drugoj polovini osamnaestog veka u Evropi dešava velika promena u sistemu kažnjavanja. Naime, javne egzekucije su postale „nepodnošljive“ i bile su podvrgnute brojnim kritikama (Foucault 1995: 73). Na mesto „varvarskih“ javnih egzekucija i mučenja što su tradicionalni sistemi kažnjavanja dolaze „humane“ kaznene metode koje imaju za cilj da „koriguju“ ponašanje ili „disciplinuju“ osuđenike (ibid. 74-76).

Fuko smatra da čitav istorijski period koji se naziva modernost i koji počinje u sedamnaestom veku karakteriše jedna nova vrsta moći ili tehnika vladanja koju on naziva disciplinskom. Po njemu, glavna funkcija disciplinske moći jeste da „trenira“ pojedince, pa ih samim tim i „pravi“, odnosno kreira jer oni su za nju istovremeno objekti i instrumenti (ibid. 170). A disciplinovanje se izvodi preko nadziranja koje je u doba modernosti uvek podrazumevalo neki ograničeni prostor, bilo da je to škola, bolnica, fabrika ili zatvor. Fuko kaže da Bentamov panoptikon kao zatvoren fragmentiran prostor koji se može nadzirati u svakom trenutku i u kome su svaki pokret i svaki događaj praćeni zapravo predstavlja model disciplinskog mehanizma (ibid. 197).

Iako nikada nije izgrađen, Bentamov zatvor je postao značajno arhitektonsko ostvarenje jer je on skica mehanizma nadzora koji je u modernom društvu bio neka vrsta ideala. To je bio ideal jer je bilo nemoguće čitavo društvo postaviti u takav jedan panoptikon, ali savremena tehnologija dvadeset i prvog veka omogućila je da se

zapadno društvo približi ovom idealu. Fuko kaže da je panoptikon svojevrsna „laboratorija moći“ jer zahvaljujući svojim mehanizmima posmatranja doslovce „ulazi“ u ljudsko ponašanje (ibid. 204) i na taj način kontroliše velike grupe ljudi.

Sama koncepcija modernog društva u sebi sadrži inherentnu kontradikciju jer ono ima ambivalentan odnos prema privatnosti. Sa jedne strane modernost donosi novi pogled na pojedinca, njegova prava i zatvorenost u sferu privatnog i favorizaciju individue nad društvom. Sa druge strane moderna država podrazumeva tehnike upravljanja velikim masama i sa time dolaze metode nadzora, birokratija i velike datoteke što omogućava do tada nepojmljive metode invazije na privatnost. Izumi modernosti koji narušavaju privatnost su najpre fotografija i štampani mediji, a savremeni digitalni mediji koji ih kasnije u dvadesetom i dvadeset i prvom nasleđuju razlikuju se samo po tome što imaju veću moć jer se brže reprodukuju. Jedna od ključnih osobina tog modernog nadzora je širenje. On je tesno vezan sa napretkom tehnologije koja sve brže napreduje i omogućava sve obuhvatniji nadzor.

Nadzor za koji se čak može reći da predstavlja „centralnu dimenziju modernosti“ u dvadeset i prvom veku postaje „fleksibilan i mobilan“ pa zahvata i one sfere privatnog života koje ranije nije dodirivao (Bayman i Lyon 2013: 3). Taj savremeni digitalni nadzor, kako je već ukazano, podrazumeva više metoda prikupljanja podataka pomoću različitih uređaja od telefona i kamera do senzora, skenera tela i biometrije, a tipovi podataka variraju od ličnih identifikacionih brojeva, bankovnih računa, privatne prepiske, fotografija i audio ili video snimaka, do meta podataka, otisaka prstiju i DNK. Drugim rečima, svaka informacija i svaka komunikacija koja je u digitalnom obliku predstavlja podatak koji može da se arhivira, a takvi podaci se danas smatraju „novom naftom“ (Hirsch 2014: 2).

Dodatni izazov za pravo na privatnost na globalnom nivou bio je veliki teroristički napad na SAD septembra 2001. godine koji ne praćen nizom manjih terorističkih napada u drugim zemljama zapada. Ti događaji bili su prelomni za čitavu istoriju koncepta privatnosti na zapadu jer se tada fokus naglo okreće sa privatnosti kao

jedne od ključnih vrednosti klasičnog liberalizma na bezbednost i taj radikalni obrt menja javne politike, zakonske okvire i javni diskurs o privatnosti. Dominantni diskurs o privatnosti i bezbednosti nameće ideju o tome da se mora napraviti kompromis i žrtvovati privatnost zarad bezbednosti, kao i ideju da privatnost ne treba da bude značajna nikome ko nema šta da sakrije. Argument *nothing to hide* (nemam šta da sakrijem) opravdava mnoge pojačane mere bezbednosti u zapadnom svetu među kojima su kamere za nadzor na ulicama, u lokalima i u stambenim zgradama, pooštrene mere bezbednosti na aerodromima ili lični dokumenti sa biometrijskim podacima, a čini se da je on, kako kaže Dejvid Solove, dominantan u raspravama o privatnosti nakon terorističkih napada 2001. godine (Solove 2011: 21)

U to vreme dolazi do formiranja jedne potpuno „nove politike nadzora“ koja rezultira čitavim nizom novih pravnih mera i tehnoloških izuma namenjenih praćenju i nadzoru građana kao što su biometrijski pasoši i lične karte (Levi Wall 2004: 203). Paralelno sa tim, politika razmene podataka o ličnosti radi prevencije terorizma zamenila je politiku privatnosti, odnosno došla u koliziju sa njom, pa tako autori poput Gregorija Voltersa ukazuju na problem antagonizma privatnost/bezbednost koji je sadržan u samom tekstu Konvencije 108. Naime, on tvrdi da ova konvencija pokušava da balansira između slobode da se procesuiraju informacije o pojedincima i prava na privatnost sa druge strane (Walters 2001: 119).

Problem „velikih podataka“ koji „predstavljaju novu paradigmu u načinu prikupljanja, kombinovanja i analiziranja podataka“ ali se „veliki broj odnosi na podatke o ličnosti i interakciju među ljudima“¹² pa on postavlja nove izazove pred zaštitu privatnosti. Prelomni trenutak u istoriji koji će odrediti način na koji se danas promišlja koncept privatnosti jeste otkriće uzbunjivača američke Nacionalne službe za bezbednost Edvarda Snoudena koji je 2013-te godine medijima dao na uvid tajna dokumenta koja dokazuju postojanje projekata masovnog nadzora različitih tajnih

¹² Council of Europe, Savetodavni komitet konvencije o zaštiti lica u odnosu na automatsku obradu podataka o ličnosti (T-PD), „Smerniceza zaštitulica u odnosu na obradupodataka o ličnosti u svetu “velikih podataka“.

službi o kojima se do tada samo spekulisalo i koje su nelegalne i nelegitimne (Greenwald 2014: 10). Tajna dokumenta obelodanila su projekat *PRISM* koji je omogućio američkoj Nacionalnoj službi za bezbednost da dobije bilo kakve podatke sa interneta koje prikupljaju kompanije sa stotinama miliona korisnika širom sveta koji njihove proizvode (poput društvene mreže *Facebook*, imejl servisa *Gmail* ili aplikacije za komuniciranje *Skype*) koriste kao glavna sredstva za komunikaciju (ibid. 76). Ovakvi projekti masovnog nadzora nastaju nakon terorističkih napada u SAD 2001. godine kada se donose zakoni koji daju više moći američkoj Nacionalnoj službi za bezbednost, međutim Snouden je ukazao na to da je problem u tome što su sami zakoni tajni baš kao i projekti nadzora, a nadzirani građani uopšte ne moraju da budu osumnjičeni (ibid. 77). Fajlovi koje je Snouden predao redakciji lista *Guardian* pružaju dokaze o tome da je NSA „prikupljala, analizirala i čuvala“ bilione telefonskih poziva i imejllova u SAD, ali takođe daju dokaze da iste takve prakse postoje i u Velikoj Britaniji i drugim državama¹³. S obzirom na to da je dokazano da su meta nadzora ne samo pojedinci osumnjičeni za terorizam, već i obični građani, podaci koje objavljuje Snouden ilustruju kako je sam internet kroz sve njegove mejnstrim medijume od *Facebook*-a do *Google Mail*-a i *Microsoft*-a uređen tako da ne omogućava privatnost korespondencije, već ličnu komunikaciju čini potpuno transparentnom.

Snoudenovi tajni fajlovi pokazali su kako se u SAD pa i u ostatku zapadnog sveta ne poštuje pravo na privatnost zagarantovano pre svega međunarodnim pravom, to jest, Opštom deklaracijom o ljudskim pravima¹⁴, Međunarodnim paktom o građanskim i političkim pravima¹⁵ i Evropskom konvencijom o ljudskim pravima¹⁶ jer

¹³ Guardian The NSA Files <https://www.theguardian.com/us-news/the-nsa-files> (Pristupljeno: 20.12.2018)

¹⁴ Opšta deklaracija o ljudskim pravima, čl. 12, UNHCR [http://www.unhcr.rs/media/Opsta%20deklaracija%20o%20ljudskim%20pravima%20\(1948\).pdf](http://www.unhcr.rs/media/Opsta%20deklaracija%20o%20ljudskim%20pravima%20(1948).pdf) (Pristupljeno: 20.12.2018)

¹⁵ Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima, čl. 17, BG CENTAR <http://www.bgcentar.org.rs/bgcentar/wp-content/uploads/2013/02/Me%C4%91unardni-pakt-o-gra%C4%91anskim-i-politi%C4%8Dkim-pravima.pdf> (Pristupljeno: 20.12.2018)

¹⁶ Evropska konvencija o ljudskim pravima, čl. 8, ECHR https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_BOS.pdf (Pristupljeno: 20.12.2018.)

države preko tajnih službi imaju pristup tim podacima. Međutim osim državnih organa, privatne podatke koriste i drugi ekonomski i privredni subjekti. Naime, danas se veliki podaci koriste kao „sirovi materijal proizvodnje“ i „novi izvor društvenih i ekonomskih vrednosti“ (Tene i Polonetsky 2012). Oni vode kreiranju „detaljnih individualnih profila“ (Crawford i Schultz 2014) i u drugoj deceniji dvadeset i prvog veka ekspanzija interneta Web 2.0 koji se bazira na sadržajima koje kreiraju sami korisnici dovodi do krize privatnosti zbog toga što područje interneta ostaje zakonski nedovoljno regulisano.

Ipak, Snoudenovi tajni fajlovi su najpre učinili da se podigne svest o kršenjima prava na privatnost, a zatim i da se osmisle strategije koje bi obezbedile da se to pravo štiti na internetu koji je neka vrsta javnog prostora i nedovoljno zakonski regulisan domen. Iako ni pet godina posle njegovog istupanja u javnost nije onemogućen masovni nadzor, a privatni podaci se koriste za različite svrhe 2018. godine, od 2013. godine do danas dogodile su se mnoge globalne promene koje ukazuju na to da koncept privatnosti nije odbačen kao suvišan ili prevaziđen nego je ponovo afirmisan i prilagođen savremenim informacionim tehnologijama i njihovoj nestalnoj, promenljivoj prirodi.

Neposredno nakon Snoudenovog istupa u medijima 2013. godine, Evropska Unija počinje da se bavi pitanjem odnosa nadzora i privatnosti, pa nastaju projekti poput IRISS koji nastoje da pospeše otpor državnom nadzoru (Wright i Kreissl 2013), 2015. godine u SAD Kongres donosi Akt slobode¹⁷ koji donosi veću transparentnost rada američke Nacionalne službe za bezbednost, a u Velikoj Britaniji se 2016. godine usvaja sličan dokument¹⁸. Opšta regulativa o zaštiti podataka o ličnosti predstavlja prvi ozbiljan pokušaj da se pravo na privatnost podataka reguliše na globalnom nivou, ili bar da se postave nekakvi globalni standardi zaštite privatnosti (Safari 2017). Paraleleno sa ovim promenama na nivou zakona, dešavaju se i velike promene u praksi korišćenja

¹⁷ USA Freedom Act <https://www.congress.gov/bill/114th-congress/house-bill/2048/text> (Pristupljeno: 20.12.2018)

¹⁸ Investigatory Powers Act <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2016/25> (Pristupljeno: 20.12.2018)

usluga na internetu. Mnogi servisi poput *WhatsApp* uvode enkripciju kako bi se sačuvala tajnost komunikacije, a nastaju i potpuno novi servisi poput aplikacije *Signal* koji su kreirani upravo sa idejom da obezbede prvenstveno privatnost komunikacije (MacAskill i Hern 2018).

Međutim, iako evidentno postoje promene koje reafirmišu koncept privatnosti, pitanje privatnosti na internetu postaje sve složenije i sve neuhvatljivije zahvaljujući brzom razvoju informacionih tehnologija. Privatnost podataka se minijaturizuje do nivoa metapodataka. Ovi podaci o podacima se ekstrapoliraju iz komunikacija i aktivnosti na internetu i često se kategorišu kao anonimni i ne senzitivni. Ti podaci mogu da se koriste u razne svrhe kao što je na primer marketing jer pružaju informacije poput: koji tip mušterija kupuje određeni proizvod, koji uzrast prati određenu seriju ili koja pasta za zube nekog brenda je najprodavanija. Ovi podaci služe tome da se donesu određeni zaključci koji bi pospešili biznis neke kompanije, i nije potrebno da ti podaci budu vezani za pojedinačnu osobu jer oni služe za statističke proračune. Ovi podaci su u procesu analize depersonalizovani, pa ipak, neka istraživanja pokazuju kako se i ti podaci mogu povezati sa identitetom pojedinca pa samim tim ugrožavaju pravo na privatnost (Perez et al. 2018).

Internet u stvarima (*the internet of things*) pruža određeni komfor ali takođe dovodi do toga da se nehotično i nekontrolisano razotkrivaju informacije o privatnom životu koje mogu da dovedu do raznih oblika diskriminacije (Wachter 2018). Svaki uređaj povezan na internet prikuplja određene podatke o korisnicima, a oni se onda mogu koristiti ili u vidu depersonalizovanih meta podataka u svrhe poboljšanja biznisa ili za neku vrstu špijunaže. U oba slučaja, privatnost se žrtvuje zarad neke druge beneficije, a uređaji se često kreiraju tako da unapred onemogućavaju privatnost. Karakterističan primer uređaja koji je osmišljen tako da poboljša kvalitet života ali istovremeno ugrožava privatnost je Amazonov „pametni zvučnik“ *Echo* koji se osim kao asistent ili pomoć u domaćinstvu može koristiti i kao prislušni uređaj (MacAskill i Hern 2013).

Pitanje velikih podataka i metapodataka u teoriji se takođe povezuje sa problemom algoritama, odnosno softvera ili veštačkih inteligencija koje se napajaju ovim podacima. Danas se kroz algoritme koji upravljaju pretraživačima, društvenim mrežama i drugim platformama na internetu ispoljava autoritet i ljudske odluke koje utiču na celokupno društvo zamenjuju se automatskim odlukama softvera (Pasquale 2015). Neki autori sugerišu da algoritmi danas regulišu aspekte svakodnevnog života (Beer 2009: 985), a ključne kritike usmerene su na činjenicu da su ti algoritmi tajni što pokreće pitanja transparentnosti i odgovornosti (Machill et al. 2003; Pasquale 2015), a to se pre svega tiče kompanija koje su danas najveći autoriteti u javnom prostoru interneta poput *Google*-a ili *Facebook*-a.

Širenje tehnologije i nadzora na sve aspekte privatnog života i tendencija da se sve ljudske aktivnosti pretvore u podatke koji se onda pohranjuju u datoteke, dele, analiziraju i koriste za *machine learning* (učenje mašina), odnosno za edukovanje softvera i proizvodnju veštačkih inteligencija. S obzirom na to da su privatni podaci novi kapital, svaki oblik aktivnosti na internetu, bilo da se radi o nekoj poslovnoj aktivnosti, učenju, novčanoj transakciji, privatnoj konverzaciji ili zabavi predstavlja proces proizvodnje, pa su potrošači istovremeno proizvođači ili *prosumers* (Fuchs 2014).

Savremene informacione tehnologije dakle funkcionišu tako što koriste privatne podatke da bi pružile određenu uslugu. S obzirom na to da se one upotrebljavaju svakodnevno i pokrivaju sve aspekte života od rada i komunikacije do zabave i uspostavljanja i održavanja intimnih odnosa, one zahtevaju da se koncept privatnosti redefiniše tako da prati njihov razvoj i konstatno se prilagođava promenama koje one uvode. Taj koncept više ne podrazumeva nekakvu radikalnu podelu na dva domena od kojih je jedan privatni a drugi javni koja je bila dominantna u vreme modernosti. Nakon feminističke kritike samog dualizma privatno/javno, čini se da preostaje samo domen javnog, a da se privatnost može okarakterisati kao jedna fluktuirajuća pregrada koja zavisi od konteksta. Koncept „podešavanja privatnosti“ koji je prvi osmislila kompanija

Facebook¹⁹ koristiću kao teorijski koncept koji po mom mišljenju najbolje objašnjava savremeni koncept privatnosti. Podešavanja privatnosti zapravo predstavljaju jedan metod uspostavljanja privatnih zona u okviru načelno javnog prostora kao što je recimo jedna društvena mreža. Na samoj mreži *Facebook*, korisnici imaju mogućnost da kreiraju svoj profil tako što će sami odrediti koje informacije će biti privatne, a koje javne. Ova metoda takođe omogućava da se ograniči publika za određene informacije koje se objavljuju, pa na taj način korisnici određuju stepen privatnosti, odnosno javnosti neke objave. Na ovaj način privatni i javni domen danas se moraju shvatiti slojevito. Oni dakle, nisu jasno odeljeni već se preklapaju, a svako za sebe može da odredi stepen preklapanja. I neka dosadašnja antropološka istraživanja potkrepljuju ovaj argument. Danijel Miler koji je kroz svoje istraživanje „Why We Post“²⁰ (zašto objavljujemo) pokušao da objasni posledice korišćenja društvenih mreža u različitim krajevima sveta došao je do jednog zaključka koji se tiče upravo podele na privatno i javno. Naime, jedno od njegovih otkrića jeste upravo to da društvene mreže stvaraju „nove prostore“ za grupe koje su „između“ privatnog i javnog²¹. Dok su pre pojave društvenih mreža sve elektronske komunikacije bile ili privatne u tom smislu da su uključivale upotrebu telefona ili pisama i bile uvek „jedan-na-jedan“ ili su bile objavljujane preko medija poput radija, televizije ili štampe, danas je moguće praviti različite konstelacije i povećavati ili smanjivati obim i stepen privatnosti²².

Privatnost se u kontekstu informacionih tehnologija shvata kao nešto promenljivo, fluidno, kontekstualno i slojevito jer to da li će neki podatak, odnos, deo tela ili deo prostora biti okarakterisan kao privatn ili u kojoj meri će on biti privatn uvek zavisi od datih okolnosti. Zbog toga i pristup problemu zaštite privatnosti na internetu zahteva jedan teorijski koncept koji bi objasnio ovu nestalnu prirodu koncepta privatnosti. Koncept podešavanja privatnosti smatram pogodnim za tu svrhu jer on

¹⁹ Facebook <https://www.facebook.com/help/325807937506242> (Pristupljeno: 20.12.2018)

²⁰ University College London <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post> (Pristupljeno: 20.12.2018.)

²¹ University College London <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/10-social-media-has-created-new-spaces-for-groups-between-the-public-and-private> (Pristupljeno: 20.12.2018.)

²² Ibid.

opisuje na koji način se pravo na privatnost *de facto* reguliše na različitim internet platformama, a takođe dočarava novu konstelaciju odnosa između privatnog i javnog koja se ne oslanja na modernistički koncept privatnosti. Kroz etnografsko istraživanje, nastojala sam da odgonetnem kako zapravo u praksi funkcioniše taj metod i kako se u svakodnevnom životu kroz interpersonalne odnose, rad i korišćenje platforme *YouTube* podešava privatnost, čime je taj proces uslovljen, kako pojedinci shvataju privatnost, na koji način koriste informacione tehnologije kako bi zaštitili ono što smatraju privatnim i sa kakvim se problemima u tom procesu suočavaju.

4. Privatnost u Srbiji: između socijalističkog nasleđa i zapadnih vrednosti?

Zajedno sa drugim zemljama Istočnog bloka, Srbija se karakteriše kao post-socijalistička država ili država u tranziciji, a ova dva koncepta pretenduju na to da opišu stanje ili, bolje rečeno, proces u kome se nalaze bivše socijalističke države koje su od 1989. godine na putu ka konsolidovanoj demokratiji i kapitalizmu. Međutim, mnogi antropolozi su osporili ove koncepte zato što zapravo potiču iz diskursa koji reflektuje odnose moći između istoka i zapada i ne uspevaju da uhvate heterogena iskustva bivših socijalističkih država (Buchowski 2001; Makovicky 2014). Koncept tranzicije je problematičan ne samo zato što se čini kao nedovršen i nedovršiv (Horvat i Štiks 2017) nego i zbog toga što polazišna i ishodišna tačka tog procesa nisu jasno definisane (Buchowski 2001: 10). Bilo da se govori o prelazu iz komunizma u kapitalizam, sa socijalističkog na demokratski politički režim ili sa istočnog na zapadni način života, govoriti o tranziciji uvek podrazumeva jedan „dihotomni“ pogled na svet koji je problematičan jer obuhvata kontrastne pojmove koji su ideološki konstrukti (ibid. 12). U tom smislu tranzicija je shvaćena kao napuštanje socijalističke koncepcije društva koja se obično povezuje sa totalitarnim režimima u korist koncepcije moderne zapadne demokratije zasnovane na slobodnom tržištu i vladavini ljudskih prava. Čitava ta ideja

prelaska odnosno tranzita implicitno pretpostavlja dominaciju kapitalizma u odnosu na komunizam, demokratije u odnosu na socijalizam i zapada u odnosu na istok, a pri tom se prenebregavaju razlike između konkretnih modela socijalizma ili kapitalizma koji se razlikuju od države do države (ibid. 10).

Pojam post-socijalizam takođe je problematičan zato što proizilazi iz pomenute dihotomije koja je zapravo ideološka i zato što ne govori mnogo o prirodi društveno-ekonomskih promena koje želi da označi. Reč post ukazuje na temporalnost i nekakvu promenu u odnosu na socijalizam, ali se ovaj pojam često shvata kao prazan jer ne uzima u obzir specifikume lokalnog kapitalizma, odnosno post-socijalizma (Makovicky 2014: 3). Koncepti postsocijalizma i neoliberalizacije međusobno se presecaju i prepliću jer su deo istog narativa „transformacije“ pri čemu je reč o globalnim promenama koje menjaju kako istočni tako i zapadni svet. Zemlje Istočnog bloka nakon 1989. godine ulaze u proces neoliberalizacije koji podrazumeva slabljenje državne kontrole, uvođenje slobodnog tržišta i prelazak na kapitalizam, međutim svaka od njih ima malo drugačije iskustvo (ibid. 4). Štaviše, može se reći da su reforme u bivšim socijalističkim državama bile inkohherentne i kontradiktorne zbog čega je pogrešno pojednostavljivati čitav taj proces transformacije (Collier 2011: 12).

Smatra se da je u Srbiji je tranzicija ili „post-socijalna tranzicija“ koja je započela početkom devedesetih godina bila “blokirana i odložena ili makar usporena i otežana“ sve do 2000. godine (Vuković 2017: 95). Glavni razlozi za to su bili rešenost vlasti da zadrži kontrolu nad ekonomijom kako bi prisvojila što više društvenih resursa i blokira društvene, ekonomske i političke promene, ali i sukobi vlasti sa međunarodnom zajednicom koji su rezultirali nepovoljnim položajem Srbije i nedostatkom intervencije i pomoći izvan granica koja bi omogućila demokratizaciju i ekonomski oporavak (ibid. 96). Nakon smene vlasti 2000. godine međunarodna zajednica postaje partner nove vlasti i pred Srbiju postavlja zahtev da se pridruži Evropskoj Uniji i započne sa ispunjavanjem uslova za članstvo. Pa ipak, ni tada se zapravo ne može se govoriti o nekom konzistentnom procesu neoliberalizacije s obzirom na to da postoji „interakcija“

između socijalističkog nasleđa i promena inspirisanim neoliberalnim idejama (ibid. 303). U Srbiji se uloga države menja ali je legitimno raspravljati o tome u kojoj meri i u kojim segmentima je državna kontrola zaista smanjena. Primera radi, država je zadržala značajnu ulogu u ekonomiji pa se danas 40% BDP stvara u državnom sektoru što je daleko više od drugih tranzicionih zemalja poput Slovenije, Hrvatske, Slovačke i Mađarske (ibid. 112).

Može se takođe govoriti i o procesu „evropeizacije“ u Srbiji i taj proces treba shvatiti ne samo kao niz formalnih promena koje se tiču zakona, javnih politika i državnih institucija u cilju pridruženja Evropskoj Uniji, već i kao ključni uzrok širih društvenih promena koje zahvataju sve segmente društva od politike i ekonomije do kulture i međuljudskih odnosa (Naumović 2013). S obzirom na to da su te promene sveobuhvatne i slojevite, one obuhvataju ne samo javni već i privatni život, pogled na svet i običnu svakodnevicu. One podrazumevaju i transformaciju kategorija privatno i javno koje se nakon socijalizma nužno redefinišu. Počinje da se pregovara o granicama između onoga što je u nadležnosti države i onoga što nije u nadležnosti države, pa ove procese treba shvatiti kao dinamičke procese koji prate političke i ekonomske reforme (Read i Thelen 2007). Iako su načelno ključne odlike tranzicije, odnosno, post-socijalizma smanjenje državne kontrole i uvođenje slobodnog tržišta, ove promene se različito sprovode u različitim post-socijalističkim državama i u zavisnosti od specifičnog lokalnog konteksta poprimaju različite oblike. Državna kontrola ne slabi nužno svuda podjednako i ne ograničava se na iste načine.

U Srbiji su ove rekonfiguracije odnosa privatno i javno uslovljene lokalnim i globalnim uticajima. Percepcija koncepta privatnosti u Srbiji danas u velikoj meri zavisi i od međunarodnih aktera upravo zbog informacionih tehnologija zahvaljujući tome što veliki broj ljudi u svakodnevnom životu koristi uređaje i softvere kreirane na zapadu, a privatni život i rad se za mnoge velikim delom odvijaju na internetu. Međutim ti globalni uticaji na specifičan način se prelamaju u Srbiji jer je ona rastrzana između socijalističkog nasleđa i zapadnih vrednosti koje usvaja kao kandidat za članstvo u

Evropskoj Uniji menjajući svoje javne politike tako da budu u skladu sa tim vrednostima.

Istorijska razmatranja o privatnom životu u Srbiji ukazuju na to da „množina, dinamika, priroda i dramatika promena“ na teritoriji ove države od poslednje trećine devetnaestog do kraja dvadesetog veka stvaraju diskontinuitet (ili „kontinuitet diskontinuiteta“) i da se ne može govoriti o „jedinstvenom kulturnom modelu“, pa samim tim ni o jedinstvenoj koncepciji privatnosti (Popović, Timotijević i Ristović 2011: 391-394). U periodu od 1878. godine do Prvog svetskog rata, modernizacijski procesi vode ka tome da se država i društvo „približe evropskim uzorima“, a to je značilo i prihvatanje, uslovno rečeno, evropskog modela privatnosti, iako je „srpski model privatnog“ zapravo bio sastavljen od „više regionalnih, često dosta udaljenih varijeteta“ (ibid. 359). Istoričari koji su se bavili istorijom privatnog života u ovom periodu tvrde da zbog „rasutosti Srba na širokom prostoru, pripadnosti različitim lokalnim tradicijama i načinima života (‘kulturnim pojasevima’), treba imati na umu svu njihovu ‘mozaičnost’“ (ibid. 399).

Uprkos tim varijetetima, čini se da je postojala glavna tendencija približavanja evropskom shvatanju privatnosti koji bi se mogao opisati kao „građanski model privatnosti“ i on je nakon Prvog svetskog rata postepeno prodirao iz većih gradskih središta ka polururalnim sredinama manjih gradova (ibid. 407). Do diskontinuiteta nastaje u socijalističkoj Jugoslaviji u kojoj je „ideološki“ i „društveni“ sistem nametao mišljenje da je privatnost nešto što treba odbaciti „kao strano telo u kolektivistički-egalitarnom eksperimentu“, ali uprkos tome neki vidovi građanske privatnosti su ipak opstali (ibid. 407).

U vreme socijalizma, došlo je do pomeranja javnog u centar pažnje „na račun privatnog“, a to se ispoljavalo često i u drastičnim oblicima kroz inicijative kao što su oduzimanje stambenog prostora građanskim porodicama i useljavanje „zaštićenih stanara“ u njihove stanove (ibid. 408). Privatnost je bila u sukobu sa glavnim ideološkim načelima jugoslovenskog socijalizma. Kada se analiziraju tekstovi eminentnih političkih

analitičara tog perioda kao što su Edvard Kardelj i Andrija Gams, jasno se vidi da su privatna svojina i privatnost uopšte glavni „neprijatelji“ socijalističkog poretka, te da se privatnost potiskuje u ime solidarnosti i zajedništva.

Edvard Kardelj u jednom od svojih ključnih političkih spisa *Pravci razvoja političkog sistema socijalističkog samoupravljanja* kaže da je „opstanak socijalističke društvene zajednice“ glavni prioritet radi kog se mogu žrtvovati čak i ljudska prava i slobode (Kardelj 1977: 136). To znači da su država i društvo u jugoslovenskom socijalističkom poretku bili iznad pojedinca, ali na jedan veoma specifičan način koji je određen sistemom samoupravljanja. Kako Andrija Gams kaže, „samoupravno društveno uređenje u Jugoslaviji predstavlja tek put ka ostvarenju komunizma, predstavlja dakle prelazni period. S toga, samoupravna demokratija u Jugoslaviji koju ostvaruju radnička klasa i radni ljudi predstavlja poseban oblik diktature proletarijata. Ta diktatura, prema tome, ne predstavlja nasilje, nego osvajanje sve više pozicija za ostvarenje potpuno besklasnog društva bez države i ma kakvog aparata nasilja i drugih postulata komunizma“ (Gams, 1987: 261). Dakle, u socijalističkoj Jugoslaviji uspostavlja se „samoupravna demokratija“ ili „diktatura proletarijata“²³ kao alternativa demokratskom uređenju, ili takozvanom „buržoaskom“ poretku.

U tom samoupravnom društvenom uređenju u Jugoslaviji, društvena svojina je „izraz socijalističkih društveno-ekonomskih odnosa među ljudima“ a takođe i „osnova slobodnog udruženog rada i vladajućeg položaja radničke klase u proizvodnji i u društvenoj reprodukciji u celini“, a lična svojina je „stečena radom“ i služi „zadovoljavanju potreba i interesa čoveka“ (Gams 1987: 258). U Programu Saveza komunista Jugoslavije usvojenog na sedmom Kongresu Saveza komunista Jugoslavije aprila 1958, iskazani su ključni postulati na kojima je počivala tada preovladavajuća ideologija. U njemu stoji da je društvena svojina nad sredstvima za proizvodnju „osnova socijalističkog poretka Jugoslavije“ (Savez komunista Jugoslavije 1976: 130). Privatna svojina postojala je samo u oblasti zanatstva u kojoj su još uvek postojali

²³ Ustav Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije (1974) Beograd: Savremena Administracija

„ostaci najamnog rada i eksploatacije tuđe radne snage“ i izričito se navodi da „Savez komunista Jugoslavije smatra da treba sve te ostatke starog sistema postepeno uklanjati“ (ibid. 133). U ovom dokumentu navodi se takođe da je postojala lična svojina građana, ali u nju nisu spadale nikave nekretnine nego samo „predmeti potrošnje i upotrebe od kojih zavisi sve raznovrsniji i udobniji život građana“, ali nužan uslov za pravo na ličnu svojinu je da ona „ne rađaju lično bogaćenje na osnovu iskorišćavanja drugih“, da se ne zasnivaju na „društvenim privilegijama“ i da ne ograničavaju druge u uživanju tih prava (ibid. 134).

Svetinja privatne svojine na kojoj je građen čitav poredak liberalizma sa ljudskim i građanskim pravima i slobodama u socijalizmu je zamenjen institucijom društvene svojine i na njoj zasnovanom kolektivizmu. Individualizam građanskog društva se u socijalističkoj Jugoslaviji smatrao egoizmom, a otuda se i privatnost porodice i pojedinca potiskivala kao ostatak takozvanog „buržoaskog“ društva. U socijalističkoj Jugoslaviji „ličnost se vraća društvu, ne zatvarajući je više u sfere sebičnosti i osamljenosti“ (ibid. 134).

Međutim iz ovih političkih spisa jasno vidi primat kolektivnog nad individualnim i osuda sebičnosti, osamljenosti kao i privatne svojine, u samoj zakonskoj regulativi ipak se mogu pronaći elementi prava na privatnost onako kako se ono tumači i danas. U Ustavu Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije iz 1974. godine, Članom 184 garantuje se nepovredivost stana. U tom članu stoji da „niko bez rešenja donesenog na osnovu zakona ne sme ući u tuđ stan ili druge prostorije, ni u njima vršiti preresanje protiv volje njihovog držaoca“.²⁴

Član 185 ovog Ustava garantuje nepovredivost „tajne pisama i drugih sredstava opštenja“. U njemu stoji da se samo zakonom može propisati da se na osnovu odluke nadležnog organa može odstupiti od načela nepovredivosti tajne pisama i drugih

²⁴ Ibid. Član 184. Str. 136.

sredstava komunikacije i to u slučaju da je to neophodno za vođenje krivičnog postupka ili za bezbednost zemlje.²⁵

Iako privatni dom odnosno „stan“ kako stoji u Ustavu zapravo nije privatno vlasništvo, ipak se upotrebljavaju izrazi „tuđ stan“ što upućuje na to da on nekome pripada i brani se pravo pojedinca na nepovredivost stana u kome on živi. Članovi 184 i 185 delimično se poklapaju sa Članom 12 Opšte deklaracije o ljudskim pravima koja je nastala neposredno nakon Drugog svetskog rata i proklamovana je decembra 1948. U Opštoj deklaraciji stoji da „niko ne sme biti izvrgnut samovoljnom mešanju u njegov privatni život, porodicu, dom ili prepisku, niti napadima na njegovu čast i ugled“, te da „svako ima pravo na zaštitu zakona protiv ovakvog mešanja ili napada“.²⁶

Ipak, SFRJ nikada nije ratifikovala ovaj međunarodni dokument, niti je u njenom Ustavu pomenut izraz „privatni život“ iako su privatnost doma i privatnost korespondencije pomenuti. U Ustavu SFRJ takođe se ne pominje privatnost porodice niti zabrana mešanja u porodicu. Član 190²⁷ tiče se porodice, ali on govori o tome kako „porodica uživa društvenu zaštitu“ i kako se „brak i pravni odnosi u braku i porodici uređuju zakonom“ što upućuje upravo na suprotno od onoga što nalaže Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima, a to je mešanje države u porodicu.

Tome nasuprot, Član 191 garantuje pravo na slobodno odlučivanje o rađanju dece, te da se ono može ograničiti samo radi zaštite zdravlja.²⁸ Ovaj član praktično predstavlja pravo na abortus i štiti reproduktivna prava žene što je takođe jedan aspekt privatnosti, međutim postoje brojne indikacije koje ukazuju na to da je SFRJ uprkos tome vodila jednu vrstu suptilne pronatalističke politike i na taj način se ipak mešala u reproduktivna prava iako samo na indirektni način (Stevanović 2007; Milanović 2013;

²⁵ Ibid. Član 185, str. 137

²⁶ UNHCR Opšta deklaracija o ljudskim pravima

[http://www.unhcr.rs/media/Opsta%20deklaracija%20o%20ljudskim%20pravima%20\(1948\).pdf](http://www.unhcr.rs/media/Opsta%20deklaracija%20o%20ljudskim%20pravima%20(1948).pdf)

(Pristupljeno 18.02.2018)

²⁷ Ustav Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije (1974) Beograd: Savremena Administracija, Član 190. Str. 138.

²⁸ Ibid. Član 191. Str. 138.

Popović, Timotijević i Ristović 2011). Štaviše, može se reći da je za period posle 1945 godine karakteristična „sveprisutnost države i nastojanja da njen upliv bude prisutan u svim oblastima života, uključujući i onaj deo koji pripada privatnom životu pojedinca“ (Popović, Timotijević i Ristović 2011: 419). Istovremeno, svest o značenju i vrednosti ljudskih prava uopšte bila je „temeljno marginalizovana“, a čak i međunarodni pravni akti koje je SFRJ ratifikovala nisu propagirani u javnosti i na neki način su ostali „u senci“ (Šeks 1989: 361).

Koncept ljudskih prava, među kojima je i pravo na privatnost, nije bio koncept kompatibilan sa ideologijom koju je propagirao socijalizam. Iako je zakonski okvir delimično štiti neka od tih prava, njihova odbrana nije bio prioritet upravo zato što je vladajuća ideologija isticala primat kolektiva nad pojedincem.

Nakon socijalizma, nije odmah došlo do radikalnih promena koje bi omogućile da počne da se govori o problemu privatnosti. U periodu od 1992. godine do 2000. godine, Savezna Republika Jugoslavija (kasnije preimenovana kao Srbija i Crna Gora, a nakon proglašenja nezavisnosti Crne Gore 2006 godine dobila je naziv Srbija) nije odmah počela da usvaja koncept ljudskih prava. Ona nije postala član Ujedinjenih Nacija sve do 2000 godine i nije ratifikovala ni jedan međunarodni dokument koji štiti ljudska prava.

Ipak, u Srbiji je još 1998. godine u vreme postojanja Savezne Republike Jugoslavije donet Zakon o zaštiti podataka o ličnosti („Sl. list SRJ“ br.24/98). On je bio sačinjen po uzoru na Konvenciju Saveta Evrope br. 108 o zaštiti lica u odnosu na automatsku obradu podataka o ličnosti iz 1981. godine. Međutim, ovaj zakon najverovatnije nikad nije primenjivan, a razlozi za to su „veoma nizak nivo svesti građana o sopstvenim pravima i stepenu njihove ugroženosti kao i spremnosti da ta prava efektivno štite“ (Pirc Musar 2009: 6). Dodatni razlog je to što nikada nije utvrđeno koji je organ nadležan da vrši nadzor nad primenom ovog zakona (ibid. 6). U periodu između 1992. godine i 2000. bilo je teško ove koncepte uvesti ne samo u pravni okvir nego u svakodnevnu praksu. Počevši od 2000. godine, Srbija pod pritiskom EU uvodi

posebne zakonske regulative i ratifikuje međunarodna pravna akta koja štite privatnost kao i ostala ljudska prava, ali te promene zakonskog okvira su samo početak promena. Proces pridruživanja Evropskoj Uniji ili „Evropeizacije“ pokazuje se kao dugotrajan proces sprovođenja pravnih i političkih reformi ali i transformisanja čitavog društva jer povlači sa sobom čitav niz simultanih promena kako u politici i ekonomiji, tako i u kulturi i svakodnevnom životu (Naumović 2013).

Srbija je već do 2008. godine ratifikovala sve značajne zakonske akte koji se tiču ljudskih prava, pa i prava na privatnost. Na sajtu Ministarstva spoljnih poslova stoji da se „jedan od prioriteta Republike Srbije odnosi na poštovanje, zaštitu i umapređivanje ljudskih prava, kako na nacionalnom, tako i na međunarodnom planu, u skladu sa Poveljom Ujedinjenih nacija, Univerzalnom deklaracijom o ljudskim pravima i drugim relevantnim međunarodnim instrumentima u ovoj oblasti“²⁹

Na koji način zakonski okvir danas reguliše pravo na privatnost i koje se sve definicije privatnosti mogu iščitati iz samih zakona? S obzirom na to da sam koncept privatnosti ima više aspekata i utkan je u interpersonalne odnose, svakodnevicu, rad, zabavu, porodične odnose, reproduktivna prava, komunikaciju i ostale aspekte života, pravo na privatnost ne može biti regulisano jednim zakonom, već je disperzirano na čitav niz različitih zakona.

Pravo na privatnost je u Srbiji danas najpre je zagarantovano Ustavom Republike Srbije i to članovima 40, 41 i 42. Član 40 garantuje nepovredivost stana, član 41 garantuje tajnost pisama i drugih sredstava opštenja, dok član 42 reguliše zaštitu podataka o ličnosti.³⁰ Takođe, član 16 Ustava nalaže da su „potvrđeni međunarodni ugovori sastavni deo pravnog poretka Srbije i neposredno se primenjuju“³¹. Potvrđeni međunarodni ugovori koji regulišu pravo na privatnost uključuju Opštu deklaraciju o

²⁹ Ministarstvo spoljnih poslova Republike Srbije <http://www.mfa.gov.rs/sr/index.php/spoljna-politika/multilateralaljudska-praba?lang=lat> (Pristupljeno 18.02.2018).

³⁰ Ustav Republike Srbije http://www.paragraf.rs/propisi/ustav_republike_srbije.html (Pristupljeno 10.11.2018)

³¹ Ibid.

ljudskim pravima³², Evropsku konvenciju o ljudskim pravima³³, Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima³⁴ i Konvenciju o zaštiti lica u odnosu na automatsku obradu podataka³⁵.

Pored ovih glavnih pravnih dokumenata, tu je i jedan broj direktiva, uredbi i dodatnih protokola koje Srbija takođe mora da poštuje kao zvanični kandidat za EU. Srbija takođe ima i svoj Zakon o zaštiti podataka o ličnosti³⁶ i Zakon o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja³⁷, a pravo na privatnost regulisano je i nekim drugim zakonima među kojima su najvažniji Zakon o prekršajima³⁸, Zakon o opštem upravnom postupku³⁹ i Zakon o upravnim sporovima⁴⁰. Postoje i podzakonski akti koji regulišu zaštitu podataka o ličnosti.⁴¹

Čitajući zakone, stiče se čak utisak da bezbednost ima prednost u odnosu na privatnost, te da je ključna odlika srpskih javnih politika o privatnosti prioritizovanje bezbednosti u odnosu na privatnost i javnog interesa u odnosu na interese pojedinca. Ovaj argument potvrđuje i Zakonik o krivičnom postupku. Naime, u Srbiji su trenutno

³² Opšta deklaracija o ljudskim pravima

[http://www.unhcr.rs/media/Opsta%20deklaracija%20o%20ljudskim%20pravima%20\(1948\).pdf](http://www.unhcr.rs/media/Opsta%20deklaracija%20o%20ljudskim%20pravima%20(1948).pdf)
(Pristupljeno 10.11.2018)

³³ Evropska konvencija o ljudskim pravima http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_BOS.pdf
(Pristupljeno 10.11.2018)

³⁴ Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima
http://www.tuzilastvorz.org.rs/upload/Regulation/Document_sr/2016-05/medj_pakt_gradj_prava_lat.pdf (Pristupljeno 10.11.2018)

³⁵ Konvencija o zaštiti lica u odnosu na automatsku obradu podataka <https://www.poverenik.rs/sr-yu/pravni-okvir-zp/%D0%BC%D0%B5%D1%92%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8-%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/1359-konvencija-o-zatiti-lica-u-odnosu-na-automatsku-obradu-podataka.html> (Pristupljeno: 10.11.2018)

³⁶ Zakon o zaštiti podataka o ličnosti Službeni glasnik RS, br. 87 od 13. novembra.2018. godine

³⁷ Zakon o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja "Sl glasnik RS", br. 120/2004, 54/2007, 104/2009 i 36/2010

³⁸ Zakon o prekršajima "Sl glasnik RS", br. 65/2013 i 13/2016

³⁹ Zakon o opštem upravnom postupku "Sl glasnik RS", br. 18/2016

⁴⁰ Zakon o upravnim sporovima "Sl glasnik RS" br. 111/09

⁴¹ Poverenik za informacije od javnog značaja i zaštitu podataka o ličnosti
<https://www.poverenik.rs/sr/%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B84.html> (Pristupljeno 18.02.2018)

važea dva Zakonika o krivičnom postupku. Prvi je iz 2001.⁴² godine koji je još uvek relevantan jer se na osnovu njega vode mnogi procesi započeti pre nego što je stupio na snagu drugi Zakonik o krivičnom postupku iz 2011. godine⁴³. I jedan i drugi Zakonik u sebi sadrže odredbe o tajnom nadzoru, odnosno, o praćenju i snimanju osumnjičenih lica. Član 232 Zakonika iz 2001. godine definiše pravo istražnog sudije da naredi preduzimanje mera tajnog praćenja i snimanja na predlog državnog tužioca. Član 233 istog zakona reguliše postupanje sa tim tajno snimljenim materijalom i tretira taj materijal kao službenu tajnu. Zakonik iz 2011. godine ima razvijenije odredbe. Članovi 166 do 170 razrađuju odredbe o tajnom nadzoru i primenu tajnog nadzora, a tajno praćenje i snimanje regulisani su detaljno u članovima 171 do 173.

Uporedna analiza ova dva zakona pokazuje da je u novom zakonu akcenat još više pomeren ka bezbednosti na štetu privatnosti. Naime novi Zakonik nije razvijen tako da omogući više privatnosti, već unosi nove restrikcije po nju. Dok je u prethodnoj verziji isključivo policija bila nadležna da sprovodi mere tajnog nadzora, član 173 uvodi i nadležnost Bezbednosno Informativne Agencije i Vojno Bezbednosne Agencije. Po starom Zakoniku nadzor nad policijom vrši državni tužilac, a po novom Zakoniku, BIA i VBA su nezavisne organizacije nad kojima tužilaštvo nema kontrolu. Takođe, po starom Zakoniku tajni nadzor se mogao odrediti samo pod uslovom da da je krivično delo počinjeno i da se radi o organizovanom kriminalu, a po novom Zakoniku ove mere se mogu primeniti i ako samo postoji sumnja da će krivično delo biti učinjeno.

Argument da je u Srbiji na nivou zakona bezbednost veći prioritet od privatnosti potvrđuje i Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije. Ovaj Zakon članom broj 5⁴⁴ predviđa da Savet za nacionalnu bezbednost koji ima funkciju da usklađuje i usmerava rad službi bezbednosti treba da se „stara o usaglašenoj primeni propisa i standarda za zaštitu podataka o ličnosti, kao i drugih propisa kojima se štite ljudska prava koja mogu da budu ugrožena zamenom informacija ili drugim

⁴² Zakonik o krivičnom postupku *Službeni list SRJ 70, 2001*

⁴³ Zakonik o krivičnom postupku *Službeni glasnik RS 72 2011*

⁴⁴ Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti RS, *Sl glasnik RS br. 116/2007 i 72/2012*

operativnim radnjama“. Međutim, ova norma je deklarativna i ne predviđa efikasnu sankciju ili mere za to „staranje“, odnosno za njeno sprovođenje.

Zakon o policiji sadrži čitav niz odredbi koje su povezane sa pitanjem privatnosti⁴⁵, ali u Zakonu nema ni reči o zaštiti prava na privatnost prilikom preduzimanja mera, a Zakon o opštem upravnom postupku je retrogradan jer ne reguliše zaštitu podataka o ličnosti u vezi sa biometrijskim i video nadzorom kao ni privatnost podataka na internetu⁴⁶.

Po uzoru na standarde međunarodnog prava, Srbija u Porodičnom zakonu reguliše nasilje u porodici i legitimiše državnu intervenciju u porodične odnose ukoliko „jedan član porodice ugrožava telesni integritet, duševno zdravlje ili spokojstvo drugog člana porodice“⁴⁷. Zakon o javnom informisanju članom 79 predviđa da nije dozvoljeno objavljivanje informacija o ličnosti osim ako nije reč o informacijama od javnog značaja čime se pojedinac stavlja u niži rang u odnosu na javnost što je naročito problematično kada se uzme u obzir da se time dovodi u pitanje i privatnost dece i maloletnika (Stevanović 2017: 265).

Ovi zakoni ilustruju kako se privatnost žrtvuje zarad drugih beneficija kao što su bezbednost, sigurnost ili informisanost javnosti i pokazuju kako se na taj način kolektivno postavlja kao prioritet na račun individualnih prava i kao što je pravo na privatnost. Razlog tome je delimično socijalističko nasleđe koje se, kao što je na primerima pokazano ogleda i u samom normativnom okviru, ali ovakvom vrednovanju koncepta privatnosti doprinose i neki globalni uticaji. Nakon 2001. godine koncept privatnosti, kao što je već pokazano osporavan je širom sveta, najviše u Americi i u Evropi, a nakon 2013. godine kada je Snouden objavio tajne fajlove koji pružaju dokaze o projektima masovnog nadzora, postoje tendencije da se koncept privatnosti ponovo postavi kao jedan od prioriteta, a na tome najviše insistira Evropska Unija koja je

⁴⁵ Zakon o policiji, Sl glasnik RS, br. 101/2005, 63/2009, članovi 18, 28, 33, 47, 52, 64, 67 i 68

⁴⁶ Zakon o opštem upravnom postupku, Sl glasnik RS, br. 18/2016, član 15, stav 2 i član 64

⁴⁷ Porodični zakon Sl glasnik RS, br. 18/2005, 72/2011 – dr. Zakon i 6/2015, član 197

donošenjem Opšte uredbe o zaštiti podataka o ličnosti pokazala da institira na tome da se koncept privatnosti reafirmiše kroz zakonske regulative koje bi mogle da se izbore sa izazovima koje postavljaju nove informacione tehnologije.

Srbija svoje javne politike kreira delimično pod uticajem svog socijalističkog nasleđa i delimično pod uticajem javnih politika Evropske Unije. Na to kako obični građani Srbije u praksi žive i shvataju privatnost ove javne politike neminovno utiču, ali postoje i drugi faktori koji utiču na formiranje njihovog mišljenja i na njihove svakodnevne živote, pored ostalog, javne politike različitih internacionalnih kompanija koje su vlasnice internet platformi ili društvenih mreža. Moj cilj je bio da sagledam upravo to kako se danas u Srbiji obični životi žive sa informacionim tehnologijama, i kako se koncept privatnosti transformiše i modifikuje upravo u skladu sa novim tehnologijama i u zavisnosti od čitavog spleta lokalnih i globalnih uticaja.

5. O pristupu i metodu

Okosnicu mog rada čini etnografsko istraživanje koje treba da pokaže kako se korisnici digitalnih tehnologija suočavaju i odgovaraju na izazove koje njihova primena nameće i kako kroz njihovu upotrebu regulišu svoje granice privatnosti. Nastojala sam da pokažem kako se u doba savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija različiti aspekti privatnosti i privatnog života shvataju u Srbiji, žive, čuvaju i brane i/ili izlažu pogledima drugih i strateški koriste, pa i komoditizuju. Polazim od pretpostavke da antropološka perspektiva i etnografski podaci pružaju mogućnost da se uoče heterogeni elementi koji se pojavljuju u specifičnim kontekstima i situacijama, kao i nove konstelacije odnosa između privatnog i javnog.

Moje etnografsko istraživanje uključuje dubinske intervjue sa 26 ispitanica i 18 ispitanika ali i etnografiju interneta ili netografiju (Kozinets 2010) koja sadrži značajnu etnografsku građu (Leander i McKim 2010; Sade-Beck 2004; Wittel 2002; Erdei i Radulović 2017). Dok je tradicionalna antropologija bila zasnovana na ideji terena fizičkog lokaliteta, savremeni pristupi uključuju i istraživanje i istraživanje interneta kao virtuelnog lokaliteta koji sadrži značajnu etnografsku građu. Kako ističe Danijel Miler, zadatak antropologije je da istraži kako se internet tehnologije razumevaju i prihvataju u nekoj sredini (Miller 2000). Zbog toga je za potrebe ovog rada osim terenskog istraživanja i dubinskih intervjua sprovedena i netografska analiza, odnosno analizirani su *YouTube* kanali autora iz Srbije, a dubinski intervjui su obogaćeni nekim uvidima dobijenih posmatranjem profila na društvenim mrežama i *Facebook* i *Instagram*.

Etnografsko istraživanje podeljeno je u tri celine. Odabrala sam tri aspekta privatnosti za koja smatram da najbolje pokazuju kako savremene informacione tehnologije utiču na transformaciju samog koncepta privatnog. Prvi od njih su interpersonalni odnosi, odnosno partnerski, porodični i prijateljski odnosi koji su danas u velikoj meri posredovani digitalnom komunikacijom i često se upravo na tu komunikaciju i svode. Drugi je privatnost rada jer se to pitanje danas postavlja zbog preklapanja radnog i slobodnog vremena i radnog i priiivatnog prostora zahvaljujući ne samo „digitalnom nomadizmu“, odnosno radom preko interneta i na daljinu, nego i zahvaljujući fleksibilnosti i nematerijalnosti rada (Radivojević 2017), ali i upletenosti nadzora i kontrole u same proizvodne procese te njihovog širenja na duboko privatna pitanja radnika (Couldry 2010). Treći aspekt je komoditizacija privatnosti putem *online* platforme *YouTube* koji u sebi sintetizuje probleme vezane za prethodna dva aspekta privatnosti jer povezuje pitanje privatnosti rada i interpersonalnih odnosa. Naime, vlogeri koji snimaju svoje privatne živote i prikazuju ih na svojim *YouTube* kanalima na taj način komoditizuju svoju privatnost predstavljaju specifičnu vrstu digitalnih nomada. Oni zarađuju novac time što snimaju sami sebe, svoje lične ispovesti i svoje

intimne odnose sa prijateljima, partnerima i članovima porodice. U njihovom slučaju, intima pa i sami interpersonalni odnosi postaju roba koja se prodaje putem interneta.

Pošto je već samo definisanje koncepta privatnosti danas problematično jer ne postoji nikakav konsenzus o tome šta taj pojam uopšte znači (Bennett 2008: 2), jedan od ciljeva ovog istraživanja bio je da sumira neke operativne definicije koje bi bacile svjetlo na sam fenomen. Svoje ispitanike pitala sam šta je za njih privatnost, ali često sam do definicija dolazila posredno, razgovarajući sa njima o različitim pitanjima. Implicitne i eksplicitne definicije nalazila sam takođe i u video materijalu objavljenom na *YouTube* kanalima koji su obuhvaćeni mojom analizom. Pokušavala sam da proniknem u to šta se sve danas karakteriše kao privatno, kakve se sve operativne definicije koriste ili kako se one u hodu konstruišu i u kakvim odnosima je ovaj pojam sa drugim srodnim ili suprotnim pojmovima poput pojma javnog, intimnosti, tajnosti i drugih. Pa ipak, kako bih uopšte mogla da razgovaram sa ispitanicima i koncipiram svoja pitanja za intervju, morala sam i sama da pođem od nekakve definicije pojma privatnosti. Polazeći od stanovišta da tradicionalna podjela na dve jasno razgraničene sfere privatnog i javnog danas više nije relevantna jer, u zavisnosti od konteksta, bilo šta može biti okarakterisano kao javno ili privatno, bilo da je reč o mislima i uverenjima, telu i seksualnosti, fizičkim prostorima i virtuelnim prostorima interneta ili podacima. Čini mi se takođe da privatno ne mora nužno biti vezano ni za porodicu, ali ni za pojedinca, već se može odnositi na jednu osobu ili bilo koju konstelaciju pojedinaca bilo da je to bračni par, nekolicina prijatelja ili veća grupa poznanika, jer danas se reč privatno koristi čak i da opiše određeni tip društvenog okupljanja kao što je privatna zabava u klubu, privatna večera u restoranu ili privatni čet na društvenoj mreži u koji je uključen dvocifren broj ljudi. Od nagog tela do podataka o ličnosti, ništa nije unapred određeno kao privatno, već je privatnost neka vrsta ograde koja se može postaviti da bi zaštitila pojedinca ili gupe pojedinaca od svih ostalih ili samo od određenih pojedinaca ili grupa. I privatno i javno shvatam kao nekakve vrednosti koje se mogu stepenovati ako da nešto može biti više ili manje privatno ili javno, a samo to stepenovanje zavisi od

konteksta. I upravo zbog toga što koncept privatnog baš kao i koncept javnog može da se primenjuje na različite aspekte života pojedinca, na različite prostore, različite podatke, različite aktivnosti pa i na različite konstelacije odnosa, shvatam ovaj pojam kao veoma inkluzivan jer mi se čini da se on danas veoma široko shvata. Način na koji se privatnost reguliše i ostvaruje već sam definisala preko koncepta podešavanja privatnosti, a on podrazumeva postavljanje pregrada kako bi se određenim pojedincima ili grupama privremeno ili trajno onemogućio pristup određenim informacijama ili određenim fizičkim ili virtuelnim prostorima. Tako definisan odnos između privatnog i javnog omogućava čak i neke paradoksalne ishode kakvih često ima na društvenim mrežama, kao na primer *Facebook* profil konstruisan tako da su informacije o obrazovanju i poslovnom angažmanu sakrivene i okarakterisane kao privatne, a fotografije sa letovanja objavljene i okarakterisane kao javne.

Prvi deo istraživanja je terensko istraživanje koje se bavi uticajem informacionih tehnologija na interpersonalne odnose kao što su prijateljstva, partnerski odnosi i porodični odnosi. Pokazalo se da su svi ovi odnosi danas posredovani tehnologijom i da se u velikoj meri uspostavljaju i održavaju online, odnosno na internetu, a ne samo u fizičkoj realnosti ili putem tradicionalnih sredstava komunikacije. Informacione tehnologije koriste se u svakodnevnim aktivnostima od rada i zabave do komuniciranja, a ponekad čak služe za osamljivanje i beg u svoj privatni zabran na internetu, bilo da je reč o kreiranju „virtuelnih identiteta“ na društvenim mrežama (Lepetić 2010), stvaranja „digitalnih svetova“ putem igranja video igara (Gavrilović 2017) ili nekoj drugoj aktivnosti.

Ovaj svet interneta iako se smatra ekstenzijom javnog prostora i nikada zaista ne može biti potpuno privatn samim tim što je reč o mreži koja implicira povezanost među pojedincima ipak je prepun segmenata koje pojedinci doživljavaju kao privatne jer oni tu provode svoje privatno vreme i održavaju svoje intimne odnose. Međutim, taj svet interneta funkcioniše tako što se svaka usluga plaća privatnim podacima i oni cirkulišu mrežom što znači da su dostupni na uvid različitim zainteresovanim stranama

od internet provajdera do mobilnih operatera, velikih i malih kompanija ili organa vlasti.

Za potrebe ovog istraživanja o interpersonalnim odnosima, obavljani su intervjui sa 44 ispitanika između 23 i 40 godina (26 žena i 18 muškaraca) koji žive i rade u Beogradu i intenzivno koriste informacione tehnologije u svakodnevnom životu. Pošto je moj glavni cilj bio da rasvetlim savremeni koncept privatnosti na internetu, birala sam sagovornike koji interpersonalne odnose grade i održavaju preko interneta. Tražila sam pojedince koji su duboko vezani za savremene tehnologije i permanentno su *online* zato što sam želela istražiti kako se koncipira i praktično ostvaruje upravo privatnost na internetu, sa novim tehnologijama ili baš uprkos njima, a i kako u praksi funkcioniše metod podešavanja privatnosti koji je danas karakterističan za sve online platforme. Budući da dolaze iz različitih profesija, različitih delova grada i različitih socijalnih grupa, oni nude različite vizije modernog života sa informacionim tehnologijama i svima im je zajedničko to da svakodnevno koriste smart telefone sa obiljem aplikacija za komunikaciju i druge aktivnosti, računare i najmanje dve društvene mreže (*Facebook* i *Instagram*). Svi oni su zaposleni, zarađuju svoj novac i materijalno su nezavisni, a informacione tehnologije koriste kako za posao tako i za privatni život, to jest, za upoznavanje simpatija i novih prijatelja, za druženje, zabavu, snalaženje po gradu, kupovinu avionskih karata i bukiranje smeštaja, za traženje aznovrsnih informacija ili za inspiraciju. Neki od sagovornika su predstavnici gej populacije i oni su ukazali na problem privatnosti u interpersonalnim odnosima iz ugla jedne manjinske socijalne grupe što je dodatno obogatilo istraživanje. Većina ispitanika je srpske nacionalnosti, a dvoje su mađarske nacionalnosti ali su rođeni i žive u Srbiji. Umesto pravih imena, za sve ispitanike sam koristila pseudonime kako bih zaštitila njihovu privatnost.

Želela sam da shvatim na koji način tehnologije utiču na privatni život, kako ga menjaju i kako se te promene odražavaju na njihovo shvatanje koncepta privatnosti. Takođe, ideja mi je bila da saznam kako se koncept privatnosti vrednuje uprkos tome što većina servisa koji omogućavaju komunikaciju putem interneta prikupljaju privatne

podatke, a zatim i da proniknem u različite strategije zaštite privatnosti kako u odnosu na neposredno okruženje, tako i u odnosu na različite društvene subjekte koji prikupljaju i obrađuju privatne podatke.

Birajući sagovornike za ovo istraživanje, došla sam u kontakt i sa pojedincima koji su upravo zato da bi zaštitili svoju privatnost i da bi iskazali bunt od početka odbijali da koriste ili posle nekog vremena prestali da koriste mnoge pogodnosti savremenih informacionih tehnologija uključujući *smart* telefone i druge pametne uređaje, aplikacije za komunikaciju i društvene mreže. Sa nekima od njih sam obavila dubinske intervjue, ali taj materijal nije ušao u moje istraživanje jer je moj cilj bio da saznam kako upravo oni koji aktivno koriste informacione tehnologije doživljavaju koncept privatnosti i kako kreiraju strategije za zaštitu privatnosti baš uprkos tim tehnologijama ili čak zahvaljujući njima.

Najveći deo etnografskog materijala prikupljen je kroz dubinske intervjue, a deo materijala prikupljen je i *online* posmatranjem profila ispitanika na društvenim mrežama. Najveći deo etnografskog materijala dobijen je iz dubinskih intervjua, ali kako bih dobila celovitiju sliku, te intervjue dopunila sam *online* posmatranjem društvenih mreža *Instagram* i *Facebook*. Preliminarno posmatranje pomoglo mi je da formulišem posebna pitanja za svakog od ispitanika, a praćenje njihovog ponašanja na društvenim mrežama tokom vremenskog perioda od godinu dana (od januara 2017. godine do januara 2018. godine) pomoglo mi je da dođem do nekih dodatnih uvida i shvatim neke dinamike i trendove na samim društvenim mrežama. Praćenje aktivnosti na profilima pomoglo mi je da tokom vremena dopunjavam intervjue i obogatim istraživanje podacima. Analiziranjem profila na *Instagram-u* i *Facebook-u* dobila sam detaljniji uvid u fluktuirajuće mikro podele na privatno i javno na društvenim mrežama koje omogućavaju stepenovanje privatnosti ili čak prevođenje određenih informacija iz privatnog u javni domen i obrnuto. Preliminarno posmatranje ponašanja i sadržaja na profilima koji se menja iz dana u dan, pomoglo mi je da formiram posebna pitanja za svakog ispitanika ponaosob, ali sa posmatranjem sam nastavila i nakon što sam obavila

sve intervjuje kako bih mogla da pratim promene. Sa većinom ispitanika sam ponavljala ili dopunjavala intervjuje upravo zato što bi me posmatranje njihovih profila na društvenim mrežama motivisalo na to. U nekim slučajevima iz korena su se menale strategije odbrane privatnosti na društvenim mrežama a u nekim slučajevima bile su uočljiva neslaganja između onoga što su ispitanici govorili i aktivnosti na svojim profilima.

Online posmatranje mi je pomoglo da dođem do dodatne građe koju sam zatim upotrebila u analizi. Na društvenim mrežama tražila sam informacije poput: broj prijatelja, vrste podešavanja privatnosti, učestalost objavljivanja sadržaja na mrežama, učestalost reagovanja na tuđe objave, osetljivi privatni podaci poput lokacije, porodičnih fotografija i privatnih konverzacija dostupnih javno. Svakog od ispitanika zamolila sam da me prihvate kao „prijatelja“ na njihovim društvenim mrežama ili da mi omoguće da „pratim“ njihove profile. Zahvaljujući tome, tokom godinu dana pratila sam sadržaje na njihovim društvenim mrežama i posmatrala kako se menjaju sami profili, kako se šire ili sužavaju njihovi socijalni krugovi i kako se tokom vremena menjaju načini na koji se društvene mreže uopšte koriste. Ove informacije su mi koristile pre svega kao upoznavanje sagovornika i osnova za kreiranje pitanja za intervjuje, a u nekim slučajevima sam uvide koje sam dobijala online posmatranjem koristila kao materijal za analizu.

Praćenjem aktivnosti na društvenim mrežama, primetila sam da samo online posmatranje najčešće ne pruža pouzdane informacije jer gotovo sve što se objavi na društvenim mrežama može biti greškom objavljeno ili namerno varljivo u cilju kreiranja „virtuelnog identiteta“ (Lepetić 2010: 63), a takođe je podložno interpretaciji posmatrača. Zbog toga sam online posmatranje najviše koristila kao izvor informacija koje sam kasnije upotrebljavala u intervjuima i na osnovu kojih sam dobijala veoma detaljne odgovore i duboke uvide. Pa ipak, neki od podataka dobijenih online posmatranjem bili su od ključnog značaja za analizu. Neki od njih su komentari,

fotografije i statusi na društvenim mrežama koji razotkrivaju elemente definicija privatnosti do kojih se nije moglo doći putem razgovora sa ispitanicima.

Intervjui su pokazali da su već i same aktivnosti na društvenim mrežama, odnosno procesi koji dovode do kreiranja nekih objava i odluke šta će postati deo nečijeg virtuelnog identiteta predstavljaju nešto što većina ispitanika doživljava kao nešto intimno. Moja pitanja o tome zašto nešto nešto rade na internetu, kako to rade i zbog čega mnogi su doživeli kao ugrožavanje privatnosti jer su to stvari koje, kako kažu, ne govore nikome. Nekolicina je pokušavala da mi kaže kako ne oseća zavisnost od društvenih mreža ali bih *online* posmatranjem dolazila do informacija o tome koliko često su aktivni na svojim profilima koje nisu u skladu sa njihovim izjavama. Činjenica da je za mnoge već samo moje uplitanje u taj njihov *online* život ugrožavanje privatnosti, govori o tome da oni žele da sakriju više informacija o sebi nego što su spremni bilo kome da priznaju.

Intervjui u kombinaciji sa *online* posmatranjem pokazali su da je shvatanje privatnosti na internetu veoma kompleksno. Do definicija privatnosti nisam uvek mogla da dođem direktno, postavljajući pitanja o privatnosti, već često zaobilaznim putem, to jest, kroz razgovore na različite teme ili tumačenjem ponašanja na društvenim mrežama. Rezultati analize pokazali su čitav niz kontradiktornosti u ponašanju i stavovima ispitanika. Na primer, neki ispitanici insistirali su na tome da ne vrednuju privatnost i da veruju u dobrobit koju donosi potpuna transparentnost na internetu, ali su, sa druge strane, otkrivali da imaju svoje tajne koje po svaku cenu čuvaju od članova porodice, kolega sa posla ili drugih ljudi iz njihovih okruženja. Tome nasuprot, neki od njih su branili koncept privatnosti na internetu, ali su takođe priznali kako njihove prakse zaštite privatnosti na internetu uopšte ne odgovaraju tim njihovim stavovima, te da se ponašaju u suprotnosti sa njima.

Kako bih došla do odgovora na sva moja istraživačka pitanja, bilo je potrebno da u razmaku od tri do šest meseci ponovim intervju sa većinom ispitanika. Praćenje njihovih profila na društvenim mrežama pa i korišćenja drugih aplikacija i platformi

pomoglo mi je da otkrijem dinamiku kojom se menjaju prakse korišćenja informacionih tehnologija. Mnogi ispitanici su nakon nekoliko meseci potpuno promenili način na koji koriste društvene mreže ili su zatvarali svoje profile i otvarali nove. Mnogi su takođe zanemarivali neke aplikacije za komunikaciju i počinjali da koriste nove, a kod većine njih bi kupovina novih telefona ili aparata uticala na potpunu promenu stila komunikacije preko interneta. Njihove strategije su se menjale takođe i u zavisnosti od toga kako se menjaju socijalni krugovi u kojima se kreću. Ove promene uticale su na to da se menjaju i adaptiraju i njihovi stavovi o privatnosti. Radeći ovo istraživanje, morala sam da se suočim sa izazovom analiziranja fenomena koji je sklon stalnom transformisanju i koji zavisi čak i od malih „apdejtova“, a ne samo od trendova i velikih tehnoloških inovacija. Jedan od glavnih zaključaka zato jeste upravo taj da je privatnost na internetu fluktuirajuć, promenljiv koncept koji zavisi od razvoja same tehnologije ali promena odnosa pojedinaca prema tim tehnologijama. Koncept podešavanja privatnosti najbolje opisuje taj fenomen, ali on se mora shvatiti kao nedovršen model koji stalno dobija nove „apdejtove“. Zbog toga se i samo istraživanje meni kao istraživaču delovalo kao nedovršeno i nedovršivo. Neke ispitanike sam zvala telefonom ili kontaktirala putem četa kada god bih primetila neku značajnu promenu u njihovom ponašanju na društvenim mrežama i kroz razgovore dolazila do zaključaka da su se njihove strategije zaštite privatnosti promenile. Cilj mi je zato bio da shvatim suštinu tih promena i odgonetnem šta one same znače za savremeni koncept privatnosti.

Drugi deo istraživanja posvećen je analizi uticaja informacionih tehnologija na promenu koncepta rada i pitanje privatnosti. Mada koncept rada na prvi pogled nije povezan sa pitanjem privatnosti, ova veza postaje očigledna kada se uzmu u obzir savremene informacione tehnologije koje su za mnoge postale sastavni deo ne samo privatnog života nego i rada. Pitanje privatnosti u kontekstu rada danas je legitimno postaviti upravo zato što se nadzor nad radnicima preliva sa radnih mesta i radnih aktivnosti na privatne prostore i privatne aktivnosti (Couldry, 2010; Moore, Upchurch i

Whittaker 2018), ali i zato što savremene informacione tehnologije dovode do toga da se radno i slobodno vreme kao i radni i privatni prostori prepliću i da ih je teško razdvojiti.

Pitanje privatnosti je dakle istovremeno pitanje slobodnog ili privatnog vremena i balansa između života i rada (Vargas Llave i Messenger, 2018). Rad zahvaljujući informacionim tehnologijama ali i sa njima povezanim promenama povezane sa aktuelnim oblikom kapitalizma, odnosno procesom neoliberalizacije postaje nomadski, fleksibilan i nematerijalan jer on se izmešta „iz fabrika, kancelarija i drugih ‘kolektiva’ u kuće, kafee, vozove, na aerodrome ili plaže“, ostavljajući balans između rada i slobodnog vremena „trajno uzdrmanim“ (Radivojević 2017). Zahvaljujući stalnoj dostupnosti i permanentnoj umreženosti, poslovna komunikacija se ne ograničava samo na radno vreme već se širi i na slobodno vreme. Zbog svega ovoga, očigledno je da rad preo tehnologije ulazi u zonu privatnosti i to tako da privatno i poslovno više nije moguće definitivno razgraničiti niti vremenskim niti prostornim ogradama. Te ograde i dalje postoje, ali su samo provizorne, privremene i promenljive jer samu privatnost više nije moguće smestiti u neki prostor ili vremenski okvir, već se ona ostvaruje nekakvim podešavanjem granica u zavisnosti od datog konteksta.

S obzirom na to da informacione tehnologije tako fundamentalno menjaju i rad i dokolicu, nastojala sam da kroz dubinske intervjuue saznam kako se te promene odražavaju na shvatanje privatnosti pojedinaca koji obavljaju potpuno različite poslove. Vodila sam razgovore sa dvadeset ispitanika koji imaju između 23 i 40 godina, od čega 11 žena i 9 muškaraca. Većina ispitanika je srpske nacionalnosti, a jedna ispitanica je mađarske nacionalnosti. Umesto pravih imena koristila sam pseudonime kako bih zaštitila privatnost sagovornika. Odabrala sam sagovornike koji se bave različitim profesijama, rade u različitim kompanijama i institucijama ili zarađuju novac preko interneta zato što sam želela da istražim kako se pitanje privatnosti na različite načine postavlja u zavisnosti od vrste profesije, tipa kompanije i samog načina rada. Neki od njih bave se tradicionalnijim poslovima (kao na primer šefica samoposluge, pilot, obezbeđenje u banci, vozač, službenik u vladi, menadžerka restorana, službenica u

turističkoj agenciji, službenica u optičarskoj radnji, stručnjak za marketing i zamenik glavnog urednika medijske kuće), a neki se bave modernijim poslovima (kao na primer inženjerka koja analizira metapodatke za jednu IT kompaniju, stručnjak za mreže mobilne telefonije, tekstopisac za veb sajtove, veb dizajnerka, dizajnerka video igara ili menadžerka društvenih mreža). Bicala sam ispitanike čije profesije danas podrazumevaju korišćenje savremenih informacionih tehnologija kao što su kamere za nadzor, datoteke koje sadrže lične podatke, prenosne računare, *smart* telefone, društvene mreže, softvere za merenje radnog vremena i učinkovitosti radnika i druge.

Sa ispitanicima sam razgovarala o svemu što ih na poslu ugrožava i tako posredno došla do problema koji se tiču privatnosti. Odgovori na moja istraživačka pitanja najčešće pomaljali u ispovestima o tome šta im smeta na poslu, koje tehnologije koriste za rad, koliko zapravo imaju slobodnog vremena, koliko često idu na godišnji odmor ili na bolovanje i koliko su dostupni za komunikaciju sa nadređenima i ostalim zaposlenima tokom svog slobodnog vremena, na odmoru ili tokom bolovanja. Ispitanici su govorili o veoma različitim problemima od uređenja prostora i odnosima sa ostalim kolegama do kamera za nadzor i različitih softvera koji omogućavaju kontrolu radnika, a svi ti problemi su se na neki način ticali privatnosti.

I za ovaj segment istraživanja, bilo je potrebno ponoviti intervju upravo zato da bi se markirale promene u korišćenju tehnologija od kojih zavise i tumačenja pitanja privatnosti. Neki ispitanici su u međuvremenu, tokom mog istraživanja promenili radno mesto pa su poredili dva ili čak tri veoma različita radna okruženja, a neki ispitanici suočili su se sa promenama u stilu rada koje su nametnuli njihovi nadređeni ili su ih oni sami ustanovili kao menadžeri sopsvenih firmi. S obzirom na promene radnog okruženja, stila rada ili tehnologija koje se koriste za obavljanje posla, mnogi ispitanici su modifikovali svoje stavove o pitanju privatnosti na radnom mestu. Baš kao i u domenu interpersonalnih odnosa, i u domenu rada se ispostavlja da se savremene informacione tehnologije konstantno transformišu a zatim menjaju i stavove o privatnosti pa i sama podešavanja privatnosti. Jedno od glavnih istraživačkih pitanja

vezanih za ovaj deo rada bilo je pitanje kako pojedinci kreiraju svoje male strategije za zaštitu privatnosti na radnom mestu sa ili uprkos tehnologijama nadzora.

Može se markirati više faktora koji ometaju privatnost na poslu. Pored ostalog tu su *open space* kancelarije koje iako same po sebi nisu tehnološka već dizajnersko-arhitektonska rešenja zapravo takođe predstavljaju moderne sisteme nadzora koji su prilagođeni upravo digitalnom nadzoru, odnosno, bezbednosnim kamerama i računarima. Ispitanici govore o vidljivom i nevidljivom digitalnom nadzoru na poslu, fleksibilnosti radnog vremena, mobilnosti tehnologije, permanentnoj dostupnosti, praksama kontrolisanja profila na društvenim mrežama i softverima koji nadgledaju radnike u realnom vremenu. Svi ispitanici otkrili su kako pokušavaju da zadrže granice između privatnosti i rada ili da naprave ravnotežu između posla i privatnog života, ali su ograničeni samim tehnologijama ili praksama poslovanja, bilo da rade u domaćim ili stranim firmama lociranim u Srbiji ili preko interneta za poslodavce u inostranstvu koje pronalaze preko platformi koje su u vlasništvu kompanija u Americi.

Ispitanici koji rade u pro-zapadnim ili zapadnim kompanijama među kojima su i oni koji rade preko interneta za klijente iz inostranstva, govorili su više o pitanju privatnosti u kontekstu kulture revizije koja podrazumeva konstantni „administrativni pritisak, proveru i kontrolu“ (Strathern 2000 prema Gačanovic 2009), dok su oni koji rade u domaćim kompanijama više govorili o tome kako međuljudski odnosi koji su, kako oni kažu, „ortački“ utiče na njihov doživljaj privatnosti ne samo u toku radnog vremena i na radnom mestu već i van kancelarije i dok provode svoje slobodno vreme. U oba slučaja, dolazi do preklapanja rada i slobodnog vremena i prisustva različitih oblika nadzora u privatnom životu koji je teško odvojiv od rada.

Pitanja su prilagođena svakom od ispitanika jer sam želela da sagledam problem privatnosti iz različitih perspektiva i sa svakim sagovornikom razgovaram o pitanjima koja su vezana za njegovu ili njenu profesiju. Pre nego što sam započela rad na terenu, prikupila sam podatke o firmama za koje moji sagovornici rade na vebajtovima tih firmi. Osim toga, pregledala sam profile svojih sagovornika na društvenim mrežama

LinkedIn i *Facebook* zato što baš te dve mreže sadrže najviše informacija o profesionalnoj karijeri dok na primer *Instagram* najčešće sadrži samo privatne fotografije. Ove informacije koristile su mi najviše za pripremu intervjua ali takođe i za analizu.

U zavisnosti od profesije, tipa posla i karaktera firme, pitanja su pokrivala različite teme od rada kod kuće i nomadskog rada do rasporeda kancelarija, video nadzora i drugih oblika nadzora, prekovremenog rada i problema algoritamske i revizorske kulture. Ideja mi je bila da mapiram mesta preklapanja rada i privatnog života i istražim kako ispitanici definišu privatnost na radnom mestu, kako odbranjuju graničnu liniju između rada i privatnog života, koje strategije koriste i sa kakvim problemima se sve suočavaju.

Svi ispitanici žive i rade u Beogradu koji je kao najveća i najrazvijenija urbana sredina u Srbiji najviše digitalizovan. Beograd ima veliku koncentraciju domaćih i stranih kompanija, banaka, supermarketa, tržnih centara, domaćinstava koja koriste internet i pojedinaca koji koriste informacione tehnologije u gotovo svim segmentima svakodnevice. Želela sam da razgovaram upravo sa onim predstavnicima društva koji su najprisniji sa tehnologijom i ne mogu da zamisle život bez interneta jer ga koriste za posao, zabavu, komunikaciju i održavanje interpersonalnih odnosa. Ograničila sam se na pojedince koji su zaposleni i imaju između 23 i 45 godina zato što sam birajući sagovornike došla do zaključka da upravo oni najviše koriste informacione tehnologije. Bilo da je reč o poslu ili slobodnom vremenu i interpersonalnim odnosima, smatrala sam da ću najviše informacija o privatnosti na internetu dobiti od ispitanika koji svakodnevno koriste računare, *smart* telefone, aplikacije za čet i društvene mreže. Isključila sam decu i penzionere ne zato što sam smatrala da oni manje koriste savremene tehnologije, već zato što sam smatrala da ih oni ne koriste za toliko mnogo različitih svrha od traženja partnera do obavljanja složenih poslovnih zadataka. Takođe sam iz istraživanja isključila ispitanike koji su studenti i nezaposleni zato što od njih nisam mogla da čujem bogate priče o tome kako rade i komuniciraju sa kolegama preko interneta niti kako na primer troše novac preko interneta, što smatram pitanjima koja se

direktno tiču privatnosti. Jedan od kriterijuma bio je takođe da su svi ispitanici rođeni i odrasli u Srbiji. Iako danas u Srbiji žive i stranci, digitalni nomadi ili pojedinci koji su se iz privatnih ili poslovnih razloga trajno ili privremeno nastanili u Beogradu, želela sam da razgovaram sa onima koji su samim tim što su lokalci više upoznati sa kulturom, običajima pa i domaćim javnim politikama, a u stanju su i da naprave poređenja između različitih vremenskih razdoblja kao što su na primer dekada osamdesetih tokom koje je bio aktuelan socijalizam preko devedesetih i perioda blokirane tranzicije do prve i druge dekade dvadeset i prvog veka koje se između ostalog razlikuju upravo po tipovima tehnologija i rasprostranjenosti interneta.

Treći deo istraživanja posvećen je platformi *YouTube* koja danas predstavlja neku vrstu nove televizije (Grainge 2011) i funkcioniše podjednako kao mesto za zabavu i prostor za rad u kome pojedinci komoditizuju svoju privatnost ne samo tako što nude svoje lične podatke u zamenu za uslugu, već i zarađuju novac od objavljivanja sadržaja koji su inspirisani privatnim životom i razotkrivaju intimu kroz vlogove ili druge tipove videa koji predstavljaju ličnost autora.

Za potrebe istraživanja detaljno je analizirano 34 kanala autora iz Srbije. Kako bih pratila sve te kanale, pretplatila sam se na njih i redovno pratila sadržaje objavljivane od januara 2016. godine. Početni spisak kanala koje pratim sam vremenom modifikovala jer je jedan broj kanala vremenom postao neaktivan ili su autori sa njih izbrisali sve sadržaje, a u međuvremenu su nastali kanali koji su mi se učinili zanimljivim za analizu pa sam i njih počela da ih pratim. Za potrebe istraživanja, pregledala sam preko pet hiljada videa objavljenih na ovim kanalima.

Analizom je obuhvaćen i jedan broj kanala autora iz okruženja, odnosno iz drugih zemalja bivše Jugoslavije zbog toga što autori koji se međusobno razumeju jer govore slične jezike takođe međusobno sarađuju, jedni druge snimaju, zajedno se pojavljuju u videima, referiraju jedni na druge ili se međusobno sukobljavaju. Tokom istraživanja, shvatila sam da pratiti jednog autora vrlo često znači pratiti čitav niz autora koji su sa njim povezani jer su deo istog društva ili im se kanali iz drugih razloga

prepliću i upućuju jedni na druge. Jutjuberi često snimaju „kolaboracije“ i gostuju jedni drugima na kanalima ili čak zajednički snimaju videe pa je zbog toga za mene bilo značajno da pratim te grupacije autora, a ne samo pojedince. Osim autora iz Srbije, pratila sam i jedan broj autora iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Crne Gore, ali analiza je pre svega bila usredsređena na autore koji su poreklom iz Srbije i žive u Srbiji.

Prateći domaće autore, shvatila sam da se često pozivaju na kanale iz inostranstva ili ih čak oponašaju. Uočila sam takođe da su balkanski jutjuberi kao deo šire, svetske scene skloni da prate trendove u kreiranju videa koji nastaju u drugim zemljama, pre svega u Velikoj Britaniji i SAD, tako da sam se pretplatila i na čitav niz kanala iz tih zemalja kako bih stekla uvid u širi kontekst ove platforme i imala uvid u to kakvi sadržaji utiču na domaće autore. U istraživanje sam zatim uključila i neke autore iz Nemačke kako bih mogla da napravim neka poređenja. S obzirom na to da se osim srpskim i engleskim služim još i nemačkim jezikom, želela sam da uporedim kako autori iz različitih zemalja percipiraju koncept privatnosti. Smatrala sam da je uključivanje stranih kanala u analizu bilo važno ne samo zato što se domaći autori pozivaju ili ugledaju na njih, već i zbog toga što se potpuniji uvid u domaću *YouTube* scenu može steći samo ako se stekne uvid u globalnu scenu koja diktira određene trendove ili nameće određene vrednosti. Ukupan broj videa koji sam pregledala od januara 2016. godine do kraja 2018. godine kada sam zaključila svoje istraživanje iznosi više hiljada.

U potrazi za implicitnim i eksplicitnim definicijama privatnosti, ali i za strategijama komoditizacije privatnosti na *YouTube* platformi, uzela sam u obzir raznovrsnost sadržaja koji ne uključuje samo video klipove već i sve informacije povezane sa tim klipovima koje uključuju rejtinge, komentare gledalaca, komentare samih autora i druge detalje (Benson 2017). Takođe, imala sam u vidu i povezanost različitih sadržaja jer se tokom istraživanja ispostavilo da se video klipovi ne mogu posmatrati izolovano već uvek u vezi sa svim ostalim sadržajima koji se na njih nadovezuju (Lange 2014), bilo da su u pitanju serijali videa istih autora, kolaboracije

različitih autora, serije istih tipova videa različitih autora ili reakcije pojedinih autora na sadržaje drugih autora.

Rezultati analize pokazali su kako se kroz vlogove i druge tipove amaterskih videa koji su karakteristični za *YouTube* kreatora komoditizuje privatnost, ali ne na takav način da nudi transparentnost bez cenzure, već tako što se sadržaji režiraju uzimajući u obzir privatnost. Različiti autori imaju različite definicije privatnosti, ali svako od njih teži da ograniči količinu privatnih informacija koje deli sa publikom, ali povremeno se stvari otimaju kontroli i oni ne uspevaju da održe svoje granice privatnosti pre svega zato što sadržaj uvek nastaje u sprezi sa publikom koja utiče na to šta će autori objaviti i zato što sam algoritam *YouTube* platforme time što na određeni način rangira sadržaje utiče na sam sadržaj. Čak i neko ko samo pasivno gleda videe i doprinosi ukupnom broju pregleda postaje akter i na neki način utiče na sadržaj.

Analiza fenomena komoditizacije privatnosti na platformi *YouTube* je ograničena na analizu samog sadržaja, odnosno na netografiju. Početna ideja bila je da napravim intervju sa svim autorima iz Srbije čije sam kanale analizirala, ali se to pokazalo kao previše zahtevan zadatak jer je bilo teško stupiti u kontakt sa većinom njih, naročito sa najpopularnijim jutjuberima.

Analiza fenomena komoditizacije na platformi *YouTube* povezuje pitanje rada i interpersonalnih odnosa jer istovremeno pokazuje zašto i kako je privatnost danas postala roba i to ne samo u vidu privatnih podataka jer dolazi do komoditizacije privatnog života na svim društvenim mrežama, a pogotovo na *YouTube*-u koji kroz fromu videa razotkriva najprivatnije odnose, aktivnosti i prostore i dovodi do brendiranja ličnosti (Khamis, Ang i Welling 2016). Pošto je i sam društvena mreža, *YouTube* je platforma za komunikaciju, zabavu i rad, baš kao što su to *Facebook* ili *Instagram*, tako da on monetizuje privatnost na dva različita načina dovodeći do preklapanja između privatnog i javnog, između radnog i slobodnog vremena i između zabave i rada.

Moj cilj je bio da pokažem kako su rad, zabava, slobodno vreme i interpersonalni odnosi međusobno ispreplitani jer informacione tehnologije na neki način motivišu pojedince da ih koriste u kontinuitetu, da su neprekidno online i permanentno aktivni jer su i radne obaveze i zabava i komunikacija na internetu imaju formu nedovršenosti. Dok je nekada radno vreme trajalo osam sati, telefonski razgovori, pisma i telegrami imali su početak i kraj, a zabava i slobodno vreme bili su odvojeni od procesa rada i proizvodnje, sada se čini da su informacione tehnologije ove različite kategorije učinile fluktuirajućim, a samim tim se i privatnost počela shvatati kao nešto fluidno što nema mesto i vreme već se pojavljuje u fragmentima vremena i prostora.

Radeći ovo istraživanje, i sama sam postala upletena u privatne živote svojih sagovornika i autora *YouTube* kanala koje sam pratila. Neki od mojih sagovornika doživeli su me kao sebi blisku osobu jer su mi „otvorili dušu“, „ispovedili se“ i odali neke svoje tajne koje inače ne govore nikome. Sa jednim brojem njih ostala sam „prijatelj“ na društvenim mrežama, neki su me zvali na svoje privatne žurke, a neki su bili raspoloženi da ponovo izađemo na piće. A nakon što sam zaključila svoje istraživanje *YouTube* kanala, nasavila sam da pratim jedan broj autora iz Srbije i inostranstva zato što nakon tri godine upoznavanja sa njihovim privatnim životima više nisam mogla da zamislim da se rastanem od njih.

III INTERPERSONALNI ODNOSI I ONLINE KOMUNIKACIJA

1. Život online

Informacione tehnologije otvaraju nove kanale komunikacije i omogućavaju kontakt preko mejla, aplikacija za čet, audio ili video pozive i društvenih mreža, a to radikalno menja način na koji se konstruišu i održavaju interpersonalni odnosi. Život se živi kroz te komunikacijske kanale (a ne prosto sa njima) jer informacione tehnologije sve više oblikuju društvenu stvarnost (Couldry 2017). Posredovana *online* komunikacija u velikoj meri zamenjuje neposredovanu komunikaciju (Wood i Smith 2005: 6) a to se neminovno reflektuje na porodične, partnerske i prijateljske odnose i shvatanje privatnosti.

„Radim *online*, imam vezu *online*, gledam filmove *online*, kupujem *online*, družim se sa prijateljima *online*, komuniciram sa roditeljima *online*... većina moje svakodnevice se odvija *online*. Moj laptop i moj telefon znaju više o meni nego bilo ko koga poznajem, osećam se kao da sam izgubila kontrolu nad granicama privatnosti. Mislim da se nisu promenili samo sistemi komunikacije nego i sam život.“ Paulina (34).

Pošto menja način na koji ljudi komuniciraju jedni sa drugima ali povećava obim i intenzitet te komunikacije, internet takođe menja način na koji se uopšte uspostavljaju, grade i održavaju interpersonalni odnosi. Dugogodišnje veze na daljinu, prekookeanska prijateljstva, online turniri u video grama ili grupne konferencije preko društvenih mreža tipovi su odnosa ili društvenih okupljanja koja nisu bila zamisliva pre nego što su ovi novi kanali komunikacije otvoreni. Istovremeno, odnosi među ljudima koji žive u istom gradu ili čak istom stanu takođe bivaju posredovani digitalnom komunikacijom. Zbog toga se možda može govoriti o „krizi intimnosti u digitalnoj eri“ (Chambers 2016) i to zato što su intimni odnosi posredovani tehnologijom, velikim delom se odvijaju u javnom prostoru interneta i zavise od modela komunikacije koje nudi neka društvena mreža ili platforma. A pošto društvena mreža ili platforma putem koje se komunicira zapravo funkcioniše prema algoritmima koji se hrane privatnim podacima kako bi ponudili personalizovano iskustvo, onda se čak može govoriti o „algoritamskim“ prijateljstvima ili vezama (Chambers 2016).

Kao što svaka komunikacija ima u sebi dinamiku između sakrivanja i otkrivanja sebe i privatnih informacija, tako isto i online komunikacija balansira između dva pola – privatno i javno. Iako se razmena informacija odvija na platformi koja je javna, ipak se čini da privatnost jeste preduslov za samootkrivanje (Masur 2017: 100). Pojedinci koji koriste „privatni“ čet preko neke društvene mreže kao što je *Facebook* ili *Instagram* ili preko neke platforme za komunikaciju poput *Viber*-a ili *WhatsApp*-a već unapred podrazumevaju da znaju koji je njihov auditorijum, odnosno pretpostavljaju da komunikacija zaista i jeste privatna i da se odvija između dva ili više pojedinaca koji su uključeni u taj čet. Međutim, za razliku od komunikacije licem u lice, komunikacija putem interneta često uključuje auditorijum koji čine ne samo drugi korisnici na društvenim mrežama već i organi vlasti i privatne kompanije koje nadziru privatne komunikacije (Moll i Pieschl 2016: 239). Sve do 2013. godine kada je uzbunjivač američke Nacionalne službe za bezbednost Edward Snowden medijima otkrio dokaze o projektima masovnog nadzora koje sprovode tajne službe SAD, Velike Britanije, Australije i drugih država, mnogima je bilo nezamislivo da postoje tajni projekti masovnog nadzora koji ne targetiraju samo osumnjičene prekršiocyte zakona ili disidente već sve obične građane, a to je pokrenulo pitanje poverenja bez koga pojedinci ne mogu da funkcionišu jer od njega zavise odluke koje će napraviti (Blöbaum 2016: v).

Privatno i javno više nisu jasno razgraničene kategorije i ne zavise od fizičkih prostora (Thompson 2011: 49), već su fluktuirajuće, pokretne i kontekstualne, uslovljene funkcijama samih tehnologija koje oblikuju vitruelni prostor i propisuju pravila ponašanja na internetu. A pošto internet već sam po sebi nije ništa drugo nego jedan novi javni prostor, privatnost u okviru tog javnog prostora može biti samo parcijalna. Ona je moguća samo u okvirima koji su već zadati od strane tehnologija koje se koriste za komunikaciju. Čini mi se da se strategije koje se koriste kako bi se na internetu obezbedila ta delimična privatnost mogu opisati kao podešavanja privatnosti (*privacy settings*) koja su integrisana u različite društvene mreže, platforme i operativne sisteme

uključujući društvenu mrežu *Facebook*⁴⁸ internet pretraživač *Google Chrome*⁴⁹ i operativni sistem *Windows 10*⁵⁰. Ova koncepcija podrazumeva da svako za sebe može da modifikuje privatnost na internetu, ali tako što će odabrati između ponuđenih mogućnosti koje više ili manje detaljno pokrivaju različite aspekte privatnosti na internetu. Smatram da koncept podešavanja privatnosti koji je samo tehnički jer ga navedene kompanije koriste da opišu određenu funkciju koju ima neka društvena mreža, internet pretraživač ili operativni sistem može da se koristi i kao teorijski koncept koji objašnjava na koji način se kreiraju zone privatnosti na internetu. Rekla bih da ovaj koncept i u širem smislu objašnjava kako se u savremenom svetu uopšte poima privatnost. Umesto da polazi od nekih već unapred zadatih podela na privatno i javno, ovaj koncept podrazumeva da ništa nije *apriori* privatno ili javno (ni u smislu prostora, ni u smislu vremena pa ni u smislu podataka) već da to šta će biti privatno a šta javno zavisi od toga kako se parametri postave. Da li će nešto imati status privatno ili status javno zavisi od odluke i o tome se može pregovarati, a odluke se zatim mogu menjati u zavisnosti od datog konteksta ili izmenjenih okolnosti.

Zaštita privatnosti na internetu podrazumeva korišćenje čitavog niza strategija, proučavanja sistema enkripcije ili podešavanja privatnosti na određenim internet platformama, iščitavanja brojnih polisa privatnosti i snalaženju sa kompleksnim informatičkim sistemima. Zbog toga je relevantno govoriti o novoj „digitalnoj pismenosti“ koja je potrebna da bi se obezbedila barem neka vrsta privatnosti na internetu (Moll i Pieschl, 2016: 239). Digitalna pismenost ili „nova pismenost“ odnosi se na pismenost koja se pojavila upravo sa pojavom novih informacionih tehnologija (Kuzmanović 2017: 7). Štaviše, „tehnologija transformiše prirodu pismenosti“ i ona se više ne svodi na „osnovne alfanumeričke veštine i znanja (čitanje, pisanje i računanje“, već uključuje i mnoge druge sposobnosti, a pošto se same tehnologije brzo menjaju, sa

⁴⁸ Facebook Help, <https://www.facebook.com/help/325807937506242> (Pristupljeno: 20.12.2018.)

⁴⁹ Google Support, <https://support.google.com/chrome/answer/114836?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=en> (Pristupljeno: 20.12.2018.)

⁵⁰ Microsoft Support, <https://support.microsoft.com/en-us/help/4027945/windows-change-privacy-settings-in-windows-10> (Pristupljeno 20.12.2018)

njima se menja i definicija pismenosti pa to znači da biti digitalno pismen podrazumeva stalno prilagođavane i sticanje novih pismenosti (ibid. 7). Iako internet jeste dostupan svima, nema svako istu moć kontrole nad sopstvenom privatnošću jer je svako ograničen svojim znanjem u toj oblasti. Poseban problem su objektivne granice te moći kontrole jer se pojedinci kreću u već zadatim okvirima i biraju između ponuđenih modela zaštite privatnosti, a istovremeno sama logika analitike velikih podataka podriva koncept individualne privatnosti na internetu obesmišljavajući njihove napore da se zaštite (Baruh i Popescu, 2015: 597).

Kada se govori o privatnosti na internetu, postoje dve potpuno različite konotacije. Jedna se odnosi na privatnost spram svog neposrednog okruženja i ljudi sa kojima se komunicira, a druga se odnosi na privatnost spram subjekata koji prikupljaju privatne podatke bilo da su to strukture vlasti, kompanije ili pojedinci koji imaju motiv i način da to čine. Kada je reč o interpersonalnim odnosima, obe vrste privatnosti su relevantne.

Svako od ispitanika podrazumeva nekakvu, makar i minimalan obim privatnosti a zatim svesno ili nesvesno traži način da omeđi svoj virtualni privatni prostor. Moji sagovornici otkrivaju ne samo kako se štite jedni od drugih, već i kako gledaju na ovu drugu vrstu privatnosti i šta čine da svoje intimne konverzacije bar delimično zaštite. Prakse kršenja privatnosti nad kojima pojedinci nemaju kontrolu, a to su pre svega prakse prikupljanja, obrade i distribucije privatnih podataka ili meta podataka (Petković i Jonker 2015: 5), čine da se većina ispitanika oseća nemoćno da zaista zaštiti svoju privatnost u tom javnom prostoru interneta. Za mnoge je problem nedostatak poverenja u strukture vlasti i privatne kompanijen ili internet kao takav, a zbog toga se strategije uglavnom ograničavaju na podešavanja privatnosti u okviru užeg kruga ljudi sa kojima komuniciraju i u koji spadaju članovi porodice, prijatelji, partneri, kolege i poznanici. Ipak, mnogi govore i o tome kako je i druga vrsta privatnosti važna i to baš u kontekstu partnerskih, porodičnih i prijateljskih odnosa jer su najintimnije prepiske u

javnom prostoru dostupne na uvid onima koji imaju način da pristupetim javnim domenima.

Zanimalo me je kako mreža utiče na život, kako pojedinci uspostavljaju i održavaju kontakte preko interneta, i kako sami kanali komunikacije uslovljavaju njihove odnose. Istovremeno, pokušala sam da otkrijem kako *online* komunikacija menja prakse vezane za privatnost, to jest, kako pojedinci svesno ili nesvesno definišu ovaj koncept i koje tehnike koriste da bi obezbedili bar delimičnu privatnost na internetu.

1.1. Permanentno *online*, permanentno dostupni

Da li danas sve više ljudi živi ne samo u jednoj fizičkoj stvarnosti nego vodi vrlo bogate živote *online*, u stvarnosti interneta (Rosenfeld 2015: 2)? Mnogi žive „permanentno *online* i permanentno povezani“ (Vorderer, Krömer, Schneider 2016: 694) i u stalnom strahu od gubljenja dometa jer preko interneta održavaju veze sa najbližima, traže ili obavljaju svoj posao, crpu infomacije, pronalaze zabavu, provode slobodno vreme, kupuju, prodaju, vode biznis, broje korake i kalorije i rade još mnogo toga. Informacione tehnologije ne samo da su sredstvo za komunikaciju, novčane transakcije i mnoge druge aktivnosti nego su i ponekad i same sebi cilj jer su adiktivne. Društvene mreže, medijske platforme i video igre osmišljene su tako da daju sadržaj koji se odvija u beskonačnim nizovima jer serije na platformi *Netflix* se ređaju jedna za drugom kao i video klipovi na *YouTube*-u ili objave na *Facebook*-u i *Instagram*-u, a video igre imaju skoro bezbroj nivoa (Alter 2017: 9). Živeti sa informacionim tehnologijama zato ponekad znači živeti kroz njih i apsorbovan u njima, biti permanentno umrežen. Da li se onda još uvek može govoriti o razlici između stvarnog i virtuelnog sveta? Neki autori su već ukazali na to da je potrebno napustiti dihotomiju virtuelno/realno u „antropološkom promišljanju interneta“ jer je granica između dva domena zamagljena (Žakula 2012: 43).

Dokazujući da je sve ono što se dešava na internetu istovremeno deo realnosti, ispitanici su mi mi demonstrirali kako žive svoje živote sa tehnologijama ali i kroz njih – radeći, zabavljajući se i održavajući bliske kontakte sa prijateljima, članovima porodice, kolegama i partnerima preko interneta. Svima njima bi svakodnevica izgledala mnogo drugačije da tih tehnologija nema, a neki od njih bi imali potpuno drugačije sudbine. Za mnoge od njih, vrlo je važno da budu povezani na internet dvadeset i četiri sata dnevno, sedam dana u nedelji.

„Moj laptop je stalno uključen i restartujem ga samo kada sistem zahteva da ga restartujem. I taj trenutak uvek odlažem jer restartovanje računara predstavlja za mene veliki stres. Moram da razmišljam o tome da li sam sačuvala sve tekstove koje sam napisala, da li sam obeležila sve bitne stranice na internetu i da li su svi PDF dokumenti raspoređeni tako da se mogu lako naći kad se računar restartuje. Telefon je uvek povezan na bežični ili 4G internet jer mi jako teško pada da budem van mreže zato što se plašim da ne propustim neki važan imejl ili poruku od dečka. Svaki moj dan počinje i završava se gledanjem u telefon. Ujutru čim otvorim oči prelistam elektronsku poštu da vidim da li sam dobila neke važne imejlove. Pošto radim za klijente u Americi, na Tajlandu i Novom Zelandu, često se dešava da noću dobijem radne zadatke. Kad pregledam mejlove napravim u glavi okviran plan za taj dan i onda prelistam *Instagram*. Ponekad se toliko zanesem u pregledanje fotografija da ostanem u krevetu i po sat vremena. Kad ustanem, uključim *YouTube* ili aplikaciju za trening na mobilnom telefonu i vežbam pola sata. Posle toga se istuširam i doručkujem a onda sedam za računar i pišem tekstove ceo dan. Kad završim sa poslom, odem u grad da popijem piće sa prijateljima ili odem u supermarket i vratim se kući gde onda gledam serije, dopisujem se sa dečkom koji živi u Malmeu, učim švedski jezik preko aplikacije za učenje jezika ili se dopisujem sa prijateljima koji uglavnom žive ovde i ponovo pregledam *Instagram*. Uspavam se obično uz neki dugački dokumentarni film na *YouTube*-u koji pustim preko telefona, a onda se često desi da se probudim uz *YouTube* jer aplikacija nastavlja da pušta neki sadržaj sve dok je ne ugasim. Skoro nikad se ne odmaram od tehnologije.“
Paulina (34)

Mobilni uređaji u sprezi sa bežičnim i 4G internetom omogućavaju da se *online* komunikacija lakše „utka“ u ritam svakodnevnog života i da se održava permanentni kontakt (Campbell 2013: 8), a na Paulininom primeru se pokazuje koliko je teško da se se iskorači iz te rutine i priušti odmor od tehnologije. Upleteni u čitav niz konverzacija sa prijateljima, kolegama, roditeljima i partnerima, pojedinci koji su uvek *online* ne mogu uvek sami za sebe da odluče da se isključe iz mreže jer to zavisi i od ljudi sa kojima komuniciraju.

„Volela bih češće da se odmaram od interneta, ali svodi se na to da apstiniram od tehnologije samo kad izađem sa prijateljima, kad obavljam kućne poslove i kad sam na odmoru. Stalno maštam o tome da provedem več uz knjigu ili radeći nešto kreativno kao što je ukrašavanje zidova po kući. Ali uveče kad završim posao toliko sam mentalno iscrpljena da nemam energije da nešto farbam niti koncentracije da nešto čitam. Kad odem na odmor volim da budem potpuno bez tehnologije, da uopšte ne gledam u telefon i da uopšte ne gledam filmove ili serije. Ali uvek imam osećaj krivice kad nekome ne odgovorim na imejl ili poruku, pa čak i kad ne lajkujem svima fotografije na *Instagram*-u. Isto tako, osećam potrebu da fotografišem sve oko sebe i to okačim na *Instagram*. A pošto sam obično sa dečkom na odmoru, onda on hoće da gledamo televiziju ili filmove i serije na laptopu ili da mi pokaže neki tekst koji je pronašao na internetu. Na kraju je taj digitalni detoks samo polovičan jer uvek se nađe nešto neizostavno što mora da se uradi na internetu, makar da se komunicira sa roditeljima. I gde god da odem, uvek tragam za internetom, čak se dešavalo i da sam birala mesto na plaži po tome da li ima ili nema internet signala. Mislim da to ne zavisi samo od mene da li ću koristiti internet na odmoru ili ne nego i od ljudi sa kojima sam u kontaktu ili od ljudi sa kojima provodim vreme.“ Paulina (34)

Čini se da biti stalno umrežen na internetu podrazumeva tesnu povezanost sa određenim pojedincima ili krugovima ljudi, a ta vrsta zajedništva podrazumeva da se odluke donose zajednički. Isključiti se iz mreže makar i na kratko nije odluka koja se tiče samo pojedinca, već i svih koji su deo neke mreže. Lea (38) koja se profesionalno bavi fotografijom, ima veoma bogat socijalni život takođe ne može a zamisli ni jedan

dan bez tehnologije. Njeno hronično slabo zdravstveno stanje čini je još više zavisnom od komunikacije sa bližnjima a samim tim je još tešnje vezuje za tehnologiju.

„Posedovanje tih uređaja stvara anksioznost, ali si izopšten iz zajednice ako ih nemaš. Ako mi se slučajno dogodi da zaboravim da ponesem mobilni, obavezno se vratim po njega jer odmah pomislim da može nešto loše da se dogodi, na primer, da se povredim ili da mi automobil stane na sred ulice. A ako se neko koga ja pozovem ne javi dva puta zaredom, pomislim da im se nešto loše dogodilo.“ Lea (38).

Čini se da je danas za mnoge nemoguće „odmoriti se“ od tehnologije i napraviti pauzu jer je internet sastavni deo svakodnevice, a nekada je to bilo moguće dok je on bio neka vrsta luksuza i služio je pre svega za zabavu. Neki ispitanici upućuju na to da se namena interneta, to jest, njegova uloga u životima ljudi promenila, pogotovo u toku druge decenije ovog veka. Za mnoge biti stalno umrežen nije stvar ličnog izbora nego nametnuta obaveza, a biti ostavljen bez interneta, recimo u nekom primorskom mestu, postalo je nešto prestižno.

„Tokom 2010 i 2011. godine bila sam zavisna od *Facebook*-a i povremeno sam se isključivala tako što bih iz struje isključivala ruter za internet. Sada su ti sistemi takvi da se podrazumeva da se nikad ne isključuju. Osim toga, *Facebook* je u međuvremeno postao sredstvo za svakodnevnu komunikaciju i dogovore kao neka zamena za telefon, jako je teško isključiti se, to se smatra skoro neodgovornim ponašanjem. Jedina situacija u kojoj sam bila potpuno bez interneta na duže vreme, bilo je jedno letovanje u kući u kojoj nije bilo bežičnog niti 4G interneta. Dve nedelje sam živela bez interneta i to mi je u početku bilo šokantno. Svako jutro i svako veče sam mahinalno hvatala telefon i pokušavala da otvorim društvene mreže iako sam znala da to nije moguće. Trebalo mi je nekoliko dana da se naviknem na tu situaciju. Umesto da gledam u ekran čitala sam knjige. Posle tog odmora počela sam da razmišljam o tome koliko vremena gubim na besciljno lutanje kroz sadržaje na društvenim mrežama umesto da uradim nešto praktično, makar da presadim cveće ili nešto nacrtam.“ Lea (38)

„Prošle godine sam napravio mali eksperiment i obrisao svoj *Facebook* profil na šest meseci jer sam smatrao da me ta društvena mreža previše okupira i troši dragoceno vreme. Bio sam vrlo zadovoljan rezultatom tog eksperimenta. Mnogima sam nedostajao pa su mi pisali mejlove, SMS poruke i zvali me telefonom. Pošto nisam imao načina da se informišem o događajima u gradu, odlazio sam na razna mesta ne znajući šta se tačno tamo dešava niti koga ću sresti. Mislim da sam u tom periodu kvalitetnije provodio svoje slobodno vreme i imao mnogo bolje konverzacije sa ljudima. Apstinencijska kriza je trajala samo dva dana, imao sam potrebu da nešto radim sa telefonom, ali nisam se osećao kao zavisnik.“ Fabijan (40)

Posmatrala sam Fabijanvo ponašanje na društvenim mrežama i zaključila sam da se on trudi da ih koristi umereno i da održava kontakt sa velikim brojem ljudi (od svih ispitanika on ima najviše prijatelja i pratilaca na *Facebook-u* i *Instagram-u*) ali da se ne upušta u dugačke konverzacije. Pre tog malog eksperimenta koji je sproveo, bio je gotovo neprekidno *online*, reagovao je na stotine tuđih objava dnevno i ponekad umeo sate da provede „pijučkajući vince“ i četujući sa prijateljima. Nakon eksperimenta, naglo je počeo da skraćuje privatne prepiske i da reaguje samo na jedan ograničen broj tuđih objava. Kao da je napravio nekakvu računicu koliko interakcije je potrebno da bi se ostalo sa ljudima u kontaktu, a da se ne pretera sa aktivnošću na društvenim mrežama. „Ranije sam provodio mnogo više vremena komunicirajući sa raznim ljudima ali sada dnevno ne provedem više od sat vremena četujući, a u to se računaju i privatni i poslovni razgovori“, kaže on.

Usred intervjuja, zazvonio mu je mobilni telefon i naizgled sasvim običan razgovor meni je zvučao staromodno. Na pitanje svog sagovornika Fabijan je dogovorio: „trenutno sam zauzet, dajem intervju jednoj devojci koja piše doktorat, javiću ti se kasnije“. Počela sam da razmišljam o tome kako je postalo neobično da neko nekog zove telefonom bez prethodne najave putem poruke. Pitala sam Fabijana: „Zar se to još uvek radi, da nekog pozoveš telefonom tek tako, bez najave?“, a on je odgovorio:

„Da, to više niko ne radi, svi samo kucaju poruke. Volim ljudski glas i motivišem prijatelje da me zovu telefonom umesto da mi pišu“.

Kao neko ko je rođen krajem sedamdesetih godina dvadesetog veka, Fabijan je već bio u svojim dvadesetim kad se pojavio internet i mobilni telefon, pa sebe smatra „pionirom elektronske komunikacije“. U jednoj fazi svog života, skoro svaki njegov korak bio je zabeležen na *Facebook-u*, a sada je njegovo prisustvo na društvenim mrežama vrlo dozirano. Njegov stav prema elektronskoj komunikaciji je ambivalentan. Sa jedne strane on ceni njene pozitivne strane kao što je mogućnost da se prijatelji i partneri biraju „po srodnosti“, odnosno po interesovanjima a ne po tome da li žive u istom gradu. Sa druge strane, on kaže da su odnosi „otuđeni“ i sve manje telesni jer se sve više svode na dopisivanje a sve manje na viđanje.

Posmatrajući njegovo ponašanje na društvenim mrežama i slušajući njegove kritike elektronske komunikacije, na trenutak mi se učinilo da je on pronašao način da napravi balans između života *online* i života u fizičkoj realnosti kakav mu odgovara. Međutim, ispostavilo se da ipak nije tako. Uprkos njegovim pokušajima da senzibilise svoje okruženje na drugačije, staromodnije metode komunikacije, odnosi se i dalje najviše svode na dopisivanje i razmenu multimedijalnih poruka. Njegovi odnosi sa roditeljima, bivšom suprugom, kćerkom, partnerkom i većinom prijatelja zavise od dopisivanja preko interneta a on to ne može da promeni jer izbor sredstva komunikacije ne zavisi samo od njega nego i od ostalih učesnika u komunikaciji. Zbog toga je Fabijan kao i većina mojih ispitanika skoro uvek *online* i dostupan za komunikaciju na nekoliko komunikacijskih kanala.

„Razmišljao sam o tome da se sklonim sa interneta u potpunosti da bih promenio te otuđene odnose i zamenio posredovanu komunikaciju direktnijom komunikacijom putem audio poziva ili licem u lice. Ali nisam siguran da je to moguće jer svi se previše oslanjamo na internet čet i ne znam kako bih ostao u kontaktu sa ljudima sa kojima uopšte i nemam drugu vrstu komunikacije“.
Fabijan (40)

Metod komunikacije, način na koji se tehnologije koriste, tipovi softvera koji se upotrebljavaju i pravila ponašanja u komunikaciji preko interneta biraju se i određuju se kolektivno, a ne pojedinačno. Čini se da niko od ljudi sa kojima sam razgovarala ne misli da je sam odabrao način na koji će komunicirati sa drugim ljudima. Svi koriste po nekoliko aplikacija, najčešće *Facebook Messenger*, *Instagram Direct Message*, *Viber* i *Whatsapp*. Te četiri aplikacije su gotovo obavezne, a pored njih pominju se još i *Skype* koji mnogi smatraju zastarelim i deplasiranim, *Discord* koji se koristi uglavnom za video igre, *Google Hangouts* koji se retko koristi i *Telegram* koji je alternativa *Viber* i *Whatsapp* aplikacijama ali ga skoro niko ne koristi jer premalo ljudi ima tu aplikaciju. Svako od njih koristi one aplikacije koje koriste njihovi prijatelji i članovi porodice, a ne one koje se njima lično najviše dopadaju. I skoro svi su oni permanentno *online* zato što je to norma i zato što se to od njih očekuje.

Stekla sam utisak da je već sama činjenica da postoji nekakva obaveza da se stalno bude na mreži tiče pitanja privatnosti. Mnogi ispitanici doživljavaju svoje slobodno vreme kao privatno vreme ali osećaju kako nemaju uvek kontrolu nad tim kako će to vreme provesti i za sebe odluče da li će biti *online* ili *offline*. Razgovarajući sa jednim svojim sagovornikom, zapitala sam se da li je biti namerno nedostupan danas postalo društveno neprihvatljivo. Emil (36) koji je zaposledn u jednom vladinom telu kao niži činovnik često je namerno nedostupan i isključen iz mreže jer mu smeta baš to što su svi prećutno prihvatili ultimatum da stalno budu *online*. Nalazim ga u jednom beogradskom kafeu u šest posle podne, i čim smo seli za sto, on je isključio svoj mobilni telefon i stavio ga sa strane na ugao stola. Pomislila sam da je to zato što radi u vladi i plaši se da bi neko mogao da ga prisluškuje. „Zar ne misliš da mogu da te prisluškuju iako je telefon isključen, možda bi trebalo da ga staviš ispod jakne“, pitam ga. „A ne, to me uopšte ne zabrinjava, samo sam ga isključio da nam ne smeta dok razgovaramo“. Priznao mi je da po nekoliko puta dnevno isključuje telefon baš zato da bi bio „ostavljen na miru“, da ga niko ne bi zvao dok sedi u kafiću, dok spava ili dok čita knjigu.

„Inspirisan tekstom Umberta Eka, počeo sam da razmišljam o tome kako su privilegovani oni koji imaju više privatnosti i oni koji mogu da priušte sebi da budu nedostupni. Mnogi ljudi oko mene priključeni su na telefon kao na infuziju i nezamislivo im je da ga isključe ali ja nemam tu vrstu zavisnosti. Ne dopada mi se to što zahvaljujući mobilnom telefonu i internetu mnogi mogu da me imaju nadohvat ruke, da znaju gde sam, kada sam poslednji put bio aktivan na mreži i da me kontaktiraju kad god požele. Čak i kad mi je telefon uključen ja odlažem da odgovorim na poruke ili mejlove i namerno se ne javljam odmah na telefon. Ponekad čak namerno izađem iz stana bez telefona koji sam ostavio isključenog kod kuće. Naravno, ne ako očekujem neki važan poziv ili ako neko očekuje da javim nešto je njemu ili njoj važno, bilo da je to vezano za posao ili privatni život. Ponekad čak ostavim telefon kod kuće i kad odlazim da se nađem sa nekim što stvara nesporazume jer su ljudi navikli da prave okvirne dogovore i računaju na to da uvek mogu da se čuju sa osobom sa kojom se nalaze. Zbog toga moram uvek da naglasim nekome da bude tačan ili tačna jer neću sa sobom imati mobilni.“ Emil (36)

Emil smatra da već sama činjenica da se od svakoga očekuje da stalno bude dostupan, odnosno, da stalno sa sobom nosi telefon i bude neprekidno *online* ugrožava privatnost. Jedna od njegovih strategija da zaštiti svoju privatnost je da povremeno izoluje sebe od okruženja tako što će ugaziti telefon ili internet ili čak ostaviti svu tehnologiju kod kuće ili u kancelariji i otići nekud. Ali pošto nema partnera, radi u kancelariji i živi sa roditeljima, za njega nije toliko važno da stalno bude umrežen kao, na primer za Paulinu koja ima posao online i vezu na daljinu ili za Fabijana koji nema drugi način da bude u kontaktu sa kćerkom i roditeljima sa kojima ne živi. Međutim, Emilov pokušaj da na taj način što će biti van mreže dobije više mira, slobode i privatnosti, usamljen je i, čini se uzaludan, baš kao i Fabijanov pokušaj da prevaspita okolinu i sve oko sebe natera da ga zovu i viđaju se sa njim umesto što šalju tekstualne poruke. Takvo ponašanje okolina često ne posmatra kao borbu za ličnu slobodu nego kao nekakvu samoživost, ekscentričnost i „asocijalno“ ponašanje.

„Ljudi u mom okruženju očekuju da im se uvek javim ili odmah odgovorim na poruke i ljute se na mene ako to ne učinim. Poremetio sam odnose sa nekoliko

kolega na poslu zato što sam ignorisao njihove grupne poruke na *Viber*-u i sukobio sam se sa jednom kolegicom samo zato što joj dva puta zaredom nisam momentalno odgovorio na poruku. Oni stalno gledaju u telefone jer imaju porodice i partnere pa očekuju da i ja budem takav.“ Emil (36)

U ovom slučaju, neposredno okruženje nameće određeni način i tempo komunikacije i stvara atmosferu kontrole svakoga nad svakim. Komunikacija između kolega sa posla prelijeva se sa radnog na slobodno vreme, a teme vezane za privatni život i posao su isprepletane. Obaveza da se bude stalno dostupan za komunikaciju zbog toga se može tumačiti kao ugrožavanje privatnosti.

Čini se da nove tehnologije sa sobom donose nova pravila komuniciranja, međutim pošto postoje različiti pogledi na svet pa i različita shvatanja slobode, privatnosti i uopšte funkcije online komunikacije, dolazi do sukoba različitih pravila. Većina ispitanika smatra da je biti stalno dostupan za komunikaciju norma, a Fabijan i Emil koji povremeno sabotiraju *online* komunikaciju zbog toga nailaze na kritike okoline i čak ulaze u sukobe. Ali dok njih dvojica otvoreno kritikuju samu koncepciju permanentne dostupnosti, i oni koji je prihvataju zapravo prećutno pronalaze načine da ne budu uvek dostupni. Većina ispitanika priznaje da ponekad izbegava nekog ili sve iz svog okruženja tako što se „prave da spavaju“ ili da su zauzeti, ili tako što vide nečiju poruku ali odlučuju da je ne „pročitaju“ i ne odgovore na nju, a to su strategije pomoću kojih se sklanjaju u svoju zonu privatnosti čak i ako su prisutni i transparentni na internetu. Pitanje vidljivosti na internetu istovremeno je i pitanje slobode i privatnosti.

„Uvek sam *online* osim kad spavam, ali to ne znači da sam uvek dostupan za svakoga. Internet mi je uvek uključen na telefonu i na laptopu, ali ako bih uvek momentalno odgovarao na poruke, nikad ne bih imao vremena da obavim nešto. Svaki put kad dobijem mejl, SMS ili poruku preko neke aplikacije za čet, ja moram u trenutku da procenim kada treba da na to odgovorim, koliko je hitno i koji je okviran rok. Mislim da stalna povezanost na internet zahteva da se mnogo razmišlja i planira. Ponekad odlaganjem odgovora dobijam na vremenu da donesem neku odluku, bilo da je to odluka o tome da li ću te večeri da izađem sa

društvom u grad ili odluka o tome da li ću prihvatiti neki posao ili ne.“ Nikola (32)

Ovaj primer pokazuje kako se može biti odustan sa mreže čak i ako je prisustvo očigledno. *Online* komunikacija se odvija kroz različite aplikacije kao što su *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* ili *Viber*, ali svaka od njih se razlikuje po tome kako korisnik može da „manipuliše“ nivo privatnosti koristeći „podešavanja privatnosti“ i neke aplikacije su „intruzivnije od drugih (Masur 2015: 22). Biti stalno na mreži ne znači nužno biti putpuno transparentan i biti prinuđen na instant odgovaranje. Razgovarajući sa ispitanicima i posmatrajući njihovo ponašanje online, čini mi se da svako od njih, svesno ili nesvesno pokušava da odredi koliko će, kada će i za koga će zaista biti dostupan, čak i kada koristi niz aplikacija koje ga razotkrivaju.

„Za *online* komunikaciju koristim *Facebook Messenger*, *WhatsApp*, *Viber*, *Skype*, *Instagram*, *Telegram* i *Upwork Chat*. Prinuđena je da se stalno krije da je na mreži iako je dostupna dvadeset i četiri sata dnevno. Odavno sam shvatila da je nemoguće raditi bilo šta ako pored mog imena na bilo kojoj aplikaciji svetli zeleno svetlo koje pokazuje da sam online. Ako sam zvanično *online*, to praktično znači da svako može da mi se obrati i da sam ja dužna da odgovorim u najkraćem roku jer u suprotnom neko ko mi pošalje poruku može da se naljuti zato što ga ignorišem. Prvo što uradim kad instaliram neku aplikaciju je da podesim čet tako da budem nevidljiva, da se ne vidi kada sam poslednji put bila „online“ i, ako je moguće, da se ne vidi kada sam pročitala poruku. *WhatsApp* omogućava da se sakrijem tako da se ne vidi kada sam online i da se ne vidi kada sam pročitala poruku, a *Facebook Messenger* je jako intruzivan jer obaveštava ne samo ko je kada online i kada je poslednji put bio aktivan nego i detaljno izveštava onoga ko pošalje poruku da li je ona poslata, isporučena i pročitala. „Kad se vidi da sam na mreži, to je kao da sam iznad svoje glave stavila natpis: 'dostupna za ćaskanje', a ponekad sam na mreži zato da bih radila i toliko sam zauzeta da nikome ne mogu da odgovorim na poruku. Zbog toga biti stalno *online* i pre svega raditi *online* zahteva stalno žongliranje sa raznovrsnim podešavanjima privatnosti. Na primer da dečko ne bi mislio da ga varam ako sam stalno na mreži a ne odgovaram mu na poruke, da poslodavac ne bi mislio da sam neodgovorna dok ja provodim vreme radeći ili da moji prijatelji ne bi

mislili da ih ignorišem dok sam zauzeta obavljajući neki posao. Mnogo puta bi me oblio hladan znoj kada bih shvatila da je neko mogao potpuno pogrešno da protumači moje ponašanje na internetu i mnogo puta sam se osećala kao lažov i prevarant samo zato što se pretvaram da nisam *online*. Ako je nekome baš stalo da utvrdi da li sam *online* ili ne, za to postoji način. Jednom prilikom, prijateljica me je tako uhvatila u laži. Poslala mi je poruku preko *Facebook*-a da joj hitno treba novac, a ja nisam stigla satima da joj odgovorim jer sam imala rok da predam tekst jednoj redakciji. Da se prijateljica ne bi naljutila, nisam otvarala svoj *Facebook* iako mi je to bilo potrebno da bih napisala tekst. Otvorila sam lažni nalog na *Facebook*-u da bih mogla da se ulogujem. Sa urednicom časopisa sam komunicirala preko *WhatsApp* aplikacije koja iako dozvoljava da se sakrije vidljivost, ipak omogućava da vas neko ulovi da ste *online* ako uporno gleda u vaš profil. Pošto je prijateljica bila očajna, upravo to je uradila i videla je da sam tu a ne odgovaram joj. Kasnije tog dana kad sam konačno uspela da joj se javim, uvređeno mi je rekla da je od nekog drugog pozajmila novac jer je mislila da je ja namerno ignorišem“. Paulina (34)

Paulina, dakle, smatra da je potpuno različito biti *online* i izgledati kao da si *online*. Čak i to je signal, odnosno neka vrsta komunikacije koja odaje informaciju za koju ona smatra da treba da ostane privatna. Ona je upletena u čitav niz privatnih i poslovnih komunikacija i često se oseća kao da gubi kontrolu nad vođenjem tih komunikacija baš zato što permanentno pokušava da od nekoga sakrije činjenicu da je *online*. Za razliku od nje, Mario (27) koji se bavi grafičkim dizajnom, radi u jednoj privatnoj kompaniji i takođe je permanentno umrežen ima obrnutu strategiju. On je uvek dostupan, ali se javlja samo kad mu to odgovara.

„Mislim da je jasno da smo svi uvek dostupni i za mene nema razlike da li pored mog imena stoji zelena lampica koja pokazuje da li sam *online*. Svi znaju da mnogo radim, često i prekovremeno i to je uvek moj alibi kad me neko optuži da se nisam javljao. Svi moji prijatelji i članovi porodice to znaju, a znaju i da mi je telefon uvek okrenut licem ka stolu, a zvono isključeno. Uzimam telefon samo kad imam vremena za to i obično se svima javljam sa zakašnjenjem. To naročito nervira moju majku, ali ona shvata da od mene ne može da očekuje da se momentalno javim kad me zove. Prilično često proveravam telefon da vidim da li

sam dobio neku poruku ili poziv na koji moram hitno da odgovorim. Ali sve što može da čeka ostavim za kasnije, naročito ako sam na poslu. Uopšte ne razmišljam o tome da li će se neko uvrediti zato što vidi da sam aktivan na mreži a ne odgovaram na poziv ili poruku. Mislim da to ne može da bude razlog da se neko uvredi. U principu uvek na sve odgovorim iako ne momentalno, ali to je dovoljno da ljudi steknu poverenje u mene. Naravno, moram da pravim liste prioriteta i odlučim kome ću se javiti pre ili na koju vrstu poruka ću ranije reagovati. Mislim da to može da me razotkrije pred drugima jer oni vide koga i šta stavljam na koje mesto, ali mislim da je ta vrsta otvorenosti dobra baza za iskrene odnose.“ Mario (27)

S obzirom na to da *online* komunikacija uvodi potpuno nove metode komuniciranja i nove načine samorazotkrivanja, Debora Čembers jedan je od autora koji smatraju da se može govoriti o novoj etikeciji na internetu (Chambers 2006: 134). Institut Emili Post izdao je knjigu o manirima u digitalnom svetu⁵¹, međutim s obzirom na to da se informacione tehnologije stalno adaptiraju, pravila ponašanja se kreiraju u samoj praksi u skladu sa stalnim promenama samih softvera koji omogućavaju komunikaciju. Neka pravila ponašanja direktno se tiču privatnosti na internetu. Milivoje (37) koji radi kao zamenik glavnog i odgovornog urednika u jednoj izdavačkoj kući smatra da je odgovaranje u najkraćem roku novo pravilo bontona u *online* komunikaciji.

„Sama činjenica da većina aplikacija omogućava da se sazna kada je poslata poruka 'viđena' ili 'pročitana' nameće pravilo da se momentalno odgovori na tu poruku. Znam da kada oklevam da odgovorim na poruku mogu da uvredim i naljutim osobu koja mi je tu poruku poslala jer mi se više puta dogodilo da me neko optuži da namerno izbegavam komunikaciju ili da zloupotrebljavam odnos. Ali meni često treba vremena da sročim odgovor i ako sam nešto 'pročitao' ne znači da sam stigao da se udubim u poruku i smislim šta da na nju odgovorim. Čini mi se da se dAnas ispisuje neki novi bonton i da pravila još uvek nisu jasna, ali da su suštinski povezana sa pitanjem privatnosti.“ Milivoje (37)

⁵¹ Emily Post Institute <http://emilypost.com/book/emily-posts-manners-in-a-digital-world/>
(Pristupljeno 20/09/2018)

Ako nova pravila bontona i postoje, veoma ih je teško identifikovati, posebno s obzrom na česte inovacije u *online* komunikaciji. Različiti korisnici imaju različita mišljenja o funkcijama aplikacija za komunikaciju pa ono što je za nekog pravilo lepog ponašanja, nego drugi može da posmatra kao praktičnu funkciju.

„Mislim da pravila ponašanja nemaju veze sa bontonom i da zavise od konteksta. Po mom mišljenju ta opcija 'viđeno' ili 'pročitano' ne ugrožava privatnost i ja je nikad ne bih onemogućila jer može da bude vrlo korisna u nekim situacijama. Kada se sa nekim dogovaram da se nađem negde onda može da bude jako važno videti da li je ta osoba videla moju poruku u kojoj sam napisala adresu mesta gde bi trebalo da se nađemo. Mislim da za sve nas koji imamo staž u online komunikaciji pročitati poruku i ne odgovoriti na nju nije uvredljivo, ali ako procenim da bi neko mogao da se naljuti, onda se trudim da ne otvorim poruku kako osoba koja mi je pisala ne bi dobila obaveštenje da je poruka pročitana.“
Valerija (34)

Valerija dakle smatra da to da li neku informaciju treba posmatrati kao privatnu ili ne, može da zavisi od konteksta, a to upućuje na kontekstualnu definiciju privatnosti Helen Nissenbaum (Nissenbaum 2010) koja smatra da je u doba savremenih tehnologija izlišno unapred kategorisati informacije kao privatne i javne, već da uvek treba posmatrati kontekst. Valerija smatra da je pitanje privatnosti na internetu vrlo individualno, ali i da nema mnogo načina da se ona sačuva. Ona vodi računa o tome da obezbedi minimum privatnosti i spreči zloupotrebe, ali je ne uznemirava to što neko može mnogo toga da sazna o njoj.

„Živim u ubeđenju da smo dosta provaljeni čak i kad pokušavamo da se sakrijemo pa nisam opterećena time. Ne bih nikad nikome slala gole fotografije, broj kreditne kartice ili svoje šifre. Vodim računa o tome da kontrolišem ono što mogu, a ono što je van moje kontrole me ne brine. Inače podržavam ideju snažne države i mislim da je dobro da država zna sve o nama. Ali danas su oni koji povređuju naša prava pre svega internacionalni akteri kao na primer banke, farmaceutske kompanije, Google i Facebook, a oni nisu deo države. A u Srbiji

inače ništa ne funkcioniše i privatnost je nisko na lestvici problema. Mnogo me više brine to da li ću se voziti autobusom koji ima grejanje nego to da li sam žrtva marketinga.“ Valerija (34)

Fabijan takođe smatra da je bitan „staž“ u elektronskoj komunikaciji i da problem „pročitane“ ili „nepročitanje“ poruke i brzine odgovaranja nije vezan za bonton. Ipak, on misli da su upravo to upravo oni novi elementi komunikacije koji otežavaju građenje odnosa na internetu jer se mogu tumačiti proizvoljno.

„Mislim da je to pitanje poverenja. Ako imam poverenje u nekoga, onda mi nije bitno da li je poruku video ili ne jer ja znam da će mi odgovoriti. Ako to ne učini, to znači da je ta osoba zaboravila da mi se javi ili ne smatra da je potrebno napisati bilo kakav odgovor na tu poruku. Ipak, primetio sam da neki ljudi iz mog okruženja imaju problem sa tim i da pitanje pročitane ili nepročitanje poruke može da preraste u sukob. Načelno mislim da ta indirektna *online* komunikacija lako dovodi do svađa jer poruke mogu različito da se tumače i stvaraju nesporazume.“ Fabijan (40).

Nekoliko ispitanika smatra da je aplikacija *Viber for Desktop* najintruzivnija aplikacija za *online* komunikaciju. Ta aplikacija je napravljena specijalno za računare i ispostavilo se da ugrožava privatnost tako što ona nema nikakvu šifru za ulazak i aktivira se kad god se računar uključi, a privatne poruke, čim stignu, pojavljuju se na sredini ekrana. Ispitanici naglašavaju da je ova aplikacija naročito neprikladna za korišćenje u poslovnim prostorima gde više ljudi koristi isti računar, svi su povezani na jedan server i ekrani su izloženi pogledima. Aleksandra (40) kaže da je deinstalirala tu aplikaciju zato što je osećala pritisak da odmah odgovori na svaku poruku. „Mislim da je ta aplikacija napravljena tako da te natera da momentalno sve ostaviš kad ti stigne neka poruka. Osećala sam presiju da moram u najkraćem roku da odgovorim na svaku poruku“, kaže ona, a Milivoje smatra da je najveći problem u tome što aplikacija uopšte ne zahteva unošenje šifre nego je uvek otvorena. „Koristim računar koji pripada firmi za koju radim i ostavljam ga u kancelariji. Dok sam imao instaliran *Viber for Desktop*,

svako ko je pozeleo da uđe u moj računar, mogao je automatski da vidi i moje *Viber* poruke. Zbog toga sam i deinstalirao tu aplikaciju“, kaže on.

Dok Milivoje ovaj problem povezuje sa pitanjem privatnosti jer smatra da svako treba da ima pravo na to da zabrani drugima pristup svojim privatnim informacijama, Aleksandra koja je po zanimanju inženjer uopšte ne veruje u privatnost na internetu, ali tvrdi da intruzivne aplikacije kao što je ova nameću instant odgovaranje te da se to odražava na privatni život.

Informacione tehnologije menjaju dinamiku privatnog života pre svega zato što se obim privatnih i poslovnih komunikacija povećava paralelno sa razvijanjem mreže kontakata. Oni koji imaju više kontakata u imenicima mobilnih telefona ili na društvenim mrežama jer se kreću u širim društvenim krugovima dobijaju veći broj poziva i poruka. Silvija (27) koja radi u međunarodnoj organizaciji a osim toga saraduje na jednom neprofitnom humanitarnom projektu, iz hobija se bavi glumom i ima mnogo kontakata kaže da je količina poslovnih i privatnih poruka koje svakodnevno dobija „zastašujuća“ i da joj je jako teško da nađe vremena da na sve odgovori.

„Najviše komunikacija se obavlja preko *Facebook Messenger*-a koji nas čini potpuno transparentnima jer uvek pokazuje kada je ko *online* ili pre koliko sati ili minuta je bio *online*. Ranije sam se trudila da momentalno odgovaram na poruke, ali sada sam počela da ih ignorišem uprkos tome što drugi mogu da vide da sam na mreži a da im ne odgovaram. Mislim da ljudi sve više imaju razumevanja za to kašnjenje odgovora jer se podrazumeva da niko od nas ne može svima da odgovori istog trenutka kad je poruka stigla ili čak da to učini u roku od nekoliko sati.“ Silvija (27)

Silvija ukazuje na to da savremena sredstva komunikacije mogu da budu kontrolišuća, uvodeći neku vrstu nadzora svih nad svima. Njoj smeta to što neke *online* platforme otkrivaju drugima da li je neko na mreži ili nije. Pošto kaže da to ljude čini „transparentnima“ iako direktno ne pominje pojam privatnost, čini se da insinuiru da je reč upravo o tome i da je pitanje vidljivosti na mreži zapravo pitanje privatnosti na

mreži. Ona smatra da se pravila ponašanja na internetu stalno menjaju pa ako je nekada i bilo obavezno da se u najkraćem roku odgovara na poruke, ona misli da se to sve manje očekuje zbog velikih količina informacija koje većina ljudi u njenom okruženju svakodnevno dobija. Po njenom mišljenju, *Facebook Messenger* koji je primorana da koristi svakodnevno previše intruzivna aplikacija zato ne dozvoljava da se sakrije činjenica da li je neko *online* i kada je poslednji put bio ili bila *online*.

„Zbog toga za komunikaciju sa dečkom koristim *WhatsApp* kako ne bi mogao da se naljuti ukoliko mu momentalno ne odgovorim. On sam takođe ima *Facebook Messenger* a to ponekad komplikuje stvari. Problem je u tome što se ta aplikacija sada masovno koristi i u poslovne svrhe jer su razni ljudi iz sveta biznisa i politike počeli da uviđaju da se imejl sve manje koristi jer se ljudima najlakše skreće pažnja preko četa. Smeta mi što mi ta aplikacija ne dozvoljava da sakrijem kada sam na mreži. Mnogo mi se više dopada *WhatsApp* jer tu mogu da budem nevidljiva. Odavno sam tu aplikaciju podesila tako da se ne vidi kad sam *online*, ali problem je što većina ljudi sa kojima komuniciram koristi *Facebook Messenger* pa samim tim moram da ga koristim i ja a to me čini ogoljenijom na internetu.“
Silvija (27)

Biti neprekidno online i biti nerazdvojan od tehnologije mnogi ispitanici vide kao problem i pokušavaju da uspostave balans između *online* života i realnog života, to jest, da ograniče korišćenje tehnologije jer ona ima tendenciju da ih drži uposlenima i tokom slobodnog vremena. Neka naučna istraživanja upućuju na to da preterano korišćenje tehnologije stvara neke oblike zavisnosti i može da dovede do psihičkih problema (Cheever et al. 2014; Sapacz et al. 2014; Hughes 2018), a mediji poput novina, časopisa, radio i televizijskih emisija ili internet portala upozoravaju na pojavu zavisnosti od interneta i video igara u Srbiji⁵².

⁵² RTS “Sve veća zavisnost od Interneta” <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/57/srbija-dAnas/2911124/sve-veca-zavisnost-od-interneta-.html> (Pristupljeno: 20/09/2018), Alo “Neverovatne gužve u Dražerovoj, Internet zavisnika sve više na lečenju” <http://www.alo.rs/vesti/drustvo/internet-zavisnika-sve-vise-na-lecenju/140857/vest> (Pristupljeno: 20/09/2018), B92 “Klinika za lečenje zavisnosti od igrice uskoro prima prve pacijente”

Mnogi ispitanici su mi rekli da smatraju da je „zdrav“ balans između interneta i realnog života neophodan za „kvalitetniji život“, ali i da ga je teško napraviti jer zahteva inteligentno i odgovorno korišćenje telefona i računara. On smatraju da informacione tehnologije zahtevaju određenu organizaciju vremena i disciplinovanost. Jer kada je reč o adiktivnim tehnologijama kao što su video igre i društvene mreže, svi ispitanici potvrđuju da je potrebno imati jaku samokontrolu da bi se one odgovorno koristile. Čini se da digitalna pismenost (Baker 2010: 61) ne podrazumeva samo znanje o tome kako se tehnologije koriste nego i znanje o tome kako da se one efikasno, umereno i odgovorno koriste. Dok neki ispitanici vode računa o tome kako da koriste elektronsku komunikaciju samo onoliko koliko je to potrebno da bi bili efikasniji ili bolje povezani sa grupama ljudi, neki kao da gube kontrolu nad time koliko i kako koriste tehnologije. Emanuela (28) čiji je posao dizajniranje video igara svakodnevno provodi više vremena sa tehnologijom nego sa ljudima u svom okruženju, ali ima svest o tome da to treba da promeni i u tome uspeva kad god je u društvu prijatelja koji slično razmišljaju.

„Uvek sam *online* i svesna sam toga da je lako postati bliskiji sa telefonom nego sa ljudima, ali svesno se borim protiv toga kao i svi u mom okruženju. Na primer, da se ne bi dešavalo da pauzu za ručak potrošimo gledajući u telefone a ne jedni u druge, ja i moje kolege sa posla igramo jednu društvenu igru. Složimo sve telefone na jednu gomilu na sred stola i ko prvi uzme svoj telefon mora da plati ručak.“ Emanuela (28)

Dakle, neki pojedinci se bore za svoje vreme slobodno od tehnologije, pre svega za vreme slobodno od neprekidne komunikacije. Razgovarajući sa različitim ispitanicima, stekla sam utisak da je čak i sama pitanja zavisnosti od interneta i frekventnosti korišćenja društvenih mreža često shvaćena kao pitanja koja zadiru u intimu i na koja nije prijatno odgovarati. Činilo mi se kako pokušavam da saznam ono

što mnogi ne žele da mi kažu jer ih je sramota toga koliko su stvarno zavisni i ne žele da se prikažu u lošem svetlu. Posmatrajući njihovo ponašanje na društvenim mrežama, zaključila sam da mi je veliki broj ispitanika reklo da koristi *Facebook* i *Instagram* u mnogo manjoj meri nego što je to zaista slučaj. Neki su mi naknadno priznali da su zavisni od neke društvene mreže ali da se trude da se izbore sa svojom zavisnošću. Pojedini sagovornici koji tokom istraživanja nisu osećali zavisnost od neke mreže, priznali su da su ranije imali problem sa tim. Moj utisak je da mnogi svakodnevno vode borbu protiv tehnologije pokušavajući da drže kontrolu nad tim u kojoj meri je internet deo njihove svakodnevice. Retko ko kao Lucija (23) samouvereno tvrdi da postiže dobar balans i da to radi sa lakoćom. Ona kaže da mnogo koristi telefon ali da smatra da nije zavisna jer se svesno trudi da napravi balans između tehnologije i života.

„Više od pedeset puta dnevno otvorim *Instagram* ali to radim samo kad čekam nešto kao na primer da dođe autobus, da provri voda, da se skuva ručak ili kad nemam šta da radim na poslu. Imam svoju dnevnu rutinu koja ne uključuje mnogo društvene mreže. Kad se probudim prvo se valjam po krevetu zatim ustanem i pijem kafu, oblačim se i izlazim napolje da prošetam svog psa. Kada god sam u prirodi uživam u trenutku i radije se igram sa psom nego što gledam u telefon. Koristim ga jedino ako poželim da fotografišem nešto u prirodi, a to nije uvek fotografija koju ću staviti na svoj instagram profil nego često samo slika koja će stajati u mojoj ličnoj arhivi. Dok sam spremala ispite, dešavalo mi se da po nekoliko dana uopšte ne ulogujem ni na jednu društvenu mrežu“. Lucija (23)

Lucija na svom telefonu ima tri aplikacije koje joj služe za komunikaciju, a pored toga koristi još i dve aplikacije za obradu fotografija, aplikaciju za praćenje menstrualnog ciklusa i *Google Maps* aplikaciju koju koristi ne samo da bi pronašla neku adresu u gradu nego i da bi pronašla kafić u nekom delu rada, proverila da li radi, da li je u tom trenutku gužva i kakve su recenzije tog kafića. Moj utisak je da su aplikacije na njenom telefonu pažljivo probrane i da promišlja koje su joj zaista potrebne za kvalitetniji život a koje ne.

„Roditelji mi kažu da previše gledam u ekran, ali ja im na to uvek odgovorim da je taj ekran manje opasan od ekrana televizora jer mobilni telefoni koriste unapređenu tehnologiju i ekran može da se podesi tako da nije opasan za oči. Ja internet koristim odgovorno i služi mi da dođem do korisnih informacija, pored ostalog i informacije o tome šta je za mene opasno a šta ne. Mislim da je za odgovorno korišćenje interneta potrebna neka vrsta kulture i pismenosti da bi se pre svega napravio balans između tehnologije i života a zatim i da bi se na internetu filtrirale informacije. Jer internet je pun korisnih i beskorisnih informacija i može se koristiti tako da ti pomogne i tako da ti odmogne u životu. Mislim da starije generacije ne razmišljaju na taj način i na internetu vide samo probleme jer ne znaju kako da ga pametno koriste.“ Lucija (23)

Lucijin primer, čini mi se, dokazuje da je potrebna neka posebna vrsta pismenosti i organizacije u korišćenju interneta kako bi se došlo do korisnih informacija i kako bi se život vodio kvalitetnije sa tehnologijama. Pokazuje se kako kvalitetnijem životu sa informacionim tehnologijama doprinosi pročišćavanje ili filtriranje informacija. Lucija, rekla bih, polazi od toga da nije dobro imati apsolutno poverenje u informacije do kojih se dolazi na internetu jer one nisu uvek proverene i lako mogu biti lažne. Osim toga, sadržaja na internetu ima previše, tako da je deo pismenosti i efikasno snalaženje među nepreglednim brojem sadržaja na istu temu, biranje izvora i upoređivanje podataka. Tu tezu o neophodnosti filtriranja sadržaja je potvrdila i Lea, iako ona priznaje da sama ne koristi tehnologiju odgovorno.

„Mislim da je jako važno filtrirati sadržaje i osmisliti načine na koje će se koristiti internet i naročito društvene mreže. Lenja sam za to i imam tendenciju da gubim sate i sate na internetu zaokupljajući pažnju beskorisnim stvarima. Na primer, sadržaji na *Facebook*-u se mogu pažljivo odabrati. Mogla bih da napravim selekciju privatnih i javnih profila koje ću pratiti i da mi ta društvena mreža bude izvor inspiracije i informacija u oblastima koje me interesuju kao na primer fotografija, nauka i kulturni događaji u Beogradu. Nikada nisam posvetila vreme probiranju sadržaja nego sam dozvolila da moj *news feed* bude neuredan i pun informacija koje mi nisu potrebne. Dešava se da provedem nekoliko sati čitajući vesti samo zato što *Facebook* stranice zvaničnih medija na dnevnom nivou imaju najviše sadržaja i teško ih je izbeći. Da bi se sadržaji na društvenim mrežama probrali,

potrebno je veće zalaganje, a ja sam još kad sam prvi put otvorila nalog na *Facebook*-u 2008. godine stvorila naviku da ga koristim za dangubljenje.“ Lea (38)

Od 2012 godine, Lea *Facebook* koristi i u poslovne svrhe, ali to nije iskorenilo njenu naviku da, kako kaže, „gubi vreme“ razgledajući tuđe objave i čitajući vesti koje tu pronalazi. Ona nema onu vrstu samokontrole o kojoj govore Lucija i Emanuela i smatra da bi joj život bio sadržajniiji kada ne bi imala neograničeni pristup internetu.

„Mislim da bih više toga uradila u životu da ne gubim vreme na internetu. U poslednje vreme mi se čak dešava da se zanesem gledajući tuđe profile na *Instagram*-u iako nemam svoj profil na toj društvenoj mreži. Razgledam fotografije nekih poznatih ličnosti i hvatam sebe kako se vraćam njihovim profilima svaki dan da proverim šta rade. To je slično gledanju nekog *reality* programa i zaista je gubljenje vremena.“ Lea (38)

Paulina je, kao i Lea razmišljala o tome kako bi se život mogao organizovati tako da se tehnologija koristi u manjim dozama, ali ona takođe gubi samokontrolu i dopušta sebi da provede i po dvadeset i četiri sata povezana na internet. U oba slučaja, radi se o gubitku kontrole nad organizovanjem sopstvenog slobodnog ili privatnog vremena. Obe ispitanice misle da im tehnologija otežava da svoje vreme drže u svojim rukama te je potrebno više discipline da bi se odolelo iskušenju prepuštanja beskonačnim nizovima sadržaja na društvenim mrežama ili medijskim platformama na internetu. .

„Stalno razmišljam o tome kako bih mogla da organizujem dan tako da manje zavisim od interneta. Moj problem je u tome što nastavljam da ga koristim i kad završim sa poslom. Stalno kupujem časopise i knjige baš zato da bih više vremena provela čitajući. Međutim to radim samo kad sam na odmoru jer se radnim danima toliko iscrpim radeći da onda više nemam snage za čitanje. Čini mi se da je najlakše predati se i pustiti neku seriju ili dopisivati se sa prijateljima, a osmisliti ceo dan ili samo jedno veče bez tehnologije zahteva razmišljanje i kreativnost , a možda i entuzijizam.“ Paulina (34)

Internet je duboko utkan u svakodnevne živote svih ovih ljudi, a biti stalno *online* i uvek dostupan jeste utvrđena norma u njihovom okruženju. Svako od njih se drugačije nosi sa tim i drugačije organizuje svoj život sa tehnologijama koje su povezane na internet. Za Emila već sama činjenica da je stalno dopstupan znači ograničavanje slobode. On koncept slobode direktno dovodi u vezu sa konceptom privatnosti i za njega biti slobodan, pored ostalog znači biti slobodan od kontrole drugih (i njihovog upliva u njegov privatni život) putem sredstava za digitalnu komunikaciju. Emil se opire tako što sam sebe isključuje iz mreže samo zato da bi bio nedostupan, dok Fabijan pokušava da prevaspita svoje okruženje motivišući prijatelje i članove porodice da pređu na starije metode komunikacije. Obojica smatraju da je privatnost jedan od bitnih aspekata slobode i da savremene informacione tehnologije ugrožavaju njihovu slobodu pa su njihove strategije korišćenja interneta osmišljene tako da ih bar delimično oslobode od robovanja tehnologiji što im se čini kao nešto nametnuto od zajednice i sistema.

A dok njih dvojica, svako na svoj način, sabotiraju opšte prihvaćene sisteme komunikacije, ostali ispitanici unutar tih sistema pokušavaju da uspostave svoja pravila ponašanja. Paulina bira podešavanja privatnosti koja joj omogućavaju da koristi aplikacije za komunikaciju inkognito, tako da niko ne vidi da li je ona *online*, a Mario senzibilizuje svoje okruženje na to da je normalno biti *online* ali ne odgovoriti svakome odmah.

Na osnovu različitih primera pokazalo se je potpuno različito biti *online* i biti dostupan i da se to pitanje direktno tiče privatnosti. Nekim ispitanicima je jako važno da stalno budu povezani na internet jer im od toga zavise posao, ljubavni život, zabava, snalaženje u gradu i još mnogo toga, ali im je takođe važno da ne budu uvek viđeni *online* kako bi u isto vreme mogli da vode različite komunikacije ili jednostavno izbegnu sve razgovore zato da bi se fokusirali na rad ili zabavu. Zbog toga je Paulini bitno da bude permanentno *online* ali u isto vreme nedostupna, a Marijeva strategija je da bude uvek *online* i ali da sam odlučuje kada će i za koga biti dostupan. Paulinina definicija

privatnosti je zbog toga različita od Marijeve jer ona smatra da je to da li je vidljiva na mreži ili ne smatra privatnom informacijom, dok Mario prihvata to kao javnu informaciju, ali je devalvira kao irelevantnu informaciju jer za njega biti vidljiv na mreži nije isto što i biti dostupan. Sa druge strane, Emilu i Fabijanu je važno da se povremeno potpuno odvoje od mreže i da povremeno budu istovremeno i *offline* i nedostupni jer oni privatnost doživljavaju kao aspekt slobode i značajno im je da s vremena na vreme budu potpuno slobodni od nadzora i kontrole drugih putem sredstava za komunikaciju.

Ovi primeri pokazuju kako *online* platforme omogućavaju kreiranje različitih strategija komuniciranja sa manjim ili većim brojem ljudi, a takođe i zaštite onoga što oni smatraju privatnim. Nedvosmisleno se pokazalo da različiti pojedinci različito definišu privatne informacije. Ispostavilo se da vidljivost *online* istovremeno može da se posmatra i kao privatna i kao javna informacija. Svako za sebe pravi svoje konfiguracije privatnosti u javnom prostoru interneta, a ponekad to zahteva manipulisanje informacijama. Neko se može lažno predstavljati da je *offline* dok je zapravo na mreži, dok neko drugi može lažno predstavljati da je uvek *online* i uvek dostupan upravo zato da bi time sebi obezbedio slobodu da na neku poruku ili poziv odgovori samo onda kada to njemu odgovara.

Ako se internet uopšte posmatra kao jedan javni prostor, onda se još jedino može govoriti o postavljanju privremenih privatnih zona nalik „ostrvima privatnosti“ (Nippert-Eng 2010: 13). Prilikom kreiranja tih privremenih granica privatnosti, važno je ne samo šta ostaje privatno nego i za koga to nešto ostaje privatno. Kao što su neki ispitanici napomenuli, u nekim situacijama je važno biti dostupan za određene pojedince ili krug ljudi a istovremeno nedostupan za druge pojedince ili krugove ljudi, pa i informacija o tome da li je neko na mreži ili ne u nekom kontekstu može biti privatna a u drugom javna.

Ali kreiranje strategija za zaštitu privatnosti su ograničene samim tehnologijama koje u sebi imaju integrisana određena podešavanja privatnosti. Pokazalo se da su ta

podešavanja često neadekvatna, a da korisnici nemaju uvek izbor koju će tehnologiju da koriste zato što su prinuđeni da prate trendove i koriste kanale komunikacije koje koristi njihovo okruženje. Zbog toga se neki osećaju ucenjeno i primorano da pristanu na određene limitacije privatnosti zato da bi ostali u kontaktu sa svojim okruženjem, dok neki od njih nalaze način da se sakriju, povremeno isključe ili da sebe učine neprimetnim upravo tako što će uvek biti transparentni.

Pokazuje se takođe tendencija da se komunikacija sve više svodi na *online* komunikaciju, a da sama ta *online* komunikacija postaje sve indirektnija i sve manje intruzivna. U odnosu na tekstualnu poruku, poziv je za mnoge „previše napadan“, a u odnosu na lajk ili link, i tekstualna poruka je „suviše direktna“. Dominantni stil komunikacije na internetu je „perpetualni kontakt“ (Masur 2017: 21) kroz uvek nedovršeni niz poruka koji ne mora da sadrži pozdravljanje ili opraštanje jer koncept razgovora *online* podrazumeva da se on ne započinje i ne završava nego stalno traje. A taj stalni razgovor sa svima može da zaposedne celokupno slobodno vreme ukoliko ne postoji nekakva strategija njegovog skraćivanja, ograničavanja i odgađanja kao što su to ilustrovali na primer Lucija ili Mario.

Bilo da je reč o strategijama za zaštitu privatnosti, filtriranje informacija, snalaženje sa velikim brojem poziva poruka ili za dozirano korišćenje tehnologije, pokazalo se da je potrebna neka vrsta nove digitalne pismenosti (Pieschl i Moll 2016; Kuzmanović 2017) koja se ne svodi na znanje o tome kako se obavljaju određene proste funkcije, već podrazumeva mnogo šire znanje, ali i prilagodljivost i konstantno dopunjavanje znanja jer se tehnologije stalno menjaju.

A sa tehnologijama se stalno menjaju i modifikuju trendovi u komunikaciji i pravila ponašanja. „Multimodalna komunikacija“ (Masur 2017: 22) koja se odvija kroz više različitih kanala komunikacije i obuhvata različite vidove verbalnog i neverbalnog izražavanja podrazumeva da se prave kolektivne odluke o privatnosti, odnosno da uprkos tome što postoje „podešavanja privatnosti“ zapravo nije uvek moguće da neko sam za sebe odluči koliko će biti vidljiv i dostupan na mreži jer čak ni to koji će kanal

komunikacije koristiti ne zavisi samo od njega ili nje nego i od ljudi sa kojima je umrežen ili umrežena. Zbog toga je jedan od problema na koje ispitanici implicitno ukazuju sinhronizacija privatnosti različitih strana uključenih u konverzaciju ili multi-party privacy (Such i Criado 2016: 1851). Mnogi od njih su govorili o tome kako oni sami često nemaju kontrolu nad svojim zonama privatnosti upravo zato što to koja sredstva za komunikaciju koriste i na koji način ih koriste doživljavaju kao nešto nametnuto od strane svog neposrednog okruženja. Sa druge strane, same društvene mreže i platforme za online komunikaciju nisu kreirane tako da svako za sebe može da napravi konfiguraciju privatnosti koja mu odgovara i da nije moguća adekvatna sinhronizacija privatnosti unutar neke grupe. Moji sagovornici govore o tome kako se svakodnevno suočavaju sa ograničenjima samih tehnologija koje koriste i kako se bore da kreiraju strategiju za odbranu onoga što smatraju privatnim ističući da to nije lak posao.

1.2. Slobodno vreme na internetu

Slobodno vreme ili dokolica (*leisure*) može se posmatrati i kao privatno vreme nasuprot radnom vremenu. Definicija dokolice koju je ustanovio Veblen počiva na određenju viših slojeva društva kao dokoličarske klase koja nije uključena u procese industrijske proizvodnje (Veblen 2003). U tom smislu, Veblen određuje dokolicu kao skup svih „neproizvodnih aktivnosti“ (Žikić 2012: 86), međutim, sa pojavom interneta Web 2.0 i fenomena koji neki autori nazivaju „digitalnom dokolicom“ (Spracklen 2015; Sintas, Francisco i Alvarez 2017) slobodno vreme počinje da se promišlja drugačije jer slobodne aktivnosti na internetu zapravo nisu neproizvodne. Tendencija da se više vremena provodi sa informacionim tehnologijama i živeći kroz njih povlači pitanje neodrživosti tradicionalne granice između slobodnog i radnog vremena ne samo zato što se rad prenosi u to privatno vreme već i zato što mnoge slobodne aktivnosti koje se obavljaju na internetu jesu nekakav rad i proizvodnja (Fuchs 2014: 123).

Informacione tehnologije se ne korise samo za komunikaciju nego služe u druge svrhe. Moji sagovornici na svojim telefonima imaju čitav niz aplikacija koje se redovno koriste da bi na neki način „poboljšali kvalitet života“ i koje zahtevaju stalni angažman. Neke od njih su aplikacije za brojanje koraka (koje tokom čitavog dana mere aktivnosti i izveštavaju korisnike koliko su tog dana hodali i koliko im koraka nedostaje da bi ispunili određenu kvotu), aplikacije za brojanje kalorija, merenje pulsa, vežbanje, trčanje, štimovanje gitare, mršavljenje ili pijenje vode i menstrualni kalendari. Sve te aplikacije crpu privatne podatke iz telefona i računara, a neke od njih zahtevaju da se manuelno unose podaci kako bi korisnici dobijali određene preporuke, statistike ili proračune.

Sama logika analitike „velikih podataka“ takva je da onemogućava odbranu individualne privatnosti jer su strategije za zaštitu privatnosti na internetu veoma ograničene (Baruh, Popescu 2015: 579). Svaka privatna aktivnost (bilo da je reč o hodanju ili trčanju, gledanju serije ili kupovine deterdženta) zabeležena na internetu postaje proizvod jer je pretočiva u podatke. Ti podaci se mogu posmatrati kao neka vrsta kapitala kojom se mogu kupiti određene usluge ili kao vrsta proizvoda koji se može prodati za novac ili zameniti za neku drugu robu. U tom smislu, privatnim podacima se danas trguje, a oni se ne svode samo na one podatke koji se još od pre digitalne ere smatraju privatnim kao što su adresa, telefon, matični broj i slično već čitav niz raznih informacija kao što su informacije o kretanju, aktivnostima, preferencijama, navikama i slično. Privatnost podataka o ličnosti se usitnjava do nivoa meta podataka koji predstavljaju podatke o podacima i služe kreiranju statistika i proračuna koji se dalje koriste za kreiranje marketinških ili političkih strategija, za targetiranje određenih grupa ljudi ili za neke druge namene. Iako su to podaci o konkretnim pojedincima, oni u procesu obrade postaju odvojeni od konkretnih ličnosti i pretvaraju se u statistike o mušterijama neke radnje, korisnicima nekog servisa ili populaciji nekog mesta. Ovi podaci se zbog toga što nisu vezani za konkretne ličnosti ne smatraju uvek privatnima

iako postoje istraživanja koja dokazuju da se oni naknadno ponovo mogu povezati sa pojedincima (Perez i drugi, 2018).

Slobodno vreme provedeno na internetu, dakle, nije više striktno privatno vreme jer je ispunjeno radom i podvrgnuto je nadzoru (*surveillance*) već samim tim što podaci ne ostaju privatni već se dele i obrađuju u marketinške ili druge svrhe. Od pretraživanja veb stranica do korišćenja društvenih medija, igranja video igara i gledanja serija i filmova online, sve aktivnosti na internetu su nadzirane ili bar teoretski mogu da budu nadzirane. Neki teoretičari digitalnog rada poput Fuhsa i Dajer-Viteforda rećice da su zbog toga korisnici interneta zapravo na neki način komoditizovani preko svojih podataka koji predstavljaju novu vrstu robe koja se dalje prodaje na tržištu informacija (Fuchs 2014: 96), a njihovo slobodno vreme na internetu nije ništa drugo nego neplaćeni rad novog „sajber proletarijata“ (Dyer-Witheford 2015: 1). Korisnici interneta su istovremeno proizvođači i potrošači (*prosumers*) baš zato što su stalno pod nadzorom korporativnih internet platformi i njihovih klijenata koji nadziru, sakupljaju i analiziraju sakupljene privatne podatke, prave Analize korisnika i nude im targetirani marketing (Fuchs 2014: 100).

Zanimalo me je kako ispitanici provode slobodno vreme na internetu, koliko ih njihovi digitalni otisci razotkrivaju, da li se zbog toga osećaju ogoljeno, da li se uopšte trude sa sačuvaju svoju privatnost na internetu i kakve mogućnosti su im uopšte ponuđene. Andrej (33) kaže da mu internet omogućava da slobodno vreme provodi potpuno sam.

„Ljudi koji vole da budu sami zahvaljujući internetu mogu mnogo kvalitetnije da provode vreme i biraju mnogo različitih aktivnosti. Ponekad provedem čitav dan za kompjuterom jer mi internet pruža dovoljno izbora. Nekada sam čitao knjige. Sada na internetu mogu da pronađem mnogo više knjiga, muzike, filmova serija, video igara i još mnogo toga.“ Andrej (37)

Andrej smatra da bi sve aktivnosti na internetu pa i pretraživanje na *Google* pretraživaču trebalo da budu privatna stvar, baš kao i privatna prepiska, a to upućuje na definiciju privatnosti kao „ograničenog pristupa“ privatnim informacijama (Allen 1988; Gavison 1980; Schoeman 1992). On smatra da svako treba da ima pravo na to da drugima zabrani pristup svojim privatnim informacijama i da to treba da osiguraju zakoni, iako je pojedinac i sam takođe odgovoran za to jer sam mora da pronađe načine da se zaštiti koji su mu dostupni. Andrej je jedini od mojih sagovornika koji je čitao zakone Republike Srbije jer smatra da je njegova odgovornost da se informiše o tome kakva prava ima i kako može da ih zaštiti. Međutim kao i većina ostalih sagovornika, ni on nema poverenja u državne institucije. Mada je po obrazovanju i profesiji neuronaučnik, iz hobija se bavi i programiranjem i smatra da je njegovo poznavanje informacionih tehnologija natprosečno. Baš zbog toga, on opreznije koristi internet od većine mojih sagovornika i bolje poznaje mogućnosti kontrolisanja privatnosti podataka.

„Mislim da bi moja aktivnost na internetu trebalo da bude privatna a to se može obezbediti korišćenjem VPN tehnologije⁵³ i sistema komunikacije kakav je na primer *TeamSpeak* koji operiše preko privatnih servera a ne preko *cloud* servera.“

Andrej (37)

Međutim, kao i svi ostali, i Andrej koristi manje privatne kanale za komunikaciju i manje privatne internet konekcije jer je korišćenje VPN tehnologije komplikovano a četovanje putem popularnih aplikacija poput *Viber*, *WhatsApp* i *Facebook Messenger* nameće okolina. Čak ni oni ispitanici koji su zahvaljujući svom obrazovanju ili profesiji natprosečno dobro informisani o različitim metodama zaštite privatnosti na internetu zapravo ne koriste sve te metode.

⁵³ VPN je skraćenica za Virtual Private Network (virtualna privatna mreža) i omogućava anonimno pretraživanje interneta

„Sačuvati privatnost na internetu je donekle moguće, ali nije lako jer moraš da se odrekneš mnogih stvari koje se inače koriste svakodnevno. Umesto *Google* pretraživača može da se koristi *Mozilla*, zatim može da se koristi imejl sa enkripcijom kao što je *Tutanota* ili čet aplikacija *Signal* umesto *Viber*-a i *WhatsApp*-a. Idealno, trebalo bi izbeći korišćenje svih usluga koje pružaju kompanije *Google* i *Facebook*. Međutim, iako znam da bi to bilo dobro za mene, ne primenjujem to pravilo. Mnogo toga o sebi otkrivam *Google*-u i *Facebook*-u a znam da informacije mogu da se iskoriste u pogrešne svrhe. U to sam siguran na osnovu informacija koje imam zahvaljujući poslu kojim se bavim“. Bogdan (25)

Činjenica da ni Andrej ni Bogdan koji su svesni opasnosti manipulacija i zloupotreba ali su i obavešteni o tome kako se internet može koristiti na bezbedniji način zapravo prihvataju rizik i koriste upravo najopasnije servise poput *Google*-a i *Facebook*-a govori o tome da su pojedinci spremni da prihvate rizik zato što im je neki servis lakši za korišćenje ili zato što svi njihovi prijatelji koriste manje bezbedne kanale komunikacije a oni žele da budu u kontaktu sa njima. Pitanje je da li je njima zaista privatnost postavljena nisko na listi prioriteta ili se oni zapravo nadaju da neće biti žrtva zloupotrebe i da neće osetiti negativne posledice na svojoj koži. Andrej na to pitanje odgovara da smatra da „nije dovoljno interesantan nikome“, a Bogdan kaže da se zavarava time što nikada do sada nije doživeo ništa loše.

Za većinu ispitanika, privatnost šifri za različite profile i servise na internetu je postavljena visoko na listi prioriteta. Iako se ne trude da sačuvaju maksimum privatnosti što bi podrazumevalo korišćenje manje popularnih i manje praktičnih ali više bezbednih servisa, oni ulažu trud da onemoguće lak pristup svojim nalozima tako što pažljivo kreiraju i čuvaju lozinke za ulaz ili „logovanje“. Mnogi od njih rekli su takođe da poverljive razgovore ne vode preko interneta već uživo.

„Kad imam o nečemu važnom da razgovaram to ostavljam za razgovore uživo, na društvenim mrežama ne delim skoro nikakve privatne informacije, a najvažnije mi je da sačuvam privatnost svih svojih šifara na internetu. Šifre

menjam često. Konstruišem komplikovane nizove karaktera i brojeva i pamtim ih, ali nikad ih ne zapisujem. Vodim računa o privatnosti na internetu u razmunim granicama, ali ne mislim da je zaista moguće imati privatnost na internetu. Kada se internet koristi na klasičan način bez korišćenja enkripcija i komplikovanih sistema zaštite, tu nema nikakve privatnosti jer u najmanju ruku bar servis provajder preko koga se uspostavlja veza sa internetom zna gde sam i šta radim na internetu. Čak ni ako bih stalno koristio VPN, ne bih mogao da budem siguran da ću imati privatnost jer čak i ta tehnologija omogućava da se identifikuje neki korisnik. Prema tome privatnost je samo u moja četiri zida. A tehnologija olakšava bušenje tih zidova.“ Andrej (37)

Ipak, Andrej kaže da mu privatnost u tradicionalnom smislu uopšte nije važna jer smatra da je privatnost zapravo „iluzija da imamo nešto svoje a u stvari smo društvene životinje koje ne mogu same“, ali istovremeno smatra da je privatnost podataka neophodna pa zbog toga vodi računa o svojim šiframa, ne piše ništa poverljivo u tekstualnim porukama koje šalje preko interneta i čita zakone kako bi se obavestio o tome koja prava ima i kako može da ih zaštiti. Andrej takođe kaže da se njegov privatni život radikalno promenio od kada je počeo da koristi *smart* telefon, a sa njim i mnoštvo aplikacija za komuniciranje preko interneta. Njega mnogo više uznemirava stalna dostupnost putem smart telefona jer to omogućava veću kontrolu od strane nadređenih i kolega sa posla, a za njega je veoma važno da razgraniči radno i slobodno vreme.

„Smart telefon me čini stalno dostupnim, a to znači da ne mogu da imam kontrolu nad svojim slobodnim vremenom kakvu sam imao pre nego što sam koristio tu tehnologiju. Pozitivna strana toga je mogućnost da lako dođem do mnogih informacija u svakom trenutku, a negativna strana je trošenje mnogo više vremena na internetu. Sada svako može lakše da me nađe posle radnog vremena zahvaljujući mnoštvu aplikacija za komunikaciju, ali ne brine me ona druga vrsta nadzora, to jest, nadgledanje slobodnih aktivnosti na internetu. Ne osećam se ogoljeno zbog toga jer mislim da nikome nisam zanimljiv. Ipak, svako od nas može da postane zanimljiv i zbog toga je jako važna privatnost podataka.“ Andrej (34)

Tri argumenta vezana za privatnost na internetu koja su moji sagovornici najčešće pominjali su „nemam šta da krijem“, „mislim da nikome nisam zanimljiv/a“ i „još uvek mi se ništa loše nije dogodilo. To su najčešći razlozi zbog kojih se oni ležerno odnose prema zaštiti privatnosti. Čak i oni koji kao Andrej vode računa o nekim aspektima privatnosti na internetu i preduzimaju neke mere zaštite zapravo se ne osećaju ugroženo.

Emanuela (28) čiji je posao dizajniranje video igara koristi veliki broj aplikacija uključujući nekoliko aplikacija za video igre, slušanje muzike, planiranje obaveza, pisanje podsetnika, klasifikaciju vina, taksi prevoz i za recenzije gradskih lokala. Ona se oslanja na aplikacije na mobilnom telefonu za svakodnevni život, a takođe se mnogo oslanja na pomoć *Google* virtuelnog asistenta za kog je i sama svesna da možda najozbiljnije narušava njenu privatnost jer snima zvuk pa samim tim može da funkcioniše kao uređaj za prisluškivanje.

„Svakodnevno koristim OK Google i stalno je uključen. Koristim ga nekoliko puta dnevno da pitam kakvo je vreme napolju, zamolim ga da mi pronađe informacije na internetu, tražim da ispriča vic ili čak zavrti kockicu kada sa prijateljima igram neku igru a nemamo kockicu. I uvek se na kraju zahvalim tom algoritmu kao da je živo biće jer mi se dopada njegova gotovo ljudska reakcija. Trudim se da što manje koristim tehnologiju kad sam u društvu prijatelja, ali se zato oslanjam na nju kad god sam sama i kad se osećam usamljeno. Ne volim one scene kada desetero ljudi sedi u istom prostoru ali niko nisakim ne razgovara jer svi nešto rade na svojim telefonima. Kad sam okružena ljudima, volim da se skoncentrišem na interakciju sa njima, ali zato sam stalno na internetu kad sam sama kod kuće. Igram igrice, gledam serije, komuniciram sa prijateljima, čitam o temama koje me interesuju, slušam muziku i koristim *Google* pretraživač da tražim odgovore na sva pitanja imam. Kada bi neko imao pristup mom računaru i telefonu, znao bi mnogo toga o meni, čak i kako se osećam, gde se u kom trenutku nalazim, kada patim od pred menstrualnog sindroma ili šta u kom trenutku radim. Jedini privatni prostor je soba u stanu u kome živim i koji delim sa dva cimera, ali zapravo je privatno samo ono što se dešava offline i bez tehnologije. To su moje misli i sve ono što radim sama kod kuće, ali retko se

dešava da sam sama kod kuće a da ne koristim tehnologiju jer svoje slobodno vreme popunjavam upravo aktivnostima na internetu. Na osnovu toga šta radim u slobodno vreme na internetu mogu da se donose čak i zaključci o tome o čemu razmišljam, da li sam srećna ili tužna, šta me muči i tako dalje. Ne mogu da se ljutim zato što mi na internetu nije data privatnost jer to je javni prostor i ja odlučujem šta ću objaviti a šta ne. Uvek imam mogućnost da se sklonim od tehnologije ako želim nešto da sačuvam od javnosti. Na primer, moji profili na društvenim mrežama su javni ali tu ne objavljujem ono što mislim da drugi ne treba da znaju. U tom smislu ne očekujem privatnost ni kada slobodno vreme provodim na internetu jer sama odlučujem o tome šta ću otkriti a šta sačuvati za sebe.“ Emanuela (28)

Emanuela dakle definiše internet kao javni prostor i ne veruje da je tu zaista moguće napraviti bilo kakve bezbedne privatne zone. Ona ne očekuje privatnost na internetu jer misli da je svako sam za sebe odgovoran za to što o njemu dospe u javnost, ali zato očekuje privatnost u fizičkom prostoru i uviđa izazove koje savremene smart tehnologije postavljaju pred zaštitu te fizičke privatnosti. Ipak, uprkos tome što voli savremene tehnologije, oslanja se na njih svakodnevno i smatra da je transparentnost i dostupnost informacija koju ona omogućava uglavnom pozitivna, njeni stavovi o privatnosti su zapravo kontradiktorni.

„Verujem u to da je potpuna transparentnost svega i svakoga pozitivna jer bilo kakvo sakrivanje u privatnost omogućava različite zloupotrebe i manipulacije tom privatnošću. Međutim, nakon što sam odgledala seriju *Black Mirror*, počela sam da razmišljam i o tome kakve su sve zloupotrebe moguće kada se omogući potpuna transparentnost i sada više nisam sigurna u to kako bi podela na privatno i javno uopšte trebalo da izgleda. Ta serija me je navela da budem opreznija. Prelepila sam kameru na laptop računaru izolir trakom jer sam počela da verujem da neko može tajno da me snima.“ Emanuela (28)

Seriya *Black Mirror*⁵⁴ otvara mnoga pitanja vezana za privatnost i tehnologiju razvijajući čitav niz mogućih scenarija koji bi mogli da se ostvare u bliskoj budućnosti ukoliko bi se informacione tehnologije razvijale u određenim pravcima, pa čak i ukoliko bi sada postojeće tehnologije počele da se koriste na neke nove načine. Za Emanuela koncept transparentnosti i anuliranja privatnosti na internetu nije bilo problematičan sve dok gledajući baš ovu seriju nije postala svesna mogućih posledica takve ideologije. Ona ipak priznaje da postoje određene granice.

„Ne prihvatam ideju stalnog nadzora. Zbog toga sam i prelepila kameru na svom personalnom računaru koji stoji kod kuće. Neki prostori su privatni i takvi treba da ostanu. Imam strah od toga da u hotelskim sobama i kabinama prodavnica odeća postoje skrivene kamere. Kada znam da me neko posmatra ponašam se drugačije i mislim da treba da postoje prostori u kome čovek može da bude potpuno slobodan i ponaša se kako god želi. Isto tako ne bih volela da me neko neprekidno posmatra dok radim jer do doživljam kao veliki pritisak. Danas postoje sistemi *online* rada koji podrazumevaju stalni nadzor i ne bih volela da to postane dominantan način rada.“ Emanuela (28)

Emanuela pravi podelu između virtuelnog prostora interneta gde ne očekuje privatnost i smatra da „sakrivanje u džepovima privatnosti na internetu ne garantuje ništa“ i realnosti gde očekuje privatnost u onim prostorima koji su permanentno ili privremeno privatni kao što su privatni stanovi, sobe, kupatila, hotelske sobe i apartmani ili kabine za presvlačenje u prodavnicama. Međutim, ona je svesna da savremene tehnologije ugrožavaju te fizičke prostore jer su tehnologije nadzora minijaturizovane, ponekad nevidljive i mogu se nalaziti bilo gde ili upravljati od strane bilo koga.

Za razliku od Andreja i Emanuele koji su momentalno reagovali na reč privatnost pokazujući mi da su mnogo razmišljali o toj temi, neki moji sagovornici bili su potpuno zbunjeni samim pominjanjem reči privatno ili privatnost. Andrijana (37)

⁵⁴*Black Mirror* 2011-2017 (serija). Velika Britanija i SAD: Channel 4 i Netflix

koja radi u turističkoj agenciji i svakodnevno se bavi analizom privatnih podataka klijenata te agencije, uopšte ne razmišlja o privatnosti u smislu podataka. Ona reč privatno koristi da opiše nešto što je tajno i ponavlja „nemam šta da krijem“ - takozvani *nothing to hide* argument koji je analizirao Daniel Solove pokazujući kako je on konstruisan kako bi se opravdalo žrtvovanje privatnosti zarad bezbednosti nakon prvog septembra 2001. godine u Americi (Solove 2011: 155). Andrijana koncept privatnosti uopšte ne može da poveže sa internetom i kaže: „već samim tim što sam otvorila profil na društvenoj mreži, instalirala neku aplikaciju ili uopšte otišla na internet, ja sam sebe izložila. Tu ništa ne može da se sakrije jer svaka barijera može da bude uklonjena“ .

Andrijana koristi laptop i smart telefon koji su u vlasništvu firme za koju radi jer nema dovoljno novca sama sebi da kupi ta dva uređaja. Na laptopu čak koristi i program *TeamViewer* koji služi tome da njenom računaru može da se pristupi daljinski sa nekog drugog računara. Svesna je toga da je sve što radi na internetu javno, te da ni jedan sadržaj na telefonu ili računaru koje koristi nije nešto privatno. Pitala sam je da li bi joj smetalo kada bi neko čitao njene poruke ili gleda njene fotografije, a ona na to odgovara da ne bi volela da to neko radi, ali takođe i da nema ništa da sakrije, tako da sve što bi neko mogao da pronađe jesu njene bezazlene prepiske sa prijateljima, dečkom i članovima porodice ili fotografije sa putovanja. Kao i mnogi drugi, Andrijana se teši mišlju da niko nije „dovoljno dokon“ da pretura po njenim stvarima, te da verovatno nikome nije dovoljno interesantna jer se ne bavi nikakvim tajnovitim stvarima. Priznaje mi da nikada nije ni razmišljala o mogućim zloupotrebama tuđih podataka, ali zatim kaže da smatra da zloupotrebe u principu nekako treba sprečiti zakonskim putem iako ne veruje u to da u Srbiji tako nešto može da se očekuje.

Pomirena sa tim da nema prava da očekuje bilo kakvu vrstu privatnosti na internetu pa ni u bilo kom javnom prostoru uopšte, Andrijana ne razmišlja o privatnosti i koristi tehnologiju bez ikakvih zaštita. Razgovarajući sa njom o njenom *Facebook* profilu, shvatam da ona ne zna da postoje podešavanja privatnosti na toj društvenoj

mreži. Pošto nikada ne razmišlja o privatnosti, nikada se nije ni bavila bilo kakvim podešavanjima privatnosti bilo gde na internetu, a koristi ga kao i većina mojih ispitanika svakodnevno za sve od četa i društvenih mreža do kupovine avionskih karata, bukiranja smeštaja, traženja lokacija po gradovima, lociranja gradskog prevoza u Beogradu i bankovnih transakcija.

Ana (36) takođe provodi većinu svog slobodnog vremena priključena na internet. „U stanju sam po sat vremena da se bavim svojim telefonom kad izađem u grad da se vidim sa prijateljima ili poslušam neki koncert“, kaže ona. Pokazuje mi sve aplikacije koje ima na svom *Apple* telefonu. Ima ih ukupno 93, daleko više nego što imaju ostali sagovornici. U proseku moji sagovornici imaju između dvadeset i trideset aplikacija, a Ana ima mnogo više zato što voli da ih koristi ali i zato što i sama radi na dizajniranju aplikacija za telefone.

Razgledam aplikacije na njenom telefonu i pronalazim čak šest društvenih mreža: *Facebook*, *Instagram*, *Musical.ly*, *Vero*, *LinkedIn* i *Pinterest*, sedam aplikacija za komunikaciju: *Viber*, *WhatsApp*, *Skype*, *Skypefor Business*, *FaceTime*, *Messenger* i *Hangouts* i sedam aplikacija za trčanje i vežbanje. Pored toga ima dve aplikacije koje beleže lokacije koje je posetila, aplikaciju za banku, aplikaciju *Wallet* (novčanik) koja objedinjuje različite informacije vezane za finansije, aplikaciju za praćenje menstrualnog ciklusa, dve video igre, tri aplikacije za slušanje muzike, *online* i *offline* mape i aplikacije za pronalaženje prevoza u različitim gradovima sveta, zatim podsetnike, beleške i aplikacije za učenje, čitanje novina, fotorgafisanje, uređivanje slika i meditiranje kao i pristup *cloud* serveru i čitav niz aplikacija za razmenu dokumenata i komuniciranje sa kolegama sa posla. Na jednoj stranici je izlistano osam aplikacija koje najviše koristi a to su četiri aplikacije za čet komunikaciju, društvene mreže *Facebook* i *Youtube*, kamera i *CarGo* (*online* aplikacija za taksi prevoz).

„Analiziranjem podataka sa mog telefona neko bi mogao skoro sve da sazna o mojoj svakodnevici, ali ja to ne vidim kao nešto loše, naročito zato što nemam šta da krijem pred nekim nepoznatim ljudima koji bi mogli da dođu do tih podataka.

Uopšte me ne brine privatnost podataka jer mi se nikada ništa loše nije dogodilo“. Ana (36)

Razgovarajući sa njom o njenom stilu života stekla sam utisak da je izuzetno fizički aktivna i da voli da joj se život dešava u realnosti a ne na internetu. Pa ipak, ona sama za sebe kaže (a njeni prijatelji to potvrđuju) da je zapravo ovisnik o tehnologijama. Ona uvek ima najnoviji model *Apple* telefona i *Apple* računar, a nosi i *Fitbit* – digitalni, *smart* fitness gadžet koji broji korake, meri puls i analizira kvalitet sna, a povezan je na internet. Svakodnevno „hendluje“ na stotine poslovnih i privatnih komunikacija, a telefon ostavlja samo kad spava ili kad ne može da se konektuje na internet. Kako god da provodi svoje slobodno vreme, uvek joj je potreban internet: za slušanje muzike, gledanje filmova i serija, pronalaženje restorana ili taksija, za trčanje, za vežbanje i za voženje bicikla. Sve njene lokacije i aktivnosti zabeležene su na više različitih aplikacija, a mnoge od njih čak i deli na društvenim mrežama.

„Ranije sam svakodnevno delila na društvenim mrežama sve lokacije koje sam posetila. To mi je bilo jako zabavno, naročito kad sam bila single i na taj način sam mogla lakše da pronađem nekoga ko mi se dopada. Volim da pravim te mape svog kretanja jer su to lepe uspomene na koje kasnije mogu da se vratim i prisetim se šta sam sve radila i gde sam bila. Sada to ne radim na isti način kao ranije kada sam koristila nekoliko aplikacija i društvenih mreža za takve stvari. Sada mi je dovoljno da se tagujem na Instagramu i povežem lepu uspomenu sa lepom fotografijom ili videom.“ Ana (36)

Ana kao i Emanuela zagovara politiku transparentnosti i veruje da bi svet bio mnogo bolji kada ne bi bilo nikakvih tajni. Ona voli da ostavlja digitalne tragove internetu pa da ih posle sama prati i priseća se lepih trenutaka iz svog života. Za razliku od Emanuele koja ipak uviđa zbog čega transparentnost može da bude opasna, Ana o tome uopšte ne razmišlja ponavljajući kao i mnogi drugi da nema šta da krije i da joj se nikada ništa loše nije dogodilo. Međutim, Ana ipak ima jednu tajnu i zbog te tajne svakodnevno razmišlja o privatnosti, ali privatnost je za nju važna samo u tom jednom

izolovanom slučaju. Njeni roditelji i šira porodica ne znaju za njene homoseksualne sklonosti. Ona već dve godine krije od majke da ima devojku sa kojom živi. „Za mene je privatnost ograničena na to, sve ostalo mi nije važno“, kaže ona. Obmanjivanje roditelja deo je njene svakodnevice, a to podrazumeva i korišćenje određenih strategija zaštite privatnosti na internetu, uključujući „podešavanja privatnosti“ na društvenoj mreži *Facebook* na kojoj može da ograniči publiku za određene intimnije fotografije sa devojkom tako da ih ne vidi mama.

Milena (36) takođe ne razmišlja o privatnosti kada svoje slobodno vreme provodi na internetu. Sa dvoje male dece i mnogo kućnih obaveza pored posla u knjižari, ona nema mnogo vremena da se druži sa prijateljima i svo svoje slobodno vreme provodi na internetu.

„Slušam muziku i gledam dokumentarce na *YouTube*-u, dopisujem se sa prijateljima i fotografišem zanimljive prizore ili sitnice oko sebe po ceo dan. Opsednuta sam fotografijom i stalno nalazim interesantne stvari koje slikam svojim telefonom“. Gledam njene fotografije na društvenim mrežama i konstatujem da je sa više od deset objava dnevno, ona od svih ispitanika najaktivnija na društvenim mrežama, a većina njenih fotografija su vrlo lične. Svakodnevno po nekoliko puta fotografiše svoju decu, nebo, knjige u svojoj kancelariji, hranu koju jede, svoja putovanja do posla i nazad ili predmete ili komadiće u obliku srca koje pronalazi. Fotografisanje zaista zaokuplja veliki deo njenog dana i koristi svaki slobodan trenutak da napravi neku sliku, fascinirana gotovo svakom stnicom oko sebe. To što delim na društvenim mrežama je samo deseti deo onoga što imam na svom telefonu i memorijskim karticama. Fotografija je moja najveća ljubav i ispunjava me da se time bavim po ceo dan.“
Milena (36)

Milenin stav o privatnosti sličan je kao Anin i Emanuelin jer ona misli da ne treba da postoje tajne. Ona privatnost postovećuje sa tajnovitošću, pogotovo kada je u pitanju komunikacija putem interneta. U neformalnom razgovoru, priznala mi je da ponekad proverava da li je prijatelji i poznanici lažu tako što prati kada su *online* i šta objavljuju na društvenim mrežama. Kaže da je više puta hvatala poznanike u laži jer su tvrdili da

spavaju ili da nisu kod kuće a onda bi ih neka informacija na internetu odala. Pa ipak, i njeno mišljenje o privatnosti je kontradiktorno jer ona takođe tvrdi da svako treba da ima pravo da bude ostavljen na miru i da „u idealnom svetu niko ne bi sakupljao naše podatke“. Ona je svesna toga da postoji nadzor i smatra da smo svi kontrolisani od strane nekakvih viših sila i tajnih organizacija koje su neprijatelji običnih ljudi. Uverena je da ne vredi da se protiv toga bori jer je pojedinac potpuno nemoćan. „Nadgledani smo stalno i mislim da nam ne mogu pomoći nikakvi zakoni i nikakve enkripcije da sačuvamo privatnost. To je odavno izgubljena bitka“, kaže ona. U ovom kontekstu, ona daje pozitivnu konotaciju konceptu privatnosti jer se sada taj pojam odnosi na sve one informacije koje se mogu iskoristiti protiv pojedinca. Ona posmatra problem nadzora u širem kontekstu teorija zavere i smatra da smo svi mi okruženim velikim zlom. Stalni nadzor preko interneta samo je jedna od loših stvari koje se dešavaju i protiv koje niko od nas ne može ništa. Milenini svetonazori baziraju se uglavnom na *YouTube* videima i popularnoj literaturi. Pitala sam je da li je razmišljala o privatnosti svoje dece s obzirom na to da njihove slike svakodnevno deli na društvenim mrežama. „Toliko volim fotografiju i volim da na društvenim mrežama uređujem svoje foto albume da uopšte ne razmišljam o privatnosti svoje dece. Sin je još uvek mali da bi mu to smetalo, a kćerka je počela da se buni tako da moram da je pitam za odobrenje pre nego što bilo koju fotografiju sa njom objavim“, kaže ona.

Neki ispitanici su mi otkrili kako internet koriste da se osame, a ne samo da komuniciraju sa drugim ljudima ili da nešto dele na društvenim mrežama. U tom smislu, informacione tehnologije kreiraju neke nove prostore za dokolicu koji, iako su locirani u javnom prostoru interneta, po mišljenju mnogih ipak mogu da se podvedu pod kategoriju privatnog. Tehnologija pruža mogućnost da pojedinac kvalitetnije vreme provodi sam u nekom svom izolovanom prostoru. Za neke ispitanike koncept privatnosti se povezuje sa pojmovima osame i izolacije od drugih. Za njih je devetnaestovekovna definicija privatnosti kao prava da se bude ostavljen na miru koji

pominju Džon Stjuart Mil i pravnici Voren i Brandajs (Mill 2003; Warren i Brandeis 1890)

„Imam svoju tajnu prostoriju na poslu gde se zavalim na kauč, pijem kafu i gledam nešto na internetu. Slične rituale imam i kod kuće, sam ili sa članovima moje porodice. Međutim ne računam na bilo kakvu privatnost na internetu. Ako pristaješ na pametan telefon i na internet uopšte, onda pristaješ na to da nemaš privatnost. Onog trenutka kad sam prvi put dao svoje podatke, to je otišlo u nepovrat. Kad sam kupio prvi smart telefon, u početku sam vodio računa o tome koje aplikacije instaliram i koje podatke ostavljam na internetu. Danas više uopšte ne razmišljam o tome koja aplikacija sve ima pristup mojim podacima. Jednostavno, trudim se da sve ono što želim da sačuvam za sebe ne dospe na internet.“ Aleksandar (35)

Čini se da Aleksandar shvata privatnost na mnogo tradicionalniji način – kao privatnost prostora i privatnost porodice. Ne voli da govori javno o svojim porodičnim problemima i uvek svoju devojku opominje da ne govori o detaljima njihove veze a ni o njenim privatnim problemima. Osamljivanje je za njega način da ima privatnost, a tehnologija mu zapravo pomaže u tome da bude sam.

„Ponekad volim da se odmorim od svih, a onda mi je najzanimljivije da nešto radim na internetu, bilo da je to gledanje slika na *Instagram-u*, gledanje videa na *YouTube-u* ili igranje igrica. Postoji mnogo načina da se bude sam na internetu, jedan od njih je i da se družim sa ljudima, ali paradoksalno to je jedna vrsta samoće.“ Aleksandar (35).

Za slikarku Nađu (35) koja je do nedavno stanovala sa majkom i bakom u skromnom potkrovlju, provoditi vreme na internetu takođe je značilo osamiti se, to jest, mentalno se izolovati od ukućana. Njen privatni prostor koji nije bilo moguće zatvoriti fizički, mogao se odvojiti na drugi način, korišćenjem, pre svega zvučnih barijera.

„Muzika sa interneta stvarala je zvučni zid jer moja soba u potkrovlju nije mogla da se sasvim zatvori jer se u nju ulazilo malim drvenim stepenicama, a vrata nije bilo. Uz pomoć muzike sam imala veću privatnost, a uz pomoć društvenih mreža mogla sam da odaberem sa kim ću u svojoj sobi provoditi vreme. Zbog toga sam koristila sve moguće komunikacijske kanale od *Myspace*-a i *Yahoo Messenger*-a do *Skype*-a i *Facebook*-a. I nikada mi nije palo na pamet da razmišljam o svojoj privatnosti na internetu.“ Nađa (35)

„Ponekad sam umorna od svega i potreban mi je neki period samovanja da prikupim energiju. Kad se tako osećam, javim prijateljima da nisam raspoložena za druženje, uzmem svoju omiljenu hranu, legnem na krevet i satima gledam serije na internetu. Kad na poslu imam neki slobodan trenutak, iskoristim ga da se povučem od ostalih, sklonim u neki miran kutak i pregledam društvene mreže. Uglavnom gledam *Instagram* i *Pinterest* tražeći nekakvu inspiraciju vezanu za modu, šminku, kuvanje i uređenje kuće. To me opušta i zabavlja. Ne osećam se ogoljeno jer mislim da imam kontrolu nad tim koje informacije delim na internetu a koje ne. Na laptopu mi je uvek zalepljena kamera, vodim računa o tome koje informacije o sebi delim na društvenim mrežama, proveravam aplikacije koje ću instalirati na telefonu i izbegavam da komuniciram o previše privatnim stvarima preko interneta.“ Lucija (23)

Lucija mi je takođe rekla da se svakodnevno oslanja na aplikaciju za brojanje koraka kako bi osigurala da se svaki dan dovoljno kreće i aplikaciju *Google Maps* kako bi bolje organizovala svoj dan. *Google* mape koristi je ne samo da bi pronašla nepoznate lokacije u gradu, nego i da bi pronašla apoteke, prodavnice, kafiće, pošte i druge servise u gradu, da bi pročitala recenzije novih mesta koje želi da poseti i proveriti da li je tamo gde planira da ide gužva ili ne. Pošto ta obe aplikacije zahtevaju pristup GPS servisu i prate njeno kretanje, pitala sam je da li misli da je to opasno ili ne. Ona smatra da GPS na telefonu donosi mnogo više koristi nego štete i objašnjava mi kroz kakav misaoni proces je prošla pre nego što je donela odluku da li da tu uslugu koristi.

„Mislim da bilo ko od nas može biti lociran bez obzira na to da li koristi tu aplikaciju, odnosno, da li je GPS sistem uključen ili ne. Ne plašim se toga jer

mislim da nisam dovoljno interesantna nikome da bi se bavio sajber kriminalom i uhodio me. Osim toga, mislim da od te aplikacije imam mnogo više koristi nego štete. Nikad mi se ništa loše nije dogodilo. Pošto ne mogu da ugasm GPS čak ni kada ga ugasm, onda ne vidim zašto ne bih koristila *Google mape*." Lucija (23)

Iako Lucija za razliku od Ane vodi računa o privatnosti na inernetu smatrajući da se odgovorno ponaša i da ima kontrolu nad tim koje informacije o sebi deli sa drugima, jasno je da određene procese kao što je lociranje svog mobilnog telefona i distribuiranje informacija o sopstvenom kretanju zapravo ne može da drži pod kontrolom i toga je svesna. Ona se kreće u zadatom okviru u kome su mogućnosti za zaštitu privatnosti ograničene, a kao i mnogi drugi ispitanici uključujući Andreja veruje da je zaštićena samim tim što „nije interesantna“ za praćenje od strane nekih nepoznatih subjekata. Činjenica da su u izvesnoj meri svi korisnici informacionih tehnologija na ovaj ili onaj način interesantni korporacijama, obaveštajnim službama ili nekim drugim subjektima koji prave datoteke privatnih podataka ne uznemirava Luciju i mnoge druge ispitanike jer smatraju da to ne mogu da promene. Većina ljudi sa kojima sam razgovarala taj masovni i nekontrolisani nadzor ne smatraju uznemirujućim, ali od Pauline sam čula malo drugačiji stav. Ona mi je otkrila da je kao novinarka doživela neprijatnosti zbog kojih se ne oseća sigurno dok koristi tehnologiju čak ni dok gleda serije, igra igrice ili čita knjige.

„Sve to što radimo u slobodno vreme otkriva mnogo o nama i predstavlja delove informacija koji se mogu sastaviti da pokažu naš profil ličnosti. Uvek imam svest o tome da sve što radim preko interneta radim transparentno i da me to nekome odaje. To je neka vrsta paranoje jer ne znam ni ko bi mogao da me prati ni zbog čega, niti koje informacije o meni mogu da budu zloupotrebene. Pošto radim kao novinar, nekoliko puta sam bila u neprijatnim situacijama. Postala sam svesna toga koliko je privatnost važna kada sam prvi put saznala da moji nadređeni imaju načine da dođu do sadržaja mojih SMS poruka i imejllova. Bila sam pozivana na informativne razgovore od strane tajnih službi i dobijala sam preteća pisma od nekih ličnosti iz sveta politike i diplomatije. Zbog svega toga danas uglavno radim preko interneta za klijente u inostranstvu. U jednom

trenutku, počela sam da razmišljam o tome kako strukture moći koje imaju pristup privatnim podacima građana zapravo nisu zainteresovane samo za tekstove koja ja pišem nego i za moj celokupan privatni život. Knjige koje čitam, muzika koju slušam, ljudi sa kojima se dopisujem ili filmovi koje gledam – bilo šta od toga može da me kompromituje i zbog toga vrlo često imam neki nelagodan osećaj da me neko posmatra dok radim nešto na internetu. Privatnost je za mene vrsta slobode. Između ostalog slobode da u slobodno vreme radim šta god želim a da me niko ne posmatra i ne pravi dosije o tome šta sam gledala na *YouTube*-u ili *Netflix*-u, sa kim sam komunicirala tog dana ili šta sam kupila preko interneta. Paradoksalno, većina mog privatnog života odvija se preko interneta ili uz pomoć interneta, ali ne osećam se bezbedno jer nemam nikakvu kontrolu nad tim gde odlaze informacije o meni. Nadam se da nikome više nisam dovoljno interesantna da bi pratio moja kretanja i aktivnosti, ali svesna sam toga da zapravo nemam privatnost na internetu i da ne mogu ni da je očekujem.“
Paulina (34)

Paulina mi je priznala da često razmišlja o privatnosti i da joj smeta svaka vrsta intruzivnosti od prijateljskog zadiranja u njena privatna pitanja do aplikacija na telefonu koje zahtevaju pristup njenim privatnim podacima. Ali iako preduzima mere da zaštiti svoju privatnost, ne misli da zaista može da je kontroliše. Već prvi pogled na njen mobilni telefon govori mi o tome koliko o tome razmišlja jer su i prednja i zadnja kamera prelepljene izolir trakom. Pa ipak, njeni stavovi o privatnosti nisu sasvim u skladu sa njenim ponašanjem. Paradoksalno, iako stalno razmišlja o privatnosti i ima čitav niz strategija za zaštitu svojih podataka, ona je neprekidno online i koristi sve one servise kompanija za koje i sama zna da eksploatišu privatne podatke među kojima su *Google*, *Facebook* i *Microsoft*.

„Mislim da nemam mnogo izbora kada je reč o servisima koje koristim. Oni su nametnuti od strane ljudi sa kojima komuniciram i klijenata za koje radim, a mogućnosti su takođe ograničene mojim slobodnim vremenom i novcem kojim raspolazem. Koristim različite metode da se zaštitim. Sve kamere su prelepljene, ponekad stavljam telefon u zamrzivač kad u stanu vodim vrlo privatne

razgovore, povremeno koristim VPN i uvek prođem kroz sva podešavanja privatnosti kada god su ona ponuđena kao na primer na društvenoj mreži *Facebook* ili u operativnom sistemu *Windows*. Ali nemoguće je živeti normalan život i zapušiti baš sve rupe. Kamere jesu prekrivene, ali mikrofoni ne mogu ništa. VPN ne mogu da koristim dok radim preko interneta ili dok gledam serije jer to slabi i usporava konekciju, a ne mogu da ga koristim ni za telefon. To je kao da imam kuću sa mnogo prozora ali nemam dovoljno stakala. Kako god da rasporedim stakla, neko može da uđe u kuću. Ako bih zaista želela da se zaštitim, onda bih živela kao neki kriminalac izopštena od društva. Naprotiv, ja imam potrebu da živim vrlo aktivan život na internetu jer mi upravo od interneta zavisi komunikacija sa dečkom, posao i zabava.“ Paulina (34)

Paulina ukazuje na to da je za osobu koja živi kao ona „normalan život“ nemoguć ukoliko bi maksimalno štitila svoju privatnost jer bi onda, kao što je rekao i Bogrdan, morala da se odrekne mnogih stvari i da živi gotovo kao „kriminalac“ i izolovana od zajednice. Interesantno je da ona, uprkos tome što oseća paranoičan strah od tehnologije koristi internet ne samo za rad i komunikaciju već i za zabavu. Kada ne razgovara sa svojim dečkom, Paulina najčešće gleda *YouTube* ili *Netflix*, sluša muziku na *Deezer*-u ili traži interesantne podcaste ili lista svoj *Instagram* tražeći inspiraciju za kuvanje ili uređenje stana. Sve ove aplikacije zapravo su alternativa klasičnim medijima, to jest radiju i televiziji i sve funkcionišu tako što se hrane privatnim podacima korisnika.

„Kad sam bila dete pitala sam se da li televizor može da me vidi i da li radio može da me čuje. Taj strah se sada donekle obistinio samo što iza ekrana ne stoji neka osoba koja me gleda ili sluša nego je moja ličnost pretvorena u niz podataka koji se obrađuju i na osnovu toga meni se nudi nekakav sadržaj koji bi trebalo da odgovara mom ukusu i mojim interesovanjima. Novi mediji su promenili način na koji provodim slobodno vreme i konzumiram kulturne sadržaje. Moj ukus se formirao u vreme radija, televizije, specijalizovanih časopisa i video klubova.

Tada su mi nekakvi autoriteti govorili šta ima novo u svetu umetnosti i to sam konzumirala imajući veliko poverenje u to da će mi neko ko je obrazovan i specijalizovan za neku oblast umetnosti preporučiti šta da gledam, čitam i slušam. Sada imam čitavu istoriju kinematografije, pozorišta, muzike i filma pred sobom i sve je dostupno jednim klikom. Ali ja više ne znam šta da čitam, šta da gledam i šta da slušam. Sve te aplikacije vrte me u krugu onoga što sam već gledala, čitala ili slušala nudeći sadržaje za koje je nekakav glup algoritam proračunao da su srodni meni već poznatim sadržajima. Ako hoću da pronađem nečiju preporuku, moram da pravim temeljna istraživanja na internetu, a ne znam kako da pronađem autoritete kojima mogu da verujem jer više ne znam ko su ti autoriteti kad su najveći tradicionalni mediji u svetu propali zbog novih medija. Hvatam sebe kako slušam preporuke neke dvadesetogodišnje Amerikanke koja govori o tome koje serije na *Netflix*-u su se njoj najviše dopale, a ona nije završila nikakav fakultet nije nikakav autoritet za to. Ako se oslonim na tekst sa nekog od velikih sajtova poput *Huffington Post*, ne mogu da znam da taj tekst nije napisala opet neka dvadesetogodišnja Amerikanke koju zapravo niko nije ni platio za taj članak. Ranije sam mesečno gledala samo po jedan ili dva filma, slušala jednu radio stanicu i eventualno jedan novi CD ili ploču i čitala po jednu novu knjigu a imala sam vremena da izađem u grad i da mi se nešto interesantno dogodi. Sada imam mnogo više sadržaja ali to više nisu toliko kvalitetni sadržaji, a gotovo svo moje slobodno vreme je apsorbavano na internetu.“ Paulina (34)

Kulturne promene o kojima govori Paulina mnogi nazivaju prelaskom na „algoritamsku kulturu“ (Galloway 2006; Striphas 2015; Gillespie 2016). Živeti *online* na ovaj način na koji moji ispitanici to čine oslanjajući se na različite aplikacije i softvere za pronalaženje informacija, partnera, prijatelja, osnovnih životnih potreština ili kulturnih sadržaja znači živeti uz pomoć algoritama koji za njih sortiraju informacije i serviraju različite ponude zasnovane na njihovim preferencama. Za neke od njih gotovo da nema ljudskog iskustva koje nije na neki način posredovano algoritmima, a ti algoritmi se doslovno hrane upravo privatnim podacima. Zbog toga je slobodno vreme provedeno uz internet jedna vrsta „neplaćenog rada“ za koji autori poput Dženkinsa, Forda i Grina ne smatraju da je nužno eksploatatorski jer postoji „emotivno

investiranje“ korisnika čiji motiv nije uvek profit (Jenkins, Ford i Green 2013: 60), ali autori poput Fuhsa smatraju da čak ni činjenica da neko voli to što radi na internetu ne čini taj rad ništa manje eksploatatorskim (Fuchs 2014: 64).

Nadzor (*surveillance*) ovi ispitanici ne doživljavaju samo na poslu pa čak ni samo kroz korišćenje društvenih mreža koje su zbog toga ozloglašene, već je to fenomen prisutan u svim aktivnostima na internetu, pa i slobodnim aktivnostima poput gledanja filmova ili slušanja muzike. Baumanov izraz „fluidni nadzor“ (*liquid surveillance*) opisuje ovu pojavu prelivanja praksi nadzora na sve aspekte života (Bauman i Lyon 2015), a Fuhs kaže da je nadzor sada u svim „međuprostorima“, a ne više samo na radnom mestu jer je čitava planeta jedna velika „kapitalistička fabrika“ (Fuchs 2014: 279).

A taj nadzor koji koji sprovode različiti akteri i koji služi različitim svrhama ispitanici različito doživljavaju. Dok neki od njih i ne pokušavaju da sačuvaju svoju privatnost, oni koji na tome rade uviđaju da su uslovljeni ograničenjima koja su inherentna samim tehnologijama i da moraju da se kreću u već zadatim pravilima „podešavanja privatnosti“ ili da sami kreiraju kompleksne strategije korišćenja enkripcija za koje im je potrebno ne samo napredno znanje iz oblasti informacionih tehnologija nego i odricanje određenih komfora na koje su navikli kao što je brz internet ili personalizovani internet. Zbog toga svi oni koriste internet za zabavu, svesni ili nesvesni toga da to što oni gledaju istoveremeno gleda njih.

2. Interpersonalni odnosi posredovani *online* komunikacijom

2.1. Online prijateljstva

Internet omogućava izlaženje izvan fizičkih granica određenih društvenih krugova u kojima se pojedinac kreće i akumuliranje „online prijatelja“ (Lu *et al.* 2010), ali i održavanje prijateljstava na daljinu ili druženje na mreži. Ali da li se i kako sam koncept prijateljstva menja u skladu sa principima funkcionisanja online komunikacije? Modernistički koncept prijateljstva odnosi se na specifičan odnos koji nije ljubavni ili seksualni odnos niti srodstvo, ali podrazumeva jednu vrstu intimnosti (Giddens 1992, Blatterer 2015; Jamieson Simpson i Lewis 2011), međutim savremeni koncept prijateljstva vrlo je heterogen i pod sebe podvodi čitav niz odnosa uključujući porodične i rodbinske odnose, poslovne odnose, komšijske veze, partnerske odnose ili čak online poznanstva i interakcije sa potpuno nepoznatim ljudima (Chambers 2006: 2). Termin prijatelj postaje sveprisutan i referira na vrlo različite tipove odnosa ili tipove prijateljstava. Prijatelji su danas sve ono što se naziva „kontakti“, a to su osobe izlistane u telefonskim imenicima, imejl adresarima ili imenicima na aplikacijama *Viber* i *WhatsApp*, a takođe i „pratioci“ i „prijatelji“ na društvenim mrežama. Prijatelji zato mogu biti roditelji, deca, članovi rodbine, kolege sa posla, poznanici iz detinjstva, komšije ili čak upokojeni čiji profili još uvek postoje na društvenim mrežama.

Još su Putnam i Burdije govorili o prijateljskim konekcijama kao o „društvenom kapitalu“ (Putnam 1993, Bourdieu 1997), a društvene mreže ruše fizičke barijere i omogućavaju uspostavljanje kontakata sa ljudima širom sveta i generisanje velikog broja prijatelja. Od broja i strukture prijatelja ne samo da zavisi status u društvu nego u mnogim slučajevima i uspešan biznis ili mogućnosti da se pronađe posao pa se virtuelni prijatelji se zato koriste u svrhe marketinga i samopromocije na internetu.

Istovremeno, druženje na internetu u nekim slučajevima podseća na pre-moderni život u komunama u kojima je postojao mnogo jači osećaj pripadnosti zajednici (Chambers 2012: 113). Pojedinici se spajaju po tome koju igru igraju, koju muziku slušaju ili čak kog jutjuberu gledaju, a zatim se grupišu kroz javne, privatne ili polu-privatne grupe na društvenim mrežama ili putem aplikacija za čet. Ali već sama činjenica da svi komuniciraju pred velikim auditorijumima i imaju veliki broj prijatelja, dovodi u pitanje

da li ta prijateljstva koja se odvijaju u virtuelnom prostoru interneta uopšte imaju u sebi dozu intimnosti ili su one, kako bi rekao Zigmunt Bauman „tečne“ i osuđene na propast jer distanca nije nikakva prepreka da se bude u kontaktu, ali ni kontakt nije nikakav razlog da se on ne prekine (Bauman 2003: 62).

Izbor prijatelja na društvenim mrežama na prvi pogled je slobodan jer nije uslovljen lokacijom stanovanja ili socijalnim statusom, ali treba imati u vidu da se izbori u velikoj meri prave uz pomoć softvera, odnosno od algoritama (Bucher 2012: 479) koji na osnovu privatnih podataka kao što su kontakti iz adresara na telefonu ili imejlu, lične preference (lajkovi na društvenim mrežama) i lokacije zapravo nude izbor prijatelja. A ako su sve društvene interakcije na internetu na neki način uslovljene algoritmima, legitimno je govoriti o o uticaju algoritama na formiranje novih društvenih odnosa (Chambers 2016: 26).

Internet nudi čitavu paletu kanala komunikacije i metoda komunikacije. Kontakti se obično održavaju preko više različitih „aplikacija“ koje nude različite metode komunikacije (audio ili video poziv, tekstualne poruke, emotikone, stikere, gif slike i razmenu različitih sadržaja poput privatnih fotografija i videa ili linkova koji vode ka nekim sajtovima na internetu). Zbog toga je online komunikacija „multimodalna“ i funkcioniše kao neprekidni niz poruka jer nema početak ni kraj, a granice između biti u kontaktu i ne biti u kontaktu su zamagljene što predstavlja veliki izazov za „menadžment individualne privatnosti“ (Masur 2017: 21-23).

Indirektna „čet“ komunikacija u velikoj meri je zamenila sve tradicionalne metode komunikacije uključujući telefonski razgovor i razgovore licem u lice. Svi ispitanici koje sam intervjuisala rekli su da najviše koriste multimedijalne poruke za komunikaciju sa prijateljima, a to znači da se komunicira u javnom prostoru interneta gde privatnost nije zagarantovana i gde sve što se kaže u poverenju zapravo nije privatno. Čak i oni nerado četuju poput Emila i Fabijana i sami su se povinovali tom metodu komunikacije zato što ga njihovi prijatelji koriste i zato što i sami uviđaju kako

čet preko interneta može da im koristi da održavaju kontakte sa prijateljima u inostranstvu ili u Beogradu ili da komuniciraju sa više prijatelja u isto vreme.

Fabijan smatra da internet omogućava da se razvijaju prijateljstva sa „srodnim dušama“ koje žive daleko i da nismo više primorani da se družimo samo sa ljudima koji žive u blizini. Jedan od njegovih prijatelja živi u Zadru, a upoznali su se preko zajedničkog prijatelja iz Zagreba.

„Da nema interneta ne bih mogao sa njim da ostanem u kontaktu. Zbližili smo se nakon smrti zajedničkog prijatelja i otkrili da imamo mnogo toga zajedničkog. Rođeni smo i odrasli smo u Jugoslaviji, volimo istu muziku i uvek imamo o čemu da razgovaramo. Njemu sam se čak više ispovedao o svom životu i svojim problemima nego mnogim prijateljima iz Beograda. Letos kada sam išao u Zadar po kćerku koja je tamo bila na letovanju, prespavao sam kod njega a to mi je uštedelo dosta novca i obogatilo putovanje. Kad god se vidimo, vodimo kvalitetne razgovore, a kad smo razdvojeni, održavamo kontakt tako što jedan drugom šaljemo linkove. Obično su to neke smešne stvari ili muzika.“ Fabijan (40)

Fabijan ima više hiljada prijatelja na društvenim mrežama i održava kontakt sa velikim brojem ljudi. Iako nema zaista bliske prijatelje, on bliskost ostvaruje po potrebi sa mnogima od svojih mnogobrojnih prijatelja, a trudi se da održi komunikaciju sa svim kontaktima na svojim društvenim mrežama jer mu je važna njihova podrška za svoje hobije koje reklamira upravo preko društvenih mreža. U njegovom slučaju, menadžment „društvenog kapitala“ podrazumeva svakodnevni rad na društvenim mrežama i mudro korišćenje čitavog niza različitih kanala komunikacije.

„Ponekad je dovoljno lajkovati nečiju fotografiju ili bilo kakvu objavu na društvenim mrežama, ponekad pošaljem neki link ili im se obratim porukom da ih pitam kako su i šta rade, ili im samo čestitam rođendan preko *Facebook*-a. Svestan sam da danas i prijateljstva zavise od algoritama, ali pošto na svojim profilima na društvenim mrežama reklamiram samo svoje hobije a to su muzika i likovna umetnost, nije mi mnogo važno da dešifrujem tajne algoritme *Facebook*-a, *Instagram*-a ili *YouTube*-a. Moj rad i onako prati samo jedan mali krug ljudi i do

njih mogu da dođem bez ikakvih ozbiljnih marketinških strategija. Pouzdano znam da ljude koje interesuje šta ja radim i sami kliknu na moj profil da se informišu o tome gde sviram ili gde izlažem svoje crteže. Isto je i sa mojim *YouTube* kanalom koji imam ne zato da bih zaradio novac nego zato da bih tu objavio pesme koje onda taj mali krug ljudi može da sluša.“ Fabijan (40)

U njegovom slučaju, broj lajkova ili pregleda nije toliko relevantan za zaradu koliko možda za status u društvu, odnosno u malom ubranom beogradskom jezgru. Ali za Milu (26) koja prodaje fotografije preko interneta, cilj je da se izađe što dalje iz tog istog malog kruga i da se njeni radovi što bolje prodaju, dobiju što više lajkova i što više pratilaca. Zbog toga su njeni virtuelni prijatelji mešavina pravih prijatelja i potpuno nepoznatih pratilaca. Za nju je jako važno da razotkrije tajne algoritme društvenih mreža kako bi imala što bolju vidljivost i tako povećala šanse za zaradu. Ona na lajkove prijatelja računa jer oni poboljšavaju njen rejting na društvenim mrežama, a to je istovremeno dodatni motiv da održava prijateljske veze sa što više ljudi.

„Imam mnogo prijatelja i trudim se sa svima da komuniciram na sve moguće načine – od lajka na *Instagram*-u do izlaska na kafu. Shvatila sam da moram da budem veoma društvena da bi ovaj moj posao opstajao jer on doslovno zavisi od kontakata. Ako bih se povukla u privatnost svog doma i odustala od komunikacije, izgubila bih mnogo lajkova, moj rejting bi pao i ne bih imala način da prodajem svoje radove na nekim prestižnim događajima i lokacijama u gradu. Najvažnije su veze koje pravim na društvenim mrežama jer od njih sve zavisi, ali moram takođe da budem aktivna i prisutna u gradu jer upravo odatle i dolaze inicijalni kontakti ne samo sa ljudima koji žive ovde nego i sa strancima koji ovde dolaze. Tajni algoritmi društvenih mreža igraju odlučujuću ulogu jer oni određuju kolika će biti moja vidljivost na internetu, kome će moje stranice biti preporučene i koliko ću lajkova dobiti. Zato se osim fotografijom bavim i marketingom. Sama sebe promovišem preko društvenih mreža a to zahteva kreiranje vrlo kompleksnih strategija. *Online* prijateljstva su u tom smislu dragocena jer ona doprinose boljem rejtingu i širenju moje mreže, a od toga na kraju zavisi i sama zarada.“ Mila (26)

Algoritmi u velikoj meri određuju i to ko će sa kim biti online prijatelj, ali i to ko će kome biti vidljiv na društvenim mrežama. Pošto su algoritmi tajni, jedan od načina da se razume kako oni funkcionišu je upravo etnografija. Tek razgovarajući sa ljudima počela sam da uviđam na koje sve načine baš algoritmi formiraju interpersonalne odnose na društvenim mrežama. Valerija koja ima svoje profile na *Twitter-u*, *Instagram-u* i *Facebook-u* i koautorka je jedne komercijalne stranice na *Facebook-u*, objasnila mi je kako ona shvata uticaj algoritama na prijateljstva pre svega na *Facebook-u* koji najviše koristi.

„U početku je *feed* bio linearan i svako je mogao da vidi svačije objave, međutim kako je broj korisnika rastao i ti *feed*-ovi su postajali sve kompleksniji pa su algoritmi počeli da razvrstavaju sadržaj. Na osnovu toga na šta kliknem ili sa kim četujem, *Facebook* formira moj personalni feed. Ljudi sa kojima ne razgovaram i stranice čije sadržaje ne pratim uopšte se ne pojavljuju na mom *feed-u* iako to jesu profili na koje sam ja pretplaćena, pratim ih i trebalo bi da mogu da ih vidim. Personalizacija na društvenim mrežama omogućena je tim algoritmima i imam utisak da nas oni sve više zatvaraju u krugove ljudi koji su nam u realnom životu najbližiji i sadržaja koje najradije gledamo. Da bi se izašlo iz tih krugova, mora da se radi na komunikaciji sa ljudima, a istovremeno i na traženju i filtriranju informacija.“ Valerija (34)

Neki sagovornici su mi otkrivali na koje se sve načine može zaraditi od profila na društvenih mreža. To praktično znači da se „društveni kapital“ u vidu pratioca ili prijatelja može unovčiti, na primer prodajom naloga ili korišćenjem logike algoritma mreže za promociju svog rada.

„Moj *Twitter* nalog ima nekoliko stotina pratilaca i više stotina objava sa mnogo lajkova, a saznala sam da postoje sajtovi preko kojih se mogu prodati ili kupiti takvi profili. Cena se formira ne samo u odnosu na to koliko neki profil ima pratilaca, nego i po tome koliko su pratioci angažovani i koliki je domet objava koji opet određuje algoritam na osnovu angažovanosti pratilaca i drugih faktora.“ Valerija (34)

„Problemi su počeli kad je *Instagram* uveo personalizaciju i počeo da ređa objave na osnovu toga kako je algoritam razumeo šta ja želim da vidim i kojim redom. Da bi moje fotografije bile vidljive što većem broju ljudi, moram da se bavim hakovanjem algoritma da bih došla do zaključka o tome kada je idealno vreme u toku dana da objavljujem slike, koje haštagove da koristim, koliko njih da postavim uz jednu sliku i koliko često treba da plaćam sponzorisan oglas za svoju stranicu. A da bih videla sve fotografije svojih prijatelja, moram da odem na svoju listu prijatelja i odatle pristupam njihovim profilima jer mi algoritam u feedu pokazuje tek trećinu njihovih objava.“ Mila (26)

Neki sagovornici objasnili su mi kako algoritam društvene mreže *LinkedIn* sugeriše poznanstva, ucenjuje korisnike da imaju što više prijatelja kako bi imali više mogućnosti za traženje posla i angažuje prijatelje da jedni druge tajno ocenjuju, odnosno odlučuju o tome koje su njihovi najveći talenti i sposobnosti. To govori o tome da algoritmi na neki način intervenišu u prijateljstva pa samim tim i u privatni život.

„Na toj društvenoj mreži mogućnosti za nalaženje posla direktno zavise od toga koliko imaš prijatelja i ko su tvoji prijatelji, odnosno čime se oni bave i gde su locirani. Dodao sam na svoju listu prijatelja sve ljude koje mi je ponudio algoritam, a među njima ima najviše ljudi koji žive u Beogradu i bave se sličnim poslom. To mi donosi mnogo odličnih ponuda za posao, pogotovo zato što se bavim vrlo specifičnom vrstom dizajna i nemam veliku konkurenciju u Beogradu. Nisam imao negativna iskustva, ali svestan sam toga da je sama činjenica da prijatelji mogu anonimno da me ocenjuju zastrašujuća. Pogotovo ako među prijateljima imam i neke ljude koji su mi zapravo neprijatelji. Mislim da se takvi algoritmi kose sa nekim etičkim principima i da bi takve funkcije trebalo da budu zabranjene.“ Mario (29)

„Pokušala sam da napravim profil koji bi privukao klijente širom sveta kojima trebaju radnici koji rade na daljinu. Međutim, nije bilo lako to učitati u algoritam. Većina mojih kontakata živi u Beogradu, pa sam morala da počnem da širim krug virtuelnih prijatelja dodajući razne frielensere širom sveta i to je počelo da mi donosi mnogo bolje ponude za posao. Najveća agonija bila je skupiti prvih šezdeset prijatelja jer je to uslov da se uopšte otvore ponude za posao. Osim toga,

bila sam zabrinuta zbog toga što *LinkedIn* dozvoljava svakome da procenjuje svakoga i to u tajnosti. Na primer, ako ja navedem da su moje sposobnosti pisanje i online žurnalizam, a većina mojih prijatelja navede da su moje glavne sposobnosti nešto drugo, onda će se to negativno odraziti na moj profil na toj mreži i tip poslova koje mi algoritam preporučuje.“ Paulina (34)

Komunicirati sa prijateljima ne znači uvek o nečemu razgovarati, voditi dijalog. Na društvenim mrežama moguće je komunicirati na razne načine, na primer, emotikonima, stikerima i lajkovima ili čak slanjem vitruelnih poklona. Neverbalna ekspresija ima veliku ulogu u konstruisanju značenja i uopšte komuniciranja preko interneta (Wood i Smith 2005: 79). Mnogi ispitanici govorili su o tome kako koriste stikere, emotikone, fotografije, meme, pesme ili linkove koji vode ka drugim sajtovima da prenesu neku poruku, iskažu osećanje, pruže podršku, čestitaju praznik ili rođendan, zahvale se ili probiju led u komunikaciji sa nekim sa kim su se tek sprijateljili *online*. Sa nekima od njih imala sam prilike da i sama vodim takve neverbalne „razgovore“. Sa nekima od njih bi dogovor za intervju preko Facebook Messenger-a ili Viber-a bio „ukrašen“ stikerima i emotikonima, a sa nekima od njih sam se naknadno sprijateljila upravo razmenjujući nekakve smešne slike i linkove. Neki od njih objasnili su mi prilično detaljno kakvu ulogu imaju ove neverbalne poruke u određenim interpersonalnim odnosima. Mnogi od njih uspešno održavaju prilično bliska prijateljstva sa ljudima koji žive u drugim državama i govore strane jezike i ispostavlja se da neverbalna komunikacija igra veliku ulogu u njihovim odnosima.

„Moja prijateljica lajkuje svaku moju fotografiju na *Instagram*-u i *Facebook*-u, svake godine mi čestita katolički Božić i pošalje mi elektronski adventski kalendar. Kako bih joj uzvratila, vodim računa o tome da lajkujem njene objave na društvenim mrežama, poželim joj srećan rođendan u poruci i kupim joj neki elektronski poklon za katolički Božić. Nikad nisam uspela da joj objasnim da mi u Srbiji slavimo Božić dve nedelje kasnije jer ne znam kako bih to sročila u poruci, tako da se već godinama pravim da i ja slavim katolički Božić. Upoznale smo se pre deset godina na nekoj letnjoj školi u Pragu gde smo bile cimerke i od tada se uglavnom družimo preko društvenih mreža. Videle smo se dva puta

uživo nakon toga i oba puta sam imala utisak da smo veoma bliske. Da nema interneta, ne znam kako bismo komunicirale, ali verovatno bismo pisale pisma i slale jedna drugoj čestitke za Božić“. Paulina (34)

„Moja prijateljica Renata je živela u Beogradu godinu dana i tada smo se zbližile. U Beogradu imam samo površna prijateljstva, nemam kome da se požalim kad mi je teško ni kome da se pohvalim kad se nešto lepo dogodi, a sa Renatom je prijateljstvo mnogo prisnije i pričamo o svemu. Zagreb nije daleko, ali ni ona ni ja nemamo dovoljno vremena i novca da bismo se često viđale tako da komuniciramo preko društvenih mreža i *WhatsApp* aplikacije, a viđamo se otprilike dva puta godišnje. Ona u svom stanu ima jednu sobu koju smatra mojom sobom a ja imam jednu koju smatram njenom sobom. Komuniciramo uglavnom tekstualnim porukama, a takođe lajkujemo jedna drugoj sve objave na društvenim mrežama. Ponekad se čujemo putem *WhatsApp* aplikacije i razgovaramo dugo. Četujemo uglavnom uveče, ponekad kad smo obe same kod kuće pijemo pivo i ćaskamo, a ponekad razmenjujemo poruke kad smo u društvu, iz grada. Naša večita tema su muškarci i jedna drugoj podnosimo detaljne izveštaje o njima. To ide dotle da jedna drugoj šaljemo fotografije muškaraca i prepiski sa muškarcima, pitamo jedna drugu za savet, ismevamo ih i tešimo jedna drugu. Fotografije su nam jako važne i koristimo ih da ilustrujemo većinu onoga o čemu razgovaramo, bilo da je reč o našim kućnim ljubimcima, skuvanom ručku ili o nekom muškarcu.“ Mila (26)

„Moja najbolja prijateljica je iz Srbije ali živi na Islandu. Viđamo se jednom godišnje kad dođe u Beograd, ali stalno smo u kontaktu preko društvenih mreža. Imam još nekoliko prijatelja sa Islanda jer sam tamo živio dve godine, ali pošto sam mnogo putovao po Evropi i Aziji, imam mnogo prijatelja iz različitih zemalja na ta dva kontinenta. Neke sam upoznao u Beogradu, neke na putovanjima, a neke preko mreže *Couch Surfing* koja omogućava da se boravi besplatno u tuđim domovima širom sveta. Pošto nisam osoba koja uvek redovno odgovara na poruke i intenzivno koristi društvene mreže, sva ta prijateljstva održavam tako što se povremeno dopisujem, lajkujem neku objavu ili pošaljem neku poruku. To nisu intenzivne svakodnevne komunikacije, ali uspevam da održim prijateljstva i neverbalna komunikacija mi pomaže da sa nekim razmenim neku poruku ali bez trošenja vremena na smišljanje reči. Kada odlučim da otputujem negde, prvo

posetim sve svoje društvene mreže da proverim da li poznajem nekog ko tamo živi ili da li poznajem nekog ko bi mogao da poznaje nekog ko tamo živi. Tako me je jedan prijatelj preko mreže *Vkontakte* povezao sa fotografom iz Kazahstana koji me je primio da budem njegov gost. Sa svim tim ljudima ostajem u kontaktu preko društvenih mreža i ko god od njih odluči da dođe u Beograd, ja se trudim da im se odužim tako što ih pozovem u goste, pokažem im znamenitosti grada ili ih častim pićem.“ Emil (36)

Međutim, *online* komunikacija ne koristi se samo da bi se održavala prijateljstva na daljinu, nego i da bi se održavali odnosi sa prijateljima koji žive u istom gradu. Neki od mojih sagovornika otkrili su mi kako ponekad imaju bogate socijalne živote iako ne izlaze iz kuće. Nađa mi je priznala da joj se mnogo puta desilo da umesto večernjeg izlaska po pet sati provede ispred kompjutera ćaskajući sa prijateljima preko *Facebook*-a uz flašu vina i cigarete.

„Osećaj je sličan sedenju za kafanskim stolom, samo ne vidim lica sa kojima razgovaram i sagovornici često bez objašnjenja nestaju da bi se kasnije ponovo pojavili i objasnili kako su išli da nešto urade, na primer, narendaju rotkvu, ispeku pečurke, bace đubre ili odu u toalet. Imam utisak da nam je realan život svima uvek bio prioritet i da je sve što se dešavalo oko nas bilo bitnije od tih razgovora, bilo da treba da se zalije cveće, ili da naprasno ogladnimo ili da nas zainteresuje neki program na televiziji. Po tome su se ti virtuelni susreti razlikovali od druženja u kafiću u koji se dolazi baš zato da bi se sedelo i razgovaralo. Sve tri smo relativno blizu jedna drugoj, ali gradski prevoz je ponekad nepremostiva barijera, a često i nemamo novca da sedimo u kafani ili izađemo u klub. Ponekad smo samo preumorne da bismo negde izašle. U tim situacijama grupna konverzacija preko *Facebook*-a je način da se družimo i razgovaramo iako nismo na istom mestu. Ali ti razgovori uopšte nisu kao razgovori u realnom životu i često su potpuno besmisleni. Ja uvek zamišljam kako bi to smešno izgledalo kada bi se takav jedan online susret odglumio u realnosti. Svaka od nas tri bi pričala nešto svoje, niko ne bi dobio odgovor na pitanje koje je postavio, stano bismo pokazivali neke glupe slike koje predstavljaju emotikone, i svaka bi svaki čas bez objašnjenja odlazila od stola da nešto drugo radi.“ Nađa (35)

Interesantno je da je Nađa pokušala da oslika čet društvenje kao da se odvija u fizičkom prostoru objašnjavajući istovremeno po čemu se ovakvi susreti razlikuju od „realnih“ i zbog čega oni zapravo i jesu deo realnosti a ne nekog izdvojenog virtuelnog sveta. Iako su pravila komuniciranja nešto drugačija jer dozvoljavaju diskontinuitet u komunikaciji, reč je ipak o stvarnoj komunikaciji u realnom vremenu. Nađa primećuje da grupne konverzacije često imaju i neke negativne posledice poput prevelikog broja učesnika i prevelike količine informacija koji dovode do „kakofonije“, nesporazuma i obesmišljavanja konverzacije (Namatzadeh et al 2016: 1). Grupne razgovore moguće je voditi preko mnogih aplikacija uključujući *Facebook* koji je društvena mreža, *Viber* i *WhatsApp* koji su platforme za online komunikaciju i aplikacija kao što su *Discord* i *Twitch* koji služe samo za grupno igranje video igara.

Svi ispitanici sa kojima sam razgovrala imaju iskustva sa grupnim konverzacijama i ta iskustva su veoma raznolika. Dok Andrej koji je po profesiji neuronaučnik a hobi mu je programiranje video igara ima najviše iskustva sa aplikacijama koje povezuju igrače i omogućavaju igranje video igara u grupama, ostali imaju najviše iskustava sa grupnim konverzacijama putem društvenih mreža i aplikacija za online komunikaciju. Nađa je slikovito objasnila kako bi razgovori između tri prijateljice smešno izgledali kada bi se zaista odvijali za kafanskim stolom, ali kada se u konverzaciju uključi još veći broj ljudi, onda može da dođe do većih nesporazuma i problema u odnosima. Pojedini sagovornici su pokušali da dočaraju kakvi sve problemi mogu da nastanu iz grupnih konverzacija.

„Imala sam jedno neprijatno iskustvo i od tada se trudim da izbegavam grupne konverzacije. Prvo neprijatno iskustvo doživela sam pre pet godina. Nas četiri prijateljice imale smo grupu na *Facebook Messenger*-u i komunikacija je trajala oko godinu dana. U početku je sve bilo idealno, komunicirale smo svaki dan, svaka se uključivala u konverzaciju kad je imala vremena. Dešavalo se da se unutar te konverzacije odvijaju dijalozi između dve ili tri osobe, a ponekad smo sve četiri bile aktivne u isto vreme. Ta grupa je služila tome da se dogovorimo da se

vidimo negde u gradu, ali povremeno je bila i ispovedaonica i mesto gde smo tražile utehu za probleme koji su nas mučili. Svaka je imala svoje probleme i pričala o njima, neka više neka manje otvoreno. Počelo je da se dešava da neko piše o nekom svom velikom problemu i dobije odgovor od jedne od nas, ali onda treća i četvrta osoba koje se uključe kasnije ne stignu da pročitaju stotine i hiljade redova konverzacije i napišu nešto svoje što se ni na koji način ne nadovezuje na prethodni dramatični razgovor. Činilo se da svaka priča svoje i na trenutke sam se osećala usamljeno u toj konverzaciji, a verujem da su se i one ponekad osećale usamljeno, samo to ni jedna od nas nije priznala. Počelo je da dolazi do nerazumevanja, svađa i račvanja razgovora, to jest odvajanja u još manje grupe, a zatim do grupisanja u nove, veće grupe koje su se formirale kako je u naš krug prijatelja počelo da ulazi više ljudi. Na kraju je bilo mnogo grupa i mnogo razgovora, a od svega toga danas, posle pet godina ostalo je malo prijateljstava i ni jedna jedina grupa. Ostala sam u kontaktu samo sa jednom od te tri prijateljice iz te prve grupe i komuniciramo samo jedan na jedan.“ Paulina (34)

Ovaj primer pokazuje kako čet koji, kao što Paulina kaže, ponekad funkcioniše kao „ispovedaonica“, takođe može da bude izvor nesporazuma i učini prijateljstva fragilnijim zbog preterane količine informacija koje može da proizvede grupa ljudi. „Da bi grupni čet imao svrhu, morala bi da se uvedu nekakva pravila, na primer, kada se piše, koliko se piše ili o čemu se piše. U suprotnom, on se pretvara u besmisleni konverzaciju pretrpanu informacijama“, kaže Paulina, a Emil otkriva kako grupni razgovori mogu da pođu naopako kad se grupišu ljudi koji nemaju ista interesovanja, a spaja ih, na primer, posao.

„Prinuđen sam da učestvujem u grupnim konverzacijama na *Viber*-u sa kolegama sa posla. Jednostavno, neko napravi grupu radi nekog poslovnog dogovora, uključi u tu grupu sve zaposlene i svi smo prinuđeni da učestvujemo u konverzaciji. Kasnije ti razgovori prerastu u privatna ćaskanja i to postane jako opterećujuće jer ako se isključiš iz svega toga onda si izdajica i saboter jer nisi deo tima. Preko tih grupa odvija se permanentni *team building* i na neki način posao se širi na domen privatnog života. Mene to mnogo opterećuje jer ne volim da učestvujem u grupnim razgovorima, nemam mnogo toga zajedničkog sa svojim kolegama, ne volim da mislim o njima kad se završi radno vreme i iritira me kad

svaki dan dobijem dvocifreni broj poruka i telefon mi stalno zvoni. Pravi problemi nastaju kad se upravo putem tih grupnih razgovora rađaju sukobi. Najgore od svega je što nije sve ostalo na jednoj grupi, nego su počele da niču nove grupe koje su stvarale zavađene strane kako bi iz konverzacija isključile jedna drugu. I sve te grupe osim za poslovne dogovore služe još i za nekakva privatna ćaskanja, razmenu recepata i privatnih fotografija sa letovanja. Neke koleginice čak šalju fotografije šerpi i usisivača koje su kupile, a ja sve to moram da pratim jer nikad ne znam kad će ta komunikacija postati relevantna i za posao. Osim u ove grupne konverzacije sa kolegama sa posla, uključen sam i u nekoliko grupnih konverzacijama sa prijateljima. To me takođe opterećuje jer sam i tada prinuđen da stalno gledam u telefon, odvajam potrebne od nepotrebnih informacija i procenjujem kada i koliko treba da se uključim u razgovore da bih održavao odnose sa prijateljima. Ako ne odgovorim na neku poruku neki prijatelji mogu da se uvrede, a to moram da procenjujem u hodu". Emil (36)

Dakle, glavni problemi koji se pojavljuju u grupnim razgovorima i koje moji sagovornici navode jesu velike količine informacija, veliki broj prijatelja, nesporazumi i svađe i besmislene konverzacije. Održavati prijateljstva *online* zbog svega toga oni doživljavaju kao naporan rad koji zahteva obradu informacija i angažovanost ali i stalni napor da se napravi neki red i organizacija u toj komunikaciji, te da se ona nekako uklopi u sve ostale svakodnevne obaveze. Međutim, postoje i drugi načini da se sa prijateljima bude u kontaktu, ali da sama komunikacija oduzima manje vremena i da zahteva manje napornog rada. Veštini korišćenjem mema, gif slika i stikera za komunikaciju preko aplikacija kao što su *Viber* ili *Telegram*, duga i zamorna konverzacija može da se značajno skрати.

„Vrlo često je dovoljno samo da pošaljem dve ili tri takve slikovne poruke i cela konverzacija je obavljena. Možda je besmislena, ali stavio sam nekom do znanja da mislim na tu osobu, možda sam uspeo da je nasmejem i preneo sam nekakvu poruku. Najviše volim da komuniciram preko *Telegram* aplikacije jer ima mnogo gif slika koje ponekad mogu da kažu sve. Recimo danas je vruće u Beogradu i voleo bih da se vidim sa nekom drugaricom ali sam previše umoran i iscrpljen od vrućine. Dovoljno je da joj pošaljem gif sliku koja opisuje tačno tu situaciju.

Pomoću stikera na *Viber*-u isto mogu mnogo toga da kažem samo jednim klikom. Imam veliku kolekciju smešnih stikera baš zato da bih mogao pomoću njih da komuniciram.“ Nikola (32)

„Najviše koristim *Instagram* jer ga svi moji prijatelji koriste a i ja najviše volim tu društvenu mrežu jer mislim da sam vizuelan tip ličnosti. Volim fotografiju i lakše se izražavam kroz sliku nego rečima. Vizuelna komunikacija preko *Instagrama* je moguća na više načina. Prijatelji sa kojima nisam mnogo bliska obično reaguju na fotografije koje objavim na svom profilu. Sa nekim prijateljima imam takav odnos da jedni drugima lajkujemo fotografije. Bliskiji prijatelji gledaju moje *story*⁵⁵ objave koje su ličnije i u mom slučaju su vezane za običnu svakodnevicu jer tu obično stavljam fotografije ili kratke video snimke mog psa. Prijatelji koji gledaju i komentarišu te moje objave su obično bliskiji prijatelji. Sa prijateljima sa kojima imam još bliskiji pored toga komuniciram i putem privatnih poruka na *Instagramu*, ali te poruke su takođe obično vizuelne. Kada na *Instagram-u* pronađem neku lepu, smešnu ili inspirativnu fotografiju koja me podseti na nekoga od njih ja im je prosledim putem privatne poruke, a oni daju neki komentar na tu sliku ili i oni meni pošalju neku sliku.“ Lucija (23)

Instant komunikacija slikom javlja se kao alternativa tekstualnoj komunikaciji i mnogi ispitanici govore o tome kako neka vizuelna poruka može da „skrati“ konverzaciju i zameni reči. Metod koji je opisao Nikola samo je jedan od mogućih metoda komuniciranja u slikama. Lucija objašnjava kako putem društvene mreže *Instagram* na više nivoa komunicira putem slike i kako na taj način efikasno obavlja komunikacije potrebne da održi različita prijateljstva, bilo da su ona više ili manje intimna. Tekstualne poruke su manje direktne od telefonskog poziva, ali su direktnije od ove vizuelne komunikacije o kojoj govori Lucija.

„Klasičan čet je mnogo direktniji i intruzivniji jer mi treba povod da se nekome obratim i obično moram da počnem od pitanja tipa 'gde si', 'šta radiš' i 'kako si'.

⁵⁵*Instagram Story* je funkcija koja omogućava deljenje vizuelnih sadržaja koji ostaju na mreži samo dvadeset i četiri sata nakon čega se brišu. Oni predstavljaju zasebne sadržaje koji nisu deo *Instagram* profila i prikazuju se samo ako korisnik želi da ih vidi i klikne na njih.

Kad se nekome obraćam preko *Instagram*-a, ne treba mi nikakav uvod, samo pošaljem sliku ili reagujem na nečiju sliku. Tako mogu i po nekoliko puta dnevno da se čujem sa nekim a ne moram mnogo da koristim mozak i konstruišem konverzaciju rečima. Ovaj vid komunikacije takođe ne zahteva mnogo vremena, a završi ceo posao jer suština i jeste biti u kontaktu sa nekim a da bih to radila, ne moram da ulazim u duboke razgovore već samo da lupim srce na sliku ili pošaljem nešto smešno. Mislim da je taj vid komunikacije postao dominantan jer je namnanje napadan. Kad se obraćam nekome preko *Facebook Messenger* aplikacije, imam utisak da je to mnogo direktniji i napadniji način da se nekome obratim.“ Lucija (23)

„Sa jednom prijateljicom se dopisujem tako što šaljemo jedna drugoj smešne fotografije poznatih modnih blogerki i onda se smejemo i ogovaramo. To je za mene primarna funkcija *Instagram* privatnih poruka. Sekundarna može da bude recimo dogovor za susrete uživo“. Valerija (34)

Jedan od vidova druženja na internetu je i igranje video igara udvoje ili u grupi. Neki od mlađih ispitanika su odrasli igrajući video igre i sklapajući nova poznanstva upravo na ovaj način. Oni su vrlo rano naučili kako da se druže sa nekim koga nikada nisu upoznali uživo. Iako koriste izraz „u stvarnom životu“ (*in real life*) da opišu razliku između onoga što se odvija samo na internetu i onoga što se odvija u fizičkoj realnosti, oni zapravo ne prave pravu razliku između *online* i *offline* prijateljstava niti između prijatelja koje su upoznali preko interneta i prijatelje koje su upoznali na nekoj fizičkoj lokaciji.

„Igrala sam sve od *FarmVille* igrice i bilijara do strateških igara. Bila sam deo tima koji je činilo dvadeset igrača i imali smo svoju grupu na *Facebook*-u preko koje smo komunicirali. Ta grupa je bila važan deo mog života i svi ti igrači bili su mi prijatelji mnogo pre nego što sam ih upoznala licem u lice. Sa nekima od njih se i danas družim, a jedan od njih je moj bivši dečko. U životu sam mnogo ljudi upoznala preko interneta, a čak i sa onima sa kojima sam se upoznala negde u gradu do pravog prijateljstva je došlo tek kroz četove“ Mia (24)

„Veliki deo svog slobodnog vremena provodim igrajući video igre sa drugarima i koristim mnoštvo različitih aplikacija koje omogućavaju grupne i privatne razgovore između igrača. Na internetu mogu istovremeno da se družim sa dvadeset ljudi i igram video igre sa prijateljima a da se ne pomerim iz kreveta“ Andrej (33).

„Najviše volim sama da igram video igre, ali jednu igru uvek igram sa prijateljicom. To je neki naš ritual i malo drugačiji način da provodimo vreme zajedno koji se ne svodi na sedenje u kafiću, ispijanje alkohola i ogovaranje“. Emanuela (28)

Kada sam sa Emanuelom razgovarala o zavisnosti od interneta i balansu između tehnologije i života, ona mi je govorila o tome kako se bori da što manje vremena provodi sa računarom i telefonom implicirajući, rekla bih da smatra da je druženje bez tehnologije zdravije od druženja sa tehnologijom. Pa ipak, kada smo se dotakle teme društvenih igara koje su istovremeno njena zabava i njen posao, rekla je nešto što mi se učinilo kontradiktornim sa prethodnim izjavama. U ovom drugom slučaju, „sedenje u kafiću, ispijanje alkohola i ogovaranje“ je predstavljeno kao nešto nezdravo u odnosu na igranje video igre sa drugaricom preko interneta. Za Emanuelu pravi balans između tehnologije i života ponekad podrazumeva i ovakvu vrstu obrtanja uloga jer je u nekim situacijama tehnologija percipirana kao nekakvo zagađenje ili nešto što izaziva zavisnost, a u nekim situacijama su to sedenje i ispijanje alkoholnih pića. Takođe je interesantno kako Emanuela opisuje druženje preko interneta kao kvalitetno provedeno vreme u odnosu na vreme provedeno u kafiću. Ona smatra da takvo druženje može da bude čak i prisnije jer dvoje ili više ljudi rade nešto što zaista vole da rade zajedno, a nisu prinuđeni da sede, piju i ogovaraju jer se to obično radi u kafićima.

Svi ispitanici imaju neka prijateljstva koja uopšte ne izlaze iz okvira *online* komunikacije i svode se na *online* prijateljstva. Neka od njih su uvek bila *online* prijateljstva, a u nekim slučajevima stari prijatelji iz škole ili nekadašnje kolege sa kojima su provodili godine u školskoj klupi ili kancelariji postaju *online* prijatelji.

Paulina je pokušala da klasifikuje svoje prijatelje prema tome koliko se sa njima druži *online* i *offline* kako bi mi ilustrovala koliko je složeno održavati komunikaciju sa velikim brojem ljudi. Otprilike pedeset ljudi sa njenog spiska *Facebook* prijatelja jesu njeni pravi prijatelji ali su to samo na društvenim mrežama.

„Skoro svi moji prijatelji imaju *Facebook* profil, pa mi je najlakše da ih prebrojim tu“, kaže Paulina i pokazuje mi na ekranu svog telefona spisak svojih *Facebook* „prijatelja“ koji broji nešto više od 600 kontakata. „Otprilike 200 ljudi uopšte nisu moji prijatelji nego su samo ljudi koje sam nekada upoznala, koje sam nekada intervjuisala ili koji su mi u nekom trenutku moje karijere bili značajni pa sam sa njima uspostavila kontakt preko ove društvene mreže. Za neke nisam čak ni sigurna da uopšte znaju ko sam ja. Preostalih 400 ljudi zaista su nekada bili ili i dalje jesu deo mog života. Sa nekima sam imala samo jako dobar noćni provod, sa nekima sam išla u školu, sa nekima sam radila, sa nekima sam se zabavljala, neki su članovi moje porodice i familije, neki su prijatelji članova porodice, prijatelji prijatelja ili članovi porodice prijatelja. Od tih 400 ljudi komuniciram otprilike sa 100 ljudi, a od toga sa sa 50 njih češće ili ređe srećem i viđam uživo. Tu su kolege sa studija, iz škole i bivše kolege sa posla sa kojima se odnos sveo na lajkovanje fotografija i objava na *Facebook*-u i *Instagram*-u. Nekada smo bili bliski i postoji mogućnost da nekada odemo na kafu ili ručak, ali to se ne dešava već godinama tako da ih zapravo ne ubrajam toliko u stvarne koliko u virtuelne prijatelje. Svesna sam da bih neke od njih mogla da ponovo pretvorim u prave prijatelje ako bih se više potrudila oko komunikacije sa njima, zvala ih na piće ili ih jednostavno pozvala telefonom. Za sada, sa njima komuniciram putem društvenih mreža, redovno im čestitam rođendane, lajkujem ono što mi se učini da im je važno, bilo da su to njihova deca, kućni ljubimci, *selfie* fotografije ili objave o smrti bližnjeg, veridbi ili venčanju. I odnosi sa onih pedesetak ljudi sa kojima se povremeno i viđam najviše se svode na *online* komunikaciju, a druženja licem u lice su retka. Čak i sa onih petoro prijatelja sa kojima se najviše družim ne viđam se onoliko često koliko bih želela. Svako od nas ima mnogo obaveza i teško je pronaći vreme za druženje. Kad malo bolje razmislim, izađem na piće ili večeru sa nekim otprilike jednom ili dva puta nedeljno, a svakodnevno komuniciram sa prijateljima. To znači da se moja prijateljstva uglavnom i odvijaju *online* a ne u realnom životu“. Paulina (34)

Paulina pravi razliku između „stvarnih“ i „virtuelnih“ prijatelja, ali takođe i pokazuje kako pojedinci mogu da prelaze iz jedne u drugu kategoriju. Ona objašnjava da neko ko je bio samo *online* prijatelj može da postane prijatelj u realnom životu, ali da je moguć i obrnut proces, odnosno, da neko sa kim se intenzivno viđala postane samo *Facebook* prijatelj sa kojim više nema mnogo toga zajedničkog. Prateći objave i lajkove na njenim profilima, primetila sam da se to sa kim je u određenom trenutku bliska može videti i po tome koje grupe ljudi su kada reagovala na njene objave. Mada brojanje lajkova svakako nije egzaktna metoda za procenjivanje nivoa bliskosti prijateljstava, uočila sam neke pravilnosti. U različitim periodima, različite grupe ljudi su redovno reagovala na Paulinine objave, a ona mi je u razgovoru potvrdila da je zaista naglo menjala grupe ljudi sa kojima se družila.

Razgovarajući sa ispitanicima stekla sam utisak da je to kad, kako i zašto oni bilo šta rade na društvenim mrežama zapravo neka vrsta meta informacija (informacija o informacijama) koje je retko ko spreman da zaista oda. To je nešto o čemu se retko razgovara, gotovo tabu tema. Pitala sam se da li je to zato što se te aktivnosti doživljavaju kao nešto privatno što se ne govori nikome. Profili na društvenim mrežama se grade kako bi se sačinila nekakva reprezentativna slika samog sebe, a sredstva kojima se služimo da bismo to postigli retko su predmet diskusije. Jedna od ispitanica mi je ipak otkrila koji je njen mehanizam lajkovanja fotografija na *Instagram-u*.

„Lajkujem uglavnom ono što mi se dopada kao na primer mačke, retro satove ili nešto vezano za kulinarsvo. Ponekad lajkujem fotografiju za koju ne mislim da je naročito dobra, ali mi se dopada poruka ili informacija koju ta fotografija šalje. Međutim, ja takođe vrlo često lajkujem fotografije ljudi čiji rad želim da podržim, bez obzira da li su to moji prijatelji ili članovi benda koji mi se dopada. To se možda može nazvati lajk podrške. U tim slučajevima nije važno da li je fotografija lepa ili nije, bitno je čija je. Slike koje od mene nikada ne dobijaju lajkove su one koje imaju haštagove i fotografije postavljene retroaktivno jer mislim da ni jedno ni drugo nema smisla ako je nečiji profil privatn i to me užasno nervira. Međutim moja partnerka institira na tome da joj lajkujem svaku fotografiju koju objavi i ljuti se na mene ako to ne uradim. Zbog toga njoj

lajkujem i fotografije koje naknadno objavi i fotografije okićene haštagovima.“
Marijana (38)

„Nekim ljudima uvek lajkujem fotografije, šta god da objave. To su ljudi koji meni lajkuju svaku fotografiju i rekla bih da je to nekakav odani prijateljski lajk. Čini mi se da svako ima neku grupicu ljudi koji uvek lajkuju i da se to žargonski naziva 'crew like' (ekipni lajk). Druga vrsta lajka je lajk da staviš nekome do znanja da misliš na njega. Ako baš želim da taj lajk bude primećen to jest, da ga ta osoba ne previdi u moru lajkova, onda lajkujem sa zakašnjenjem, kad se svi ostali izređaju. Lajk nekad može da bude i lajk iz inata – ako sam se sa nekom prijateljicom posvađala i ona meni ne lajkuje fotografije pa joj ja lupim jedan lajk da joj pokažem kako sam bolja od nje. Ponekad nekome nešto lajkujem iz sažaljenja, zato što vidim da je fotografija dobila premalo lajkova. Naravno, neke fotografije lajkujem samo zato što mislim da su jako dobre i to mogu biti fotografije prijatelja ili nekih drugih ljudi koje pratim samo zato što mi se dopadaju njihovi profili.“ Mila (26)

Iz ovih izjava može se zaključiti da lajk na društvenim mrežama može da ima različita značenja i da prenese različite poruke. On može da znači podršku, simpatiju, potvrdu ili čak inat, neprijateljstvo i tako dalje. Lajk takođe može da šalje poruku o tome da neko ima dobar ili originalan ukus (jer lajkuje samo lepe ili samo iščašene fotografije), a može i da odaje informacije o tome ko se sa kim druži. Iako te poruke nisu uvek čitljive i nedvosmislene, one su ipak neko vezivno tkivo koje povezuje prijatelje. U prijateljstvima na daljinu, lajk je veoma važno sredstvo komunikacije. U nekim slučajevima lajk može da spasi neki odnos, a odustvo lajkova može da bude pokazatelj toga da je odnos u krizi.

„Osećala sam kako se jedna prijateljica udaljava od mene i kako sam izgubila ono mesto u njenom životu koje sam imala. I dalje smo jedna drugoj lajkovale fotografije, ali na njenim fotografijama je bilo sve manje mene i sve više nekih drugih ljudi. U jednom trenutku prestala sam da joj lajkujem svaku fotografiju. I dalje sam lajkovala svaku drugu ili treću, ali ona je na to odgovorila tako što je

još više proredila lajkove i lajkovala mi svaku desetu fotografiju. To je bio prvi znak da sa našim prijateljstvom nešto nije u redu.“ Paulina (34)

„Dugo sam bila u svađi sa jednom drugaricom i uopšte nismo komunicirale, čak ni lajkovima. Posle tri meseca, rešila sam da probijem led tako što sam joj lupila lajk na neki stari selfi. Onda sam joj poslala poruku u kojoj sam nostalgично prokomentarisala tu fotografiju. Raspričale smo se i tu je bio kraj svađe“. Mia (24)

Sve ove priče ukazuju na to da se prijateljski odnosi u velikoj meri grade i razgrađuju ili obnavljaju kroz *online* komunikaciju, a ne više putem tradicionalnih sredstava komunikacije kao što je telefonski poziv ili susret uživo. Većina ispitanika ima trocifren ili četvorocifren broj prijatelja na društvenim mrežama i svi se oni trude da održe kontakt sa velikim brojem ljudi čine na različite načine, komunicirajući na različitim nivoima, putem različitih komunikacijskih kanala i različitim slikovnim i tekstualnim porukama. A pošto internet omogućava i druženje putem interneta, bilo da je to video poziv, grupni ili individualni čet ili igranje video igara, moguće je čak imati *online* prijateljstvo ili svesti neko prijateljstvo na *online* prijateljstvo koje uopšte ne podrazumeva druženje uživo. Čak i Emil i Fabijan koji mnogo više vole druženje uživo i gotovo svakodnevno izlaze sa društvom priznaju da imaju mnogo prijatelja sa kojima se druženje svodi na komunikaciju preko interneta.

Činjenica da se komunikacija preko interneta najviše sastoji iz četa, odnosno dopisivanja i slanja multimedijalnih poruka, ali i lajkovanja ili komentarisanja objava takođe upućuje na određene promene u poimanju koncepta privatnosti. Sa jedne strane, tendencija izbegavanja direktnog kontakta možda govori o potrebi za nekom vrstom osamljivanja u komunikaciji, odvajanja od drugog i bežanje od intruzivnosti telefonskog poziva ili susreta uživo u neki svoj privatni svet iz kojeg je komfornije voditi komunikaciju. Sa druge strane, čet komunikacija koja je po prirodi nedovršena i nedovršiva čini sagovornike prozirnijim, dostupnijim i ogoljenijim na internetu, kako

zbog *online* i *offline* signala, tako i zbog toga što svaka poruka predstavlja dokument koji se može pohraniti, podeliti i na kraju zloupotrebiti.

Šta se događa sa intimnošću prijateljstva u svetu društvenih mreža i online komunikacije u kome se gubi jasna definicija i funkcija prijatelja i većina susreta odigrava se upravo na internetu gde je privatnost samo relativna, komunikacija se ponekad svodi na lajk, a sama prijateljstva su posredovana algoritmima? Prijateljstvo je, piše Heri Blaterer, fenomen koji nastaje i razvija se u doba modernosti paralelno sa konceptom privatnosti, i neodvojiv je od koncepta intimnosti (Blaterer 2012: 10). Autori poput Zigmunta Baumana (Bauman 2003) ili Deборе Čembers (Chambers 2016) tvrde da se upravo intimnost gubi u postmodernom svetu kroz *online* komunikaciju i algoritamski vođenim prijateljstvima.

Neki od mojih sagovornika opisali su kako se preko interneta može održavati na stotine površnih prijateljstva, ali i kako se bliska prijateljstva mogu trivijalizovati i podriti strategijama komunikacije kao što su lajkovi, stikeri, emotikoni ili konfuzni grupni četovi. Međum, takođe postoje i priče o tome kako se mogu izgraditi prisna i intimna prijateljstva sa ili uprkos internetu, kombinujući susrete uživo i online komunikaciju. Nekoliko njih je naglasilo da internet omogućava druženja koja nisu uslovljena fizičkim granicama i zadatim socijalnim okvirima. Za neke, to su veoma uzbudljiva iskustva koja zaista liče na suživot na internetu, što potvrđuje tezu autora poput Aleksis Elder da online prijateljstva tu aristotelijansku vrednost koja je „zajednički život“ jer omogućava kvalitetno provođenje vremena zajedno kroz razmenu ideja ili zabavu (Elder 2014: 287).

Internet mnogima omogućava da stupe u kontakt sa odavno zaboravljenim prijateljima iz škole ili bivšim kolegama sa posla, da se spoje sa ljudima koji imaju slična interesovanja ili da imaju bogat društveni život kada nisu u mogućnosti da izađu iz kuće ili primaju goste. Svi oni suočeni su sa problemima snalaženja sa velikim brojem kontakata i prinuđeni da stepenuju intimnost neprestano praveći neke svoje neizrečene hijerarhije i kategorizacije virtuelnih prijatelja razvrstavajući ih na više i manje bliske.

Da bi održavali kontakte sa velikim brojem ljudi sa kojima su više ili manje intimni, oni pristaju na to da žrtvuju deo svoje privatnosti prebacujući veliki broj komunikacija na internet koji ne smatraju uvek bezbednim mestom i gde nikada nisu sigurni ko čita njihove poruke.

2.2. Uticaj online komunikacije na porodične odnose

Čak i odnosi sa najbližima ponekad se grade i održavaju putem interneta ili se čak najvećim delom odvijaju *online*. Mnogi se oslanjaju na društvene mreže kako bi održali kontakt sa roditeljima, decom, i članovima porodice, bez obzira na to da li oni žive u drugoj državi, u istom gradu ili čak (u nekim slučajevima) u istom stanu. Porodični odnosi na društvenim mrežama takođe se definišu kao prijateljski odnosi jer su tu svi kontakti bez razlike podvode pod kategoriju „prijatelji“, a druženje se odvija uz pomoć lajkova, komentara i privatnog četa, baš kao i sa ostalim prijateljima.

„Moji roditelji žive van Beograda i ne viđam se sa njima često. Pomogao sam im da savladaju *Facebook* kako bih sa njima lakše mogao da komuniciram. Na mom profilu mogu da vide čime se bavim, mogu da pogledaju fotografije sa putovanja ili koncerata i na kraju krajeva vide kako trenutno izgledam. Preko *Facebook*-a takođe lako mogu da stupe u kontakt samnom, pišu mi i vide kad sam poslednji put bio *online*. I sa kćerkom sam jedno vreme komunicirao preko društvene mreže *Facebook*, ali kada je ona prestala naglo da je koristi, odjednom više nisam znao kako da održavam kontakt sa njom. Ona živi sa majkom i pošto je sada već tinejdžerka, retko mi se javlja, uvek moram ja nju da zovem, osim kad joj nešto treba od mene. Dok je koristila *Facebook*, ja sam bio umiren jer sam u svakom trenutku mogao da joj se obratim i vidim kada je poslednji put bila online što me je dodatno umirivalo čak i ako mi se ne javi. Mogao sam da joj šaljem neke smešne stvari, fotografije i linkove i ona bi uvek na to nekako reagovala. Kad je prestala da koristi tu društvenu mrežu jer ona odjednom više nije bila popularna među mlađom generacijom, morao sam da nađem neki drugi kanal za komunikaciju. Trebalo mi je vremena da otkrijem da zapravo najlakše mogu da je

uhvatim na *Instagram*-u koji takođe ima poruke. Dugo nisam shvatao da *Instagram* zapravo ima intergisani čet jer to nije baš vidljivo. Kad sam to shvatio bio sam oduševljen jer sam ponovo imao način da komuniciram sa kćerkom. U periodu neposredno pre toga bio sam po malo očajan jer je ona koristila *SnapChat* za komunikaciju sa drugaricama a tu aplikaciju zaista nisam mogao da shvatim niti je bilo primereno da je koristim jer je to zaista nešto namenjeno baš mladim ljudima.“ Fabijan (40)

Mnogi ispitanici su primetili da postoje neke generacijske podele po tome ko koristi koju društvenu mrežu. Fabijan je osetio tu promenu u trendovima korišćenja društvenih mreža kad je manje više u isto vreme počeo sa kćerkom da komunicira preko *Instagram*-a, a sa roditeljima preko *Facebook*-a, a Magdalena koja je mlađa, sama se osetila kao dete koje je pobešlo sa *Facebook*-a na *Instagram*.

„Kad su roditelji masovno pohrlili na *Facebook*, klinci su se pokupili odatle i počeli da traže druge društvene mreže gde će moći da komuniciraju slobodnije bez nadzora roditelja. Kada su starije generacije masovno počele da otvaraju *Facebook*, to je, čini mi se, bio najveći napad na privatnost njihove dece. Mislim da je to mnoge uzdrimalo daleko više i od otkrića Edvarda Snoudena i od afere Kembridž Analitika jer potpuno je drugačije koristiti društvenu mrežu sa svojim vršnjacima i sa svojim roditeljima i celom rodbinom. *SnapChat*, a zatim *Instagram* postali su utočište za sve one čiji su roditelji otvorili *Facebook*.“ Magdalena (29)

„Društvene mreže su mi olakšale i popravile komunikaciju sa roditeljima. Kada se vidim sa njima ne moram više nadugačko da im objašnjavam šta sve radim i gde sam sve bio jer sve to već znaju i uživo možemo da se bavimo drugim temama. Što se tiče moje kćerke, da nije društvenih mreža ni sam ne znam da li bih uopšte mogao da budem u kontaktu sa njom jer ona u ovom tinejdžerskom dobu ne oseća potrebu da komunicira samnom. Kad je zovem telefonom, uopšte mi se ne javlja, a ne reaguje ni na SMS poruke. Ali ako joj se obratim preko *Instagram*-a privatnom porukom, uvek odgovori. Uvek sam ja taj koji se prvi javi, ponekad zato da bih je podsetio na neku školsku obavezu, a ponekad joj pošaljem neku sliku ili link za koji mislim da bi joj se dopao ili je nasmejao. Ona reaguje na to, ali retko kad ona meni nešto pošalje.“ Fabijan (40)

Dragan (37) ima dvanaestogodišnjeg sina koji živi u inostranstvu sa majkom pa je prinuđen da komunicira sa njim preko interneta i tako održava odnos sa njim jer se viđaju svega jednom godišnje. Da bi upeo da održi kontakt, morao je mnogo da razmišlja o tome šta bi njegovog sina zaista zainteresovalo za komunikaciju, koji stil komuniciranja mu odgovara i kako da mu se obraća.

„Sve mi je teže sa njim da komuniciram kad smo razdvojeni. On ne koristi društvene mreže i ne voli da ga zovem telefonom ili preko video poziva. Reaguje samo na poruke preko aplikacije *WhatsApp* i to ne uvek. Osim toga koristi još *Twitch* i *Discord* ali samo sa prijateljima sa kojima igra igrice. Čini mi se da sam odsečen od njegovog života dok je u inostranstvu, a kad dođe ovde veoma smo bliski. Pokušavam da nađem način komunikacije i sadržaj koji bi njega zainteresovao. To je sistem pokušaja i promašaja. U početku sam mu slao neke smešne stvari, ali od njega dobijem samo odgovor 'haha' i to u najboljem slučaju. U najgorem slučaju čak ni je pročitao poruku. Onda sam otkrio da voli da pričamo o fudbalu. Ja sam ne volim fudbal ali počeo da gledam redovno zbog sina. Svaki dan proverim u novinama koje utakmice se igraju tog dana i pokušavam da pogodim šta njega zanima. Pošto živi u Nemačkoj, ne propuštam ni jednu utakmicu Bundeslige i počeo sam vatreno da navijam za Bajern. Ponekad se dopisujemo dok traje utakmica i komentarišemo zajedno. Vidim da mu je to zanimljivo, tako da sam se i ja uživeo u sve to i fudbal je sad ono što nas spaja.“
Dragan (37)

Međutim čak i odnosi između članova porodice koji žive zajedno bivaju posredovani tehnologijom i odvijaju se preko društvenih mreža ili aplikacija za komunikaciju. Tehnologije na taj način fizički razdvajaju članove porodice, ali ih istovremeno drže na okupu kroz praktično neprekidni komunikacijski tok. Mila koja ima 26 godina i živi sa roditeljima kaže da sve više sa njima komunicira *online*, putem aplikacija kao što su *Viber* ili *Facebook Messenger* iako ih samo jedan zid deli.

„Naš stan je veliki i lakše nam je da komuniciramo putem poruka nego uživo. Moji roditelji su ranije bili jako intruzivni i uvek su ulazili u moju sobu bez

kucanja, svaki čas su imali nešto da me pitaju i nisam imala mnogo privatnosti. Borila sam se protiv toga. Prvo sam ih naučila da kucaju pre nego što uđu, a onda sam ih ubedila da ni to više ne rade nego da mi šalju poruke. Mama me sada budi tako što me zove telefonom dok je ranije ulazila u sobu i vikala, a tata umesto da me nešto pita direktno, prvo napiše poruku, na primer: 'dođi nešto da te pitam' ili 'da li imaš vremena nešto da mi pomogneš?'. Pošto često putujem, kad god sam van Beograda, oni institiraju na tome da se čujemo po nekoliko puta dnevno, najmanje ujutro i uveče putem video poziva ili putem poruka. Moram da im šaljem fotografije, da ih izveštavam kakvo je vreme, šta sam sve radila, koliko sam novca potrošila i tome slično." Mila (26)

Milin primer pokazuje kako informacione tehnologije omogućavaju male strategije za čuvanje privatnosti, ali i za kontrolu. Zhvaljujući njima, ona u svojoj sobi ima više privatnosti jer roditelji više nemaju razloga da ulaze unutra, ali kada ona otputuje, situacija postaje obrnuta jer roditelji imaju daleko veću kontrolu preko aplikacija za komuniciranje i društvenih mreža nego preko tradicionalnih metoda komunikacije.

„Kad bi postojao samo telefon i SMS, mi bismo se čuli jednom u nekoliko dana, tek da potvrdimo jedni drugima da smo dobro. Internet mnogo komplikuje komunikaciju sa roditeljima jer kad god otputujem negde, oni postanu jako radoznali i svaki čas hoće da se čujemo. Uveče hoće da provere da li sam u krevetu ili sam negde napolju, ujutru hoće da znaju kad sam se probudila, preko dAna moraju da pitaju šta sam jela. To je ponekad jako opterećujuće, naročito u situacijama kada sedim u kafiću a ne želim da oni znaju da sedim u kafiću. Oni mogu da vide da li imam domet i da li sam *online* a onda je teško opravdati se zašto se ne javljam. Ako bih isključila telefon, onda bih sutradan morala da im objašnjavam šta se dogodilo i zašto nisam bila *online*. Kad god se ne javim odmah, oni se zabrinu. Ponekad sam prinuđena da biram da li ću da ih lažem ili ću da radim nešto što bi zapravo oni voleli da ja radim a ne ja sama.“ Mila (26)

Online komunikacija, posebno komunikacija putem društvenih mreža, utiče na to kako se grade i održavaju odnosi sa članovima porodice i familije koji žive u

inostranstvu. Zahvaljujući internetu, moguće je ostvariti mnogo prisnije odnose sa bližnjima koji su fizički udaljeni. Dok Mila ima problem sa kontrolom koju njeni roditelji imaju nad njenim životom zbog *online* komunikacije, Valerija smatra da su joj informacione tehnologije pomogle da ostvari bliskiji odnos sa majkom dok su razdvojene.

„Kad sam upisala studije u inostranstvu, kupila sam mami *smart* telefon da bismo mogle da ćaskamo češće. Nas dve smo jako bliske i nije mi dovoljno da sa njom razmenim samo nekoliko SMS poruka. Sada četujem sa njom kao sa drugaricom“. Valerija (34)

„Društvene mreže su to zbirno mesto gde se svi srećemo iako smo fizički toliko udaljeni jedni od drugih da je gotovo nemoguće da se svi sretnemo na istom mestu u isto vreme. Jako je teško organizovati susrete sa članovima porodice koji žive u Kanadi, Mađarskoj, Americi, Australiji, Ujedinjenim Arapskim Emiratima, Španiji i Švedskoj. Kad sam bila mala, porodični ručkovi i rođendani su bili povodi za okupljanje, a sada kada je to nemoguće, svi pratimo jedni druge preko društvenih mreža. Foto albumi na društvenim mrežama danas zamenjuju stare albume. Sećam se da smo nekada imali te sesije razledanja foto albuma posle ručka, uz kafu i gledali slike sa letovanja, sa rođendana i venčanja. Čini mi se da se taj običaj preselio na društvene mreže ali kao da postoji manje interesovanja za te fotografije. Imam utisak da nam je to ranije bilo važnije i da društvene mreže nisu adekvatna zamena niti za druženje niti za te stare foto albume.“ Aleksandra (40)

„Ja i moja braća i sestre imamo svoj jezik i svoje interne šale tako da održavamo permanentnu komunikaciju online, a ponekad imamo i grupne četove. Šaljemo jedni drugima neke slike i linkove koje niko drugi ne bi razumeo, a kad se vidimo, čini nam se kao da se nikad nismo ni rastajali. Imamo čak i neke posebne *Instagram* profile koje pravimo zajedno. Drago mi je što i sa starijima imam kontakte preko *Facebook*-a i redovno se dopisujem sa dedama, babama i tetkama. Naša porodica je mnogo zabavna i sa svima je interesantno komunicirati. Da nema tih društvenih mreža, ja ne bih ni znao kako izgleda grad u Australiji u kome živi moj brat od strica i ne bih znao kakvi su kućni ljubimci moje tetke koja živi u

Oslu. Skoro uvek se viđamo u Beogradu jer je meni skuplje da putujem kod njih ali putem društvenih mreža uspevamo da premostimo taj jaz.“ Bogdan (25)

„Ako smo ja, mama, tata, brat i njegova deca zajedno, obično pozovemo rodbinu iz Holandije preko *Skype*-a pa se sa njima družimo čak sat ili dva. Tako se porodični skup u šestoro odjednom proširi u skup za dvanaestoro ljudi i svima je mnogo zabavnije. Obično to radimo nedeljom posle ručka. A ako Srbija igra neku važnu utakmicu u fudbalu ili košarci, onda se dešava da se nas nekoliko svi uključimo u grupni čet i komentarišemo igru ili navijamo. Jednom sam sa dečkom sedela i gledala utakmicu u kafiću, ali on se dopisivao sa svojim roditeljima a ja sa tatom i bratancem. Bili smo do te mere upleteni u online komunikaciju da niko nije pažljivo pratio samu utakmicu. To su situacije u kojima ti virtuelni susreti na internetu postanu realniji od onoga što se dešava u realnosti. Za sve nas taj čet je bio veći događaj od same utakmice.“ Paulina (34)

Na ovim različitim primerima se vidi da savremene informacione tehnologije radikalno menjaju porodične odnose. Prostorna udaljenost ne predstavlja tako veliku prepreku da se održavaju bliski odnosi i provodi kvalitetno vreme sa članovima porodice i familije koji žive ili su privremeno nastanjeni u drugim državama. Moderna sredstva za komunikaciju čak omogućavaju neku vrstu roditeljskog nadzora na daljinu što pojedinci tumače kao ugrožavanje privatnosti, ali sa druge strane, te iste tehnologije olakšavaju članovima porodice da se prostorno izoluju jedni od drugih pa na taj način, paradoksalno, štiti privatnost. Neki čak smatraju da online komunikacija omogućava nivo privatnosti kakvi su u vreme fiksnih telefona bili nezamislivi.

„Dok sam živio sa svojim roditeljima sve do kraja devedestih koristili smo jedan jedini fiksni telefon koji je stajao u predsoblju. Tada niko nije imao privatnost komunikacije u stanu jer su se razgovori čuli i znalo se ko sa kim razgovara. Kad sam se dogovarao da se nađem sa nekom devojkom, svi ukućani su to znali. Sada takve stvari mogu da se sakriju jer je komunikacija putem tekstualnih poruka mnogo diskretnija.“ Fabijan (40)

Komuniciranje preko mreže, dakle, u nekim slučajevima omogućava da se neke tajne lakše sakriju upravo od neposrednog okruženja, na primer, od članova porodice. Deca koja ne žele da njihovi roditelji znaju pojedinosti o njihovom ljubavnom životu mogu da iskoriste internet za svoje tajne dogovore. To čini Ana (36) koja ne želi da njeni roditelji otkriju da se zabavlja sa devojkama. Iako ona podržava ideju transparentnosti na internetu, paradoksalno, upravo pomoću interneta uspeva da sačuva svoju privatnost od roditelja. Ona je uvek *online*, čuva podatke na *cloud* serverima, deli obilje informacija o svojim svakodnevnim aktivnostima na društvenim mrežama, uvek je ulogovana na svoje *online* naloge, nema tajne šifre za telefon ili bilo koji drugi uređaj i kaže da se nikada ne predstavlja lažno na društvenim mrežama niti na internetu bilo šta krije, te da ne razume zašto neki ljudi stavljaju nalepnice na svoje kamere i zašto uopšte razmišljaju o privatnosti. Jedino što ona smatra privatnim je njen seksualni život i to samo pred njenim roditeljima koji ne znaju za njene homoseksualne sklonosti. Ana smatra da su privatne informacije samo one informacije koje su vezane za njen seksualni život i to samo za određenu publiku koju čine njeni roditelji, članovi familije i drugi pojedinci za koje ona smatra da bi mogli da zloupotrebe te informacije.

„Mislim da nemam šta da krijem od većine ljudi, naročito od nepoznatih ljudi, ali ne želim da moji roditelji znaju bilo šta o mojim vezama. Oni nemaju nikakvu digitalnu pismenost i moj način da se sakrijem od njih oduvek je bilo bežanje na internet. Kad su mi kupili prvi računar, ja sam svoj tajni dnevnik pisala tu jer sam znala da ga tu neće pronaći. Ne znam kako bih sačuvala taj deo svoje privatnosti dok sam živela sa roditeljima da nije bilo interneta i aplikacija preko kojih sam mogla da se dopisujem sa devojkama a da moji roditelji ništa ne posumnjaju.“
Ana (36)

Već na prvi pogled, Anin profil na *Facebook*-u prepun je vrlo privatnih trenutaka i privatnih informacija. Na mnogim fotografijama su ona i njena devojka dok se grle ili drže za ruke. Nekoliko meseci nakon što sam sa njom obavila intervju, uočila sam da se među njenim prijateljima našla njena majka. Ponovo sam pažljivo pregledala njen profil i primetila da su za mnoge fotografije podešeni posebni kriterijumi za privatnost.

Pozvala sam Anu i pitala je da li u toj novonastaloj situaciji uspeva da drži privatnost pod kontrolom. Očigledno, to je moralo da promeni njen stav prema privatnosti na internetu jer je po prvi put postalo moguće da njena tajna bude otkrivena na društvenim mrežama.

„Kad sam dobila zahtev za prijateljstvo od mame, nisam znala šta da radim. Bilo mi je neprijatno da je odbijem. Pretpostavljam da ona i ne gleda moj profil, pogotovo ne pažljivo, ali ipak sam morala da podesim svoj profil tako da ona ne vidi ništa što bi je navelo da posumnja da imam devojkju“. Ana (36)

Anin primer pokazuje to kako „podešavanja privatnosti“ omogućavaju da se neka informacija kategorizuje kao privatna samo za određenu grupu ljudi. Kako na društvenoj mreži *Facebook*, tako i u životu, Ana pokušava da spreči da informacije o tome sa kim se zabavlja dođu do njenih roditelja. Ona čak ni svoju seksualnost ne smatra apriori svojom privatnošću već je samo definiše kao svoju privatnost u kontekstu odnosa sa roditeljima i to samo zato što veruje da oni ne opravdavaju homoseksualnost. Ukoliko bi njeni roditelji prihvatili njen izbor partnera, onda ona više ni taj deo svog života ne bi određivala kao nešto privatno.

Informacione tehnologije istovremeno se koriste kao sredstvo za komunikaciju sa članovima porodice ili članovima porodice, ali i za beg od onih najbližih u svoj sopstveni privatni prostor na internetu. Tehnologija spaja i razdvaja porodicu, omogućavajući da se njeni članovi zbliže ili distanciraju jedni od drugih. Mnogi od navedenih primera pokazuju kako deca koriste različite strategije da pomoću informacionih tehnologija sačuvaju deo svoje privatnosti od roditelja. Ana i Fabijan ukazali su na to koliko je već sama pojava nečujne čet komunikacije omogućila da se sakriju neke tajne od roditelja, a Magdalena je istakla činjenicu da se mladi sakrivaju od roditeljskog nadzora preko društvenih mreža tako što koriste one društvene mreže koje su njihovim roditeljima nerazumljive. Mila je uspela da sačuva privatnost svoje sobe tako što je komunikaciju sa roditeljima prebacila na internet, ali se to negativno odrazilo na njenu privatnost kada

god je van svog doma jer su roditelji pronašli način da je kontrolišu putem tih istih aplikacija za online komunikaciju koji ih drže podalje od njenog intimnog prostora u stanu.

Internet dakle istovremeno omogućava više privatnosti i jaču kontrolu putem „interpersonalnog nadzora“ (Trottier 2012: 77), što se najjasnije vidi na Milinom primeru, ali i bliskost sa članovima porodice ili familije na daljinu (Chambers 2016: 142), što ilustruju Bogdan, Aleksandra, Paulina i Valerija svojim primerima. Ali da bi iskoristili te beneficije koje im daju informacione tehnologije, podrazumeva se da se odriču onog dela privatnosti koji se odnosi na njihove lične podatke i da pristaju na to da se njihovi intimni porodični odnosi reflektuju u javno polje interneta i na neki način više nisu privatni. Jednim delom upravo su ove promene razlog zbog kojeg tradicionalna Lokova podela na domen javnog kao političkog i domen privatnog kao porodičnog (Locke 2003) više nije održiva. Ne samo da se porodična pitanja ne mogu smatrati kao apolitična kao što su pokazale predstavnice feminističke kritike podele privatno i javno (Okin 1979; Evans 1980; Elsthain 1981; Lloyd 1986; Zaharijević 2010; Lončarević 2016), već je postalo gotovo nemoguće da se porodični odnosi odvijaju u privatnosti doma i mimo javnog prostora interneta. Potreba da se bude u permanentnom kontaktu *online* bez obzira na fizičku udaljenost članova porodice više nego ikada gura porodicu u javni domen.

2.3. Emotivne veze na internetu

Online komunikacija takođe je radikalno transformisala emotivne veze zato što spaja ljude širom sveta bez obzira na geografsku lokaciju i zato što online komunikacija otvara „bezbroy mogućnosti“ (Đorđević 2006: 183). Kao što će rezultati istraživanja pokazati, emotivne veze su ponekad još više nego porodični i prijateljski odnosi

usmerene na *online* komunikaciju i time još više izložene u javnom prostoru interneta - od prvog kontakta i upoznavanja do svakodnevne komunikacije putem multimedijalnih poruka koje su često čak i zamena za susrete. Od intimnih razgovora do fotografija nagih tela, ono što je najprivatnije ulazi u regularan protok informacija čime se otvaraju brojne mogućnosti zloupotrebe uljučujući takozvanu „osvetničku pornografiju“ (Stroud 2013: 168), a pojedinci koji se često osećaju kao da su primorani da se na taj način eksponiraju da bi uspostavili ili održali intimne veze teško pronalaze način da zaštite privatnost na internetu ili odustaju od toga. Sa druge strane, brendiranje sebe ne samo kroz platforme za upoznavanje kao što su *Tinder* i *Badoo* koje na očigledan način komoditizuju intimnost, nego i kroz društvene mreže koje omogućavaju kreiranje imidža dovodi do „umrežene intimnosti“ (Hobbs, Owen i Gerber 2016: 271) u kojoj svaki pojedinac ima neku „socijalnu vrednost“ (Gandini 2016: 123).

Upoznati nekoga *online* pa tek onda započeti vezu potpuno je normalizovano, pre svega zato što se izbegava neprijatnost neposrednog upoznavanja i zato što je tako lako proveriti nečije javne podatke na internetu, analizirati ih i doneti odluku da li je osoba vredna upoznavanja uživo. Nekadašnji imidž osobe koja očajnički pokušava da pronađe partnera preko agencije za upoznavanje iščezava u eri društvenih mreža i internet komunikacije uopšte (Chambers 2016: 137). Neki ispitanici smatraju da je prošlo vreme „klasičnog upoznavanja“ i da se svi sada upoznaju preko interneta iako se i dalje u nekim slučajevima prvi kontakt dešava uživo.

„Postoji mnogo načina da se ljudi upoznaju online. Osim platformi za upoznavanje kao što su *Tinder* i *Badoo*, za upoznavanje se mogu koristiti i društvene mreže, platforme za video igre ili recimo platforme za učenje jezika koje omogućavaju interakciju između korisnika. Međutim čak i ako neko nekoga upozna u kafiću, klubu ili na ulici, tu nema onog klasičnog upoznavanja sa predstavljanjem. Na primer, ja nikad ne bih prišla nekome i rekla 'ćao, ja sam Lucija' jer je to previše direktno, nego bih nekako drugačije otpočela konverzaciju, na primer sa pitanjem 'da li imaš upaljač'. Ako se iz toga nekako

razvije razgovor, onda će neko pitati za korisničko ime na *Instagram*-u i nastavićemo komunikaciju preko interneta“. Lucija (23)

„Alkohol ponekad ulije hrabrost ljudima da budu malo direktniji i prilaze jedni drugima ali obično se ta upoznavanja završe tako što se razmene kontakti sa društvenih mreža i onda se razgovor nastavlja online. Mnogo puta sam čula rečenicu 'baš si lepa, daj mi tvoj *Instagram*'. Ako mi se dopadne, dam mu svoj kontakt na *Instagram*-u. A ako se preko privatnih poruka razvije konverzacija, mogu da odlučim da li ću je nastaviti dalje ili ću ga eventualno blokirati, ako je previše napadan.“ Mila (26)

„Mislim da je lako uzeti *Instagram* od neke devojke zato što devojke uglavnom vole da imaju mnogo pratilaca. Kad pregledam njen profil mogu otprilike da procenim da li ima dečka, koliko je popularna, da li je materijalno situirana ili ne, kako se oblači, da li se slika u kupaćem kostimu, da li više voli umetničke fotografije ili selfije, sa kim se druži i tako dalje. Ako mi se neka devojka mnogo dopadne i procenim da je jako popularna, onda je muvam polako tako što joj lajkujem fotografije mesecima pre nego što joj se obratim. Kad procenim da neku devojku mogu lako da smuvam, onda joj odmah pišem. Znam da zvuči grozno, ali razvio sam nekakve strategije pomoću kojih mogu istovremeno da muvam mnogo devojaka, neke na duže a neke na kraće staze.“ Bogdan (25)

Ovi ispitanici, čini mi se, ne prave bitnu razliku između *online* i *offline* sveta, odnosno upoznavanja na internetu i upoznavanja uživo, već preleću iz jedne u drugu sferu tretirajući ih podjednako realnim. Komunikacija na mreži i komunikacija van mreže su isprepletane i obe su sastavni deo upoznavanja. U igri je ponekad više različitih potencijalnih partnera jer je izbor zahvaljujući mnoštvu kanala *online* komunikacije veliki, a mesta za upoznavanje na internetu je mnogo. Bez obzira na to da li se partneri traže putem sajtova i aplikacija specijalizovanih za provodadžisanje ili preko nekih drugih kanala kao što su na primer *online* video igre ili društvene mreže,

neizbežno je razmišljati o „brendiranju samog sebe“ (Khamis, Ang i Welling 2016: 191) i kreiranju „online identiteta“ (Van Dijck 2013: 199). Lucija kaže da je najbolji način da nekog novog upozna upravo preko *Instagram*-a jer tako može da pronađe one koji imaju sličan stil života, slična interesovanja i sličnu estetiku. Ova društvena mreža čiji je glavni medijum slika omogućava mnogo suptilniji marketing nego bilo koja „dejting“ aplikacija upravo zato što predstavlja jedinstveni foto album koji ne samo da reklamira fizički izgled nego je svojevrsan presek nečijeg stila. Pošto su društvene mreže za ovakve pojedince postale integralni deo života, onda je i pronalaženje strategija za uspostavljanje novih kontakata postalo deo svakodnevice. Za sve ove ljude, život se podjednako intenzivno odvija na ekranu i van ekrana.

„Jednog dečka sam potpuno slučajno pronašla na *Instagram*-u jer su mi se dopale njegove fotografije. Godinu dana smo jedno drugo pratili i vremenom jedno drugo upoznali i izgradili nekakv odnos. Kad smo se konačno prvi put videli uživo, nismo morali da krećemo od početka i upoznajemo se, nego smo već imali mnogo zajedničkih tema. Volim to upoznavanje preko *Instagram*-a jer ne postoji način da se na prvom dejtju ispalim ako kažem da nešto volim jer već unapred znam šta kod njega prolazi a šta ne i znam šta od te osobe mogu da očekujem. Ali ne doživljavam *Instagram* kao medijum za upoznavanje i ne koristim ga u te svrhe. Mislim da je to sekundarna, a ne primarna funkcija te društvene mreže i lepo je kada se slučajno dogodi da nekoga upoznam diveći se njegovim fotografijama.“ Lucija (23)

Društvene mreže, a naročito *Instagram* koji zbog svojih funkcija, otvaraju čitavu paletu mogućnosti za indirektnu komunikaciju sekundarno mogu da služe i kao platforme za upoznavanje. Komunikacija preko *Instagram*-a može da se svodi isključivo na praćenje i lajkovanje, a može da uključuje i dopisivanje u privatnim porukama. A te privatne poruke mogu da budu vrlo indirektna jer je osnovno sredstvo komunikacije preko *Instagram*-a slika.

„Ako hoću sa stupim u kontakt sa nekim dečkom koji mi se dopada, ja ne moram da budem providna i pošaljem mu poruku tipa 'zdravo, šta radiš', nego

jednostavno mogu da pošaljem neku smešnu fotografiju koju sam pronašla na *Instagram*-u. Ako mi ništa ne odgovori na to, neću se osećati odbijeno kao da sam mu se direktno obratila rečima. A ako on poželi da nastavi komunikaciju, on može da komentariše tu fotografiju.“ Mila (26)

Instagram dakle omogućava različite metode komuniciranja koje nisu intruzivne i rizici da se bude odbijen i povređen mnogo su manji nego kod klasičnog upoznavanja. Zbog toga je za ove ispitanike čak i kod upoznavanja uživo krajnji cilj uvek da se razmene *Instagram* korisnička imena, a ne da se direktno nekome pokaže zainteresovanost. Jer preko *Instagram*-a je moguće postupno doći do flerta. Čak i oni koji insistiraju na tome da im je jako važno da uspostave „organska“ poznanstva licem u lice i koji tvrde da tehnologija ne može da zameni „pravo“ upoznavanje, vrlo brzo nakon upoznavanja prenose komunikaciju u domen interneta i pre svega društvenih mreža pomoću kojih mogu da izvrše nekakve „provere“ ljudi koje su upoznali uživo.

Društvene mreže povezane su sa konceptom „interpersonalnog nadzora“ koji je jedan od mogućih vidova nadzora preko društvenih mreža (Trottier 2012: 76). Interpersonalni nadzor je normalizovan upravo sa pojavom društvenih mreža jer se podrazumeva da je svaki korisnik istovremeno posmatrač i onaj koji posmatra, to jest, subjekt i objekt nadzora (ibid.77). Špijuniranje tuđeg profila može da pokaže tragove koji ukazuju na preljubu, ali isto tako može biti korisno da bi se saznalo nešto više o potencijalnom partneru pre nego što dođe do upoznavanja uživo. Ana (36) koja je zainteresovana isključivo za homoseksualne veze kaže da je svaku potencijalnu partnerku prvo analizira na osnovu profila na društvenim mrežama.

„Ne mislim da je proučavanje tuđih profila na društvenim mrežama ključno za upoznavanje neke ličnosti, nego smatram da je neophodno kao preliminarna analiza koja služi tome da se ustanovi iz kog socijalnog miljea određena osoba dolazi. Prvo proveravam ko se nalazi na spisku njenih kontakata i gledam ko su naši zajednički prijatelji.“ Ana (36)

„ Ja nikada ne bih tražila partnera na internetu jer mislim da se ljudi tu lažno predstavljaju. Ali, kad se mojoj sestri neko dopadne, ja uvek pregledam profile te osobe. Na osnovu toga ko su mu prijatelji i šta deli na društvenim mrežama može mnogo toga da se sazna od toga gde radi do toga kakvu muziku sluša. Sve to može da se otkrije i kroz razgovor, ali u nekim slučajevima pregledanje profila na društvenim mrežama može da pomogne tako što će ubrzati sistem eliminacije. Na to gledam kao na neko pomoćno sredstvo i ne oslanjam se previše na njega jer mislim da su profili na društvenim mrežama retko verodostojni.“ Marijana (38)

Ove ispitanice nemaju puno poverenje u to da se ljudi na društvenim mrežama iskreno predstavljaju, ali imajući baš to u vidu, one uz dozu opreza analiziraju profile potencijalnih partnera tražeći neke konkretne informacije poput spiska prijatelja ili izbora muzike. Iako je sam pristup sličan policijskoj istrazi, oni ne misle da su informacije koje se mogu pronaći na internetu presudne za odabir partnera, pa ih koriste kao dodatni izvor informacija. Marijana ima manje poverenja u društvene mreže nego Ana i ima izrazito negativno mišljenje o informacionim tehnologijama uopšte, ali i uprkos tome ih koristi za lične svrhe a i da bi ponekad pomogla sestri da pronađe partnera. Razgovarajući sa njom, došla sam do zaključka da su njeni stavovi o internetu. Ona smatra da su informacione tehnologije kreirane da budu tehnologije nadzora i uverena je da se protiv njih ništa ne može, te da je svaki pokušaj da se ogradi neki privatni prostor na internetu „već unapred izgubljena bitka“. Ona uopšte ne pokušava da na bilo koji način zaštiti svoje privatne podatke jer misli da je to gubljenje vremena, ali ipak misli da bi svako trebalo da ima pravo na to da bude ostavljen na miru, što je jedna od prvih definicija privatnosti u istoriji i datira iz devetnaestog veka (Fuchs 2011: 222). Ovu definiciju privatnosti ponovili su mnogi moji ispitanici, ali pokazalo se da je svako od njih u nju učitao ponešto svoje. Marijana je na primer, pod pravom da se bude ostavljen na miru podrazumevala pre svega uticaj struktura moći na obične pojedince, dok je, na primer, Emil govorio o tome da pod tim podrazumeva uticaj roditelja, prijatelja, kolega i svih ostalih ljudi iz njegovog okruženja.

Neki ispitanici prave bitnu razliku između upoznavanja na internetu i upoznavanja uživo. Magdalena (29) na primer smatra da upoznavanje uvek mora da bude uživo, ali da komunikacija nakon tog inicijalnog kontakta dalje može da se razvija i preko interneta gde je međusobno nadziranje i analiziranje tuđih profila nešto što se podrazumeva.

„Nikada nisam koristila platforme za upoznavanje niti sam tražila simpatije preko društvenih mreža. Po mom mišljenju, muvanje preko interneta je nekulturno. Ako mi se neko nepoznat obrati preko društvene mreže ja to ignorišem. Samo jednom sam se dopisivala sa jednim dečkom preko interneta i oboje smo jedno drugo lagali. Pošto je on iz Meksika a ja iz Srbije, znali smo da se nikad nećemo videti uživo i to je bila samo zabava. Lagali smo bukvalno o svemu, od toga koliko imamo godina do toga kako izgledamo i čime se bavimo. Bukvalno ništa nije bilo istina. Nikad nisam doživljavala muvanje preko interneta kao nešto ozbiljno, ali čet može da bude nastavak upoznavanja sa nekim koga sam pronašla u gradu.“ Magdalena (29)

Magdalena smatra da postoje pravila lepog ponašanja koja se odnose na upoznavanje i tvrdi da je „nekulturno“ obratiti se nepoznatoj osobi preko interneta. Ona misli da je neophodno poznanstva sklapati uživo, pa tek onda ih prenositi na internet. Ovaj stav je na prvi pogled potpuno različit od stava koji ima, na primer, Lucija koja tvrdi da je vreme klasičnog upoznavanja prošlo. Međutim, rekla bih da se radi o finesi. Lucija ne odbacuje mogućnost i ne umanjuje vrednost upoznavanja uživo, već samo misli da pravila klasičnog upoznavanja ne moraju da važe jer se informacije razmenjuju i preko interneta. A Magdalena samo insistira na nekakvom, uslovno rečeno „organskom“ inicijalnom kontaktu na licu mesta, ali takođe kaže da dalji proces upoznavanja zatim prelazi na internet i odvija se kroz *online* komunikaciju.

Mario (29) nema stalnu vezu i kaže da se služi svim metodama da pronade devojke uključujući platforme za upoznavanje, društvene mreže i kontakt licem u lice, ali smatra da pregledanje profila na društvenim mrežama može da stvori predrasude. Pošto se profili na društvenim mrežama kreiraju u cilju brendiranja sopstvene ličnosti,

oni su na neki način hiperpersonalni (Masur 2016: 19) predstavljajući ličnost na onaj način na koji ona sama to želi, a to može biti i nekakav izmišljen ili režiran karakter.

„Svi jedni druge špijuniramo preko društvenih mreža, mislim da je to potpuno normalno. Kad mi se neka devojka dopadne, naravno da ću pogledati njen profil da vidim s kim se druži i kakve su joj slike. Međutim, ne radim to zato što mislim da ću na taj način da je bolje upoznam, nego iz puke radoznalost. Mislim da su profili devojaka vrlo pažljivo režirani i ako bih gledao samo to, ne bih imao načina da steknem realnu sliku o njima. Zbog toga društvene mreže ne koristim zato da bih proveravao nečiji profil ali mislim da su nezamenljive za komunikaciju.“ Mario (29)

Iako većina ispitanika otvoreno priznaje da je „špijuniranje“ preko društvenih mreža za njih nešto normalno i da to redovno praktikuju, nemaju svi isti stepen poverenja u verodostojnost informacija koje su dostupne na *Facebook*-u ili *Instagram*-u. Lucija ima mnogo više poverenja zato što je sigurnija u svoje sposobnosti procene i filtriranja informacija na internetu o kojima je govorila ranije. Ona smatra da pažljivom pretragom različitih izvora zaista može da dođe o istinitih informacija o nekome i da stekne sliku o toj osobi. Ona čak tvrdi da se oseća bezbedno zato što na internetu može svakoga prvo da proveriti pre nego što se upusti u ozbiljniju komunikaciju ili se odluči na to da osobu upozna uživo.

„Čini mi se da se starije generacije previše plaše tehnologije i ne veruju ničemu što vide na internetu, ali mislim da je to zato što ne umeju da se snađu sa tim jer ne znaju šta i kako da traže. Kao što više verujem *online* taksijima jer mogu da proverim ko je vozač, kakav auto vozi i kakve recenzije ima, tako isto se sigurnije osećam kada nekog dečka prvo proverim na internetu pa tek onda odem sa njim na piće. Naravno, uvek imam dozu opreza i naučila sam da internetu i načelno tehnologiji nikada ne treba slepo verovati. Ipak, mislim da internet daje neku sigurnost jer su informacije proverljive. Ako upoznam nekog stranca, prvo ću pogledati njegove društvene mreže, a onda ću ukucati njegovo ime u *Google* pretraživač i proveriti da li je zaista novinar ako tvrdi da jeste i pročitati njegove tekstove. Ako ima *LinkedIn* profil, onda mogu da saznam i gde je sve radio, a ako ima *Instagram* i *Facebook*, pažljivim pregledanjem njegovih profila mogu da

pronađem bar nešto što može da bude sumnjivo. Recimo, ako informacija o nekome nema dovoljno, onda je već to samo po sebi nešto sumnjivo.“ Lucija (23)

Zanimljivo je da Lucija polazi od pretpostavke da potencijalni partner treba da bude „proverljiv“ na internetu, a to znači da se manje više podrazumeva da svako iza sebe ima veliki niz raznih digitalnih tragova koji se mogu pratiti i analizirati. Ako se ispostavi da neko nije proverljiv preko interneta, ona to vidi kao nešto „sumnjivo“. Za nju je garant bezbednosti na internetu upravo to što postoje informacije o svakome pa zbog toga čak ni upuštanje u konverzacije sa potencijalnim partnerima preko društvenih mreža namenjenih baš za upoznavanje nije opasno. Ona smatra da uprkos tome što je lažno predstavljanje na internetu moguće, svako ko je dovoljno digitalno pismen može da se zaštiti od obmana.

Mnogi ispitanici koristili su mreže što su *Tinder* ili *Badoo* da bi upoznali neku novu simpatiju. Za neke, to je način da upoznaju nekog iako nemaju vremena da se kreću po gradu, a neki samo žele da izbegnu direktan kontakt i lakše im je da se dopisuju nego da pokušavaju nekome da priđu u klubu ili kafiću. Mario objašnjava kako koristi te mreže da bi povećao statističke šanse da pronađe partnerku.

„Ako mogu da izađem samo dva puta nedeljno i ako za jedno veče mogu da obiđem samo nekoliko klubova, onda su moje mogućnosti da pronađem devojkicu ograničene. Ali ako koristim još dve aplikacije za upoznavanje, onda mi je mnogo lakše jer mogu da uspostavim komunikaciju sa mnogo više devojaka i to bilo kog dana u nedelji, a ne moram čak ni da im prilazim direktno.“ Mario (29)

Odlika ove dve mreže je između ostalog i to da funkcionišu i kao društvene mreže preko kojih se može pronaći društvo za piće ili za izlazak, a na osnovu kontakata koji se tu uspostave mogu se izgraditi i prijateljstva i veze. Obe mreže imaju funkciju

koja se zove *social*⁵⁶ (društveno) i na taj način se u suštini prikriva primarna funkcija te platforme. Ispitanici tvrde da je ova društvena funkcija mreža za upoznavanje važna jer one ne mogu da ugroze nečiju reputaciju tako što će automatski nekoga izložiti kao samca (*single*) ili kao preljubnika ako je na toj mreži a ima partnerku.

Razotkriti sebe u javnosti kao nekoga ko traži partnera može da bude kompromitujuće zbog čega su mnoge aplikacije za upoznavanje sebe brendirale kao društvene mreže namenjene upoznavanju novih ljudi u različite svrhe, a ne samo za partnerske odnose. Već to na neki način štiti privatnost korisnika jer se prikriva svrha korišćenja ovih mreža. Osim što je postao *social*, *Tinder* je uveo još neke promene koje imaju veze sa privatnošću korisnika. Ranije je bilo obavezno da *Tinder* profil bude napravljen na osnovu *Facebook* profila što sada više nije obavezno pa samim tim ima mnogo više privatnosti. Takođe, u početku je otkrivao kada je ko poslednji put bio *online* što je svakoga od nas činilo nekako ogoljenim, ali ta mogućnost da se vidi kada je ko na mreži kasnije je ukinuta. Vladimir (28) kaže da je te aplikacije počeo da koristi upravo od kada su se profilisale kao društvene mreže a ne kao mreže za upoznavanje.

„Ne želim sebe da eksponiram kao nekog ko je *single* jer o sebi mogu da izgradim vrlo lošu sliku ako sam na primer godinama *single* ili ako me neka devojka sa kojom sam se upoznao uživo vidi na *Tinder*-u ili *Badoo*-u. Dok su to bile mreže za upoznavanje koje su se nezvanično u Srbiji smatrale aplikacijama za seks, nisam imao nikavu želju da napravim svoj profil. Počeo sam da ih koristim kad je to postalo prihvatljivo i kad su mnogi počeli da otvaraju profile kako bi pronašli društvo za piće kad se nađu u nekom drugom gradu. I sam često putujem pa mi to zaista treba, a takođe otvaram mogućnost da upoznam buduću partnerku.“
Vladimir (28)

⁵⁶ *Tinder Social* je funkcija platforme ustanovljena u avgustu 2017 i omogućava „spajanje ljudi radi stvaranja širih društvenih iskustava“. *Tinder* <https://www.help.tinder.com/hc/en-us/articles/115005734383-Tinder-Social-Swipe-with-Friends> (Pristupljeno: 20/09/2018)

Tome nasuprot, Mario ne misli da je imati profil na nekoj mreži za upoznavanje već samo po sebi kompromitujuće kao Vladimir jer su njegova očekivanja vezana za privatnost na internetu, pogotovo na svim tipovima društvenih mreža mnogo manja.

„Uvek sam imao otvorene društvene mreže i moj *Tinder* profil je isto tako otvoren i vrlo iskren sa mnogo informacija. Tu su sve moje fotografije za koje smatram da su verodostojne jer hoću da svako ko ulazi u komunikaciju samnom odmah vidi kakav sam, da kasnije ne bi bilo iznenađenja. Povezao sam svoj *Instagram* i *Facebook* profil sa *Tinder*-om tako da svako može da vidi zajedničke prijatelje i moje fotografije na *Instagram*-u. Nemam razloga da štelujem svoj profil i ne mislim da je u dvadeset i prvom veku sramota tražiti partnera ili partnerku preko interneta. Za mene te mreže najbolje funkcionišu kad tražim kratkotrajnu romansu, a ne i vezu.“ Mario (29)

Nađa je pokušala da pronađe partnera za ozbiljnu vezu uz pomoć aplikacija za upoznavanja, ali se taj njen projekat završio neuspehom ne zato što nije imala dovoljno privatnosti već zato što, po njenom mišljenju svako na toj platformi ima previše privatnosti a posledično i previše mogućnosti izbora.

„Činjenica da svako ima privatnost da komunicira i viđa se sa mnogo ljudi a da se to ne sazna čini da nema načina da se izgradi poverenje i jako je teško izaći iz začaranog kruga te igre *online dating-a*“, kaže ona. „Pošto zbog svog *online* posla nisam imala vremena da tražim dečka napolju, mislila sam da mogu da ga pronađem preko tih mreža. Čitala sam mnogo tekstova o tome kako je to moguće i kako je to uspevalo parovima u SAD, Velikoj Britaniji i Australiji. Teoretski, to zaista jeste moguće tako što se čovek opredeli za jednu osobu koja mu se najviše dopadne ili u koju se zaljubi, ali u praksi ja to nisam uspela da izvedem iako sam bila uporna i time se bavila dve godine. To je bio zaista naporan rad. Mnogo sati sam potrošila na komunikaciju sa tim ljudima i na susrete sa njima. Kad god bi mi se neko stvarno dopao, trudila sam se da naš odnos pretvorim u vezu, ali svako od njih je nastavljao da se viđa i sa drugim devojkama i nije bio spreman da obriše svoj profil na *Tinder*-u. Ta igra je beskrajna jer svako u Beogradu ima, bar prividno, veliki izbor i vrlo je teško staviti tačku i napraviti konačan izbor. Nakon dve godine traganja rešila sam da odustanem od toga i na kraju se udala za dečka koga sam upoznala još u osnovnoj školi u Kruševcu.“ Nađa (35)

Lucija koja je mnogo mlađa od Nađe ne misli da je na mrežama za upoznavanje toliko teško naći partnera, već da to zahteva kreiranje određenih strategija brendiranja samog sebe, a to samo po sebi znači od svoje privatne ličnosti i privatnog života napraviti proizvod.

„Prvo moram da znam šta tačno želim, na primer, da li želim kratkotrajnu ili dugotrajnu vezu. Kad postavim svoj cilj moram da kreiram svoj profil tako da me on vodi ka ispunjenju tog cilja. Na profil mogu da stavim tekst, fotografije i link za svoj *Instagram* i to su elementi sa kojima mogu da radim. Mislim da svi ti elementi treba da stvore koherentnu sliku o meni, prema tome svaki detalj je važan.“ Lucija (23)

Pošto studira menadžment, Lucija mnogo više zna o tehnikama *online* marketinga koji se mogu primeniti i na *online dating*, dok Nađa koja je studirala slikarstvo uopšte nije razmišljala o projektu traženja partnera na takav način. Zamolila sam je da mi opiše kako je izgledao njen profil. „Nisam mnogo razmišljala o tome kako treba da izgleda moj profil jer sam smatrala da je komunikacija najvažnija. Postavila sam nekoliko slika koje su se meni najviše dopadale, nisam imala nikakav tekst, a na *Instagram*-u su uglavnom samo moji radovi tako da to takođe nije bilo mnogo informativno“, kaže Nađa. Za razliku od nje, Lucija je mnogo više pažnje posvetila svom *Tinder* profilu.

„Pažljivo sam birala fotografije i vodila računa o tome koja je prva po redu zato što ona odmah zapada za oko i od nje zavisi da li će me neko svajpovati na levo ili na desno, odnosno da li ću mu se dopasti ili ne⁵⁷. Razmišljala sam i o tekstu na mom profilu jer smatram da to treba da bude poruka koja će ukratko objasniti ko sam ja, kakva sam i šta želim na *Tinder*-u. Mislim da to uopšte nije lako napisati jer je to u suštini jedna suptilna marketinška poruka koja treba da privuče

⁵⁷ Termin “swipe” na engleskom jeziku znači prevući, a aplikacija *Tinder* funkcioniše tako što korisnicima daje opciju da tuđe fotografije jednostavno prstom prevuku na levo ili na desno u zavisnosti od toga da li im se osoba na slici dopada ili ne. Prevlačenje na desno svrstava osobu sa fotografije u grupu ličnosti koje se korisniku dopadaju a prevlačenje na levo ih eliminiše kao osobe koje joj se ne dopadaju.

određeni tip ljudi i da odbije tipove ljudi sa kojima ja ne želim da komuniciram. *Instagram* je dodatni izvor informacija koji može da posluži nekome ko je zainteresovan da sazna više o meni“, kaže ona i dodaje da je neophodno osmisliti strategiju za komunikaciju sa ljudima. „Morala sam mnogo da razmišljam o tome kako da napravim sistem pomoću kog ću eliminisati one koji nisu potencijalni kandidati i suziti izbor, a zatim da nađem način da efikasno komuniciram sa onima za koje mislim da su vredni upoznavanja“. Lucija (23)

Lucija dakle smatra da je potrebno na neki način brendirati sebe na mreži za upoznavanje i napraviti strategiju traženja potencijalnih partnera, a Paulina koja je takođe tražila partnera na ovaj način rekla mi je da je pročitala na stotine tekstova na internetu kako bi napravila svoj profil.

„Kada sam prvi put otvorila *Tinder* profil, uopšte nisam imala dobar metod i izgubila sam mnogo vremena na besmislene razgovore. Mnogi muškarci traže zabavu za jedno veče, a jedna jedina rečenica u opisu profila mogla je da im poruči da ja to ne tražim. Dodatni problem su bile moje slike jer sam odabrala samo neke vrlo suptilne umetničke fotografije na kojima se nije jasno videlo kako izgledam, a neke od njih bile su na vrlo posredan način provokativne a da ja toga nisam bila ni svesna. Zbog svega toga moj profil je slao potpuno pogrešnu poruku o tome šta ja tražim na *Tinder*-u i zbog toga nisam imala nikakvu šansu da nađem ono što sam tražila. Taj prvi profil sam obrisala i napravila drugi koji je bio mnogo ozbiljnije napravljen i to nakon mesec dana razmišljanja i istraživanja na internetu“. Lucija (23)

Osećajući da strategije traženja partnera na društvenim mrežama kao što su *Tinder* i *Badoo* podrazumevaju suviše brutalno izlaganje sopstvene ličnosti na tržištu samaca, neki od mojih ispitanika su se opredelili za drugačije metode. Nalik na susrete u realnim prostorima u kojima se ljudi zabavljaju, susreti u virtuelnim igraonicama mogu da prerastu u prijateljstva ili emotivne veze. Međutim čak i ovi slučajni susreti u virtualnim prostorima za igranje video igara vode upoznavanju i komuniciranju preko društvenih mreža gde su pojedinci ponovo upleteni u interpersonalni nadzor i

marketinške strategije prezentovanja sopstvene ličnosti. Mia je svog dečka upoznala igrajući video igre.

„Tako sam upoznala većinu svojih partnera. Mislim da je to mnogo prirodniji način da se pronađe partner nego mreže koje su napravljene specijalno za upoznavanje. Preko video igara ljudi se spajaju zato što imaju isti senzibilitet. Vole iste igre, razmišljaju slično i imaju sličan stil života. Ali način da se stigne od igre do prvog sastanka je privatna komunikacija i druženje preko društvenih mreža ili preko čet aplikacija. Same mreže za upoznavanje kao što su *Tinder* i *Badoo* mi služe da pronađem društvo za piće kad odem u Milano sa mamom i dosadno mi je dok ona tamo obavlja svoj posao. Tu obično tražim ženske a ne muške osobe i često pronalazim odlično društvo jer u Milanu ima mnogo stranih studenata kojima je takođe dosadno i traže nekoga sa kim bi proveli večer“. Mia (24)

Iz ovih primera se vidi kako se različite platforme mogu koristiti u različite svrhe. Za nekoga mreža osmišljena za upoznavanje partnera može prvenstveno da služi za pronalaženje društva, a za nekoga je društvena mreža najbolji način da se pronađe partner. A bez obzira na to na koji način su se partneri upoznali, oni se najčešće oslanjaju na različite platforme za komunikaciju da prodube poznanstvo, održe kontakt ili čak da održavaju vezu. Intimne veze na taj način delimično se odvijaju u javnom prostoru interneta tako što su privatne poruke, fotorgafije i ispovesti razmenjuju *online*. Za one koji održavaju veze na daljinu to je neizbežno, ali pokazalo se takođe da i veze između partnera koji žive u istom gradu zavise od *online* komunikacije.

Iako *online* komunikacija podrazumeva različite vidove razmene informacija i različite metode komuniciranja od video poziva i audio poziva do tekstualnih poruka, ispitanici sa kojima sam razgovarala za komunikaciju sa partnerima najviše koriste čet na društvenim mrežama ili platformama namenjenim za *online* komunikaciju i najviše razmenjuju tekstualne i vizuelne poruke i tako izlažu svoju privatnost u javni prostor interneta.

Veze na daljinu često zahtevaju stalnu povezanost na mrežu i investiranje vremena u intenzivnu *online* komunikaciju. Silvija (27) koja je magistar međunarodnih odnosa i radi u jednoj međunarodnoj organizaciji preko posla je upoznala partnera koji je rođen u Španiji i stalno menja mesto boravka. Njihova veza koja traje sedam godina zavisi od interneta.

„Osećam kako zbog te veze uvek moram da sam povezana na internet, nezamislivo mi je da kao neke moje prijateljice zavisim od toga da li ću u nekom kafiću pronaći WiFi i uvek biram paket koji ima neograničen pristup 4G internetu. Kad se dogodi da nemam internet u inostranstvu, imam osećaj kao da više nisam povezana sa dečkom. Stalno mislim o tome da li baš u tom trenutku pokušava da uspostavi komunikaciju samnom, a ponekad mi je krivo što ne mogu odmah da mu pošaljem fotografiju sa te destinacije na koju sam otputovala. Naša komunikacija je vrlo intenzivna i ponekad me učini tužnom ako samo na kratko ostanem bez interneta. Naša veza opstala je tako dugo zato što smo se uvek viđali na svaka dva ili najviše tri meseca. Prvih nekoliko godina *Skype* video poziv je bio najvažniji jer je to bilo najsličnije susretu uživo, jedino što je izostajao fizički kontakt. To su bila vrlo lepa druženja. Umeli smo po nekoliko sati svaki dan da provedemo razgovarajući na taj način. Dešavalo se čak i da me uspava svirajući gitaru. Pošto smo se oboje stalno selili i menjali način života, naša komunikacija nije uvek bila idealna. Godinu dana smo živeli zajedno u Španiji, ali kad sam se ja vratila u Beograd zato što sam ovde pronašla bolji posao, a on otišao u Jordan, naša komunikacija je počela sve više da se svodi na tekstualne poruke putem *Facebook Messenger*-a i *WhatsApp*-a. Zbog toga je učestalo dolazilo do svađa i nesporazuma koje su uglavnom bile prouzrokovane zakasnelim odgovorima i nesporazumima“. Silvija (27)

Silvija misli da veza na daljinu koja se održava uz pomoć interneta zahteva mnogo više razmišljanja i da je mnogo tananija i osetljivija od klasične veze jer svaka pogrešno napisana reč može da dovede do prekida komunikacije a samim tim dolazi i do prekida veze.

„Uznemirim se svaki put kad vidim da je on na mreži a nije mi odgovorio na poruku. Odmah se zapitam da li u njegovom životu postoji neko ili nešto što je važnije od mene. Najgore se osećam kad mu pošaljem poruku za koju nisam

sigurna da će je pravilno razumeti a onda dobijem obaveštenje da je on tu poruku pročitao ali odgovor ne stiže. Kad se veza svodi na komuniciranje preko interneta, onda i neke male svađe ili nesporazumi imaju tendenciju da se preuveličavaju i odugovlače. Čutnja je nepodnošljiva kad ne mogu da vidim njegovo lice i shvatim šta ta čutnja zapravo znači, a reči napisane u poruci imaju mnogo veću težinu nego one izrečene u razgovoru. Svaka poruka može da bude pogrešno protumačena i korišćena kao argument u svađi, čak i ako je napisana bez mnogo razmišljanja. Baš te naizgled nevažne svađe prouzrokovane nesporazumima u online komunikaciji mogu da prouzrokuju ozbiljne sukobe pa i raskid veze. Pre godinu dana, ti problemi u komunikaciji doveli su do raskida. Čak smo i raskinuli *online* i to je bilo jako bolno za mene. Mislim da bi 80% tih svađa moglo biti rešeno da smo u tim trenucima mogli da se sretnemo uživo. Rekla bih da te svađe upravo i nastaju iz frustracije što ne možeš da imaš nikakav fizički kontakt sa osobom sa kojom razgovaraš. Ne možeš da ga gurneš, pogledaš ili zagrliš, možeš samo da napišeš poruku. Tek kad smo se posle nekoliko dugih meseci videli i seli da porazgovaramo, problemi su rešeni i veza je obnovljena. Mislim da je mnogo pomoglo to što smo se dogovorili da jedno drugom odgovaramo na poruke u najkraćem roku. Čak i kad je neko od nas dvoje zauzet, mora da napiše da je trenutno zauzet i da će se javiti kasnije". Silvija (27)

Silvijin primer pokazuje da je veza na daljinu koja je svakodnevno živa zahvaljujući internetu vrlo realna, ali takođe pokazuje i to kako takvi odnosi zahtevaju da se *online* komunikacija modifikuje i reguliše nekakvim novim pravilima. Ovaj par je sam došao do saznanja da je za opstanak veze potrebno ustanoviti neka pravila komunikacije i jedno od se tiče pitanja koje metode komunikacije uopšte treba koristiti. Njih dvoje su zaključili da treba da ograniče komunikaciju na korišćenje dve aplikacije: *Facebook Messenger* i *WhatsApp*.

„Ponekad je to video poziv, ponekad glasvona poruka a najčešće tekstualna ili vizuelna poruka. Jedno drugom svaki dan šaljemo fotografije ili neki komičan sadržaj sa interneta, lajkujemo jedno drugom objave na društvenim mrežama, pišemo novosti iz života ili bilo šta što nam padne na pamet, a ponekad ugovorimo video poziv. On meni često šalje glasovne poruke preko *WhatsApp*-a što je mnogo brži i direktniji način komunikacije nego tekstualna poruka. Boja glasa daje više informacija nego tekst, brže je i lakše izraziti se i nema potrebe za

korišćenjem emotikona. Mislim da se u Španiji sada mnogo više koriste te glasovne poruke nego tekstualne, ali ja se još uvek nisam navikla na to pa ja njemu češće pišem poruke.“ Silvija (27)

Kada se ceo partnerski odnos svodi na online komunikaciju, detalji postaju jako važni. Silvija je vremenom otkrila da su emotikoni značajan elemenat dopisivanja preko interneta jer oni daju dodatne informacije o tome kako se neko oseća ili kakva emocija bi trebalo da proprati neku napisanu rečenicu.

„Čini mi se da ni jedna poruka nije potpuna ako nije praćena emotikonima. Oni značajno olakšavaju komunikaciju pa nije ni čudo što ih ima tako mnogo. Ponekad ne znam kako bih reagovala na poruku osim pomoću nekog emotikona koji plače od smeha ili se iščuđava. Čini mi se da ni jedna reč ne može tako dobro da opiše zaprepašćenje ili smeh, a postoje emotikoni koji izražavaju baš te dve emocije“. Silvija (27)

Kad neka veza na daljinu opstaje godinama, jedno od ključnih pitanja je da li se partneri koji svakodnevno razmenjuju privatne informacije preko četa osećaju ogoljeno. Silvijin intiman odnos sa partnerom u velikoj meri se odvija na internetu, a sam internet se može smatrati javnim prostorom baš zato što ni jedna komunikacija nije sasvim privatna i može biti dostupna drugim ljudima na uvid.

„To je već tako dugo deo moje svakodnevice da uopšte ne razmišljam o tome. Zapravo, ne mogu da razmišljam o tome jer jednostavno moram da budem stalno online i moram da delim svoje intimne priče na internetu jer je to jedini način da održim tu vezu. Nikada mi se do sada ništa loše nije desilo i ne osećam se ogoljeno. Zloupotrebe bih se plašila kad bih u tim porukama sala nešto kompromitujuće poput nagih fotografija. Ali to ne radim zato što postoji način da fotografije dospeju do drugih ljudi pa čak i budu objavljene na internetu“. Silvija (27)

Poseban izazov za privatnost na internetu predstavlja trend razmenjivanja pornografskih sadržaja putem privatnih poruka. S obzirom na to da raznovrsni kanali komunikacije od društvenih mreža do enkriptovanih aplikacija poput *WhatsApp*-a ili *Viber*-a zapravo ne garantuju privatnost podataka, a fotografije nečijeg nagog tela smatraju se često „najprivatnijim podacima“ (Rotenberg et al. 2015) iako to ne moraju biti, na primer, u slučaju „webcam models“ (modeli veb kamera) čiji je posao da prikazuju svoje nago telo na različitim veb-sajtovima (Jones 2016), ipak nedvosmisleno postoji mogućnost zloupotrebe ovakvih sadržaja. Deljenje pornografskih sadržaja na internetu bez pristanka osobe koja se pojavljuje na fotografiji ili videu rečnikom međunarodnog prava naziva se „osvetnička pornografija“, a termin je skovan da opiše fenomen koji se uglavnom odnosi na osvetu bivših partnera ili supružnika, iako on takođe podrazumeva sve ostale vrste zloupotrebe pornografije nastale u domaćoj radinosti (Ridley 2015). Do danas je u mnogim zemljama sveta donesena zakonska regulativa koja se odnosi na osvetničku pornografiju, a u Srbiji ne postoji zakon koji reguliše ovo krivično delo iako Krivični zakonik sankcioniše „prikazivanje, pribavljanje i posedovanje pornografskog materijala i iskorišćavanje maloletnog lica za pornografiju“, ali se to odnosi samo na maloletnike (Stepanović 2016: 100).

Ključni problem vezan za osvetničku pornografiju jeste činjenica da je problem teško rešiti zakonski a razlog je sama priroda digitalne slike koju čini njena replikabilnost. Svaka digitalna slika može se beskonačno mnogo puta umnožiti i postaviti na beskonačno mnogo sajtova na internetu i vrlo je teško neki sadržaj ukloniti sa mreže nakon što je jednom objavljen (Citron 2014: 4). Feministkinje Kler Mekglin, Erika Rekli i Rut Hjuton ističu da problem treba posmatrati kao „kontinuum seksualnog nasilja zasnovanog na slici“ smatrajući da je ovaj vid nasilja samo jedan od vidova seksualnog nasilja i sugerišući da nedostaju kvalitetna zakonska rešenja i javne politike koja bi vodila efektivnijim strategijama za borbu protiv ovog problema (McGlynn, Rackley i Houghton 2017: 25)

Nekoliko ispitanika priznalo mi je da su, svesni ili nesvesni mogućih posledica, slali nage fotografije svojim partnerima ili čak simpatijama koje nisu dobro poznavali. Milivoje smatra da je to potpuno normalizovano i da je sastavni deo veza pa i „muvanja“.

„Čini mi se da ta moda počela sa *smart* telefonima. Odavno dobijam takve poruke od devojaka sa kojima se zabavljam ili smo u fazi upoznavanja. Mislim da to može da bude vrlo neugodno kad si negde na javnom mestu, a naročito na poslu, okružen kolegama. Kad mi stigne poruka, ja ne znam da je to fotografija nagog tela sve dok je ne otvorim a onda to može još neko da vidi. Zbog toga mislim da takve poruke treba slati u paketu sa najavom koja bi mogla da glasi 'ne otvarati na poslu'“. Milivoje (37)

„To sam radila preko aplikacije *SnapChat* koja je napravljena tako da fotografije posle kratkog vremena nestanu. Međutim to zapravo nije štitilo privatnost jer je svaka od tih fotografija mogla vrlo lako da se sačuva u telefonu pomoću opcije *screenshot* koja u trenutku pravi fotografiju sadržaja na ekranu. Tako su mnoge privatne fotografije završile u javnosti, pa i na pornografskim sajtovima. Slala sam fotografije potpuno nepoznatim ljudima koji su mi tada bili online simpatije ali sada mislim da je to bilo nepromišljeno“. Emanuela (27)

„Postoje načini da se naprave fotografije nagog tela a da one zapravo ne ugrožavaju privatnost. Najvažnije je da na jednoj fotografiji ne budu istovremeno lice i nago telo jer onda niko ne može da poveže moj identitet sa određenom fotografijom. Osim toga, trudila sam se da napravim slike koje nisu eksplicitne i koje nisu u rezoluciji koja je potrebna da bi se fotografija objavila na nekom sajtu“. Anđela (24)

„Mislim da je slanje takvih fotografija sastavni deo upoznavanja, naročito ako se partneri upoznaju preko interneta. Ne znam zašto i kako bi neko te fotografije zloupotrebljavao. Više volim da odmah vidim tačno kako devojka izgleda i da joj pokažem kako ja izgledam da kasnije ne bi bilo iznenađenja.

Gledam na to krajnje pragmatično jer smatram da se mnogo lakše i bezbolnije ulazi u neki odnos kad se na taj način probije led“. Mario (29)

Za Marija je razmenjivanje nagih fotografija način da se preskoči „agonija“ prvog susreta i kaže da je većina devojaka koje je on upoznao sa njim razmenjivala takve fotografije. Pitala sam ga da li zna šta je „revenge pornography“ i da li zna da postoje sajtovi koji otkupljuju amaterske pornografske fotografije i video snimke. „Nikad nisam o tome razmišljao jer ja sam nikad to ne bih radio. Ako bi neka moja fotografija završila na nekom pornografskom sajtu ne bih se žalio jer nikad ne šaljem fotografije na kojima izgledam loše“, kaže on. Za razliku od njega, Paulina ima potpuno drugačiji stav o slanju takvih fotografija, naročito nakon jednog negativnog iskustva.

„Preko *Tinder*-a sam upoznala jednog momka iz Brisela koji je samnom komunicirao mesecima. Slali smo jedno drugom obične fotografije i video snimke koje prikazuju scene grada ili nekih nama dragih stvari, bilo da je to hrana, odeća ili neki muzički instriment. Bili smo povezani preko *Instagram*-a, *Facebook*-a i *SoundCloud*-a. Pregledala sam njegove profile i izgledalo je da se radi o vrlo zanimljivoj osobi koja se bavi elektronskom muzikom. Pronašla sam mnogo informacija o njemu na internetu i nisam imala nikakvog razloga da sumnjam u njega. Razmenjivali smo čak i video poruke. On je snimao sebe kao kako svira ili kako mi šalje poljupce, ja sam njemu snimala sebe dok radim kod kuće ili šetam gradom. Činilo mi se da smo uspostavili lepo prijateljstvo i dogovarali smo se da se sretnemo u Briselu jer je trebalo tamo da odem poslovno. Mislila sam da bi bilo sasvim bezbedno da se sretnemo u nekom kafeu u tom gradu jer tamo ne bih boravila sasvim sama i ništa loše ne bi moglo da mi se dogodi. Uopšte nisam sumnjala u njega. Međutim jedno veče tražio je od mene da mu pošaljem fotografije svog nagog tela. Uspeo je da me ubedi. Objašnjavao mi je tačno kakve fotografije želi da vidi, a zatim mi je i sam poslao nekoliko svojih fotografija na kojima se videlo i lice. Rekao mi je da su mu se fotografije mnogo dopale, tražio je da mu pošaljem mnogo njih, ali onda je nakon te večeri potpuno prestao da se javlja. Nikada mi se više nije javio i od tada me samo prođe jeza kad pomislim da je možda te fotografije prodao negde na internetu. Ne znam šta se zapravo dogodilo i nadam se da nikada neću ni saznati“ Paulina (36).

Moderne veze na daljinu ponekad opstaju upravo zahvaljujući našim fotografijama jer se seksualnost veze svodi pornografski sadržaj koji pravi kod kuće a zatim deli preko interneta u „privatnom“ četu. U tim slučajevima, postoji očekivanje da će komunikacija preko interneta zaista biti privatna iako to u realnosti zapravo nije tako. Paulina već tri godine ima partnera koji živi u Švedskoj i njihova veza počiva na *online* komunikaciji. Za razliku od Silvije koja za sedam godina nikada nije slala provokativne fotografije, Paulina smatra da njena veza ne bi opstala da to nije radila.

„Sa dečkom me je upoznala prijateljica koja živi u Švedskoj. Naš odnos je počeo dopisivanjem preko *Facebook*-a. Tri meseca smo se dopisivali i nisam sigurna da bismo se ikada videli da nismo počeli da jedno drugom šaljemo nage fotografije. On je to tražio od mene iz dana u dan i vodili smo dugačke rasprave o tim fotografijama. Rekla sam mu da to nikada nisam radila i da ne želim to da radim, ali uspeo je nekako da me ubedi. U početku sam vodila računa o tome da se na fotografijama ne vidi lice i da one budu pažljivo režirane, ali vremenom sam prestala o tome da razmišljam. Bila sam sigurna da on ne bi zloupotrebio te fotografije i zavaravala sam se da niko ne može da ih ukrade iz mog računara i telefona. Nakon incidenta sa dečkom iz Belgije, ni sa njim ne razmenjujem takve fotografije pošto je i on shvatio da je to opasno. Izbrisao je sve moje fotografije iz telefona i sa računara. Neke još uvek čuva na svom privatnom serveru koji drži kod kuće i smatra ga zaštićenim jer je on vlasnik svih podataka koji su uskladišteni tu. Dogovorili smo se da ukoliko u buduće budemo želeli da razmenjujemo takve fotografije to radimo na najbezbedniji način – direktno preko njegovog servera kome i ja imam pristup ili preko aplikacije *Telegram* koja nudi mogućnost da se šalju tajne poruke koje se mogu uništiti“. Paulina (36)

Nakon što je doživela negativno iskustvo, Paulina je osmislila ozbiljnije strategije zaštite privatnosti online komunikacije koje su namenjene specijalno za slanje pornografskih sadržaja. Međutim, održavanje veze na daljinu može da podrazumeva i razmenjivanje mnogih drugih privatnih podataka, a ne samo fotografija.

„Moj dečko i ja razgovaramo o svemu preko tekstualnih poruka i naša prepiska je jedna velika datoteka puna privatnih podataka. Tu je zabeleženo sve od našeg etničkog porekla i političkih stavova do porodičnih drama, seksualnih iskustava,

strahova, stavova o religiji i brojeva pasoša. Sve je na tanjiru. Već godinama komuniciramo preko *WhatsApp*-a ili *Facebook Messenger*-a i svesni smo da su obe aplikacije u vlasništvu iste kompanije, kao i da obe aplikacije na neki način predstavljaju vlasnike tih naših podataka. Jednostavno, tako je počelo, te dve aplikacije svi koriste i nikad nismo prešli na neki drugi, bezbedniji kanal komunikacije kao što su *Telegram* ili *Signal*. Mislim da smo već sve ispričali pre nego što smo uopšte otkrili te dve nove aplikacije, a ni on ni ja nemamo na telefonima dovoljno memorije za instaliranje novih aplikacija. Mislim da je nedostatak memorije na telefonu za mnoge ljude prepreka da bolje zaštite svoju privatnost na *smart* telefonu“. Paulina (36)

Za razliku od Silvije, Paulina stalno razmišlja o tome koliko je ogoljena na internetu i koliko informacija o njoj je pohranjeno u nekim datotekama protiv njene volje. Mnogi se poput Pauline osećaju nemoćno sa tehnologijama koje koriste shvatajući da je reč o tehnologijama nadzora koje targetiraju svakoga (Lyon 2010: 325) i postoji značajna diskrepancija između stavova o privatnosti i praksama zaštite privatnosti (Viseu, Clement i Aspinall 2007: 92), kao i diskrepancija između njihovog ideala privatnosti i spremnosti da ga zamene za druga dobra koja dobijaju od interneta (Hull 2015: 89). Kao i Silvija, Paulina takođe misli da su poruke izvor nesporazuma i da je zbog toga jako teško održavati vezu.

„Naša komunikacija se uglavnom svodi na dopisivanje. Video poziv traje sat ili dva, a čet nema kraj. Mi se u čet u nikada ne pozdravljamo kao da završavamo razgovor nego jednostavno nestajemo iz konverzacije i ponovo se pojavljujemo. Međutim to sa sobom nosi određene probleme. Jako je važno da se dobro razmisli o svakoj poruci koja se napiše ili o svakoj fotografiji koja se pošalje jer sve može pogrešno da se protumači i izazove dramu. U mojoj vezi bilo je mnogo dramatičnih situacija izazvanih porukama. Na primer, jednom je svađu izazvala mema koju mi je on poslao. Ja sam tu memu pogrešno protumačila jer je bila na Švedskom a ja taj jezik ne znam baš dobro. Mislila sam da hoće da mi kaže kako je očajan jer nema devojkicu, pa sam ga pitala šta onda ja predstavljam ako nisam njegova devojkica. Onda se on naljutio zato što sam ja tako odreagovala, objasnio mi šta tačno znači ta mema i nakon toga je usledila tišina sa obe strane koja je trajala nedelju dana. Ti prekidi u komunikaciji su jako bolni. Na žalost, dogodio

se i jedan mnogo teži nesporazum, a on je bio prouzrokovan izostavljanjem jednog zareza u rečenici. Planirali smo susret u Budimpešti i on je napisao rečenicu bez zareza koju sam ja protumačila kao da mu se ne ide samnom u Budimpeštu. Svađali smo se dva dana preko poruka zbog toga i niko nikoga nije hteo da pozove da razjasnimo stvar. Oboje smo bili ljuti i svako je mislio da je onaj drugi kriv. Posle duge rasprave, ja sam se vratila na rečenicu koja je izazvala sukob i shvatila da je izostavio zarez. Izvinila sam se ali prekasno jer je on već bio previše ljut na mene. Taj susret u Beču je zbog svađe odložen i došlo je do sukoba koji je rezultirao raskidom“. Paulina (36)

Čak i kada oba partnera žive u istom gradu, oni komuniciraju putem tekstualnih poruka i imaju probleme vrlo slične onima koje su opisale Silvija i Paulina. Fabijan objašnjava kako se i te veze hrane online komunikacijom.

„Moja veza se više svodi na dopisivanje nego na viđanje. Umesto da se budimo u istom krevetu, mi jedno drugo šaljemo poruku za dobro jutro. Stalno smo u kontaktu, ali nema mnogo fizičkog dodira. Mislim da bi jedan odnos trebalo da evoluirao tako da sve više vodi suživotu a ne udaljavanju. Zbog online komunikacije koja nam daje iluziju da smo neprekidno zajedno, veze se razvlače i usporavaju. Ne znam kako to da promenim. Pokušao sam da sabotiram tu online komunikaciju kako bih nas doveo u situaciju da se intenzivnije viđamo, ali te moje provokacije samo su dovodile do sukoba. Dovoljno je da je pošaljem tu poruku za dobro jutro da izazovem svađu. A kada dođe do prekida u toj online komunikaciji, onda je tek teško uspostaviti fizički kontakt. I dalje učim kako da komuniciram. Shvatio sam da moram oprezno da se izražavam jer jedna pogrešna rečenica može da uzruja moju partnerku. Na primer, misao mora da bude celovita i značenje treba da bude jasno jer primetio sam da sukobi često nastaju zbog toga što se učitavaju pogrešna značenja. Trebalo mi je mnogo vremena da shvatim da kroz tekstualne poruke može da se izrazi empatija i naučio kako da umirim svoju partnerku kad je uzmenirena ili je utešim kad je tužna. Sa njom zaista imam veoma ozbiljne i sadržajne razgovore preko četa. Razgovaramo o svemu i delimo sve tajne. Nekada vodimo dijalog o politici, kulturi i društvu a nekada se žalimo jedno drugom na porođne probleme ili poteškoće na poslu. Baš zato što su naši razgovori tako sadržajni ta veza dugo opstaje. Ali gotovo nikada ne razmišljam o tome koliko su te konverzacije zaista privatne. One se dešavaju na internetu i svestan sam da je to prostor u kome je

teško obezbediti privatnost. Na neki način, kroz te prepiske pišu se lične istorije i sve će to verovatno ostati negde sačuvano i postojati i kada nas više ne bude. Jednostavno živim sa tim, ne razmišljam o tome i ne brinem se zbog toga". Fabijan (40)

Poredeći svoje veze iz prošlosti sa svojom sadašnjom vezom, Fabijan kaže da misli da digitalna komunikacija omogućava da se dobije mnogo dublji uvid u nečiju ličnost i da se parovi mnogo bolje poznaju, ali da su fizički mnogo manje bliski.

„Ranije nisam pričao sa devojkama o svemu i nisam imao tako ozbiljne i duboke razgovore sa njima pa ih samim tim nisam tako dobro ni poznao. Ranije sam mnogo više vremena provodio sa telom, a sada mnogo više vremena provodim vreme sa dušom. Čini mi se da se danas partneri lakše i češće menjaju jer je vrlo lako steći uvid o nečijoj ličnosti gledajući profile na društvenim mrežama i vodeći beskrajne razgovore putem četa. Voajerska znatiželja je vrlo brzo zadovoljena i ljudi se lako zasite jedni drugih. Mislim da je u svemu tome telo postalo nebitno i da se zbog to tela svaki čas menjaju. Posmatrao sam jednog momka u autobusu koji se u isto vreme dopisivao sa pet devojaka. Prelazio je sa jedne društvene mreže na drugu i stalno menjao uloge. U jednoj konverzaciji je izigravao šmekera, u drugoj je bio ponizan i molio devojku da se vidi sa njim, sa trećom je bio opušten jer se sa njom viđa već neko vreme i tako dalje. Mislim da digitalna komunikacija omogućava takve površne odnose i vođenje paralelnih života. A sve to zavarava čoveka jer on ima utisak da se nešto dešava, a zapravo realnost je da je izgubio mesece i godine u površnim odnosima kao taj momak ili je kao ja u vezi koja stagnira". Fabijan (40)

Međutim, kod partnerskih veza između ljudi koji žive u istom gradu, problem nije uvek samo privatna komunikacija nego i javna komunikacija koja se odvija na društvenim mrežama. Objave na *Instagram*-u ili *Facebook*-u mogu da izazovu sukobe i raskide. Fabijan kaže da se njegova devojka ljuti kad on na nekoj društvenoj mreži objavi fotografije sa nekog događaja kome je prisustvovao a nije joj prethodno rekao da će tamo ići, a Mario kaže da njegova devojka namerno objavljuje fotografije iz noćnih klubova kad hoće da ga napravi ljubomornim. „Ako joj se jedno veče ne javim, ona

obavezno objavi neku fotografiju na kojoj se vidi da se ona dobro zabavlja bez mene. To je neka vrsta igre. Ako reagujem na to, onda se igra nastavlja, a ako ne reagujem, onda se ona se naljuti i ignoriše me“, kaže Mario. Za one koji aktivno koriste društvene mreže, sve što se na njima događa potencijalno može postati relevantno za vezu. Mia objašnjava kako tuđi prijatelji mogu da izazovu osećaj ljubomore.

„Svako od nas ima veliki broj kontakata na društvenim mrežama i ti kontakti su uvek neka vrsta opasnosti. Čini mi se da je nemoguće da saznam da li na spisku virtuelnih prijatelja bilo kog dečka sa kojim se zabavljam postoje neke devojke kojima se on dopada, sa kojima on vodi sumnjive razgovore, sa kojima ima neke nedovršene ljubavne priče ili koje je tu dodao zato što se one njemu dopadaju. Hvatam sebe kako pregledam tuđe lajkove, proveravam tuđe profile i vrlo često osećam ljubomoru, a ne smem da pitam ko su te devojke. Ponekad sam ljubomorna samo zato što sam na spisku prijatelja svog dečka pronašla devojku koja ima lepše selfije i više pratilaca nego ja, a ponekad sam ljubomorna zato što vidim da on sa nekom ženskom osobom komunicira u javnim komentarima. Ponekad sam ljubomorna kad vidim da je on nekim drugim devojka lajkovao fotografije a meni nije“. Mia (24)

Problem može da bude i to koliko je neka veza transparentna na društvenim mrežama, pogotovo ako partneri imaju različite poglede na privatnost. Bogdan priznaje da ne voli zajedničke fotografije na društvenim mrežama sve dok neka veza ne postane ozbiljna. Za njega su njegove intimne veze deo privatnosti kojoj nije mesto na društvenim mrežama. „Ako bih svaki čas kačio fotografije sa različitim devojka, to bi svaku od njih činilo ljubomornom. Zbog toga nikada ne objavljujem status veze i ne stavljam zajedničke portrete. Niko ne mora da zna da li se ja viđam sa nekom devojkom ili ne. Ili da li se viđam sa nekoliko njih u isto vreme. To je moja privatna stvar“, kaže on. Anđela kaže da izbegava muškarce koji nikada ne stavljaju fotografije devojaka na društvene mreže jer to onda znači da nisu skloni vezama i da taj aspekt svog života kriju baš zato što se viđaju sa više devojaka u isto vreme. „Problem može da nastane ako jedan od partnera želi da veza bude transparentna na internetu, a drugi to ne želi“, objašnjava ona. „Ako neko kaže da ne želi da na taj način eksponira svoj privatni život

ja to mogu da razumem u slučaju da ne objavljuje nikakve fotografije na društvenim mrežama. Međutim, ako objavljuje sto fotografija mesečno a odbija da stavi jednu našu zajedničku fotografiju, onda ću pomisliti da me se stidi ili da se viđa sa još najmanje jednom devojkom“, kaže Anđela.

Izlaganje neke veze u javnost time što se postavljaju zajedničke fotografije ili tako što se komunikacija odvija preko komentara i lajkova na profilu, može da bude deo kreiranja nečijeg imidža. Paulina kaže da je razmišljala o tome da li fotografije sa dečkom mogu da utiču na njen imidž.

„Te fotografije mogu da mi na neki način podignu cenu u očima konzervativnih članova porodice ali i u očima nekih budućih simpatija. Sa druge strane, to može da izazove zavist ili prezir nekih prijatelja ili da me predstavi u lošem svetlu. Kad god razmišljam o tome da li da postavim neku sliku, razmatram kako će ona izgledati različitim ljudima koji će je videti, ali pošto ljudi ima previše, nemoguće je da predvidim svačiju reakciju. Što više razmišljam o tome, to mi je teže da bilo šta zapravo objavljujem na društvenim mrežama“. Paulina (34)

Silvija takođe kaže da dugo razmišlja pre nego što se odluči da na društvene mreže postavi neku fotografiju sa dečkom. Posmatrajući njene profile na *Instagram*-u i *Facebook*-u, primetila sam da se njen imidž razlikuje na te dve mreže. Na *Facebook*-u nema ni jednu fotografiju sa dečkom, dok na *Instagram*-u ima mnogo njih, uključujući fotografije sa putovanja, intimne zagrljaje i božićne fotografije koje pokazuju da su njih dvoje toliko bliski da provode najveći porodični praznik zajedno, u njegovom domu u Španiji. Pitala sam je zbog čega se ta dva profila toliko razlikuju.

„Ne želim da mnogo ljudi zna bilo šta o mom ljubavnom životu. Na *Facebook*-u uopšte to ne delim sa prijateljima a na *Instagram*-u sam to počela da radim dok to još uvek nije bila popularna društvena mreža. Čini mi se da je sada to postala glavna društvena mreža pa u poslednjih godina ni tu ne postavljam slike sa dečkom ali stare su i dalje tu“. Silvija (27)

Za Silviju dakle otkrivanje veze na društvenim mrežama zavisi od toga ko je auditorijum pred kim se to dešava, ali mnogi poput Marijane koja na društvenim mrežama objavljuje samo umetničke fotografije, Valerije i Nikole koji društvene mreže koriste isključivo za privatnu komunikaciju ili Milivoja koji na svom *Facebook* profilu objavljuje samo fotografije starih automobila, ne smatraju da veze uopšte na bilo koji način treba da se reflektuju na javnim profilima društvenih mreža. Pa ipak, čak i oni se povremeno dolaze u situaciju da preispituju svoje principe.

„Moj princip da lajkujem samo fotografije za koje smatram da su estetski interesantne pada u vodu kada moj partner zahteva od mene da ga podržim tako što ću lajkovati svaku njegovu fotografiju na *Instagram-u*“, kaže Marijana, a Nikola priznaje da ga je bivša devojka naterala da objavi nekoliko njihovih zajedničkih fotografija na svoj *Facebook* profil iako je on svoj profil koncipirao tako da njemu nema nikakvih sadržaja koji upućuju na njegov privatni život. U tom smislu, nečije strategije zaštite privatnosti zavise i od toga kako drugi ljudi, a pre svega partneri doživljavaju privatnost, pa se i te strategije kreiraju zajednički.

Iz ovih primera se vidi na koje su sve načine savremene emotivne veze isprepletane, posredovane ili čak uslovljene informacionim tehnologijama i kako baš zato gube privatnost. Poznanstva koja se ostvaruju na internetu umesto u realnom prostoru oslanjaju se na „interpersonalni nadzor“ na društvenim mrežama, poduprta su marketinškim tehnikama „brendiranja ličnosti“ na tim istim mrežama i uslovljena su ograničavanjem privatnosti koja nameće sama tehnologija. Indirektna komunikacija i četovanje pre susreta licem u lice čine upoznavanje i komuniciranje naizgled bezbolnijim jer izostaje direktan kontakt, ali, kao što mnogi moji sagovornici potvrđuju, baš to povređuje sujetu, izaziva nepoverenje i čini odnose tako fragilnim.

Da li se ideal „čiste veze“ o kome govori Gidens slama se zbog površnosti i nestalnosti odnosa koji povlači nedostatak intimnosti? Da li je Zigmunt Bauman u pravu kada karakteriše savremene romantične veze kao fluidne i prolazne? Premda bi neko drugo etnografsko istraživanje, kao što predlaže Jana Baćević moglo da testira

ovakve teze (Baćević 2007: 33), rezultati do kojih sam ja došla ukazuju na to da se savremene veze u velikoj meri oslanjaju na tehnologiju i odvijaju u nebezbednom prostoru interneta gde se u najboljem slučaju može obezbediti parcijalna privatnost. Veze su stalno na testu zbog tehnologija koje omogućavaju rigoroznije kontrole partnera jednih nad drugima, olakšavaju zloupotrebe i seksualno nasilje i stvaraju zabune koje rezultiraju sukobima, svađama i raskidima. A okružen izobiljem potencijalnih partnera na internetu, teško je naći motiv da se na bilo kojoj vezi istraje. Uprkos tome, neki odnosi opstaju godinama uprkos tome što se održavaju preko labilne internet konekcije, a strategije za čuvanje privatnosti i osnaživanje te veze uče se i savladavaju u hodu, kao što su to objasnili Fabijan, Silvija i Paulina čije veze se mahom svode na *online* komunikaciju.

Neki od primera pokazuju kako se emotivni odnosi reflektuju na javnim profilima na društvenim mrežama i delimično se odvijaju pred auditorijumom, a granice privatnosti u tom slučaju određuju se zajednički, to jest u paru što iznova postavlja pitanje razlike između individualne i zajedničke privatnosti (Such i Criado 2016: 1851). Ograničeni mogućnostima koje pružaju same društvene mreže, pojedinci nisu uvek u stanju da svoju privatnost odrere onako kako bi oni želeli, već te granice zavise od samih društvenih mreža i njihovih politika privatnosti koje se stalno menjaju ali takođe i od njihovih partnera i čitave mreže njihovih kontakata.

3. O granicama privatnog i javnog na društvenim mrežama

Društvene mreže kao novi mediji omogućavaju ograničavanje publike, prenošenje sadržaja iz privatnog u javno, stepenovanje javnosti i stepenovanje privatnosti. Oni služe sa druženje, poslovne i privatne konekcije ali i za samopromociju, reklamiranje svog biznisa ili bilo kakvog projekta i oni omogućavaju razne vidove

komunikacije od lajka do četa. Ako posmatramo lične profile na društvenim mrežama, na prvi pogled je uočljiva njihova interaktivnost jer svaki sadržaj može da se komentariše, lajkuje ili šeruje to jest deli dalje. Međutim, ako se prouče podešavanja privatnosti, onda je jasno da postoje načini da se publika ograniči, tako da neki sadržaj može da bude dostupan široj javnosti, samo „prijateljima“ sa te društvene mreže, samo jednoj grupi ljudi sa tog spiska prijatelja ili čak samo sebi. Za svaki sadržaj se naknadno može menjati auditorijum. Neki sadržaj se takođe može podeliti sa jednom ili više osoba putem privatne poruke, tako da privatna komunikacija ukoliko je grupna može da se tretira kao delimično javna. Ovakve mogućnosti čine granice između privatnog u javno na društvenim mrežama fluktuirajućim i nestalnim, omogućavajući svakom korisniku da se stalno preispituje šta želi i sa kim želi da podeli.

Društvene mreže dalje zamagljuju i relativizuju podelu na privatno i javno kao takvu (Fuchs 2014), pa se privatnost uvek mora posmatrati u kontekstu (Nissenbaum 2010) jer se više ne može smestiti u neki prostor ili na bilo koji način definitivno omeđiti. *Facebook* ili *Instagram* negde su između javne medijske platforme na kojoj svako može da se predstavi i platforme za privatnu komunikaciju. Obe mreže se koriste za obe svrhe, a kao što je već rečeno, nivo javnosti može da se podešava.

Društvene mreže su zamišljene kao jedan novi javni prostor i to u onom smislu u kom Habermas određuje javni prostor - kao domen koji je otvoren za sve, nasuprot zatvorenim i ekskluzivnim prostorima ili grupama (Habermas 1991, 1). On se osvrće na poreklo pojma javno koji se zapravo formira u antičkoj Grčkoj kroz dihotomiju *polis/oikos* i naglašava da je tada sfera javnog bila definisana kao slobodan prostor u okviru koga su građani jedni drugima ravni (ibid. 4). On kaže da se u srednjem veku pojam javnog raspada, u feudalizmu uopšte ne postoji, te da se onda ponovo pojavljuje sa nastankom modernog društva u kome fenomen civilnog društva dobija centralno mesto (ibid. 5). Međutim u šesnaestom veku pojam javno se odnosio na državu i državni autoritet, a sa nastankom političke ekonomije, društvo se transformiše tako da omogućava podelu na političko i socijalno (ibid. 20). Sam domen javnog više se odnosi

samo na državu već se unutar sebe podvaja i deli na domen politike i domen socijalnog, to jest na domen društvenog. Habermasova koncepcija javnog prostora je kritikovana pre svega zato što se odnosi na moderno Evropsko „buržoasko društvo“ i zato što javni prostor o kome on govori nije zaista bio otvoren za svakoga (Fraser 1990: 59), međutim ipak donekle opisuje ono što različite platforme na internetu jesu ili pretenduju da budu. Za društvene mreže se može reći da predstavljaju neki novi javni prostor u tom smilu što služe tome da se izrazi mišljenje o javnim pitanjima ali i da se pojedinci okupe oko nekih ideja pa čak i osnuju pokrete ili započnu neke građanske inicijative kao što su recimo Arapsko proleće ili protesti *Occupy* pokreta u SAD (Fuchs 2014: 83). Međutim činjenica je da ti ti novi javni prostori pripadaju privatnim kompanijama i da su nadzirani i kontrolisani, a ne sasvim slobodni.

Hana Arent ukazuje na opasnost privatizacije javne sfere što je problem koji se danas pojavljuje u kontekstu „sajber prostora“ ili društvenih mreža⁵⁸. Ona je govorila da je ključna posledica modernog doba smanjenje javne i ekspanzija privatne sfere sa pojavom koncepta društva koji zamenjuje agon i spontanu akciju pojedinaca karakterističnu za grčki polis normalnim ponašanjem koje nije ništa drugo nego ispunjavanje nekakve društvene norme (Arendt 1998: 41-42). jednom od svojih kasnijih spisa *Javna prava, privatni interesi* koji je objavljen 1977 godine po prvi put upozorava na to da je privatna sfera takođe ugrožena. Ona kaže da su za slobodu podjednako značajne javna i privatna sfera, odnosno neki privatni, „sopstveni“ prostor zaštićen od javnog mišljenja i nekakav javni prostor zaštićen od privatnih interesa koji je napadnut na „najbrutalniji“ način (Arendt 1977). Ispostavlja se da je ono što ugrožava javnu sferu takođe opasno i po privatnu sferu. Nemogućnost slobodnog izražavanja, nedostatak participacije, odnosno učestvovanja u javnom životu i zastupanje privatnih interesa pojedinaca u društvu ugrožava i njihov privatni život. Ista ona kontrola koja ograničava

⁵⁸ media.ccc.de (28. decembar 2015) Julia Marija Mönig: Household, Totalitarianism and Cyberspace. Preuzeto sa platforme YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=_6sbwAsPuHQ&index=4&t=0s&list=PLZXr2Rpggkrwt1Lh_HHsuOmmOzSAPvGkL (Pristupljeno: 20.12.2018)

javni prostor takođe ograničava i privatnost, a obe sfere su podjednako važne za bilo koje društveno uređenje koje pretenduje na to da bude demokratsko.

Društvene mreže se podjednako koriste kao mediji u kojima svako može da promoviše sam sebe, svoj rad ili svoje mišljenje, ali takođe služe i kao produžetak privatnog prostora u kome se žive obični, privatni životi i stvaraju i održavaju interpersonalni odnosi. U tom virtuelnom privatnom prostoru, kao što se pokazalo, moji sagovornici se stalno bave građenjem i rušenjem granica privatnosti u granicama mogućnosti koje zadaju iste te društvene mreže koje su većito nedovršene konstrukcije koje stalno nadograđuju i „apdejtuju“ svoje softvere nudeći više ili manje slobode i materijala za pregrađivanje privatnih prostora.

Zbog toga što su društvene mreže po prirodi nedovršene i stalno se menjaju, i ovo istraživanje mora da se bori sa tom nedovršenošću i stalnim promenama. Strategije korišćenja društvenih mreža i zaštite privatnosti stalno se menjaju zajedno sa softverskim promenama ali i u skladu sa trendovima korišćenja tih mreža. Razgovarajući sa ispitanicima uočila sam da svi govore o promenama i kada god sam ih pitala kako koriste određene funkcije, oni su se osvrtni na to kako su ih koristili ranije i pravili poređenja između načina na koje su prethodnih godina koristili društvene mreže i nekih novijih praksi. Pregledajući njihove profile, uočavam te promene trendova korišćenja društvenih mreža i zapažam kako se njihov stil građanja tih profila tokom vremena menjao i kako su prelazeći sa jedne mreže na drugu u različitim periodima favorizovali različite mreže i različite vrste sadržaja. Paulina je do 2016. godine bila aktivna samo na *Facebook*-u a zatim je postepeno prestajala da koristi tu društvenu mrežu i gradila svoj profil na *Instagram*-u, Emil je minimalizovao objavljivanje privatnih informacija na svojim profilima od kad je počeo da radi u Vladi Srbije a Fabijan je počeo više da koristi društvene mreže za promociju svojih kreativnih projekata u oblasti muzike, pisanja i slikarstva. Neke promene vezane su upravo za prakse zaštite privatnosti. Valerija je svoje aktivnosti na društvenim mrežama preusmerila sa deljenja sadržaja na svom profulu ka privatnoj čet komunikaciji, Milena

je prestala da objavljuje fotografije svoje kćerke radi pre nego što bi od nje dobila dozvolu za to a Ana je počela da ograničava publiku za sadržaje koje objavljuje na svim društvenim mrežama kako bi sakrila činjenicu da ima devojkicu od roditelja i članova porodice.

Društvene mreže spajaju dve osnovne funkcije i istovremeno su javna platforma i medij za komunikaciju (Meikle i Young 2012: 68). Ali čak i kada se koriste kao javna platforma, oni i dalje mogu da služe za privatnu komunikaciju koja se odvija pred nekim auditorijumom sastavljenim od prijatelja, prijatelja prijatelja ili šire javnosti. Svaki status ili fotografija postavljeni na nečiji profil mogu da budu shvaćeni i kao neka privatna poruka upućena onome ko je tagovan, ili svim ljudima koji mogu da vide tu objavu. Komentari ispod omogućavaju da se na tu poruku odgovori, da se započne dijalog ili rasprava, pa i da se započne privatna svađa. Reakcija na nečiji status može da bude protumačena čak i kao udvaranje.

Razgovori u komentarima i dopisivanje preko zida⁵⁹ su način da se privatna komunikacija odvija pred publikom, dakle - javno. Ova društvena mreža prevela je u sferu javnosti privatne komunikacije koje su se do tada odvijale preko telefona, pisama, telegrama ili razgovora uživo i učinila da se pojam „javno“ (*public*) istorijski po prvi put pojavi u kontekstu nečijeg privatnog socijalnog univerzuma (West, Lewis i Currie 2009: 615).

Da li su korisnici Facebook mreže zaista doživljavali taj prostor kao javan kada se ona tek pojavila? Lea koja je otvorila svoj nalog 2007. godine kaže da je za nju to dugo bila neka vrsta ekstenzije privatnog prostora jer su tu „javnost“ činili samo prijatelji sa kojima se družila i koji su se inače okupljali, na primer, na rođendanima.

„Meni je to izgledalo kao da smo se svi okupili na jednom mestu da ćaskamo, a to nije bilo toliko različito od sedenja u kafiću ili kod mene na rođendanu. Pošto sam u tom početnom periodu *Facebook*-a bila slabo pokretna, bila sam

⁵⁹ Nečiji niz objava na na *Facebook* profilu u to vreme se nazivao *wall* ili na srpskom jeziku zid a sada se zove *timeline*, odnosno vremenska linija. Facebook Help, https://www.facebook.com/help/1640261589632787?helpref=about_content (Pristupljeno: 20.12.2018.)

oduševljena što mogu da se družim sa svim svojim prijateljima a da se ne pomerim iz kreveta. To je izgledalo kao žurka na internetu jer smo svi komentarisali statue i fotografije, nije čak ni bilo potrebe za privatnim četom jer smo svi bili naši. Na mom spisku prijatelja dugo nije bilo nikog koga ne bih pozvala na svoj rođendan, a tada još uvek nije bilo govora o nekakvim krađama podataka, čak ni marketing na toj mreži nije bio razvijen“. Lea (38)

Tokom vremenskog perioda o kome govori Lea, jedan od trendova je bilo dopisivanje preko zida, a ne u privatnim porukama. Pregledajući profile ispitanika, došla sam do zaključka da su se svi do jednog upravo tako dopisivali tokom 2007, 2008, 2009 godine pa i kasnije. Vremenom su informacije na zidu bile sve manje privatne, a konverzacije su počele sve više da se prebacuju u čet. Do zatvaranja privatnih razgovora u grupne ili individualne četove dolazi zbog povećavanja broja „prijatelja“. Lea je počela da razmišlja o privatnosti na *Facebook*-u onog trenutka kada je dobila prvi „zahtev za prijateljstvo“ od osobe koja nije pripadala njenom krugu prijatelja.

„Do tada je *Facebook* za mene zaista bio nešto privatno i nije mi padalo na pamet da to uopšte može da se proširi dalje. Onda sam dobila zahtev za prijateljstvo od jednog kolege. Dugo sam to ignorisala, nisam htela da ga pustim u svoj mali krug prijatelja jer nisam želela da bilo ko van tog kruga čita sve te naše komentare i gleda naše fotografije. Vremenom je počelo da stiže sve više zahteva za prijateljstva od raznih kolega sa fakulteta ili sa posla, članova šire familije i ljudi sa kojima sam komunicirala preko nekih grupa na *Facebook*-u, najviše sa grupe koju su napravili obožavaoci pisca Danila Harmsa. Harms je dovoljno opskuran pisac da ljudi koji njega poštuju već imaju mnogo toga zajedničkog tako da su se iz te grupe izrodila mnoga prava prijateljstva. Posalo je nemoguće držati krug prijatelja pod kontrolom jer se mreža ubrzano širila, a odbiti nekoga za prijatelja na *Facebook*-u ako tu osobu već poznaješ ili sa njom komunicira na drugi način bilo je čini mi se uvredljivo. Prihvatala sam sve više i više ljudi u taj svoj krug. Nastavila sam da koristim svoj profil za te 'javne' diskusije putem komentara, ali paralelno sa tim, mnogi razgovori su odlazili u privatne poruke gde su se vodili ili dijalozi ili konferencijski razgovori sa po nekoliko nas uključenih u konverzaciju“. Lea (38)

Andrijana je imala slično iskustvo kada je privatnost njenog uskog kruga prijatelja na *Facebook*-u narušena zato što je morala da se virtuelno sprijatelji sa svojim kolegama sa posla. Kao i Lea, ona je pokušala da ignoriše zahteve za prijateljstva na *Facebook*-u, međutim, kolege su joj indiskretno skrenule pažnju na to da očekuju da ona prihvati njihove zahteve.

„Mislim da su bili uvređeni jer jedino ja nisam želela da se povežem da kolegama na toj društvenoj mreži. Smatrala sam da sam različita od njih i nisam želela da se oni nađu u tom uskom krugu prijatelja, gledaju naše fotografije i čitaju naše komentare. Međutim, u jednom trenutku sam osetila pritisak da moram to da uradim. Od tada mnogo stidljivije koristim *Facebook* jer imam neprijatan osećaj da me posmatra trideset ljudi sa kojima nemam ništa zajedničko osim što radimo u istoj kancelariji“. Andrijana (37)

Pošto se nije informisala o podešavanjima privatnosti na *Facebook*-u, Andrijana nije konfigurisala svoj profil tako da zadrži intimnost sa svojim bliskim prijateljima, već se jednostavno povukla sa te društvene mreže i umesto nje počela da intenzivnije koristi *Instagram* gde nije bilo njenih kolega sa posla. Posmatrajući Andrijanine profile na obe društvene mreže, primetila sam da je većina objava na *Facebook* profilu javna, a njen *Instagram* profil je potpuno javan. S obzirom na njen stav da na internetu nema privatnosti i s obzirom na to da ona privatnost na društvenim mrežama skoro ni na koji način ne čuva, začudilo me što se osećala ugroženo zbog prisustva kolega na spisku prijatelja. Njen problem zapravo i nije bio kako sačuvati privatnost, već kako te ljude zadržati na distanci.

Andrijana mi je rekla da se plašila da bi zbližavanje sa kolegama preko *Facebook*-a dovelo do toga da se ona oseća kao da je pod lupom i stalno osuđivana zbog toga što je različita od svih njih po svemu od ukusa za hranu do odevanja i prijatelja sa kojima se privatno druži. „Oni su svi iz nekog drugog sveta i ja znam da me ogovaraju čim okrenem leđa. Društvene mreže im samo daju još više povoda za ogovaranje“, kaže ona. Andrijanino iskustvo sa kolegama koje je primoravaju da ih uvrsti u svoj krug

prijatelja i njihova radoznalost, pa i sklonost ogovaranju ukazuje na to da ona zapravo jeste zabrinuta za svoju privatnost pred određenim ljudima koje smatra intruzivnim ali se oseća nemoćno jer ne zna kako da se zaštiti na društvenim mrežama, a time se i ne bavi jer misli da je svaki pokušaj da sačuva privatnost na internetu uzaludan.

Intruzivnost koja je zasmetala Andrijani pominju i drugi sagovornici, i to upravo oni koji su živeli u drugim državama i smatraju da u Srbiji ne postoji „kultura privatnosti“, da su ljudi previše zainteresovani za „tuđe stvari“ i da „jedni druge ne ostavljaju na miru“. Ovakvo mišljenje imaju Emil, Fabijan, Paulina i Mila i smatraju da se nedostatak te kulture privatnosti ogleda i u načinu na koji se u Srbiji koriste društvene mreže.

„Kod nas i dalje opstaje socijalistički model ponašanja, sve je burazerski i ulazi se u intimu bez pardona. U nekoj zapadnoj zemlji, takvo ponašanje se smatra prostačkim i nepristojnim. Ovde je to standard i rezultat je delom lošeg obrazovanja a delom uverenja da su svi jednaki. Svi se mešaju u tuđu intimu, nameću svoje mišljenje i ne vole kad neko insistira na privatnosti jer niko ne sme da bude bolji i ni slučajno ne sme ništa da krije. Moje shvatanje privatnosti stvoreno je tokom života, kroz iskustva koja sam proživljavao. Putovao sam u mnoge strane zemlje i uočavao razlike. Mislim da je najuspešniji model društva Češka gde je osećaj za privatnost veoma izražen. Čehi ne zanimaju drugi ljudi, imaju svoje hobije i izlete u prirodu, a niko nikome ne govori 'nemoj to da radiš, ne valja ti to'. Privatnost je neophodna da bi čovek mogao da donosi racionalne odluke. To je jedan prostor u koji ne treba da se prodire već samo može voljno da se podeli sa nekim jer u suprotnom imamo nasilje a onda tu nema slobode. Kod nas je potpuno normalno da te neko stalno požuruje i da ti ne da mira. Ali baš to 'hajde, požuri, odluči, završi' je najintruzivnije zadiranje u privatnost jer svako mora da bude sam i u miru da bi doneo racionalnu odluku. Privatnost je u obliku koncentričnih krugova. Prvi sloj su misli, zatim ide telo, pa zatim sve ono što se deli sa drugima. Misli su najvažniji deo privatnosti. Pa ipak, ja sam veoma društven čovek i malo toga zadržavam za sebe“. Fabijan (40)

„Na Islandu gde sam živeo dve godine to nikoga nije interesovalo. Ovde se to zadiranje u tuđu intimu pokazuje i kroz ponašanje na društvenim mrežama koje

svi koriste da jedni druge špijuniraju i pokušavaju da saznaju najintimnije stvari. Na društvenim mrežama sve manje delim detalje iz privatnog života i strogo ograničavam publiku za svaku svoju objavu baš zato da kolegama ne bih dao povoda za ogovaranja. Privatnost je pravo da se bude ostavljen na miru, bilo da si u privatnom ili u javnom prostoru. Moj problem je u tome što nigde u Beogradu nemam to pravo, zato toliko mnogo i putujem. Kod kuće moj otac ispoljava svoju intruzivnu narav ukidajući sve fizičke barijere u stanu i čineći ga prohodnim tako da niko nema privatnost, na poslu to isto čine kolege, a na internetu se to isto reflektuje na virtuelni prostor“. Emil (36)

„Ljudi su suviše neposredni, na društvenim mrežama se ponašaju potpuno drugačije nego ljudi u Švedskoj, Engleskoj ili Češkoj. Tamo se, rekla bih, zahtevi za prijateljstvo ne šalju ljudima koje ne poznaješ dobro, poruke se pišu pažljivo i sa manirima, bez intimnih pitanja ili neumesnih komentara tipa 'vidim online si a ne javljaš se' ili 'vidim bila si na moru, a nisi mi rekla da ideš'. Privatnost bi trebalo da bude kontrola nad informacijama o samom sebi, ali ona uvek mora da zavisi od datih okolnosti. Postoje neke informacije koje ne želim da podelim sa rodbinom ali želim da podelim sa bliskim prijateljima, ili možda samo sa dečkom“. Paulina (34)

„Ljudi se suviše bave tuđim životima i analiziraju tuđu intimu čak i na društvenim mrežama. Bave se proučavanjem tuđih profila i ogovaraju jedni druge čak i samo na osnovu onoga što su oni objavili ili komentarisali na *Facebook-u*, *Instagram-u* ili *Twitter-u*. Čini mi se da je potuno normalno da se sedi po kafićima i raspreda o tome gde je ko bio, kako se obukao, kako se slikao, ko je to lajkovao i tome slično. Tako nešto nikad nisam čula od ljudi u zapadnim zemljama u kojima sam boravila. Mislim da to pokazuje kakav je odnos prema tuđoj privatnosti. Verovatno svi koriste društvene mreže između ostalog i da zadovolje neke voajerske potrebe ili da provere ko šta radi, ali čini mi se da se ne bave tuđim životima na tako vulgaran način. Mislim da bi u idealnom svetu svako trebalo da može da postavi svoje granice privatnosti onako kako želi, a drugi ljudi ne bi smeli da prelaze te granice“. Mila (26)

Mila, Paulina, Emil i Fabijan smatraju da njihovu privatnost na neki način ugrožavaju intruzivni ljudi koji vole da se mešaju u tuđe živote, ogovaraju i analiziraju tuđu intimu. Oni veruju da je to "mentalitet" ljudi koji žive u Srbiji i da se on drastično razlikuje od mentaliteta ljudi koji žive u zapadnoj Evropi, a samim tim je i koncepcija privatnosti potpuno drugačija. Mada za sebe ne misle da su se promenili jer niko od njih nije živeo van Srbije duže od dve godine, oni smatraju da je na njihovo lično shvatanje privatnosti uticalo iskustvo koje su stekli u drugim državama i da su zato njihove potrebe za privatnošću nešto izraženije.

Svako od njih daje svoju definiciju privatnosti. Fabijan koji je po nacionalnosti Mađar ali je rođen i živi u Srbiji, a jedan deo svog života je proveo u Češkoj smatra da u Srbiji shvatanje privatnosti proizilazi iz socijalističkog modela ponašanja. On kritikuje taj model ponašanja zato što opravdava zadiranje u tuđu intimu a kao uzor postavlja Češki model ponašanja koji je u tom aspektu potpuno suprotan. On smatra da je privatnost neophodna i možda čak konstitutivna za čovekovu slobodu jer, kako kaže, ona je potrebna „da bi čovek donosio racionalne odluke“. On daje svoje viđenje koncentričnih krugova privatnosti i kaže da u sferu privatnog najpre spadaju misli, zatim telo i na kraju sve ono što čovek deli sa ljudima naglašavajući da su misli najvažniji deo privatnosti. Ipak, Fabijan ne tvrdi da je sve ono što je nabrojao kao privatno uvek privatno, već kaže da to može da se deli, ali da treba da se deli samo voljno. Ono što on smatra ključnim je samo to pravo da se nešto zadrži za sebe, ali da to pravo ne treba da štite samo zakoni već i nekakva etička pravila kojih bi svi trebalo da se pridržavaju. Slično misli i Mila koja, premda ne daje eksplicitnu definiciju privatnosti, smatra da svako treba da ima kontrolu nad tim koje su informacije privatne a koje javne i da granice koje svako za sebe postavlja drugi treba da poštuju.

Emil za razliku od Fabjana nije imao spremnu definiciju privatnosti. Nakon obavljenih intervjuja, priznao mi je da nikad ranije nije razmišljao o privatnosti i da pre razgovora samnom nije bio svestan koliko je njegova privatnost ugrožena na poslu, kod kuće i na društvenim mrežama. Njegova definicija privatnosti kao prava da se bude

ostavljen na miru nije bila mnogo promišljena već je opisala njegov subjektivni doživljaj. On smatra da se interpersonalni odnosi reflektuju na društvenim mrežama i da bi svako trebalo da ima pravo na privatnost, odnosno pravo da bude ostavljen na miru, kako u fizičkom prostoru, tako i na društvenim mrežama. On smatra da bi to pravo trebalo da bude zagantovano i u tradicionalno javnim a ne samo u tradicionalno privatnim prostorima jer on misli da bi trebalo da ima pravo na privatnost kod kuće isto kao i u kafiću ili na *Facebook*-u.

Paulina definiše privatnost kao „kontrolu informacija o sebi“ i ističe da to šta će biti privatno a šta javno uvek zavisi od konteksta. Ona takođe ukazuje na to da je pitanje šta je privatno a šta javno često relativno jer neka informacija može da bude dostupna određenom pojedincu ili grupi ljudi, a istovremeno nedostupna nekom drugom pojedincu ili grupi ljudi. Paulinino određenje privatnosti podudara se sa konceptom „podešavanja privatnosti“ koji omogućava slojevitost kategorija privatno i javno.

Interesantan paradoks sastoji se u tome što su Fabijan i Emil koji vatreno zagovaraju značaj prava na privatnost i čak namerno opstruiraju online komunikaciju da bi bili ostavljeni na miru i uživali u svom miru bez zvuka telefona i bez društvenih mreža obojica veoma druželjubivi, održavaju veliki broj kontakata uživo i preko društvenih mreža i često su među ljudima. Obojica priznaju da kod njih gotovo ništa ne ostaje neizrečeno. Fabijan otvoreno kaže da malo toga zadržava za sebe, a Emil čak priznaje da već dugi niz godina ide na grupnu psihoterapiju gde takođe govori o svojim privatnim stvarima. Paulina koja takođe vrlo oštro brani svoje pravo na privatnost i otvoreno govori o svojim paranoičnim mislima vezanim za nadzor, zapravo možda najintenzivnije živi *online* a istovremeno koristi veoma slabe mehanizme zaštite privatnosti na internetu.

Jendo od glavnih pitanja vezanih za društvene mreže jeste to da li su one zapravo javne platforme koje služe za samopromociju ili platforme za privatnu komunikaciju i druženje i kakve su njihove javne politike privatnosti. Facebook kao

jedna od prvih i svakako jedna od najvećih društvenih mreža na svetu doživeo je velike transformacije od svog nastanka do danas. Kako je dobijao sve više korisnika a paralelno sa tim razvijao svoje marketinške strategije, on je sve više postajao javna platforma. Međutim pošto je glavna i osnovna funkcija ove mreže socijalna, ona ostaje kanal za privatne komunikacije, ali vremenom uvodi sve više i više „podešavanja privatnosti“ (Boyd i Hargittai 2010) kako bi omogućila baš ono za šta je Lea prvobitno koristila svoj profil – intimnija druženja. Pitanje podele na privatno i javno u okviru same društvene mreže postalo je kompleksno jer uključuje brojna račvanja i potpodele. Virtuelni prostori interneta ne treba da budu shvaćeni kao fiksni i jasno definisani kao privatni ili javni, već pre kao „hibridni“ i „fluidni“ koji se transformišu u zavisnosti od toga kako se koriste (Viseu, et al. 2007 633). Samim tim, dolazi do stepenovanja privatnosti kroz mogućnost da se za svaku pojedinačnu objavu ograniči publika. Zid koji je incijalno bio javan, sada može da se uredi tako da se za svaku informaciju odredi ko će je videti, pa je samim tim dobio odlike privatne konverzacije, a čet koji je prvobitno bio kanal za privatnu komunikaciju između dvoje ljudi postao je delimično javan kad se pojavila mogućnost uvođenja neograničenog broja ljudi u konverzaciju.

Međutim osim ove strategije koja se sastoji u tome da se publika ograniči ili da se diskusija zatvori u manju čet grupu, primetila sam da postoje i druge strategije da se sačuva privatnost. Jedna od njih je anonimnost. Iako biti anonimna na nekoj društvenoj mreži zapravo ne garantuje privatnost podataka (Zheleva i Getoor 2009: 531), anonimnost jeste nekakva strategija da pojedinac delimično sačuva svoju privatnost od pojedinih ljudi ili grupa ljudi.

Pošto *Facebook* algoritam ne podržava kreiranje lažnih profila i navodi korisnike na korišćenje verodostojnih podataka, mnogi su otvorili naloge na *Instagram*-u gde je sasvim uobičajeno izmisliti lažna imena i onemogućiti identifikaciju, bar na prvi pogled. *Instagram* se razlikuje od *Facebook*-a i po tome što ne funkcioniše po principu „prijateljstva“ koje je uzajamno, nego po principu „praćenja“ tako da neko nekoga može da prati a da istovremeno ne bude praćen.

Većina mojih sagovornika nije navela svoje puno ime i prezime na društvenoj mreži *Instagram*. Umesto imena koriste pseudonim koji predstavlja korisničko ime, a uz njega ide ili još jedan pseudonim ili samo prvo ime koje označava ličnost čiji je profil. Uz to ide profilna slika koja može biti bilo šta što ne oдаje identitet osobe. Neko ko nema prepoznatljivu sliku ili pravo ime, a profil je podešen tako da bude „privatan“, što znači da je potrebno odobriti zahteve za praćenje pre nego što bilo ko dobije pristup sadržaju profila zaista jeste na neki način anonimna na *Instagram*-u. Međutim, delimično ga oдаje sam algoritam ove društvene mreže koji će taj profil nuditi svim njegovim poznanicima, prijateljima ili članovima porodice uz napomenu „ova osoba je vašem spisku kontakata“ ili „ova osoba je vaš prijatelj na *Facebook*-u“ ili „ovu osobu prate vaši prijatelji“. Ovakav tip anonimnosti može da pomogne nekome ko želi da ima jedan privatan profil za svoje najbliže prijatelje i jedan zvanični, posvećen njenim profesionalnim fotografijama koji je otvoren za sve.

„To funkcioniše kao mehanizam za zaštitu privatnosti zato što na svom privatnom profilu ne prihvatam sve zahteve za praćenje. Ali problem je u tome što algoritam oдаje taj drugi profil pa onda on zapravo nije toliko anonimna. Teoretski, mogla bih da koristim neki drugi telefon, drugu imejl adresu, potpuno neprepoznatljivu fotografiju i neprepoznatljiv pseudonim i tako prevarim algoritam, ali onda niko od mojih prijatelja ne bi znao da sam to ja. Prema tome, primorani smo da se otkrijemo i tu zapravo nema prave anonimnosti jer biti anonimna na društvenoj mreži i nema mnogo smisla“. Mila (26)

Za Milu ta lažna anonimnost funkcioniše delimično kao štita za privatnost, jer se ona oseća slobodnije i zaštićenije kada objavljuje sadržaje na profilu koji ima mali broj pratilaca i krug sačinjen od najbliskijih ljudi. Ipak, ne misle svi da zatvaranje u manji krug ljudi na društvenim mrežama predstavlja dobru strategiju zaštite privatnosti. Rasprostranjeno je i potpuno oprečno mišljenje da upravo oni koji imaju manje „prijatelja“ ili „pratilaca“ imaju i manje privatnosti jer je veća verovatnoća da će svi iz tog kruga ljudi videti njegove ili njene objave. Neki tvrde da je, paradoksalno, lakše sakriti se u moru ljudi nego u malom krugu najbliskijih.

„Ako bih na *Instagram*-u imala deset prijatelja, i svako od njih imao po deset prijatelja, onda bi svako znao ko koga prati, ko kome šta lajkuje, ko je koju sliku objavio i kako se obukao, ko je koga zapratio ili otpratio i tako dalje. Mislim da je to vrlo kompromitujuće jer razotkrivaš svoju privatnost potpuno u neakvoj javnosti iako je to mali auditorijum. Društvene mreže ti postavljaju taj ultimatum da se ili razodeneš pred milion ljudi i da se nadaš da te većina neće videti, ili da se izložiš manjem auditorijumu gde ništa neće proći neopaženo. Imam preko 900 pratilaca i pratim preko hiljadu ljudi i svi oni imaju trocifrene ili četvorocifrene brojeve pratilaca ili osoba koje prate. Mislim da u toj masi više nije prepoznatljivo ko je kome prijatelj, pa je bar taj aspekt privatnosti nekako zaštićen“. Mia (24)

Mia dakle misli da je čak i to ko su zapravo njeni prijatelji neka vrsta poverljive informacije i smatra da to može da se maskira velikim brojem pratilaca među kojima su i potpuno nepoznati ljudi. Ona takođe veruje da biti u masi donekle čini svakog nevidljivim i računa na to da kao ličnost neće biti transparentna pred velikim auditorijumom kao pred manjom grupom ljudi. Na njenom profilu ima više od 800 fotografija i prosečno ima oko stotinu lajkova po fotografiji što znači da u najmanju ruku nešto više od jedne desetine njenih pratilaca vidi i reaguje na njene objave. Među njenim fotografijama ima najviše selfija, ali ima i mnogo prizora iz njenog stana, iz restorana, sa putovanja ili iz večernjih izlazaka, zatim fotografija sa njenim psom, sa porodicom i sa prijateljima, pa i po neki citat ili fotografija preuzeta sa tuđeg profila koja bi trebalo da kaže nešto o njoj ili njenom životu. Ako njen spisak pratilaca ne odaje sa kim se druži, to donekle svakako rade njene fotografije.

Ideja da je lakše biti nevidljiv u masi počiva na uverenju da su svi na društvenim mrežama prezasićeni informacijama i pretpostavci da pošto svako ima organične kapacitete da obradi informacije, nije mnogo verovatno da će baš njegove informacije dospeti do šireg auditorijuma. Upravo ovo uverenje u velikoj meri određuje stavove prema privatnosti na internetu načelno (Moll i Pieschl 2016: 239), a to potvrđuju i neki od mojih ispitanika ponavljajući teoriju o tome da sigurno „nisu mnogo zanimljivi“ kako bi ih neko posmatrao i proučavao.

Bogdan koji ima preko hiljadu pratilaca na *Instagram*-u i preko 500 prijatelja na *Facebook*-u priznaje da zamišlja auditorijum sastavljen od „zgodnih devojaka“ a ne razmišlja o tome da može da ga posmatra i neko ko ima zle namere. Za Anu jedina opasnost su njeni roditelji za koje ne želi da razotkriju njene homoseksualne sklonosti, dok ima vrlo neodređenu sliku o „nepoznatim ljudima“ i smatra da od njih nema šta da krije. Dakle, subjektivna predstava o tome ko je taj koji gleda često određuje stav prema privatnosti. Za Bogdana i Anu koji imaju pozitivnu predrasudu o nepoznatim ljudima koji ih gledaju privatnost nije razlog za brigu, a za Paulinu koja je sklona paranoičnim idejama o tome ko sve može da bude zainteresovan za njene podatke, strategije zaštite su mnogo važnije.

Svako od njih troje ima različita podešavanja privatnosti na društvenim mrežama. Bogdan ima otvoreni *Instagram* profil kako bi privukao više devojaka, a i na *Facebook*-u ima najviše javnih statusa i fotografija. Na prvi pogled, izgleda kao da mu privatnost nije visoko na listi prioriteta jer su mu profili na društvenim mrežama tako transparentni i na njima na stotine selfija. Međutim, on priznaje da su fotografije pažljivo odabrane i da na *Facebook*-u ne dozvoljava da ga prijatelji označavaju na fotografijama jer smatra da to može da ga prikaže u negativnom svetlu ili razotkrije njegov intimni život koji on pokušava da sakrije.

Bogdanov prioritet je dakle njegov imidž pred drugim devojkaama, a o tome koliko informacija o sebi razotkriva nepoznatim posmatračima, kompanijama koje trguju podacima ili eventualno tajnim službama uopšte ne razmišlja. Njegove strategije zaštite privatnosti se vode tom logikom, pa zbog toga targetiraju samo njegovo neposredno okruženje. Za razliku od njega Paulina kreira svoje strategije zaštite privatnosti u odnosu na neposredno ali i šire okruženje, neprekidno balansirajući između potrebe da se sakrije i potrebe da održava kontakte sa velikim brojem ljudi. Zato su njena podešavanja privatnosti pažljivije osmišljena, ali takođe je i razotkrivaju. Njen *Instagram* profil je privatn, a na *Facebook*-u se služi alatom za ograničavanje publike i kontrolisanjem tagova za fotografije.

Ana koja brine jedino o tome da njeni roditelji ne otkriju njene emotivne partnere ima privatni profil na *Instagram*-u i kontroliše podešavanja privatnosti za svaku objavu na *Facebook*-u. Njene fotografije na *Instagram*-u vidljive su njenim pratiocima kojih ima preko 400, ali među njima nema njenih roditelja ili ljudi koji bi mogli da otkriju njene tajne roditeljima. Na *Facebook*-u je za većinu objava publika ograničena na prijatelje kojih ima čak preko hiljadu, a neke objave koje se ne tiču njenog privatnog života (na primer, fotografije psa ili mačaka lutalica za koje traži udomljenje) su javne.

Jedan od glavnih motiva za objavljivanje privatnih informacija o sebi i svojim bližnjima je potreba da se na društvenim mrežama kreiraju uspomene, zabeleže značajni događaji i doživljaji ili obični dani i nekakve sitnice koje su na ovaj ili onaj način posebne i imaju sentimentalnu vrednost. Ana doslovno definiše društvene mreže kao spomenare i na njima deli mnogo detalja iz svakodnevice uključujući kilometražu koju je pretrčala, restorane u kojima je ručala i na stotine fotografija njenih mačaka.

„Volim da delim detalje iz svog privatnog života na društvenim mrežama zato što su to moji mali spomenari u kojima čuvam drage uspomene. *Instagram* mi je omiljena društvena mreža zato što tu imam samo fotografije i svaka od njih me podseća na neki lep trenutak u životu“. Ana (36)

Posmatram njen *Instagram* profil na kome ima više od hiljadu fotografija i kratkih video snimaka, a preko sto objava postavljeno je tokom poslednjih devet meseci. Jedan za drugim, ređaju se prizori iz njenog stana, sa Beogradskih ulica, iz parkova i muzeja, iz klubova i restorana, iz domova njenih prijatelja, iz njene kancelarije, zatim slike sa letovanja, portreti njene devojke i njihove tri mačke, portreti njenih prijatelja, autoportreti, koloritni pejzaži, krupni kadrovi hrane, urbani prizori, slike neobičnih detalja i fotografije njenog bicikla ili njenog laptopa. Neke fotografije su se našle tu zato što su inspirisane lepotom nekog prizora, neke su tu da opišu neku komičnu situaciju, neke podsećaju na konceptualnu umetnost, a neke samo beleže neki sentimentalni trenutak. Na jednoj od fotografija Ana drži knjigu koju je dobila od prijateljice, i ona je

propraćena opisom: „sreću čine male stvari i veliki prijatelji. (ovo je kao da pišem spomenar, a u stvari za mene je uspomenar). Hvala što si ovaj dan učinila još lepšim”.

Za većinu fotografija i video snimaka Ana je označila lokaciju i dala kratak opis. Tako se vidi da je fotografija koja prikazuje nju na splavu na zalasku sunca, okrenutu ka reci napravljena na splavu „Kućica“ u Beogradu, a kratki opis poručuje „poslednji dani leta“ ili da je fotografija krošnje drveta nastala u Pionirskom Parku u Beogradu, a ispod nje piše: „parkić u 11:02 PM“. Zajedno sa opisima, lokacijama i emotikonima koji su tu da pridodaju još neko značenje ili neku simboliku slici, te fotografske objave su male priče iz života koje iako su intimne bivaju podeljene sa stotinama pratioca ili prijatelja na internetu.

Mnogima su mnogo važnije te uspomene koje čuvaju na društvenim mrežama od privatnosti. Magdalena kaže da internet nikada nije doživljavala kao nešto privatno jer je to mreža, nešto što se „zajednički gradi“. Međutim, uprkos tome Facebook je vremenom počela da doživljava kao privatni prostor jer se tu nakupilo mnogo podataka koji zaista dokumentuju nju kao ličnost.

„Doživljam ga kao svoj dnevnik, odnosno nešto moje čemu niko ne bi trebalo da ima pristup, ali svesna sam toga da to nije tako i da su društvene mreže datoteke kojima mnogi imaju pristup. Trudim se da odgovorno koristim društvene mreže i ne mrzi me da prođem kroz sva podešavanja privatnosti. Ipak mislim da najviše što možemo da uradimo jeste da se informišemo o tome kako da se zaštitimo od lakih malverzacija jer zaštititi privatnost u potpunosti nije moguće. U suštini, više me plaši ideja da mogu da izgubim sve te uspomene i informacije koje čuvam na društvenim mrežama nego ideja da neko može da vidi sve moje privatne poruke. Za mene se priča o privatnosti uvek vraća na sam početak života. Pošto imam sestru blizakinju, ja ni u materici nisam imala privatnost i nikada u detinjstvu nisam imala ništa što je samo moje. Kao devojčica pisala sam dnevnik, ali bi moja sestra uvek uspevala da ga pronađe. Jednom sam čak sastavila šifrovani jezik, ali pošto nisam mogla da ga zapamtim, morala sam da ga napišem, a onda je i taj papir trebalo negde sakriti. Od malena sam naučila da ne mogu da računam na privatnost, zato mi to nije toliko važno“.

Magdalena (29)

Mnogi se kao Magdalena i Andrijana osećaju nemoćno da zaštite svoju privatnost na internetu uopšte, a naročito na društvenim mrežama pa otuda i dolazi njihov nemarni odnos prema „podešavanjima privatnosti“. Neki se suzdržavaju od toga da dele detalje o svom privatnom životu na svojim profilima ali i dalje koriste društvene mreže za privatni čit, a neki čuvaju svoju privatnost tako što na svojim profilima dele samo informacije vezane za svoju profesiju ili hobije od kojih zarađuju novac ili eventualno za deljenje i komentarisane nekih aktuelnosti vezanih za kulturu i društvo.

Fabijan kaže da je za njega najbolja strategija korišćenja društvenih mreža samopromocija. On na svojim profilima objavljuje gotovo isključivo informacije vezane za muziku, književnost i likovnu umetnost jer su to njegovi hobiji. Njegovi profili uglavnom su preplavljeni njegovim intervjuima objavljenim u časopisima, novinama ili na internet portalima, fotografijama njegovih umetničkih radova ili snimcima njegovih pesama i nastupa uživo. Tu se te ponekad nađe neka slika sa putovanja. *Instagram* mu je javan, a na *Facebook*-u su uglavnom sve informacije javne, ali fotografije njega koje drugi požele da objave na njegovom profilu prvo on mora da odobri. To je jedino ograničenje koje se tiče privatnosti koje mu je potrebno. Koristeći društvene mreže na ovaj način, Fabijan ne razotkriva svoj privatni život, a ostvaruje dve ključne pogodnosti koje one pružaju: kontakt sa prijateljima i poznanicima kroz privatni čit i promociju svog rada kroz javnu platformu.

Za razliku od Fabijana, Lea i Nađa koriste društvene mreže podjednako kao javnu platformu koja služi za promociju njihovog rada i kao privatnu platformu koja služi za druženje i komunikaciju, a Marijana i Aleksandar su potpuno odvojili funkcije društvenih mreža tako da *Facebook* koriste samo kao javnu platformu koja služi za marketing, a *Instagram* kao privatnu platformu preko koje održavaju kontakte sa prijateljima i objavljuju svoje privatne fotografije. Valerija i *Facebook* i *Instagram* koristi kao platforme za privatnu komunikaciju, dok joj *Twitter* profil služi kao javna platforma na kojoj objavljuje svoje humoreskne komentare na različite pojave u društvu.

Društvene mreže mogu se koristiti na vrlo različite načine tako da profili budu manje ili više privatni, a mogu takođe biti podeljeni u mnogo malih segmenata koji imaju različite stepene privatnosti. Načini na koji se koriste društvene mreže zavise od ličnog stila, a vrlo često su uslovljeni aktuelnim trendovima i menjaju se. Razvijanje i usloznavanje sistema za zaštitu privatnosti na društvenim mrežama ukazuje na to da se trendovi kreću u pravcu omogućavanja sve veće kontrole pojedinaca nad svojim privatnim podacima, ali uprkos tome, niko od mojih sagovornika ne misli da su ti sistemi dovoljni da sačuvaju privatnost. Nemoćni da zaštite svoje podatke koje same društvene mreže čuvaju, analiziraju i dele drugim zainteresovanim stranama, oni se uglavnom ograničavaju na strategije koje im pomažu da se distanciraju od svog neposrednog okruženja, naročito oni koji smatraju da su okruženi intruzivnim ljudima koje interesuje njihov život. Oni koriste različite strategije zaštite privatnosti od „podešavanja privatnosti“ i zatvaranja u male krugove, do sakrivanja u mnoštvu pratilaca, ograničavanja na privatnu prepisku ili korišćenja društvenih mreža isključivo kao javnih platformi. Ali mnogima su koristi koje dobijaju od deljenja privatnih podataka važnije od privatnosti mnogi uviđaju da je zaštita privatnosti na društvenim mrežama kontraproduktivna jer samo ograničava komunikaciju i zatvara razne mogućnosti koje se otvaraju kroz interakcije sa ljudima.

4. Zaključak: podešavanja privatnosti u interpersonalnim odnosima

Savremene komunikacione tehnologije omogućavaju permanentnu umreženost i permanentni kontakt što radikalno menja odnose između pojedinaca. Mnogi ispitanici kažu da se osećaju primorano da stalno budu dostupni jer osećaju pritisak svog neposrednog okruženja, bilo da je reč o partnerima, članovima porodice, kolegama sa posla ili prijateljima. Prećutno se podrazumeva da su svi uvek *online* i već to samo po sebi ugrožava privatnost na dva načina. Najpre, biti stalno online znači biti izložen javnosti jer podaci o kretanju i aktivnostima na mreži se pohranjuju u različitim

datotekama i dalje dele zbog čega su sve ove tehnologije istovremeno tehnologije nadzora (Bauman i Lyon 2015). Neki će reći da su „veliki podaci“ i „metapodaci“ danas nekakva nova valuta jer se na njima zasnima „informativna ekonomija“ kao što se na nafti zasnivala industrijska ekonomija, a njene štetne posledice su povrede privatnosti (Hirsch 2014: 375).

Moji sagovornici koji imaju svest o tome da besplatne usluge na internetu plaćaju svojim podacima osećaju se bespomoćno da se zaštite u potpunosti jer su sigurni u to da postoje povrede privatnosti koje su potpuno van kontrole pojedinca (Masur 2017). Neki od njih se trude da se informišu makar o tome kako da se obezbede minimum privatnosti i zaštite se od „lakših malverzacija“, kako kaže Magdalena kao što su recimo hakovanje profila na društvenim mrežama ili tajno aktiviranje kamere ili mikrofona na telefonu, kućnom računaru ili laptopu, a neki su potpuno odustali od borbe. A čak i oni koji veruju u ideal transparentnosti i smatraju da načelno nemaju šta da kriju, svesni su da postoje neke situacije ili neke stvari koje za njih ipak jesu privatne i koje ne bi voleli da podele sa svetom, ali se nadaju da nikome nisu zanimljivi ili da će njihove tajne nekako proći neopaženo u mnoštvu informacija.

Mnogi ispitanici su rekli da se ne bave zaštitom privatnosti na internetu ozbiljno, a razlozi tome su na primer komfor, lenjost, neobaveštenost, ubeđenje da je svaki napor u tom pravcu uzaludan jer je zaštita nemoguća i tešenje činjenicom da će baš oni ostati neprimećeni. Čak i oni koji su informisani o tome kakve sve opasnosti vrebaju, otkrivaju da ne čine sve što je u njihovoj moći jer to nije praktično, pored ostalog zbog toga što zahteva odricanje od komfora i usluga na koje su se navikli a možda i izolaciju od ljudi sa kojima su navikli da svakodnevno komuniciraju. Svi oni su mi rekli da nikad nisu bili žrtva zloupotrebe privatnih informacija ili da bar za takvu zloupotrebu nikad nisu saznali, a to je jedan od ključnih razloga zbog kojih strah za sopstvenu privatnost na internetu za većinu ostaje u domenu teorija zavere.

Drugi bitan način na koji stalna umreženost postaje pitanje relevantno za problem privatnosti na internetu jeste nečija vidljivost i dostupnost na mreži. Za

mnoge je već sama informacija o tome da li su *online* suvišna privatna informacija koju ne žele da podele sa svim pojedincima sa kojima su u kontaktu. Moji sagovornici ne uspeavaju uvek da informacije koje smatraju poverljivim sačuvaju za sebe jer zaštita privatnosti na internetu ne zavisi samo od pojedinca i njegove „digitalne pismenosti“ koja podrazumeva poznavanje kompleksnih sistema, nego takođe i od samih tehnologija koje nude samo ograničen broj mogućnosti. Zato se neki od njih osećaju učenjeno da koriste tehnologije koje ne smatraju bezbednim samo zato da bi bili u kontaktu sa članovima porodice, partnerima, prijateljima i kolegama, ali i da bi poboljšali kvalitet svog života i rada.

Od transparentne komunikacije preko „zida“ do kompleksnih mehanizama koji omogućavaju omeđavanje privatnih i javnih segmenata virtualnog prostora, društvene mreže su vremenom nudile sve više mogućnosti za omeđavanje privatnog prostora u interpersonalnim odnosima odgovarajući na potrebe korisnika. Međutim njihova „podešavanja privatnosti“ i dalje nude samo delimičnu zaštitu. Svako ih koristi na svoj način, a strategije korišćenja veoma su raznorodne i variraju od anonimnosti ili radikalnog zatvaranja u male krugove ljudi i svođenja komunikacije na čit do potpune otvorenosti koja, kako se ispostavlja, takođe može da funkcioniše kao tehnika zaštite privatnosti. Ipak, iako se vremenom društvene mreže menjaju tako da zadovolje potrebe svojih korisnika kojima smeta nedostatak privatnosti, one istovremeno progresivno stvaraju sve obimnije datoteke pune privatnih podataka. Neki ispitanici skrenuli su mi pažnju na to kako ove datoteke mogu biti korisne nekome ko želi da proveriti identitet nepoznate osobe (na primer, potencijalnog emotivnog partnera) ili kredibilitet neke kompanije. Lucija je čak rekla da proverljivost informacija na internetu čini da se oseća bezbednije kada, recimo traži dečka, zove taksi ili bukira smeštaj preko interneta. Za nju je pitanje da li prioritet treba da bude privatnost ili bezbednost jedno je od prevaziđenih pitanja jer ona smatra da je i jedno i drugo važno, ali da je potrebno uvek u hodu donositi „pametne“ odluke o tome koju informaciju postaviti u javnost, a koju sačuvati kao privatnu.

Podele na privatno i javno na platformama koje omogućavaju komunikaciju i interakciju tečne su, fluidne i ponekad neuhvatljive (Bauman i Lyon 2015). Pošto same platforme omogućavaju stepenovanje privatnosti, za svaku informaciju koja se deli, prvo se određuje nivo privatnosti jer to je kognitivan proces koji zapravo prethodi svakoj komunikaciji preko interneta, posebno na društvenim mrežama gde izbor varira od „javno“ preko za „prijatelje prijatelja“ do privatne poruke koja se šalje jednoj ili više osoba odjednom.

Ta fleksibilnost granice između privatnog i javnog još više je naglašena zbog večite nedovršenosti komunikacionih kanala koji se stalno „apdejtuju“ i rekonstruišu dodajući nova podešavanja privatnosti. A pošto samim tim više ne važe stare definicije privatnog i javnog, ne važe ni stara pravila ponašanja u privatnim i javnim prostorima. I mada se ponekad govori o novom bontonu u digitalno doba, pravila ponašanja nisu utvrđena, a činjenica da se taj digitalni svet u kome bi ona važila stalno menja, rekonstruiše, renovira i dograđuje, otežava posao definisanja nekakvog kodeksa ponašanja. Pojedinci pokušavaju da uhvate pravila ili ih sami uspostave, svako na osnovu svojih iskustava i iz ugla svog ličnog shvatanja privatnosti. Razgovarajući sa mojim sagovornicima, uvidela sam da za mnoge postoje nekakva pravila lepog ponašanja koja regulišu online komunikaciju poput pravila da je nevaspitano videti nečiju poruku i na nju ne odgovoriti. Međutim, ispostavlja da su ona vrlo proizvoljna i da ih različiti pojedinci razičito tumače u skladu sa njihovim ličnim vizijama privatnosti.

Tri ključne definicije privatnosti mogu se iščitati iz njihovih odgovora. Prva je „pravo da se bude ostavljen na miru“ koju su prvi put formulisali američki pravници Voren i Brandajs 1890. godine (Warren i Brandeis, 1890), ali se smatra da je temelje te ideje postavio još Džon Stjuart Mil u *Principima političke ekonomije* (prema Fuchs, 2011: 222). Druga definicija je ograničavanje pristupa privatnim podacima koja se može pronaći u radovima Anite Alen (Allen 1988), Rut Gejvison (Gavison 1980) i Frederika Šumena (Schoeman 1992), a treća je kontekstualna definicija privatnosti koja se ne

odnosi ni na tajnost ni na kontrolu pristupa informacijama već na „odgovarajući protok informacija u određenom kontekstu“ i „pravo na kontekstualni integritet“ koje bi trebalo normirati (Nissenbaum 2010). Ova poslednja definicija možda najadekvatnije pozicionira problem privatnosti u kontekst savremenih tehnologija koje obesmišljavaju svaki pokušaj kategorizacije, odnosno krutih podela na privatna i javna pitanja ili zaustavljanja protoka informacija.

Čak i najintimniji interpersonalni odnosi posredovani su tehnologijom, komoditizuju se i odvijaju i virtuelnom prostoru interneta (Kunel i Quandt 2016: 28). A iako je taj prostor suštinski javan, jasno je da postoji očekivanje da su neki njegovi džepovi poput privatnih četova zapravo ipak privatni. Ideja da bi trebalo da postoji nekakva privatnost u javnom prostoru (Moreham 2006 i Nissenbaum 2010) bliska je većini mojih sagovornika iako ne vide kako bi se to pravo moglo realizovati na internetu jer nemaju poverenja u kompanije koje kreiraju tehnologiju i platforme za komunikaciju na internetu, a ni u autoritet države i zakona. Ali uprkos tome što ne postoji poverenje (Blöbaum 2016), tehnologije se i dalje koriste uz manju ili veću dozu opreza jer paralelno sa potrebom za privatnošću postoji i potreba za deljenjem i otvaranjem zato što je to način da se održavaju interpersonalni odnosi.

Interpersonalni odnosi često podrazumevaju interpersonalni nadzor putem *online* komunikacije jer je to postao način da se vrše kontrole, na primer roditelja nad decom ili partnera jednih nad drugim. Ipak, komunikacione tehnologije mogu da se koriste i za potpuno suprotne svrhe: da se izoluju fizički ili virtuelni prostori privatnosti koji su nedostupni najbližima, na primer roditeljima ili supružnicima. U tom smislu, internet istovremeno podriva privatnost i otvara potpuno nove mogućnosti da se pojedinac izoluje od okoline i pobegne u svoj privatni svet. Ali da li taj novi privatni prostor na internetu vodi pravo u zamku „ekonomskog nadzora“ u „informativnom kapitalizmu“, kako bi rekao Sebastijan Sevinjani (Sevignani 2016: 3)?

Privatnost je na internetu roba, i to ne samo na taj način što privatni podaci imaju ekonomsku vrednost (Fuchs 2014; Sevignani 2016; Crain 2016), već i tako što se različiti

aspekti privatnog života komoditizuju kao na primer sopstvena soba, stan ili automobil koji se izdaju drugima na korišćenje preko platformi kao što su *Airbnb*⁶⁰, *Booking*⁶¹, *CouchSurfing*⁶² ili *BlaBlaCar*⁶³ (Kunel i Quandt 2016: 28) ili metodom samopromocije, brendiranja sopstvene ličnosti na društvenim mrežama (Gandini 2015: 123; Khamis 2016: 191; van Dijck 2013: 199) i aplikacijama za upoznavanje (Ranzini i Lutz 2016: 80). U svim ovim slučajevima nadzor je zapravo motivisan profitom (Lyon 1994: 89), a privatnost se prema logici aktuelnog oblika kapitalizma dobija tržišnu vrednost i nije više nešto autentično, nekomercijalno (Carnicelli, McGillivray i McPherson 2016: 41).

Činjenica da intimni porodični, prijateljski i partnerski odnosi u doba Web 2. interneta doslovno zavise od *online* komunikacije i posredovani su tom komunikacijom za mnoge znači da su ti odnosi donekle lišeni intimnosti (Bauman 2003, David i Cambre, 2016), ali neki od mojih ispitanika pokazuju kako se internet ipak može koristiti da se ostvari vrlo prislan kontakt, vode veoma duboke rasprave, da se veze i prijateljstva održavaju godinama, da se bude u kontaktu sa onima koji žive daleko, da se provodi kvalitetno vreme u društvu. Međutim cena za tu intimnost jeste transparentnost na mreži i dostupnost privatnih podataka svima koji mogu da prodru kroz enkripcije i dospeju do njih.

IV KONCEPT RADA I PITANJE PRIVATNOSTI

⁶⁰ Airbnb

https://www.airbnb.com/a/?af=43720035&c=.pi0.pk53373639558_252707103989_c_12026464216&ghost=true&gclid=EAIaIQobChMIhJTchjXX3wIV1fhRCh1Zcg6xEAAYASAAEgL2pfD_BwE (Pristupljeno: 20.12.2018)

⁶¹ Booking <https://www.booking.com/> (Pristupljeno: 20.12.2018)

⁶² Couchsurfing <https://www.couchsurfing.com/> (Pristupljeno: 20.12.2018)

⁶³ BlaBlaCar <https://www.blablacar.com/> (Pristupljeno: 20.12.2018)

Informacione tehnologije su uvele potpuno nove metode rada i tako transformisale tradicionalne poslove ali i otvorile mogućnost stvaranja potpuno novih zanimanja koja se oslanjaju na te nove metode rada. „Četvrta industrijska revolucija“ dovodi do prožimanja fizičkog i digitalnog a to potpuno menja procese proizvodnje i potrošnje (Schwab 2016: 7). Rad je posredovan tehnologijom koja omogućava stalnu povezanost putem digitalne komunikacije, stvaranje velikih datoteka, brzu obradu podataka, pristup znanju, rad na daljinu, korišćenje veštačke inteligencije i intenzivan nadzor nad radnicima. Pitanje nadzora nad radnicima sve više je povezano je sa pitanjem privatnosti radnika jer se, zahvaljujući tome što je tehnologija do te mere infiltrirana u sisteme rada, nadzor prelijeva na privatni život. Radnik više nije nadgledan samo na svom radnom mestu niti je to radno mesto više fiksirano već postaje mobilno i može da bude locirano i u javnim i u privatnim prostorima.

Iako o vezi između rada i nadzora u kontekstu privatnosti počinje da se raspravlja u dvadeset i prvom veku, dva koncepta su dovođena u vezu još u devenaestom veku (Zureik 2003: 31), a zatim tokom sedamdesetih godina dvadesetog veka počinje da se postavlja pitanje nadzora u funkciji „disciplinovanja“ radnika (Foucault 1995; Edwards 1979). Rad i nadzor bili su neodvojivi u modernom društvu, predstavljajući dva ključna elementa procesa proizvodnje, kako kaže Mišel Fuko u *Nadziranju i kažnjavanju* (Foucault 1995: 175). Svaki propust ili nekompetentnost, kaže on, može da dovede do gubitaka zbog čega je neophodno da radnici i prostori rada budu nadzirani kako bi se osiguralo da se materijal ili radno vreme troši uzalud (Foucault 1995: 175). Nadzor je na ovaj način integrisan u proizvodni proces, ali takođe predstavlja specifičan mehanizam disciplinske moći, kaže on (ibid. 175). Fuko smatra da čitav istorijski period koji se naziva modernost i koji počinje u sedamnaestom veku karakteriše jedna nova vrsta moći ili tehnika vladanja koju on naziva disciplinskom. Po njemu, glavna funkcija disciplinske moći jeste da „trenira“ pojedince, pa ih samim tim i „pravi“, odnosno kreira jer oni su za nju istovremeno objekti i instrumenti (ibid. 170). A

disciplinovanje se izvodi preko nadziranja koje je u doba modernosti uvek podrazumevalo neki ograničeni prostor, bilo da je to škola, bolnica, fabrika ili zatvor.

Nadzor se dakle na taj način definiše kao jedan od ključnih aspekata moći. Da bi objasnio mehanizam modernog nadzora, Fuko se služi metaforom panoptikona - modela zatvora koji je osmislio Džeremi Bentam u osamnaestom veku. Bentam je u pismima upućenoj Engleskoj 1787 godine predstavio koncepciju penitencijarnog sistema koji se bazira na principu središnje inspekcije. On detaljno skicira izgled zatvorske zgrade i kaže da je ona kružnog oblika sa ćelijama poređanim tako da onemogućavaju bilo kakav kontakt ili komunikaciju među zatvorenicima, ali istovremeno omogućavaju uvid u to šta se u njima dešava iz središnjeg dela tog istog velikog prostora jer imaju prozore okrenute ka centru (Bentham 1995: 35). Arhitektonsko rešenje ove zgrade je takvo da omogućava inspektorima koji se nalaze u centru da posmatra sve zatvorenike a da oni sam istovremeno ne budu opaženi. Na taj način, zatvorenici u bilo kom trenutku mogu da budu viđeni i sama činjenica da su pod takvim nadzorom trebalo bi da utiče na njihovo ponašanje. Zbog toga, kaže Bentam, ovaj sistem može da se primeni ne samo na zatvore nego i na škole, bolnice, „ludnice“ ili fabrike (ibid. 34). Fuko kaže da Bentamov panoptikon kao zatvoren i fragmentiran prostor koji se može nadzirati u svakom trenutku i u kome su svaki pokret i svaki događaj praćeni zapravo predstavlja model disciplinskog mehanizma (ibid. 197). On to naziva panoptičkom shemom i kaže da je njena sudbina bila da se proširi na čitavo telo društva i postane generalizujuća funkcija (Foucault 1995: 207).

Ova panoptička shema i danas može biti relevantna za razumevanje sistema nadzora i to ne samo od strane države i njenih vojnih i policijskih obavestajnih službi već i za sve druge oblike nadzora uključujući privatne kompanije, banke i sve ostale institucije koje prikupljaju podatke o stanovništvu. Naime, prema logici nadzora koju je Bentam opisao, podaci o svakom pojedincu potencijalno su važni i mogu biti upotrebljeni u različite svrhe (Barnard-Wills 2012: 29). Danas se možda može govoriti o nekoj vrsti digitalnog panoptikona. Zigmunt Bauman i Dejvid Lion smatraju da

moderni radnik sam sa sobom nosi svoj digitalni panoptikon u obliku smart telefona ili računara (Bauman i Lion 2015). Slično kao u Bentamovom zatvoru, pojedinac u svakom trenutku može da bude posmatran, jedino što mu nije zabranjena komunikacija sa ostalim zatvorenicima. Štaviše, i te komunikacije zabeležene na digitalnim medijima bivaju nadzirane. Upravo zato što se posao više ne mora obavljati samo na radnom mestu, već i od kuće ili na bilo kojoj drugoj lokaciji a poslovne aktivnosti ne mogu se tako lako odvojiti od slobodnih aktivnosti, privatna sfera postala je podjednako relevantna za nadzor radnika. Od analiziranja profila na društvenim mrežama do sakupljanja privatnih podataka i kontrolisanja slobodnog vremena, nadzor pretenduje na to da se prelije na sve aspekte privatnog života jer je privatno vreme i privatni prostor sve teže razgraničiti od radnog vremena i radnog prostora.

Do tog preliivanja dolazi zbog toga što se iste informacione tehnologije koriste za rad i slobodne aktivnosti. Čak i potrošnja, o kojoj se obično razmišlja kao o „aktivnosti koja dominantno pripada kontekstu privatnosti“ i sama predstavlja oblik rada (Erdei 2008: 353). Potrošnja više nije samo potrošnja materijalnih dobara (ibid. 349), pogotovo u domenu interneta jer korišćenje interneta za rad ili zabavu podrazumeva permanentno ostavljanje digitalnih tragova u vidu ličnih podataka pa se može reći da informacione tehnologije čine da je potrošnja istovremeno i proizvodnja (Fuchs 2014). U poglavlju koje govori o transformaciji interpersonalnih odnosa videli smo kako pojedinci svoje privatno vreme provode na mreži kreirajući mase podataka kojima se hrane algoritmi i čijom se obradom kreiraju marketinške strategije. U tom smislu sve aktivnosti na mreži uključujući potrošnju svode se na proizvodnju tih podataka što dodatno relativizuje kategorije privatno i javno i otežava postavljanje granica između legitimnog i nelegitimnog nadzora nad radnicima. Drugim rečima, nadzor bi trebalo da bude ograničen na radno vreme, radno mesto i radne aktivnosti, ali informacione tehnologije čine da se ove zone prepliću sa privatnim zonama. Upravo zato što internet omogućava prikupljanje i obradu ličnih podataka na različite načine, on uvodi različite tipove nadzora u proces rada i to ne samo kroz kamere za nadzor nego i kroz softvere

za merenje vremena i aktivnosti radnika, ali i kroz društvene mreže i platforme za *online* komunikaciju koje nisu na prvi pogled sistemi nadzora ali se mogu upotrebljavati u te svrhe jer generišu velike količine privatnih podataka.

Ključni razlog zbog kog se koncept privatnosti uopšte stavlja u kontekst rada i radnog mesta jeste širenje nadzora van okvira radnog prostora i vremena na domen privatnosti. Neki autori su pokušali da objasne ovaj fenomen analizirajući veze između koncepta nadzora i kontrole i aktuelnog modela kapitalizma koji se često naziva neoliberalizam. Oni se pitaju da li upravo neoliberalizam nameće nekakvu potrebu za totalnim nadzorom u kome podele na rad i zabavu ili na privatno i javno nisu više relevantne, te kakva je uloga informacionih tehnologija u tome i zbog čega se one razvijaju u pravcu ekspanzije nadzora. Različiti autori koji nemaju nužno ista teorijska polazišta i čak potpuno različito definišu neoliberalizam povezivali su koncept nadzora upravo sa konceptom neoliberalizma. Među njima su Mišel Fuko, Nikolas Rouz, Dejvid Harvi i Dejvid Murakami Vud (Foucault 2004; Rose 1989; Harvey 2005; Murakami Wood 2013). „Neoliberalizam se javlja u različitim varijacijama, ali se najčešće konceptualizuje kroz tri isprepletane manifestacije – ideologija, način upravljanja i paket politika“ (Radivojević 2017: 29). Neoliberalizam se može posmatrati kao vladajuća ideologija koju promovišu „globalne moćne elite“ plasirajući u javni diskurs idealizovanu predstavu slobodnog tržišta, potrošačkog društva i globalizacije, a istovremeno, on je i skup javnih politika o deregulaciji ekonomije, liberalizaciji trgovine i industrije i privatizaciji koje obuhvataju i javne politike o radu koje uvode fleksibilnost rada (ibid. 29).

Neoliberalizam se takođe može tumačiti i kao jedan specifičan vid upravljanja koji Mišel Fuko naziva „governmentality“ i koji je „zasnovan na premisama, logici i oblicima moći koje samoregulišuće slobodno tržište ističe kao prikladni model“ (ibid. 29). Fuko smatra da neoliberalizam modelira političku vlast prema principima tržišne ekonomije odbacujući liberalistički princip odsustva intervencije (*laissez-faire*) i opredeljuje se za permanentnu intervenciju (Foucault 2004: 131-132). Prema Fukou

neoliberalna država ima tendenciju da kontroliše čitavo telo društva (ibid. 15), a intervencija je zapravo kontrola koja se ostvaruje pomoću birokratskog i drugih tipova nadzora. Murakami Vud kaže da u savremenom društvu kontrole nadzor služi tome da se omogući funkcionisanje neoliberalizma (Murakami Wood 2016: 317), a Rouz govori o proizvodnji neoliberalnog subjekta i tvrdi da je konsekvencija neoliberalizma „upravljanje dušom“ i da ništa pa ni privatni život ili slobodno vreme nije zaista stvar slobodnog izbora već uvek izbora između ponuđenih mogućnosti (Rose 1999: 231). Rouz želi da kaže da kontrola nije uvek očigledna i nije uvek nasilna jer ne dolazi uvek iz centara moći, već se etičke ili neke druge vrednosti mogu nametati kao određeni životni stil kroz proizvode, reklame i druge sadržaje (ibid. 230).

Neoliberalizacija takođe dovodi do „individualizacije odgovornosti“ koja jača paralelno sa smanjivanjem uloge društvene solidarnosti (Vuković 2017: 302). U tom smislu, neoliberalni subjekat treba shvatiti kao samoregulišući subjekat jer je on pre svega pojedinac „preduzetnik“ koji mora da bude „fleksibilan“ i sposoban ne samo da pronade zaposlenje, već i da se prekvalifikuje i konstantno prilagođava novim uslovima rada (Rose 1990; Buchowski 2001), pa se prema tome mora postaviti i pitanje koliko je post-socijalistički subjekat sposoban da se snađe u novonastaloj situaciji u kojoj se odgovornost prenela na njega i nakon što je uspostavljen novi političko-ekonomski sistem.

Kao što je već rečeno, mnogi autori govore o tehnikama nadzora koje omogućavaju kontrolu društva i smatraju da je koncept neoliberalizma neodvojiv od koncepta kontrole pa samim tim i nadzora. Neoliberalizam se takođe „često povezuje sa periodom intenzivne tehnološke revolucije“ (Radivojević 2017: 30) koja uostalom i rađa informacione tehnologije i savremene metode nadzora. Pošto je „centralna institucija neoliberalnog društva tržište“, a primarni „cilj tržišta je obrada i prenos znanja i informacija“, onda je jasno zbog čega je veza između neoliberalizma i informacionih tehnologija tako jaka (ibid. 30). Harvi definiše neoliberalizam kao teoriju političko-ekonomskih praksi prema kojima se čovekovo blagostanje najbolje može unaprediti

oslobađanjem individualnih preduzimačkih sloboda i sposobnosti kroz institucionalni okvir koji karakterišu imovinska prava, slobodno tržište i slobodna razmena dobara, pri čemu se uloga države sastoji u tome da obezbedi taj institucionalni okvir (Harvey 2005: 3). Mada on neoliberalizam još uvek povezuje sa *laissez-fair* principom i odsustvom državnog intervencionizma, i ne govori eksplicitno o kontroli kao Fuko, Rouz i Murakami Vud, on ipak objašnjava kako i zašto dolazi do proliferacije informacionih tehnologija i na koji način su one u funkciji neoliberalizma. On kaže da neoliberalizam teži da sve aktivnosti prevede u domen tržišta, te da su baš zbog toga bile potrebne tehnologije koje sakupljaju, akumuliraju, prenose i analiziraju podatke koji zatim određuju odluke na globalnom tržištu (ibid. 4). Informacione tehnologije zapravo funkcionišu i kao tehnologije nadzora jer one služe za prikupljanje raznih vrsta privatnih podataka, čak i kad to na prvi pogled tako ne izgleda kao što je slučaj sa „pametnim“ kućnim aparatima ili internet platformama kao što su *YouTube* ili *Netflix*.

Harvi takođe kaže da neoliberalizam privileguje robnu razmenu kao jednu „etiku“ koja bi trebalo da upravlja celokupno ljudsko ponašanje i zameni sva dotadašnja etička uverenja (Ibid. 3), a Nik Kouldri kaže da je neoliberalizam „stil života“ (Couldry 2010: 6). Kouldri pokušava da postavi neoliberalizam u kontekst dvadeset i prvog veka i kaže da on nije ideologija već hegemonija jer predstavlja svet kao skup tržišta ili potencijalnih tržišta pri čemu blokira sve druge narative i uklanja ih iz vidnog polja (ibid. 6). Kouldrijev i Harvijev pogled na neoliberalizam su u toj tački slični, ali Kouldri odlazi korak dalje pokazujući kakve su reperkusije neoliberalizma na rad u doba informacionih tehnologija. On kaže da su ključne promene koje transformišu koncept rada pojava nematerijalnog rada, fenomen rada na daljinu i nadzor koji ide u najsitnije detalje svakodnevnog ponašanja jer postoji ideja da će neprekidno posmatranje radnika rezultirati boljim učinkom (ibid. 31). Neki autori smatraju da je za funkcionisanje neoliberalizma neophodno intenziviranje veze između radne snage i tehnologije, a nadzor je samo jedan od rezultata ove veze, jer one predstavljaju

mehanizme kontrole rada koje su danas rasprostranjene na vrlo raznorodne industrije i oblike rada (Moore, Upchurch i Whittaker 2018: 4).

Pitanje razgraničenja radnog vremena i prostora od privatne sfere takođe je aktuelno, zato što povezanost na internet i portabl računari nude mogućnost da se kancelarijski rad izmesti u bilo koji prostor, ali i zato što se iste tehnologije na sličan ili čak isti način koriste za rad i zabavu. Preklapanje rada i privatnosti ponekad je toliko radikalno da razlike praktično i nema. Međutim čak i kod tradicionalnijih tipova rada to preklapanje postoji i, kao što moji sagovornici pokazuju, sve je teže razdvojiti rad od privatnosti i sprečiti da celokupno slobodno vreme ne postane rad. Internet interveniše u domen rada i tako što uvodi digitalni rad, kreira online tržište rada, nudi obilje mogućnosti za online praćenje aktivnosti i na kraju dovodi do automatizacije rada koja ima dugoročne socio-političke i kulturne posledice (ibid. 125). Distinkcije na kojima je počivao moderni koncept rada kao što su slobodno i radno vreme, rad i zabava ili privatno i poslovno postaju zamagljene, a pošto to podrazumeva prodor rada i nadzora u privatne segmente života, počinje da se postavlja pitanje privatnosti na radnom mestu ili privatnosti radnika uopšte.

Iako je Zakon o radu Republike Srbije u skladu sa evropskim regulativama i garantuje ne samo ograničeno radno vreme već i pravo radnika na privatnost podataka, mnogi smatraju da je on samo „mrtvo slovo na papiru“ jer u srpskom pravu ne postoje jasna pravila za utvrđivanje prekovremenog rada, poslodavci ne poštuju zakone već nameću određene uslove rada, a uslovi rada se ne kontrolišu jer postoji nedostatak inspektora rada na terenu (Rajić Ćalić 2018: 181). Osim toga, moderne tehnologije ugrožavaju pravo na privatnost jer omogućavaju skriveni nadzor koji radnici ne mogu ni da registruju, a to otežava zaštitu njihovog prava na privatnost. Radnici u Srbiji osim u domaćim firmama na koje se primenjuje domaći Zakon o radu i koje se vode lokalnim etičkim vrednostima zahvaljujući internetu i globalnom online tržištu rada imaju mogućnost da rade za strane kompanije locirane širom sveta, a takođe mogu da rade i za međunarodne kompanije koje imaju svoje sedišta u Srbiji a primenjuju etiku

poslovanja države iz koje dolaze. Sa ciljem da istražim kako savremene tehnologije utiču na koncept privatnosti u kontekstu rada, odabrala sam ispitanike koji rade ne samo u domaćim firmama već i u međunarodnim kompanijama koje su locirane u Srbiji ili inostranstvu.

Ispitanici sa kojima sam razovarala žive u Beogradu, imaju između 27 i 41 godinu i bave se različitim profesijama. Neki imaju takozvane „nove“ poslove kao što su programer, stručnjak za telekomunikacije, pisac ili dizajner „na daljinu“, dizajner aplikacija za pametne telefone, dizajner video igara ili urednik profila na društvenim mrežama, dok drugi imaju tradicionalnije poslove kao što su menadžer samoposluge, obezbeđenje u banci, pilot, vozač, agent u turističkoj agenciji, urednik izdavačke kuće, menadžer restorana ili službenik u vladi, ali sva ta zanimanja dotiču i transformišu nove informacione tehnologije, a to ima vidljive posledice po promene koncepata rada i privatnosti. Nova zanimanja ili nove metode rada u starim zanimanjima prate inovativne metode nadzora koje variraju od arhitektonskih rešenja (kao što su, na primer, *open space* prostori) do praćenja aktivnosti na računaru integrisanim softverskim sistemima nadzora.

Ispitanici upućuju na dve vrste privatnosti: jednu koja se tiče privatnosti u odnosu na neposredno radno okruženje, i drugu koja se tiče privatnosti podataka, a i jednu i drugu smatraju ugroženim u svojim radnim okruženjima i zbog posledica digitalnih tehnologija i delimično zbog onoga što moji sagovornici nazivaju „kulturom“ i „mentalitetom“ stanovnika ovih prostora. Privatno i poslovno isprepletani su pre svega zahvaljujući tehnologijama koje se koriste za rad i sistemima komunikacije koji relativizuju granice između poslovne i privatne komunikacije. Većina njih susreće se sa intruzivnim sistemima nadzora sa kojima se ili mire ili se protiv njih se bore tako što pronalaze male mehanizme zaštite privatnosti.

Sa druge strane, svi oni govore i o tome kako se rad i slobodno vreme na različite načine prepliću i poklapaju, kako u kancelariji tako i u tradicionalno privatnim prostorima doma. Privatni život u velikoj meri biva kolonizovan radom i to ne samo

kod onih ispitanika kojima je protiv volje pa i zakonskih normi nametnut prekovremeni rad, već i kod onih koji imaju gotovo idealne uslove za rad, ali su promorani da u slobodno vreme usavršavaju radne sposobnosti kako bi pratili trendove koje iniciraju tehnološke promene i kako ne bi postali prevaziđena ili jeftina radna snaga. U zavisnosti od toga da li rade u domaćim ili stranim firmama i da li rade preko interneta, od kuće, u kancelariji ili na terenu, moji sagovornici imaju vrlo razičita iskustva sa sistemima nadzora, odnosom radnog i slobodnog vremena i etikom poslovanja kada je reč o privatnosti radnika.

1. Novi tipovi nadzora na poslu

Iako se nadzor na radnom mestu smatra pojavom koja koincidira sa transformacijom rada krajem devetnaestog i početkom dvadesetog veka, (Rosenblat, Kneese i Boyd 2014), danas informacione tehnologije omogućavaju mnogo kompleksnije sisteme i daleko veći obim nadzora (Moore, Upchurch i Whittaker 2018: 3). Tehnologije nadzora koriste se da bi se povećala efikasnost rada, smanjila krađa, uvećao profit i potvrdila moć poslodavaca nad zaposlenima, a one uključuju čak i softvere za praćenje aktivnosti koje služe tome da se spreči „krađa vremena“ (Rosenblat, Kneese i Boyd 2014). Zahvaljujući tim novim tehnologijama, same granice radnog mesta postaju neodređene upravo zato što se posao obavlja pomoću prenosivih računara i telefona, a komunikacija između poslodavca i zaposlenih lako se prenosi izvan kancelarije, odnosno izvan fiksiranog radnog mesta (ibid.).

U nekim slučajevima, od radnika se traži da svojim imidžom i ponašanjem reprezentuju kompaniju, posebno ako se radi o prodavcima u nekoj radnji, a u tim slučajevima, kao što Kouldri primećuje, ne radi se toliko o zaposedanju privatnog vremena koliko o vrednostima koje su obično povezivane sa privatnom sferom (Couldry 2010: 76)

Baš zato što se radnik danas pomoću savremenih tehnologija koje su povezane na internet može nadzirati i u radnom i u privatnom ambijentu, Bentamova koncepcija zatvora koju je Fuko koristio da objasni koncepciju nadzora u modernosti, i dalje se koristi da objasni kako funkcionise digitalni nadzor kao neka vrsta prenosivog panoptikona (ibid.). Ali kao što se te tehnologije mogu koristiti od strane poslodavaca za nadzor zaposlenih, one takođe mogu da se koriste i za nadzor nad samim poslodavcima što zaposlenima daje neku vrstu nove moći (Ball 2010), a takođe se mogu koristiti da se zaštite poverljive informacije same kompanije i spreči njihovo deljenje konkurentskim firmama.

Od bezbednosnih kamera do merenja radnog vremena i softvera za praćenje aktivnosti, postoji čitav niz elektronskih sistema nadzora koji su osmišljeni upravo za nadzor radnika. Bolji nadzor nad radnicima može da se ostvari i određenim arhitektonskim rešenjima. Zbog toga je dizajn radnog prostora i raspored prostorija takođe bitan za organizaciju samog rada. (Rosenblat, Kneese i Boyd 2014).

Zahvaljujući internetu modela Web. 2.0, društvene mreže takođe mogu da budu u funkciji nadzora nad radnicima i nadzora samog rada. Mada se profili na društvenim mrežama obično doživljavaju kao nešto privatno (osim u slučaju da su napravljeni kao biznis profili čiji je cilj zarada, promocija ili samo-promocija u cilju zarade), i oni se danas masovno koriste da bi se procenila nečija radna sposobnost, ličnost ili talenti. Nečija reputacija na društvenim mrežama veoma je važna za proces donošenja odluka u departmanima ljudskih resursa u većini modernih kompanija jer se često profili na tim mrežama uzimaju u obzir kada se regrutuju novi radnici (Moore, Upchurch i Whittaker 2018: 13).

Kada je reč o većini *online* poslova ali i nekim tradicionalnim poslovima, često su algoritmi odnosno, veštačka inteligencija ti koji obavljaju monitoring i analiziraju učinkovitost (ibid. 11), pa je zbog toga važno postaviti i pitanje kakve to ima posledice po shvatanje privatnosti radnika čije se ponašanje na poslu posmatra sa mnogo dubljim uvidom u detalje u koje spadaju i paterni ponašanja poput dužine pauza, vreme

potrebno za obavljanje određenih zadataka, broj grešaka, učinkovitost u određeno doba dana, meseca ili godine i tome slično.

Moji sagovornici koji su odabrani iz različitih branši i rade različite vrste posla za različite kompanije, opisali su mi sa kakvim tipovima nadzora se suočavaju na svom radnom mestu, kako sa njima žive i kako se prema njima odnose. Pokazalo se da tip nadzora zavisi od vrste i prirode posla, ali od tipa kompanije, načina na koji posluje, finansijske situacije i drugih faktora. Pokazalo se takođe da svi ispitanici na radnom mestu susreću se sa najmanje jednom vrstom nadzora koje sprovodi poslodavac. Kada je reč o tradicionalnim tipovima posla, obično se radi o kamerama za nadzor i softverima koji računaju radno vreme, a kada je reč o online poslovima, obično postoji softverski nadzor koji meri vreme i efikasnost. Za pitanje nadzora relevantno je čak i arhitektonsko rešenje prostora jer su svi ispitanici koji rade u *open space* prostorijama taj model uređenja kancelarije doveli u vezu sa privanošću na radnom mestu. Poslovi poput pilotiranja i razvoženja robe, nadziru se sofisticiranim tehnologijama sa GPS i drugim sistemima praćenja. Ispitanici su različite mehanizme nadzora delili na manje intruzivne za koje smatraju da su opravdane i potrebne na radnom mestu i one više intruzivne za koje smatraju da previše zadiru u intimu ili čine da se radnici osećaju nelagodno.

1.1. Rad u *open space* prostorima

Iako mi je bila ideja da sa ispitanicima razgovaram o tome na koje načine se informacione tehnologije koriste za nadzor radnika, pokazalo se da čak i stil uređenja prostora može da bude u funkciji tog nadzora. Takozvani *open-plan office* ili otvorena kancelarija koja okuplja veći broj radnika u jednom prostoru najzastupljeniji je tip kancelarije u kompanijama u kojima ispitanici sa kojima sam razgovarala rade. Još od osamdesetih godina dvadesetog veka kada je ovaj tip kancelarije postao rasprostranjen u mnogim zapadnim zemljama, kritikovan je upravo zbog toga što umanjuje privatnost

i onemogućava poverljivu komunikaciju (Sundstrom, Kring Herbert i Brown 1982). Mnogi ispitanici ovaj prostor doživljavaju kao neprijatan jer smatraju da on ugoržava privatnost na radnom mestu, a na nekim primerima čak pokazuju kako je taj stil uređenja prostora u funkciji digitalnog nadzora, na primer tako što omogućava nadgledanje monitora na različite načine.

„Radim u *open space* kancelarijama već godinama i sada sam se na to navikla, ali prvo iskustvo bilo je veoma traumatično i doživela sam ga kao veliki udar na privatnost. Smetalo mi je što ništa ne može da se sakrije pa ni to koliko puta ideš u toalet ili sa kim i o čemu razgovaraš telefonom. Taj prvi *open space* u kome sam radila nije imao mesto gde bi čovek mogao da se sakrije. Danas postoje gluve sobe za sastanke koje se mogu koristiti i za privatne telefonske razgovore, ali to još uvek nije kultivisano jer te sobe nisu zaista gluve i u njima nema uvek mesta za svakoga ko bi hteo da ima malo privatnosti. Jedna od najgorih stvari u početku je bila osećaj da me neko stalno posmatra. Konstantno sam razmišljala o tome kako mi neko gleda u ekran i to me je mnogo dekoncentrisalo. Osim toga cela ta atmosfera me je činila manje produktivnom jer kad svi razgovaraju, onda se i ja uključim u razgovor a to je zapravo gubljenje vremena. To je i danas tako iako sam se sada već navikla na rad u otvorenim kancelarijama. Ono što se promenilo tokom godina je ponašanje radnika. Svi smo navikli na tu transparentnost i počeli smo da budemo otvoreniji i razgovaramo o najprivatnijim pa čak i najgnusnijim stvarima. Na primer, posle sistematskog pregleda svi razgovaraju o svom zdravstvenom stanju. Kad je jedan moj kolega ispričao priču o tome kako svoje dete suši fenom kad se oznoji od temperature, trgnula sam se i počela da razmišljam o tome kako je došlo do toga da su razgovori postali tako eksplicitni i toliko privatni. Verovatno to ima veze sa čitavom kulturom transparentnosti koja je, čini mi se, povezana sa *open space* prostorima. Mislim da se nikada neću u potpunosti navići na takav način rada“.

Alisa (40)

Ovaj primer pokazuje kako *open space* zapravo ne doprinosi produktivnosti dok istovremeno ugrožava privatnost. Alisa takođe iznosi interesantan uvid o tome da se ljudi na neki način vremenom adaptiraju na nedostatak privatnosti na radnom mestu nakon što provedu određeni period radeći u *open space* kancelarijama, ali takođe

nagoveštava da je ta adaptacija samo delimična. Ograničavanje privatnosti povezano je sa nedostatkom poverljive komunikacije, i čini se da je za ovaj tip kancelarije karakteristična, kako Alisa kaže, „kultura transparentnosti“. Međutim, postavlja se pitanje kako ovaj ambijent zapravo utiče na produktivnost rada i komfor radnika. Neka dosadašnja istraživanja ukazuju na to da *open space* kancelarije uprkos tome što su osmišljene tako da omoguće bolju komunikaciju među zaposlenima i povećaju produktivnost na radnom mestu zapravo ugrožavaju privatnost i smanjuju produktivnost jer je prostor pun buke a stalna komunikacija dekoncentriše radnike (Sundstorm, Herbert i Brown 1982; Brennan, Jasdeep i Kline 2002; Kim i de Deer 2013). Mnogi ispitanici smatraju da je *open space* kao arhitektonsko rešenje negativno utiče na koncentraciju i produktivnost a ovaj prostor takođe posmatraju kao neprijatan za rad upravo zbog toga što nemaju dovoljno privatnosti. Osećaj nelagodnosti zbog nedostatka privatnosti u *open space* kancelariji varira u zavisnosti od toga koliko se ljudi nalazi u prostoriji, da li postoje i kamere za nadzor, ko su ljudi sa kojima osoba deli kancelariju i kako se oni ponašaju, koliko su stolovi udaljeni jedan od drugog, kako su ostale prostorije raspoređene i da li postoje intimniji kutci u koje se može pobeći makar na kratko.

„Kada dođem na posao nemam nikavu iluziju da imam trunku privatnosti, ali osećam se neprijatno kad se dogodi da nemam šta da radim na poslu i onda otvorim *Facebook*, *Gmail* ili svoj *Wordpress* blog svestan da me snimaju kamere i svi oko mene mogu da gledaju u moj ekran. Ne osećam se dobro kad na poslu radim bilo šta privatno a dešava se da jednostavno nemam šta drugo da radim. Iako sam se kako su prolazile godine navikao na rad u takvim kancelarijama, nikad mi to nije postalo sasvim prirodno zbog toga što svako može da vidi šta radim i zbog toga što je prostor uvek ispunjen bukom koja ometa rad“. Nemanja (40)

„*Open space* prostori se međusobno razlikuju. Radila sam u nekoliko njih i u svakom je to bilo drugačije iskustvo. Kada je prostor mali i prima manje radnika,

onda su svi upućeni jedan na drugog i mnogo je teže skoncentrisati se i sačuvati privatnost. Najveća firma u kojoj sam radila imala je ogroman *open space* u kom su svi stalno menjali mesta. To je bio koncept kompanije smišljen upravo zato da se niko ne bi sasvim 'skućio' za jednim stolom i oformio bliske kontakte sa kolegama. Tu je radilo i mnogo ugovoraca kojima je bilo zabranjeno da razgovaraju sa bilo kim od nas stalnih radnika što je činilo da postoji neka vrsta anonimnosti, a to je onda samim tim značilo i više privatnosti. Jedna od najneprijatnijih stvari u vezi sa *open space* kancelarijama je to što ne možeš da sakriješ činjenicu da ideš u toalet niti koliko se tamo zadržavaš. Ženama je problem i to što se uvek vidi kad neka ima ciklus po tome da li je ponela tašnu u toalet. Kad je prostor veći i ima više radnika, onda ti se čini da niko ne obraća pažnju na tebe. Najbolja strategija da se sakriješ je čini mi se baš to da uradiš nešto očigledno i nadaš se da to niko neće primetiti. Ako na primer uzmem uložak u ruku i hladno prođem sa njim do toaleta, manja je šansa da će to neko zapaziti nego ako ponesem celu torbu". Alisa (40)

„U mojoj firmi svi su zainteresovani za tuđe privatne živote, a naročito su na meti zaposleni na višim pozicijama kao ja. Zbog toga je jako teško sačuvati privatnost privatnih komunikacija koje ja moram da obavljam na radnom mestu s obzirom na to da provdim mnogo više od osam sati na poslu. Na svom poslovnom laptopu obavljam i te privatne komunikacije zbog čega ne volim da sedim tako da svi mogu da vide moj laptop. Međutim nije lako naći mesto pored zida jer su takva mesta svima omiljena upravo zbog privatnosti. Jedna moja koleginica stalno gleda serije na poslu, ali ne smeta joj da to neko drugi vidi jer to radi u vreme pauze. Ja ne volim da neko gleda u moj ekran i prati šta radim čak ni u vreme pauze. To su za mene privatne stvari". Milivoje (37)

Jedna od strategija za odbranu privatnosti u *open space* kancelariji je biranje položaja koji onemogućava direktan pogled u ekran. Za Milivoja koji na poslu minimum deset sati dnevno, položaj je veoma važan jer on zbog prirode posla u kancelariji provodi i svoje privatno i svoje radno vreme, obavlja većinu privatnih konverzacija, a ponekad i jede ili se opušta. I baš zato što je kancelarija postala mesto na kome on živi i svoj privatni život, smatra da je potrebno da ima neku dozu privatnosti, ali to sam prostor i njegove kolege koje se bave tuđim privatnim životima ne

dozvoljavaju. Za razliku od Alise i Nemanje koji ne mogu da biraju svoje mesto i osećaju se bespomoćno, Milivoje sam za sebe bira takvu poziciju u kancelariji da mu je ekran okrenut ka zidu a ne ka ostalim kolegama. Međutim čak ni on nije uvek u mogućnosti da odabere poziciju koja je bolja za čuvanje privatnosti upravo zato što su mesta pored zida najpopularnija i svi pokušavaju da dođu do njih. Alisa koja ima najviše iskustva sa radom u različitim *open space* kancelarijama došla je do zaključka da je privatnost možda čak lakše sačuvati u većem prostoru u kome je smešten veći broj ljudi jer je pažnja rasuta i zapravo niko ne obraća pažnju ni na koga. Međutim ona sama implicitno kaže da je moguće da se radi o subjektivnom osećaju jer kaže da se njoj „čini“ da niko ne gleda baš u nju iako je sasvim moguće da neko to ipak radi. Njen primer takođe ilustruje kako anonimizacija prostora može da doprinese nekakvom subjektivnom osećaju da radnik zapravo ima privatnost i da iluzija privatnosti u *open space* prostoru figurira kao neka vrsta zamene za pravu privatnost.

Nemanja je pokazao kako može da se oseća radnik koji radi u *open space* kancelariji sa kamerama za nadzor i koga nadređeni mogu posmatrati ne samo preko ramena ili putem softvera za nadzor već čak mogu da ih nadgledaju putem kamera. Nemanja koji ima veliko radno iskustvo i samopouzdanje tvrdi da ga ne uznemirava činjenica da je posmatran dok obavlja svoj posao, ali priznaje da mu postaje nelagodno onog trenutka kad nema šta da radi i primoran je da radi nešto privatno kako bi prekratio vreme. Margareta (34) koja tek odnedavno radi u firmi koja se bavi snabdevanjem optičarskih radnji u Beogradu, kaže kako je izložena velikom stresu jer se tek obučava u novom poslu a činjenica da svako može da gleda u njen ekran čini je nervoznom. Njoj takođe smeta blizina kolega jer oseća kako se nervoza drugih reflektuje i na nju.

„To je moj novi posao, nikada ranije nisam radila u *open space* kancelariji i osećam se veoma neprijatno. Ni sama nisam sigurna u to da li je to što radim dovoljno dobro niti da posao obavljam dovoljno brzo. Pošto moja firma svakodnevno isporučuje ogromne količine robe optičarskim radnjama u Beogradu, postoji konstantna presija da se posao obavlja što brže i što efikasnije. Činjenica da me

neko stalno gleda dok radim doprinosi tome da radim sa još većom nervoznom nego kada bih sedela sama u kancelariji, a to zapravo usporava moj rad, terajući me da se neprekidno preispitujem da li sam nešto mogla bolje ili brže da obavim. Istovremeno, konstantno nešto ometa moj rad jer svesno ili nesvesno slušam šta drugi govore pa i sama učestvujem u razgovorima. Još uvek sam u fazi obuke i navikavanja na ovaj posao, a ta atmosfera koja me okružuje čini da se osećam vrlo nelagodno, dekoncentrisano i nesigurno. Najgore se osećam kada imam privatni poziv i moram da se javim na telefon jer me zovu roditelji ili dečko".
Margareta (34)

Za razliku od Alise, Nemanje i Milivoja, Margareta nema mnogo iskustva sa radom u open space kancelariji i čini se da baš zato pravi tako oštru razliku između rada pod nadzorom i rada bez nadzora. Ostali ispitanici već su adaptirani na rad u ovakvim kancelarijama i naviknuti na sisteme nadzora, a Margareta ističe razliku između rada u *open space* kancelariji gde je svi gledaju i rada u klasičnim kancelarijama (sa kojima ima više iskustva) gde nema ko da je vidi. Pošto nije navikla na rad u ovakvom ambijentu, Margareta kaže da oseća nervozu i da radi sporije nego u klasičnoj kancelariji gde je niko ne posmatra.

Među ispitanicima bilo je i onih kojima tuđe gledanje u ekran načelno ne smeta, ali im je važno da stvore iluziju osamljenosti kako bi produktivnije radili. Među njima su Ela (28) koja radi u jednoj marketinškoj kompaniji i Martin (27) koji radi kao senior dizajner u jednoj IT kompaniji. Razgovarajući sa njima, stekla sam utisak da su zadovoljni svojim poslom, kompanijama u kojima rade i kolegama sa kojima saraduju. U oba slučaja radi se o uspešnim stranim kompanijama koje saraduju sa najpoznatijim brendovima i okupljaju isključivo mlade radnike. I Ela i Martin tvrde da je jedini način da se izoluju i stvore „svoj svet“ u *open space* prostoru da stave slušalice na uši i slušaju muziku, podkast ili neki dokumentarni film. To im pomaže ne toliko da dobiju privatnost za koju smatraju da im na radnom mestu nije potrebna, već da neutrališu one negativne efekte rada u zajedničkim prostorijama o kojima su govorili Alisa i Nemanja.

Zvučna barijera čini da su kao i na svojim telefonima nedostupni iako su online, te da se sačuvaju od distrakcija u vidu okolne buke i razgovora sa kolegama.

I dok ovi sagovornici uspevaju da pronađu način da sačuvaju bar delić privatnosti i imaju prostora za kreiranje malih strategija da se sklone od pogleda ili makar uspostave zvučnu barijeru, Jan (30) koji radi u kol centru jedne avio kompanije zajedno sa 140 ljudi u jednom velikom open space prostoru nema nikakvu privatnost i nikakve mogućnosti da kreira slične strategije tokom osam sati radnog vremena. Jan tvrdi da taj posao čini radnika potpuno transparentnim, bez ikakve privatnosti.

„Samo za jednim stolom sedi nas šezdesetoro i niko od nas nema prostora da diše. Suviše smo blizu jedni drugima i ta blizina smeta ne samo zato što ja nemam nikakvu privatnost nego i zato što mi smetaju tuđi privatni problemi od neprijatnog zadaha do nervoze ili pospanosti. Većina razgovora sa klijentima se prisluškuje kako bi se osiguralno da radnici dobro obavljaju svoj posao. Mene to čini nesigurnim jer mi deluje kao da posao obavljam pred nekakvim auditorijumom. Kao da radim na radiju, a ne u kol centru. Međutim, glavni problem je što nemam privatnost ni kada ostavim slušalice kako bih iskoristio pauzu. Svi radnici imaju pauzu u isto vreme, ona traje 45 minuta i za to vreme moram da ručam i obavim svoje fiziološke potrebe bez obzira na to da li mi je to baš tada potrebno. U tih 45 minuta svi koriste toalet i ja ni u tom toaletu nemam privatnosti jer muški toaleti nisu u potpunosti odeljeni jedni od drugih. Suzbijajući potrebu za mokrenjem, jednom prilikom sam čak dobio zapaljenje bešike“. Jan (30)

Open-plan office dizajn je sam po sebi neka vrsta panoptikona, posebno s obzirom na to da moderan kancelarijski posao podrazumeva rad na računaru, sa ekranom koji je uspravljen i vidljiv, a ne na papiru koji je postavljen horizontalno na stolu. Takvi prostori su u funkciji nadzora, a on može biti još dodatno pojačan prisustvom kamera kao što je slučaj u Nemanjinoj firmi i nekim od kompanija o kojima je govorila Alisa. Svi ispitanici koji obavljaju svoj posao u kancelariji rade u nekoj vrsti *open space* prostora i svi osećaju neku vrstu „nelagodnosti“. Za Elu i Martina ta nelagodnost je povezana

najviše sa bukom u takvim prostorima, dok drugima osim toga smeta i to što im neko gleda u ekran ili to što svako može videti dok odlaze u toalet.

S obzirom na to da je teško odvojiti privatno od javnog u modernim poslovnim prostorima (Introna 2000), onda se postavlja pitanje treba li privatnost na radnom mestu potpuno ukinuti ili je zapravo nekako treba uvesti u same mehanizme rada i organizaciju prostora? Čini se da se moderni poslovni prostori ne mogu okarakterisati ni kao striktno javni ni kao striktno privatni, upravo zbog preklapanja privatnog i poslovnog o kojima govore moji sagovornici. Na primer, pauze za toalet ili za ručak jesu fragmenti privatnog vremena i zbog toga neki ispitanici poput Milivoja insistiraju na tome da je potrebna neka vrsta privatnosti na radnom mestu iako se to tradicionalno smatra prostorom koji se vezuje za rad i nije privatn. Osim toga, u slučajevima kada se za jednog menadžera poput Milivoja radno vreme produžuje do te mere da mu van kancelarije ne preostaje mnogo privatnog vremena, onda on smara da s pravom može da zahteva da radni prostor bude organizovan tako da omogući bar neke elemente privatnosti.

Pošto savremeni *open space* kancelarijski prostori ne dozvoljavaju mnogo prostora za privatnost, moji sagovornici pokušavaju da se delimično sklone od pogleda tako što traže bolje mesto pored zida, tako što koriste slušalice da neutrališu spoljašnje zvukove ili tako što u ruci kriju uložak sa kojim idu u toalet. Većina njih tvrdi da se vremenom delimično adaptirala na rad u *open space* prostoru, ali niko te prostore ne smatra sasvim prirodnim staništem gde se osećaju ugodno. Alisino zapažanje da su se vremenom *open space* prostori delimično „kultivisali“ i da se ponašanje ljudi počelo menjati u skladu sa politikom transparentnosti koju *open space* koncept nameće, govori o tome da je moguća neka vrsta adaptacije na sistem rada koji nameće tako otvoren radni prostor, te da ona vodi i većoj otvorenosti ljudi jer oni, kako kaže Alisa, počinju otvorenije da govore o najbizarnijim privatnim detaljima vezanim za telo i zdravlje. Međutim, niko od mojih ispitanika se nije zaista u potpunosti adaptirao na *open space* i svako od njih naveo je neke osobine koje mu kod takve koncepcije prostora smetaju.

Interesantno je da se pokazuje kako je jedan od načina da se sačuva privatnost u *open space* prostoru upravo anonimizacija prostora onako kako je Alisa opisala u slučaju velike kompanije u kojoj je radila. U pitanju su veliki prostori sa pustim stolovima na kojima niko ne ređa svoje privatne stvari jer će uskoro biti premešen na drugo mesto, u kojima vlada zabrana komunikacije među radnicima za vreme radnog vremena, a postavljene su i gluve sobe koje mogu da posluže za privatne telefonske razgovore. Ovo se doima kao koncept koji zaista omogućava privatnost kroz anonimnost, međutim, kao što kaže Alisa, čak ni u toj kompaniji o kojoj ona govori i koja je jedna od najvećih i najbogatijih u Srbiji, to zapravo u realnosti ne funkcioniše kao anonimni prostor jer sobe zapravo „nisu gluve“, a radnici koji tu rade godinama, međusobno se poznaju i zapravo nisu anonimni, znaju jedni o drugima mnogo i međusobno komuniciraju.

Kada se *open space* prostorima dodaju bezbednosne kamere i drugi digitalni sistemi nadzora koji prate i mere sate i učinkovitost radnika, onda se dobija još potpunija transparentnost rada koja omogućava poslodavcu da još bolje i preciznije proceni da li je svako od zaposlenih uradio ono za šta je plaćen i da li se posao odvija po planu. Iako je kao arhitektonsko rešenje kreiran mnogo pre softvera za merenje vremena i učinkovitosti, *open space* je i danas vrlo aktuelan model kancelarije možda baš zato što je kompatibilan sa svim savremenim oblicima digitalnog nadzora. Međutim, kada je reč o nadzoru na radnom mestu, jedno od ključnih pitanja je da li je on kao takav uvek legitiman ili se može govoriti i o nelegitimnom nadzoru. Drugim rečima, pitanje je da li savremeni nadzor ugrožava pravo na privatnost radnika i da li radnici uopšte imaju to pravo na radnom mestu?

1.2. Tajni nadzor radnika

Zbog prirode informacionih tehnologija koje omogućavaju različite oblike skrivenog nadzora, mnogi ispitanici sumnjaju u to da postoje nekakve „špijunske“ provere zaposlenih i misle da je moguće da su čak i njihove privatne korespondencije

pod nadzorom ili bar da su povremeno dostupne na uvid poslodavcu. Iako su tajnost pisama i drugih sredstava opštenja kao i privatnost podataka zagantovani Ustavom Republike Srbije⁶⁴ i Zakonom o radu⁶⁵, a Evropska konvencija o ljudskim pravima garantuje pravo na privatnost⁶⁶, većina mojih sagovornika smatra da od svojih poslodavaca ne mogu da očekuju poštovanje tih prava zato što misle da se zakoni u Srbiji nedovoljno poštuju i zato što takvu vrstu povrede prava na privatnost nije moguće lako detektovati jer se privatne prepiske mogu neopaženo kontrolisati. Rebeka (39) koja ima završenu srednju školu ali je uz pomoć poznanstava uspela da dođe do menadžerske pozicije u jednom od najvećih lanaca samoposluga u Srbiji smatra da ona nema nikakvu kontrolu nad tim ko kada i kako nadgleda računare u firmi.

„Ubeđena sam da naši glavni nadređeni koji su stranci imaju uvid u sve što radimo i prate sve podatke kako se ne bi dogodilo da neko ukrade novac ili robu ili iradi bilo šta što nije u skladu sa njihovim interesima. Verujem da osim što prate informacije koje su vezane za samu firmu prate i informacije koje su vezane za zaposlene, a to uključuje privatne pozive, privatne prepiske, imejlove, SMS poruke i *Facebook* profile. Jednostavno ne znam kako i čemu sve mogu da pristupe jer su ti savremeni sistemi nadzora podmukli i nevidljivi. Znam da je nezakonito da neko pristupa mojim privatnim podacima, ali sigurna sam da postoje načini na koje se to može uraditi a da ja to uopšte ne primetim. Pošto sam već jednom bila otpuštena sa posla zbog navodnih malverzacija, postala sam paranoična tako da uvek imam svest o tome da šta god da radim na internetu može da bude dostupno mojim šefovima“. Rebeka (39)

„Pošto nisam imala novca da kupim sebi ni računar ni mobilni telefon, koristim ove koje mi je dala firma na korišćenje i samim tim ih ne smatram privatnom svojinom. Pa ipak, koristim te uređaje za privatnu komunikaciju i zabavu u slobodno vreme. Znam da je moguće da moji nadređeni dođu do mojih privatnih

⁶⁴ Ustavni Sud Republike Srbije, *Ustav Republike Srbije*, član 41 i član 42

<http://www.ustavni.sud.rs/page/view/sr-Latn-CS/70-100028/ustav-republike-srbije#d2> (Pristupljeno 27/10/2018)

⁶⁵ Zakon o radu, Sl. Glasnik RS, br. 24/2005, 61/2005, 54/2009, 32/2013, 74/2014, 13/2017 – odluka US I 113/2017, član 83

⁶⁶ Council of Europe, Evropska konvencija o ljudskim pravima, član 8

https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_BOS.pdf (Pristupljeno 27/10/2018)

podatka. Svesna sam i da ću jednog dana morati da vratim laptop i telefon, ali mislim da je dovoljno da sa njih obrišem svoje lozinke, istoriju pretraživanja na *Google*-u i svoje privatne podatke. Znam da IT stručnjak u mojoj firmi može da dođe do svih mojih privatnih podataka sa slubenih uređaja koje koristim, ali ne verujem da u mojoj firmi neko ima vremena niti volje da kopa po mojim privatnim stvarima i pokušava da pronade neke informacije o meni. Nisam dovoljno interesantna da bi se u to uložio ikakav trud. Nemam ništa da sakrijem i ne radim nikakve tajnovite stvari“. Anastazija (37)

Oba ova primera pokazuju da su radnici često svesni toga da savremene informacione tehnologije omogućavaju tajni nadzor koji se ne može detektovati. Bez obzira na to da li se oni takvog neopaženog nadzora zaista plaše ili ne, čini se da je činjenica da su ga uvek svesni i da sa njim računaju od početka svog angažmana u nekoj kompaniji. Anastazija razmišlja slično kao Rebeka, ali dok Rebeka sumnja u to da se njeni nadređeni bave tajnom špijunažom radnika, Anastazija veruje da se u njenoj firmi niko zapravo ne bavi takvim aktivnostima iako je svesna da je to moguće. Anastazija koristi takozvani *nothing to hide* argument da objasni zbog čega se ne plaši nadzora (Solove 2011) i veruje da nikome zapravo nije dovoljno interesantna da bi trošio vreme ili možda čak novac na pretragu i analizu njenih privatnih podataka. Iako kaže da je svesna da laptop i telefon pripadaju firmi, ona ih zapravo koristi potpuno slobodno za privatne aktivnosti bez ikakvih zaštita za privatnost, uverena da nikada zapravo nije meta nadzora. Za razliku od nje, Milivoje se plaši tajnog nadzora i kršenja prava na privatnost radnika jer zna da su njegove kolege zainteresovane za njegov privatni život i da imaju načina da dođu do određenih poverljivih informacija zloupotrebom tehnologija. I on koristi računar koji je dobio od firme, ali se odgovornije ponaša pokušavajući da pronade različite vrste zaštite kako njegove kolege ne bi mogle tako lako da dođu do njegovih privatnih podataka.

„Već tri ipo godine sam na ovom poslu i osmislio sam neakve strategije pomoću kojih čuvam svoju privatnost, ali svestan sam da to mogu samo delimično da ostvarim. Atmosfera na poslu je špijunska. Svi su zainteresovani za tuđe živote, a u takvoj atmosferi, mnoge privatne informacije mogu se upotrebiti protiv tebe.

Moja *middle manager* pozicija čini me odgovornim ali i interesanijim za špijuniranje. Nemam mnogo toga da sakrijem, ali ne želim da neko u mojoj firmi sazna neke informacije o meni. Na primer, da imam vanbračno dete koje živi u inostranstvu. Mislim da je to privatna informacija koja bi u nekom trenutku mogla biti upotrebljena protiv mene. U Srbiji je veoma izraženo to mešanje u tuđ život, ali ne mislim da to postoji samo kod nas. Godinama sam živeo u Engleskoj radeći sličan posao i znam da to postoji i tamo, samo se takve stvari rade u rukavicama, a ovde je to brutalnije i seljačkije“. Milivoje (37)

Milivoje otkriva da u njegovoj firmi postoje takvi odnosi moći u kojima se informacije o privatnom životu mogu koristiti da se pokvari nečija reputacija ili oslabi nečiji položaj. On zbog toga zaštitu digitalne privatnosti vidi kao deo svog posla i trudi se da bude što bolje informisan o tome kako da svoje podatke sačuva. Uvidevši da se informacione tehnologije koje se koriste za obavljanje posla takođe potencijalno mogu koristiti za neku vrstu špijunaže zaposlenih, Milivoje je osmislio neke strategije da sačuva barem deo privatnosti, iako mu je jasno da ne može u potpunosti da kontroliše svoju privatnost na poslu.

„Koristim službeni laptop i, mada ga samo ja upotrebljavam, znam da naš IT stručnjak ima pristup mojim podacima i da ih može isporučiti mojim nadređenima. Danas čak i istorija pretraživanja na *Google*-u može da se upotrebi protiv nekoga pa zato koristim inkognito pretraživač ili pretražujem internet na svom telefonu. Pošto svaki dan radim prekovremeno i dođem kući samo da prespavam, nemam mnogo izbora pa na službenom laptopu ulazim na svoj *Facebook*, *PayPal*, *Skype* i druge naloge, ali uvek se izlogujem nakon korišćenja i koristim firewall, antivirus program i spyware detektor kako bih znao ako neko pokuša da špijunira moj laptop. Obično nosim računar sa sobom kući iako idem samo da prespavam. Kada budem morao da razdužim računar i vratim ga firmi, korišću poseban program za brisanje podataka ili ću da zadržim hard disk a firmi kupim novi“. Milivoje (37)

Emil (36) koji radi kao službenik u jednom vladinom telu, sumnja u to da je podvrgnut mnogo strožijem nadzoru na poslu nego Milivoje, ali ni on sam ne zna na

koji način su nadzirani njegov rad, aktivnosti na društvenim mrežama ili privatni život. Svestan činjenice da postoji čitav niz tehnika pomoću kojih se radnici špijuniraju na radnom mestu pa i van kancelarije, on je uvek na oprezu.

„Mislom da su sve kancelarije ozvučene. Jedna moja koleginica koja ima uvid u javnu nabavku videla je da su na spisku aparati za prisluškivanje. Mi radimo u klasičnim kancelarijama i ima nas uglavnom po dvoje u kancelariji. Čak i ako moja kancelarija nije ozvučena, sigurno se prati šta radim na internetu dok sam na poslu. Uvek se izlogujem iz svojih privatnih naloga pre nego što odem sa posla, ali znam da to nije nikakva zaštita za nekog ko želi da dođe do mojih privatnih podataka. Iako ne radim u *open space* kancelariji, ko god da uđe u moju kancelariju, odmah može da vidi šta radim na svom računaru jer su ekrani tako postavljeni. Pošto nemam mnogo obaveza, često moram nešto privatno da radim pa se najčešće zabavljam tražeći jeftine avionske karte jer se plašim da koristim društvene mreže. Mislom da je korišćenje društvenih mreža u našoj firmi zabranjeno jer se to na neki način prati i jednom prilikom smo dobili spisak imena ljudi koji su na poslu koristili *Facebook*. Na tom spisku je pisalo koliko je ko vremena proveo na toj društvenoj mreži za vreme radnog vremena. Takođe, odavno više nisam siguran ni da li me neko tajno snima kamerom. Naše kancelarije nemaju video nadzor, ali jedna koleginica mi je jednom prilikom u ljutini rekla da me je neko snimao. Ne znam šta je u pitanju, ali pretpostavljam da me je neko snimao telefonom“. Emil (36)

Svestan neograničenih mogućnosti nadzora na svom radnom mestu, Emil uvek razmišlja o tome kako se ponaša i šta govori dok je na radnom mestu, ali i kakve aktivnosti obavlja na internetu. Međutim, on ne preduzima ozbiljnije mere predostrožnosti da sačuva privatnost podataka jer smatra da tu ne može mnogo da se učini. Zbog toga sam sebe cenzuriše na internetu kao i uživo. Kao i Milivoje, i Emil radi u kolektivu u kome se čini da su svi zainteresovani za tuđe privatne živote i zbog toga se oseća nelagodno. Za razliku od Milivoja, Emil smatra da je interes za nečiji privatni život odraz nedostatka vaspitanja i da je karakterističan za Srbiju. On je tri godine živeo i radio na Islandu gde tvrdi da se nikada niko na poslu nije interesovao za njegove

emotivne veze, porodične odnose, osećanja i sve ostalo što on sam karakteriše kao privatno.

„Ovde niko ne kuca kada ulazi u kancelariju i svi razgovaraju o privatnim stvarima. Mislim da je poštovanje tuđe privatnosti pitanje etike i lepog ponašanja i da zavisi od kulture. Ovde toga nema i ljudi su jako intruzivni. Na Islandu koji je jedna veoma razvijena severna zemlja na poslu se nikada ne razgovara o privatnom životu, a čini mi se i da nikoga zapravo i ne interesuju tuđi životi. Pošto nisam u vezi i nisam imao partnerku od kar radim na ovom poslu, svi žele da saznaju zašto je to tako i postavljaju mi vrlo otvorena i, rekao bih, nepristojna pitanja. Ne želim nikome na poslu da objašnjavam zašto nisam u vezi i smatram da to nisam dužam da radim. Taj deo moje privatnosti ne može da me kompromituje, ali postoji nešto drugo što može. Ne bih voleo da neko na poslu sazna da idem na terapiju kod privatnog psihijatra zato što mislim da bi to moglo da naškodi mojoj reputaciji i potencijalno mi odmogne recimo u traženju novog posla u vladinom ili nevladinom sektoru. Trudim se da ta informacija ne dođe do mojih kolega koje bi mogle da je zloupotrebe, ali svestan sam da to ne mogu da sakrijem od tajnih službi koje verovatno imaju takve podatke o zaposlenima. Kada sam prolazio kroz proces prijavljivanja za ovo radno mesto, morao sam da prođem kroz takozvanu bezbednosnu proveru. Jednom sam bio pozvan na informativni razgovor od strane neke tajne službe pa pretpostavljam da sam na neki način praćen“. Emil (36)

Vrsta nadzora o kojoj govore Rebeka, Anastazija, Milivoje i Emil spada u nelegitimni nadzor jer krši pravo na privatnost zagantovano Ustavom, Evropskom konvencijom o ljudskim pravima i Zakonom o zaštiti podataka. Ovi ispitanici smatraju da zakoni ne mogu da ih zaštite jer je ta vrsta nadzora nevidljiva pa kršenje individualnih prava ne može da se dokaže. Neki autori upozoravaju na neetičnost upotrebe jeftinih tehnologija nadzora zapažajući da je potrebno vreme da se etičke konvencije adaptiraju na nove tehnologije (Danielson 2005). Međutim, problem na koji ukazuju moji ispitanici jeste teškoća da se bilo kakvi etički principi ili zakonske mere primene na neuhvatljiv i neprimetan nadzor. Oni pokušavaju da pronađu strategije da se sačuvaju, ali se suočavaju sa problemom ograničenih mogućnosti kada je reč o zaštiti privatnosti pri korišćenju tehnologija koje su povezane na internet u kojima se privatno

i javno zapravo preklapaju. U slučaju onih koji su primorani da koriste istu tehnologiju (laptop i telefon) u poslovne i privatne svrhe, privatne informacije je jako teško zaštititi i ne postoji garancija da će ih bilo koji mehanizmi koji se koriste zaista učiniti privatnim.

Emil i Milivoje rade u okruženju koje karakterišu kao „špijunsko“ i „intruzivno“ jer kolege i nadređeni pokazuju neku vrstu interesa za privatne živote zaposlenih pa se zbog toga osećaju nesigurno i konstantno brinu o tome da li će se neke činjenice o njihovim privatnim životima saznati, a sumnjaju u to da postoje prakse nadzora koje nisu etične pa ni legalne, ali to ne mogu da dokažu. Dok se Milivoje trudi da zaštiti svoje privatne podatke na računaru, Emil to ne čini jer misli da mu to ne bi pomoglo da zaštiti privatnost. Ni Milivoje ne misli da ga te prakse zaštite mogu zaštititi od svakoga, ali računa na to da delimično mogu da ga zaštite, makar od kolega koje su na nižim položajima u hijerarhiji kompanije za koju radi.

Obojica smatraju da je za Srbiju karakteristična neka vrsta „seljačkog“ ili „nevaspitanog“ interesa za tuđu privatnost, to jest, za sve ono što oni smatraju da ne treba da dele sa kolegama sa posla. Emil insistira na tome da je takvo ponašanje svojstveno ljudima u Srbiji jer su njegova iskustva na Islandu sasvim drugačija, a Milivoje misli da je ono svojstveno svima, samo da se u Srbiji to radi brutalnije i otvorenije nego u Engleskoj gde je on imao prilike da živi i radi. Njih dvojica svoje poimanje granica privatnosti na poslu oformili su delimično upravo zahvaljujući svojim iskustvima rada u drugim državama. Oni upućuju na to da shvatanje privatnosti zavisi od kulture i običaja, te da to da li će se sistemi nadzora koristiti za legitimne ili nelegitimne svrhe zavisi i od toga kako je sredina navikla da se odnosi prema pitanju privatnosti. Osim digitalnog nadzora, njih dvojica smatraju neetičkim i ponašanje kolega koje razgovorom pokušavaju da iznude određene informacije o njihovim privatnim životima.

Nemanja koji radi u jednoj švedskoj kompaniji imao je prilike da boravi i radi i u Švedskoj i u Srbiji takođe je primetio razliku između „našeg balkanskog mentaliteta i

severozapadnog mentaliteta Šveđana“, međutim on tvrdi da mu to ne smeta i da se ne odražava negativno na njegovu privatnost na radnom mestu.

„Meni odgovara naš mentalitet zato što smo topliji i opušteniji, a oni su hladni, sračunati, precizni i vrlo odgovorni. Imao sam prilike da radim i sa Indijcima koji su pak previše opušteni i užasno me nerviraju jer su neefikasni i loše rade svoj posao. Mi smo negde na sredini. Svestan sam da su naši ljudi otvoreniji od recimo Šveđana i da čeprkaju po tuđim životima. Meni to ne smeta jer se od pitanja na koja ne želim da odgovorim jednostavno branim ćutanjem.“ Nemanja (40)

Za razliku od Emila i Milivoja koji se teško snalaze sa intruzivnim kolegama, Nemanja se, kako kaže, „brani ćutanjem“ što zapravo predstavlja jednu posebnu strategiju za odbrnu privatnosti. Rekao mi je da njegove kolege ne znaju ništa o njegovim porodičnim problemima, a ne znaju čak ni to da je on ponekad „nervoazan čovek“ jer svesno zaustavlja svoje emocije na poslu i „ostavlja nervozu kod kuće“ zbog čega trpe članovi njegove porodice. U njegovoj firmi ceni se efikasnost, a to kakav je on u privatnom životu uspešno krije već dugi niz godina.

Za razliku od ovih ispitanika, Emanuela, Martin i Ela rade u modernim kompanijama u kojima se radnici ne biraju samo po tome koliko su efektivni i uspešni u onome što rade već i po tome kakvi su „privatno“. Svi troje ispričali su mi da postoji nekakvo nepisano pravilo da radnici u njihovim firmama moraju da imaju usvojene određene sisteme vrednosti.

„Kad neko nov dođe u firmu, mi ga senzibilišemo na naš način rada i naš sisem vrednosti koji bih najbolje mogla da opišem kao zapadni. Kod nas nema nacionalista, neradnika, homofoba, ali ni previše korporativnih ljudi koji samo gledaju sebe i rade svoj posao. Kod nas je OK da je neko pripadnik gej populacije, nema politički nekorektnog izražavanja, vodi se računa o privatnosti u tom smislu da se niko ne bavi tuđim životima i ne ogovara, ali neguje se sloboda govora, iskrenost i prijateljska atmosfera, ali to nikada ne odlazi u neku raspuštenost i nemar prema poslu. Svi radimo zajedno tako da svi moraju da budu maksimalno investirani i da vode računa ne samo o svom delu posla nego

o projektima u celini. Ako neko nije takav, on ili sam ode ili ga mi preobratimo.“
Emanuela (28)

Martin koji radi u jednoj engleskoj kompaniji kaže da njegovi nadređeni takođe biraju radnike koji imaju zapadni sistem vrednosti i nisu nasrtljivi na onaj način na koji su to radnici u Milivojevoj ili Emilovoj firmi. Martinova kompanija ipak ima nešto drugačije standarde od one u kojoj radi Emanuela i atmosfera je više „korporativna“, ali posao zahteva timski rad kao i u Emanuelinoj firmi. Ela koja takođe radi u jednoj inostranoj firmi kaže da njeni nadređeni imaju neke tajne kriterijume prema kojima biraju radnike, a da je ona vremenom došla do nekih zaključaka o tome koji su to kriterijumi.

„U mojoj firmi svi su mladi i kulturni, veoma odgovorni i vredni. Pošto je sedište firme locirano u Londonu, od nas se očekuje da pošujemo iste vrednosti koje se poštuju u Engleskoj. Dakle, nema primitivnog ispijanja kafa na poslu, nema ogovaranja i bavljenja tuđim životima i niko ne sme da se bavi bilo kakvim privatnim poslovima dok traje radno vreme. Zauzvrat mi dobijamo jako dobre uslove za rad, velike plate i brojne pogodnosti“. Martin (29)

„Moji nadređeni biraju mlade, kreativne i moderne ljude koji imaju entuzijazam za ovu vrstu posla. Nije toliko važno da imaju mnogo iskustva koliko je važno da budu vredni, fleksibilni i puni progresivnih ideja. Oni zaziru od 'seljaka' to jest, tipičnih naših ljudi koji ne vole da rade ali vole da po ceo dan ispijaju kafe, kuckaju nešto na *Facebook*-u i samo čekaju da radno vreme prođe. Kod nas je atmosfera vrlo užurbana kao na zapadu i zapravo niko nema vremena da zadire u tuđu intimu čak i ako bi to želeo“. Ela (28)

Čini se se da u ovakvim inostanim kompanijama za koje rade Ela, Martin i Emanuela sa jedne strane prihvata zapadni koncept privatnosti koji podrazumeva da radnici treba da imaju određenu distancu jedni prema drugima, da ne budu „nasrtljivi“

i da se ne bave „privatnim“ problemima svojih kolega već da umesto toga treba da rade svoj posao i budu maksimalno produktivni. Sa druge strane, paradoksalno, nadređeni su zainteresovani za to kakvi su njihovi radnici „privatno“, pa ih i biraju na osnovu toga kom društvenom sloju pripadaju, kakve su njihove navike i kakva su njihova interesovanja. U procesu odabira radnika, pokazuje se da je relevantno pregledati njihove „privatne“ profile na društvenim mrežama. Kontrola radnika takođe podrazumeva ne samo nadzor već u nekim slučajevima i „senzibilisanje“ radnika na određeni način ponašanja i ophođenja prema radu i kolektivu. Sa jedne strane, kontrola radnika je intenzivnija i ona se nedvosmisleno odnosi na segmente života koji su privatni, a sa druge strane, od radnika se zahteva da poštuju privatnost jedni drugih čime se izbegavaju oni problemi koje ističu na primer Emil i Milivoje.

1.3. Legitimni nadzor

Osim nelegitimnih praksi korišćenja elektronskog nadzora koje pored ostalih spominju Milivoje, Emil i Rebeka, i za koje zapravo ne postoje dokazi već samo sumnje jer se odnose na prikupljanje privatnih podataka o zaposlenima kao što su lične prepiske, postoje i one prakse koje se mogu okarakterisati kao legitimne. One se mogu smatrati opravdanim jer služe isključivo tome da mere radno vreme, procenjuju učinkovitost i sabiraju rezultate rada kako bi se procenila radna sposobnost, odredio honorar ili plata i svodili bilansi obavljenog rada, a ne kako bi se zadiralo u privatnost radnika ili vršila zloupotreblja njihovih privatnih podataka. Pitala sam svoje sagovornike kakve prakse nadzora oni smatraju opravdanim, kako se one opravdavaju i gde oni vide granice legitimnog nadzora. Irma (37) koja radi u jednoj stranoj nevladinoj organizaciji kaže smatra da softeri koji mere sate i učinak radnika moraju da budu na neki način opravdani odnosom količine rada i novčane nadoknade za taj rad.

„Moji nadređeni iz inostranstva nekoliko puta su pokušali da uvedu u upotrebu korišćenje takvih softvera, ali se pokazalo da oni nisu delotvorni za tip posla koji

mi obavljamo. Mislim takođe da oni nisu opravdani jer mi imamo previše posla i previše prekovremenog rada u odnosu na novac koji dobijamo pa zbog toga nema dovoljno osnova da se uvedu sistemi nadzora koji bi nam merili vreme i brzinu rada“. Irma (37)

Alisa koja se kao inženjer bavi obradom metapodataka u svojoj firmi ima sistem nadzora koji prati njen rad, meri radno vreme, beleži njene aktivnosti na računaru i notira rezultate rada. Ona taj sistem smatra legitimnim i vidi ga kao koristan alat koji pomaže ne samo nejmim nadređenima nego i njoj samoj.

„U početku mi je bilo teško da prihvatim takav način rada jer sam mislila da je nemoguće da osam sati efektivno radim i smatrala sam takav sistem nadzora intruzivnim. Međutim, vremenom sam se navikla na takve softvere i shvatila da se mnogo bolje osećam kad čitavo radno vreme provedem obavljajući radne zadatke i na kraju dana imam dokaz o rezultatima svog rada tako da niko ne može da me optuži da sam gubila vreme. Ta vrsta nadzora meni ide u prilog“. Alisa (40).

Slično misle Sara (35) koja radi u stranoj marketinškoj kompaniji i Nestor (27) koji radi kao pisac za različite klijente preko interneta. Oni takođe smatraju da ova vrsta nadzora pomaže da se osećaju korisnim i sigurnijim u to da su zaista zaradili svoje plate.

„Softver koji koristim meri moje radno vreme na osnovu čega se obračunava moja plata na kraju meseca. Dok je uključen, on takođe beleži aktivnosti vidljive na monitoru, a na kraju dana elektronski unosim podatke o tome šta sam sve uradila tokom dana. Dok sam radila za firme koje ne koriste ovakve softvere, dolazila sam u situaciju da se usmeno pravdam i uveravam nadređene da sam efektivno radila iako rezultati rada to možda nisu pokazivali. Sada se osećam mnogo bolje jer sam motivisana i produktivna. Ne osećam se loše čak ni kada na radnom mestu radim neke privatne stvari kao što je kupovina odeće ili avionskih karata online jer to radim kada pravim pauzu i kada je softver za merenje vremena isključen“. Sara (35)

Nestor koji većinu svojih poslova pronalazi na platformi *Upwork* koja funkcioniše kao posrednik između radnika i poslodavaca takođe misli da je rad sa ovakvim softverima pošteniji jer nudi dokazni materijal o tome da je rad obavljen u zadatom roku i da je vreme iskorišćeno valjano. Međutim, on smatra da ovaj sistem rada ima manjkavosti i da on ipak narušava privatnost, bar kada je njegov posao u pitanju.

„Pisanje je kreativan posao i ja se ne osećam prijatno dok me neko gleda kako pišem. Softver sa kojim radim bukvalno meri aktivnosti na tastaturi i poteze mišem kako bi sračunao koliko efikasno radim i na osnovu toga upisuje veći ili manji broj minuta. Osim toga, softver na svakih nekoliko minuta fotografiše moj monitor kako bi merio progres. Ponekad mi treba vremena za razmišljanje, a to algoritam koji meri moj učinak računa kao prazan hod. Morao sam da se adaptiram na takvu vrstu rada pod prismotrom i naučim kako da 'ukradem' vreme za razmišljanje. Međutim, tajni algoritam se vremenom menja, ne obaveštavajući nikoga o promenama, tako da sam moram da provaljujem kako on funkcioniše. Mislim da takvi programi pokušavaju da kvantifikuju kreativan rad, a to se loše odražava na moju kreativnost. Umesto da sam usmeren na to da smislim kvalitetan sadržaj, pola moje energije odlazi na borbu sa algoritmom. Vremenom sam se prilagodio na takav rad i navikao da dok razmišljam mahinalno prelećem sa sajta na sajt ne registrujući šta su tačno sadržaji koje gledam. Mislim da ovakvi softveri na neki način narušavaju privatnost misli. Smatram da je jednom poslodavcu dovoljno da vidi gotov proizvod i da zna koliko mi je vremena trebalo da ga stvorim, a ne da ima uvid u ponekad možda i sramotan tok mojih misli, greške koje sam pisao pa brisao, svaki sajt na kome sam tražio inspiraciju i ponekad sajtove do kojih sam došao greškom. Ta vrsta ogoljavanja kreativnog procesa je slična čitanju misli, a mislim da je to veoma intruzivno i potpuno nepotrebno“. Nestor (27)

Tip nadzora o kome govori Nestor je nadzor u realnom vremenu (Weckert, 2005) i, mada ga on smatra opravdanim i korisnim jer pruža dokaze o obavljenom radu, on ga takođe doživljava kao ometajuć jer na neki način ugrožava privatnost misli raskrinkavajući kreativni proces pisanja. On sugerise da je softver koji *Upwork* koristi zapravo dobro osmišljen ali da se algoritam vremenom menjao tako da je počeo da prelazi granice prihvatljivog zadiranja u privatnost. Zbog tih promena u algoritmu,

Nestor je ovaj softver počeo da doživljava kao nešto ponižavajuće što ga ogoljava pred poslodavcem i daje mu uvid u nepotrebne informacije o tome kako je on došao do finalnog proizvoda, odnosno napisanog teksta. Nestor je takođe otkrio da je logika koju koristi softver da bi proračunao učinkovitost tajna. Informacije o tome kako tačno softver ili „tajni algoritam“ dolazi do svojih proračuna nisu objavljene nigde na internetu, već korisnik sam otkriva njegovu logiku koristeći ga. Zbog toga se može postaviti pitanje da li ti softveri funkcionišu u skladu sa neakvim etičkim principima ili ne.

„Mislim da su takve prakse vrlo neetične. Pokušao sam da se žalim na rad softvera i objasnim svoj problem sa nedostatkom vremena za razmišljanje. Pisao sam *Upwork* timu za pomoć korisnicima i dobio sam odgovor da softver funkcionise tako kako funkcionise i da ja treba da se ponašam u skladu sa zadatim kriterijumima kako bih ostvario maksimalnu zaradu. Potpuno su se oglušili na moj komentar o tome kako je piscima potrebno vreme za razmišljanje. Da bi ti softveri bili etični, mislim da je potrebno da se uvaži mišljenje radnika. Osim toga, dešavalo se da zbog grešaka u samom softveru budu smanjena moja primanja i nikada nisam uspeo da povratim izgubljeni novac. Pošto su se softveri vremenom razvijali, do takvih grešaka više ne dolazi već više od dve godine“.

Nestor (27)

Softveri o kojima Nestor govori pravljani su tako da mere učinkovitost radnika koji obavljaju vrlo različite *online* poslove od onih koji ne zahtevaju nikakvu kreativnost, do onih koji su zapravo neka vrsta umetnosti. Činjenica da se kompanije poput *Upwork*-a koje takve softvere koriste ne obaziru na komentare i pritužbe korisnika njihove online platforme upućuje na to da oni kao posrednici određuju vrednosti i etiku poslovanja potpuno mimo poslodavaca i zaposlenih. Samim tim i odnos prema privatnosti radnika propisuje sama platforma, a ne poslodavac. Treba uzeti u obzir to da je *Upwork* američka kompanija, te da su američki radnici navikli na „neograničen nadzor“ i „kvantifikovanje produktivnosti“ radnika (Ajunwa, Crawford i Schultz 2017: 735). Kompanije u Srbiji i mnogim drugim državama ne upražnjavaju takve oblike nadzora nad radnicima, ali oni nemaju način da se izbore za svoj sistem rada ukoliko

novac zarađuju preko platforme kao što je *Upwork* nego moraju da se povinuju pravilima koja platforma propisuje. I dok u Americi radnici mogu da se bore protiv nadzora uz pomoć sindikata i zakona o radu (ibid. 735), radnici širom sveta koji rade preko interneta nemaju nikakva prava i platforme kao što je *Upwork* za sada su jedan *online* prostor koji ostaje potpuno neregulisan, a svakako ne podleže zakonima Republike Srbije.

Magda (35) koja u Srbiji ima status slobodnog umetnika i nema skoro nikakva primanja, takođe zarađuje novac preko platforme *Upwork* radeći kao ilustrator i dizajner. Ona kao i Nestor smatra da je softver za merenje vremena vrlo intruzivan i da nije prilagođen kreativnim poslovima, ali ona se ne oseća ogoljeno kao Nestor jer drugačije doživljava privatnost rada.

„Za mene stvaranje nije toliko intiman proces jer sam navikla da radim okružena ljudima. Na likovnoj akademiji uvek sam slikala zajedno sa grupom ljudi i uvek je bilo potpuno normalno da jedni druge posmatramo tokom stvaralačkog procesa. Verovatno svako to doživljava drugačije, ali za mene to nema baš veze sa privatnošću. Ipak, *Upwork Time Tracker* jeste previše intruzivan i ne dozvoljava kreativne pauze. Trebalo mi je vremena da se naviknem na njega i sada funkcionišem sa njim kao i da ga nema. Jednostavno ga uključim i zaboravim na to da me možda neko posmatra. Uostalom, mislim da moje poslodavce i ne interesuje proces rada nego sam rezultat tako da čisto sumnjam da gube vreme proveravajući šta sam to tačno ja radila“. Magda (35)

Slično kao i Anastazija koja se nada da njeni nadređeni nemaju vremena ni interesovanja da proveravaju njene privatne podatke iako su im dostupni, Magda misli da klijenti za koje radi zapravo ne stižu da pregledaju sve informacije koje im daje *Upwork* softver za nadzor radnika. Njih dve umiruje pretpostavka da ih zapravo niko ne gleda i zbog toga ne osećaju ugroženo. Ni Magda ni Anastasija ne razmišljaju o privatnosti, nije im poznato da je to pravni koncept niti znaju kako je pravo na privatnost regulisano srpskim ili međunarodnim zakonima. Njih dve žive i rade ne očekujući zaštitu svog prava na privatnost, ali kada sam ih pitala kako bi se zaista

osećale kada bi ih poslodavci neprekidno posmatrali i špijunirali, priznaju da im to ne bi prijalo i da bi to smatrale neprimerenim. Njih teši pomisao da nikome nisu dovoljno interesantne da bi bile pod bilo kakvom vrstom prisмотрe.

Neki ispitanici koji prihvataju ideju nadzora na radnom mestu kao nešto sasvim prirodno što pomaže efikasnosti rada a ne narušava privatnost priznaju da za njih ipak postoje granice koje ne bi trebalo da se prelaze. Emanuela (28) koja radi kao dizajner video igara kaže kako projekti koje izvode timovi u njenoj firmi ne bi mogao da se obavlja kada rad ne bi bio potpuno transparentan. Timovi koriste zajedničke dokumente u kojima se beleže zadate i obavljene obaveze i u kojima je naznačeno ko radi na kom zadatku i kakav je trenutni progres. Ona kao lider tima prati ta dokumenta i nadgleda šta radi koji član tima.

„To nije nekakav strog nadzor u pravom smislu reči, već samo timski rad koji podrazumeva da svako obavlja svoj deo posla, a ja kao lider nadgledam šta ko radi i vodim računa o tome da ceo prijekat bude urađen kako treba. Niko se zaista ne oseća neprijatno zbog toga, posebno zato što je atmosfera u našoj kancelariji veoma opuštena a ne korporativna ili špijunska. Svi smo drugari i radimo vrlo kreativne stvari. Ponekad postoji presija da se određeni posao odradi na vreme i svako od nas ima određenu odgovornost, ali nema potrebe za nekim korporativnim nadzorom jer smo mali tim, svi radimo ono što volimo. Znam da neke kompanije rade sa softverima za nadzor koje prate sve aktivnosti na računaru i to smatram previše napadnim oblikom nadzora. To bih doživela kao nešto jako nasilno i ne bih volela da radim u firmi koja slične softvere koristi“.

Emanuela (28)

Emanuela ne koristi reč privatnost u kontekstu nadzora nad radnicima, ali reč „napadno“ upućuje na to da određene tipove nadzora smatra neprikladnim na radnom mestu baš zato što na neki način ugrožavaju privatnost na onaj način koji opisuje Nestor. Pre nego što je počela da radi kao dizajner video igara, Emanuela je radila različite studentske poslove gde se susretala sa mnogo intruzivnijim oblicima nadzora.

„Mislim da u ovoj firmi imam više privatnosti nego dok sam radila kao prodavačica u butiku, uprkos tome što ovde vlada princip transparentnosti, svi sedimo u *open office* kancelariji i svako zna šta ostali rade. U tom butiku stalno su me snimale kamere i posmatrali su me nadređeni, nisam smela da se odmorim ni minut, nisam imala pravo da sednem, neprekidno sam morala da se osmehujem mušterijama i budem uslužna, a moji poslodavci stalno su mi postavljali neugodna pitanja o privatnom životu. Sada se osećam mnogo slobodnije jer iako je moj rad transparentan, nisam pod stalnom prismotrom, ne snimaju me kamere dok sedim i radim i niko me ne pita ništa o mom privatnom životu ukoliko ja sama o tome ne počnem da govorim“. Emanuela (28)

Više ispitanika primetilo je da neki novi poslovi koje je doneo Web 2.0 nude više slobode i privatnosti nego tradicionalni poslovi koji su u eri digitalizacije pooštrili metode nadzora. Emanuela se prijatnije oseća u svojoj kompaniji koja se bavi kreiranjem video igara, ali svi oni koji rade od kuće, tvrde da imaju neuporedivo više privatnosti na poslu nego dok su se bavili drugim zanimanjima. Magda smatra da sada ima više privatnosti nego dok je radila kao profesor likovnog u školi, a Nestor kaže da se sada oseća mnogo slobodnije nego dok je radio u kol centru jedne marketinške agncije koja se bavi istraživanjem javnog mnjenja i koja snima sve razgovore sa klijentima.

Lara (38) koja se bavi marketingom na društvenim mrežama i radi za domaće mikro firme koje ostvaruju zaradu prodavanjem robe preko interneta smatra da joj taj posao omogućava više privatnosti nego bilo koji drugi sa kojim je imala iskustva. Zbog zdravstvenih problema, njoj najviše odgovara rad od kuće i na ovaj način uspeva da ostvari zaradu u privatnosti svog doma, a njeni poslodavci ne vrše nikakav nadzor već samo prate njen rad preko samih društvenih mreža. Osim što radi ovaj posao, ona takođe uređuje svoje profile na društvenim mrežama i preko njih predstavlja svoje umetničke radove i pronalazi načine da ih izlaže u galerijama ili prodaje na sajmovima.

„Ovakve vrste posla nisu postojale sve do skoro. Društvene mreže su omogućile procvat malih brendova i manufaktura za kakve ja radim, a takođe su omogućile samopromociju pa svako može da se bavi nekom umetnošću i to prezentuje na internetu potpuno besplatno. Ne znam čime bih se danas bavila da ne radim ove

poslove, ali ne verujem da bih imala ovoliko privatnosti koliko je imam sada. Pa ipak, same društvene mreže su tehnologije nadzora, tako da iako zadržavam svoju fizičku privatnost radeći svoj posao kod kuće, ugroženi su moji privatni podaci i to mnogo više nego ljudima koji društvene mreže koriste samo za zabavu“. Lara (38)

Dakle, uprkos tome što su podvrgnuti digitalnom nadzoru, ovi ispitanici smatraju da im je privatnost manje ugrožena danas nego dok su obavljali neke druge, tradicionalnije poslove i bili nadgledani uživo od strane svojih nadređenih. Mnogi od njih su rekli da im više smeta „direktan pogled“ jer su skloni da zaborave na to da su posmatrani dok koriste tehnologiju ili zato što „fizičku privatnost“ doživljavaju ozbiljnije nego privatnost podataka. A neki se jednostavno nadaju da nisu pod prismotrom dok rade jer veruju da njihovi nadređeni nemaju vremena da ih „špijuniraju“ ili jednostavno zaborave da postoji nadzor i ponašaju se kao da on i ne postoji.

Neki od ispitanika i sami su na vodećim pozicijama u svojim firmama i sprovode nadzor radi bezbednosti i kontrole radnika. Jana (32) koja radi kao menadžerka jednog popularnog restorana u Beogradu postavila je kamere za nadzor u kuhinju, šank i u salu za ručavanje i prati šta se dešava u restoranu kada god nije na radnom mestu preko svog mobilnog telefona. Ona takođe koristi *Garson* softver koji beleži sve informacije o plaćanju i izdatim fiskalnim računima i koji, pored ostalog, služi tome da se kontroliše rad osoblja.

„*Garson* softver je veoma koristan u ugostiteljstvu jer pomaže u obavljanju mnogih poslova, ali jedna od funkcija je kontrola osoblja. Pre nego što smo nabavili taj softver, dešavalo se da konobari ukradu novac ili da ne izdaju fiskalne račune. Od kad imamo taj softver, takve stvari ne mogu da se dešavaju jer je svaki propust osoblja zabeležen i svako od njih odgovara za svoje greške. Mislím da je to sasvim legitiman nadzor, a isto to mislim i za bezbednosne kamere. One ne snimaju zvuk već samo sliku. Kada bi se snimao zvuk, to bih smatrala zadiranjem u privatnost radnika, ali slika je tu samo da da informacije koje su mi potrebne kada lično nisam u restoranu. A to je na primer informacija o

tome da li je u restoranu gužva, da li su stolovi i stolice pravilno raspoređeni, da li je osoblje na svojim mestima i slično. Ukoliko bi se dogodio nekakav incident u restoranu, kamere bi mogle da daju dokazni materijal. Kada smo uveli kamere u lokal, primetila sam promenu u ponašanju osoblja. Postali su svesni da su snimani i da ja uvek mogu da ih vidim, čak i kad nisam tu. Kasnije, kad su se navikli na kamere, počeli su da se zaboravljaju i da se ponašaju kao da one nisu tu. Trudim se da provodim što više vremena u restoranu svaki dan, a kad nisam tamo, onda pogledam snimke sa kamera po nekoliko puta na dan. To posmatranje traje otprilike minut, ne duže". Jana (32)

Jana smatra da ni softver koji kontroliše rad osoblja ni kamere ne ugrožavaju privatnost radnika na radnom mestu, ali misli da bi snimanje zvuka, odnosno razgovora u restoranu prešlo dozvoljenu granicu. Činjenica da se ona, i pored toga što postoje kamere, trudi da što više vremena provodi u restoranu i lično nadgleda radnike ukazuje na to da je fizičko prisustvo ili fizički nadzor delotvornija metoda, pogotovo zato što se radnici često „zaborave“ i kad ona nije tu ponašaju se kao da ih niko ne posmatra.

Velimir (35) koji radi u obezbeđenju jedne banke u Beogradu smatra da kamere i fizičko obezbeđenje imaju dve potpuno različite funkcije u obezbeđivanju banke te da on iako je, kako sam kaže „čovjek kamera“ može da prepozna potencijalno opasnu situaciju i reaguje kada je potrebno, a kamera za nadzor beleži događaje i može da posluži kao dokazni materijal ukoliko dođe do nekakvog incidenta. Ni on ne smatra da kamere ugrožavaju privatnost, pogotovo ne na mestima kao što su banke gde je mnogo važnija bezbednost.

„Kad me je otac učio da obavljam ovaj posao, nije se govorilo o privatnosti, a čini mi se da se o tome nije ni razmišljalo. Međutim ja razmišljam o tome dok obavljam svoj posao i nikada ne zagledam ljude osim ako za nekoga posumnjam da može biti opasan. Ako primetim neke privatne stvari ne obazirem se na to. Nemam nikakve voajerske porive, ali znam da ima mnogo mojih kolega koji imaju i koji se često zaista bave ljudima koje vide u banci i tako na neki način ulaze u njihovu intimu nepozvani. Mislim da je to pitanje etike i lepog ponašanja.

Nakon što se pojavio novi Zakon o privatnom obezbeđenju, mislim da se posao koji ja radim obavlja savesnije i etičnije“. Velimir (35)

Zakon o privatnom obezbeđenju koji pominje Velimir ne razrađuje problem privatnosti građana, već se fokusira na druge aspekte obezbeđenja. Na primer, u članu 19 se kaže da se „poslovi privatnog obezbeđenja lica, imovine i poslovanja vrše na način kojim se ne ometa rad državnih organa i ne narušava spokojstvo građana“⁶⁷. U odnosu na građane prioritet imaju državni organi, a umesto reči privatnost pominje se neodređen izraz „spokojstvo građana“ koji ima višesmisleno značenje. Član 31 kaže da „tehnička sredstva koja se koriste u obavljanju poslova privatnog obezbeđenja nije dozvoljeno koristiti na način kojim se narušava privatnost drugih“⁶⁸, ali dalje nije razrađeno šta to podrazumeva jer, na primer, kamera za nadzor sama po sebi narušava privatnost drugih jer snima lica ljudi na osnovu čega se ona oni na snimcima mogu identifikovati. U zakonu se takođe ne spominje brisanje snimaka ni nakon isteka nekog vremenskog perioda, a ni pravo pojedinaca na uvid u podatke koji se o njima sakupljaju. Čini se da, kao i većina zakona Republike Srbije, i ovaj stavlja fokus na bezbednost, a privatnost se spominje u nekim odredbama, ali koncept nije razrađen. Kao Jana i Velimir, Rebeka takođe smatra da video nadzor ne ugrožava privatnost već da je tu zbog bezbednosti, prevencije kriminala i kontrole rada. Ona je kao poslovođa zadužena za to da nadgleda radnike, ali je i sama nadgledana od svojih nadređenih.

„Video nadzor sprečava unutrašnje krađe i meni omogućava da proverim da li su radnici obavili zadatke koje sam im zadala, da li su vredni i da li lažu. Kad u firmu dođe neko nov, ne mogu odmah da procenim kakav je radnik i to se najbolje vidi na kameri jer kada dobije direktivu od mene, odmah mogu da proverim da li je izvršio ili ne i kojom brzinom je to uradio. Kao što ja nadgledam svoje zaposlene, tako i mene nadgledaju moji nadređeni i proveravaju da li radim vredno ili imam praznog hoda, kako se ponašam prema potrošačima i slično. Ja to ne vidim kao atak na svoju privatnost, ali neki radnici su veoma osetljivi na

⁶⁷ Zakon o privatnom obezbeđenju, Sl. Glasnik RS, br. 104/2013 i 42/2015, član 19

⁶⁸ Ibid. član 31

kamere i stalno se raspituju o tome koja kamera pokriva koje uglove“. Rebeka (39)

Rebeka ima niska očekivanja kada je reč o privatnosti na radnom mestu. Kada sam je pitala da li postoji nekakva etika privatnosti podataka u njenoj firmi, ona je pomislila da se pitanje odnosi na privatnost podataka same kompanije, a ne na privatne podatke zaposlenih. „Ne smeju da se odaju poverljivi podaci o firmi“, kaže ona, a kada sam je pitala da li zna da postoji Zakon o zaštiti privatnih podataka, ona je odgovorila da pretpostavlja da takav zakon postoji ali da ona o tome ništa ne zna. „Načelno ne postoji zaštita radnika jer sindikati nisu funkcionalni i niko se ne zalaže za prava radnika. Sa druge strane, sama firma je zaštićena i svako od nas zna da ne sme ništa loše da govori o firmi“, kaže ona.

Još neki ispitanici skrenuli su mi pažnju na to da se u mnogim kompanijama danas daleko više vodi računa o zaštiti kompanijskih podataka nego o zaštiti privatnih podataka i privatnosti uopšte. Nemanja mi je rekao da ga je njegova firma slala na više različitih obuka u vezi sa zaštitom kompanijskih podataka, ali da ni sam ne zna kako se tačno tretiraju i štite privatni podaci ne samo radnika nego i građanstva s obzirom na to da kompanija ima uvid u komunikacije privatnih lica jer njihovi klijenti nude usluge mobilne telefonije. Martin je takođe otkrio da je njegovoj kompaniji izuzetno važnija bezbednost same kompanije i njenih poverljivih podataka nego privatnost radnika.

„Zaštita kompanijskih podataka u cilju sprečavanja industrijske špijunaže je veoma važna, a zaštita privatnih podataka takođe bi trebalo da je imperativ i to je regulisano određenim pravilima koja su u skladu sa zakonima, ali čisto sumnjam u etičnost praksi kada je to u pitanju. Ja lično imam pristup bazama podataka korisnika mobilnih mreža kada mi je prijavljen određeni problem, ali nemam pravo da te podatke snimam, kopiram ili koristim za bilo šta drugo osim za rešavanje prijavljenog problema. Moja kompanija ne vrši nadzor nad tim šta ja radim, ali operateri imaju pravo da nadziru sve što mi radimo. Nikad ne bih rizikovao da svoj položaj dovedem u pitanje time što bih prekoračio svoja

ovlašćenja i krao privatne podatke, ali ne mislim da je tako nešto nemoguće uraditi“. Nemanja (40)

„Na dnevnom nivou dobijamo mejlove u kojima smo upozoreni na to da moramo da vodimo računa o poverljivim informacijama same firme. Mnogo puta nam je rečeno da ćemo odgoavarati ako poverljive informacije procure. Pošto na telefonu imam pristup nekim podacima kompanije, morala sam da obezbedim svoj Apple telefon tako da niko ne može da pristupi tim podacima osim mene. Nalog za firmu otvara se pomoću lozinke i otiska prsta tako da ako neko ukrade moj telefon ili ga izgubim, niko drugi ne može da dođe do informacija kompanije. I mada ne nadziru naš rad u realnom vremenu, kompanija prati koje softvere ko koristi. Ukoliko neko koristi softver poput Team Viewer koji omogućava pristup računaru iz daleka, odmah biva upozoren da mora da deinstalira taj softver sa računara kako bi sačuvao bezbednost korporacijskih podataka“. Martin (29)

Činjenica da Martinova firma ima bazu podataka o zaposlenima koja sadrži čak i otiske prstiju govori o tome da je privatnost nisko na listi prioriteta. Martin kaže da firma ne informiše zaposlene o tome šta se dešava sa njihovim privatnim podacima dok ih svakodnevno obaveštava da moraju da vode računa o podacima firme, međutim on sam ne razmišlja o svojoj privatnosti i ne oseća se ugroženo. Kaže da ga to ne zabrinjava i da o privatnosti podataka jednostavno ne razmišlja. Njegovi prioriteti su visoka plata, klizno radno vreme i mogućnost da dobije što više dana za odmor na godišnjem nivou, a privatnost uopšte nije na toj listi prioriteta. S obzirom na visinu primanja i uslove rada koje u ovoj firmi ima, nadzor nad radnicima je opravdan upravo na onaj način koji je objasnila Irma.

Adam (39) koji radi kao pilot za jednu stranu avio kompaniju i Petar (34) koji radi kao vozač za jednu domaću trgovinsku firmu susreću se sa potpuno drugačijim tipovima nadzora na radnom mestu. Zbog bezbednosti aviona i putnika, Adam radi pod višestrukim nadzorom dok vozi avion i prolazi kroz vrlo rigorozne kontrole kada aplicira za posao u novoj avio kompaniji. Petar je primoran na koristi GPS u službenom

automobilu jer pomoću tog uređaja njegov poslodavac može da proveri kuda se vozilo kreće i da li se ono koristi samo za poslovne ili i za privatne svrhe.

“Digitalizacija u avijaciji dovela je ne samo do ugrožavanja privatnosti i radnika i samih putnika, nego i do pojeftinjenja radne snage. Moj otac je bio pilot i nekada je to zanimanje zahtevalo mnogo veće znanje i umeće. Danas je sve automatizovano. Danas je, čini mi se, najveći problem privatnost podataka. Ono što ja doživljam kao najnastrljivije zadiranje u privatnost su privatni podaci koje piloti moraju da daju kompanijama kako bi se uopšte prijavili za posao. Pitanja koja se postavljaju u testovima veoma su intimna i ima ih jako mnogo. Na osnovu njih razgolićuje se ličnost u potpunosti od njene psihologije do svakodnevice i seksualnog života. Suština toga je da se piloti procenjuju ne po tome koliko su sposobni da upravljaju avionom kao što je to nekada bio slučaj, već po tome koliko su oni pogodni tipovi ličnosti za određenu kompaniju i njene ciljeve. Veliki problem u avijaciji je takođe privatnost putnika. Nekada su postojali samo skeneri za metal, a danas je svako ko ulazi u avion potpuno razgolićen jer se gleda sadržaj prtljaga i ručnih tašni, a putnici se skeniraju do golog tela. Sve se to radi u ime bezbednosti, a mislim da to uopšte ne pomaže prevenciji terorizma i kriminala jer se bombe u avione unose preko samog obezbeđenja a ne preko putnika. Čak i u državama koje imaju najrigoroznije bezbednosne provere na aerodromima dešavaju se teroristički i drugi napadi. Zbog toga mislim da nije legitimno anulirati privatnost običnih putnika na način na koji se to danas radi na svim aerodromima jer iz iskustva znam kako te bezbednosne provere mogu da se zaobiđu da bi se izvršio neki zločin“. Adam (39)

„GPS je zapravo sredstvo kontrole i nadzora jer je to sistem koji locira vozilo. Pomoću njega moj šef može da proveri kuda se ja krećem, da li sam na vreme isporučio robu, da li vozilo koristim za privatne potrebe i tako dalje. Međutim, ja na to gledam kao na tehnologiju koja mi pre svega olakšava posao. GPS mi pomaže da se lakše krećem po gradu i pronađem adrese na koje treba da isporučim robu. Moji nadređeni nam stalno govore kako koriste GPS kako bi nas kontrolisali, ali ja mislim da oni nemaju vremena time da se bave i da nas na taj način samo zastrašuju kako bi osigurali da mi ne koristimo vozila za lične potrebe. Ne vidim to kao zadiranje u moju privatnost jer mislim da dok traje radno vreme i nemam pravo na privatnost. Bar ne u tom smislu. Ne dopada mi

se što nas nadređeni stalno upozoravaju na to da mogu da nas kontrolišu jer to znači da ne postoji osnovno poverenje. Isto tako, saobraćajne kamere ne posmatram kao tehnologiju koja ugrožava privatnost, već kao sredstvo za popravljavanje kvaliteta saobraćaja i osiguravanje bezbednosti. Od kada postoje te kamere mnogo se poboljšala situacija u Beogradu jer se vozači ne ponašaju bahato kao ranije. Istina, osećam se manje prijatno kad znam da kamere sve snimaju, ali znam da je to dobro jer će ti sistemi nadzora mnogim ljudima sačuvati živote. Petar (34)

I Adam i Petar kalkulišu odnos između koristi i štete od sistema nadzora u avio saobraćaju i kopnenom saobraćaju i komentarišu kakav je balans između privatnosti i bezbednosti. Dok Adam zahvaljujući iskustvu koje je stekao radeći kao pilot zastupa mišljenje da se zadiranje u privatnost ne može opravdati interesom za bezbednost, bar kada je reč o kontroli putnika na aerodromima, a Petar, komentarišući saobraćajne kamere i GPS sistem, kao prioritet postavlja bezbednost saobraćaja i dobrobiti koje donosi GPS sistem a pitanje privatnosti zanemaruje. Iako se radi o dva sasvim različita slučaja, oba sagovornika pokušavaju da procene odnos između privatnosti kao individualnog prava i bezbednosti kao kolektivne dobrobiti koja se ostvaruje na račun prava na privatnost.

Debate oko toga kojoj od ove dve vrednosti treba dati prednost u savremenom društvu najčešće pominju dva argumenta: utilitaristički argument koji na prvo mesto stavlja bezbednost jer ona doprinosi većem zadovoljstvu društva kao celine i na argument koji proizilazi iz „logike prava“ i koji favorizuje privatnost ukazujući na to da pojedinac treba da ima kontrolu nad privatnim informacijama bez obzira na to kako će se to odraziti na dobrobit društva kao celine (Rule 2007: 12). Takozvani argument razmene (*tradeoff*) prema kome ne postoji nikakvo drugo rešenje osim izbora između privatnosti i bezbednosti i prema kome je jedini način da se pobedi u borbi protiv terorizma i kriminala odricanje od prava na privatnost Daniel Solove osporava tako što kaže da ovaj argument počiva na neistinotnoj tvrdnji da se privatnost i bezbednost međusobno isključuju (Solove 2011: 34). Žrtvovanje privatnosti nas ne čini automatski

bezbednijim, niti sve bezbednosne mere nužno narušavaju privatnost, kaže on (ibid. 34). Štaviše, iste informacione tehnologije koje ugrožavaju privatnost istovremeno ugrožavaju i bezbednost, pa se zato noviji trendovi kreću u pravcu kreiranja tehnologija koje istovremeno vode računa o bezbednosti, privatnosti i poverenju (Petković i Jonker 2006: 3).

Nemanja takođe daje svoje viđenje balansa između privatnosti i bezbednosti (ali i drugih beneficija do kojih se dolazi nauštrb privatnosti). On kaže da mu je privatnost nisko na listi prioriteta i da su mu mnogo važniji komunikacija i komfor koji daju informacione tehnologije koje se koriste i za nadzor, informacije od javnog značaja, bezbednost pa i zabava koju omogućavaju savremene tehnologije. On smatra da smo svi mi prinuđeni da se odrekemo privatnosti jer tako diktiraju savremene tehnologije i da on to ne doživljava kao veliku žrtvu.

„Mislim da privatnosti danas nema i što se pre pomiriš sa tim to ti je život lakši. Sve manje i manje mi je važna privatnost jer sam svestan toga da je vrlo teško nešto sačuvati samo za sebe. Čini mi se da svi sada igramo poker sa otvorenim kartama. Sve informacije koje se tiču mene na neki način su dostupne nekome. To mi uopšte ne pada teško jer sam se pomirio sa time. Sve u životu radim pod pretpostavkom da ne postoje tajne i da sve može da se sazna. Tako vaspitavam i svoju decu. Od malena sam ih naučio da ne treba ništa da kriju jer ništa ne može da se sakrije. Kad je moja starija kćerka počela da piše tajni dnevnik, smislila je nekakav tajni jezik kako niko ne bi mogao da zna šta tu piše. Rekao sam joj da mi da ceduljicu na kojoj je prethodno napisala jednu rečenicu na tom svom tajnom jeziku. Posle sat vremena uspeo sam da prevedem tu rečenicu. Cilj tog malog eksperimenta bio je da joj pokažem da tajne ne mogu da se sačuvaju i da ne treba da ima nikakve tajne. Ne znam kako je u Srbiji zakonski regulisano pravo na privatnost, ali siguran sam da se zakoni ne poštuju čak i ako postoje i ako su napisani kako treba. Problem je u tome što se u ovoj zemlji pravila ne poštuju. Međutim problem sa privatnošću prevazilazi čak i problem normativnog okvira jer tehnologija otežava zaštitu privatnosti na svim nivoima. Ipak, smatram da u idealnom svetu svako treba da ima privatnost. To bi bilo nekakvo pravo da svako za sebe može da odluči koje informacije će biti dostupne drugima a koje ne. Privatnost definišem kao informacije o sebi.“ Nemanja (40)

Međutim, iako Nemanja ima radikalni stav o privatnosti i tvrdi da je voljan da se se odrekne zarad drugih dobrobiti, ipak on priznaje da mu na radnom mestu nedostaje privatnost, da u svom dvosobnom stanu u kome živi sa suprugom i dvoje dece takođe nema privatnosti, kao i da informacije koje su vezane za bolesti članova porodice ne voli da deli sa drugima. Paradoksalno, iako zastupa stav o tome da privatnost ne postoji i da je prevaziđena, on takođe kaže da mu je privatnost ipak važna. Intervju sa njim sam vodila dva puta i u prvom razgovoru veoma je oštro zastupao stav da privatnosti danas nema i da on na nju ne računa. Kada sam ga pitala da li bi ipak postavio neku granicu privatnosti i sačuvao privatnost misli ili bi, ukoliko tehnologija uznapreduje toliko da može da čita misli rado pristao i na to, on je odgovorio potvrdno. U drugom intervjuu koji je usledio posle nekoliko meseci, on je delimično revidirao svoje stavove i počeo da govori o balansu umesto o potpunom odsustvu privatnosti.

„Ljudi imaju potrebu za nekakvim balansom između privatnosti i drugih stvari. Mislim da je nekakva iskonska čovekova potreba ipak potreba za komunikacijom i druženjem sa drugim ljudima, ali u toj komunikaciji ljudi se takmiče u zverinjaku tako da je potrebna i neka vrsta odbrane. Privatnost je u stvari način da se ljudi brane jedni od drugih u tom zverinjaku u kome svako ima svoje interese. U nečijem interesu može da bude da uništi moju reputaciju i zauzme moje radno mesto, a to može da učini tako što će razotkriti neki deo moje privatnosti koji će naškoditi mom položaju u firmi“. Nemanja (40)

Informacione tehnologije omogućavaju ne samo da poslodavac kontroliše zaposlenog, već i da zaposleni na neki način kontrolišu poslodavce. U Emanuelinoj firmi princip transparentnosti rada omogućava njoj kao lideru tima da ima uvid u rad članova tima, ali i ti članovi tima imaju uvid u to šta ona radi. *Active Collab*⁶⁹ softver koji se koristi u njenoj firmi omogućava da svako vidi sve zadatke i prati progres procesa rada. Na taj način nadzor nije proporcionalan hijerarhiji već se pre može opisati kao

⁶⁹ Active Collab <https://activecollab.com/> (Pristupljeno: 27/10/2018)

tehnologija koja omogućava transparentnost procesa rada kako ga je Emanuela i sama opisala.

Milivoje koji je i sam na poziciji zamenika glavnog urednika izdavačke kuće visoko pozicioniran u hijerarhiji kompanije opisuje malo drugačije ustrojstvo sistema nadzora i navodi primer koji ilustruje kako se savremene tehnologije mogu iskoristiti da zaposleni „špijuniraju“ svoje nadređene uprkos hijerarhijskom poretku. Ipak, taj primer ne ilustruje model nadzora svakog nad svakim, već samo pokazuje kako može doći do greške.

„U mojoj kompaniji postoji stroga hijerarhija i samo moja šefica može da zatraži informacije od kompanijskog IT stručnjaka koji zahvaljujući tome što su svi računari umreženi može da uđe u bilo čiji računar i pronađe mnogo privatnih podataka. U toj hijerarhiji, urednici su bolje pozicionirani nego novinari, međutim jednom prilikom se dogodio incident koji je kompromitovao urednice pred novinarima. Njih dve su sedele u redakciji i preko Skype četa ogovarale zaposlene. Nakon toga, jedna od njih dve se nije izlogovala iz četa, njihovu komunikaciju je pronašao jedan novinar, kopirao i anonimno poslao svim ostalim novinarima na imejl uz propratni komentar 'da vidite kakve su vam urednice'. Taj imejl nije izazvao nikakve posledice, ali nakon incidenta svi su postali obazriviji“. Milivoje (37)

U ovom slučaju, obično ogovaranje koje je moglo da se odigra i usmeno, na hodniku uz kafu, ali se umesto toga pojavilo u pismenom obliku na računaru, bilo je dokumentovano i predstavljalo je nekakav materijalni dokaz protiv dve urednice. Savremena tehnologija koja se danas koristi na radnom mestu u tom smislu čak i ako nije namenjena za nadzor, može da se iskoristi u te svrhe. U ovom konkretnom slučaju, dve osobe na višem položaju kompromitovale su se pred timom radnika na nižim položajima što pokazuje kako te moderne tehnologije teoretski mogu da podrivaju čvrste hijerarhijske strukture iako se to u ovom slučaju nije dogodilo jer su urednice prošle nekažnjeno. Međutim Milivoje je naglasio da u njegovoj firmi samo osoba koja je na vrhu hijerarhije ima mogućnost da dođe do privatnih podataka namerno a ne

slučajno. Prema tome, iako same tehnologije ne moraju nužno da budu u funkciji održavanja hijerarhije, te mogu da se upotrebe za nadzor svakoga nad svakim, one se ipak uglavnom upotrebljavaju u skladu sa hijerarhijom. Način na koji se sistemi nadzora u ovakvim firmama koriste pokazuju kakvi su odnosi moći u tim firmama, koliko su čvrste hijerarhije i koliko je položaj radnika na nižim položajima inferioran.

Nadzor se često opravdava nekom dobroti za kolektiv koja se smatra važnijom od privatnosti kao individualnim pravom. Za kolektiv su važniji bezbednost, sigurnost i kompanijski podaci, pa se žrtvovanje privatnosti često doživljava kao nužnost. U nekim slučajevima, nadzor je koristan i za pojedinca jer pruža dokaze o tome koliko je radio čime opravdava svoju platu, a u nekim slučajevima, nadzor se pokazuje kao kolektivno dobro jer potencijalno može da služi i za nadzor radnika i za nadzor nadređenih. Međutim, neki od navedenih primera pokazuju kako hijerarhijske strukture u firmama zapravo čine da je nadzor često legitiman i poželjan za one na višim položajima, pa su oni skloniji da ga prihvataju kao nešto korisno. Milivojev primer pokazuje da ni kompromitujuće informacije o radnicima na višim položajima ne mogu da uzdrmaju njihovo mesto u hijerarhiji. Dok jedni opravdavaju gubitak privatnosti zarad nekog većeg dobra ili ga uopšte ne dovode u pitanje jer imaju druge prioritete, drugi se pitaju da li je zaista neophodno odreći se jednog od dva dobra zarad ovog drugog ili je moguće obezbediti oba i da li bi se sistemi nadzora mogli korigovati tako da i dalje služe kontroli ali da istovremeno ne zalaze previše u domen privatnog.

Ispitanici karakterišu nadzor kao legitiman u onim slučajevima kada on na neki način opravdava njihovu zaradu i kada pruža dokaze o efikasnosti rada. O tome najviše govore Ela, Martin, Alisa, Emanuela i Sara koji rade u pro-zapadnim ili zapadnim kompanijama koje u proces rada uključuju softvere za merenje radnog vremena i učinkovitosti. Oni opravdavaju ovakav tip nadzora za koji se može reći da je karakterističan za „kulturu revizije“ (Strathern 2000). Kultura revizije ili revizorska kultura vezuje se za „ atmosferu administrativnog pritiska, provere i kontrole“, u kojoj su radnici „putem specijalnih tehnika konstruisanim po analogiji sa računovodstvenom

revizijom prinuđeni da budu 'produktivni', 'kvalitetni' i da se prilagode korisnicima"" (Gačanović 2009). Međutim, neki ispitanici poput Nestora i Magde koji se bave kreativnim poslovima kritikuju ovaj metod kontrole radnika ukazujući na to da on nije adekvatan za sve tipove posla, a *online* platforme poput *Upwork*-a nameću identičan tip nadzora za sve vrste posla od vođenja administracije i programiranja do kreativnog pisanja i dizajna. Nestor čak insistira na tome da je ovaj tip nadzora previše intruzivan za nekoga ko se bavi pisanjem jer doslovno nadzire tok misli, dok se Magdin subjektivni doživljaj donekle razlikuje jer je ona na fakultetu navikla na to da je neko posmatra dok radi, ali ipak računa na to da njene poslodavce interesuje samo rezultat a ne i proces rada te da oni zapravo i ne prate svaki njen potez.

Ovi primeri pokazuju kako se nadzor može tumačiti kao metoda koja pomaže radnicima i olakšava im posao ili ih čini bezbednijima na radnom mestu, ali takođe i kao mehanizam kontrole koji ugrožava njihovo pravo na privatnost. Činjenica da različiti ispitanici različito doživljavaju nadzor govori o tome da oni različito shvataju privatnost i da imaju različita očekivanja vezana za privatnost. Pa ipak, određeni tipovi nadzora lakše se opravdavaju kao legitimni i čak poželjni jer doprinose uspehu kompanije, bezbednosti radnika, tajnosti kompanijskih podataka, produktivnosti na radnom mestu ili donose neku drugu dobrobit čitavom radnom kolektivu, pa u nekim slučajevima i radnicima ili radnicama.

1.4. Granice privatnosti na poslu

Mada su neki ispitanici skloni da prihvate sisteme nadzora na radnom mestu kao uglavnom korisne jer doprinose kvalitetnijoj organizaciji i kontroli rada, a neki su prema njima veoma kritični jer smatraju da ti sistemi prekoračuju granice između poslovnog i privatnog, svako ponaosob na ovaj ili onaj način potvrđuje da zaista postoje neke granice privatnosti koje bi, po njihovom mišljenju na radnom mestu i tokom radnog vremena trebalo da se poštuju.

Kada je reč o *open space* prostorima, ispitanici se slažu u tome da je rad u takvim kancelarijama otežan, ali dok jedni u prvi plan stavljaju problem privatnosti, drugima smeta to što su previše izloženi uticajima okoline, bilo da je reč o nasrtljivom ponašanju kolega ili buci koja ih dekoncentriše. U oba slučaja svako za sebe pokušava da uspostavi nekakve barijere kao što su na primer zvučne barijere uz pomoć slušalica ili prostorne barijere koje moguće napraviti pronalaženjem odgovarajućeg položaja ili mesta u kancelariji koji onemogućava gledanje u ekran.

Govoreći o svojim iskustvima rada u *open space* kancelarijama, mnogi su nagovestili da postoje određena preklapanja između privatnog i javnog u modernim kompanijama koja su naglašenija u ovakvim otvorenim prostorima. Pauze za toalet, ručak ili kratki odmor spadaju u privatno vreme, ali kada se radnici suočavaju sa time da svako vidi kada odlaze u toalet, koliko vremena tamo provode i šta nose sa sobom, onda se osećaju kao da im je ugrožena privatnost. Milivoje koji na poslu provodi više od osam sati dnevno kaže da je problem u tome što se njegovo privatno i radno vreme previše poklapaju u kancelariji, te da je u *open space* prostorima to još veći problem nego u tradicionalnim privatnim kancelarijama jer se onda svaki privatni trenutak provodi u zajedničkom prostoru sa ostalim zaposlenima. Nemanja koji na poslu nema uvek šta da radi, oseća se nelagodno kada u kancelariji mora da radi nešto privatno, a to onda mogu da vide sve njegove kolege i zabeleže kamere za nadzor. U tim segmentima privatnog vremena na poslu, nadzor se pokazuje ne samo kao suvišan nego čak i kao nelegitiman jer zadire u privatnu sferu.

Iako se ne može reći da postoji nekakva „prirodna“ linija koja odeljuje privatno od javnog, odnosno, domen privatnosti od legitimnog interesovanja drugih za tuđe privatne stvari (Rule 2007: 2), pogotovo kada je reč o radnom mestu na kome se privatno i poslovno prepliću, mnogi ispitanici pokušavaju da definišu razliku između legitimnog i nelegitimnog nadzora na poslu. Za Nemanju, na primer, nadzor može da se toleriše i smatra legitimnim sve dok on obavlja svoje radne zadatke, ali postaje

opterećujući onog trenutka kad ostane bez radnih zadataka ali mora da ostane u kancelariji i bavi se nečim privatnim dok čeka nove zadatke.

Većina ispitanika slaže se u tome da u nelegitimni nadzor spada „špijuniranje“ privatne prepiske i komunikacija, odnosno ulaženje u računare i telefone zaposlenih, međutim niko od njih ne može sa sigurnošću da tvrdi da li tako nešto njihovi nadređeni rade ili ne. S obzirom na minijaturizaciju i nevidljivost savremenog nadzora i fluidnost podataka s obzirom na to da su svi uređaji povezani na internet, nelegitimne prakse nadzora koje nisu u skladu sa zakonima i Ustavom Srbije teško je detektovati. Činjenica da veliki broj ispitanika sumnja u to da ljudi na vodećim pozicijama u njihovim firmama zlopupotrebljava sisteme nadzora upućuje na to da ne postoji odnos poverenja između poslodavaca i zaposlenih. Sa druge strane, neki ispitanici svesni su mogućnosti narušavanja njihovog prava na privatnost, ali tome ne pridaju značaj živeći u uverenju da se niko time zaista ne bavi.

Neki ispitanici poput Martina koji ima veoma visoka primanja opravdavaju strogi nadzor nad radnicima time što zauzvrat dobijaju visoku novčanu nadoknadu, dok Irma tvrdi da u njenoj kompaniji rigorozni sistemi nadzora nikad nisu uvedeni upravo zato što visina plata i količina prekovremenog rada ne opravdava takav nadzor. Ali dok se privatnost zaposlenih nisko kotira na listi prioriteta većine kompanija u kojima moji sagovornici rade, čini se da je poverljivost kompanijskih podataka daleko važnija. Mnogi od njih redovno bivaju upozoravani da ne smeju odavati poverljive informacije o firmi u kojoj rade. Nemanja koji je stručnjak za telekomunikacije radi u kompaniji kojoj je izuzetno važno da sačuva svoje podatke zbog čega svoje osoblje čak i obučava kako to da rade, dok o privatnosti radnika ili uopšte privatnosti podataka nema mnogo reči.

Nakon obavljenih intervjua, stekla sam utisak da se u kompanijama u kojima moji sagovornici rade privatnost radnika nije pitanje koje se često postavlja, ne predstavlja temu o kojoj se redovno razgovara i nije problem kome se posvećuje velika pažnja. Mada je očigledno da svi oni razmišljaju o privatnosti na radnom mestu u

različitim kontekstima i da svako od njih ima neku ideju o granicama privatnosti za koje smatraju da ne treba da se prelaze, njihova očekivanja su često veoma niska. Mnogi ispitanici implicitno ili eksplicitno govore o granicama privatnosti na radnom mestu i kritično govore o mehanizmima nadzora, pa ipak pristaju na uslove rada koji im ne odgovaraju i granice koje bi sami postavili drugačije. To je najčešće slučaj zato što osećaju da ne mogu mnogo toga da promene u svojim kompanijama ali takođe i zato što misle da nemaju mogućnost da biraju između različitih firmi i pronađu bolje uslove.

Ispitanici se u nekim slučajevima, dakle, mire sa nadzorom jer smatraju da nemaju izbor, a u nekim slučajevima ga i sami opravdavaju jer uviđaju da od njega i sami imaju koristi. Čini se da su ispitanici koji imaju veća primanja i bolje uslove rada poput Alise, Martina i Emanuele skloni da prihvate nadzor kao nešto pozitivno i podsticajno, dok oni koji su slabije plaćeni kao Nestor i Magda koji rade preko interneta ili Irma koja radi za nevladinu organizaciju imaju kritičkiji stav prema sistemima nadzora. Sa druge strane, ispitanici koji zahvaljujući tome što su na visokim položajima u svojim firmama poput Jane i Rebeke sami koriste sisteme nadzora kako bi kontrolisali svoje zaposlene pa možda zbog toga imaju bolje mišljenje o nadzoru i ne vide ga kao nešto što ugrožava privatnost radnika. Sa druge strane, mnogi su rekli kako im više smeta direktan pogled ili fizički nadzor nego nevidljiv elektronski nadzor, te da često zaboravljaju da taj digitalni nadzor uopšte postoji ili se nadaju da njihovi nadređeni nemaju vremena da se njime bave i proveravaju šta njihovi zaposleni zaista rade na poslu.

Većina ispitanika nije upoznata sa konceptom prava na privatnost, a niko od njih nije upoznat sa sadržajem domaćih ili međunarodnih zakona koji regulišu to pravo. Svima njima glavni prioriteti su visina zarade i uslovi rada, bilo da je reč o onima koji rade preko interneta od kuće ili o onima koji imaju radno mesto u kancelariji ili na terenu. Neki od njih smatraju da visina plate i uslovi rada mogu da opravdaju strožiji nadzor pokazujući da su spremni na to da zbog veće zarade žrtvuju svoju privatnost na radnom mestu. Žrtvovanje privatnosti se pominje i u kontekstu bezbednosti ili drugih

pogodnosti koje su u funkciji dobrobiti kolektiva ili zajednice. Neki poput Adama dovode u pitanje legitimnost takve razmene nudeći argument da žrtvovanje privatnosti ne nudi nužno veći stepen bezbednosti.

Osim Emanuele koja radi posao koji voli sa kolegama sa kojima se dobro slaže u veoma ugodnom ambijentu luksuzne vile koja ima pregršt prostorija za odmor i relaksaciju, svi ispitanici su nezadovoljni svojim poslom i osećaju se prisiljenim da tu rade zbog veće ili manje plate. Pošto nemaju mnogo izbora ili nemaju nikakvu alternativu sadašnjem poslu, svi oni pristaju na date uslove rada, pa samim tim i na ograničenu privatnost.

Više njih mi je skrenulo pažnju na to da kao ugrožavanje privatnosti na poslu ne vide samo sisteme nadzora pomoću kojih poslodavci kontrolišu radnike, već i nasrtljivost kolega koji su zainteresovani za njihove privatne živote. Oni tu nasrtljivost pripisuju „kulturi“ i „mentalitetu“ verujući da se u Srbiji privatnost ne vrednuje visoko. Ipak, Elin, Martinov i Emanuelin primer ukazuju na to da u Srbiji danas postoje i strane kompanije u kojima se neguje drugačiji sistem vrednosti i u kojima se radnici biraju na osnovu toga da li oni te vrednosti prihvataju ili ne. Svo troje pominju „zapadne“ vrednosti i potvrđuju da u njihovim firmama nedostaje upravo ona vrsta nasrtljivosti i zadiranja u intimu o kojoj govore recimo Emil i Milivoje. Poštovati tuđu privatnost u ophođenju prema kolegama na poslu jeste prihvatljivo ponašanje u ovim firmama iako to samo po sebi ne garantuje poštovanje privatnosti podataka, kao što to dokazuje Martinov primer.

2. Zamagljena podela između rada i privatnog života

2.1. Fleksibilnost radnog vremena i permanentna dostupnost

Informacione tehnologije omogućile su preplitanje radnih i privatnih prostora tako da su dve sfere postale gotovo neodvojive i radnicima je postalo teško da naprave

distinkciju ne samo između radnog i slobodnog vremena nego i između posla i privatnog života uopšte (Ebert 2010: 133). Te tehnologije su, zahvaljujući tome što mogu biti povezane na internet omogućile rad van kancelarije jer su laptop računari i mobilni telefoni postali portabl kancelarijski prostori koji istovremeno mogu da služe i za privatne komunikacije, zabavu i druge lične potrebe.

Neki od ispitanika za posao i ličnu upotrebu koriste službene računare i telefonske aparate, neki rade od kuće, a neki biraju da provode slobodno vreme u kancelariji gledajući serije na svom laptopu ili koristeći društvene mreže. Svi oni su zahvaljujući internetu neprekidno dostupni i povezani sa svojim kolegama i nadređenima na poslu, čak i kada su bolesni, kada su na pauzi, odmoru ili dok spavaju. A pošto su preko društvenih mreža i platformi za komunikaciju takođe povezani sa ljudima sa kojima rade, delovi njihove privatnosti su takođe vidljivi kolegama i nadređenima. Sve ovo čini granice između privatnog domena i domena posla zamagljenim i daje povoda za neprekidno nadgledanje radnika, kako u radnom, tako i u privatnom ambijentu (Couldry 2010: 31).

Fleksibilnost i mobilnost postale su ključne reči koje opisuju modernog radnika ili moderan posao još od osamdesetih godina prošlog veka (Boltanski i Chiapello 2007; Relja i Šuljug 2010; Radivojević 2017), a u današnjim uslovima to se istovremeno odnosi na vrstu posla koji se obavlja, na vrstu znanja koja radnik mora da ima, na radno vreme, pa čak i na radni prostor koji je postao fleksibilna kategorija. Mnogi ispitanici spomenuli su reč fleksibilnost govoreći o svom poslu i to u različitim kontekstima, ali za pitanje privatnosti su najznačajnije kategorije fleksibilnost radnog prostora i radnog vremena. Naime, posao se danas ne mora obavljati samo u kancelariji ili na terenu, već i bilo gde, iz daljine i uz pomoć inteneta, a samim tim je i radno vreme postalo veoma fleksibilno. Za Irmu koja radi u jednoj američkoj nevladinoj organizaciji radno vreme teoretski traje neprekidno i odvija se u kancelariji, na terenu i kod kuće, iako se ona sama kao direktorka kancelarije za Srbiju zalaže za poštovanje zakonskih normi kada je reč o dužini radnog vremena.

„Ova vrsta posla zahteva stalni angažman i ima tendenciju da okupira i radno i slobodno vreme. U pitanju je specifična vrsta posla koju obavljaju ljudi koji nemaju druge, privatne obaveze. Od kako imam dete, trudim se da ograničim radno vreme i uspostavljam balans između rada i privatnog života, ali to je jako teško jer nas u kancelariji ima samo četvoro. Svi rade različite vrste posla, a ne samo ono što spada u opis njihovog radnog mesta. Najmanje dva puta nedeljno postoje obaveze kao što su sastanci, konferencije i službena putovanja, a one se ne računaju u regularno radno vreme. Kada idem na službeni put, onda radno vreme traje još duže, s tim što mogu sebi da priuštim nekakvo slobodno vreme u hotelu u kome odsednem. Kada radim od kuće, mogu da uštedim nešto vremena jer ne moram da se tuširam i putujem na posao, ali mogu takođe da izgubim mnogo vremena obavljajući kućne poslove. Osim toga, ovaj posao se radi dok se ne obave određeni zadaci, a to je često nemoguće učiniti za osam sati, pa se na poslu ponekad ostaje i po nekoliko sati duže. Zaposleni mogu da koriste godišnji odmor kada god žele ili uzmu slobodne dane kada god žele. Međutim to ima svoju cenu. Kao i u mnogim drugim nevladinim organizacijama ili malim firmama koje broje po nekoliko zaposlenih, čitava organizacija rada bazira se na poverenju i nekakvom ortačkom dogovoru između zaposlenih. Pošto posla ima mnogo i on se mora obaviti, podrazumeva se da će svako dati maksimum od sebe i raditi sve vrste poslova vrlo vredno. Svako ima pravo da ode na odmor ili uzme slobodan dan kada poželi, ali se podrazumeva da će svi biti racionalni i da će imati u vidu ostale kolege i njihove potrebe. Takođe, podrazumeva se da se ta vrsta slobode plaća napornim radom jer se kod nas radi vrlo intenzivno i obim posla je veliki“. Irma (37)

Irma tvrdi da se u većini nevladinih organizacija prekovremeni rad koji nije posebno plaćen podrazumeva. Poslednjih godina, ona sama trudi se da način poslovanja što više uskladi sa Zakonom o radu, ali kaže da je to gotovo nemoguće zbog same prirode posla. Milivoje takođe kaže da njegov posao podrazumeva prekovremeni rad. „Kod kuće praktično samo spavam i nikada ne nosim posao kući. Ali zato u kancelariji provodim suviše mnogo vremena. Slobodan sam samo subotom, nedeljom pre podne i radnim danima imam po tri sata slobodnog vremena, ali čak i tada moram da proveravam službene imejllove“, kaže on. Zbog toga je za njega veliki problem to što

na radnom mestu gde provodi toliko vremena nema nikakvu privatnost. Međutim, za njega je najveći problem to što mora neprekidno da bude dostupan, čak i noću.

„Čini mi se da su mnoge firme u Srbiji počele da očekuju od radnika da su danonoćno dostupni i to upravo zahvaljujući tome što svi imaju smart telefone i neograničen internet pa više ne postoji izgovor kada neko pokuša da te kontaktira a ti se ne javiš. Ja jako malo spavam i uglavnom sam u mogućnosti da odmah odgovorim na poziv, poruku ili imejl. Međutim, postoje periodi dana kada imam potrebu da odložim telefon i ne bavim se poslom. S obzirom na to da i onako imam jako malo slobodnog vremena, insistirao sam na tome da me u to vreme kolege mogu kontaktirati samo ukoliko je nešto hitno. Problem je u tome što se dešava da mi nadređeni najavljuju sastanke samo pola sata unapred. Ako moje radno vreme počinje u tri posle podne i neko me zove u dva posle podne da mi zakaže sastanak u pola tri, onda smatram da mi je ugrožena privatnost jer ja ni to malo slobodnog vremena ne mogu da imam za sebe i sve vreme moram da gledam u telefon kako mi ne bi promakla neka takva poruka. Dešava se da vrlo važna obaveštenja dobijam preko aplikacija kao što je Viber, ali ona ne samo što nije toliko pouzdana, nego zapravo spada u sredstva komunikacije koja se više koriste za privatnu komunikaciju nego za posao. To doživljam kao neki novi pritisak na radnika. Zbog ovog posla sam morao da počnem da koristim smart telefon iako sam to godinama izbegavao upravo zato što taj aparat vidim kao narušavanje moje privatnosti. I ne samo što sam primoran da se služim tim tehnologijama, nego moram uvek da ih imam uz sebe budem na oprezu kako ne bih propustio neku važnu poruku u vezi sa poslom. Ponekad je problem čak i to što ne nosim uvek sa sobom laptop. Na njemu imam instaliran poslovni *Skype* nalog i uvek sam online, ali računar je uvek u kancelariji, tako da nije samnom kad izađem na pauzu ili odem kući“. Milivoje (37)

U Milivojevom slučaju se vidi kako se *smart* telefon i platforme za komunikaciju poput *Viber*-a mogu koristiti kao sredstva za kontrolisanje radnika i sredstvo pomoću kog se oni regrutuju za radne zadatke mimo radnog vremena. Anastazija koja za razliku od Milivoja nije na jednoj od vodećih funkcija u svojoj firmi i koristi službeni telefon sa službenim brojem za koji firma plaća račun, oseća još veći pritisak da neprekidno bude dostupna.

„Očekuje se da smo stalno online i dostupni, pogotovo u toku letnje sezone kad ima najviše posla u turizmu. Čak ni kad sam na bolovanju ne mogu da se odmorim nego moram da sedim pored službenog laptopa i komuniciram sa kolegama na poslu putem *Skype* aplikacije koju koristimo za potrebe poslovne komunikacije. Što je najgore, podrazumeva se da odmah moram da se javim na telefon jer ako to ne učinim, odmah bivam iskritikovana i upozorena. Ako se slučajno ne javim na prvi poziv, moram da se pravdam i objašnjavam šta sam radila, čak i ako sam bila u toaletu. Da se ne bih nepristojno izražavala, moram da smislim način kako da se opravdam ako se nisam javila zato što sam napravila kratku pauzu za toalet. To mi izuzetno smeta“. Anastazija (37).

Anastazija misli da je na neki način ucenjena i da to što koristi službeni telefon nameće obavezu da je neprekidno dostupna, a čak i kada je bolesna, mora da radi, odnosno mora da bude dostupna na *Skype* aplikaciji na službenom laptopu. Na taj način radno vreme se preliva na njeno privatno ili slobodno vreme, a posao se iz kancelarije seli u njen dom. Čak i one najintimnije radnje kao što je odlazak u toalet u nekim slučajevima nisu više privatne ukoliko baš u tom trenutku neko sa posla pokuša da je kontaktira. Mada Anastazija ne kaže eksplicitno da je ovakvo ponašanje nadređenih zapravo narušavanje privatnosti i uopšte ne koristi reč privatnost u ovom kontekstu, ona nedvosmisleno tvrdi da takvo ponašanje ne opravdava i da misli da se od nje suviše očekuje samo zato što je dobila službeni laptop i telefon na korišćenje.

„Kada se svi odmaraju i idu na letovanja, ja najviše radim. To je zato što nas u firmi ima malo. Problem bi mogao da se reši tako što bi se zaposlilo još ljudi i onda bi svako od nas imao vremena da ode na letovanje i niko ne bi morao da radi prekovremeno šest umesto pet dana u nedelji. Leti imamo radne subote i za sav taj rad, trud i odricanje ne dobijamo nikakav dodatni novac. Mislim da to nije pošteno, ali nemam izbora, prinuđena sam da radim u ovoj firmi već godinama“. Anastazija (37)

„Kada su velike gužve tokom velikih praznika kao što su Božić, Nova Godina ili Uskrs, tada radim više od osam sati dnevno bez ikakve posebne nadoknade. Podrazumeva se da će tada morati više da se radi i niko se protiv toga ne buni.

Dešava se da moram da radim prekovremeno na najveće praznike i ne mogu da ih provedem sa svojim bližnjima kod kuće. Pošto sam poslovođa, mislim da se od mene očekuje da i tokom dnevnih pauza nešto radim. Umesto da pola sata pijem kafu ja se bavim pregledanjem cena i kontrolisanjem rafova. Tokom radnog vremena nam je svima zabranjeno da koristimo mobilne telefone, ali kada se završi radno vreme, onda moram uvek da imam mobilni uz sebe jer sam povezana sa protivpožarnim i protivprovalnim sistemom. Ako se bilo šta desi, moram da trčim nazad u prodavnicu. To mi se desilo sedam ili osam puta od kad sam na ovom poslu. Kad nisam na poslu, dešava mi se da me zovu zaposleni da nešto pitaju ili da se požale na neki problem. Neki zovu samo iz hira, da bi ometali moje privatno vreme, a retko ko je vasptan tako da poštuje tuđu privatnost. Biti na visokoj funkciji podrazumeva da si stalno na usluzi ne samo nadređenima nego i podređenima. Ne moram da budem dostupna samo kada sam na odmoru jer tada se svi u mojoj firmi obaveste da ja nisam dostupna i imam pravo čak i da isključim telefon. Pre nego što su počeli da se koriste pametni telefoni, radno i privatno vreme bili su mnogo jasnije odvojeni, danas ta podela više nije tako precizna, a to se odražava tako što ima sve manje privatnosti i slobode“. Rebeka (39)

Za Irmu, Milivoja, Anastaziju i Rebeku prekovremeni rad i stalna dostupnost putem mobilnog telefona ili *online* aplikacija za komunikaciju se očekuje i podrazumeva ako ta vrsta angažovanosti nije srazmerna visini primanja i kosi se sa Zakonom o radu⁷⁰. Svi oni osećaju se primorano da pristanu na takvu organizaciju rada jer ne nalaze bolje alternative, odnosno druga radna mesta na kojima bi imali bolje uslove rada i više slobodnog vremena. Samim tim, Zakon o radu ih ne štiti jer bi sukobljavanjem sa nadređenima oko svojih prava rizikovali da izgube radno mesto koje nakon toga ne mogu da zamene za neko drugo. Margareta ne mora stalno da bude dostupna, a broj radnih sati nedeljno ne iznosi više nego što to propisuje Zakon o radu⁷¹, ali njen

⁷⁰ Zakon o radu, Sl. Glasnik RS, br. 24/2005, 61/2005, 54/2009, 32/2013, 75/2014, 13/2017 – odluka US i 113/2017, članovi od 50 do član 63 koji se odnose na radno vreme, članovi od 64 do 79 koji se odnose na odmore i odsustva i član 108 koji se odnosi na uvećanu zaradu

⁷¹ Zakon o radu, Sl. Glasnik RS, br. 24/2005, 61/2005, 54/2009, 32/2013, 75/2014, 13/2017 – odluka US i 113/2017, član 53

problem je to što ne može da organizuje svoje privatno vreme jer nikad ne zna unapred u kojoj će smeni sutradan raditi.

„U mojoj firmi radi se u dve smene, prepodnevnoj i popodnevnoj, ali ja nikad ne znam unapred kakav će biti raspored niti u kojim smenama ću ja biti jer se situacija menja iz dana u dan, a ponekad i iz sata u sat. Svako od nas ima neke svoje privatne obaveze i smene se određuju po principu dogovora. Ako me neka majka zamoli da dođem u njenu smenu jer ona mora da vodi dete kod lekara, ja onda moram to ispoštujem. Činjenica da smene mogu tako da se menjaju daje nam iluziju da imamo više slobode dok zapravo niko nema nikakvu slobodu jer ne može da planira svoje slobodno vreme“. Margareta (34)

Činjenica da se radne obaveze u mnogim firmama raspoređuju „ortački“, kako kaže Irma, naizgled daje više slobode radnicima da raspolažu svojim vremenom, ali ih to takođe ograničava kao što primećuje Margareta jer im ne ostavlja mnogo prostora za planiranje slobodnog vremena unapred. Velimir koji radi kao obezbeđenje u banci ima veoma naporan posao koji uključuje noćna dežurstva, ali se sa kolegama dogovara oko toga ko će biti u kojoj smeni i kada će ko ići na odmor što ga sprečava da pravi privatne planove, a ponekad ga dovodi u situaciju da radi po dve smene zaredom što je fizički veoma iscrpljujuće. Ovakav način raspodele posla između radnika nije nužno nešto što nameću poslodavci već se to najpre može opisati kao nekakav običaj ili kao nekakav način raspodele rada na koji su radnici navikli i koji je prisutan u mnogim firmama u Srbiji. A on proizilazi iz bliskosti odnosa među kolegama koji je često prijateljski, a ta bliskost upravo možda i jeste ono što Emil i Milivoje smatraju nasrtljivošću i intruzivnošću koja nije karakteristična za zapadne zemlje u kojima su oni boravili, ali je tipična za Srbiju.

Za one koji imaju svoj privatni biznis, radno vreme je još teže ograničiti. Jana (32) koja je menadžerka restorana u vlasništvu njene porodice na radnom mestu vrlo često provodi i po dvanaest sati, zaposlenima, majstorima i dobavljačima mora da se javlja uvek, čak i kad je na odmoru, a takođe mora da bude dostupna na društvenim

mrežama za mušterije koje preko *Instagram*-a ili *Facebook*-a žele da rezervišu sto ili postave neko pitanje o restoranu.

„Verujem da je nekada voditi ovakav posao bilo mnogo lakše i ležernije. Mi ovaj restoran vodimo od 2013-te godine, a to je već uveliko vreme *smart* telefona i neprekidne internet konekcije zahvaljujući kojima svi sa sobom nosimo pokretne kancelarije i ne možemo zaista da razdvojimo radno i slobodno vreme. Naše radno vreme je od podneva do ponoći, ali ja nisam slobodna ni pre ni posle toga, ni nedeljom i praznicima, pa ni kada otputujem negde. Uvek sam na vezi sa osobljem, sa dobavljačima hrane i pića, sa čistačicama, majstorima pa i sa samim gostima sa kojima komuniciram preko društvenih mreža. *Facebook*, *Instagram* i *Trip Advisor* su mi puno pomogli u marketinškom smislu, ali to povlači dodatne odgovornosti i zahteva stalno pristustvo i dostupnost na mreži. Gde je tu moja privatnost? Naučila sam da cenim privatne trenutke jer ih ima jako malo. Bilo da uspem da se odmorim u privatnoj kancelariji, kod kuće ili negde na plaži, to su zaista retki trenuci i za mene su veoma vredni. Naš restoran je mikrokosmos jer okuplja jedan širi krug ljudi u kome svi pričaju o svima ostalima. Ovde dolazi i mnogo stranaca ili nama nepoznatih ljudi jer se pročulo po gradu da imamo zanimljivu ponudu hrane i pića. Međutim, meni smeta to što se većina razgovora za stolom svodi na nekakvo ogovaranje ili raspravljanje o tuđim privatnim stvarima. Pošto je ovo porodični biznis, često dobijam vrlo nepristojna pitanja koja po mom mišljenju previše zadiru u moju privatnost i privatnost moje porodice. Prema mom shvatanju privatnosti, treba poštovati granice koje drugi ljudi za sebe postavljaju. Ako neko ne želi da govori o nekom aspektu svog privatnog života, onda su pitanja u vezi sa tim neprimerena. Mislim da se to u mom okruženju nedovoljno poštuje jer u Srbiji i Beogradu je izgleda potpuno normalno da se svi bave tuđim životima“. Jana (32)

Onu vrstu nasrtljivosti na koju se Emil i Mlivoje žale na poslu, Jana doživljava u svom restoranu koji je za razliku od kancelarije mesto za odmor i uživanje, ali za nju predstavlja radno mesto. I ona je mišljenja da je mešanje u tuđ privatni život makar kroz ogovaranje karakteristično za Srbiju. Jana često putuje u inostranstvo ali nije kao Emil ili Mlivoje živela duže u nekoj zapadnoj zemlji. Za razliku od njih dvojice ona je nesugurna u to da je reč o nekakvoj nacionalnoj osobini, ali priznaje da joj je takvo ponašanje strano, ograđuje se od njega i posmatra ga kritički. Jana kao i Emil takvo

ponašanje okruženja u kome radi doživljava kao dodatno opterećenje i udar na privatnost. Emil tvrdi da kolege koje ne umeju da uspostave distancu već prekoračuju njegove granice privatnosti ugrožavaju njegovo privatno vreme na pauzama u toku radnog dana.

„Očekuje se da svi zajedno provodimo pauze za doručak, ručak i kafu. Oni se ljute na mene kad ne odem na pauzu sa njima ili ako naručim kafu a ne pitam sve ostale. Kao da važi neko nepisano pravilo da svi moramo da pijemo, jedemo i razgovaramo jedni sa drugima za vreme pauza. Međutim, ja jedva čekam da pobeđnem od njih i večito se sam iskradam iz kancelarije pre ili posle njih kako bih jeo ili pio kafu sam. Nije da mi je toliko važna privatnost, ali volim slobodu i volim da sam odem u kantinu da bih nekog novog upoznao. Zgrada u kojoj radim je velika i svaki dan se može upoznati neko nov i zanimljiv. Ne vidim zašto bih stalno morao da provodim vreme sa jednim te istim ljudima. Ne shvatam zašto je njima svima to toliko važno da se čak i ljute na mene. Zbog mog neuobičajenog ponašanja svi misle da sam nekakav čudak i jako ih nervira to što se po ponašanju toliko razlikujem od njih“. Emil (36)

A dok se Emil, Rebeka, Anastazija, Milivoje, Margareta, Jana i Irma bore za to da stvore uslove za trenutke opuštanja na poslu uprkos količini posla, pristisku da rade bez prekida ili nasrtljivim kolegama koje im ne daju mira ni za vreme pauze, neki ispitanici rade u kompanijama u kojima je vreme za odmor podjednako važno kao i vreme za rad.

„Kod nas u firmi je toliko ugodna i opuštena atmosfera da mnogi rade u pidžamama. Imamo zajedničke prostore za odmor i relaksaciju koje su ispunjene igračkama, a imamo čak i bazen. Kod nas nema mnogo prekovremenog rada i slobodno vreme se izuzetno ceni“. Emanuela (28)

„Imamo vrlo prijatne otvorene i zatvorene zajedničke prostore, ekskluzivni pristup luksuznoj teretani i dovoljno vremena da za vreme pauze odemo u restoran ili se odmorimo u samoj zgradi gde radimo. Radno vreme je fleksibilno tako da mogu da dođem na posao kasnije, kad na miru doručkujem sa devojkom i onda se vratim kući kasnije. Retko kad ima potrebe za prekovremenim radom.

Zbog svega toga sam i odabrao ovu firmu jer u prethodnoj sam radio po deset ili dvanaest sati za istu platu i morao sam uvek da budem u kancelariji tačno u devet. Taj tempo me je ubijao jer nikad nisam imao vremena za večernje izlaske ili opušten doručak sa devojkom". Martin (29)

Emanuela smatra da se ona i njene kolege odlično slažu ne samo zato što imaju dobre uslove za rad i odmor nego i zato što u njihovoj firmi radnici ne pokazuju onu vrstu napadnog interesa za tuđu privatnost o kojoj su govorili Emil, Milivoje i Jana. Martinova kompanija u kojoj je atmosfera mnogo manje opuštena podjednako se bori za to da radnicima bude ugodno na poslu. Alisa i Nemanja takođe nemaju mnogo sati prekovremenog rada ili im je taj rad dodatno plaćen, a pauze su slobodni da koriste kako žele. Međutim, oni su svi primorani da uvek budu dostupni ukoliko na poslu iskrsnu neke dodatne obaveze.

„Iako me niko ne primorava na to da radim noćne smene, dežurstva ili da prihvatam dodatne obaveze, ja to radim zato što se to jako dobro plaća, ali i zato što to svi ostali zaposleni rade i zato što je takva vrsta rada norma za tip kompanije za koji radim. Dešava se da ne spavam ni po tri sata kada moram da radim noću. Ponekad moram da radim i praznikom a to onda remeti sve moje porodične planove. Međutim prihvatam takve ponude jer je radni sat najskuplji kada su veliki državni praznici". Alisa (40)

„Znam da tim računa na mene, naročito u kriznim situacijama kad dođe do nekih problema, kada imamo kratak rok ili kad se dogodi nešto neplanirano. Ne mogu mnogo da izostajem sa posla pa čak i kada se razbolim tokom godišnjeg odmora, ne tražim da mi se to vreme nadoknadi. Osim toga pošto ima malo radnika, moramo da vodimo računa o tome da svi u različito vreme idemo na odmore kako bi uvek bilo dovoljno onih koji će obavljati poslove. Povremeno kada kompanija radi na nekom važnom projektu moram da radim po nekoliko sati dnevno čak i kad sam na odmoru jer tim neke stvari ne može da uradi bez mene. Takođe, postoje mnoge dodatne aktivnosti kao što su obuke, seminari, proslave ili kompanijska druženja koja ne spadaju u radno vreme ali je prisustvo obavezno. Svestan sam da sve to ugrožava moj privatni život, ali nemam izbora

jer ako bih dobio ili dao otkaz, ne bih više mogao da nađem ovakav posao“.
Nemanja (40)

Alisa može da bira da li će neke dodatne obaveze prihvatiti ili ne, ali čini se da je sloboda izbora zpravo samo prividna. Ona kaže da na takve uslove rada pristaje ne samo zato što je dobro plaćena već i zato što je to norma pa se prekovremeni rad i noćna dežurstva podrazumevaju. Nemanja nema čak ni iluziju slobodnog izbora jer radi u firmi koja ima manje radnika i u kojoj direktorka već godinama otpušta radnike i upozorava ih da će biti novih otpuštanja. On je prinuđen da radi prekovremeno, ponekad čak i dok je na odmoru jer se je svestan da više ne bi mogao da pronade tako dobro plaćen posao ako bi dobio otkaz u firmi u kojoj radi. Alisa takođe pristaje na date uslove rada u njenoj kompaniji kako bi mogla da zaradi platu koja joj odgovara. Fleksibilnost radnog vremena i permanentna dostupnost radnika dovodi do remećenja balansa između radnog i slobodnog vremena i čini se da ovi ispitanici pristaju na to da žrtvuju svoje slobodno vreme zbog boljeg radnog mesta ili bolje plate. Iako na prvi pogled izgleda da je to stvar njihove slobodne odluke, čini se da se oni ipak osećaju primorani da prihvate određene uslove rada kako ne bi izgubili posao ili zadovoljavajuću platu.

2.2. Rad van kancelarije i balans između privatnog života i posla

Nove informacione tehnologije su unele revolucionarne promene u koncept rada ne samo tako što su omogućile stalnu povezanost između poslodavca i radnika, nego i zato što se plaćeni rad više ne povezuje nužno sa radom u kancelariji ili na terenu jer je uz pomoć interneta danas moguće raditi bilo gde, a to sa sobom donosi mnoge izazove, pogotovo zbog toga što se sada radno mesto i radno vreme preseljava u prostore koji se inače obično povezuju sa privatnim životom (Vargas Llave i Messenger 2018:219).

Većina poslova koje obavljaju moji sagovornici može da se obavlja i van kancelarije, mnogi od njih povremeno rade od kuće ili sa neke druge lokacije. Sa laptopom i internet konekcijom, neko ko je bolestan može da radi iz kreveta, neko ko je na letovanju može da radi u kafiću na plaži, a neko kome se tog dana jednostavno ne ide u kancelariju može da ostane u svom domu i obavlja svoj posao iz sopstvene radne sobe. U sva tri slučaja rad se prelijeva na tradicionalno privatne prostore ili prostore koji se obično povezuju sa slobodnim vremenom i to upravo zahvaljujući informacionim tehnologijama koje se mogu koristiti i kao sistemi nadzora.

„Kada sam pre nekoliko godina počela da radim u nevladinoj organizaciji u kojoj i danas radim, nisam imala kancelariju pa sam radila isključivo od kuće. Tada sam stalno radila prekovremeno i nisam imala nikakvu podjelu na radni i privatni prostor ili na radno i privatno vreme. Pre godinu dana smo iznajmili kancelarijski prostor upravo zato da bismo napravili podjelu između rada i privatnosti, međutim posao se stalno prelijeva na privatni život i privatni prostor jer često neko od nas radi od kuće. To ima svoje prednosti i mane. Za mene to je jako loše jer mislim da je zdravije napraviti podjelu između posla i privatnog života. Međutim sada imam dete i ponekad je nemoguće da ostavim kćerku i odem na posao, pogotovo kad je bolesna. Kada god radim od kuće, radno vreme se razvuče na ceo dan jer se stalno smenjuju privatne i poslovne obaveze. Moj posao se radi dok se ne završi tako da ne mogu da posle osam sati isključim računar i dozvolim sebi luksuz slobodnog vremena. Međutim, moja koleginica koja ima odraslo dete doživljava to drugačije. Njoj više odgovara rad od kuće jer smatra da tako ostvaruje bolji balans između privatnog života i posla. Pošto ne mora da ide nigde, ona se ne tušira kad ustane, ceo dan je u pidžami i ima vremena da se posveti svom sinu, da vodi računa o tome da ne provodi čitav dan igrajući igrice, ima vremena da ode kod lekara ili u banku i ima vremena da skuva ručak. Ali radni dan joj zbog toga traje sve do uveče i ne ostaje joj nikakvo vreme za sebe“. Irma (37)

Pitanje balansa između privatnog života i posla na koje ukazuje Irma često se postavlja upravo zbog fleksibilnosti radnog vremena i prostora kao i mogućnosti permanentne dostupnosti što omogućavaju informacione tehnologije. Ispitanici su ilustrovali više načina na koje tehnologije razbijaju granice između privatnog i javnog u

kontekstu rada, ali čini mi se da kancelarijski rad od kuće to najbolje ilustruje. Svi oni koji rade kancelarijski posao osim Jana koji radi u kol centru rekli su mi da imaju mogućnost, a ponekad i obavezu da neki deo posla obavljaju od kuće na svom računaru ili na službenom laptopu koji su dobili na korišćenje od svoje firme. Anastazija je objasnila kako u toku letnje sezone i kada ima slobodne dane ili je bolesna mora da bude pored svog službenog laptopa i dostupna na aplikaciji *Skype* kako bi mogla da komunicira sa kolegama i ponekad nezadovoljnim mušterijama, a Sara objašnjava kako je za nju mogućnost rada od kuće samo prividno neka vrsta slobode, ali joj zapravo to samo dodatno komplikuje posao i produžava radno vreme.

„To što se od mene zahteva da tokom letnje sezone budem permanentno dostupna ograničava moju slobodu kretanja jer moram da provodim slobodno vreme kod kuće ili eventualno u obližnjem kafiću sa laptopom. Ne mogu ništa drugo da radim na miru jer ne mogu mnogo da se udaljim od telefona i računara. Čak i ako pustim neki film na laptopu, najverovatnije ću morati da prekidam gledanje zbog poziva. Najteže mi pada rad od kuće kad sam blesna jer onda ne mogu da spavam“. Anastazija (37)

„Pošto se bavim pisanjem, moj posao ponekad prećutno podrazumeva prekovremeni rad. Pored toga imam i druge obaveze u firmi i kad mi one ne dozvole da završim pisanje nekih tekstova, ja sam onda prinuđena da taj deo posla radim mimo radnog vremena. Kad se završi radno vreme u pet popodne, ja uvek pomislim kako će mi biti lepše ako ponesem laptop i odem kući da se zamotam u ćebe, pustim muziku i naručim hranu iz restorana. Uvek odem iz kancelarije sa ubeđenjem da ću za čas obaviti ostatak posla, ali zapravo potrošim sat vremena putujući do stana zbog kolapsa u saobraćaju ili zato što se pola sata zadržim u samoposluzi. Kad se vratim kući premorena sam i gladna, moj mozak ne funkcioniše i ostanem satima za računarom mučeći se da napišem nešto pa mi na kraju ne ostane vremena ni da izađem u grad ni da se vidim sa dečkom ni da odgledam film ili seriju. Zapravo je uvek bolje ostati još sat ili dva na poslu i završiti sve pa onda uživati u svom slobodnom vremenu. Sa druge strane, kad sam malo prehladna pa zbog toga ne odem u kancelariju, kod kuće u tišini

mного brže obavim svoj posao i ostane mi mnogo vremena za odmaranje i gledanje filmova“. Sara (35)

Sari je najveći problem to što se „prećutno“ podrazumeva prekovremeni rad i što pored svog posla ima i druge obaveze u kancelariji. Kao i Anastazijina turistička agencija ili Irmina nevladina organizacija, i njena marketinška kompanija ima manjak zaposlenih a višak posla, pa se od radnika očekuje da rade duže, intenzivnije i predanije, da ostaju u kancelariji posle pet ili da nose posao kući. Nije reč o tome da sama tehnologija koja omogućava da se kancelarija prenese u privatni prostor doma, već ovi slučajevi pokazuju kako se neke kompanije eksploatatorski ponašaju tako što nude neke pogodnosti ali zauzvrat dodaju radno vreme ili računaju na to da radnici nemaju druge alternative pa im nameću nepovoljne uslove rada. Mogućnost da se posao obavlja od kuće kao što su opisale Irma i Sara deluje primamljivo, gotovo kao nekakva olakšica u poslu, ali zbog količine rada koji je neophodno obaviti, taj rad se pretvara u agoniju koja eliminiše kompletno slobodno vreme i ne ostavlja prostora za privatnost.

Lara, Nestor i Magda koji rade isključivo od kuće, preko interneta imaju drugačija iskustva. Oni su objasnili kako se ta vrsta posla odražava na njihov privatni život i kako prave balans između posla i privatnog života o kome je govorila Irma. Nestor koji trenutno radi za jednu stranu izdavačku kuću i njegovo radno vreme iznosi 40 sati nedeljno, mora da rasporedi svoje vreme kao da radi u kancelariji, a pošto se njegov privatni i radni život preklapaju, nailazi na različite izazove.

„Jedan od problema sa *online* radom je taj što tehnički ne postoje pauze u toku radnog vremena. Da bih rasporedio 40 radnih sati na pet dana moram da radim osam sati svakog dana i to efektivno, bez pauza. S obzirom na to da se rad meri pomoću softvera koji beleži sve moje aktivnosti na računaru, ne mogu da se udaljavam od računara na period koji je duži od dva minuta. To mi omogućava da trknem do kuhinje i uzmem nešto već gotovo za jelo i obavim malu nuždu u toaletu. Ako hoću da napravim dužu pauzu, moram da zaustavim softver za merenje vremena i uključim ga kasnije. Pošto živim sa roditeljima, a oni ne

razumeju ni šta ni kako ja radim preko interneta, oni me svaki čas mole da nešto uradim, kad sam već tu. Već jako dugo pokušavam da im objasnim zbog čega moraju da me puste na miru tih osam sati, ali još uvek to nisam uspeo. Da se ne bih sukobljavao sa njima, ja često pauziram posao da bih otišao u kupovinu, nešto popravio u kući ili razgovarao sa njima, a onda ostanem da radim do kasno uveče ili vikendom pa mi ne ostane nikakvo slobodno vreme. Kada bih imao kancelarijski posao, onda me jednostavno ne bi bilo kod kuće do šest popodne, ali ovako sam tu a u stvari sam u virtuelnoj kancelariji. Oni to nikako ne mogu da shvate". Nestor (27)

Slično kao Irma koja kada radi od kuće mora da balansira kućne poslove i rad na računaru, Nestor naizmenično odgovara zahtevima svojih roditelja i radi svoj posao na internetu, ali to komplikuje računanje radnog vremena. Radne i privatne obaveze obavljaju se naizmenično što dovodi do produžavanja radnog vremena sa osam na deset ili čak i više sati. U oba slučaja nedostatak prostorne podela na rad i privatnost dovodi do konfuzije sa vremenskom podelom na radno i slobodno vreme. Kao što Irma ne može svom malom detetu da objasni da je kod kuće zapravo na poslu, ni Nestor ne može svojim starim roditeljima da objasni kako to da je istovremeno sa njima i u svojoj virtuelnoj kancelariji.

„Kada bih živeo sam ili kada bih mogao svojim roditeljima da objasnim da moraju da me tretiraju kao da nisam kod kuće od devet do pet, onda bih mogao da napravim granicu između radnog i slobodnog vremena“, kaže Nestor. Iako se kancelarijski rad se može obavljati i sa drugih mesta, a ne samo u privatnosti sopstvenog doma, za radnike poput Nestora, ta mogućnost ništa ne znači jer svaki izlazak iz kuće znači trošenje novca.

„U Beogradu postoji mnogo kafića u kojima ljudi rade nešto na svojim laptopovima a postoje i *coworking* prostori namenjeni upravo digitalnim 'nomadima' koji kao ja rade preko interneta. Teoretski, ja bih čak mogao da odem i u hotel ili u neki luksuzan *coworking* prostor negde u prirodi gde me u dvorištu čeka bazen a u restoranu fantastična hrana. Međutim, sa novcem koji zarađujem od pisanja, ne bih mogao da priuštim tako nešto. Pokušao sam sa radom u kafiću

jer je to najjeftinija varijanta. Međutim, ja prvo moram da potrošim najmanje sat vremena da odem do grada i vratim se jer u mom kraju nema takvih kafića koje nude dobru internet konekciju i koji tolerišu goste koji su tu došli sa računarnom da sede osam sati. Zatim moram da platim nekoliko pića i kupim neku hranu. Kad sve te troškove oduzmem, svodi se na isto kao da sam sebi oduzeo četiri sata rada, a to je pola radnog vremena. To se jednostavno ne isplati. Ponekad maštam da imam običan kancelarijski posao kao i svi normalni ljudi, ali niti mogu takav posao da nađem u Beogradu niti bih mogao da od posla koji umem da radim zaradim pristojnu platu“. Nestor (27)

Pradoksalno, moderni poslovi koji se mogu obavljati sa bilo koje lokacije umesto da nude veću slobodu i bolje uslove rada (kao na primer rad na plaži ili u parku umesto u mračnoj kancelariji) u stvari često zatvaraju radnike u svoje domove i daju im još manje slobode nego klasični kancelarijski poslovi. Nestor koji bi želeo da ima poseban prostor za rad to ne može sebi da priušti jer od plate koju zarađuje mora sebi da plati kancelarijski prostor koji inače tradicionalno dolazi zajedno sa poslom i besplatan je. A kao što u 40 radnih sati nedeljno nisu uračunate pauze, tako ni na godišnjem nivou nisu uračunati odmori.

„Kada želim da se odmorim, ja mogu da prekinem sa poslom nedelju, dve ili tri, ali za to vreme ne dobijam nikakav novac. To je zato što su svi ti *online* poslovi u stvari honorarni poslovi i koncept godišnjeg odmora uopšte ne postoji. Prvih godinu dana nisam išao nigde, onda sam otišao na letovanje kod prijatelja na more zajedno sa svojim laptopom. Prvih nedelju dana sam se odmarao, a drugih nedelju dana sam radio u kafiću na plaži od osam do četiri. U idealnom svetu, mogao bih da se preselim na more i svaki dan radim na plaži, ali u realnom svetu to je nemoguće priuštiti. Bar ne od posla kojim se ja bavim. I bar ne na ovom kontinentu. Mogao bih da odem na Tajland ili u Vijetnam, ali morao bih da ostavim roditelje, devojkicu i prijatelje. A kao što nemam pravo na plaćeni odmor, tako isto nemam pravo da se odmorim za praznike a noćni rad se naplaćuje isto kao i dnevni. Umesto da se odmaram na pravoslavni Božić ili Uskrs, ja sam prinuđen da se odmaram tokom katoličkih praznika jer tada ne dobijam posao od svojih poslodavaca. Tada sam u Beogradu usamljen jer svi moji prijatelji rade ili uopšte nisu raspoloženi za zabavu, a naše praznike moram da provodim radno i zbog toga nailazim na nerazumevanje od strane porodice pa čak i

prijatelja koji očekuju da sa njima provodim vreme. Zbog vremenske razlike, često se dešava da hitne radne zadatke dobijam noću, ali to se ne računa kao nekakav naporni noćni rad koji zaslužuje veći honorar“. Nestor (27)

Za Nestora je posao preko interneta način na da zaradi od vrste rada koja nije mnogo tražena niti dobro plaćena na srpskom tržištu, ali baš zbog toga prinuđen je na to da radi bez zagarantovanih prava radnika honorarni posao koji u svakom trenutku može da izgubi. Dok uslove rada određuje američka kompanija *Upwork* preko koje je pronašao svoje poslodavce, u Srbiji je obavezan da plaća porez i osiguranje, a domaći Zakon o radu ga ne štiti. Ovaj način rada odražava se na njegov privatni život negativno pre svega zato što nema plaćeni godišnji odmor, nema slobodno vreme tokom srpskih praznika već tokom američkih praznika, ne dobija povišicu kada radi noću, pa i zato što nema načina na odvoji radni i privatni prostor, odnosno radno i privatno vreme. Magda koja poslodavce nalazi preko iste platforme, ali se bavi drugačijim poslom, objašnjava na kakve sve izazove može da naiđe neko ko za razliku od Nestora i Irme živi sam i radi preko interneta. Ona stanuje u garsonjeri koju je nasledila od Majke.

„Moj stan je veoma mali i ne mogu da napravim nikakvu podelu na radni i privatni prostor, a mislim da mi je to neophodno. Moje radno vreme i moje slobodno vreme kod kuće izgledaju identično: sedim za računarom. Koristim jedan te isti realan i virtuelni prostor, samo što slobodno vreme koristim za slušanje muzike i gledanje filmova. Kada su privatni i radni prostor tako pomešani, onda je jako teško organizovati rad. Pogotovo zato što je moj posao kreativan i potrebna mi je inspiracija, a ona dolazi iz nekakve promene i spoljašnjih podsticaja. Pošto živim sama, često nemam ni sa kim da porazgovaram. Moram da budem vrlo kreativna da bih osmislila dan tako da napravim nekakvu podelu između radnog i privatnog vremena. Jedan od načina je da podelim svoje aktivnosti na radne i privatne. Idealno, to izgleda ovako. Kada ustanem ujutru, odem u šetnju i kupovinu. Doručkujem u pekari, prošetam dva do tri kilometra, svratim u supermarket i vratim se kući. Onda radim otprilike osam sati pa spremim ručak, zatim odem u teretanu ili u grad na piće ili u pozorište ili na neko drugo mesto. Međutim, svaki dan je malo drugačiji. Kd

pada kiša onda umesto da šetam radim jogu kod kuće. Ponekad provedem ceo dan napolju, a ponekad se ne odvajam od računara po četrnaest sati. Najbolje bi bilo kad bih umesto ova male garsonjere imala veliki stan u kome bih mogla da dizajniram svoju kancelariju ili kada bih imala dovoljno novca da mogu sebi da priuštim da radim u nekom komformom *coworking* prostoru“. Magda (35)

I Magda i Nestor rekli su da imaju potrebu da fizički razdvoje privatni život i rad iako su oni gotovo potpuno pomešani i neodvojivi. Oboje pokušavaju da naprave nekakve strategije koje će im u tome pomoći. Dok Nestor pokušava da pronade nekakav prostor van kuće kako bi se odvojio od roditelja, Magda koja živi sama pokušava da raspodeli dan na privatne i radne aktivnosti i vremenski ih jasno odeli. Ova potreba da se dve sfere naknadno odvoje ukazuje na to da ovi ispitanici doživljavaju spajanje radnog i privatnog vremena, odnosno radnog i privatnog prostora kao neprirodno. Nestor čak kaže da mašta o tome da ima kancelarijski posao jer misli da bi mu on doneo više slobode i bolju raspodelu vremena, ali takođe kaže da bi u idealnom svetu trebalo da može da radi na plaži umesto kod kuće ili u kancelariji jer upravo to omogućavaju informacione tehnologije. Za to vreme Magda mašta o komfornom *coworking* prostoru i o većem stanu sa privatnom kancelarijom, a Lara ima bolje uslove za rad kod kuće, ali smatra da to nije dovoljno kako bi se posao i privatni život odvojili.

„Adaptirala sam jednu spavaću sobu i pretvorila je u radni prostor u kome su radni sto, računar, police sa knjigama, ukrasne lampice i jedna mala sofa. Uložila sam mnogo truda u uređenje te prostorije i ona sad izgleda bolje nego bilo koji drugi deo stana. Ideja mi je bila da tu boravim samo tokom radnog vremena, a da ostatak dana provodim u drugoj sobi ili u kuhinji. Međutim vremenom to je postala soba u kojoj provodim čitave dane pa čak tu i prespavam. Iako to tehnički jeste kancelarija, to je i dalje moj dom, odnosno moj privatni prostor. Nemam nikakvu potrebu da izlazim napolje i odlazim nekuda da bih radila, a nemam ni potrebu da odlazim u drugu sobu nakon što istekne radno vreme. Osim toga, ja ni u virtuelnom prostoru zapravo ne izlazim iz svog privatnog prostora jer je moj posao da uređujem profile na društvenim mrežama, a svi oni su povezani sa mojim ličnim profilom pa tako dok radim svoj posao istovremeno dobijam

notifikacije, to jest, obaveštenja vezana za moj lični profil. To su sve distrakcije koje otežavaju i usporavaju rad. Paralelno se bavim svojim i tuđim profilima tako da se moje radno vreme ponekad protegne do ponoći, a onda mi više ne ostaje nikakvo slobodno vreme koje bih mogla da koristim za druge aktivnosti". Lara (38)

Lara i Magda su ukazale na to da se radni i privatni prostori ne poklapaju samo u fizičkom prostoru nego i u virtuelnom prostoru kada se isti računar koristi za potrebe rada i u privatne svrhe. Čak i kada se izuzme problem digitalnog nadzora i privatnosti podataka koji neminovno donosi korišćenje savremenih tehnologija, ostaje problem razdvajanja rada i zabave, odnosno radnih i slobodnih aktivnosti. Taj problem takođe se tiče privatnosti jer se ona gubi preklapanjem rada i privatnog života. Ispitanici koji rade od kuće osećaju potrebu za razdvajanjem ove dve sfere, ali niko od njih ne uspeva da ih zaista odeli. Dok Magda i Nestor misle da bi im to uspevalo ako bi imali više prostora u stanu ili više novca koji bi uložili u neki alternativni kancelarijski prostor, Lara koja te uslove ima otkriva kako ni to ne mora biti dovoljno da se rad i privatni život zaista odvoje jer se ista tehnologija na gotovo isti način koristi za rad i slobodne aktivnosti.

Ipak, rad od kuće omogućava onu vrstu privatnosti koja nedostaje mnogim mojim ispitanicima koji su vezani za rad u kancelariji poput Emila, Jana i Milivoja kojima smeta blizina kolega i njihovo intruzivno ponašanje, odnosno njihova potreba da zadiru u tuđu intimu. U odnosu na većinu tradicionalnih poslova koji se obavljaju na za to predviđenom radnom mestu, ispitanici koji rade kod kuće imaju tu specifičnu vrstu privatnosti jer se ne moraju susretati sa direktnim fizičkim nadzorom, a neki od njih kao na primer Irma i Lara nisu podvrgnuti čak ni digitalnom nadzoru od strane svojih poslodavaca dok rade u privatnosti svog doma. Međutim, rad od kuće za sve njih predstavlja problem jer iz ovog ili onog razloga gube kontrolu nad svojim slobodnim vremenom i više ne mogu ili jako teško uspevaju da odvoje rad i privatnost.

Dok većina mojih sagovornika, bilo da rade od kuće, u kancelariji ili na terenu pristaje na uslove rada koji za njih nisu zadovoljavajući između ostalog zbog toga što

nemaju dovoljno slobodnog vremena, neki od njih uspevaju da naprave veoma dobar odnos između posla i privatnog života. Oni to uspevaju zato što rade u kompanijama koje mogu da pruže bolje uslove rada, ali takođe i zato što oni sami dodatno rade na ostvarivanju tog balansa pažljivo organizujući svoje vreme. Ali i oni su suočeni sa različitim izazovima koji potencijalno ugrožavaju njihovu privatnost. Martin tvrdi da je teško napraviti balans između rada i privatnog života čak i kada su uslovi na poslu natprosečno dobri kao u njegovoj firmi jer on oseća neku vrstu pritiska da svoje slobodno vreme ipak na kraju pretvori u radno vreme.

„Ovaj posao sam odabrao upravo zato da bih imao kvalitetniji privatni život, to jest više vremena za sebe, za zdraviji stil života, za devojkicu i za putovanja. Ali do tog posla sam došao tako što sam se usavršavao i došao do toga da umem da radim vrstu posla koju jako malo ljudi u Srbiji ume da radi. Ta znanja koja su me stavila u poziciju da biram između najboljih firmi sticao sam radeći nakon radnog vremena, odnosno posle pet sati popodne radnim danima i vikendom. Ni jedna profesija i ni jedan posao danas nije siguran tako da uvek moram da razmišljam unapred šta bih mogao da radim ako izgubim sadašnji posao. Razlog tome je ubrzani razvoj tehnologija. Posao koji sam radio pre dve godine danas se već radi na potpuno drugačiji način, a uskoro će i ovo moje zanimanje možda biti potpuno nepotrebno ako takve zadatke budu umesto ljudi obavljali algoritmi. Zbog toga i sada radim mimo radnog vremena, usavršavam se radeći drugačije poslove sa strane za druge klijente. To mi oduzima slobodno vreme vikendom. Pošto radim na projektima a ne za stalno, to nije baš svaki vikend ili nije svaki mesec. Sa toliko mnogo posla, teško je napraviti balans između rada i privatnosti, ali ja stalno radim na tome da taj balans održavam. To je isto neki vid rada. Da mi dan ne bi prošao uludo, moram da ga organizujem. Pošto imam klizno radno vreme, unapred planiram kad ću ustati, šta ću raditi, da li ću na posao otići biciklom ili taksijem, gde ću provesti pauzu, kada ću završiti posao, da li ću posle posla trčati ili otići u restoran sa devojkicom i tako dalje. Rad na projektima mimo posla svodi se na rad od kuće, tako da i vikende moram precizno da planiram kako bih imao i nešto slobodnog vremena“. Martin (29)

Martin je objasnio kako savremeni tipovi poslova koje karakteriše stalna promena, razvoj i neizvesnost nameću potrebu pojedinca da se stalno usavršava i

prilagođava novim tehnologijama, a to znači da se i slobodno vreme mora koristiti za nekakav lični razvoj i dodatni rad na proširivanju znanja i savladavanja novih veština. I drugi ispitanici iz različitih branši tvrde da se i u njihovim oblastima trendovi toliko brzo menjaju da osećaju potrebu da sami šire svoja znanja kako se ne bi dogodilo da njihova vrednost na tržištu rada opadne zato što su znanja kojima oni raspolažu zastarela i prevaziđena.

„Marketing prati razvoj novih tehnologija i trendove u novim medijima koji se menjaju iz meseca u mesec, a ne iz godine u godinu. Ako želim da budem u toku, ja ne mogu samo da obavljam svoj posao po nekom šematizmu nego moram da se bavim odgonetanjem svetskih trendova na polju digitalnog marketinga koji su uslovljeni razvojem tehnologije i promenama u tajnim algoritmima različitih platformi i društvenih mreža. Paralelno sa tim, trebalo bi da se informišem i u oblasti prava jer marketing je takođe uslovljen domaćim i međunarodnim zakonskim aktima, pogotovo onima vezanim za privatnost podataka. Privatnost podataka je pitanje koje je veoma važno za nas koji se bavimo digitalnim marketingom jer nas zakoni u toj oblasti ograničavaju“. Ela (28)

„Radim u oblasti koja se zove *business intelligence* (biznis inteligencija) i radim na obradi metapodataka. To je veoma aktuelno zanimanje i tu se stvari stalno menjaju. Promenila sam nekoliko takvih poslova do sada i mislim da je jedan od načina da ostaneš aktuelan u toj oblasti upravo seljenje iz kompanije u kompaniju. Usedeti se na jednom mestu znači naviknuti se na jedan način rada a tako se gubi vrednost radnika“. Alisa (40)

„U pisanju za veb stvari se menjaju jer tekst sam po sebi ne vredi ništa ako nije napravljen tako da ga pretraživači na internetu dobro pozicioniraju. Tani algoritmi pretraživača stalno se menjaju tako da se i moj način pisanja menja jer drugačije biram i koristim ključne reči. To nije kreativan deo posla ali jeste neophodan“. Nestor (27)

„Pošto se bavim digitalnim dizajnom, moram da budem u toku sa najnovijim programima, apdejtovima za stare programe i načinima na koji se digitalni dizajn razvija. Tu je najvažnija kreativnost, ali je neophodno i nekakvo tehničko znanje i stalno informisanje o trendovima jer se stvari menjaju bukvalno iz dana u dan. Ponekad obavim sjajan posao tako što sednem za sto, uzmem papir i olovku i nešto nacrtam rukom, ali i to je samo zbog toga što je ručno rađeni crtež trenutno moderan, a to ne bih znala da se svaki dan ne bavim istraživanjem o tome šta je moderno“. Magda (35)

Martin i Ela dobrovoljno žrtvuju svoje slobodno vreme kako bi unapređivali svoja zanja i bili u toku sa brzim tehnološkim promenama koje direktno utiču na njihov rad i njihovu vrednost na tržištu rada. Oni ne vide to kao slobodan izbor već kao obavezu jer su svesni da mogu da ostanu bez zaposlenja ako konstatno ne rade na sopstvenom razvoju. Isto to potvrđuje i Alisa koja primenjuje malo drugačiju taktiku. Čak i Nestor i Magda koji se bave kreativnim poslovima misle da moraju da menjaju poslodavce i rade na svom usavršavanju kako način na koji rade ne bi postao irelevantan na tržištu rada.

Ovi ispitanici koji se bave tradicionalnijim poslovima mada na potpuno moderan način takođe svode svoje privatno vreme na radno vreme. Kao što su objasnili Martin, Ela, Magda, Nestor i Alisa, različita zanimanja zahtevaju od radnika da stalno rade na svom usavršavanju ali i adaptiranju na nove tehnologije i nove tajne algoritme. Elin posao marketing stručnjaka delimično se poklapa sa poslom jednog influensera koji koristi društvene mreže za samopromociju jer i jedni i drugi rade sa potpuno istim savremenim medijima, samo što influenseri promovišu sami sebe, a marketing stručnjaci kreiraju strategije promocije za brendove koji zatim sarađuju upravo sa influencerima. Konstantne tehnološke promene ali i promene u trendovima teraju i jedne i druge da neprekidno uče, istražuju i menjaju način rada i baš zbog toga im je teško da završe svoje radno vreme i posvete se privatnom životu.

2.3. Rad i privatnost: narušena ravnoteža

Koncept fleksibilnosti rada i radnog vremena koja postoji još od osamedesetih godina dvadesetog veka relativizuje podelu na radno i slobodno vreme, ali savremene informacione tehnologije koje omogućavaju neprekidnu komunikaciju između poslodavaca i zaposlenih kao i rad van kancelarije ovu podelu dodatno problematizuju. Jedan broj ispitanika ukazao je na probleme koji proizilaze iz mogućnosti koje otvaraju nove tehnologije, ali oni takođe ističu da je veoma značajan faktor i način na koji se te tehnologije lokalno koriste u duhu „ortačke“ raspodele rada između kolega ili „prećutnih“ dogovora razmena privatnog vremena za neke druge pogodnosti kao što je korišćenje kompanijskih uređaja. Neformalan odnos između poslodavaca i radnika ili između kolega kao i neformalan odnos prema samim pravilima poslovanja koja propisuju zakoni za mnoge znači skraćivanje slobodnog i produžavanje radnog vremena, ali oni na takve uslove rada pristaju jer nemaju mogućnost da odaberu radno mesto u nekoj drugoj firmi. Sa druge strane, te neformalne međuljudske odnose na radnom mestu nekolicina ispitanika doživljava kao faktor ugrožavanja privatnosti jer im smeta to što su kolege zainteresovane za njihov privatni život ili zato što ih primoravaju da se sa njima druže i za vreme pauze.

Rad od kuće koji informacione tehnologije omogućavaju dozvoljava radnicima da izbegnu neke oblike nadzora i neprijatnu blizinu nasrtljivih kolega, ali istovremeno anulira razliku između radnog i privatnog prostora što često vodi relativizaciji granice između radnog i slobodnog vremena, kao što pokazuju primeri mojih sagovornika, naročito onih koji rade od kuće. Čini mi se da neki savremeni tipovi rada kao što su rad od kuće ili nomadski rad na daljinu omogućavaju bolju zaštitu privatnosti u odnosu na neposredno okruženje. Radnici mogu da obavljaju svoje obaveze u toplini svog doma ili na bilo kom drugom ugodnom mestu gde je dostupna internet konekcija i ne moraju da se suočavaju sa kolegama i nadređenima pa ni sa direktnim nadzorom. Ipak, istovremeno se svi oni suočavaju sa ugrožavanjem privatnosti podataka jer radeći uz

pomoć informacionih tehnologija bivaju podvrgnuti drugim tipovima nadzora i možda čak strožijoj kontroli.

Radni i privatni prostori prelamaju se i sažimaju ne samo u fizičkom nego i u virtuelnom prostoru interneta jer se iste tehnologije koriste za rad i zabavu, a u nekim slučajevima kao što je recimo Larin, rad i zabava se čak odvijaju i u identičnom virtuelnom prostoru – na društvenim mrežama. Čak i ako se ne osećaju primorano da rade prekovremeno ili ako ne rade od kuće gde dolazi do mešanja privatnih i radnih obaveza, moji ispitanici tvrde da je sve teže odvojiti bilo kakvo slobodno vreme jer savremeni poslovi nameću potrebu da se radnik satalno usavršava i informiše o tehnološkom napretku i trendovima korišćenja tehnologija pošto od toga zavisi njihova vrednost na tržištu rada.

Iako ispitanici rade vrlo različite poslove poput pisanja, dizajna, marketinga i programiranja, svi oni smatraju da je neophodno da prate promene u tajnim algoritmima koji direktno utiču na njihov rad ili plasiranje njihovog rada. U skladu sa tim promenama oni menjaju svoj način rada, ali kako bi bili informisani o tim promenama, oni rade dodatne honorarne poslove ili na druge načine troše svoje slobodno vreme.

Dakle, kada se posmatra problem privatnosti u kontekstu rada, osim digitalnog i drugih oblika nadzora treba imati u vidu i ove odnose između radnog i slobodnog vremena. Radnici sa kojima sam ja razgovarala vide nedostatak slobodnog vremena kao neku vrstu ograničavanja ili ugrožavanja svog privatnog života na koji smatraju da imaju pravo ili ga bar priželjkuju. Iz razgovora sa mojim sagovornicima saznala sam da postoje kompanije u kojima su radnicima nametnuti uslovi rada koji podrazumevaju prekovremeni adekvatno plaćeni ili neplaćeni prekovremeni rad, ali da takođe postoje i kompanije koje vode računa o tome da radnici imaju dovoljno slobodnog vremena. Upravo ispitanici koji rade u ovoj drugoj vrsti kompanija osećaju obavezu da rade sami za sebe mimo radnog vremena svesni da njihova vrednost na tržištu rada može da

opadne ili da postanu suvišna radna snaga ukoliko svoja znanja konstatno ne proširuju kako bi bili u toku sa tehnološkim promenama.

Upravo savremene informacione tehnologije koje sa jedne strane omogućavaju različite oblike transparentnog ili netransparentnog nadzora i obavezuju radnike na stalnu komunikaciju sa nadređenima a sa druge otvaraju mogućnost seljenja kancelarijskog rada u različite privatne i javne prostore uzrokuju ove velike promene u odnosu između slobodnog i radnog vremena. Tendenciji da se celokupno vreme na ovaj ili onaj način iskoristi za rad pojedinci se teško odupiru, ali iz njihovih izjava je jasno da svi oni osećaju kako im je slobodno vreme potrebno i da žele da uspostave ravnotežu između rada na jednoj i privatnog života na drugoj strani.

3. Uticaj društvenih mreža na promenu koncepta rada

Društvene mreže predstavljaju jedan od dokaza da su prakse nadzora postale deo svakodnevice običnih ljudi (Trottier 2012: 15), a danas integrisane u tržište rada (Gandini i Pais 2018: 130) pa i same procese rada. One su istovremeno postale sredstvo za rad, alat za marketing, platforme za traženje posla ili regrutovanje radnika i mehanizmi za nadzor zaposlenih, kolega pa čak i samih poslodavaca. Osim toga, one predstavljaju i platforme za privatnu i poslovnu komunikaciju ili čak mesta poput tradicionalnih medija na kojima se traži inspiracija ili aktuelne informacije vezane za različite profesije.

Društvene mreže već dugo igraju vrlo važnu ulogu u procesu traženja posla i regrutovanja novih radnika (Gandini i Pais 2015: 115), međutim posledica praksi korišćenja društvenih medija u svrhe profilisanja radnika su novi oblici kontrole i nadzora (Gandini i Pais, 2018: 144). Profili na društvenim mrežama, zajedno sa svim ostalim digitalnim tragovima koje pojedinci ostavljaju na internetu predstavljaju izvor informacija koje se mogu koristiti u cilju procene kvaliteta radnika i njegove podobnosti za određeno radno mesto. Neki ispitanici objašnjavaju kako njihovi profili na

društvenim mrežama predstavljaju neku vrstu dokumentacije koja se uzima u obzir zajedno sa prijavom za posao, biografijom, portfolijem i ostalim priloženim materijalima koji ga preporučuju za neko radno mesto.

„Kada apliciram za neko radno mesto, ja predam traženu dokumentaciju, ali svestan sam da će eksperti za ljudske resurse pregledati i moje društvene mreže ako budem ušao u neku užu selekciju kandidata. To nije deo zvanične procedure, ali nekako se podrazumeva da se proveravaju informacije na društvenim mrežama kao što su *LinkedIn* ili *Facebook*. Možda se proveravaju i neke druge stvari kao rezultati *Google* pretrage ili *Instagram*. Nisam siguran šta traže niti kako me procenjuju kroz moje društvene mreže, samo znam da to rade. Nemam nikakvu strategiju za uređivanje tih profila jer ne znam tačno šta bi moglo da me preporuči za neki posao a šta ne. To verovatno spada u domen psihologije jer se o tome brinu stručnjaci za ljudske resurse koji su po profesiji psiholozi. Verovatno se traže određeni profili ličnosti. Trudim se da na društvenim mrežama predstavim sebe onakvog kakav zaista jesam i nadam se da je to dovoljno dobra preporuka. Ne radim ništa posebno sa svojim profilima kako bih ih prilagodio određenom poslodavcu“. Martin (29)

Martin oseća da je to kako će njegovi profili na društvenim mrežama biti protumačeni od strane stručnjaka za ljudske resurse van njegove kontrole. On to vidi kao tajnovit, nezvaničan proces provere manje ili više privatnih informacija dostupnih na internetu koji služi tome da poslodavcima više približi njegovu ličnost kako bi odlučili da li je on podoban kandidat za određeno radno mesto. Ipak, on to ne smatra kao ugrožavanje privatnosti.

„ Prihvatio sam to kao jedan moderan način regrutovanja radnika. Mislim da je i u firmi u kojoj sam radio ranije i u firmi za koju radim sada važnije da se zaposleni uklapaju u određeni psihološki profil nego da imaju određena znanja i sposobnosti. Facebook i LinkedIn su kao neke lične karte koje se uzimaju na uvid. Gleda se da li je neko cool ili je recimo neki nacionalista koji na profilnim slikama ima srpsku zastavu ili vrti neko prase na ražnju. Važno je da se ličnost uklopi u kolektiv i zbog toga se proveravaju privatni profili umesto da se gleda samo CV i portfolio na primer“. Martin (29)

Martin ukazuje na to da bi prakse provere društvenih mreža mogle na neki način biti diskriminatorske jer se traže određeni „profili ličnosti“. Martin nagađa šta bi mogli biti kriterijumi u dve kompanije za koje je radio, ali priznaje da ni sam ne zna šta se zapravo proverava i koje vrste informacija su relevantne. Ali dok on ovakva prakse provera ne doživljava ni kao diskriminatorske ni kao nelegitimne u pogledu privatnosti, neki drugi ispitanici posmatraju kritički. Emil smatra da je problematično to što su ove provere obavijene velom tajne i što nigde ne postoji upozorenje da se privatni podaci uzimaju u obzir prilikom procesa odabira kandidata za neki posao.

„Smatram da su provere privatnih podataka bilo da su one dostupne na internetu kroz društvene mreže ili u nekim drugim bazama podataka nelegitimne jer niko zapravo ne zna ni šta se proverava ni zašto se to radi. Nismo upozoreni na to i ne znamo ni sami šta se o nama sve može naći na internetu. A sve informacije mogu da protumače na različite načine. Sumnjam u to da sam za jedan posao za koji sam konkurisao odbijen upravo zato što je neko pogrešno protumačio moje privatne podatke dostupne na društvenim mrežama. Posao je imao veze sa crkvom, a nadređeni su nakon provere nekakvih podataka o meni zaključili da ja nisam pravoslavne vere. To su mogli saznati samo na osnovu informacija koje se tiču mog privatnog života, a ja u privatnom životu često putujem i posećujem razne manastire i verske hramove od kojih mnogi nisu pravoslavni. To što sam ja radoznao i obilazim svakakva mesta ne znači da ja nisam pravoslavne vere ili da nisam odan pravoslavnoj veri. Pre svega, to gde ja putujem i kakva mesta obilazim je moja privatna stvar“. Emil (36)

Emil aludira na to da su prakse analiziranja ličnih profila na društvenim mrežama slične praksama tajnih službi, te da su podaci o ličnosti na internetu svojevrsni veb dosijeji koji se koriste u svrhe zapošljavanja. On takođe naglašava da su pri takvim analizama moguće krupne greške i diskriminatorske prakse bazirane na pogrešno protumačenim podacima. Osim toga, on smatra da su podaci koji se mogu pronaći na privatnim profilima na društvenim mrežama privatni i da se tiču privatnog života te da zbog toga ne bi trebalo da budu korišćeni za procenu nečije radne

sposobnosti. Alisa mi je objasnila zbog čega su, po njenom mišljenju, privatni podaci dostupni na društvenim mrežama koji razotkrivaju ličnost važni za poslodavce u njenoj struci i zbog čega ona nema ništa protiv praksi analiziranja takvih podataka.

„To je sada svetski trend, pogotovo u mojoj struci jer kompanije sada najviše interesuju privatne informacije o radnicima. U mojoj struci ali i u mnogim drugim strukama, prakse rada se stalno menjaju u zavisnosti od razvoja tehnologija, a znanje se stalno unapređuje kroz sam rad. Kompanije interesuje koliko je ko ambiciozan, šta koga interesuje, zašto su dugo ostajali u nekim kompanijama ili zbog čega su često menjali poslove i tome slično. I na intervjuima za posao postavljaju se lična pitanja jer je važno da se pokaže kako će neki radnik da doprinese firmi, koliko će tu da ostane, da li će biti motivisan da radi i tako dalje. U poslednjih nekoliko godina više puta sam menjala firme i počinjala iz početka a zahvaljujući tome sam i mnogo toga naučila, a u tome je moja sadašnja firma prepoznala nekakav potencijal pa su me zbog toga i primili“.

Alisa (40)

Alisa se, kao i Ela pomirila sa tim da su privatne informacije o radnicima postale relevantne i da od njih zavisi nečija vrednost na tržištu rada. To isto je primetio i Adam koga avio kompanije analiziraju ne samo na osnovu društvenih mreža nego i na osnovu psiholoških testova koji daju još tačniji uvid u njegovu ličnost. On za razliku od Alise ne podržava i ne opravdava takvu vrstu zadiranja u intimu radnika, iako je svestan zbog čega avio kompanijama više znače informacije o njegovim navikama i interesovanjima nego njegovo tehničko znanje upravljanja avionom. Koristeći različite društvene mreže da se informišu o konkursima i pronađu nove poslodavce, neki ispitanici primetili su da postoje velike razlike u tipovima podataka koji se mogu pronaći na različitim društvenim mrežama, a neki otkrivaju kako kompanije za koje rade prilikom razmatranja prijave za posao u obzir uzimaju i spisak kontakata na društvenim mrežama *Facebook*, *LinkedIn* i *Instagram*.

„Mislim da *LinkedIn* mnogo više govori o nečijoj ličnosti i daje mnogo više podataka koji su relevantni za nekog poslodavca. Tu su informacije o obrazovanju, o prethodnim angažovanjima ali i o poslovnim konekcijama, o krugu profesionalaca u kome se neki radnik kreće pa i informacije o interesovanjima vezanim za profesiju a i šire. Za razliku od ove društvene mreže, *Facebook* je dosta opskuran jer nudi nekakve parcijalne privatne informacije koje mogu da se tumače proizvoljno“. Alisa (40)

„U svetu marketinga kontakti su neka vrsta kapitala a ja sam sticajem okolnosti zahvaljujući mom prethodnom poslu i nekim ličnim poznanstvima na spisku virtuelnih prijatelja imala i neke ljude koji su privukli pažnju. Otvoreno su mi postavljali pitanja u vezi sa mojim kontaktima na društvenim mrežama i to me je malo uznemirilo jer sam se osećala kao da su špijunirali moj privatni život, ali ne mogu da imam ništa protiv toga jer se danas marketing zasniva na tim privatnim informacijama dostupnim na društvenim mrežama. Svi mi koristimo tuđe informacije da bismo radili ovaj posao“. Ela (28)

„Sve što se može pronaći na mojim *Instagram* i *Facebook* profilima su javne informacije. Oba profila su javna i koristim ih kako bih tu prezentovala svoj rad. *Facebook* sam ranije koristila i za mnogo privatnije stvari kao što je pisanje statusa, dopisivanje sa prijateljima preko zida i objavljivanje privatnih fotografija, ali sada tu ima najviše mojih radova. Nisam sigurna da li poslodavci gledaju te moje profile, ali ja ih dizajniram tako da pokažu kako imam stila, a to može da bude dodatna reklama za mene kao umetnika, ilustratora i dizajnera“. Magda (35)

I Alisa i Ela bave se vrstama posla koje eksploatišu privatne podatke i upravo zato opravdavaju ovakve prakse provere radnika preko društvenih mreža. A Magda koja se bavi vizuelnim umetnostima i dizajnom društvene mreže posmatra kao neku vrstu svog javnog portfolija i uopšte ih ne doživljava kao privatne. Pošto društvene mreže doživljava kao platforme koje joj omogućavaju da zapravo reklamira svoj rad ili promoviše sebe kao umetnika i osobu koja „ima stila“, Magda o njima ne razmišlja kroz prizmu problema privatnosti podataka. Iako priznaje da „zid“ na društvenoj mreži

Facebook nije isto što i zid u nekoj galeriji jer može da služi za komunikaciju sa prijateljima, ona odlučuje da ga koristi kao izložbeni prostor koji je zapravo javan, a ne privatn.

Osim za proveru potencijalnih radnika, društvene mreže se mogu koristiti i za traženje posla. Nestor koji radi isključivo za strane kompanije i poslodavce pronalazi preko platforme *Upwork* i sam je otvorio *LinkedIn* kako bi pokušao da preko ove društvene mreže pronađe bolje plaćene poslove i bolje uslove rada. Njegovo iskustvo pokazalo je kako činjenica da je lociran u Srbiji konstantno umanjuje njegove šanse da pronađe bolje plaćene poslove.

„Sam *Upwork* funkcioniše tako što čini radnika transparentnim. Ne mogu da sakrijem činjenicu da sam lociran u Srbiji niti da moj maternji jezik nije engleski jezik. Ne mogu da sakrijem informacije o primanjima, tako da svaki poslodavac može da vidi koliko sam zarađivao i na osnovu toga formira moju platu. Na kraju, cena mog rada formira se na osnovu toga što sam jeftina radna snaga iz Srbije a to smatram diskriminacijom. Zbog toga sam pokušao da otvorim *LinkedIn* profil sa svojom nemačkom imejl adresom i kao svoju lokaciju upišem Berlin. Želeo sam da vidim da li ću kao radna snaga iz Nemačke moći da dobijem bolje plaćene poslove nego na *Upwork* platformi. Javio mi se poslodavac iz Austrije koji mi je ponudio veoma loše plaćen posao koji je u rangu poslova kakve najčešće pronalazim na platformi *Upwork*. Pošto sam se predstavio svojim pravim imenom i na svoj profil postavio svoj portfolio, taj austrijanac je pronašao moj *Upwork* profil, video koliko zarađujem i gde sam lociran pa je na osnovu toga formirao cenu rada“. Nestor (27)

Nestorovo iskustvo pokazuje kako društvene mreže i platforme na internetu čine radnike transparentnima jer su privatne informacije dostupne mimo njihove volje i kontrole. Ovaj slučaj takođe pokazuje kako profilisanje radnika na osnovu podataka sa interneta samo perpeturira one društvene razlike koje već postoje, te da je vrlo teško na tom globalnom tržištu pozicionirati se ravnopravno i izbeći etiketu jeftine radne snage iz nerazvijene istočnoevropske države. Nestor je pokušao da sebe predstavi kao radnika lociranog u Nemačkoj, ali su njegov identitet i lokacija brzo utvrđeni na osnovu

podataka o njemu koji su dostupni na internetu. Martin mi je skrenuo pažnju na to da tajni algoritmi u velikoj meri određuju to kakve će ko ponude za posao pronaći na društvenim mrežama.

„*LinkedIn* može da se koristi za traženje posla u Srbiji i u inostranstvu, a može da se koristi i za pronalaženje *remote* poslova koji mogu da se rade na daljinu. Međutim izbor poslova koji ću ja tu pronaći zavisi od informacija koje ja dajem toj platformi. Ona najpre ucenjuje svakoga da pronađe određeni minimum prijatelja kako bi uopšte ponudila bilo kakav izbor poslova. A onda od toga ko su ti prijatelji, čime se bave i kako te tajno ocenjuju zavisi tvoj rejting i ponuda poslova koja će ti biti dostupna. Informacije o obrazovanju, prethodnim zaposlenjima, interesovanjima, pa čak i o zaposlenjima i obrazovanju prijatelja takođe utiče na to kakav će izbor poslovnih ponuda algoritam odabrati baš za tebe. *LinkedIn* i sam nudi mogućnost apliciranja za posao. Na primer, ja preko te društvene mreže mogu da se prijavim za neki posao u Beogradu, Londonu ili bilo gde. Ne moram ni da šaljem aplikaciju direktno nekoj firmi. Međutim ja se osećam ucenjeno jer poslove ne biram ja već algoritam koji na osnovu parcijalnih informacija dolazi do zaključka kakva radna mesta meni odgovaraju. Preko ove društvene mreže sam pronašao odličan posao i za sebe i za svoju devojkicu, ali mislim da je problematičan sam taj način na koji ona prikuplja podatke o korisnicima a zatim ih koristi“. Martin (27)

Društvene mreže se nezvanično koriste ne samo za regrutovanje novih radnika nego i za kontrolisanje zaposlenih. Neki ispitanici ukazali su na to da postoje određene prakse nadzora koje nadređeni u kompanijama upražnjavaju kako bi kontrolisali zaposlene. Načini na koje se društvene mreže koriste privatno mogu na utiču na reputaciju radnika, pogotovo kada je reč o institucijama vlasti u kojima je političko opredeljenje radnika veoma važno pitanje.

„Od kada radim u državnoj instituciji, vodim računa o tome da na profilima mojih društvenih mreža nema nikakvih informacija koje bi nekoga navele da zaključi da se protivim vlasti. Među mojim prijateljima na *Facebook*-u ima politički angažovanih pojedinaca koji su deo političke opozicije, međutim mislim

da se tako nešto ne može uzeti kao argument protive mene. Vodim računa o tome da nisam član nikakvih *Facebook* grupa koje kritikuju aktuelnu vlast ili se bore protiv nje. To ne radim iz predostrožnosti ili zato što sam paranoičan nego zato što pouzdano znam da se aktivnosti zaposlenih na društvenim mrežama kontrolišu. Moja koleginica koja učlanila u grupu posvećenu kritikovanju gradske vlasti bila je pozvana na razgovor i rečeno joj se da se iz te grupe iščlani. Nakon tog incidenta postao sam jako obazriv i počeo da vodim računa i o tome šta pišem u komentarima, šta 'lajkujem' pa čak i o tome šta pišem u privatnim porukama. Od kako radim ovde, potpuno sam promenio stil korišćenja *Facebook*-a koji sam ranije zaista doživljavao kao nešto privatno i bez ikakve cenzure sam tamo pisao i radio šta god bi mi palo na pamet. Sad vidim da je to neka vrsta policijskog dosijea iako ga mi doživljavamo kao nešto privatno i kao nešto zabavno". Emil (36)

„Preko društvenih mreža može da se prati kada je ko na mreži dok je na poslu ili recimo dok je na bolovanju. Ako je radnik neoprezan, može da se otkrije da je neko lagao da je bolestan ili da neko umesto da vredno radi objavljuje storije na *Instagram*-u. Činjenica da šefovi mogu da te prate na društvenim mrežama automatski znači da ne možeš baš slobodno da se ponašaš na tim društvenim mrežama iako one mnogima služe za druženje. Ja recimo uvek vodim računa o tome da se ne odam da sam online kad se pravim da sam zauzeta, osim kad imam pokriće jer radim deo posla koji je povezan sa društvenim mrežama. Osim toga moram da vodim računa o tome da svim kolegama čestitam rođendan ili da lajkujem sve kompanijske fotografije sa raznih događaja. Biti prijatelj sa kolegama podrazumeva nekakav dodatni oprez, autocenzuru ali i neki dodatni rad. A nemoguće je sakriti se od kolega jer je nekakvo nepisano pravilo da na društvenim mrežama moraš da budeš povezan sa kolegama". Sara (35)

„Jednom mi se dogodilo da sam svog šefa u inostranstvu slagao da sam bolestan a zapravo sam bio na putovanju i sve vreme sam na *Instagramu* kačio fotografije iz Berlina. Onda sam pomislio da on možda povremeno gleda moj profil jer je javan, a onda sam ga brzo pretvorio u privatni profil dostupan samo mojim pratiocima. Za te ljude koje nikada nisam upoznao, društvene mreže su jedini način da zavire u moju intimu i vide kako izgleda moja soba, moj pas, moje letovanje... Na osnovu onoga što vide mogu da zaključe i koliko luksuzno živim a to onda možda može da se odrazi na to koliko će mi platu ponuditi. Ne mogu

da pretpostavim na koji način će oni tumačiti informacije koje o meni pronađu i zbog toga izbegavam prijateljstva sa nadređenima iz inostranstva preko društvenih mreža. Nikada ne šaljem zahteve za prijateljstva i predstavljam se pseudonimima kako bi me oni teže našli“. Nestor (27)

„Morala sam da se sprijateljim sa šefovima i kolegama na svim društvenim mrežama, a to znači da oni mogu da vide kada negde izađem sa prijateljima ili kada negde otputujem tokom vikenda. Ne želim da razmišljam o tome da li će neko moje privatne fotografije ili statuse pogrešno proumačiti pa zbog toga vrlo retko bilo šta objavljujem na svojim profilima“. Anastazija (37)

Emil se suočio sa nekom vrstom tajne ideološke kontrole radnika preko društvenih mreža. Nakon što je slučajno u razgovoru sa kolegama otkrio da neko od njegovih nadređenih nadgleda ponašanje radnika na društvenim mrežama, došao je do zaključka da se radnici na neki način disciplinuju, odnosno da bivaju upozoravani da ne pokazuju kritičan stav prema vlasti na svojim profilima. Drugi ispitanici suočeni su sa suptilnijim nadzorom koji nema za cilj da kontroliše ponašanje radnika, već samo da prati njihove aktivnosti. Nestor koji saraduje sa kolegama iz inostranstva još je oprezniji kada se sa njima poveže preko društvenih mreža. Njegov profil obično je jedini izvor informacija o njegovom privatnom životu za nekog poslodavca iz Amerike koga nikada nije upoznao uživo. Samim tim, privatne informacije na društvenim mrežama još su osetljivije za njega nego za Saru koja se sa svojim kolegama viđa svakodnevno. Sa druge strane, ispitanici koji osećaju pritisak da uvek budu dostupni i spremni za prekovremeni rad zato što koriste službeni laptop i mobilni telefon osećaju nelagodnost kada koriste društvene mreže u privatne svrhe i sa svojim prijateljima na društvenim mrežama dele informacije o tome kako provode svoje slobodno vreme. Svesni da čak ni to sa kim se druže i kako provode svoje slobodno vreme nije u potpunosti njihova „privatna stvar“ već se na neki način tiče kompanija ili institucija za koje rade, oni društvene mreže zaista i doživljavaju kao jedan metod nadzora. Njihovo ponašanje na

društvenim mrežama u tom smislu nije spontano jer uvek imaju na umu da to što rade njihovi nadređeni prate.

Nestor, Sara, Emil i Anastazija su svesni da njihove profile na društvenim mrežama neko može da posmatra i da zbog toga mogu da budu kompromitovani, pa čak i da ugroze svoje mesto u firmi za koju rade. Znajući da su možda pod nadzorom, oni koriguju svoje ponašanje na društvenim mrežama i suzdržavaju se da ih slobodno koriste. Nestor se trudi da sačuva svoje profile od pogleda njegovih nadređenih u inostranstvu, a Emil, Sara i Anastazija osećaju obavezu da se sprijatelje sa svim kolegama na društvenim mrežama jer to doživljavaju kao nešto što se od njih očekuje. Sara čak druženja sa kolegama preko društvenih mreža naziva dodatnom radnom obavezom što je takođe jedan od pokazatelja toga do koje mere je rad kolonizovao slobodno vreme, slobodne aktivnosti i uopšte privatni život.

Neki od ispitanika i sami koriste društvene mreže za obavljanje svog posla ili za promociju nekog svog proizvoda ili usluge od čega zatim zarađuju novac. U tom smislu profili na društvenim mrežama nisu uvek nešto privatno, već predstavljaju nekakve javne prostore, mini prodavnice, izloge ili galerije. Za neke od njih *Facebook* i *Instagram* predstavljaju njihovo radno mesto. Magda je objasnila kako svoje lične profile na društvenim mrežama koristi kao izložbeni prostor koji služi tome da predstavi svoj kreativni rad, a Jana je opisala kako joj *Facebook* i *Instagram* pomažu u promovisanju restorana čiji je menadžer. Dok Magda vidi svoje profile na društvenim mrežama kao virtuelne galerije, Jana ih posmatra kao virtuelne kancelarije.

„Čak i kad se završi radno vreme restorana, profili na društvenim mrežama su aktivni i putem njih nam pišu mušterije. Imam obavezu da preko društvenih mreža angažujem ljude koji tu dolaze da jedu tako što objavljujem fotografije ambijenta ili hrane i pića i tako što ih obaveštavam o radnim i neradnim danima ili o novim ponudama na meniju. Ako neko pošalje poruku ili napiše komentar ipod fotografije, ja sam dužna da na to odgovorim. Ako neko poželi da izvrši rezervaciju, ja moram da budem dostupna na internetu da prihvatim rezervaciju čak i ako sam u drugoj državi. Uglavnom sam ja sama zadužena za društvene mreže, ali ako baš nisam u mogućnosti da ih redovno proveravam jer sam na

primer na plaži, onda moram nekog od osoblja da angažujem da to radi. Nekada kada je postojao samo telefon, ljudi su valjda zvali restorane samo tokom radnog vremena, a sada više nema nikakvih pravila o tome koje vreme je pristojno a koje nije“. Jana (32)

Za Janu je održavanje profila na društvenim mrežama dodatni rad koji doprinosi popularnosti restorana i njegovom kotiranju na internetu, ali takođe umanjuje slobodno vreme i donosi nove obaveze. Jana takođe objašnjava kako zahvaljujući tome što se društvene mreže koriste kao sredstvo komunikacije, ona oseća obavezu da odgovara na poruke mušterija i kada se radno vreme restorana završi, pa i kada je ona sama na odmoru.

Društvene mreže mogu se koristiti za sopstveni biznis i neki od mojih sagovornika koriste ih upravo kako kako bi zaradili dodatni novac jer im plata koju dobijaju nije dovoljna za pokrivanje svih životnih troškova. Rebeka leti izdaje svoju vikendicu, a Irma zajedno sa svojim suprugom prodaje kožne torbe. Obe koriste samo *Facebook* kao reklamu i obe kao i Jana komentarišu to što on nameće instant komunikaciju koja ometa njihovo privatno i radno vreme. Lara čiji je posao uređivanje društvenih mreža za tuđe male biznise slične onima koje same vode Rebeka i Irma takođe kaže da misli da su društvene mreže problematične zbog toga što zahtevaju instant komunikaciju i zbog toga konzumiraju mnogo vremena.

„Dok sam na svom radnom mestu u samoposluzi, ne smem da koristim mobilni telefon niti da obavljam bilo kakve privatne obaveze pa zbog toga ne mogu da kontrolišem *Facebook*. Često mi se dešava da me u toku radnog vremena kontaktiraju ljudi zainteresovani za kuću koju izdajem i oni očekuju da im se javim odmah. Konkurencija u tom poslu je velika i lako mogu da izgubim potencijalne mušterije ako odmah ne odgovorim na poruku“. Rebeka (39)

„Nečiji rejting na *Facebook*-u zavisi od plaćenih reklama, ali i od toga koliko se često ažurira stranica, koliko sadržaja se dnevno izbacuje ili kojom brzinom se

odgovara na privatne poruke kupaca, odnosno mušterija. Važno je i u koje doba dana se objavljuju novi sadržaji i kojom dinamikom, koji haštagovi i ključne reči se koriste, koliko ih ima i kako su upotrebljene. Niko ne zna tačno kako funkcioniše tajni algoritam *Facebook*-a koji određuje ova pravila niti koja su to tačno pravila. Sve to sama moram da otkrivam. Svakodnevnim korišćenjem ove društvene mreže dolazim do saznanja da postoje određene pravilnosti. Na primer, ako svakog dana u isto vreme objavim neku fotografiju na stranici, odaziv publike je veći nego ako to radim nasumično. Primetila sam da čak ni kvalitet fotografije ne utiče na posećenost stranice toliko koliko sama ritmika objavljivanja fotografija. To kako će sama platforma pozicionirati sadržaj koji objavim, odnosno kome će on biti vidljiv, zavisi od tog algoritma, a čini mi se da on forsira korisnike da budu što angažovaniji. Zbog toga *Facebook* i *Instagram* koji funkcioniše po istom principu oduzimaju mnogo vremena i zahtevaju konstantni rad i zalaganje. Pošto radim za male firme, uspeh zavisi od entuzijazma svih nas, pa i mene kao nekoga ko se bavi marketingom na društvenim mrežama. Posao nikada zapravo nije završen“. Lara (38)

Ela koja radi u marketinškoj agenciji i sama se bavi proučavanjem algoritama društvenih mreža. Ona takođe ističe da je način rada sa društvenim mrežama problematičan zbog toga što one same nameću određeni tempo rada i što on zavisi od algoritama koji su tajni i stalno se menjaju. „Posao nekoga ko se bavi marketingom na društvenim mrežama zahteva neprekidno istraživanje te dinamike tajnih algoritama, pronalaženje aktuelnih haštagova i uopšte pronalaženja različitih trikova koji će pomoći da neki sadržaj dobije bolju vidljivost“, kaže ona.

Upravo ta stalna nedovršenost posla o kojoj govore Lara i Ela karakteristična je za ovakve poslove, a to dodatno otežava razgraničenje radnog i slobodnog vremena. Društvene mreže koncipirane su tako da stalno angažuju svakoga ko ih koristi uključujući i one koji kreiraju sadržaj i one koji ga konzumiraju. Tu je uočljiva tendencija da rad zaposedne čitavo slobodno vreme jer se preko tajnih algoritama korisnici društvenih mreža motivišu da budu neprekidno aktivni.

Pokazalo se da društvene mreže na tri načina dovode u opasnost privatnost radnika. Pošto generišu različite podatke o ličnosti, personalni profili podsećaju svojevrzne identifikacione dokumente, lične karte ili čak dosijea koji se često koriste za procenjivanje radnika kada se prijave za posao u nekoj firmi. Moji sagovornici govore o tome da mnoge firme danas analiziraju te informacije o ličnosti sa podjednakom pozornošću kao i biografije, portfolija i ostalu dokumentaciju koja se predaje na uvid kada se aplicira za neko radno mesto. Dok neki to posmatraju kao nepotrebno zadiranje u intimu i bavljenje privatnim životom umesto nečijim talentima i sposobnostima, drugi se mire sa time uviđajući da su baš ti podaci o ličnosti danas jedna vrsta valute. Oni koji se i sami profesionalno bave obradom podataka o ličnosti kao Alisa i Ela skoliniji su da se pomire sa ovakvim praksama, dok oni koji se bave drugim poslovima kritičkije posmatraju korišćenje društvenih mreža na taj način.

Ključna zamerka upućena onima koji praktikuju analizu ličnih profila na društvenim mrežama kada regrutuju nove radnike jeste da te prakse nisu zvanične, da niko ne zna na koji način se ti podaci analiziraju, koje informacije se traže niti da li su te prakse diskriminišuće. Nestorov primer pokazuje kako podaci na društvenim mrežama i ostalim platformama na internetu čine pojedinca transparentnim a to onda može da posluži za diskriminaciju određenih socijalnih grupa.

Drugi način na koji društvene mreže ugrožavaju privatnost radnika je njihovo korišćenje za nadzor, kontrolu i disciplinovanje radnika. Ispitanici nalaze da je to problematično zato što na ovaj način nadzor radnika prelazi granice radnog vremena, radnog prostora i ranih zadataka zahvatajući privatne segmente života za koje oni smatraju da ne bi trebalo da interesuju njihove nadređene, ali se osećaju prisiljeno da pristanu na takav nadzor, ili se on vrši mimo njihovog znanja i volje kao što je to slučaj u Emilovoj kancelariji. Svesni da su njihove aktivnosti na društvenim mrežama praćene, oni modifikuju svoje ponašanje i ne koriste svoje profile slobodno u privatne svrhe, odnosno za druženje sa svojim prijateljima, cenzurišu se, trude se da se što manje odaju ili čak pokušavaju da sakriju svoje profile od pogleda svojih nadređenih.

Treći način na koji društvene mreže relativizuju granice privatnosti radnika ilustrirali su oni ispitanici koji ih koriste u poslu, bilo da rade za neku kompaniju ili za svoj mali biznis. Oni su korišćenjem društvenih mreža otkrili da one funkcionišu tako da korisnike navode na to da su stalno angažovani. Algoritmi koji određuju kako će se neki profil uopšte pozicionirati, koliko će biti vidljiv, odnosno, kakav će biti njegov domet su tajni i moji sagovornici svakodnevno rade na tome da odgonetnu kakve sadržaje i kakvu dinamiku objavljivanja sadržaja ti algoritmi zahtevaju kako bi neki profil bolje pozicionirali. Marketing na društvenim mrežama zavisi od znanja o tim algoritmima a oni su tajni i jedini način da se oni rasvetle je neprekidan rad. Ela čiji je posao, između ostalog, odgonetanje algoritama tvrdi da oni nameću određeni ritam korišćenja društvenih mreža i stalnu angažovanost što samo po sebi ugrožava koncept slobodnog vremena.

4. Privatnost na poslu: legitimno pitanje?

Rezultati ovog istraživanja pokazuju da su granice između privatnog života i rada fluktuirajuće i nedefinisane. Nadzor radnika koji se nekada doimao kao fiksiran sada postaje fleksibilan i mobilan, prelivajući se na segmente života koji se smatraju privatnim (Bayman i Lyon 2013: 3). S obzirom na to da moji sagovornici govore o privatnosti otkrivajući kako oko nje pregovaraju i kako pokušavaju da kreiraju svoje strategije da se se za nju izbore uprkos tendenciji da se čitavo vreme prevede u radno vreme i da nadzor obuhvati celokupan privatni život, čini se da pitanje privatnog i same podele na privatno i javno nije nestalo ili postalo irelevantno već je štaviše postalo aktuelnije nego ikada, bar kada je reč o poslu.

Pitanje privatnosti u kontekstu rada postalo veoma kompleksno (ibid. 26). Ono ne samo da nije suvišno već je sasvim legitimno, upravo zato što mnogi osećaju kako im je privatni život ugrožen ne sam zato što su izloženi nadzoru koji prodire u njihove privatne prostore i zahvata privatne aktivnosti nego i zbog toga što osećaju kako im je

privatan život kolonizovan radom. Čak i kada ne razmišljaju o privatnosti podataka ili samom nadzoru, moji sagovornici raspravljaju o podeli radnog i slobodnog vremena i prostora koja je ugrožena pre svega zbog toga što su same tehnologije rada postale prenosive, mobilne i stalno uključene, čineći pojedince transparentnima, neprekidno dostupnima i permanentno aktivnima. Svi oni osećaju potrebu da razgraniče privatni život i rad, ali konstatuju kako je to sve teže u uslovima rada koji podrazumevaju transparentne radne prostore, korišćenje informacionih tehnologija koje su minijaturizovani panoptikoni, različite oblike nadzora i preklapanje radnog i privatnog prostora i vremena.

Srbija u procesu neoliberalne transformacije prilagođava svoje zakone legislativi Evropske Unije, pa tako i Zakon o radu štiti privatnost tako što ograničava radno vreme i garantuje pravo na privatnost podataka o ličnosti. U Srbiji su prisutni i lokalni i globalni uticaji koji podrivaju prava radnika. Sa jedne strane tu su lokalni običaji „ortačkog“ deljenja radnih zadataka i razmene privatnosti za neke druge pogodnosti na poslu kao i nedostatak primene zakona (Rajić Čalić 2018: 181), a sa druge strane prisutne su globalne tendencije poravnavanja privatnosti i rada koje nameće logika modernog kapitalizma, odnosno neoliberalizma.

Ispitanici koje sam odabrala rade u domaćim i stranim kompanijama, a neki čak rade za globalno tržište preko internet platformi i svi oni se suočavaju sa čitavim nizom problema koji proizilaze iz disbalansa između nadzora i privatnosti ili narušene ravnoteže između radnog i slobodnog vremena. Većina njih je primorana na prekarni, slabo plaćeni rad, eksploataciju (Fuchs 2014: 121) i loše uslove rada koji podrazumevanju manjak privatnosti, ali jedan broj njih je zadovoljno svojim poslom i oni rade u stranim kompanijama koje nude bolju zaradu i bolji balans između radnog i slobodnog vremena, ali ne i manje stroge sisteme nadzora i bolju zaštitu privatnih podataka radnika. Upravo ove firme koje nude bolje uslove imaju strožiji nadzor i daju prednost bezbednosti kompanijskih podataka u odnosu na privatnost radnika.

Aktuelni oblik kapitalizma dovodi do širenja nadzora na privatnu sferu (Foucault 2004; Rose 1989; Harvey 2005; Murakami Wood 2013), a u kontekstu samog procesa rada i proizvodnje, postoje interni nadzor unutar samih organizacija koji se svodi na kontrolu radnika i eksterni nadzor koji se odnosi na prikupljanje i obradu podataka o potrošačima (Sassower 2016: 40). Iako se kontrola radnika smatra sastavnim delom procesa rada i tradicionalno se ne dovodi u vezu sa pitanjem privatnosti, ovo pitanje postaje aktuelno zato što nadzor zahvata ne samo radno vreme i radne aktivnosti već i privatno vreme i privatne aktivnosti radnika. Sa druge strane, nomadski rad uz pomoć interneta koji omogućava izmeštanje rada iz kancelarije ugrožava privatno vreme anulirajući granice između radnih i privatnih prostora, a takođe i radnog i privatnog vremena.

Informacione tehnologije omogućavaju različite nelegitimne i nevidljive, pa samim tim i nedokazive prakse nadzora nad radnicima koje krše pravo na privatnost definisano Ustavom Republike Srbije, Evopskom Konvencijom o ljudskim pravima i Zakonom o zaštiti podataka. Radnici se danas kontrolišu čak i preko društvenih mreža ili platformi za digitalnu komunikaciju. U poglavlju o interpersonalnim odnosima pokazalo se da se privatni životi u velikoj meri odvijaju upravo na društvenim mrežama i platformama za komunikaciju, a činjenica da se one zvanično i nezvanično koriste za regrutovanje novih radnika i kontrolu zaposlenih pokazuje još jedan od načina na koji su prakse nadzora zahvatile privatnu sferu.

U poglavlju o interpersonalnim odnosima, pokazalo se da algoritmi utiču i na partnerske, porodične i prijateljske odnose u onoj meri u kojoj se oni grade ili održavaju pomoću društvenih mreža. U poglavlju o komoditizaciji privatnosti na *YouTube*-u pokazaće se kako neoliberalizam preko društvenih mreža pretvara zabavu u rad, privatno vreme u radno vreme i potrošače u proizvođače, ali takođe se pokazalo i kako tajni algoritmi upravljaju procesima rada na društvenim mrežama. A u ovom poglavlju, ispostavlja se da algoritmi mogu da određuju i tempo rada, a to se pokazalo na primerima pojedinaca koji koriste društvene mreže da bi obavljali svoj posao i na

primerima pojedinaca koji su podvrgnuti softverskim nadzorom u realnom vremenu koji meri vreme i učinkovitost rada.

Zbog čega su algoritmi toliko važni? Zato što se danas autoritet ispoljava kroz algoritam jer se odluke koje su nekada donosili ljudi sada donose automatski, na osnovu hiljada i hiljada instrukcija ukodiranih u softver čije funkcionisanje ostaje poslovna tajna smeštena u „crnu kutiju“ (Pasquale 2015: 8). Moji sagovornici ukazali su na to kako algoritmi koji imaju pristup njihovim privatnim podacima zadiru u njihovu intimu, ali takođe nameću radni tempo pretendujući na to da anuliraju slobodno vreme. Svesni da mnogi aspekti modernog biznisa zavise od algoritama koji softverski zasecaju privatnost i čak regulišu aspekte svakodnevnog života (Beer 2009: 985), neki ispitanici objašnjavaju kako fleksibilnost rada danas podrazumeva stalni rad na razumevanju tih algoritama i adaptiranju na uslove rada koje oni nameću.

V KOMODITIZACIJA PRIVATNOSTI NA PLATFORMI YOUTUBE

1. Kako privatnost postaje roba na internetu?

Već su postmodernisti ukazali na to da „potrošnja daleko nadmašuje konzumiranje materijalnih dobara“ (Erdei 2008: 349), a privatnost je jedno od tih dobara koje se plasira ne samo kroz *reality* programe (Radulović i Erdei 2017) i čitavu *celebrity* kulturu kroz tradicionalne medije, već na internetu. Kada se govori o komoditizaciji, obično se govori o komoditizaciji predmeta, a ne ljudi jer zapadna misao tradicionalno definiše robu kao materijalni objekat koji se razmenjuje za druge stvari, najčešće novac, ali pošto se proces komoditizacije može shvatiti kao kulturni i kognitivni proces, roba može biti sve što se označi kao roba (Kopytoff 1986).

Komoditizacija privatnosti na internetu odvija se na dva nivoa: prvi su informacije o ličnosti koje se automatski prikupljaju kao meta podaci, a druga su sadržaj koji korisnici sami dele putem različitih platformi. Većina sajtova na internetu danas prikuplja i obrađuje podatke o svojim korisnicima koji služe u različite svrhe kao na primer da bi se pravile statistike posećenosti tog sajta, da bi se unapredio sadržaj, da bi se osmislile marketinške strategije ili da bi se ti prodaci prodali većim kompanijama koje te podatke obrađuju. „Digitalno arhiviranje“ je danas deo svačije poslovne strategije (Iliadis i Pedersen 2018), a za platforme poput *YouTube*-a posebno je značajno jer se sadržaji na platformi filtriraju i biraju za svakog korisnika ponaosob na osnovu analize njihovih podataka. *YouTube* uspeva da zameni tradicionalne medije poput radija i televizije jer nudi personalizovani sadržaj.

Međutim, pošto *YouTube* kao medijska platforma generiše sadržaj koji stvaraju sami korisnici, on paralelno funkcioniše kao društvena mreža omogućavajući kumunikaciju, deljenje sadržaja i interaktivnost. On je u isto vreme vebsajt velikog volumena, medijska arhiva, platforma za emitovanje sadržaja i društvena mreža (Burgers i Green 2009: 5) i zato omogućava oba vida komoditizacije privatnosti. Naime, on prikuplja meta podatke o korisnicima i na osnovu toga kreira svoj tajni algoritam koji određuje kakav sadržaj će biti ponuđen kom korisniku ali takođe i time što nudi besplatne usluge omogućava da svako postane autor što je dovelo do proliferacije amaterskih kanala čiji je sadržaj fokusiran na privatni život autora tih kanala.

YouTube je od samog početka pa do danas u prvi plan stavljao baš amaterske sadržaje, a ne video snimke visokog kvaliteta i velike medijske produkcije (ibid. 5). On je u početku služio tome da korisnici jedni drugima pokažu neki svoj porodični video, da snime svoju bebu ili kućnog ljubimca ili podele svoju avanturu sa putovanja. Vremenom, snimanje svakodnevice postalo je profesija i na stotine hiljada ljudi širom sveta zarađuju tako što objavljuju svoje intimne priče.

Kao platforma za deljenje video sadržaja koja ima preko 1.5 biliona korisnika i na koju se svakog minuta postavi više od 400 sati video materijala⁷², *YouTube* je postao „nova televizija“ (Grainge 2011: 3). On je fuzija različitih tradicionalnih medija jer je istovremeno radio, televizija i sredstvo komunikacije pa je zbog toga otelotvorenje Web 2.0 kulture kojoj je svojstveno stapanje raznorodnih tehnologija u jedno (Uricchio 2009: 24).

Na *YouTube* sajtu danas stoji da je misija ove internet platforme da svima da glas i pokaže ih svetu⁷³. Postavljati sadržaj ili reklamirati se na platformi preko sopstvenog kanala potpuno je besplatno. Svako sa kamerom (bilo da je ona profesionalna ili obična kamera ugrađena u laptop ili mobilni telefon) može da snimi bilo šta i objavi to na svom kanalu. Pritom, *YouTube* je samo platforma za postavljanje sadržaja a ne i autor sadržaja, pa se može reći da se radi o nekoj vrsti „meta biznisa“ pomoću kog se uvećava vrednost objavljenog sadržaja (Burgers i Green 2009: 4). Sadržaj, dakle, kreiraju sami korisnici, a upravo to je inovacija koju uvode novi, internet mediji.

Ali *YouTube* nije samo medijska platforma, već i društvena mreža jer podrazumeva kolektivnu akciju, deljenje i kooperaciju (Fuchs 2014: 35). Kao i na svim društvenim mrežama, na *YouTube* platformi je zamagljena granica između lične ili privatne komunikacije za razliku od tradicionalnih medija koji su nedvosmisleno javni (ibid. 36). *YouTube* je nešto između jer je interaktivan i pokazuje da društvene mreže ne komoditizuju privatnost samo tako što prave baze privatnih podataka o korisnicima, već i tako što omogućava samim korisnicima da od svog privatnog života naprave prerformans koji privlači publiku a ta popularnost onda privlači oglašivače koji se umesto u tradicionalnim medijima oglašavaju na internet platformama i plaćaju one sa najviše pregleda da reklamiraju njihove usluge. Dakle, *YouTube* je besplatan, ali ga korisnici plaćaju svojom privatnošću.

⁷² Podaci su preuzeti sa sajta Statista <https://www.statista.com/topics/2019/YouTube/> (Pristupljeno: 20/08/2018)

⁷³ YouTube <https://www.YouTube.com/yt/about/> (Pristupljeno: 20/08/2018)

Upravo na ovaj način se sve ono što nikada nije bilo smatrano kapitalom kao što je nečiji privatni život prevodi u robu na tržištu, jer savremeni oblik kapitalizma teži da sve ljudske aktivnosti komoditizira (Harvey 2005: 3; MacEwan 2005: 170). Neoliberalna ideologija obuzima ne samo političku i ekonomsku sferu, već ulazi u privatne živote regulišući slobodno vreme, odnose pojedinca sa drugim ljudima pa i odnos sa sami sobom i sopstvenim telom (Winch i Hakim 2016: 40) Istovremeno, internet se „menja“ tako da obezbedi kontinuitet potrošačke kulture, gomilanje viška vrednosti, eksploataciju i akumulaciju kapitala (Fuchs 2014: 43).

Prema nekim tumačenjima, Marksova teorija o kapitalu se može prmeniti na društvene mreže (Fuchs 2014; Fuchs 2015). Nastanak društvenih mreža može se posmatrati kao ekspresija potrebe kapitalizma da komoditizuje slobodno vreme a to dovodi do digitalnog rada koji je u isto vreme proizvodnja i potrošnja ali i rad i zabava i predstavlja ono što Marks naziva „viškom rada“ (Fuchs 2015: 27). Pošto se kapitalizam bazira na imperativu da se akumulira uvek više kapitala, društvene mreže su mnogo efikasnije od tradicionalnih medija jer nude targetirani marketing (koji se bazira na principu biranja reklama po meri potrošača), mogućnost da se prikaže više reklama u isto vreme i veću produktivnost rada, a samim tim i više kapitala (Fuchs 2014: 96).

Kao što relativizuju granice između privatnog i javnog, društvene mreže takođe zamagljuju granice između zabave i rada ili između proizvodnje i potrošnje (Fuchs 2013: 97). Na društvenoj mreži kao što je *YouTube*, zabava postaje rad jer autori koji snimaju sadržaje, a na osnovu pregleda i reklama zarađuju novac zapravo se zabavljaju i snimaju sami sebe kako se zabavljaju. *Par excellence* primer za to su takozvani gejmeri ili autori koji snimaju sebe dok igraju video igre ali i vlogeri koji sami sebe snimaju dok se zabavljaju. U toj igri, potrošač (ili gledalac) istovremeno je i proizvođač (autor sadržaja) na istoj platformi jer zarada je nemoguća bez njegovog rada u vidu gledanja, komentarisanja, rangiranja i deljenja sadržaja. Gledalac na taj način radi za autora (Bakioglu 2016: 184), a oboje istovremeno rade u interesu sponzora pa i samog *YouTube*-

a čiji je bisnis model zasnovan na sadržaju koji kreiraju korisnici (*user-generated content*) (Postigo 2014: 332).

Internet model Web 2.0 preko društvenih mreža uvodi eksploataciju kroz neplaćeni rad a to povlači čitav niz posledica među kojima su: nova vrsta digitalnih radnika, mobilizacija korisnika koji postaju istovremeno proizvođači i potrošači (*prosumers*), podrivanje tradicionalnih medija koji moraju da se takmiče sa novim medijima u kojima dominira neplaćeni rad, ohrabrivanje mikro biznisa koji mogu da se besplatno reklamiraju putem interneta, veća cirkulacija robe koja je osnažena intenziviranjem marketinških strategija i samo-promocija ili auto-komoditizacija pojedinaca na društvenm mrežama bez kojih postaje nemoguće da se pronađe zaposlenje ili vodi biznis (Dyer-Witthford 2015: 92-93). *YouTube* je otelotvorenje svih ovih promena.

1.1. Brendiranje ličnosti

YouTube je omogućio samostalnim pojedincima bez ikakvog obrazovanja ili iskustva u medijskoj industriji da postanu zvezde samo zato što snimaju u sopstvenoj sobi sopstveni privatni život. Mada su pojedini autori postigli uspeh time što su demonstrirali neko znanje ili umeće bilo da je ono u oblasti kulinarstva, vrtlarstva ili igranja igrice, ono što je proizašlo kao jedinstveni *YouTube* fenomen jesu slavne ličnosti koje prodaju same sebe, odnosno brendiraju sopstvenu ličnost (Khamis, Ang i Welling 2016: 191).

Pojam brendiranja datira još iz vremena kada je započela masovna fabrička proizvodnja i kada su se na tržištu počeli pojavljivati istovetni, „uniformni“ proizvodi pa se pojavila potreba različitih proizvođača da kupcima predstave svoju robnu marku na originalan i dopadljiv način, odnosno da zajedno sa proizvodima ponude i „na

imidžu zasnovanu razliku (Klajn 2003: 30). Brend je dakle imidž neke kompanije i neophodan je da bi se ta kompanija predstavila na tržištu kao drugačija u odnosu na sve ostale koje nude vrlo sličan ili istovetan proizvod. Autori *YouTube*-u kreiraju vrlo slične sadržaje, ali ono što svakog od njih razlikuje jeste njihova ličnost, pa zato sama platforma nameće potrebu za brendiranjem ličnosti, odnosno kreiranjem nekakvog jedinstvenog i originalnog imidža.

Gidensov uvid da je za modernost karakteristično shvatanje sopstva kao „refleksivnog projekta“ za koji je odgovoran pojedinac (Giddens 1991: 75) objašnjava kako je uopšte došlo do toga da sama ličnost postane proizvod, odnosno brend. Taj refleksivni projekat znači da pojedinac nije ono što jeste već ono što on od sebe napravi svojim izborima, a ti izbori se prave kroz potrošnju. Lični životni stil gradi se biranjem proizvoda i usluga (Rose 1999: 103), a sam taj proces samoizgradnje je jedna vrsta rada čiji je proizvod ličnost (Hearn 2008: 197). Sve društvene mreže služe brendiranju samog sebe nudeći korisnicima čitavu paletu alatki pomoću kojih će predstaviti svoj imidž: profilne fotografije, foto albumi, statusi, komentari, dizajn i slično. Sam privatni život više ne mora da bude privatan jer može da se objavi na društvenoj mreži. *YouTube* kao jedina besplatna platforma koja omogućava emitovanje sopstvenog života preko sopstvenog televizijskog kanala dovela je do pojave novih „selebritija“, odnosno novih javnih ličnosti koje su poznate samo zbog svog imidža, odnosno životnog stila i koje zbog toga imaju moć da utiču na tuđe životne stilove.

Mnogi predstavnici prve generacije *YouTube* zvezda koji su počeli da kreiraju svoje kanale počevši od 2009. godine proslavili su se preko svojih amaterskih snimaka napravljenih u spavaćoj sobi gde su držali monologe o sebi, iznosili svoja mišljenja ili pokazivali svoje kućne ljubimce. Svi oni zapravo su pokazivali sami sebe, razotkrivajući svoju ličnost tako što otkrivaju šta jedu, šta kupuju, šta se nalazi u njihovim ormanima, sa kim se zabavljaju, šta vole, šta ne vole i kako razmišljaju.

Jedna od najvećih svetskih *YouTube* zvezda koja je uspela da od sebe napravi brend jeste Britanka Zoi Sag (29) čiji kanal *Zoella*⁷⁴ danas ima preko 12 miliona pratilaca i više od milijardu pregleda, a autorka ima četiri objavljena bestselera i liniju kozmetike koja nosi njeno ime. Ona od 2009 godine kada je imala 19 godina snima videe u svojoj spavaćoj sobi u kojima pokazuje svoju šminku, ukrase za kuću, sveće, odeću i sve ostalo što je kupila, ali i priča o svojim psihičkim problemima, ljubavnim vezama, prijateljstvima, porodici, kućnim ljubimcima ili kaznama za nedozvoljeno parkiranje. Pored toga što zarađuje novac od pregleda i sponzora, ona takođe zarađuje novac na platformi *Instagram* na kojoj je pratioce stekla preko popularnosti na *YouTube*-u kao i od prodaje knjiga, kozmetike i ostalih proizvoda koje reklamira preko ove dve društvene mreže.

Njen, uslovno rečeno, proizvod ili sadržaj koji prodaje preko *YouTube*-a nije ništa drugo nego ona sama. Iako nema znanje niti profesionalno iskustvo u šminkanju ili bilo čemu drugom što radi ili o čemu u svojim videima govori, ona je postala uzor milionima devojaka širom sveta koje gledaju baš nju da bi dobile ideju šta da kupe, kako da se našminkaju ili kako da dresiraju svog psa. Ona je, kao i većina *YouTube* zvezda amater koji je postao autoritet u očima gledalaca zahvaljujući tome što su je zavoleli kao ličnost. Stil njenih videa je namerno amaterski. Ona ne samo da ne prikriva nego potencira greške u montaži, govoru, šminci ili stajlingu što postaje svojevrsni stil koji preuzimaju mnoge autorke i autori širom sveta, pa i u Srbiji.

Zbog mogućnosti komoditizacije, način na koji se „digitalna ličnost“ gradi i prezentuje gledaocima uvek je zavistan od strategija „monetizacije“, odnosno strategija naplate emitovanog sadržaja pa zbog toga autori na *YouTube*-u imaju „potrošački narativ“ (Chen 2014: 232). Razotkrivajući sopstvenu intimu, oni pokazuju koje proizvode koriste i time ih reklamiraju, a pošto je glavni cilj zarada, onda je pitanje koliko su te digitalne ličnosti izgrađene u saradnji sa sponzorima i prolagođene *YouTube* algoritmu koji determiniše pozicioniranje sadržaja na samoj platformi.

⁷⁴ Zoella <https://www.YouTube.com/user/zoella280390>

Vlogeri⁷⁵ se takođe ispovedaju publici i govore im šta ih sve muči, šta ih raduje, entuzijastično prepričavaju šta im se sve dogodilo tog dana ili pričaju o tome kako imaju napade panike, kako se plaše da odu kod lekara, prepričavaju svoja ljubavna iskustva ili se žale kako su bili maltretirani u školi. Deo čitave te „ispovedničke kulture“ (Burgers, Green 2009: 94) je i iskreno reagovanje na pohvalne ili kritičke komentare koje su dobili od svoje publike pa i sama priča o tome šta za njih znači iskustvo na *YouTube*-u, zbog čega su tu, šta im prija i šta im ne prija.

YouTube autori u Srbiji preuzeli su već gotove metode rada na platformi koje su stvorili autori u Americi i Velikoj Britaniji. Pošto ova medjska platforma kao i sve društvene mreže, pa uostalom i čitav internet zapravo povezuje ljude koji su prostorno i vremenski odvojeni (Lange 2014:17), nije čudno što su autori iz različitih zemalja vrlo brzo počeli da podražavaju jedni druge. Srpska *YouTube* „scena“ već samim tim što se oformila kasnije, u velikoj meri je inspirisana radom najgledanijih kanala iz SAD i Velike Britanije. Ono što se može uočiti već na prvi pogled jeste da se ideja kao i naslovi videa ponavljaju, te da su kopiranje, podražavanje i repliciranje sadržaja potpuno normalizovani na ovoj platformi. Paradoksalno, iako je jedan autor na *YouTube*-u sam od sebe pravi brend i konstruiše svoju digitalnu ličnost, deluje kao da nije nužno da on bude originalan ili jedinstven da bi stekao velike brojeve pratilaca. Čak i ono što je zaštitini znak neke ličnosti poput namernih omaški u govoru, zamuckivanja i smešnih grimasa, drugi *YouTube* autori svesno ili nesvesno podražavaju. Imitiranje se smatra prihvatljivim kao neka vrsta „neautentične autentičnosti“, pa čak predstavlja neku vrstu „igre“ koja je svojstvena *YouTube*-u (Burgers i Green 2009: 95).

Nakon pregledanja više hiljada videa domaćih i stranih autora na platformi *YouTube*, zaključila sam da originalnost sadržaja zaista nije pravilo kog se autori strogo drže. Štaviše, kao da postoji nepisano pravilo da sve što se objavi na platformi predstavlja neku vrstu javnog dobra i da svako ima pravo da koristi tuđe ideje kako bi

⁷⁵ Autori koji na platformi *YouTube* emituju videe koji prate njihov svakodnevni život nazivaju se vlogeri. Vlog ili video blog je tip videa koji se snima iz ruke, sa kamerom okrenutom ka autoru koji „vodi“ svoje gledaoce sa sobom i pokazuje im kako provodi svoj dan.

napravio svoj video. Neke teme koje pokrenu veoma poznati autori postaju „viralne“ i masovno korišćene pa tako nakon što je američki autor Šejn Dason⁷⁶ počeo da snima videe na temu teorija zavere, ideju je u Srbiji prva preuzela Lea Stanković, a zatim je to postao najpopularniji žanr *YouTube* videa na celom Balkanu i na desetina autora iz Srbije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine i Crne Gore su počeli da prave slične videe. Interesantno je da su mnogi gotovo doslovce ponavljali iste „teorije“ jer nisu smatrali da je potrebno da budu na bilo koji način originalni da bi došli do pregleda. Iako je nemoguće pronaći nekakav izvor koji govori o tome na koji način funkcioniše tajni algoritam *YouTube*-a, upornim korišćenjem platforme mogu da se uoče neke pravilnosti, na primer, da taj algoritam gledaocu nudi predloge koje povezuje sa videima koje je već pogledao. Tako nakon gledanja jednog videa na temu teorija zavera, *YouTube* predlaže gledaocu da pogleda još nekoliko videa na tu temu.

Svaki gledalac je potencijalni autor sadržaja na istoj platformi koju on može da upotrebi čak i tako da se obračunava sa vlogerom čije videe gleda. Interakcija sa svima koji gledaju je vrlo važan faktor u životu nekog *YouTube* kanala i potencijalno može da ga uništi. Tako, na primer, u Velikoj Britaniji *YouTube* kanali poput Jack Maate⁷⁷, Angelika Oles⁷⁸ ili iNabber⁷⁹ svojim kritikama drugih autora doprinose tome da najgledaniji britanski vlogeri poput Zoi Sag počnu da gube preglede i pretplatnike. U Srbiji jedan od najpoznatijih *YouTube* zvezda Bogdan Ilić⁸⁰ sa svojim kanalom *Baka Prase* sa jedne strane kritikuje druge autore iz Srbije ostalih država na Balkanu, ali i animira svoje gledaoce i motiviše ih da kritikuju druge autore ili prestanu da ih gledaju. Međusobne kritike autora koje ponekad prerastaju u *YouTube* ratove tako mogu da utiču na rejtinge, a gledaoci se regrutuju kao brigade koje mogu svojim komentarima, lajkovima ili dislajkovima da „podignu“ ili „sruše“ nekog vlogera.

⁷⁶ Shane <https://www.YouTube.com/user/shane>

⁷⁷ Jack Maate <https://www.YouTube.com/user/JaackMaate>

⁷⁸ Angelika Oles <https://www.youtube.com/channel/UCqBdhITto1mF0k8C8t313w>

⁷⁹ iNabber <https://www.YouTube.com/user/frasermulliner1>

⁸⁰ Baka Prase <https://www.YouTube.com/user/BakaPrase>

YouTube scena u Srbiji u velikoj meri se razvija pod uticajem većih *YouTube* scena na zapadu, pogotovo američke i britanske što je uočljivo ne samo iz naslova koji su vrlo često na engleskom, nego i iz sadržaja koji je vrlo često preuzet od autora iz Amerike ili Britanije. Tako na primer srpski autori po uzoru na strane zvezde objavljuju romane, snimaju spotove, lansiraju svoje kolekcije šminke, izbacuju svoje parfeme, štampaju majice i druge proizvode sa svojim logom ili sloganom koji reklamira njihov *YouTube* kanal, ali i grupišu svoje obožavaoce u tabore nazivajući ih određenim imenima (obožavaoci Bogdana Ilića na primer nazivaju sebe unucima, a cela grupa ima kolektivno ime Institucija).

Nakon uspona prve generacije vlogera ili „jutjuber“ u SAD i Velikoj Britaniji postalo je teško da novi autori dospeju do većih broja pregleda, pa su mnogi shvatili da bi upravo kritikujući najpoznatije *YouTube* zvezde mogli da dođu do pregleda, a isti trend pojavio se i u Srbiji kada je došlo do proliferacije „reakcijskih“ videa koji su posvećeni isključivo reakcijama, odnosno kritikama drugih autora. Pored toga, svetski *YouTube* trend koji je postao dominantan u Srbiji tokom 2017 i 2018 godine, a dolazi iz SAD i Velike Britanije je i *YouTube* drama koju čine svađe različitih autora na najrazličitije teme, a po pravilu uključuju međusobna vređanja, a povremeno čak i pretnje sudskim tužbama⁸¹. Ove drame su poznate po tome da dodnose poglede pa samim tim i slavu i novac.

Kroz te drame takođe se brendira ličnost autora kao i kroz vlogove ili neke druge tipove videa, jer gledaoci navijaju za jednu od dve zavađene strane na osnovu toga kako ocenjuju njihove ličnosti. Ekstreman primer toga kako se kroz *YouTube* dramu može vršiti samopromocija ličnosti je svađa između američkog vlogera Logana Pola i britanskog vlogera Olaide Vilijem Olatunjija (KSI) koja je kulminirala boks mečom u

⁸¹ Baka Prase (25. Februar 2018) *Drama V2.1* – Jaserstajm https://www.youtube.com/watch?v=Nx0_jT7H4ml

Mančesteru koji je uživo i preko interneta pratilo preko dva miliona ljudi⁸². Ova fasciniranost publike okršajem *YouTube* autora u pravom boks ringu pokazuje upravo to koliko su same ličnosti favorizovane u odnosu na sadržaj.

Opsesiju ličnostima autora *YouTube*-u dokazuje i serijal Šejna Dosona koji na svom kanalu emituje čitav niz videa posvećenim razotkrivanju ličnosti poznatog vlogera Džejka Pola. Naime, on kroz taj serijal pokušava da odgonetne da li je Džejk Pol psihopata i snima svoje dubinske intervjuje sa njim, a zatim konsultuje profesionalnu psihološkinju koja pred kamerama daje svoju ocenu njegovog psihološkog profila⁸³. *YouTube* se dakle ne koristi samo za brendiranje sopstvene ličnosti. Vrlo često roditelji snimaju sopstvenu decu brendirajući i njih ili brendirajući sebe pomoću njih. Snimanje dece kroz porodične vlogove u Srbiji nije toliko popularno kao u zapadnim zemljama u kojima je *YouTube* kultura počela da se razvija mnogo ranije i bilo je teško pronaći kanale koje neguju ovaj žanr. Jedna od najpoznatijih majki vlogerki je Emilija Milojević⁸⁴ koja je 2014. godine otvorila svoj kanal i posvetila se klasičnom *lifestyle* (životni stil) žanru. U svojim videima je najviše govorila o kozmetici, šminkanju i odeći, a od oktobra 2017. godine počela je da snima vlogove sa kćerkom Aurorom. Ena Milojković⁸⁵ je slično koncipirala svoj kanal kada ga je otvorila u martu 2016. godine, a od 2017. godine počinje da snima videe o trudnoći, a zatim i svoju kćerku Nastju. Jovana Lataš od početka profiliše svoj *YouTube* kanal kao kanal o roditeljstvu i naziva ga Milicina Mama⁸⁶.

Roditelji koji snimaju svoju decu odlučuju se na to da izlažu njihovu privatnost na internetu od malih nogu bez njihovog pristanka što otvara pitanje privatnosti dece u doba društvenih mreža (Steinberg 2017: 16), a naročito u vreme ekspanzije *YouTube*

⁸² Cresci, E. "KSI v Logan Paul: was the YouTubers' fight more than just hype?", *The Guardian*, London, 27. Avgust 2018 <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2018/aug/27/ksi-logan-paul-youtubers-fight-boxing-match-manchester-arena> (Pristupljeno: 31/08/2018)

⁸³ Shane (25. Septembar 2018) *The Mind of Jake*

Paul <https://www.youtube.com/watch?v=9bpkr91p2xY&t=6s>

⁸⁴ Emilija Milojević <https://www.youtube.com/channel/UCimWMtrcOU3jUFttunAuzeQ>

⁸⁵ Ena Luna <https://www.youtube.com/channel/UCj8okEjePGLhAS--RJ5trDg>

⁸⁶ Milicina Mama <https://www.youtube.com/channel/UCbH-ZzxRV8z7eKAOUxgh8ow>

kanala. Autori iz Srbije za sada ne govore javno o problemu privatnosti dece na *YouTube*-u, dok u Velikoj Britaniji gde je snimanje dece mnogo rasprostranjenija pojava vlogeri na *YouTube* platformi raspravljaju o tome⁸⁷, a u Nemačkoj većina roditelja koja snima svoju decu koristi tehniku obfuskacije lica u procesu postprodukcije kako bi se deci obezbedila anonimnost⁸⁸, ali to do najčešće nije praksa koja se upražnjava u Srbiji kao ni u mnogim drugim državama. Jedan od retkih primera korišćenja metode obfuskacije, odnosno sakrivanja lica dece jeste video Bogdana Ilića koji je sakrio identitet dece u prihvatilištu koji je posetio kako bi uručio poklon paketiće⁸⁹.

Proces komoditizacije privatnosti na *YouTube*-u često obuhvata, dakle, i proces brendiranja ličnosti, odnosno kreiranja određenog imidža osobe koja ima svoj kanal a čiji je glavni sadržaj predstavljaju snimci iz privatnog života. Mada definicija brendiranja podrazumeva kreiranje imidža koji neki proizvod (što je u ovom slučaju ličnost) čini drugačijim od ostalih, onda se postavlja pitanje zbog čega u svetu *YouTube*-a originalnost zapravo ne igra veliku ulogu jer se sadržaji videa tako često ponavljaju. Čini se da je video kao jedna kreativna forma postao sličan fabričkom proizvodu jer se pravi po već postojećem šablonu, ali ono što bi trebalo da je različito jeste konkretna ličnost koja se u tom videu pojavljuje, ali tu razliku nije uvek lako uočiti jer autori često oponašaju jedni druge u govoru, stilu oblačenja, friziranja ili šminkanja pa i uopšteno, u stilu i načinu života. Gledajući različite *YouTube* videe iz dana u dan, nisam mogla da se otmem utisku da se mnogo toga ponavlja, bez obzira da li je reč o nemačkim, britanskim, američkim, srpskim ili kanalima. Veoma je lako uočiti sličnosti u frizurama, odeći, šminci, vrsti hrane i pića koja se konzumiraju, stilu uređenja doma i drugim detaljima. Iznenađujuće mnogo njih, na primer, u videima jede hranu iz *McDonalds* restorana, govori o anksioznosti i napadima panike i ispoljava svoje oduševljenje

⁸⁷ Just Marcus (7. septembar 2018) *Is Vlogging Children A Bad Thing? Ft Louise Pentland*
<https://www.youtube.com/watch?v=Yzk-Kx1FqYw&t=2s>

⁸⁸ U ovom videu autorka objašnjava zbog čega u videu sakriva lice svog deteta: DontTrustTheRabbit (4. Mart 2018) *Raising a Trilingual Child in Germany | Cute Video Clips and Update*
<https://www.youtube.com/watch?v=1NmnKiHqXU8&t=79s>

⁸⁹ Baka Prase (29. Decembar 2018) *NOSIM NOVOGODISNJE PAKETICE DECI U PRIHVATILISTU*
<https://www.youtube.com/watch?v=AmHWe2KafKM>

mirišljivim svećama. Čini mi se da je teže uočiti razlike, odnosno pronaći ono što je originalno kod neke ličnosti, uprkos tome što narativ videa obično upućuje na to da je sadržaj autentičan jer predstavlja osobu onakvom kakva ona jeste. Dakle, kao što je normalizovano oponašanje forme i sadržaja videa, normalizovano je i oponašanje nečijeg stila i karaktera, pa nije uvek vidljivo, bar ne na prvi pogled, šta je to što čini imidž nekog autora, odnosno šta ga to razlikuje od svih ostalih.

Postoji takođe problem privatnosti drugoga u onim slučajevima u kojima autori kanala snimaju druge ličnosti, odnosno, kada se sadržaj bazira na brendiranju drugih ili sebe kroz druge. Dok je snimanje dece u nekim zemljama, naročito u Nemačkoj legitimno samo ukoliko se koriste metode obfuskacije, odnosno ako se u postprodukciji lica dece sakriju tako da se ne mogu identifikovati, u Srbiji to još uvek nije normalizovana praksa iako postoje primeri vlogova u kojima su takve metode korišćene. Vlogeri koji snimaju svoju decu ne sakrivaju njihov identitet kao što to po pravilu čine vlogeri iz Nemačke, ali takođe i ne raspravljaju o temi privatnosti dece vlogera kao što to na primer čine vlogeri u Velikoj Britaniji. S obzirom na to da zakoni u Srbiji nemaju stroga pravila zaštite privatnosti na internetu, a Srbija koja još uvek nije članica EU nije zaštićena ni Opštom uredbom o zaštiti podataka o ličnosti, autori se uglavnom oslanjaju na javne politike o privatnosti same platforme *YouTube* (Stepanović 2018: 84). Ako bi se pravila *YouTube*-a poštovala striktno, onda vlogeri ne bi snimali svoju decu bez korišćenja metoda obfuskacije jer se u uputstvu autorima eksplicitno kaže da je uvek potrebno tražiti dozvolu za snimanje od osobe koja se pojavljuje u videu⁹⁰. Dosledno poštovanje tog pravila podrazumeva da se deca koja ne mogu da daju svoj pristanak ne mogu ni snimati tako da je njihov identitet otkriven. Činjenica da se ovo pravilo uglavnom ne poštuje možda upućuje i na to da pored strožih zakona o zaštiti privatnosti na internetu u Srbiji nedostaje i razvijenija svest o potrebi zaštite privatnosti dece na internetu uopšte.

⁹⁰ YouTube, *Protecting Your Privacy* <https://support.google.com/youtube/answer/2801895?hl=en> (Pristupljeno 20.12.2018)

1.2.Video dnevnici

Iako je dijapazon video materijala na platformi toliko širok da svako može imati potpuno drugačiju impresiju o sadržaju u zavisnosti od toga kako je sam koristi (ibid. 8), može se govoriti o određenoj žanrovskoj podeli na *YouTube* platformi. Kada je došlo do proliferacije amaterskih snimaka na platformi, iskristalisali su se pojedini žanrovi videa među kojima su *game play* (igranje video igara), izazovi (zadaci koje gledaoci postavljaju autorima), *storytime* videi (priče iz života), pitanja i dogovori (odgovori autora na pitanja gledalaca) i vlogovi, odnosno video blogovi ili video dnevnici čiji je glavni sadržaj svakodnevnog života. Upravo vlogovi - ti drhtavi amaterski snimci uhvaćeni neprofesionalnim kamerama, mobilnim telefonima i fotoaparatom koji prikazuju scene iz spavaćih soba, kuhinja, kupatila, iz hotela ili sa ulice i koji ciljaju na to da razotkriju obične živote običnih ljudi najinteresantniji su za proučavanje fenomena komoditizacije svakodnevnog i privatnog života na platformi *YouTube*.

Prvi vlog snimio je Amerikanac Adam Kontras januara 2000 godine, pet godina pre nego što je nastala platforma *YouTube* 2005 godine. On je snimio vlog u nastavcima koji prikazuje njegovo seljenje iz Kolumbusa, država Ohajo u Los Anđeles, država Kalifornija. Snimke je objavljivao na svom blogu, a zatim je 2005. godine počeo da ih postavlja na svom *YouTube* kanalu koji je i dalje aktivan. Njegov video blog u nastavcima pod nazivom *Journey* je najduži vlog u istoriji⁹¹ i još uvek je dostupan na platformi *YouTube*⁹².

Vlog je od osnivanja platforme *YouTube* bio aktuelan kao jedan od žanrova ali je do popularizacije tog žanra došlo kad je platforma počela da razvija sisteme

⁹¹ The Colby College Community Web <http://web.colby.edu/am297/from-kontras-to-bubbe-a-history-of-the-vlog-post/> (Pristupljeno 20/18/2018)

⁹² Adam Kontras <https://www.YouTube.com/user/Adam4tvs/videos?view=0&sort=da&flow=grid>

monetizacije videa 2009 godine. S obzirom na to da *YouTube* nije samo platforma za objavljivanje videa već je takođe i društvena mreža koja ima elemente interakcije između korisnika (praćenje, komentarisanje, lajkovanje i deljenje), on promovise „participativnu kulturu“ (Bugers i Green 2009: 1) i kao i sve ostale društvene mreže služi za „ekspresiju“ i „samopromociju sopstvene ličnosti“ (Biel, Aran i Gatica-Perez 2011). Monetizacija⁹³ je omogućila da se privatni život upakovan u formu vloga prodaje putem interneta.

Svi vlogeri koji imaju milione pregleda na ovaj ili onaj način prodaju upravo privatnost, odnosno, otkrivaju kako razmišljaju, prikazuju gde žive i kako žive, šta jedu, sa kim se druže, kakav je nivo njihove lične higijene i sa kim spavaju. Srpska *YouTube* autorka Ružica Rupić u jednom intervjuu kaže da je njen najgledaniji video njena priča o tome kako je smršala 28 kilograma⁹⁴. „Nakon nekoliko godina koliko se bavim ovim poslom shvatila sam da je najbolje da gledaocima dam sebe, neku svoju ličnu priču da bi oni mogli da se poistovete samnom. Sve moje lične priče imale su najviše pregleda. Mislim da je to kjuč za uspeh“⁹⁵. A jedno dete intervjuisano na jednom od skupova vlogera u Srbiji reklo je da je televizija sada „totalno out zato što na *YouTube* možete pronaći šta god hoćete i zato što sa jutjuberima postoji lični odnos, nije sve uštogljeno kao na televiziji“⁹⁶

YouTube je revolucionaran novi medij zato što je interaktivna medijska platforma i gledalac nije samo pasivan posmatrač nego aktivan učesnik koji se pretplaćuje na sadržaj, komentariše, deli drugima, podržava ili ne podržava ono što vidi, sugeriše teme za video, postavlja pitanja i na kraju doprinosi zaradi nekog autora (jer zarada

⁹³ *YouTube, Monetization*https://www.youtube.com/account_monetization (Pristupljeno: 20.12.2018)

⁹⁴ Ružica Rupić (12. oktobar 2015) *Kako sam smršala 28 kilograma? 1. deo* <https://www.YouTube.com/watch?v=pujqE1TEw-I&t=614s> i Ružica Rupić (16. oktobar 2015) *Kako sam smršala 28 kilograma? 2. deo* <https://www.YouTube.com/watch?v=3AyGjSYH6V0>

⁹⁵ N1 (24 mart 2018) *Crvena Linija: kako žive neki od najpoznatijih influensera u regiji* https://www.YouTube.com/watch?v=zC3Qe95DJGM&index=3&list=PLZXr2RpggkrwU_sBnUb87h0otOEGzpi3Q&t=15s

⁹⁶ MONDO portal (15. novembar 2015) *Marija Žeželj, Ruža Rupić, Jana Dačović i The Lazy Wave* https://www.youtube.com/watch?v=E0_edad36U8&list=WL&index=41

zavisi od pregleda). Gledalac je u izvesnom smislu koautor a ne pasivni potrošač sadržaja (Fuchs 2013: 97). Zbog toga je autorima sadržaja na platformi važno da se „upoznaju“ sa gledaocima, da sa njima komuniciraju, da im govore o svojim tajnama, otvaraju spavaće sobe, ormane, frižidere i fioke, pokazuju im šta su kupili, gde su putovali ili šta su sve radili u toku dana. Upravo taj prisni odnos sa gledaocem osigurava uspešnu karijeru na *YouTube*-u jer sve zavisi od toga koliko je on blizak sa autorom, koliko mu veruje i da li se poistovećuje sa njim. Nečija tržišna vrednost na *YouTube*-u ne zavisi samo od toga šta on zna, šta ume da uradi ili pokaže u svojim videima, već pre svega od toga koliko je atraktivna njegova ličnost koju najviše ispoljava u vlogovima i direktnim obraćanjima svojoj publici pred kamerom (Garcia-Rapp 2016: 360). Broj pregleda i broj obožavalaca, pa samim tim i dalekosežnost uticaja nekog vlogera zavisi od toga kako je predstavio sam sebe kroz svoj sadržaj i koliko je ta njegova *YouTube* ličnost dopadljiva gledaocima.

Sa one strane kamere je dakle osoba koja konstantno, u svakom videu razgovara sa gledaocima. Video najčešće počinje sa uobičajenim pozdravom, na primer „zdravo svima i dobrodošli u moj novi video“ ili „ćao svima, moje ime je...“, u toku videa se obično bar jednom pomene floskula „pišite mi u komentarima...“ a zatim sledi zahtev da se gledaoci daju svoje mišljenje, postavljaju pitanja, daju svoje odgovore, sugerišu predloge za sadržaj ili prosto napišu šta su radili tog dana.

Odnos između vlogera i njihovih pratilaca zato je prisniji nego odnos između televizijskih zvezda i njihovih gledalaca. Lea Stanković u u svom videu naslovljenom „Hvala vam“ zahvaljuje se gledaocima zato što ima 400 hiljada pratilaca na *Youtube*-u i kaže „vi niste moji fanovi, vi ste moji prijatelji i ja sam tu za vas“⁹⁷.

Autor komunicira sa svima koji se nalaze sa druge strane ekrana, iako su to istovremeno i oni koje voli ili poznaje, i oni koje nikada nije upoznao/la ili čak nikada

⁹⁷ Lea Stanković (8. septembar 2018) *HVALA VAM*
https://www.youtube.com/watch?v=OpBdOiTLolc&t=176s&list=PLZXr2Rpggkrwt1Lh_HHsuOmmOzSAPvGkL&index=44

za njih nije čuo/la. To je samo po sebi neka vrsta „kolapsa konteksta“ (Wesch 2009: 23), jer je reč o direktnom obraćanju neodređenom broju ljudi, ili o monologu koji se istovremeno može shvatiti kao dijalog između jedne osobe i desetina, stotina, hiljada ili čak miliona gledalaca. A upravo je taj „komunikativan“ stil izražavanja kojim se vlogeri služe odlika prelaska sa klasičnih medija na društvene medije (Fischer 2014:2). Tokom videa, autor se sve vreme obraća gledaocima, kamera je najčešće okrenuta ka njemu, osim kada želi da pokaže nešto u njegovoj okolini, bilo da je to pejzaž, izlog prodavnice, ručak koji jede ili nered u spavaćoj sobi zbog kog se izvinjava.

Razotkrivanje sopstvene privatnosti ili tačnije, strateška upotreba elemenata privatnosti i inscenirani intiman odnos sa publikom omogućava autorima da ostvare uticaj (*influence*) na gledaoce i upravo zbog toga se *YouTube* autori sa velikim brojem pregleda nazivaju influenseri (uticajni autori). Taj uticaj se ostvaruje i tako što autori videa podstiču gledaoce da razmišljaju kao oni, usvoje njihove vrednosti i njihov stil života ali i da koriste određene proizvode koje oni reklamiraju. Influenserka Brana Antović koja ima blog i *YouTube* kanal definiše influencersere kao ljude koji „oko svojih profila na društvenim mrežama okupljaju određenu grupu ljudi i manje ili više utiču na njihovo ponašanje i razmišljanje. To su osobe koje su uspele da aktiviraju publiku koja ih prati“⁹⁸.

Reklama je utoliko suptilnija i delotvornija ukoliko je autor videa postavlja u kontekst vloga i pa pokazuje kako on određene proizvode koristi u svakodnevnom životu. I baš zbog toga što nove generacije gotovo uopšte ne prate tradicionalne medije već sve informacije dobijaju preko društvenih mreža među kojima je i *YouTube*, kompanije su zapravo prinuđene da se umesto tradicionalnim medijima obraćaju

⁹⁸ RTS Tako stoje stvari – Zvaničan kanal (22. maj 2018) *Fokus grupa – influenseri – 23.05.2018*
<https://www.youtube.com/watch?v=N-O1DYNJaIY&index=41&list=WL&t=0s>

influenserima i njima plaćaju da reklamiraju njihove proizvode kako bi uopšte došli do tog dela populacije i predstavili im svoje proizvode⁹⁹.

Pošto se bavi svakodnevicom, vlog je savršen medijum za reklamiranje najraznovrsnijih proizvoda od šminke i kozmetike do telefona, hrane, automobila, računara, opreme za bebe ili sredstava za čišćenje stana. Vlogovi su obično puni manje ili više upadljivih reklama i svesno ili nesvesno motivišu gledaoce na kupovinu (Ibid. 5). Jana Dačović u jednom od svojih vlogova¹⁰⁰ pokazuje pregršt proizvoda koje je kupila u drogerijama i tržnim centrima ili naručila na internetu. Vlog prati jedan njen običan dan i ona se snima dok ide u poštu da pokupi stvari koje je naručila sa sajta *Shein* i govori kako je uzbuđena zbog paketa koji je tamo očekuje. Zatim se snima dok kupuje *Zoella* proizvode u *DM* drogeriji i odeću u tržnom centru *Ušće*, a nakon toga slede kadrovi iz njenog stana gde pokazuje šta je sve tog dana kupila, zatim slaže garderobu u orman i usput pokazuje neke svoje omiljene kozmetičke proizvode. Dve reklame u tom njenom videu naročito su spontane i primamljive jer Jana sa oduševljenjem priča o proizvodima. Jedan od njih je *L'Oreal* karmin za koji kaže „nimate pojma kako je lagan na usnama“ i pokazuje kako joj stoji, a drugi je *Velnea* maska za lice za koju kaže da „miriše predivno kao kokos“ i da je „toliko umirujuća da to nije normalno“¹⁰¹.

Vlogeri gledaocima nude uvid u svoje živote ali i preporuke da probaju neke konkretne proizvode za koje oni tvrde da su kvalitetni. Za jednu tinejdžerku koja traži lagani mat karmin i opuštajuću masku za lice, Janina preporuka može da bude motiv da odu u istu radnju i kupe baš te proizvode. A devojčice koje je posmatraju kao idola mogu da požele da kupe sve što ima ona kako bi što više ličile na nju. Slično kao Jana, Sara Stanković u jednom od svojih vlogova prikazuje čitav niz proizvoda koje je kupila ili dobila na poklon od bake, pa samim tim reklamira veliki broj robnih marki. Za

⁹⁹ N1 (24 mart 2018) *Crvena Linija: kako žive neki od najpoznatijih influensera u regiji*
https://www.YouTube.com/watch?v=zC3Qe95DJGM&index=3&list=PLZXr2RpggkrwU_sBnUb87h0otOEGzpi3Q&t=15s

¹⁰⁰ Jana Dačović (9. septembar 2018) *DAILY VLOG // shopping, upload schedule, sredjivanje ormara*
<https://www.youtube.com/watch?v=4OK2Huq5tFU&list=PLZXr2RpggkrxE83HzN6Eyw5usG2R6dQVZ&index=2>

¹⁰¹ Ibid.

mnoge od tih proizvoda ona kaže da se „raduje“ ili „jedva čeka“ da ih proba ili „živi za to“ da ih proba, ali usput daje savete kako neki proizvodi mogu da se koriste na originalan način¹⁰²

Vlog može da bude reklama i na drugi način. Mnogi vlogeri reklamiraju turističke agencije i određene turističke aranžmane tako što snimaju vlogove sa putovanja i objašnjavaju svojim gledaocima kako i oni mogu da otputuju na tu destinaciju. Autorke kanala Uvrnuti Šotovi tako tako su objavile dva vloga¹⁰³ o putovanju na grčko ostrvo Skopelos i kroz te vlogove promovisale agenciju Kontiki. Međutim, komoditizacija privatnosti kroz *YouTube* vlogove ne pruža onaj vid potpune transparentnosti i kompletnog uvida u nečiji život koji je oslikan kroz orvelijanski projekat Ondija Timonera i Džoša Harisa *We Live in Public* (Mi živimo u javnosti). Projekat je sproveden kasnih devedestih godina dvadesetg veka i sastojao se iz snimanja i praćenja života 100 umetnika smeštenih u transparentni prostor prekriven kamerama i mikrofonom koji je izgrađen za potrebe tog projekta. Haris je ideju da se ljudi mogu osećati komforno i oslobođeno ako nemaju nikakvu privatnost prvi put plasirao 1993. godine kroz svoj veb-sajt posvećen emitovanju audio i video programa uživo na adresi Pseudo.com (koja više ne postoji). On sam je emitovao svoj privatni život 24 sata dnevno a zatim napustio projekat nakon što se upravo zbog tog projekta posvađao sa partnerkom i zaključio da je ta vrsta eksponiranja privatnosti uništila njegov privatni život¹⁰⁴.

Vlog takođe nije ništa slično fantaziji iz romana Dejva Eggersa „Krug“ u kome glavna junakinja oko vrata svakodnevno nosi kameru koju ima prava da ugasi samo dok spava i dok je u toaletu (Eggers 2014: 307). Vlog uopšte nije osmišljen kao

¹⁰² Sara Vlogs (9. septembar 2018) *NE ZNAM STA JE OVAJ VLOG*
<https://www.youtube.com/watch?v=yByWEzIOMaY&t=0s&index=2&list=PLZXr2RpggkrxE83HzN6Eyw5usG2R6dQVZ>

¹⁰³ Uvrnuti Sotovi (25. jul 2018) *TRAVEL VLOG I: SKOPELOS// PUT, DOLAZAK, PRVI UTISCI*
https://www.youtube.com/watch?v=Vk2jznY_nXM&index=3&list=PLZXr2RpggkrxE83HzN6Eyw5usG2R6dQVZ, Uvrnuti Sotovi (28. jul 2018) *TRAVEL VLOG II: SKOPELOS: MAMMA MIA TURA// KAKO SMO SE ZALJUBILE NA SKOPELOSU*
<https://www.youtube.com/watch?v=C-4oShah6os&t=2s>

¹⁰⁴ Bahruth, K. (producent) i Timoner, O. (režiser). (2009) *We Live in Public* (film) United States: Interloper Films

neprekidan *videostream*, to jest, prenos nečije svakodnevice uživo, u realnom vremenu. On ne sledi koncept potpune transparentnosti jer je to u stvari režiran video sadržaj i autor ima kontrolu nad tim šta će o sebi otkriti a šta ne. Video sadržaji na platformi *YouTube* su uglavnom su režirani i montirani (osim ako se ne uključi prenos uživo koji se takođe odvija u kontrolisanim uslovima), a princip je takav da autor sadržaja određuje šta će podeliti sa publikom, do koje mere će razotkriti svoju privatnost i da li će sadržaj označiti kao privatn ili javan. Britanski vloger Alfi Dejs, koji je sve do 2018 bio poznat po tome što je svakodnevno vlogovao, u jednom od svojih videa iz tog perioda kaže da ljudi ne shvataju da je njegov vlog samo izmontiranih deset ili petnaest minuta njegovog dana i da on pored toga što snima radi mnogo drugih stvari koje gledaoci ne vide¹⁰⁵. Srpska vlogerka Dunja Jovanić kaže da želi da je gledaoci upoznaju, ali ne i da znaju sve o njoj¹⁰⁶, a Jana Dačović kaže „trudim se da ne snimam baš svaki trenutak svog života i bar neke stvari sačuvam kao privatne“¹⁰⁷. Vlog dakle itekako ostavlja prostora privatnost.

Od snimanja do montaže, dodavanja specijalnih efekata i postavljanja videa na platformu, celokupan proces kreiranja je baziran na „uradi sam“ principu tako da sam autor odlučuje šta će biti finalan proizvod pa u toku kreiranja sam može da cenzuriše neke delove videa ili izbaciti problematične kadrove, zamagli ćoškovke ili precrta lične podatke koje se pojavljuju u dokumentima ili ličnoj prepisci koje iz nekog razloga želi da podeli sa publikom.

Vlog, dakle, omogućava da se konstruiše sadržaj koji je nasuprot *reality* programima režiran i ne bazira se na permanentnom nadzoru. Autor strateški snima segmente svog privatnog života koje je spreman da objavi, a izbegava da emituje one

¹⁰⁵ Pointless Blog Vlogs (18 januar 2018) *Am I happy making YouTube videos?*https://www.YouTube.com/watch?v=pLYJvqKyFh4&index=3&list=PLZXr2Rpggkrwt1Lh_HHsuOmmOzSAPvGkL&t=0s

¹⁰⁶ Dunja Jovanić (16. april 2018) *Vlog 19: Će da izađem na televizor*https://www.YouTube.com/watch?v=pngF2YUHIgI&index=22&list=PLZXr2Rpggkrwt1Lh_HHsuOmmOzSAPvGkL

¹⁰⁷ MONDO portal (2. jun 2018) *Jana Dačović – tako mlada a već biznismenka!*<https://www.youtube.com/watch?v=KgFASlrwugw&index=40&list=WL>

segmente koje želi da sakrije od javnosti. Komoditizacija privatnosti se odvija u kontrolisanim uslovima, to jest, autor ima kontrolu nad sadržajem i bira šta će da snimi a šta ne ili šta će u montaži da izbaciti a šta će da ostavi. Prema tome, sam koncept vloga potpuno je drugačiji od *reality* programa upravo po tome što omogućava zaštitu privatnosti, odnosno režiju i cenzuru.

Kroz vlog se autor predstavlja onako kako on želi i prikazuje svoj privatni život na način koji njemu odgovara. Događaji iz privatnog života čak uopšte ne moraju da budu autentični već se mogu inscenirati, a neki autori čak eksplicitno o tome i govore upozoravajući publiku na to da oni zapravo nemaju objektivni uvid u njihove svakodnevice. A kao što sam sadržaj može biti struktuiran i režiran, tako isto i prisan odnos sa gledaocima može da bude samo fiktivan jer nije ništa drugo do dramaturška ili rediteljska kreacija. Autori koji se obraćaju svojoj publici možda zapravo ne započinju pravi dijalog sa publikom već samo izgovaraju monologe koji bi trebalo da angažuju gledaoce i motivišu ih na pisanje komentara, lajkovanje i deljenje videa što donosi veći profit.

1.3.Zarada na YouTube-u

Načini na koji se YouTube može iskoristiti za zaradu, pa i sami mehanizmi zarade od pregleda videa uopšte nisu transparentni, tako da je jedini način da dođem do informacija o tome kako i koliko autori u Srbiji zarađuju bila etnografija. Mnogi autori na svojim kanalima govore o različitim metodama zarade, a neki čak otvoreno pokazuju ili govore o tome koliko novca su zaradili. Platforma može da služi za samo-promociju i skretanje pažnje na objavljeni sadržaj koji reklamira usluge pa tako neki autori koriste *YouTube* da bi plasirali svoje muzičke spotove i ostvarili karijeru u muzici, da bi reklamirali svoje usluge (šminka, kozmetika, fitnes i drugo) ili da bi privukli auditorijum na neke druge platforme kao što je *Instagram*, *Etsy* ili na svoj lični sajt preko

kog zarađuju novac. Pored toga, autori zarađuju novac od same *YouTube* platforme, odnosno dobijaju procenat od reklama koje su postavljene na sajtu. Treći način zarade je saradnja sa sponzorima koji gledanim kanalima plaćaju da reklamiraju njihove proizvode.

U Srbiji *YouTube* autori najčešće koriste sva tri načina da dođu do zarade i popularnosti. Mnogi od njih su iskoristili platformu da snime muzičke spotove i započnu neku vrstu muzičke karijere ili samo dobiju više pregleda. Marija Žeželj (18), Ružica Rupić (17), Ana Nedeljković (17), Bogdan Ilić (22), Ana Lazarević (16), Lea Stanković (17), Nađa Stanojević (20), Nikola Milošević (24) i Milan Inić (24) neki su od poznatih srpskih *YouTube* autora koji su iskoristili popularnost na ovoj platformi da započnu muzičku karijeru, a neki su brendirali druge proizvode poput parfema i kozmetike, a među njima su Zorana Jovanović (28) i Jana Dačović (19), a neki su učestvovali u reality programima na televiziji kao na primer Ana Nedeljković i Jelena Krunić (32).

Mnogi autori iz Srbije u svojim videima govore o zaradi jer ih to gledaoci pitaju, a neki od njih iskreno kažu koliko novca zarađuju zato što smatraju da su na neki način dužni da takve informacije daju gledaocima od kojih zapravo ta zarada i zavisi. Bogdan Ilić, na primer, otvoreno govori o zaradi i pokazuje na ekranu koliko tačno novca je zaradio u poslednjih mesec dana od *YouTube* platforme, a zatim kaže i koliko dobija od sponzora. obraća se gledaocima i kaže da želi da im kaže koliko novca mu publika „stavlja u džep“¹⁰⁸, a zatim na ekranu pokazuje da je tog meseca zaradio ukupno 744 američkih dolara za 18 miliona pregleda. On objašnjava kako pregledi u Srbiji malo vrede u odnosu na zapadne države, pa čak i u odnosu na Hrvatsku. Dodaje da je za 4,5 miliona pregleda na pesmi zaradio ukupno 240 dolara i kaže „ne dobijem ni 10 dolara na 100 hiljada pregleda, toliko je jadno“. Kada novcu koji zaradi od pregleda doda novac koji zaradi od sponzora čije proizvode reklamira u videima, kaže da zaradi u

¹⁰⁸ Baka Prase (11 februar 2018) *Koliko zarađujem od YouTube-a*
<https://www.YouTube.com/watch?v=Bn3jdTM9UFM>

proseku oko 1,500 dolara mesečno, ali kaže da ne prihvata sva sponzorstva nego samo ona koja se uklapaju u njegov životni stil i stil videa koje snima.

Vebsajt *Socialblade* jedini je izvor informacija na internetu koji pokazuje rang, gledanost i moguću zaradu autora na *YouTube*, međutim Bogdan pokazuje kako taj sajt ne daje tačnu procenu zarade. On objašnjava da je u svakoj državi zarada drugačija, a da se *Socialblade* kao Američki sajt rukovodi proračunima koji su relevantni za autore locirane u SAD. Prema ovom sajtu njegov kanal *Baka Prase* zarađuje između 2.800 i 44.800 američkih dolara samo od pregleda¹⁰⁹, a Bogdan dokazuje da to nije istina pokazujući tačno koliko je zaradio tog meseca.

Stefan Vuksanović čiji kanal *Muđa* ima više od milion pretplatnika i jedan je od najvećih kanala na Balkanu u januaru 2018. godine govori o tada aktuelnim promenama u uslovima za monetizaciju videa koje je *YouTube* uveo a koje se sastoje u uvođenju minimalnog broja pretplatnika i minimalnog broja pregledanih sati da bi neki kanal mogao da počne da zarađuje od pregleda. On kaže da na Balkanu za četiri hiljade sati može da se zaradi za kutiju šibica¹¹⁰. „Kad sam počeo da snimam za *YouTube* nije bilo govora o zaradi“, kaže on.

Milan Inić je 2016. godine u intervjuu za MONDO portal rekao da od svog YouTube kanala zarađuje dovoljno novca da izdržava sebe i sve svoje kolege sa kojima saraduje. „Stavljam hranu na sto“, kaže, a maloletna autorka pod pseudonimom Kika u istoj emisiji kaže da njena majka nema posao, a da ona zarađuje novac¹¹¹.

Neki autori čiji kanali imaju daleko manje pregleda takođe su otvoreno rekli koliko su zaradili od samih pregleda. Na primer, Željko Petričević (22) je u januaru 2017

¹⁰⁹ Socialblade <https://socialblade.com/youtube/user/bakaprased> (Pristupljeno: 12.20.2018)

¹¹⁰ Muđa (21. januar 2018) NOVA PRAVILA ZARADE NA YOUTUBE-
u? <https://www.youtube.com/watch?v=-I41trjIP6Q>

¹¹¹ MONDO portal (17 novembar 2016) *Yasserstajin, Kovalska i Kika uzori klincima u Srbiji* <https://www.youtube.com/watch?v=RWQlkd0lonQ&index=38&list=WL>

godine rekao da je ukupno od *YouTube*-a zaradio 40 dolara¹¹², autori kanala *Stuberi* u oktobru 2017. godine otkrili su da su za mesec dana i dvanaest miliona pregleda zaradili 400 evra. „Kad se uzme u obzir da nas ima više i kad se oduzme novac za porez, ostaje nam dovoljno novca za sladoled“, kažu autori kanala *Stuberi*¹¹³. a Dušica Mladenović u januaru 2018. godine kaže da sa pedeset hiljada pretplatnika zaradi mesečno oko 150 funti zato što je gledaju ljudi locirani na Balkanu, a njena kćerka koja snima na Engleskom i gledaju je u Velikoj Britaniji sa hiljadu pretplatnika i u proseku po 500 pregleda po videu zaradila je 75 funti za mesec dana. Ovaj podatak ilustruje koliko se razlikuju cene pregleda sa Balkana i cene pregleda iz Velike Britanije¹¹⁴. Aleksandar Leštarić (28) u aprilu 2017 godine pokazuje gledaocima kako za jedan dan zaradi u proseku oko sto dinara¹¹⁵, a Jovana Lataš (30) u decembru 2016 pokazuje kako je zaradila ukupno 51,9 dolara od kada snima za *YouTube*¹¹⁶.

Ovi autori govore samo o zaradi od pregleda, ali ne spominju zaradu od sponzorstava, odnosno od klijenata koji im plaćaju za reklame u njihovim videima. Ružica Rupić nikada nije snimila video u kome svojoj publici govori koliko novca ukupno zarađuje, ali je u jednom intervjuu na televiziji N1 rekla da zarađuje mnogo više od jedne prosečne plate u Srbiji¹¹⁷, a Zorana Jovanović u intervjuu za RTS 2015. godine kazala je da je još tada zarađivala mnogo više od pet hiljada eura mesečno¹¹⁸.

¹¹² Željko Petričević (10 januar 2017) *Da li je YouTuber profesija?* https://www.YouTube.com/watch?v=aOITvvhXkqk&index=14&list=PLZXr2RpggkrwU_sBnUb87h0otOEGzpi3Q&t=133s

¹¹³ Stuberi (9. oktobar 2017) *KOLIKO ZARADJUJEMO OD YOUTUBE-a?* <https://www.youtube.com/watch?v=sD7a-AG9Vso>

¹¹⁴ Luna (18. januar 2018) *Posao i Plate u Velikoj Britaniji | Zarada na YouTube Kanalima* <https://www.youtube.com/watch?v=NBdG8zDwX48>

¹¹⁵ Cile ST (9. mart 2017) *Zarada na jutjubu* <https://www.youtube.com/watch?v=IsEBJLbwDuk>

¹¹⁶ Milicina Mama (3 decembar 2016) *VLOGMAS #4 Koliko sam zaradila za godinu dana na YT* https://www.YouTube.com/watch?v=dXXSVS3_3JE&t=148s&index=159&list=PLZXr2RpggkrwU_sBnUb87h0otOEGzpi3Q

¹¹⁷ N1 (24 mart 2018) *Crvena Linija: kako žive neki od najpoznatijih influensera u regiji* https://www.YouTube.com/watch?v=zC3Qe95DJGM&index=3&list=PLZXr2RpggkrwU_sBnUb87h0otOEGzpi3Q&t=15s

¹¹⁸ Milos Perdovic (10. decembar 2015) *Zorana Jovanovic Zorannah – Interju Tako Stoje Stvari RTS* https://www.youtube.com/watch?v=kcLmu1bHWNE&index=39&t=0s&list=PLZXr2Rpggkrwt1Lh_HHsuOmmOzSAPvGkL

Ovakve izjave upućuju na to da se od sponzora, odnosno klijenata koji mogu biti različite kompanije koje nude različite proizvode ili usluge može zaraditi visoka mesečna plata, ali samo manji broj autora otvoreno govori o visini zarade. Autorke kanala *Uvrnuti Šotovi* kažu da smatraju da je to „privatno pitanje“ koje se ne postavlja nepoznatim ljudima¹¹⁹, a Stefan Vuksanović govori o zaradi uopšte ne spominjući koliko on sam zarađuje. Stefan kaže da ni jednom *YouTube* autoru ne treba da bude cilj da zaradi novac jer onda nema intimnog odnosa sa publikom. „Ako je tebi cilj zarada, kako onda da se obratiš svojoj publici i zahvališ im se što te prate. Treba da bude bitno snimanje, a zarada će sama od sebe da dođe“, kaže on.

Ovaj Stefanov stav da autorima ne treba da bude prioritet zarada već zabava i uživanje u svom poslu kao i prisan odnos sa publikom ponavljaju i mnogi drugi autori i čini se da je to dominantni narativ. Rasprava o ovom pitanju se pavela među srpskim autorima nakon što su autorke kanala *Andjela & Nadja* u jednom svom videu optužile publiku da nije dovoljno angažovana i da im ne donosi dovoljno pregleda i novca¹²⁰. Njih dve u tom videu kažu: „Da se ne lažemo, svaki jutjuber snima zbog para“ i zahtevaju od publike da bude više angažovana, odnosno da redovnije gleda i reaguje na njihove sadržaje kako bi one zarađivale više novca i kako bi im se isplatio trud. Ovakvo pregovaranje sa publikom oko njihovog angažovanja i izjave o tome koliko su novac, ali i rad samih gledalaca za njih značajni predstavlja presedan jer ostali autori imaju potpuno drugačiji narativ. Veliki broj njih je reagovalo na video ove dve autorke kritikujući njihov stav o novcu i radu publike, a među njima su Bogdan Ilić¹²¹, autori kanala *Full Burazeri*¹²², autor kanala *Marko V*¹²³ i drugi. Njihovi stavovi podržavaju narativ Stefana Vuksanovića koji govori o tome kako zarada ne treba da bude prioritet.

¹¹⁹ Uvrnuti Sotovi (11. avgust 2018) *KOLIKO ZARADJUJEMO OD YOUTUBE-a-*
[?https://www.youtube.com/watch?v=T5M9Qbccrm4&t=1s](https://www.youtube.com/watch?v=T5M9Qbccrm4&t=1s)

¹²⁰ Andjela & Nadja (9. januar 2019) *Ne mozemo*
vise<https://www.youtube.com/watch?v=UtPr5LT8XUc&t=45s>

¹²¹ Baka Prase (18. januar 2019) *MOJE MIŠLJENJE O SITUACIJI SA MINDŽELOM I*
MLADJOM<https://www.youtube.com/watch?v=uDC-llGDGdA>

¹²² Full Burazeri (13. januar 2019) *ANDJELA I NADJA SU*
PRETERALE!<https://www.youtube.com/watch?v=akRpMvD6EqA&t=79s>

Zarada na *YouTube*-u uvek zavisi od broja pregleda, a gledanost se obezbeđuje kroz interakciju sa publikom. Način da se na neki kanal privuče publika je da se ona angažuje i uključi u sam sadržaj kako bi se stalno vraćala tom kanalu i obezbeđivala rejting. Zato svaki autor mora da pronade način da se zbliži sa publikom, da komunicira sa njom, otvori joj se i tako stekne poverenje. Njegov posao nije samo da brine o sadržaju, nego i da brendira samog sebe da bi uopšte skrenuo pažnju na svoj kanal koji je samo jedan u okeanu malih kanala. *YouTube* zvezde su u stvari „preduzetnici“ (Burgers i Green 2009: 91) i oni svoj biznis baziraju na eksponiranju svoje privatnosti i građenju prisnih odnosa sa publikom.

Prisni odnos sa publikom neki autori poput Bogdana Ilića grade tako što im otvoreno govore o zaradi, neki poput Stefana Vuksanovića insistiraju na tome da svoj posao ne rade zbog zarade već zbog ljubavi prema *YouTube*-u i svojoj publici, a neki poput autorki kanala *Uvrnuti Šotovi* tvrde da se pitanje zarade uopšte ne tiče ljudi koji ih gledaju već da je to privatno pitanje. Mnogi autori su u svojim videima pomenuli pitanje zarade, nekolicina njih je otvoreno rekla koliko zarađuje od pregleda, otkrivajući na koji način se kanali „monetizuju“ i kolika je vrednost pregleda gledalaca lociranih u Srbiji naspram vrednosti pregleda gledalaca iz drugih zemalja, a veoma mali broj autora je otkrio visinu zarade. Dominantan narativ govori o tome kako zarada ne treba da bude glavni motiv rada na platformi *YouTube*, već to treba da bude zabava. Postoji uverenje da oni koji emituju sadržaj samo zbog novca ne postupaju ispravno, te da se taj posao radi pre svega iz ljubavi, a da je zarada nešto sekundarno. Citirani videi upućuju na to da je odnos između autora i publike takav da oni kreiraju sadržaj kao poklon za publiku, a da se ona angažuje time što gleda i reaguje na taj sadržaj sa iskrenom zainteresovanošću, odnosno iz ljubavi prema autoru. Ipak, čini se da autori prezentuju ovakav narativ upravo zato da bi motivisali publiku da učestvuje iako za svoj trud i zalaganje novac dobijaju autori, a ne i oni sami.

¹²³ Marko V (11. januar 2019) Andjela i Nadja su ZAVRSILE! Nova drama
<https://www.youtube.com/watch?v=bq4ZQBxZ3ZI>

2. Kako vlogeri u Srbiji definišu privatnost?

Video materijal koji objavljuju vlogeri sadrži mnoštvo eksplicitnih i implicitnih definicija privatnosti. Snimajući svoj svakodnevni život i govoreći o različitim temama pred kamerom, vlogeri na različite načine otkrivaju šta je za njih privatno a šta javno, do koje mere žele da se razotkriju ili gde postavljaju granice u odnosu sa svojim gledaocima. Njihove lične definicije privatnosti su često fluktuirajuće i menjaju se tokom vremena, modifikuju se u određenim situacijama i razlikuju se od konteksta do konteksta.

Za razliku od analize tradicionalnih medija koje se mogu ograničiti na analizu jednog teksta ili jednog video zapisa, za analizu *YouTube* materijala, neophodno je uzeti u obzir širi kontekst (Lange, 2014: 25), a to znači posmatrati čitave mreže međusobno povezanih video klipova i posmatrati sve ostale interaktivne elemente uključujući komentare, rejtinge, brojeve pregleda i eventualne reakcije drugih autora na jedan konkretan video.

Posmatrati samo jedan video izolovano od svih drugih značenjskih elementa koji su sa njim povezani ne daje celovitu sliku o tom videu. Fil Benson to naziva „multimodalnim tekstom“ naglašavajući da se jedna stranica na *YouTube*-u može posmatrati i kao štampani tekst (Benson 2017: 2). Ako se video pauzira, mogu se čitati naslov, komentari (kojih u nekim slučajevima može biti i više miliona), rejtinzi (lajkovi i dislajkovi), deskripcije videa, linkovi i povezani videi koji se pojavljuju na desnoj strani ekrana. Celokupan sadržaj dakle nije delo jednog autora, jer komentari i reakcije gledalaca predstavljaju sastavni deo tog sadržaja. Komentari i reakcije su vrlo važan materijal za analizu jer autori komuniciraju sa publikom, čitaju komentare, reaguju i

odgovaraju na njih i čak modifikuju sopstveni sadržaj prema njihovim sugestijama. U potrazi za definicijama privatnosti, potrebno je dakle uzeti u obzir sve ove elemente.

Vlogeri u Srbiji, kao uostalom i u ostatku sveta ne govore često o privatnosti, odnosno ne koriste tu reč na svakodnevnom nivou i to obično nije tema videa. To nije *buzzword* na *YouTube*-u možda baš zato što se na neki način podrazumeva da će jedan vloger pred kamerom najviše prikazivati upravo sebe i svoju intimu. Međutim pažljivijom analizom sadržaja na *YouTube*-u, počinju da se pokazuju obrisi definicija privatnosti čak i tamo gde se o njoj uopšte ne govori. Reč privatno kao i njeni sinonimi ili srodni pojmovi pojavljuju se tek ponekad u monolozima ili diskusijama u vlogovima. Povremeno se o nekom problemu ili fenomenu otvoreno raspravlja kao o problemu koji se tiče privatnosti, a ponekad sami autori usputno označe nešto kao suviše privatno da bi se to pojavilo u videu. U nekim slučajevima povlačenje granica između privatnog i javnog je samo implicirano. Kada neki autor uporno izbegava nešto da pokaže ili da o nečemu govori, onda se može posredno zaključiti da je to nešto previše privatno da bi dospelo u javnost (na primer, neko neće govoriti o estetskom hirurškom zahvatu koji je na prvi pogled očigledan, dok neko drugi neće snimiti osobu sa kojom je na letovanju iako se njeno prisustvo čuje ili primećuje preko gestikulacije osobe koja snima). A u izvesnim situacijama, autori nesvesno odaju šta je za njih privatno a šta nije.

2.1. Povlačenje granica: eksplicitno o privatnosti

Reč privatnost vrlo retko, gotovo nikada ne dospeva u naslov videa srpskih vlogera. Jedan od retkih videa koji u naslovu sadrži reč privatnost je video „Napadam privatnost“ koji je Nenad Ulemek (17) snimio za *YouTube* kanal tinejdžerskoj portala Famoza¹²⁴. U tom videu on odgovara na niz pitanja poput: „da li si se nekad probudio mrzovoljan“, „da li više voliš da se družiš sa devojčicama ili sa dečacima“, „da li postoji

¹²⁴ Famoza (5. februar 2017) *Napadam privatnos – Nenad Ulemek Famoza Tube*<https://www.YouTube.com/watch?v=Zc1sLnCtjpo>

osoba kojoj bi mogao sve da poveriš“, „šta imaš na sebi u ovom trenutku“, „koliko često slušaš muziku“, „da li više nosiš trenerke ili patike“, „da li si socijalna ili anti socijalna osoba“, „ako bi se osoba koja ti se dopada rekla da se njoj dopada neko drugi, šta bi uradio“, „da li si dobar u sakrivanju svojih osećanja“, „da li te zanima kada ljudi govore loše o tebi“, „kada si poslednji put plakao“; „navedi nešto što ćeš raditi sutra“. Nenad kaže da pitanja „baš i nisu nešto privatna“.

Pošto je čitav koncept ovog videa preuzet jer je reč o „tag“ tipu videa¹²⁵, pitanja nisu originalna niti posebno smišljena za Nenada, nego su to pitanja koja kruže *YouTube*-om i autori iz celog sveta odgovaraju na njih. Iako su sva pitanja sa spiska na neki način lična, a među njima ima i pitanja koja se odnose na osećanja, Nenad za njih kaže da misli da ona „nisu nešto privatna“. Da bi se razumelo šta znači ta njegova usputna opaska, nije dovoljno ostati na analizi tog jednog video klipa, već treba analizirati i sadržaje sa njegovog kanala. Za Nenada pitanja iz pomenutog videa „Napadam privatnost“ verovatno nisu dovoljno privatna jer je već na prvi pogled uočljivo da na njegovom kanalu *Nenad Ulemek*¹²⁶ i drugom kanalu koji uređuje u kooperaciji sa prijateljicom *Nenad & Zija*¹²⁷ postoji mnoštvo videa koji dotiču intimnija pitanja. Već sami naslovi videa govore o tome. Na kanalu *Nenad Ulemek* neki od naslova su: „Poruke koje sam slao simpatijama“, „Poruke koje sam slao bivšoj devojci“, „Najbolniji raskidi“ i „Čitam dnevnik osobe koja je zaljubljena u mene“. Na kanalu *Nenad & Zija* neki od naslova su: „Najotvoreniji never have I ever“ (nikad nisam), „Skidanje za 7 sekundi“ i „Story about us“ (priča o nama). Reči u naslovu upućuju na to da se u videima mogu kriti lične prepiske, intimni dnevnici i slično.

„Poruke koje sam slao simpatijama“ zapravo je serijal videa koji (u trenutku pisanja ovog rada) ima pet nastavaka od kojih je prvi deo jedan od najgledanijih videa na njegovom kanalu sa preko 85 hiljada pregleda. U svim videima iz ovog serijala on

¹²⁵ „Tag“ videi su videi za koje se najčešće ne zna ko ih je prvi snimio jer oni kruže po platformi i autori „taguju“ (to jest pozivaju) jedni druge da odgovore na dati niz pitanja.

¹²⁶ Nenad Ulemek <https://www.YouTube.com/channel/UCXB2StM14NDAeIDzERI-yeA>

¹²⁷ Nenad & Zija <https://www.YouTube.com/user/sm03012012ify>

čita stare poruke iz telefona i u uglu ekrana pokazuje fotografije tih konverzacija. Kako je reč o ličnoj prepisci, ovo je materijal koji se i jezikom zakona definiše kao privatna, tako da iznošenje ovakvog materijala u javnost nedvosmisleno jeste razotkrivanje sopstvene privatnosti.

Međutim, iz Nenadovih komentara na te konverzacije jasno se vidi da je vremenska distanca učinila da ta lična prepiska više nije toliko privatna koliko je možda bila u vreme kada se sa tom devojkom dopisivao. On ne kaže tačno kada su te poruke pisane, ali napominje da je bio „mali“ i dodaje da je to bio tokom šestog ili sedmog razreda osnovne škole. Na ovom primeru se vidi kako vremenska distanca od događaja u prošlosti može da relativizuje šta je za nekoga privatno a šta nije.

Kako bi sačuvao privatnost osobe sa kojom se dopisivao, Nenad je fotografije isekao tako da se ne vidi ime osobe koja je slala poruke. A da bi sačuvao privatnost svih ostalih lica koja se spominju u prepisci, on je na tim fotografijama u programu za uređivanje precrtao sva lična imena. Način na koji je ovaj autor depersonalizovao prepisku predstavlja jedan od metoda da se u videu sačuva nečija privatnost iako se iznose informacije o njoj. U tom smislu anonimnost jeste jedan od metoda da se odbrani privatnost, a proces uređivanja fotografija i videa omogućava da se određene privatne informacije sakriju.

Na sličan način, isti autor štiti privatnost devojke koju je „prekovaio“ (prevario)¹²⁸ u drugom videu¹²⁹ tako što joj je napisao da je zaljubljen u nju. U ovom slučaju ne postoji vremenska distanca, ali situacija je drugačija od prethodne jer cela prepiska i nastaje zato da bi se napravio video za *YouTube*. Na kraju videa, Nenad razgovara sa drugaricom koju je prevario preko telefona i pita je da li želi da se njeno ime vidi u videu ili ne. Pošto je njen odgovor bio negativan, on je pokazao fotografije njihove prepiske ali njeno ime nije vidljivo.

¹²⁸ „Prank“ video je takođe neka vrsta žanra ili tip videa na YouTube-u. Smisao je da se neko prevari ili slaže a onda se snima reakcija te osobe slično „skrivenoj kameri“.

¹²⁹ Nenad Ulemek (15. novembar 2016) *PRANK budi samnom a ne sa njim!*
<https://www.YouTube.com/watch?v=KjXFTEpEzLI>

U oba slučaja, iako se reč privatnost ne pominje, iz konteksta je jasno da su neke od praksi korišćenih za uređivanja videa (brisanje ili sečenje imena) zapravo prakse zaštite privatnosti. Ipak, sve to ne govori ništa o tome koje informacije o samom sebi autor smatra previše privatnim da bi ih izneo u javnost, već pre svega govori o tome kako on štiti privatnost drugih.

Slično kao Nenad Ulemek, Ana Nedeljković (17) na svom kanalu *Enn La Rush*¹³⁰ postavlja serijal videa pod nazivom „Krindž poruke mojih bivših“ (sramotne poruke mojih bivših) i koristi isti metod da sačuva privatnost osobe sa kojom se dopisuje, to jest, fotografije prepiske seče tako da se ne vidi njegovo ime. Vremenska distanca postoji ali nije velika jer ona kaže da govori o konverzacijama koje su se dešavale dve godine pre snimanja videa. Ona četri videa posvećuje čitanju poruka jednog svog bivšeg dečka sa kojim se prvi put poljubila, a dva drugom dečku. Za prva četiri videa autorka je onemogućila komentare gledalaca. Iako su komentari jedna od osobnosti *YouTube*-a i društvenih mreža uopšte, mogućnost da se oni zabrane jedan je od načina da autor dobije više privatnosti i više kontrole nad sopstvenim sadržajem. U ovom slučaju, pošto je reč o intimnoj prepisci između dve osobe, blokiranje komentara može da spreči treća lica da razotkriju ko je dečko o kome Ana govori ili iznesu još neke pojedinosti za koje autorka smatra da ne bi trebalo da dospeju u javnost. U tom smislu, kontrolisanje komentara takođe može da bude jedan vid kontrolisanja privatnosti.

Ovi Anini videi imaju mnogo više pregleda nego Nenadovi (svaki ima preko 200 hiljada pregleda, a neki od njih imaju i preko 400 hiljada) i svi ti videi su visoko rangirani među 20 najgledanijih na njenom kanalu. I Ana i Nenad kažu da čitaju ove privatne prepiske pred kamerom zato što misle da su sramotne i da će gledaocima biti smešne. U oba slučaja velika gledanost je motivsala autore da snime više nastavaka što govori o tome koliko je zainteresovanost publike za privatne sadržaje velika.

¹³⁰ Enn La Rush (3. avgust 2017) *KRINDŽ PORUKE MOJIH BIVŠIH!*
#1https://www.YouTube.com/watch?v=_d2xUIgDbrs

Ana pored ovog serijala ima i video „Moj prvi poljubac“¹³¹ zato što su je pratioci molili da to snimi. Ovaj video koji traje osam minuta i dvadeset i osam sekundi i ima preko 370 hiljada pregleda detaljno opisuje kako se upoznala sa dečkom sa kojim se poljubila, kako su tekli razgovori između njih, kako je izgledao poljubac i kako se ona osećala. Priča o prvom poljupcu je popularan tip sadržaja na *YouTube*-u jer su osim Ane, i mnogi drugi vlogeri iz Srbije ispričali svoje priče o prvom poljupcu i među njima su Nenad Ulemek¹³², Bogdan Ilić (22)¹³³, Mila Antonović (15)¹³⁴, Irina Živković (16)¹³⁵ i Emilija Milojević (20)¹³⁶. Svi oni govore o svojim prvim poljupcima bez osvrtnja na pitanje privatnosti. Pošto se o prvom poljupcu govori kao o dalekoj prošlosti, moguće je da vremenska distanca čini da se ta priča ne doživljava kao nešto zaista intimno.

Međutim postoje i autori koji smatraju da ni vremenska distanca ne može da neku ličnu priču učini manje privatnom. Na primer, Željko Petričević (22) u svom videu o ljubavi¹³⁷ eksplicitno govori o privatnosti upravo u tom kontekstu prenošenja sopstvenih ljubavnih iskustava publici na *YouTube*-u. Odmah na početku, on kaže: „hoću da razgraničim ljubavni život i *YouTube*“, kaže i dodaje da ne može da odvoji svoj privatni život od *YouTube*-a jer „dosta toga što snimam ima puno veze sa mojim privatnim životom“. U ovom videu Željko takođe govori o tome kako on pravi granice između privatnog i javnog u sopstvenom životu. On kaže da o svojim ljubavnim vezama ne govori svima, nego samo jednom malom krugu ljudi koji čine „dve ili tri osobe“ i da nikada ne otkriva ništa o svojim vezama na društvenim mrežama jer se to ne tiče „nikoga osim mene, te osobe i eventualno par drugih ljudi“.

¹³¹ Enn La Rush (29. jul 2017) *MOJ PRVI*

POLJUBAC!<https://www.YouTube.com/watch?v=WigIpXGU07I&t=2s>

¹³² Nenad Ulemek (2. avgust 2017) *Moj prvi*

poljubac!<https://www.YouTube.com/watch?v=JcFPOzQhFGo>

¹³³ Baka Prase (12. decembar 2017) *Prvi poljubac – price sa*

bakom<https://www.YouTube.com/watch?v=jzcwFnkIk-c>

¹³⁴ Mila Antonović (14. februar 2016) *Prvi poljubac?!* <https://www.YouTube.com/watch?v=x6j4niuaM9o>

¹³⁵ Irina Živković (16. februar 2017) *First kiss*<https://www.YouTube.com/watch?v=iQctd34tWRQ>

¹³⁶ Emilija Milojević (31. jul 2015) *Girl Talk #1 | Prvi*

poljubachttps://www.YouTube.com/watch?v=G4vfvX9E_Ds

¹³⁷ Željko Petričević (14. jun 2016) *LJUBAV/ Prva ljubav*<https://www.YouTube.com/watch?v=5P9GoMp8-4M>

Željko u još nekoliko videa eksplicitno pominje privatnost. U prvom Q&A (pitanja i odgovori) odgovara na pitanje „koji je tvoj najveći problem trenutno“, i kaže da o tome ne bi trebalo da govori na *YouTube*-u i da će svoje privatne probleme zadržati za sebe.¹³⁸ U drugom videu na pitanje gledaoca kada je imao prvu devojku i koliko ih je imao odgovara da je prvu ljubav imao kada je imao 7 ili 8 godina, a za drugi deo pitanja kaže da je to previše privatno¹³⁹.

Aleksandar Leštarić (28) ne daje precizno objašnjenje o tome šta smatra neprikladnim sadržajem za *YouTube*, ali u jednom od svojih videa kaže da postoje stvari koje su suviše intimne da bi o njima govorio javno i da ne snima vlogove toliko često baš zato što mu je važno da ima privatni život.¹⁴⁰ On za razliku od Željka ne kaže tačno koje su to stvari koje ne želi da snimi ili o kojima ne želi da govori javno, ali povlači liniju između privatnog života i *YouTube* sadržaja. Željko tome nasuprot polazi od toga da je sadržaj koji prikazuje na svom kanalu već sam po sebi nešto privatno, ali u okviru toga pravi razliku između onoga što želi da podeli sa javnošću i onoga što je suviše privatno za *YouTube*. Željkova definicija upućuje na postojanje nekakve gradacije ili hijerarhije privatnosti i prema njegovom sistemu gradiranja, ljubavne veze su više privatne od ispovesti o tome kako je odbijen za američku vizu, kako je smršao ili šta se nalazi u njegovom putnom koferu.

Za razliku od Željka koji nikada ne snima svoje partnere, nikada nije snimio enterijer svoje spavaće sobe i u vlogovima izostavlja da snimi osobe sa kojima putuje ili članove svoje porodice, Aleksandar otkriva mnogo više detalja o svom privatnom životu u svojim videima, naročito u vlogovima. Od samog početka njegova veza sa Milicom Perić (22) koja takođe ima svoj *YouTube* kanal je javna i oni zajedno snimaju

¹³⁸ Željko Petričević (20. februar 2016) *Q&A Odgovori na vaša pitanja #1*
<https://www.YouTube.com/watch?v=pJLORqSWies>

¹³⁹ Željko Petričević (12. Jul 2018) *Da li ulazim u reality?*
<https://www.YouTube.com/watch?v=Ho56cQ3k00o>

¹⁴⁰ Cile ST (26. April 2017) *Live – drama na jutjubu*
<https://www.YouTube.com/watch?v=OEy7iQoPs8U&t=3614s>

vlogove i na jednom i na drugom kanalu, pa čak i pričaju o svojoj vezi¹⁴¹ i veridbi¹⁴² u videima, razmenjuju poljupce pred kamerom, a takođe i snimaju enterijere svojih spavaćih soba.

Aleksandar dakle definiše privatnost tako što pravi distinkciju između života ispred i iza kamere, dok Željko i jedno i drugo smatra privatnim životom ali pravi gradaciju privatnosti. U oba slučaja autori sami biraju koji delovi njihovih života će dospeti na *YouTube* pa samim tim sami postavljaju nekakve granice između privatnog i javnog.

Iako sam koncept vloga podrazumeva snimanje privatnog života, mnogi vlogeri otvoreno kažu da ne snimaju sve delove svog života, odnosno da postoje stvari koje skrivaju od javnosti. Jedna od njih je Dunja Jovanić (28) koja u jednom od svojih videa kaže da ne snima brata i roditelje jer, kako kaže, oni ne žele da se snimaju. „Nikada nisam želela da od svog života pravim reality“, kaže i dodaje: „neke stvari želim da zadržim za sebe“¹⁴³. U istom videu kaže i da ne snima sebe dok plače ili dok je tužna i da ne govori o svojim problemima. Osim roditelja i brata, Dunja ne snima ni svoje partnere i nikada u vlogovima ne spominje svoje simpatije ili veze, iako su njeni vlogovi prepuni detalja iz privatnog života jer snima sebe u teretani, na plaži, u automobilu, u hotelskim sobama, u restoranima, snima sebe u kupaćim kostimima ili donjem vešu i otvara svoje kofere, tašne i nesesere. Ipak, nikada sebe ne snima kod kuće, u svojoj spavaćoj sobi, možda zato što to smatra svojim privatnim prostorom iako to eksplicitno ne kaže.

Jana Dačović na svom kanalu ne daje eksplicitnu definiciju privatnosti na YouTube platformi, ali u izjavi za MONDO portal kaže „Nemam granicu privatnosti, ali

¹⁴¹ Kovalska (28. februar 2018) *Pričamo o našoj vezi* <https://www.YouTube.com/watch?v=aWiUwKqMtzg>

¹⁴² Kovalska (14. januar 2018) *Verili smo se – rođendanski vlog* <https://www.YouTube.com/watch?v=99iB1wLG4HY>

¹⁴³ Dunja Jovanić (12. jul 2018) *Da li smo Sara i ja sestre?* <https://www.YouTube.com/watch?v=fpl2OzjqhW8>

trudim se da ne snimam baš svaki detalj svog života. Gledaoci znaju moju sobu, znaju dosta toga o mom životu, ali ne znaju baš sve. Neke stvari držim kao privatne“.¹⁴⁴

Lea Stanković eksplicitno govori o privatnosti na kanalu svoje prijateljice Nađe Stanojević i objašnjava zbog čega sa javnošću nikada nije podelila nikave informacije vezan za njene simpatije ili partnere. „Odlučila sam da vam dam veliki deo sebe. Vi vidite moju porodicu, moj stan, baku, dedu, tetke, braću i sestre. Želim da jedan deo života sačuvam kao nešto što je privatno i samo moje“, kaže Lea¹⁴⁵.

Jedan od najpopularnijih tipova videa na srpskim *YouTube* kanalima je baš obilazak spavaće sobe ili stana, odnosno „room tour“ i „house tour“. Vlogeri iz Srbije redovno dobijaju zahteve od gledalaca u komentarima da snime „room tour“ i pokažu šta se sve nalazi na zidovima ili policama, u fiokama i slično, pa je većina njih to i radila. Među domaćim autorima koji su objavili „room tour“ ili „house tour“ su Lea (17)¹⁴⁶ i Sara Stanković (21)¹⁴⁷, Stefan Vuksanović (19)¹⁴⁸, Jana Dačović (19)¹⁴⁹, Biljana Petrović (17)¹⁵⁰, Nenad Ulemek (17)¹⁵¹, Irina Živković (16)¹⁵², Anđela (18) i Nađa Đorđević (16)¹⁵³, Ružica Rupić (17)¹⁵⁴, Bogdan Ilić (22)¹⁵⁵, Vanja Veljić (18)¹⁵⁶, Ana Lazarević (16)¹⁵⁷, Ana

¹⁴⁴ MONDO portal (2. Jun 2018) *Jana Dačović – tako mlada a već*

biznismenka!<https://www.youtube.com/watch?v=KgFASlrwugw&index=40&list=WL>

¹⁴⁵ Nadja Stanojevic (16. oktobar 2018) *1 NA 1: GOST: LEA STANKOVIĆ*

<https://www.youtube.com/watch?v=KLFEkQoR0K8&list=WL&t=0s&index=9>

¹⁴⁶ Lea Stanković (7. novembar 2015) *Room tour*<https://www.YouTube.com/watch?v=wB36UW6EKUY>

¹⁴⁷ Sara Stanković (28. maj 2017) *Room Tour Beograd*

<https://www.YouTube.com/watch?v=kOkVhPLIk6c&t=121s>

¹⁴⁸ Muđa (10. jun 2017) *Moja nova soba! Room Tour!!!*<https://www.YouTube.com/watch?v=6foQT3zm7Zo>

¹⁴⁹ Jana Dačović (25. avgust 2014) *Room Tour!*<https://www.YouTube.com/watch?v=EQBM2xpQoDk>

¹⁵⁰ Biljana Petrović (4. avgust 2016) *Room Tour*<https://www.YouTube.com/watch?v=m-QIyJ-qWGQ>

¹⁵¹ Nenad Ulemek (6. Maj 2018) *ROOM TOUR 2018 NENAD ULEMEK*

<https://www.YouTube.com/watch?v=UqOBbR0W6no>

¹⁵² Irina Živković (16. maj 2016) *Room tour 2016*<https://www.YouTube.com/watch?v=XEBgORmOLiO>

¹⁵³ Anđela&Nađa (7. avgust 2018) *Room tour u Srbiji*https://www.YouTube.com/watch?v=h5SM_6_B8f0

¹⁵⁴ Ružica Rupić (9. septembar 2015) *Room tour*<https://www.YouTube.com/watch?v=HGk7zrg93hU>

¹⁵⁵ Baka Prase (20. jun 2018) *Uselio sam se u nov stan!*<https://www.YouTube.com/watch?v=d4OXm-Ugyu4>

¹⁵⁶ Va Vana (25. jul 2017) *Room Tour!*<https://www.YouTube.com/watch?v=ZHtxFS8t31E&t=20s>

¹⁵⁷ AN NA (14. Jul 2017) *Room tour*<https://www.YouTube.com/watch?v=IjqEfrMar3c>

Nedeljković (17), Aleksandar Leštarić (28)¹⁵⁸, Milica Perić (22)¹⁵⁹, Mila Antonović (16)¹⁶⁰, Emilija Milojević (20)¹⁶¹, Nikola Milošević (24)¹⁶² i Miloš Bajić (21)¹⁶³. Zorana Jovanović (28) takođe snima obilazak svoje sobe jer su svi njeni pratioci to tražili¹⁶⁴, ali u videu kaže da u početku nije želela to da uradi jer je smatrala da je to „zadiranje u intimu“.

Ali dok većina njih otvara vrata spavaćih soba¹⁶⁵, zaviruje u sve ćoškovke i pokazuje svoje stvari istovremeno to ne dovodeći u kontekst privatnosti, neki pred kamerom kažu da je to za njih previše privatno. Tako na primer, Ana Janković govori o „granicama“ kada je reč o tome šta želi da deli sa publikom a šta ne i kaže da nikada ne bi snimala svoj stan i krevete u kojima spavaju ona i članovi njene porodice¹⁶⁶. Ona ne pominje reč privatnost, već kaže da bi snimanje kreveta i stana bilo „vulgarno“, iako u iznajmljenom smeštaju na odmoru to isto prestaje da bude zabranjena zona i ona snima vlogove u kojima pokazuje sve prostorije¹⁶⁷ ili čak snima sebe i svog sina dok leže u krevetu¹⁶⁸.

Snimiti takozvani „room tour“ (obilazak sobe) ili „house tour“ (obilazak kuće ili stana) je gotovo standard za sve vlogere u Srbiji koji na *YouTube*-u dele svoj privatni život. Od ukupno 30 analiziranih kanala, 21 ima najmanje jedan video posvećen

¹⁵⁸ Cile ST (27. decembar 2016) 5 GODINA KANALA | ROOM TOUR <https://www.YouTube.com/watch?v=-o0nua02y1M>

¹⁵⁹ Kovalska (10. avgust 2014) Room tour – 10.000 sub. Special <https://www.YouTube.com/watch?v=8gRcIoq5Z7c>

¹⁶⁰ Mila Antonović (9. novembar 2017) Room Tour Mila Antonović <https://www.YouTube.com/watch?v=ZqbKqtl7hZw>

¹⁶¹ Emilija Milojević (10. februar 2015) ROOM TOUR <https://www.YouTube.com/watch?v=BT-vpksakVw>

¹⁶² DJOTAFREESTYLE (1. jul 2017) ROOM TOUR | SPECIJAL ZA 40 000 SUBSCRIBERA <https://www.YouTube.com/watch?v=1XUB0kSqEX8>

¹⁶³ MilosHD (27. januar 2018) ROOM TOUR 2018 ** STAN OD MILION DOLARA \$** <https://www.YouTube.com/watch?v=e4jlfCvhwpl&t=6s>

¹⁶⁴ Zorannah (5. april 2014) My Room Tour <https://www.YouTube.com/watch?v=nmb355Fr-Eg&t=115s>

¹⁶⁵ Enn La Rush (9. septembar 2015) Moja soba! <https://www.YouTube.com/watch?v=PfU6kvF56q4&t=7s>

¹⁶⁶ Ana 2 Cats (8. jun 2016) Q&A Porodična pitanja https://www.YouTube.com/watch?v=BI_aGUvxUrl&t=1s

¹⁶⁷ Ana 2 Cats (4. jun 2016) Vlog – početak letovanja 2016. Zlatibor <https://www.YouTube.com/watch?v=W54lbF8XYq4&t=1s>

¹⁶⁸ Ana 2 Cats (6. jul 2016) Vlog – letovanje 2016. Zlatibor i put do Herceg Novog <https://www.YouTube.com/watch?v=Qx9DE-dU6w0>

obilasku sobe ili stana, a neki imaju i više njih koje su snimili u razmacima od po nekoliko meseci ili godina. Neki autori poput Andrije Jovića (19)¹⁶⁹ i Anastasije Milojević (30)¹⁷⁰ snimaju svoj životni prostor, to jest, svoje spavaće sobe, kupatila ili kuhinje iako nikada nisu snimili poseban video u kome gledaocce vode u obilazak svojih soba ili stanova. Većina autora kanala obuhvaćenih istraživanjem ne postavlja pitanje privatnosti u kontekstu pokazivanja svog stana, a činjenica da upravo Zorana Jovanović (28) i Ana Janković (36) to čine možda upućuje na činjenicu da su starije generacije vlogera i vlogerki sklonije tome da postavljaju pitanje privatnosti u kontekstu pokazivanja svog životnog prostora.

Izuzetak je delimično Nađa Stanojević (20) koja kaže da je snimila obilazak svoje sobe u Beogradu tek kad je već spakovala kofere pre nego što će se odseliti u Milano¹⁷¹. Ona kaže da je razlog njenom oklevanju da snimi video koji su joj svi pratioci tražili njena bezbednost, odnosno strah da neko ne otkrije gde ona stanuje¹⁷². Iako kaže da je svoju sobu do tada smatrala privatnim prostorom, Nađa ne implicira da je zabrinuta za privatnost već za bezbednost a kasnije, u Milanu snima obilazak svoje kuhinje¹⁷³ i kupatila¹⁷⁴ a i svoju jutarnju rutinu (taj video je delimično sniman i u spavaćoj sobi)¹⁷⁵ jer smatra da je u Milanu bezbedna.

Sam način na koji vlogeri prikazuju svoje najintimnije odaje po malo podsećaju na obilaske muzeja jer oni posvećuju pažnju detaljima pokazujući šta se tu sve nalazi, objašnjavajući šta određeni predmeti predstavljaju za njih i otkrivajući od koga su ih dobili ili gde su ih kupili.

¹⁶⁹ Andrija Jo (14. april 2017) *SUNDAY MORNING ROUTINE | Očekivanja Vs Realnost*<https://www.YouTube.com/watch?v=fz50sHC2knE>

¹⁷⁰ Anastasija Stasha (14. januar 2016) *Winter Morning Routine 2016*
<https://www.YouTube.com/watch?v=ShXTi0CdTIA>

¹⁷¹ Nadja Stanojevic (5. oktobar 2017) *ROOM TOUR 2017*
<https://www.YouTube.com/watch?v=SiwzEuFp4IM&t=84s>

¹⁷² Ibid.

¹⁷³ Nadja Stanojevic (25. mart 2018) *KITCHEN TOUR 2018*
<https://www.YouTube.com/watch?v=wOSdlvBV3rI>

¹⁷⁴ Nadja Stanojevic (28. maj 2018) *Makeup/Bathroom Tour | Milano Edition*
<https://www.YouTube.com/watch?v=Dr7NXstdEzg&t=102s>

¹⁷⁵ Nadja Stanojevic (5. novembar 2017) https://www.YouTube.com/watch?v=9vT_akdi6Lg

Lea Stanković u svom videu koji je snimila kada je imala 15 godina pokazuje mnogo detalja u svojoj maloj spavaćoj sobi od igračaka i knjiga do nakita, uramljenih fotografija, pa čak i svojih pidžama, ćebadi i četki za kosu. Neke od predmeta opisuje kao eksponate u muzeju. „Ona lutka gore, crnkinja, nju mi je poklonila mama... ovo je Dobi, vilenjak iz Hari Potera, on čuva moju sobu ... ovde su mini i miki koji su venčani jer ona je u venčanici a on u odelu... ovu lutku mi je baka kupila skoro... ovo je moj krevet, imam baldahin... ovo su igračke na mom krevetu, bilo ih je više ali ih je mama sklonila jer nisam imala gde da spavam, ovo je prase koje sam kupila u Ikei da me podseća na sestru kad ona nije tu... ove mi stoje pidžama, jastuci i posteljina... ovu lepezu sam kupila u Paris Hilton radnji... ovo je kamen koji mi donosi sreću, ovo mi je kupila drugarica iz odeljenja Maja na nekoj ekskuziji na kojoj ja nisam bila... ovo su neke narukvice za koje svaki dan kažem da ću ih nostiti ali ih nikad ne nosim... a ovo je od nekog čoveka iz Istanbula, kupio nam je da imamo neko sećanje na njega jer smo svaki dan išli u njegov restoran na kafu“.¹⁷⁶

Spavaće sobe kroz ove „room tour“ videe postaju slojeviti prostori koji su istovremeno privatni i javni. One se posebno uređuju za prezentovanje javnosti, slično kao saloni u devetnaestom veku koji su simbolično predstavljali kapital porodice (Rebane, 2018). Činjenica da se danas na *YouTube*-u i najintimniji kutkovi javno pokazuju stotinama hiljada gledalaca i da su upravo takvi snimci izuzetno popularni govori o tome da postoji značajna promena u percepciji privatnosti doma. Čak ni spavaće sobe i kupatila ne doživljavaju se više nužno kao neka utočišta privatnosti jer se na *YouTube*-u, kao uopstalom i na ostalim društvenim mrežama prikazuju javno.

Zorana Jovanović govori o privatnosti i u kontekstu tradicionalnih medija, što najčešće nije slučaj sa zvezdama *YouTube*-a. Pošto je ona prva ženska vlogerka u Srbiji koja je dostigla veliku popularnost i među prvima počela da zarađuje od *YouTube*-a, ona je dospela u centar pažnje tradicionalnih medija u Srbiji i postala je meta paparaca i tabloida. Posledice su paradoksalne jer je ona izgubila kontrolu nad tim koji deo njenog

¹⁷⁶ Lea Stankovic (7. novembar 2015) *Room tour* <https://www.youtube.com/watch?v=wB36UW6EKUY>

privatnog života deli sa javnošću, a koji čuva za sebe. Njen primer pokazuje kako ne samo da postoji gradacija privatnosti pa nešto može biti manje ili više privatno, nego postoje i nivoi javnosti. Društvene mreže omogućavaju upravo slojevitost privatnog i javnog domena.

Nakon smrti majke, Zorana se obraća svojoj publici koja je prati na Instagramu, ali tu njenu poruku onda objavljuju dnevne novine kao što su Kurir¹⁷⁷ ili Telegraf¹⁷⁸. Zorana je dakle želela da se obrati samo ljudima koji nju prate na društvenim mrežama, ali je njena izjava preuzeta i objavljena u štampi, pa je tako dospela u širu javnost.

U jednom od svojih videa, Zorana kaže da joj smeta upravo to što mediji preuzimaju sadržaje sa njenih društvenih mreža ili sa *YouTube* platforme, a zatim ih objavljuju uz komentare ili čak dodatne informacije. Upravo zato što nije želela da bude u toj drugoj javnosti tradicionalnih medija u kojima sama nema kontrolu nad sadržajem, ona je odlučila da se povuče i sa *YouTube*-a, kaže u jednom od svojih videa u kojima odgovara svojim pratiocima na pitanja¹⁷⁹. Naime, Zorana je uspešla da uspostavi granice između privatnog i javnog na svom *YouTube* kanalu onako kako je ona želela, a to pre svega znači da nikada nije snimala svoje partnere, ali tradicionalni mediji su rušili te granice objavljujući vesti upravo o tom delu njene privatosti koju ona želi da sakrije¹⁸⁰.

U kontekstu vloga, ponekad čak i javni događaj na javnom mestu može da se protumači kao privatn. Tako na primer Ružica Rupiće kaže da nije snimala sebe na koncertu pevačice Tanje Savić na nekom beogradskom splavu jer je to bio njen

¹⁷⁷ Kurir, Stars (27. maj 2015) „Zorannah se oglasila posle smrti majke: nemam više nikoga!“ <https://www.kurir.rs/stars/1797713/zorannah-se-oglasila-posle-smrti-majke-nemam-vise-nikoga> (Pristupljeno: 20/08/2018)

¹⁷⁸ Telegraf (27. Maj 2015) “Potresna priča blogerke Zorane: posle smrti majke nemam više nikoga!“ <http://www.telegraf.rs/jetset/1586031-potresna-prica-bloggerke-zorane-posle-smrti-majke-nemam-vise-nikoga-foto> (Pristupljeno: 20/08/2018)

¹⁷⁹ Zorannah (24. avgust 2017) Q&A <https://www.YouTube.com/watch?v=WuFi6TdG6D0>

¹⁸⁰ Ibid.

„privatan izlazak“¹⁸¹. U tom smislu, izlazak koji je snimljen i objavljen na *YouTube*-u za nju je javan, a onaj koji se ne nađe u vlogu ostaje privatn.

Reč privatno neki vlogeri pominju u kontekstu pitanja o zaradi. Milena i Marta, autorke kanala *Uvrnuti Šotovi* snimaju i vlogove, ali njihov glavni sadržaj su priče o partnerskim odnosima i većina njihovih videa su skečevi ili razgovori o muško-ženskim odnosima. Taj sadržaj bi se možda najpre mogao okarakterisati kao sadržaj zabavno-edukativnog karaktera iako autorke nemaju obrazovanje koje ih kvalifikuje da daju savete u oblasti partnerskih odnosa. U svojim videima one često govore o svojim iskustvima i na taj način otkrivaju svoju intimu, a usput predstavljaju proizvode klijenata koji su platili da se reklamiraju na njihovom kanalu. Brojna pitanja gledalaca vezana za njihovu zaradu na *YouTube*-u motivisala su ih da se obrate gledaocima i naprave video upravo o tome. One kažu da je pitanje zarade „privatno“, pa čak i „uvredljivo“¹⁸². „Razmislite da li biste to pitali nekoga na ulici“, kaže jedna od njih gotovo svađalačkim tonom i dodaje „ljudi sebi mnogo daju za pravo“¹⁸³. U ovom slučaju autorke pokušavaju da postave neka pravila ponašanja u odnosu između njih i njihovih gledalaca, a to čine pozivajući se na koncept privatnosti, odnosno klasifikuju pitanje zarade na *YouTube* platformi kao privatno pitanje iako neki drugi vlogeri otvoreno govore o svojoj zaradi.

I u ovom slučaju se pokazuje da različiti pojedinci imaju različito shvatanje koncepta privatnosti i da vlogeri pokušavaju, svako na svoj način, da odbrane ono što oni smatraju privatnim. Bogdan Ilić koji svoju zaradu na *YouTube* kanalu *Baka Prase* ne smatra privatnom informacijom, pominje privatnost u drugom kontekstu. Kada njegova naga fotografija greškom dospeva do njemu nepoznate devojke a zatim počinje da kruži internetom i *YouTube* platformom, on kaže da je to privatna informacija i kaže da on

¹⁸¹ Ružica Rupić (30. Avgust 2018) VLOG – Poslednja nedelja leta, sumiranje utisaka, carpool karaoke!

https://www.YouTube.com/watch?v=_td0gSW75W8

¹⁸² Uvrnuti Šotovi (11. avgust 2018) Koliko zarađujemo od YouTube-a

<https://www.YouTube.com/watch?v=T5M9Qbccrm4>

¹⁸³ Ibid.

nikada tuđu nagu fotografiju ne bi koristio da napravi sadržaj za svoj kanal¹⁸⁴. „Šta vas briga šta ja radim u privatnom životu“, kaže u istom videu obraćajući se gledaocima. Iako je objavljivao videe u kojima snima sebe kako spava¹⁸⁵, prepričava svoje prvo iskustvo sa pijanstvom kada je devojci u toaletu pokazao svoj polni organ¹⁸⁶ ili govori o svojim seksualnim iskustvima¹⁸⁷, on naglašava da ima pravo na privatnost, a njegova definicija tog prava upućuje na to da je privatno ono što on sam odluči da zadrži za sebe.

Na prvi pogled možda izgleda kao da se vlogeri koji snimaju mnogo pojedinosti iz svog privatnog života i postavljaju te snimke na *YouTube* odmah na početku svoje karijere odriču svog prava na privatnost zato što je baš ta njihova privatnost roba koju prodaju preko ove platforme. Međutim, kada se pažljivije gledaju njihovi videi i kada se obrati pažnja na ono što oni sami govore o privatnosti u svojim videima, jasno je da oni ipak daju neke obrise granica između privatnog i javnog u kontekstu samog *YouTube*-a.

Njihove definicije nisu mnogo detaljne i često su sadržane u kratkim opaskama. Takođe, one se ne podudaraju nužno sa pravnim definicijama privatnosti i često više zvuče kao nekakve etičke smernice ponašanja na *YouTube* platformi jer oni povremeno daju svojim gledaocima uputstva kako da se ponašaju kako ne bi remetili njihovu privatnost. U slučaju Milene i Marte, to su pitanja o zaradi, u slučaju Bogdana Ilića to je objavljivanje njegovih privatnih fotografija, a u slučaju Zorane, to je širenje njene privatnosti izvan okvira *YouTube* platforme. Svako od njih ima svoje kriterijume po kojima odlučuje šta je privatno a šta ne i svako od njih režira svoj kanal tako da na njemu prikaže samo one segmente privatnog života koje želi da podeli sa publikom.

¹⁸⁴ Baka Prase (2. decembar 2017) NIXA EXPOSED - KRAJ DZUMANDZIJA
<https://www.YouTube.com/watch?v=pNH--oCZ5M&t=5s>

¹⁸⁵ Baka Prase (13. avgust 2018) SPAVANJE LAJV
<https://www.YouTube.com/watch?v=PFBZzCbAII8&t=3819s>

¹⁸⁶ Baka Prase (10. jun 2018) MOJE PRVO PIJANSTVO - IZVADIO LABUDA
<https://www.YouTube.com/watch?v=Hi2aLvaoZ14>

¹⁸⁷ Baka Prase (29. maj 2018) 2 DEVOJKE U ISTO VREME? - DA LI SI IKADA/w Tamara
https://www.YouTube.com/watch?v=SpmSotB0i_I

Vlogerka Nina Prodanović u jednom od svojih videa daje malo dužu eksplikaciju o tome kako ona shvata privatnost na *YouTube*-u. „Vi ne znate šta ja radim kada prestanem da snimam, kada sam *offline*“, kaže i dodaje: „svako ima pravo na privatnost“¹⁸⁸. Kada u istom videu kaže „ljudi nisu njihove društvene mreže“¹⁸⁹, ona pokušava da objasni upravo to da koncept svih društvenih mreža pa i *YouTube*-a dopušta prostor za privatnost i ne zahteva potpunu transparentnost. Samim tim što same te platforme omogućavaju ograničavanje publike ili prevođenje nekog sadržaja iz javnog u privatni (svaki video na *YouTube*-u se može postaviti kao javni ili privatni sadržaj, i može se deliti samo sa jednom grupom ljudi ili sa širom javnošću), one daju mogućnost podešavanja privatnosti.

A autocenzura u vlogu o kojoj govori Nina, omogućava da se postavljaju mikro granice između privatnog i javnog. Neko može snimiti vlog o svom danu na moru ali iz tog snimka može izostaviti nenameštene krevete, svog partnera, neku svađu ili bilo koji drugi detalj ili događaj koji ne želi da podeli sa javnošću. Zato se može reći da se elementi privatnosti strateški koriste u cilju samopromocije i brendiranja ličnosti na ovoj platformi. Vlog je osmišljen kao kratak video koji prikazuje samo one odabrane trenutke iz privatnog života koji mogu biti i režirani tako da zapravo i ne daju nikakvu sliku privatnog života autora već predstavljaju neku vrstu simulacije.

2.2. Implicitne definicije privatnosti u vlogu

Kako neki vloger uspostavlja svoje lične granice između privatnog i javnog, može se posredno zaključiti na osnovu sadržaja vlogova. Neki autori snimaju više vlogova i pokazuju više detalja iz privatnog života, a neki to čine u mnogo manjoj meri. I dok se

¹⁸⁸ Nina Prodanovic (29. april 2017) *Imam nesto bitno da vam kazem*<https://www.YouTube.com/watch?v=eE4wiSjsa40>

¹⁸⁹ Ibid.

neki ograničavaju samo na snimanje u javnim prostorima, drugi će sa kamerom zaći i u intimnije odaje ili raspravljati o intimnijim pitanjima. U Srbiji vlog kao žanr nije toliko popularan kao u SAD ili Velikoj Britaniji gde ima mnogo više *YouTube* kanala posvećenih isključivo vlogovanju. Za domaće *YouTube* kanale karakterističan je eklektičan stil, pa se tako na jednom te istom kanalu često nađu vrlo raznorodni sadržaji kao što su igranje video igara, izazovi, „uradi sam“ videi, tutorijali za šminkanje, lične ispovesti, uživo razgovori sa publikom pa i vlogovi. Za potrebe ovog istraživanja analizirani su samo kanali koji su posvećeni isključivo vlogovanju ili oni koji, pored drugog sadržaja imaju i vlogove.

Jedna od vlogerki sa najvećim brojem pregleda u Srbiji je osamnaestogodišnjakinja Marija Žeželj koja je uz pomoć *YouTube* kanala (ili paralelno sa tim poslom) još kao maloletna počela da se profesionalno bavi muzikom, manekenstvom i pisanjem. Pored svog glavnog kanala *Marija Žeželj*¹⁹⁰, ona ima poseban kanal posvećen vlogovanju *Marija Vlogs*¹⁹¹. Njeni vlogovi traju u proseku od 10 do 30 minuta i objavljuje ih na oba svoja kanala. Iako je na *YouTube* platformi aktivna od 2014. godine, danas se tu mogu pronaći samo snimci objavljeni u periodu od 2016. godine do danas, na osnovu čega se može zaključiti da je jedan broj videa izbrisan ili sakriven tako da nije dostupan široj javnosti. Na svom glavnom kanalu ima nešto više od stotinu videa, dok na vlog kanalu ima svega oko 50 (broj videa se stalno menja i samo je okviran).

Činjenica da postoji jedan broj videa koji je uklonjen sa njenih kanala govori o tome da je sadržaj koji je javan zapravo pažljivo odabran. Prateći njene kanale duže od dve godine, primetila sam da se broj videa na njenim kanalima smanjuje i da se neki videi brišu ubrzo nakon što ih Marija objavi. Jedan od njih je video u kome se ona obraća gledaocima nakon što ju je iskritikovao jedan autor iz Bosne i Hercegovine čiji je kanal u međuvremenu zatvoren. Iako tragova te svađe nema na njenom kanalu, oni su

¹⁹⁰Marija Žeželj <https://www.YouTube.com/channel/UCsOaRHdUnljjZzzB8JrH5Q>

¹⁹¹Marija Vlogs <https://www.YouTube.com/channel/UC2UxxvCPO3-90O2UJ4Vj9Ww>

još uvek pristuni na *YouTube*-u jer su neki autori koristili isečke iz njenih videa u svojim videima¹⁹². Ovaj primer pokazuje kako vlogeri nemaju uvek kontrolu nad sadržajem koji objave na platformi jer on može biti umnožen i ponovo objavljen. Ali svaki autor za sebe može neki video koji smatra kompromitujućim u svakom trenutku da ukloni sa sopstvenog kanala i to je jedna od strategija da sačuva deo svoje privatnosti i izgradi sliku o sebi kakvu želi.

Marija Žeželj ne spada u vlogere koji otkrivaju mnogo detalja o svom privatnom životu iako ima veliki broj veoma gledanih vlogova na oba svoja kanala. Najpre treba imati u vidu da 150 videa objavljenih tokom osam godina na dva kanala ne čini mnogo materijala u poređenju sa drugim svetskim ili srpskim vlogerima koji imaju preko 500 ili 1000 videa. Jedan njen tipičan video na vlog kanalu počinje u automobilu. „Zdravo svima i dobrodošli u moj novi vlog“, kaže i dodaje „tu je Anastasija“¹⁹³ istovremeno okrećući kameru ka sedištu za vozača sa koga maše njena prijateljica Anastasija Grujić¹⁹⁴ koja je takođe vlogerka. U toj prvoj sceni snimljenoj u automobilu obraća se gledaocima i kaže kako je rešila da snimi vlog „jer znam koliko vi volite vlogove“, zatim objašnjava gde i sa kim putuje tog dana, a onda se taj uvod spontano pretvara u neobavezan razgovor sa Anastasijom. Nakon te scene sledi rez, a zatim sledeća scena u automobilu u kojoj Marija telefonom zove trećeg prijatelja koji treba da im se pridruži, a zatim doručkuje dok pored nje Anastasija snima svoj vlog. Nakon toga sledi nekoliko oštrih rezova i smenjuju se kratke scene iz automobila, zatim jedna na pumpi gde piju kafu, a onda sledi prva scena iz Beograda koji je bio njihovo odredište na tom putovanju.

Oštri rezovi su karakteristični za vlog. Bez velikih napora da se video izmontira tako da izgleda profesionalno i da se scene nadovezuju jedne na drugu, kadrovi deluju nabacano, bez suptilnih prelaza. Takav amaterski metod montiranja videa dozvoljava

¹⁹² TheLexa (23. jul 2017) *Marija Zezelj vs Vanimy marija obrisala profil vanimyju* <https://www.YouTube.com/watch?v=VabLjkszb-0>

¹⁹³ Marija Žeželj (21. januar 2018) *Sledeća destinacija... BEOGRAD!* <https://www.YouTube.com/watch?v=hTdV5BDwN84>

¹⁹⁴ Anastasija Grujić <https://www.YouTube.com/channel/UCIO43SRPyAYvrjRz4rbf-PQ>

da se sve što autor poželi da izostavi iz konačne verzije lako odstrani, i to je jedna od legitimnih strategija da se zaštiti privatnost. Čitav dan ili čak sedmica dana može da stane u jedan takav video pačvork dugačak svega 15-30 minuta.

Većina Marijinih vlogova snimljena je tokom putovanja ili na nekim javnim ili polu-privatnim događajima kao što su modne revije, snimanja spota, rođendani, promocije ili druženja sa gledaocima ili drugim vlogerima. Na njenim kanalima ima svega nekoliko vlogova koji su snimani kod kuće ili prate neki njen običan dan. Jedan od takvih videa prikazuje jedan njen dan u decembru 2018 kada je glavni događaj bilo kićenje jelke¹⁹⁵. Na samom početku videa, Marija ukratko rezimira šta je radila tog dana pre nego što je počela da snima. Ovakvi počeci su vrlo karakteristični za vlogove jer je ideja da gledalac stekne uvid u to koje je doba dana i šta se sve dešavalo ranije. Zbog toga Marija, gledajući u kameru i obraćajući se svojim gledaocima kaže: „dakle, ja sam došla iz škole, dobila sam neke ocene i otišla sam po svoju jelku jer sam odlučila da je okitim“. Zatim okreće kameru na dole, pokazuje kartonsku kutiju sa jelkom koja leži na podu i nabraja šta sve treba da uradi tokom tog dana: „plan za danas je da okitim jelku, da snimim neki video i da snimim vlog za vas“. Na taj kadar se nadovezuje ubrzan snimak postavljanja jelke u dnevnoj sobi koji traje 35 sekundi, a zatim se Marija ponovo obraća gledaocima, kaže kako se umorila od nameštanja jelke i onda sa oduševljenjem uzima adventski kalendar sa čokoladicama koji je ugledala kraičkom oka. Kamera se fokusira na kalendar iz kog Marija vadi nekoliko čokoladica, pokazuje ih gledaocima i usput objašnjava gde je kupila kalendar, koje čokoladice najviše voli i koliko sme da pojede za jedan dan a da ne prekrši svoju manekensku dijetu.

Ovakve spontane reakcije kako što je Marijino radovanje kalendaru koji je kupila u Beču pre dva meseca a onda potpuno zaboravila na njega sve do tog trenutka u kom snima video izazvao je reakcije gledalaca i mnogi komentari koji imaju dvocifreni broj

¹⁹⁵ Marija Žeželj (9. decembar 2017) *Kitim jelku sa Anjom* | December Vlogs <https://www.YouTube.com/watch?v=of2FBaRjNiY&t=361s>

lajkova¹⁹⁶ odnose se baš na taj deo videa: „ja bih mogla da pojedem odjednom sve iz tog pakovanja hehe, znam da nisam normalna“, „ja da sam na tvom mestu ja bih pootvarala sve i pojela sve te čokoladice“, „ja pojedem više čokolade od onoga što si izvadila“, „ja isto volim choco bons“¹⁹⁷.

Ovakvi komentari predstavljaju neku vrstu replika na Marijine izjave u vlogu putem kojih gledaoci, osećajući potrebu da učestvuju u razgovoru i sami kažu šta oni vole ili šta bi oni uradili da su na njenom mestu. Pored takvih komentara postoje i mnogi putem kojih gledaoci postavljaju pitanja o njenom životu ili od nje zahtevaju da snimi određeni tip videa. Tako su se, na primer, među komentarima na video o kićenju jelke našla pitanja poput: „jel živiš sama u stanu?“ ili molbi kao što je: „snimi room tour“.

Ovakva pitanja ukazuju na to da gledaoci ne znaju sve o Marijinom životu i da postoje stvari koje ona iz nekog razloga ne želi da snimi ili o kojima ne želi da govori. Marija na svom glavnom kanalu nikada nije snimila obilazak svoje sobe iako se neki kadrovi njene sobe pojavljuju u videima, a takođe retko govori o tome sa kim živi, retko snima članove porodice i prijatelje koji i sami nemaju *YouTube* kanal, nikada ne pominje svoje simpatije i ne govori o svojim ljubavnim iskustvima kao što to čine mnoge druge njene kolege.

Njen video „Day in my life“ (dan u mom životu) koji ima preko 270 hiljada pregleda jedan je od paradigmatičnih primera kako se može snimiti svakodnevnica tako video da ne otkriva mnogo detalja¹⁹⁸. Kadrovi su vrlo skućeni i uglovi su pažljivo odabrani tako da se ni u jednom trenutku ne vidi ceo ambijent, iako je većina scena snimljena u kući. Jedini delovi njene sobe koji se vide su krevet i stočić, a kada snima u kuhinji, vide se samo šolja i kesica sa instant kafom.

¹⁹⁶ Komunikativnost platforme ogleđa se i u tome što postoji mogućnost da se i na komentare gledalaca reaguje tako što se oni lajkuju, dislajkuju (pozitivno ili negativno rangiraju) ili se na njih ostavljaju komentari.

¹⁹⁷ Ibid.

¹⁹⁸ Marija Žeželj (11. decembar 2016) Day in my life | #31 DaysOfMarijaZ
<https://www.YouTube.com/watch?v=WCSvU8t5wvU>

Na osnovu onoga što je izostavljeno iz Marijinih vlogova, može posredno da se zaključi, ili samo nasluti da postoje stvari koje su po njenom mišljenju previše privatne za njen *YouTube* kanal. Za razliku od, na primer, Dunje Jovanić koja eksplicitno kaže koje delove svog života izostavlja iz vlogova i zbog čega to čini, te gde postavlja granicu između svog privatnog života i svog života na *YouTube*-u, Marija jednostavno samo izostavlja određene informacije bez objašnjenja.

Vlogovi Jane Dačović otkrivaju mnogo više o njenoj svakodnevici, prostoru u kome živi i ljudima sa kojima bliska. Međutim i ona namerno izostavlja neke aspekte privatnosti i to se može naslutiti pažljivim gledanjem njenih videa. Vlogovi su pomešani su sa ostalim sadržajima na njenom kanalu kao što su „favoriti meseca“, „isprobavamo slatkiše“, „otvaram vaše poklone“, „potrošeni proizvodi“, razni izazovi, tutorijali za šminkanje ili „uradi sam“ videi. Tokom prve tri godine (od 2014 do 2017), objavljuje jako malo vlogova i gotovo sve videe snima kod kuće. Među njenim videima iz tog perioda su i oni u kojima pokazuje celu svoju sobu, čita svoje stare dnevnike i snima svoju jutarnju ili večernju rutinu.

Za razliku od Marije, Jana snima i obilazak svoje sobe¹⁹⁹, uvodeći svoje gledaoce u svoj najprivatniji prostor i pokazuje mnoštvo detalja uključujući unutrašnjost ormana i fioka. Pokazuje čak i svoj „sef“ u kome drži tajne dnevnike i lista svoje stare foto albume. U maju 2016 snima video o jednom danu u svom životu kao i Marija, ali njeni kadrovi su širi i pokazuju više detalja stana u kome je tada stanovala. Među retkim vlogovima iz tog perioda su njeno putovanje na Krit²⁰⁰, putovanje u Sloveniju²⁰¹ sa grupom vlogera i vlogovi sa festivala Balkan Tube Fest²⁰² koji okuplja *YouTube* kreatore

¹⁹⁹ Jana Dačović (25. avgust 2014) *ROOM*

TOUR!<https://www.YouTube.com/watch?v=EQBM2xpQoDk&t=1s>

²⁰⁰ Jana Dačović (11. avgust 2017) *VLOG | LUDO PUTOVANJE NA KRIT*

<https://www.YouTube.com/watch?v=IfodeCo5Xzc>

²⁰¹ Jana Dačović (12. jun 2016) *Vlog iz Slovenije* https://www.YouTube.com/watch?v=DRcafV3G_As

²⁰² Jana Dačović (30. oktobar 2015) *Balkan Tube Fest 2015 VLOG – drugi deo*

<https://www.YouTube.com/watch?v=V1Cjd7qqYIE>, Jana Dačović (26. Oktobar 2015) *Balkan Tube Fest 2015 VLOG – prvi deo*https://www.YouTube.com/watch?v=l3RzDc_Lwl8

iz cele regije Zapadnog Balkana. U tim vlogovima okružena je kolegama koji takođe snimaju za *YouTube* i oni prikazuju druženja vlogera a ne običnu svakodnevicu.

Tek u decembru 2017, Jana počinje intenzivnije da snima vlogove i to sa svojim partnerom Stefanom Vuksanovićem koji i sam ima svoj *YouTube* kanal (*Muđa*). U vlogu „Vlogmas 1 – putovanje u Zagreb“²⁰³ po prvi put se na svom kanalu pojavljuje zajedno sa Stefanom i njih dvoje se u nekoliko scena grle. Ali iako se na samom *YouTube* kanalu prvi put pojavila sa Stefanom tek tada, na svom *Instagram* profilu je objavila čitav niz njihovih zajedničkih fotografija počevši od 5. oktobra 2016. godine.

Na osnovu komentara njenih pratilaca na *Instagram*-u i gledalaca na njenom *YouTube* kanalu, uočljivo je da njenu publiku interesuje njena intimna veza sa Stefanom. Na obe društvene mreže postavljaju joj pitanja o njoj i Stefanu, ali Jana ipak ne govori o vezi u svojim videima kao što to čine mnogi drugi vlogeri. U jednom od videa u kojima odgovara na pitanja gledalaca, mnogi joj traže da snimi video u kome će ona i Stefan pričati o tome kako je njihova veza započela („Boyfriend Tag“)²⁰⁴, ali ne odgovara na te zahteve i ne snima takav video. Tek u novembru 2018. godine, u jednom zajedničnom videu, Jana i Stefan nagoveštavaju da će u budućnosti snimiti video o tome kako su se upoznali²⁰⁵

Na primeru Jane i Stefana, vidi se da čak i kada je neka veza između vlogera javna, oni i dalje mogu da kontrolišu koje informacije dospevaju u javnost. U njihovim vlogovima ima zagrljaja ali nema poljubaca, pa se može naslutiti da oni smatraju da je poljubac previše privatna stvar da bi se našao u vlogu. Za razliku od njih, Milica Perić i Aleksandar Leštarić idu korak dalje i razmenjuju intimne poljupce pred kamerama. U

²⁰³ Jana Dačović (1. decembar 2017) *VLOGMAS 1 – PUTOVANJE U ZAGREB*
<https://www.YouTube.com/watch?v=YrPkaN7IwIE>

²⁰⁴ Jana Dačović (22. oktobar 2017) *Q&A | Jana Dačović*
<https://www.YouTube.com/watch?v=E8En72A6UV4>

²⁰⁵ Jana Dačović (4. novembar 2018) *PRAVIMO SPECIJALITET ZA HALLOWEEN + Q&A*
<https://www.youtube.com/watch?v=WGUSNkmYTtE&list=WL&index=29&t=0s>

vlogu iz Pariza ljube se u podnožju Ajfelovog Tornja i koriste krupni kadar²⁰⁶. U komentarima na video dva gledaoca negativno komentarišu baš ovu scenu i označavaju tačno vreme poljupca: dva minuta i četrnaest sekundi. Komentari glase: „02:14 fuj” i “2:14 no hate ali hteo sam da povratim realno”. U ovom slučaju gledaoci smatraju da su vlogeri svoju intimnost previše otkrili pred kamerama i možda čak pokušavaju da revidiraju njihove granice privatnosti stavljajući im do znanja da oni zapravo žele manje privatnih detalja.

Ljubljenje pred kamerama predstavlja granicu privatnosti za mnoge vlogere. Jedan od najpoznatijih primera su Britanski vlogeri Zoi Sag i Alfi Dejs koji su u jednom od svojih vlogova objasnili zbog čega se nikada ne ljube dok je kamera uključena. Zoi kaže: „toliko toga što radimo završi *online*, lepo je da ostavimo nešto samo za sebe“, a Alfi dodaje: „postoje samo nekoliko stvari koje ne želim da snimam i ljubljenje je jedna od njih“²⁰⁷. Jana je možda ovaj stav o ljubljenju u vlogovima preuzela baš od njih dvoje jer u mnogim svojim videima govori kako su joj oni najdraži vlogeri na svetu²⁰⁸ a njihov uticaj na njen stil snimanja je očigledan.

Kada su dva vlogera u partnerskim odnosima kao Jana i Stefan, Milica i Aleksandar ili Zoi i Alfi, oni mogu tu svoju vezu na različite načine da „monetizuju“²⁰⁹ tako što snimaju videe zajedno, dobijaju zajednička sponzorstva ili tako što zajedno kreiraju neki svoj proizvod. Često su zajednički videi dva popularna vlogera najpopularniji jer se regrutuju dve grupe pratilaca koje su često raznorodne, pogotovo ako se ona na svom kanalu bavi ženskim temama, a on muškim kao što je slučaj kod

²⁰⁶ Kovalska (2. februar 2018) *VLOG IZ PARIZA – POPELI SMO SE NA AJFELOV TORANJ – 2 DEO*<https://www.YouTube.com/watch?v=36RDoVVqDC8>

²⁰⁷ Pointless Blog Vlogs (23. januar 2017) *LET'S TALK ABOUT SEX*<https://www.YouTube.com/watch?v=b1DyJ7fYKRU>

²⁰⁸ Na primer u videima: (10. decembar 2017) *VLOGMAS 2 PRVA KOLOKVIJUMSKA NEDELJA IKADA!* <https://www.YouTube.com/watch?v=tSiGAAcYS8E> (12. decembar 2017) *VLOGMAS 3 AVANTURE NA ZLATIBORU*<https://www.YouTube.com/watch?v=tSiGAAcYS8E> i (2. Avgust 2018) *IZNENADNO PUTOVANJE ZA STEFANA*<https://www.YouTube.com/watch?v=rLzQwc9tHtQ>

²⁰⁹ Just Marcus (11. novembar 2018) *What It's Like Being In A Public Relationship* <https://www.youtube.com/watch?v=Pj8Aez8p9VA&list=WL&index=48&t=0s>

Jane i Stefana. Međutim, takve veze su, kako Alfi Dejs kaže zapravo javne i ranjive jer su podložne uticajima publike koja se ponekad ponaša „detektivski“ pokušavajući da utvrdi da li je neko nekoga prevario pa čak za to pronalaze i dokaze na internetu.²¹⁰ Prema tome, publika se na neki način meša u privatne veze vlogera pošto postoje kanali komunikacije između publike i autora. Alfi kaže da se stvari mogu oteti kontroli i da reakcije publike mogu da dovedu do netsabilnosti veza ili čak do raskida i da je baš zato veoma teško održavati balans između privatnog i javnog, pa se on trudi da svoju vezu sa Zoi zaštiti tako što bira koje informacije o njihovom odnosu će podeliti sa javnošću.²¹¹

Pornografija na *YouTube* kanalima je strogo zabranjena posebnom javnom politikom²¹². Scena seksa nema u vlogovima, ali kamere ulaze u sve privatne prostore uključujući spavaće sobe i toalete i dodiruju intimnost tela iako nema golotinje. Tako na primer, snimanje u toaletu nije nikakva zabranjena zona za vlogere. Pregledajući na stotine vlogova, nailazila sam na vrlo različite prizore iz toaleta kao na primer uvodna scena vloga snimljena ispred ogledala u toaletu²¹³, šminkanje u toaletu hotelske sobe²¹⁴ ili zaključna scena vloga snimljena na klozetskoj šolji²¹⁵. Snimanje toaleta takođe je uobičajeno za takozvani „hotel room tour“ ili obilazak hotelske sobe koji je vrlo često sastavni deo vloga sa putovanja.

Da li sama činjenica da se spavaće sobe i toaleti pojavljuju u vlogovima znači da više ni jedan prostor ne može okarakterisati kao privatni? Iako je možda izlišno govoriti o podeli na privatne i javne prostore, jer svi na neki način jesu javni, ipak je moguće govoriti o različitim namenama tih prostora. Čini se da su tradicionalno privatni prostori poput kupatila i spavaćih soba danas fleksibilni pa u nekim

²¹⁰ Ibid.

²¹¹ Ibid.

²¹² YouTube, *Nudity and Sexual Content*

Policies<https://support.google.com/YouTube/answer/2802002?hl=en> (Pristupljeno: 20/08/2018)

²¹³ Irina Živković (4. januar 2016) *Vlog Va Vana, spavanje kod*

Vanje<https://www.YouTube.com/watch?v=IcY2V1xq8m8&t=331s>

²¹⁴ Dunja Jovanić (22. januar 2018) *Vlog 16: Paris with*

YSL<https://www.YouTube.com/watch?v=3tfDgPZqEME&t=7s>

²¹⁵ Baka Prase (23. maj 2018) *MOJ KLAVIRSKI KONCERT U HOTELU 1000€ ZA NOĆ*

<https://www.YouTube.com/watch?v=642qzdy4sr8&t=140s>

kontekstima postaju javni, a u nekim ostaju privatni. Jedan od primera koji to ilustruje je vlog Marije Žeželj iz Beča u kome toalet njene sobe u hotelu *Ruby Marie* postaje scenografija za video²¹⁶. Sa luksuznom kadom i velikim prozorom koji gleda na centar Beča u pozadini, kupatilo u ovom slučaju služi kao javni prostor u kome Marija i njeni prijatelji sede, pokazuju stvari koje su kupili u Beču, fotografišu se i snimaju video, ali to ne ukida funkciju kupatila kao privatnog prostora jer on to ponovo može da postane kada se ugase kamere.

U vlogovima se uglavnom ne vide i ne pominju vršenje nužde ili menstruacija, pa ipak, čak ni to nije tabu za vlogere. O tome se obično govori u šaljivom kontekstu. Mila Antonović u jednom svom vlogu prepričava svoje jutro i između ostalog kaže kako je bila u toaletu i tamo „obavila sve što treba“²¹⁷. Odmah zatim je dodala: „ne bi trebalo to da pominjem na kanalu“ i „znate šta treba da se radi“. Dunja Jovanić ilustruje koliko je bliska sa prijateljicom Sarom tako što pokazuje uložak i kaže da se njima i „to“ dešava u isto vreme²¹⁸, a Milica Perić je odlučila da u procesu montaže ne eliminiše deo svog vloga u kome njen partner Aleksandar Leštarić odlazi da vrši nuždu i vraća se²¹⁹. Dok se za neke vlogere čini da namerno sebe snimaju u toaletu i govore o vršenju nužde u šaljivom kontekstu kao što je to Bogdan Ilić, neki kao da vode računa da im se tako nešto ne omakne ni u šali, a to su, na primer, Jana Dačović, Ružica Rupić i Marija Žeželj. Nešto što je za jednog vlogera previše intimno da bi bilo u videu, za nekog drugog je vredno pokazivanja javnosti.

Svađe takođe po nekom nepisanom pravilu nisu deo vloga, ali se ipak ponekad vide ili makar naslućuju. Vlogovi su često puni usputnih privatnih razgovora i mnogi od njih su sasvim slučajno i nehotice snimljeni kamerom. Ali dok su neki snimci svađa

²¹⁶ Marija Vlogs (29. Decembar 2016) *DRUGI DAN U BEČU*<https://www.YouTube.com/watch?v=aiTlacOdGJ4>

²¹⁷ Mila Antonovic (29. jul 2018) *Jutarnja rutina vlog edišn | Mila Antonovic*<https://www.YouTube.com/watch?v=EfVeJOJBxgY>

²¹⁸ Dunja Jovanic (12. Jul 2018) *Vlog 21: Da li smo Sara i ja sestre?*
<https://www.YouTube.com/watch?v=fpl2OzjqhW8&t=1263s>

²¹⁹ Kovalska (8. decembar 2015) *Vlog – Pokusaj odlaska na Avalski toranj 06.12.2015.*
<https://www.YouTube.com/watch?v=-T4qjeACcrw>

ili rasprava uklonjeni u procesu montaže, neki su namerno ostavljeni. U jednom od vlogova Jane Dačović, jedan vidljivi rez upućuje na to da su ona i Stefan imali raspravu o tome šta sve treba reći u videu, ali da ona nije snimljena²²⁰. Ako je neka svađa i prikazana u vlogu, ona je obično bezazlena ili šaljiva, kao na primer Janina i Stefanova svađa koja je pretvorena u poseban video²²¹ ili Zoranina rasprava sa majkom oko tetovaže²²².

Nakon gledanja na stotine vlogova autora iz Srbije, stiče se utisak da su uglavnom svi dobro raspoloženi, a svađe, tuga, suze i pokazivanje slabosti retko kad su prikazane u videima. Dunja Jovanić u jednom svom videu objašnjava kako namerno ne snima sebe u trenucima slabosti jer ne želi nikoga da opterećuje svojim problemima. Ipak, u taj video je uključila jednu scenu u kojoj ona plače u kolima i govori kako ima zdravstvenih problema. Ta njena mala ispovest bila je odgovor na komentare gledalaca koji su je pitali kako uspeva da uvek bude vesela i nasmejana.²²³

Pokazivanje slabosti i osećanja može se posmatrati i kao jedna vrsta taktike čiji je cilj osnaživanje „intimnih veza“ sa pratiocima na *YouTube*-u (Berryman i Kavka 2018: 85). Baš zbog toga takvi vlogovi u kojima autori pokazuju da su ranjivi i ispovedaju se gledaocima o svojim problemima dobijaju mnogo pregleda i mnogo ohrabrujućih komentara. Tako video Dunje Jovanić dobija skoro trista hiljada pregleda i komentare poput: „I ako te ne znam, imam osećaj kao da si mi rod rođeni i kao da sam tu s tobom kad gledam tvoje vlogove. Kad sam videla deo gde places, srce mi se cepalo♥ Retko ko bi skupio hrabrosti da postavi takav sadržaj na yt. Samo napred Dunjice, veliki si covek♥♥♥♥♥“. Video Mile Antonović koji prikazuje nju kako plače dok se rastaje sa drugaricama iz letnje škole u Engleskoj takođe dobija pregršt komentara u kojima

²²⁰ Jana Dačović (1. decembar 2017) *VLOGMAS 1 - PUTOVANJE U ZAGREB*<https://www.YouTube.com/watch?v=YrPkaN7IwIE>

²²¹ Jana Dačović (12. jul 2018) *SVAĐA I GREŠKE TOKOM SNIMANJA*<https://www.YouTube.com/watch?v=QtZLUnZ1aaY&t=1s>

²²² Zorannah (12. decembar 2014) *VLOGMAS DAY 8 - KAKO RODITELJ REAGUJE NA TETOVAŽU*https://www.YouTube.com/watch?v=f3AM3Kky_xc

²²³ Dunja Jovanić (12. Jul 2018) *Vlog 21: Da li smo Sara i ja sestre?*
<https://www.YouTube.com/watch?v=fpl2OzjqhW8&t=1263s>

gledaoci pišu kako saosećaju sa njom kao na primer: „rasplakala si me“ ili „bila sam na ivici suza i taman me je ovaj video dokrajčio“²²⁴. Međutim, vlogovi u kojima autori videa pokazuju svoje slabosti ne dobijaju baš uvek podršku gledalaca. Vlog Ružice Rupić u kome ona govori kako je nervozna zbog predmenstrualnog sindroma dobija mnogo kritičkih komentara pa čak i uvreda²²⁵.

U poređenju sa ostalim tipovima amaterskih videa na *YouTube*-u, vlog možda najviše razotkriva ličnost pa i njeno okruženje, bilo da je to dom, hotelska soba, porodica ili krug prijatelja. Vlogeri se ne snimaju samo kad su doterani i kada izgledaju reprezentativno i ne izgovaraju neki unapred osmišljeni tekst. Ta spontanost je ključna osobina vloga kao video forme, a gledaoci putem komentara ili rangiranja (lajkova i dislajkova) mogu da ocene taj sadržaj pa i samu ličnost koju taj sadržaj predstavlja.

Pažljivim gledanjem vlogova mogu da se uoče različite strategije pomoću kojih autor štiti svoju privatnost. On ima slobodu da konstruiše vlog tako da sakrije ono što bi moglo da ga kompromituje i pokaže samo ono što želi. A da bi to učinio, čini se da je potrebno mnogo razmišljanja i nesvesnog razvrstavanja sekvenci na više i manje privatne ili na one koje mogu da se objave i one koje ne mogu da se prikažu javnosti. Taj proces se odvija u toku snimanja a zatim u toku montaže. A ako autor nakon što objavi video promeni mišljenje i poželi da povuče video, on ga jednostavno može naknadno modifikovati tako da on bude dostupan za gledanje samo njemu i eventualno uskom krugu prijatelja. Jedan od načina da se autor zaštiti je i da onemogući komentare i time spreči da publika interveniše u sadržaj (jer komentari se mogu shvatiti kao deo sadržaja).

Vlog dodatno problematizuje podelu na privatno i javno i zahteva da se ona još jednom promisli. Način na koji se on konstruiše pokazuje u kojoj meri autori vode računa upravo o tome koliko toga odaju o sebi i kako se predstavljaju. Neki vlog kanali

²²⁴ Milina Kanta (19. jul 2016) *Being emotional, last day in England*
#14 <https://www.YouTube.com/watch?v=UiouKvxbEgQ>

²²⁵ Ružica Rupić (16. februar 2018) *VLOG - ŽENA U PMS-U, OSTAVILA SAM KAMERU I DESILO SE OVO?!* <https://www.YouTube.com/watch?v=BROf-1kf64g>

kakav je, na primer, kanal Marije Žeželj vrlo su pedantno uređeni tako da prikazuju samo ono što ona zaista želi da bude dostupno javnosti za gledanje. I upravo njen kanal ilustruje do koje mere vlogovi mogu da budu kontrolisani.

Vlogovi Željka Petričevića takođe su primer da se može snimati tako da se izostavi sve ono što autor ne želi da prikaže. On na svom kanalu, koji je po svojoj prirodi eklektičan i sadrži razne tipove videa od saveta za lepotu do ličnih ispovesti i odgovora na pitanja gledalaca, ima jedan broj vlogova sa putovanja, ali u njima se uopšte ne vide i ne čuju njegovi saputnici.

Njegov vlog iz Milana započinje snimcima napravljenim tokom putovanja, zatim se nastavlja obilaskom hotelske sobe. U hotelskoj sobi, Željko prepričava utiske samog putovanja i govori u množini iako se pored njega ne vidi niko i on ne objašnjava sa kim je putovao nego samo kaže: „mesta u avionu su bila odlična, jako udoban let. Stigli smo ovde u Milano, već je 11 sati i svratili smo da jedemo“²²⁶. U vlogu je i jedna scena ispred Milanske Katedrale u kojoj se vidi Željko iz daljine i jasno je da neko drugi drži kameru umesto njega.

U vlogu iz Malmea, Željko ponovo govori u množini što upućuje na to da ne putuje sam. U jednoj sceni snimljenoj u kafeu hotela na kratko se vidi samo deo ruke osobe koja sedi za stolom preko puta njega, ali kamera se zatim okreće nazad ka njemu. To je jedini trenutak u kome se naslućuje prisustvo osobe sa kojom je putovao. U komentarima na ovaj video, jedan gledalac piše: „S kim putuješ? Posto se nikad niko ne vidi“, a Željko odgovara: „pa da oni da hoće da se snimaju, ja bi ih snimao. Žele da ostanu anonimni i ja to poštujem“²²⁷.

Motiv za snimanje vloga nije uvek i samo deljenje svojih iskustava sa javnošću. Vlogovi su takođe i intimni video dnevnici koji služe tome da čuvaju uspomene. Željko na početku svog vloga iz Malmea kaže da će vlog možda biti dosadan jer on neće

²²⁶ Željko Petričević (5. maj 2018) *MILAN, ITALY VLOG | Šta sam radio u Milanu*<https://www.youtube.com/watch?v=AY4Dfy-EsPM>

²²⁷ Željko Petričević (19. januar 2017) *VLOG: Malmö*<https://www.youtube.com/watch?v=0eaqOf2nxRo>

mного snimati samog sebe, ali da mu nije važno da li će zbog toga imati manje pregleda jer je glavni cilj videa bio da snimi ono što će sam kasnije gledati²²⁸.

Izazov koji vlog postavlja pred svakoga ko želi da objasni koncept privatnosti sličan je izazovu koji je krajem devetnaestog i početkom dvadesetog veka postavila fotografija. Upravo zahvaljujući rasprostranjenosti ručnih fotaparata nakon 1884. godine kada je Kodak izbacio na tržište svoj prvi model po prvi put u istoriji je formulisan koncept „pravo na privatnost“ (Parsons 2012 prema Stepanović 2018). Kao što kaže Rolan Bart, pojava fotografije koincidira sa „eksplozijom“ privatnog u javno i pojavom nove vrednosti a to je „javnost privatnog“ (Barthes 1980 prema Stepanović 2018), ali umesto da optuži fotografiju da je ona ukinula privatnost, Bart misli da nas je ona samo naterala da ponovo promislimo podelu na privatno i javno. Čini mi se da se isto može reći za vlog koji je omogućio potpuno nov, do sada nezamisliv prodor privatnog u javni prostor ali nije anulirao privatnost već je samo postavio zadatak da se taj koncept ponovo promisli.

Odgovornost nekoga ko snima vlog je još veća nego odgovornost koju je nekada imao fotograf u vreme analogne fotografije. Digitalna slika, a to može biti i fotografija i video, ima osobinu da momentalno može da se umnoži i podeli bezbroj puta. Zbog toga je jako teško uništiti neku digitalnu sliku koja je jednom postala viralna na internetu (viralni sadržaj je bilo koji sadržaj koji se reprodukuje i širi internetom poput virusa). Jedan od primera za to je vlog američkog autora Logana Pola koji je snimljen u šumi Aokigahara u Japanu koja je poznata kao šuma za samoubistva. Logan nailazi na obešeno mrtvo telo u sred snimanja svog vloga i odlučuje da nastavi da snima, pa na kraju i objavi taj vlog jer je smatrao da sadržaj nije direktno u sukobu sa protokolom *YouTube*-a²²⁹. Samo mrtvo telo u daljini je zamagljeno, a vlog nastavlja da prati Logana i njegove prijatelje koji priznaju pred kamerom da su u stanju šoka jer nikada ranije nisu videli leš (Stepanović 2018).

²²⁸ Ibid.

²²⁹ Youtube Policies <https://www.youtube.com/yt/about/policies/#community-guidelines> (Pristupljeno 31/08/2018)

Ovaj vlog podseća na film Mikelandžela Antonionija *Uvećanje*²³⁰ koji na neki način raspravlja o tome kako fotografija može da uhvati ono što treba da ostane sakriveno ili ugrozi nečiju privatnost. Kada glavni junak filma krišom fotografiše par kako se ljubi, on nehotice takođe fotografiše leš u pozadini i to otkriva uvećavajući segmente fotografije u laboratoriji. Međutim, svi dokazi bivaju ukradeni osim jedne uvećane fotografije na kojoj se zapravo ne vidi kontekst i koja ne daje nikakvu informaciju o eventualnom ubistvu (Stepanović 2018).

Zbog svoje nematerijalne prirode i mogućnosti beskonačnog reprodukovanja i deljenja, digitalna slika nije lako uništiva i dokazi se ne mogu tek tako ukrasti ili izbrisati. Logan je svoj video odlučio da ukloni sa *YouTube*-a nakon što je zbog njega osuđen od strane javnosti, ali pošto je on pre toga mnogo puta umnožen i objavljen, on je ostao dostupan na internetu. Na samom *YouTube*-u taj vlog se još uvek može pogledati na drugim kanalima²³¹. Baš zbog te neuništivosti digitalnog traga nekog snimka koji se jednom pojavi na *YouTube*-u, odgovornost autora je velika, ne samo zbog mogućih posledica po privatnost nego i zbog drugih posledica kojih u trenutku snimanja i objavljivanja autor možda nije ni svestan (Stepanović 2018).

2.3. Nemoj da me snimaš: vlog i kršenje prava na privatnost

Jedan od ključnih principa na kome se bazira aktuelni međunarodni model zaštite privatnosti na internetu je princip pristanka (Bechman 2015: 21, Politou i drugi 2018: 1, Voss 2017: 224, Carolan 2016: 462). Taj princip znači da je obrada podataka o ličnosti dozvoljena samo ako je to odobreno zakonom ili ako je ličnost koja je u pitanju dala

²³⁰ Ponti, C. (producent) i Antonioni, M. (režiser). (1967) *Blow-Up* (film) UK, Italy, USA: Bridge Films, Carlo Ponti Production, Metro-Goldwyn-Mayer (MGM)

²³¹ Carzah (3. januar 2018) *Logan Paul Japan Deleted Vlog (REUPLOAD) *FULL VIDEO**<https://www.youtube.com/watch?v=oQaUGD-MtsQ>

pristanak na to, a definicija je ustanovljena Opštom uredbom Evropske Unije o zaštiti podataka²³². Politika privatnosti *YouTube*-a takođe se oslanja na ovaj princip i u njoj stoji da je nečija privatnost ugrožena ukoliko su njegovi privatni podaci objavljeni bez njenovog pristanka²³³. *YouTube* u svom uputstvu autorima nalaže da se privatni podaci ne mogu objavljivati na platformi bez pristanka te osobe, a ukoliko do toga dođe, osoba čije je pravo na privatnost prekršeno, može da zatraži da se sadržaj ukloni sa platforme ukoliko je moguće identifikovati je preko nekog privatnog podatka bilo da je to slika, glas, puno ime, bankovni račun, kontakt informacija ili neki drugi podatak²³⁴.

Vlogovi vrlo često uključuju scene snimljene na javnim prostorima kao što su trgovi, ulice, parkovi, restorani ili prodavnice. Autor bi morao da traži odobrenje od svih ličnosti koje se pojavljuju u tom vlogu uključujući i slučajne prolaznike ili da koristi krupne kadrove, čiste pozadine bez prolaznika i zamagli lica ljudi koji su se našli u kadru a nisu dali pristanak da budu u vlogu. Ovakav stil snimanja karakterističan je za vlogere u Nemačkoj gde su zakoni o snimanju videa i fotografija na javnim mestima mnogo strožiji²³⁵. Vlogerka Rebeka Ving na primer snima jedan svoj video u centru u Hamburgu i koristi mnogo krupnih kadrova, udaljava se od prolaznika, pažljivo bira pozadine u prodavnicama tako da u kadrove ulaze samo predmeti izloženi za prodaju a ne i ljudi. Scene u kojima sebe snima u prolazu, u procesu montaže su uređeni tako da su lica zamagljena i neprepoznatljiva²³⁶. Vlogerka Izabo Klajnemajer koristi slične tehnike da snimi vlog u jednom od javnih parkova u Berlinu a u procesu montaže zamagljuje lica troje dece²³⁷.

²³² GDPR, Key Issues: *Consent*, <https://gdpr-info.eu/issues/consent/> (Pristupljeno: 20/08/2018)

²³³ YouTube, *YouTube Privacy*

Guidelines https://support.google.com/YouTube/answer/7671399?p=privacy_guidelines&hl=en&visit_id=636711312532100585-3558132669&rd=1 (Pristupljeno: 20/08/2018)

²³⁴ Ibid.

²³⁵ Bundesdatenschutzgesetz 30. Juni 2017 (BGBl. I S. 2097)

²³⁶ Rebekah Wing (11. avgust 2018) *INSTAGRAM bestimmt BACK TO SCHOOL SHOPPING...*

https://www.youtube.com/watch?v=v4yTR8BEdcQ&t=0s&list=PLZXr2Rpggkrwt1Lh_HHsuOmmOzSAPvGkL&index=48

²³⁷ Isabeau (21. avgust 2018) *Vorbereitung Einschulung | Tierpark Berlin & Heimwekren in Haus | Isabeau* <https://www.youtube.com/watch?v=qA8G6zuHERQ>

Iako se vlog može režirati tako da se baš ni jedna osoba koja nije dala pristanak ne vidi, većina domaćih vlogera to ne čini. Neki vlogovi snimani su tako da se slučajni prolaznici minimalno vide, ali gotovo da ne postoji vlog koji sadrži scene iz javnih prostora u kome nema niti jednog lica koje je nehotice snimljeno a može biti identifikovano. Sadržaj na *YouTube* po tome se ne razlikuje od klasične televizije, ali ova medijska platforma omogućava bilo kome da uloži molbu da se video ukloni ako se njegovo lice može identifikovati na snimku. Bogdan Ilić je javno u jednom od svojih videa rekao da je dobio pritužbu na svoj humanitarni video koji je snimao u Knez Mihailovoj ulici u Beogradu²³⁸ gde je bilo mnogo prolaznika ali taj video uprkos tome nije obrisano.

Snimanje drugih ljudi u vlogu nije uvek pravni problem, već u nekim slučajevima može biti etički problem. Gledajući vlogove autora iz Srbije primetila sam da se često dešava da vloger snima nekoga iz svog kruga porodice ili prijatelja ko se u samom vlogu tome protivi. Da li su te osobe pre nego što je video objavljen dale svoj pristanak ili ne, to se ne može zaključiti analizom samog sadržaja. Može se samo naslutiti da su vlogeri ponekad suočeni sa dilemom da li da snime nekoga sebi bliskog protiv njegove ili njene volje ili uz bezvoljni pristanak kako bi sadržaj bio interesantniji.

Sestra vlogerke Nađe Stanojević ponekad se pojavljuje u njenim vlogovima ali često kaže „nemoj da me snimaš“²³⁹. A u jednom njenom vlogu iz Milana, Nađa snima jednog svog prijatelja koji stalno pokriva lice rukom i negoduje kada god se nađe u kadru²⁴⁰.

²³⁸ Baka Prase (30. jul 2018) *DONIRAMO PARE KOJE SMO SKUPILI PEVAJUCI NA ULICI*
<https://www.YouTube.com/watch?v=E6DekLgRsws&t=467s>

²³⁹ Nađa Stanojević (20. jul 2018) *IDEMO NA KORZIKU!*
<https://www.YouTube.com/watch?v=xGqijSfG7yc>

²⁴⁰ Nađa Stanojević (7. decembar 2017) *Vlogmas 1: Realan život u Milanu sa najboljim drugom*
<https://www.youtube.com/watch?v=eFvQtzweFdE&t=756s>

Sestre Bogdana Ilića takođe su ispoljile negodovanje kad ih je on u jednom vlogu iznenadio i zvonio im na vrata sa uključenom kamerom u ruci: jedna od njih je prekrila lice rukom, a druga je rekla „nemoj da me snimaš“²⁴¹.

Vlogovi o nekim grupnim putovanjima kao što su ekskurzije, takmičenja ili letovanja sa većim društvom često sadrže scene u kojima pojedinci iz te grupe prekrivaju lice ili traže od vlogera da ih ne snima. Takvi primeri su vlog Vanje Veljić koji snima tokom školske ekskurzije u Grčku²⁴², vlog Irine Živković snimljen na putu do Crne Gore sa sestrom, bratom i prijateljicama²⁴³ i vlog Biljane Petrović snimljen tokom putovanja i kastinga za seriju²⁴⁴.

Ružica Rupić u šali kaže da je prijatelji mrze zato što snima vlogove²⁴⁵. U jednom njenom vlogu koji je prati tokom nedelju dana provedenih u Beogradu, u nekoliko scena Ružica otkriva da njeni prijatelji ne vole da se snimaju. U sceni snimljenoj u jednom kafeu ona kaže: „Ivanu je trenutno jako sramota što ja snimam. Ja ne znam iz kog razloga, kao da se nije navikla da se ja snimam uvek i svugde, a prijateljica kaže „ona mene u najgorim momentima snima“²⁴⁶. U istom vlogu Ružica do sedi u automobilu na trenutak okreće kameru ka jednom svom prijatelju koji sedi u drugom automobilu i snima ga uprkos tome što on otvoreno negoduje²⁴⁷.

Za sve ove scene u kojima neko ispoljava nezadovoljstvo što se našao u vlogu karakteristično je to da su snimane u situacijama u kojima su vlogeri okruženi prijateljima ili članovima porodice koji sami nemaju *YouTube* kanal. Negodovanja obično nema kada vlogeri snimaju okruženi isključivo drugim vlogerima ili prijateljima

²⁴¹ Baka Prase (22. avgust 2018) *VELIKI POVRATAK*<https://www.YouTube.com/watch?v=xkIzuNbh8f4>

²⁴² Va Vana (19. oktobar 2016) *Vlog – Ekskurzija, put u Grčku!*<https://www.YouTube.com/watch?v=hAzQpUjrw48>

²⁴³ Irina Živković (17. jul 2017) *Vlog – Put do Crne Gore*<https://www.YouTube.com/watch?v=Rij2O75nI4M>

²⁴⁴ Biljana Petrović (19. februar 2017) *PUTUJEMO ZA MILANO I BARSELONU!! Kasting za seriju?*<https://www.YouTube.com/watch?v=W390cJEL0fM&t=315s>

²⁴⁵ Ružica Rupić (30. avgust 2018) *VLOG – Poslednja nedelja leta, sumiranje utisaka, carpool karaoke!*https://www.YouTube.com/watch?v=_td0gSW75W8

²⁴⁶ Ibid.

²⁴⁷ Ibid.

i članovima porodice koji se inače rado pojavljuju u njihovim videima. Kad se obrati pažnja na komentare, interesantno je da publika uvek reaguje na pojavljivanje novih ličnosti u vlogu. Gledaoci često institiraju na tome da neki vlogger snima još videa baš sa tom osobom koja nije želela da bude snimljena, postavljaju pitanja o toj osobi ili komentarišu njen izgled ili ponašanje.

Pažljivo osmišljeni i šaljivi napadi na tuđu privatnost pomoću sakrivenih kamera postali su ustaljeni običaj među vlogerima jer je takozvani „prank“ (podvala) postao jedan od najpopularnijih žanrova na *YouTube*-u. Tako na primer Danilo Badnjar snima video²⁴⁸ o tome kako se krije u stanu Bogdana Ilića ceo dan, tajno ga snima iz njegovog garderobera, a u njegovom odsustvu oblači se u njegovu odeću, jede njegovu hranu i koristi njegov računar. Na kraju videa, on iskače iz garderobera kako bi uplašio Bogdana, a on negoduje, govori mu da ugasi kameru i upozorava ga da to više ne radi. Mada je evidentno reč o ugrožavanju privatnosti na koje vlogeri pristaju zato da bi ponudili zanimljiv sadržaj i dobili više pregleda, činjenica da je takva vrsta videa postala poseban žanr govori o tome kako vlog ipak zahteva da se privatnost povremeno žrtvuje zarad većeg broja pregleda, te da je ponekad baš ovakvo spontano napadanje privatnosti i spontana reakcija ono što gledaoci nagrađuju dobrim rejtingom. Ovaj Danilov video ima oko tri puta više pregleda nego većina ostalih videa.

Međutim nisu uvek vlogeri ti koji narušavaju pravo na privatnost drugih ljudi, već su u nekim slučajevima i oni sami žrtve. Neki od njih otvoreno su u svojim videima govorili o tome na koje sve načine njihova publika narušava njihovu privatnost. Pošto su vlogeri, naročito oni sa velikim brojem pratilaca javne ličnosti, oni se suočavaju sa sličnim problemima kao i tradicionalne zvezde, ali razlika je u tome što oni imaju bliskiji i direktniji kontakt sa svojom publikom. Oni su samo "deca iz kraja" (Westenberg 2016: 6) a ne nedodirljive zvezde. Zbog toga se od njih očekuje da se pozdrave i fotografišu sa obožavaocima na ulici isto kao što se očekuje da im odgovore

²⁴⁸ Choda (14. oktobar 2018) *Proveo sam 24 H kod Bake u KUĆI a on NIJE ZNAO da sam tu...* <https://www.youtube.com/watch?v=68nLCOPjIw&index=5&list=WL>

na komentar vezan za njihov video, odgovore na pitanje ili ispune zahtev vezan za sadržaj na kanalu.

Baš zbog toga što je odnos između vlogera i publike tako prislan, lako dolazi do toga da gledaoci ugrožavaju privatnost zvezda koje obožavaju. I pošto je ova nova vrsta superstarova nastala paralelno sa uvođenjem monetizacije i naglim rastom broja *YouTube* kanala tokom poslednjih desetak godina, ta situacija je potpuno nova i čini se da još uvek nije jasno koja pravila ponašanja treba primenjivati. Zato nije čudno što deca širom sveta vire u domove poznatih vlogera, fotografišu se ispred njihovih dvorišta, zvone na vrata i čekaju da oni izađu napolje. Vlogeri koji se zbog toga osećaju ugroženo pokušavaju da disipline svoje gledaoce tako što im se obraćaju putem svojih *YouTube* kanala i daju im preporuke o tome kako bi trebalo da se ponašaju i objašnjavaju zašto bi trebalo da poštuju njihovu privatnost.

Bogdan Ilić u jednom svom obraćanju gledaocima putem *YouTube*-a kaže da neki njegovi obožavaoci koji su otkrili gde on stanuje dolaze pred ulazna vrata njegovog stana i zvone ili kucaju na vrata pa na taj način danonoćno uznemiravaju njega i njegovu porodicu²⁴⁹. Putem ovog videa koji traje 10 minuta i 49 sekundi, Bogdan daje svoje viđenje tog problema, definiše minimum privatnosti koju bi kao vloger trebalo da ima i daje publici smernice za ponašanje. On u ovom kontekstu poistovećuje granice svoje privatnosti sa granicama svog stana i kaže da obožavaoci imaju prava da ga zaustave bilo gde na javnom mestu, ali ne i da zvone na vrata njegovog stana. Na argument njegovih fanova da je on javna ličnost i da zbog toga nema prava na privatnost, on u ovom videu odgovara da to pravilo važi „napolju“, ali ne i unutar nečijeg doma.

Međutim deca, svesna toga da rade za vlogere, odnosno da im oni obezbeđuju preglede, rejting i novac, pokušala su da dokažu da zbog toga polažu nekakva prava na njihovu privatnost. Bogdan koji je od svojih obožavaoca čuo takav argument odgovara

²⁴⁹ Baka Prase (28. januar 2018) *OVO JE PRESLO SVAKU GRANICU*<https://www.YouTube.com/watch?v=v7VN9Mxs5gg>

da smatra da on i njegova porodica uprkos tome što je on javna ličnost imaju pravo na privatnost u svom stanu i objašnjava da je on tog prava ne želi da se odrekne zbog novca. „Nikad ne bih trpeo nešto zbog para“, kaže i dodaje „treba da se zna kad se slika i kad se druži i kad se smeje“²⁵⁰.

Zorana Jovanović ne posvećuje kao Bogdan ceo jedan video ovom problemu, ali ga spominje u jednom od videa u kojima odgovara na pitanja gledalaca. „U Beogradu mnogi ljudi znaju gde ja živim i postoji mnogo dece u mom komšiluku koja kad vide da sam ja u Beogradu zvone na interfon. Ja znam da mnoga deca žele da se slikaju samnom i dobiju moj autogram i to je sastavni deo mog posla. Ali ja kada sam u svom stanu, ja želim da budem raščupana, bez šminke, u trenerci. Kada silazim u prodavnicu koja je bukvalno ispred kuće ne želim da moram da se oblačim i stavljam na sebe tonu šminke, želim samo da se skotrljam nizbrdo, da kupim neku hranu i da se vratim kući. To je postalo nemoguće“, kaže ona i dodaje da je jednom prilikom neko dete u takvoj situaciji snimalo telefonom bez pitanja²⁵¹.

Za razliku od Bogdana koji svodi svoj privatni prostor samo na svoj stan, Zorana ga doživljava drugačije i smatra da niko nema prava da je uznemirava ni u blizini stana dok odlazi ili se vraća iz prodavnice ili od kozmetičara kada na licu nema šminku i ne izgleda reprezentativno. Ona zapravo ne želi da je neko fotografiše ili snima u situacijama u kojima ona nije spremna za to, to jest nije doterana jer ona fotografije nastale u takvim okolnostima smatra ugrožavanjem privatnosti.

Jana Dačović u jednom od svojih videa u kojima odgovara na pitanja gledaoca kaže da ima isti problem o kome su govorili Zorana i Bogdan jer mnoga deca znaju gde ona stanuje. U tom videu ona ne osuđuje decu koja zvone na njena vrata nego ih samo moli da ne dolaze i kaže: „moj stan je jedino mesto gde imam privatnost“²⁵².

²⁵⁰ Ibid.

²⁵¹ Zorannah (24. avgust 2017) Q&A <https://www.YouTube.com/watch?v=WuFi6TdG6D0&t=8s>

²⁵² Jana Dačović (19. maj 2018) PITANJA I ODGOVORI <https://www.YouTube.com/watch?v=TjM091jB6ak>

Irina Živković pominje ugrožavanje privatnosti od strane gledalaca u jednom potpuno drugačijem kontekstu. Za razliku od ostalih vlogera koji se žale na uznemiravanje ili fotografisanje bez traženja pristanka, Irina kaže da joj smeta to što se gledaoci putem komentara mešaju u njen život. Ona se obraća gledaocima i kaže: „mislim da sam sa vama podelila i previše toga iz svog privatnog života i ne treba još više da zabadate nos u moj život“²⁵³. Ona kaže da će sa gledaocima podeliti sve što misli da treba da podeli, ali da ono čega u njenim videima nema gledaoci ne treba ni da traže.

U sva četiri slučaja, vlogeri sa gledaocima pregovaraju o granicama sopstvene privatnosti. Oni putem videa svojim gledaocima objašnjavaju gde oni vide granice između privatnog i javnog i zahtevaju od njih da te granice poštuju. Oni su na neki način primorani da sami propisuju pravila ponašanja na *YouTube*-u jer to niko pre njih nije učinio. A čini se da su ta pravila zapravo neki novi bonton *YouTube*-a koji ne uspostavlja sam *YouTube* (jer *YouTube* je i onako samo platforma a ne kreator sadržaja) nego to čine upravo sami autori. Kao da se *YouTube* a sa njim i koncept vloga prebrzo razvio tako da nije bilo vremena da se uopšte uspostave pravila ponašanja ili definišu kompleksni pojmovi poput privatnosti. Čini se da se ta pravila ponašanja na *YouTube*-u (u svetu i kod nas) uspostavljaju u hodu, najčešće tek nakon što već dođe do problema o kojima možda niko unapred nije razmišljao.

Bogdan, Zorana, Jana i Irina postavili su nekoliko svojih pravila poštovanja privatnosti za koja očekuju od svojih gledalaca da ih poštuju, međutim niko od njih ta pravila nije postavio pozivajući se na neki zakon ili bilo koje pisano pravilo, pa čak ni na neke običaje. Možda su oni imali na umu reference koje nisu eksplicitno spomenuli, ali moguće je i da su samo zdravorazumski zaključili kako ta pravila treba da glase. Iz njihovih izjava mogu se izvući ukupno četiri pravila ponašanja: da gledaoci ne treba da ih uznemiravaju u njihovom domu, da ih ne fotografišu kada oni to ne žele i da od njih ne traže da razotkriju više privatnosti nego što to dobrovoljno čine.

²⁵³ Irina Živković (10. novembar 2016) *Citanje hejt komentara*<https://www.YouTube.com/watch?v=UMHUBspZ8cE>

Dakle, jasno je da vlogeri smatraju da im pripada pravo na privatnost iako je smisao njihovog *YouTube* biznisa upravo komoditizacija privatnosti. Sa druge strane gledaoci ponekad smatraju da imaju prava na njihovu privatnost, tako da se čini da obe strane zapravo pregovaraju o tome kako treba postaviti ne samo granice privatnosti nego i uopšte odnos između publike *YouTube* zvezda.

2.4. Ratovi na *YouTube*-u i tajni algoritmi

Baš zato što *YouTube* kao društvena mreža za razliku od tradicionalnih medija dozvoljava interakciju i mnogo intenzivniju povezanost kreatora sadržaja sa publikom, i baš zato što od gledalaca direktno zavisi zarada na *YouTube*-u, odnosi između dve strane su bliski i ponekad su ispunjeni ljubavlju, mržnjom ili fanatizmom, a sve to direktno utiče na sam sadržaj.

Postoji, kao što je već rečeno, više načina na koje gledaoci mogu da komuniciraju sa *YouTube* zvezdama: putem komentara koji se nadovezuju na video, privatnih poruka na *YouTube*-u, komentara i privatnih poruka na drugim društvenim mrežama, putem uživo snimaka sa komentarima i licem u lice na susretima koji se povremeno održavaju kako bi se obožavaoci upoznali sa autorima ili u bilo kojoj situaciji kada gledaoci slučajno sretnu autore. Vlogeri takođe povremeno kupuju poklone za svoje pratiocce i organizuju male nagradne igre.

Međutim ta komunikacija između jednog vlogera i njegovih gledalaca problematična je na više načina. Pre svega, to je uglavnom indirektna komunikacija u kojoj je gledaocima teško da se izbore za povratnu informaciju. Jedan vloger se obraća grupi ljudi indirektno tako što govori u kameru, a onda dobija više komentara i poruka nego što je u stanju da obradi. Zbog toga postoje komentari poput: „danas mi je

rođendan, da li mogu da dobijem srce na komentar? Puno bi mi značilo“, ali reakcija na taj komentar izostaje.

Lea Stanković u jednom videu objašnjava koliko vremena i truda ulaže u to da odgovori pratiocima na poruke²⁵⁴ i objašnjava kako je to naporan posao koji traje satima. Marija Žeželj u jednom intervjuu za televiziju kaže da joj se mnogo dece javlja sa molbama za savete ili pomoć. „Na žalost, ne mogu svima da odgovorim jer je to veliki broj poruka, ali svaki put kada vidim neki problem nađem vremena da sednem i porazgovaram sa njima preko poruka na društvenim mrežama ili da prenesem velike poruke u svojim videima“.²⁵⁵

Neki video koji traje desetak minuta može da ima više hiljada komentara i samo čitanje tih komentara može da traje čak i po nekoliko sati. Kad se tome doda vreme potrebno za odgovaranje na poruke, jasno je zbog čega retko koji autor sa mnogo pratilaca komunicira direktno sa svojim gledaocima. Autori kanala obično daju povratnu informaciju kada dobiju mnogo istih pitanja ili kada im neki komentar zapadne za oko. Ponekad oni odvoje vreme da reaguju na veći broj komentara, ali gotovo nikada ne odgovore baš svima.

Zbog toga što jedan pojedinačni komentar koji se obraća direktno nije lako primećen, gledaoci pokušavaju da skrenu pažnju autorima na druge načine. Jedan od njih je pisanje komentara koji komunicira sa drugim gledaocima ali je istovremeno i poruka autoru kanala. Takav primer je komentar ispod jednog videa Bogdana Ilića na kanalu Baka Prase: „Ocemo uspeti do milion do kraja sledec meseca?? Aj like ako mislite da ce baka odnosno #institucija uspeti!!!“²⁵⁶ ili komentar ispod videa Jane

²⁵⁴ Lea Stanković (13. avgust 2016) *Ja iskreno sa vama: koga "mrzite" ovih dana?*
https://www.youtube.com/watch?v=8cCXdO_Bq0k

²⁵⁵ RTS Tako stoje stvari - Zvanični kanal (13. decembar 2017) *Tako stoje stvari - Interju - Marija Žeželj - 13. 12. 2017.* <https://www.youtube.com/watch?v=POBjV6MZ-mw>

²⁵⁶ Baka Prase (1. septembar 2018) *DONOSIM UNUCIMA POKLONE KUĆI*
<https://www.youtube.com/watch?v=yKelukJvYIM&t=1s>

Dačović: „Like ko voli Janu“²⁵⁷. Komentari sa više lajkova bolje se pozicioniraju na listi komentara i lakše su uočljivi.

Komunikacija između dve strane je često isprekidana i ono što bi trebalo da bude dijalog razbija se na niz monologa jer autor razgovara sa kamerom a gledaoci pišu komentare. Gledalac se oseća izdato kad se njegov glas ne čuje iako on svojim besplatnim radom omogućava zaradu vlogera čije videe gleda. Na drugoj strani, autor se oseća bespomoćno neznajući kako da komunicira sa hiljadama ljudi i istovremeno pravi sadržaj za svoj kanal.

Zbog te asimetrije u odnosima moći dolazi do svađa između publike i autora. Kolektivna kritika gledalaca navodi autore da snimaju videe u kojima se razračunavaju sa gledaocima. To su najčešće videi u kojima se čitaju i komentarišu „hejt“ komentari (komentari mržnje) kakve su snimili pored ostalih Vanja Veljić²⁵⁸, Irina Živković²⁵⁹, Nađa Stanojević²⁶⁰, Ana Nedeljković²⁶¹, Nenad Ulemek²⁶², Željko Petričević²⁶³, Bogdan Ilić²⁶⁴ i Lea Stanković²⁶⁵.

Gledaoci uglavnom kolektivnim delovanjem utiču na autore i na sam sadržaj njihovih kanala. Bilo da je reč o pohvalama, kritikama ili zahtevima, autori po pravilu

²⁵⁷ Jana Dačović (29. avgust 2018) *PITANJA I ODGOVORI SA NAJLEPŠIM POGLEDOM*<https://www.youtube.com/watch?v=ZRItWM3yfd4>

²⁵⁸ Va Vana (7. april 2016) *RANT-HEJT, HEJT, HEJT...*<https://www.youtube.com/watch?v=nnsYnNOZ9yU&t=6s>

²⁵⁹ Irina Živković (10. novembar 2016) *Citanje hejt komentara*<https://www.youtube.com/watch?v=UMHUBspZ8cE>

²⁶⁰ Nađa Stanojević (21. avgust 2018) *Q&A – Hejt komentari ispod pesme*<https://www.youtube.com/watch?v=BNx8waTVv5I>

²⁶¹ Enn La Rush (20. novembar 2016) *REAKCIJA NA KOMENTARE!*<https://www.youtube.com/watch?v=ii8PGpinEhg>

²⁶² Nenad&Zija (29. maj 2017) *I NIKADA VISE O OVOJ TEMI...*<https://www.youtube.com/watch?v=yKQaQ1zbBcU>

²⁶³ Željko Petričević (18. januar 2018) *MY NIGHT ROUTINE + ODGOVOR NA HEJT KOMENTAR!*<https://www.youtube.com/watch?v=wf4mY6viL7M>

²⁶⁴ Baka Prase (11. jun 2017) *NAPUSTAM YOUTUBE*<https://www.youtube.com/watch?v=vXCvfuBTFU4>

²⁶⁵ Lea Stanković (13. avgust 2016) *Ja iskreno sa vama: koga “mrzite” ovih dana?*
https://www.youtube.com/watch?v=8cCXdO_Bq0k

reaguju samo onda kada veće grupe gledaoca koje mogu da utiču na rejting celog kanala iskažu neko mišljenje.

Sadržaj nekog *YouTube* kanala u velikoj meri zavisi od onoga što gledaoci grupno zahtevaju jer autori odgovaraju na njihove zahteve, ispunjavaju izazove ili odgovaraju na njihova pitanja. Iako asimetričan, odnos između dve strane je mnogo prisniji nego odnos između neke televizijske zvezde i njenih obožavaoca. Svakom vlogeru važno da pravi komunikativne videe u kojima se ispoveda, obraća se kameri, šalje poljupce ili govori publici kako ih sve voli. Zapravo, on je primoran da uspostavi odnos sa publikom koji će mu zagarantovati pregleda, dobar rejting, rast kanala i sponzorstva.

Bar u ovoj fazi razvoja *YouTube* kulture, glavna populacija koja gleda vlogove i konzumira tu kulturu jesu tinejdžeri i postoje studije koje govore o uticaju *YouTube* zvezda na njih i pokazuju kako tradicionalne idole zamenjuju ovi obični klinci koji snimaju svoj običan život (Westenberg 2016: 3). Ali postoji takođe i uticaj publike na autore jer se grupe obožavaoca mogu regrutovati ili samoorganizovati da od nekoga stvore zvezdu ili da nečiju karijeru unište.

Paralelno sa ubrzanim razvojem platforme i nastajanjem velikog broja kanala, od 2016. godine u Srbiji i u drugim zemljama sveta počelo je da dolazi do obračuna između različitih kreatora i armija njihovih obožavalaca koji se ponekad završavaju pravim tučama, a ponekad gubljenjem sponzorstava, kvarenjem rejtinga ili zatvaranjem kanala. Kroz te sukobe se najbolje vidi koliku moć imaju autori nad gledaocima, ali i koliko gledaoci kolektivno imaju moć nad autorima.

U Srbiji su relevantni ne samo *YouTube* autori iz Srbije, već i autori iz dijaspore i drugih zemalja zapadnog Balkana koji mogu da se razmeju jer govore sličnim jezicima. Svi oni targetiraju istu populaciju gledalaca i zajedno sarađuju kao pripadnici balkanske *YouTube* scene koja ima i svoju regionalnu manifestaciju *Balkan Tube Fest*²⁶⁶. Pošto su autori iz različitih zemalja povezani, snimaju vlogove zajedno i dele istu publiku,

²⁶⁶ Balkan Tube Fest <https://balkantubefest.com/> (Pristupljeno: 20/08/2018)

kanale iz Srbije potrebno je uvek posmatrati kao deo te šire mreže. U okviru te mreže vlogera povremeno dolazi do sukoba u koje su uključeni različiti autori i grupe obožavalaca, a ti sukobi pokazuju dublje nivoe problema komoditizacije privatnosti i ugrožavanja privatnosti na *YouTube*-u.

Jedan od najvećih *YouTube* sukoba na Balkanu iniciran je reakcijama na video maloletne devojčice iz Bosne i Hercegovine Medine Suljkanović²⁶⁷, i u taj sukob su bili umešani autori iz Srbije, Bosne i Hercegovine, Hrvatske i drugih zemalja. Originalan video koji je potakao sukob izbrisan je zajedno sa kanalom te devojčice, ali kopija se još uvek može pogledati na drugim kanalima²⁶⁸. U tom videu devojčica priča svoju intimnu priču i govori o svojim osećanjima prema dečku koji ju je ostavio, verovatno nesvesna toga da će njen video dostići stotine hiljada pregleda.

Ovaj video već sam po sebi otvara delikatno pitanje privatnosti maloletnika na *YouTube*-u i pitanje odgovornosti za takve sadržaje. Postavlja se pitanje ko je odgovoran za sadržaje u kojima maloletno dete otkriva svoju privatnost nesvesno mogućih posledica, posebno sa obzirom na to da bilo šta što se objavi na internetu može da ostavi neizbrisiv trag jer se sadržaji mogu kopirati i ponovo objavljivati beskonačno mnogo puta. Pitanje koje stoji u naslovu naučnog rada Holi Kejtlin Hol „Da li je to zaista priča koju želiš da ispričaš“ može se postaviti i u kontekstu videa Medine Suljkanović. Ključna pravna dilema je „kako zaštititi maloletnike od samih sebe“ (Cullen 2018: 36) i kako zaštititi pravo na privatnost maloletnika (Hall 2018: 121).

Ali da li se pitanje privatnosti maloletnika uopšte postavilo u okviru sukoba na *YouTube*-u vezanog za Medinin video? Nakon što je Medina objavila svoj video, na *YouTube*-u su se pojavili videi u kojima neki autori reaguju na njen video, a zatim i videi u kojima autori kritikuju te videe sa reakcijama. Autor iz Bosne i Hercegovine Amir

²⁶⁷ Wranka, M. (19.04.2017) „Kako je djevojčica iz BiH probudila ono najgore u ljudima“ Tportal <https://www.tportal.hr/teho/clanak/kako-je-djevojčica-iz-bih-probudila-ono-najgore-u-ljudima-20170419> (Pristupljeno: 20/08/2018)

²⁶⁸ SOMA (17. april 2017) *OSTAVIO ME DECKO* (Nije gotovo dok ja ne kazem da je gotovo) <https://www.YouTube.com/watch?v=5XCTz2ub95g>

Hadžić, na primer, govori o zlostavljanju devojčice i „medijskom linču“ na *YouTube-u*²⁶⁹, dok Bogdan Ilić govori o odgovornosti roditelja i društvenih mreža. Niko od njih dvojice ne spominje pitanje privatnosti. Ana Nedeljković zarazliku od njih spominje reč privatnost, ali njen argument ne ide dalje od tvrdnje da je devojčica hrabra što je podelila svoju privatnu životnu priču na *YouTube-u*²⁷⁰. Naida Omerdić kaže da deca i maloletnici „ne treba da iznose privatne stvari i mišljenja na internetu“ i kritikuje one koji su doprineli popularnosti Medininog videa tako što su ga podelili na internetu ili snimili reakciju na video koja i sama sadrži delove njenog videa²⁷¹.

Medinin video potakao je mnoge druge autore na reakciju, ali je takođe i inicirao javnu raspravu među autorima na *YouTube-u* i njihovim gledaocima. Mnogo ljudi je bilo uključeno u tu virtuelnu debatu a neki autori su prepoznali potencijal takvih debata da privuku veliki broj pregleda, pa samim tim i više novca. Rasprava o Medininom videu i reakcijama na njega bila je samo polazna tačka za obračune koji su se kasnije desili između nekih vlogera u kojima je učestvovala i publika.

Najveći sukob izbio je između Amira Hadžića i Bogdana Ilića koji su napravili čitav niz videa, muzičkih spotova²⁷² i uživo snimaka u kojima su se raspravljali i međusobno vređali. U tom sukobu bilo je pretnji fizičkim nasiljem²⁷³ i povrede prava na privatnost²⁷⁴ i nasilja na internetu, ali niko od dve sukobljene strane nije koristio pravne mehanizme da razreši konflikt, a istovremeno oba kanala su dobila na stotine hiljada pregleda i nove pratiocice.

²⁶⁹ Amir Hadžić (18. april 2017) *DA LI STE VI*

NORMALNI?https://www.YouTube.com/watch?v=IPwLp_sPzvM

²⁷⁰ Enn La Rush (21. april 2017) *OSTAVIO ME DECKO DRAMA - MOJE MISLJENJE*

<https://www.YouTube.com/watch?v=QRI4hF1NmbQ&t=22s>

²⁷¹ Gotivanerka Izvanredna (17. april 2017) *Gotivanerka - Ostavio me decko / Challenge za*

YouTubere<https://www.YouTube.com/watch?v=ZV3MGC1xIje>

²⁷² Svađe autora na *YouTube-u* na Balkanu i širom sveta su često praćene muzičkim videima koji se nazivaju *disstrack* i u kojima se autori međusobno vređaju kroz stihove.

²⁷³ Balkan Arhiva (30. Novembar 2017) *LIVE SKANDAL: AMIR HADŽIĆ & JUKA VS BAKA PRASE (LIVE CHAT EDINCREATIONS, NIXA ZIZU, VANIMY, BALKANALERT)*

https://www.YouTube.com/watch?v=o0J7juY-F_8

²⁷⁴ Baka Prase (29. Novembar 2017) *STA LUPETAJU OVI*

IDIOTI?!<https://www.YouTube.com/watch?v=YgXbMXiyjls>

Na ovaj način privatne svađe, koje se emituju na *YouTube*-u pa se samim tim pretvaraju u javne svađe, postaju izvor zarade zahvaljujući velikom broju pregleda, a publika doslovce učestvuje u procesu proizvodnje tako što radi za autore obezbeđujući im preglede, rejting pa na kraju i plaćena sponzorstva koja zavise od broja pregleda i rejtinga (Bakioglu 2016: 184). Bogdan Ilić je tokom sukoba sa Amirom Hadžićem od trideset hiljada pretplatnika došao do više od dve stotine hiljada pretplatnika za sedam meseci²⁷⁵ a u avgustu 2018 njegov kanal je dostigao broj od osam stotina hiljada pretplatnika.

Sa tako velikom grupom pratilaca i obožavatelja koje je nazvao „unuci“ i „institucija“, Bogdan je pokazao kako velike grupe gledalaca na *YouTube* mogu da se regrutuju i navedu na kolektivnu akciju na *YouTube*-u. Gledaoci i sami postaju učesnici tih privatnih svađa i tako proširuju sadržaj svojim komentarima ali i utiču na sudbinu kanala autora koji su u svađi.

Bogdanov konflikt sa autorima kanala *Andjela & Nadja* do te mere je eskalirao da je je doveo do privremenog blokiranja jednog i zatvaranja drugog kanala. Nakon što su autori kanala *Andjela & Nadja* uložili žalbe *YouTube*-u zbog povrede autorskih prava i povrede privatnosti, Bogdanov kanal *Baka Prase* je na neko vreme bio blokiran tako da na njemu nije mogao da se objavi nikakav sadržaj, a onda su se gledaoci samoorganizovali i zasuli kanal *Andjela & Nadja* govorom mržnje i različitim akcijama doveli do padanja rejtinga tog kanala. Kada su glavni sponzori kanala *Andjela & Nadja* otkazali sponzorstvo zbog tih incidenata, autorke su odlučile da privremeno zatvore kanal²⁷⁶.

Ovakvi sukobi koji nisu specifični samo za Srbiju jer ih takođe ima i na *YouTube* kanalima u Americi, Velikoj Britaniji i drugim državama, ilustruju koliko je odnos između autora i njihove publike značajan za uspeh kanala i koliko su obe strane

²⁷⁵ Baka Prase (29. Decembar 2017) *PRESTIZEMO DZUMANDZIJA U SUBOVIMA!!! – KAKO JE NASTAO DZUMANDZI* <https://www.YouTube.com/watch?v=447dgAxGAP4>

²⁷⁶ Andjela & Nadja (23. avgust 2018) *NASE POSLEDNJE RECI, POSLEDNJI VIDEO* https://www.YouTube.com/watch?v=mM5_NsiDFI4&t=64s

uključene u proces rada. Povezanost i uzajamna sprega postoje na više nivoa. Gledaoci omogućavaju zaradu autora, ali oni takođe i sami mogu postati autori i razračunavati se sa drugim autorima putem videa. A takođe se mogu i organizovati tako da podignu ili spuste nečiji rejting.

Za razliku od vlogova u kojima svaki autor režira sopstveni sadržaj, ovi mali ratovi na *YouTube*-u dovode do toga da autori gube kontrolu nad granicama privatnosti. U tim bitkama ne biraju sredstva, a jedno od sredstava je razotkriti neki kompromitujući deo privatnosti protivnika kako bi on bio poražen što se dogodilo u slučaju svađe između Amira Hadžića i Bogdana Ilića. Autori takođe mogu da izgube kontrolu nad sopstvenim kanalom i izgube publiku od koje im zavisi zarada kao što se dogodilo Anđeli i Nađi.

Trenuci u kojima autori kanala gube kontrolu nad sopstvenom privatnošću ili čak nad čitavim kanalom upravo su oni trenuci u kojima grupe gledalaca vrše pritisak na njih. U nekim slučajevima gledaoci samo uporno traže odgovor na neko pitanje (putem komentara ili privatnih poruka), pa autori pod pritiskom popuste da bi zadržali prijateljski odnos sa publikom. Tako na primer, Marija Žeželj u jednoj sesiji odgovaranja na pitanja gledalaca kaže da je pitanje da li ima dečka zauzelo 40% komentara i da su gledaoci čak nagađali sa kim je ona bila u vezi. U tom videu ona odlučuje da odgovori na to pitanje po prvi put i kaže da nema dečka jer za to nema vremena²⁷⁷.

U nekim slučajevima svađe između dva vlogera mogu da navedu i jednu i drugu stranu da otkriju neke detalje iz privatnog života da bi zadržali reputaciju i opravdali se pred svojom publikom. Tako na primer Ana Nedeljković dolazi u sukob sa vlogerom iz Bosne i Hercegovine Alenom Žabo (čiji se kanal zvao *Vanimy* ali danas više ne postoji) i oboje u svojim videima prepričavaju događaje iza kulisa za vreme trajanja *Balkan Tube Fest* festivala koji okuplja *YouTube* kreatore iz regiona Balkana. Nakon što je Alen u svom videu kritikovao i kompromitovao Anu, njeni gledaoci su počeli nju da kritikuju

²⁷⁷ Marija Žeželj (8. maj 2018) *Q&A - Planovi za ovu godinu, da li imam dečka?*! <https://www.youtube.com/watch?v=qxyKpI9nKMM&t=265s>

u komentarima, a onda je ona snimila jedan uživo *live stream* u kome plače, raspravlja se sa sopstvenim gledaocima i otkriva detalje koji bi mogli biti kompromitujući za Alena. Ovaj sukob je dokumentovan videima, ali Ana je u međuvremenu svoje videe izbrisala, a Alenov kanal više ne postoji. Međutim, na *YouTube*-u još uvek postoje snimci tih svađa jer su objavljeni na drugim kanalima²⁷⁸.

Gledaoci dakle imaju moć da pomeraju granice privatnosti koje autori sami postavljaju jer ponekad su ulozi veliki i autori su postavljeni pred dilemu da li da razotkriju nešto privatno ili da izgube poverenje gledalaca, veliki broj pretplatnika i jedan deo primanja koja su na Balkanu i onako mala. U tom smislu, oni nemaju uvek punu kontrolu ni nad svojom privatnošću ni nad svojim sadržajem, ali iz načina na koji oni pregovaraju o svojim granicama privatnosti, jasno je da se za nju ipak bore.

Zbog toga što zarada autora na ovoj platformi direktno zavisi od angažovanosti publike, može se postaviti pitanje etičnosti *YouTube*-ovog sistema monetizacije. Taj sistem dovodi do toga da se neplaćeni rad korisnika koristi za profit ne samo autorima sa kojima publika ostvaruje nekakvu komunikaciju, već i za zaradu same platforme i različitih kompanija koje zarađuju od reklama na velikim kanalima (Bakioglu 2016: 184).

Takođe se može postaviti i pitanje etičnosti koršćenja algoritma *YouTube*-a i diskriminacije na koja počiva na tom algoritmu koji određuje koji će sadržaj na koji način i u kojoj meri biti vidljiv na samoj platformi (Bishop 2018, 69). Jedna od najozbiljnijih kritika algoritama društvenih mreža sastoji se u tome što se kroz njih odluke donose automatski i softverski (Pasquale 2015: 8) pa veštačka inteligencija preuzima ulogu urednika televizije na platformama kao što je *YouTube* i odlučuje o tome koji kanali ili koji video sadržaj će biti bolje pozicioniran, koji korisnik će videti kakav sadržaj pa i koji materijal će biti uklonjen sa platforme. S obzirom na to da su ovi

²⁷⁸ Anin video: Balkan Drama (9. februar 2018) *ENN LA RUSH PLACE I PRETI SAMOUBISTVOM* (izbrisani live) <https://www.youtube.com/watch?v=40LAXL4TkrY&t=80s> Alenov video: Project X (5. februar 2018) *VANIMY OTKRIVA KAKO SE ENN LA RUSH DROGIRALA NA BTF* https://www.youtube.com/watch?v=w-db0i_iQaI

algoritmi tajni, o tome kako oni zapravo funkcionišu i na osnovu čega rangiraju sadržaj, može se saznati jedino korišćenjem platforme za kreiranje sadržaja. Sami autori povremeno sa javnošću dele svoje uvide i saznanja o tome kako algoritam funkcionišu na osnovu svojih ličnih iskustava pa te njihove izjave predstavljaju etnografski materijal koji otkriva neke osobine tih algoritama ili pak samo govori o tome kako se autori sami trude da dokuče kako algoritam pozicionira sadržaj i na osnovu toga modifikuju sopstvene video klipove.

Milan Inić kaže da za sadržaje koji mu se ne dopadaju krivi YouTube algoritam jer on „postavlja nove trendove“²⁷⁹. On objašnjava u čemu se sastoji jedna od najvećih promena u algoritmu 2018. godine koja je uticala na to kome će i kako sadržaji sa nečijeg kanala biti vidljivi. On kaže: „Ranije je bilo jednostavnije: snimiš video, izbaciš ga, ljudi su sabskrajbovani i vide tvoj video. Sada više nije tako“. *YouTube* algoritam je zanemario ulogu pretplaćivanja tako da rangiranje više nije povezano sa popularnošću nekog autora i njegovog kanala već se zasniva na drugačijim proračunima (Reider et al. 2018). Zbog toga Milan veruje da algoritam koji više nikome ne osigurava gledanost na osnovu broja pretplatnika već na osnovu samog sadržaja zapravo počinje da „zahteva“ od autora da snimaju određene sadržaje koji se bolje rangiraju.

Autor kanala SupremeNexus objasnio je kako je YouTube „uništio poentu“ takozvanog subscribe dugmeta, to jest anulirao smisao pretplate na nečiji kanal. „Vi možete da imate milion sabskrajbera, ali najvažnije je koliko se vaš video gleda i da klip bude u trendu“, kaže on i dodaje: „*YouTube* više ne želi da bude platforma gde ćeš ti imati kanale koje voliš i gledaš nego želi da bude platforma gde ćeš ti samo gledati klipove u trendu. Ja ću morati nešto da promenim i drugačije koncipiram klipove. Ne dopada mi se to. Ja sam kao neki umetnik i ne želim da budem ograničen. To nije dobro

²⁷⁹ Yasserstain (22. oktobar 2018) 5 *Stvari Koje Mrzim Kod – YOUTUBE*https://www.youtube.com/watch?v=aLsV-C_wv0I&list=WL&index=16&t=0s

ni za korisnike. Zašto ja kao korisnik ne bih mogao da dobijem obaveštenje o tome kada je neki autor koji mi se dopada objavio neki video“.²⁸⁰

Jovana Lataš i Željko Petričević u jednom videu koji su snimili zajedno diskutuju o uspehu na YouTube platformi i govore o tome kako algoritam ne razlikuje pozitivnu od negativne popularnosti i podjednako dobro rangira sadržaje koji imaju mnogo pozitivnih komentara i lajkova i sadržaje koji imaju mnogo negativnih komentara i dislajkova,²⁸¹ a autor kanala Quinton Reviews u jednom od svojih videa²⁸² objašnjava kako je *YouTube* vremenom menjao algoritam tako da uveća profit ne mareći za to kako promene algoritma demotivisu autore da stvaraju kreativan sadržaj poput animacija već ih motivišu da se bave stilovima videa poput komentarisanja video igara. On takođe kaže da je razlog tome što se funkcionisanje algoritma drži u tajnosti i što se stalno menja kako bi zavarao trag upravo to što transparentnost algoritma čini da autori koriste jeftine trikove da stvore sadržaj koji algoritam traži. Zbog toga je, po njegovom mišljenju došlo do proliferacije kanala koji stvaraju drame i ratove između različitih autora kao i kanala koji svoj sadržaj baziraju na komentarisanju sadržaja tuđih kanala. On iznosi svoju teoriju po kojoj su tokom 2018. godine izmene u algoritmu pravljene kako bi se fokus prebacio sa ovakvih sadržaja na kvalitetnije sadržaje koji nisu popularni samo u datom trenutku nego se mogu gledati i godinama unazad. Međutim, on tvrdi da niko pouzdano ne zna tačno koje su osobine algoritama, te da se o tome mogu imati samo teorije.

Pošto se *YouTube* kao jedna velika medijska platforma pojavljuje u ulozi “kustosa” javnog diskursa (Gillespie 2010: 347), a taj svoj posao obavlja preko algoritama, pojedini autori ukazuju na to da je potrebno razmotriti kakava je „društvena moć tih algoritama“ (Reider et al. 2018: 50) i postaviti pitanje njihove

²⁸⁰ SupremeNexus (18. Oktobar 2018) *YOUTUBE UNIŠTAVA SOPSTVENU PLATFORMU?! Veliki problemi za sve kanale...* <https://www.youtube.com/watch?v=4qit2fHFcLk&list=WL&index=14&t=0s>

²⁸¹ Milicina Mama (15. Oktobar 2018) Spill the tea part.1 feat. Željko Petričević <https://www.youtube.com/watch?v=3RZ5BJwsvIg&list=WL&index=8&t=0s>

²⁸² Quinton Reviews (21. jun 2018) *Algorithm Killed the Video Star | Fallen Titans #5* https://www.youtube.com/watch?v=9e-WJHC_WRA&list=WL&index=2&t=0s

transparentnosti i odgovornosti (Machill et al. 2003; Pasquale 2015). Čini se da oni „orkestriraju“ odnose između različitih aktera (Reider et al. 2018: 52) jer upravo sami autori potvrđuju kako od algoritama zavisi sve od biranja sadržaja do njihovog odnosa sa publikom i sponzorima. Na kraju, algoritam utiče na definisanje koncepta privatnosti na *YouTube* jer upravo on rangira video sadržaje pa samim tim nameće određeni sistem vrednosti.

Rezultati ovog istraživanja upućuju na to da se pitanje privatnosti na *YouTube*-u itekako postavlja, iako se možda na prvi pogled može učiniti da *YouTube*, a pre svega vlog kao jedan od glavnih žanrova na toj platformi zapravo obezvređuje pravo na privatnost i jednostavno komoditizuje privatni život kao *reality* programi radi pregleda pa konačno i zarade. Autori različitih kanala u Srbiji eksplicitno pominju privatnost u različitim kontekstima i objašnjavaju kako vide podelu na privatno i javno. Svako od njih ocrtava svoje granice privatnosti na svoj način, pa jedni kažu da ne žele da snime svoju spavaću sobu jer je to njihov privatni prostor, drugi odbijaju da govore o svojim partnerskim odnosima, treći ne žele da otkriju koliko zarađuju a neki jednostavno ne snimaju ono što ne žele da pokažu ne ostavljajući gledaocima način da saznaju ni šta je to. *YouTube* za razliku od *reality* programa omogućava podešavanja privatnosti, odnosno kontrolu granica između privatnog i javnog. Autori svesno biraju da prikažu one elemente privatnog života i otkriju one informacije o sebi koje zaista žele da podele sa publikom dok sve ono što smatraju previše ličnim, neprimerenim ili sramotnim odlučuju da sačuvaju za sebe.

Pokazalo se da postoji čitav niz strategija da se vlog snimi tako da ne otkrije sve. One uključuju na primer biranje uglova, metode obfuskacije kao što je zamagljivanje delova slike, rezovi u montaži i slično. Samim tim što u proseku traje od 10 do 30

munuta, vlog nije *reality show* ili dvadesetčetvoročasovni *video stream* nečijeg života nego kratka autorska forma koja prikazuje elemente privatnog života onako kako to autor sam želi. On može biti realističan ali takođe može da bude potpuno neprirodan i pažljivo režiran.

Na osnovu toga koliko detalja iz svog privatnog života neko otkriva u svojim vlogovima i drugim videima mogu delimično da se naslute granice privatnosti, ali glavni zaključak do koga sam došla posmatrajući na hiljade videa autora iz Srbije i drugih zemalja je da svako ima svest o tim granicama i računa na njih. Neki autori iz Srbije otvoreno stavljaju svojim gledaocima do znanja da očekuju od njih da oni poštuju te granice i čini mi se da oni na taj način pokušavaju da ispišu neki novi bonton, to jest, uspostave pravila lepog ponašanja na *YouTube*-u jer ih niko pre njih nije izmislio.

Kršenje prava na privatnost u vlogu problem je ne samo vlogera u Srbiji nego i u ostatku sveta. Vlog je moguće snimiti tako da se ne ugrožava ničija privatnost, ali za tako nešto potrebno je više rada i više režije, pa bi to učinilo tu formu videa manje spontanom i vlogeri širom sveta snimaju u javnosti ne obazirući se mnogo na to da li će slučajno snimiti nekoga kome to može da smeta. Mnogi vlogeri vode računa o tome da ne snimaju druge ljude na bazenu ili na plaži mada i za to postoje izuzeci, ali na osnovu pregledanog materijala čini mi se da poštovanje tuđe privatnosti nije princip kog se vlogeri u Srbiji pa ni u drugim državama strogo drže. Kada je reč o drugim tipovima videa kao što je čitanje tuđih poruka, princip anonimnosti se u velikom broju slučajeva poštuje kako bi se sačuvala privatnost osoba čije se poruke čitaju, ali povremeno na *YouTube* dospeju i privatne prepiske bez skrivanja identiteta.

YouTube kao društvena mreža, dakle, relativizuje podelu na privatno i javno koju su imali tradicionalni mediji baš zbog toga što je interaktivna i zato što objavljeni sadržaji mogu da imaju ograničeni ili neograničeni domet pa tako budu privatni, javni ili dostupni samo jednoj grupi ljudi. Neki video koji je bio privatniji može da postane javan isto kao što i neki video koji je bio javan može da postane privatniji. Granice između privatnog i javnog zbog toga nisu čvrste nego se doimaju kao fluktuirajuće i

promenljive. Čini mi se da se ne može reći da su one nestale ili da su postale irelevantne, nego da su samo postale teže uhvatljive i da je potrebno računati sa tom njihovom promenljivom prirodom. Koncept podešavanja privatnosti, dakle, relevantan je za sve društvene mreže pa i za *YouTube* platformu koja omogućava autorima da odrede koje aspekte privatnosti žele da podele sa javnošću, pa i da konkretne objavljene sadržaje prevedu iz javnih u privatne ili da ograniče publiku koja može da ih vidi. Za razliku od tradicionalnih medija čiji su svi sadržaji nedvosmisleno javni, novi elektronski mediji omogućavaju slojevitost kategorija javno i privatno jer su istovremeno i društvene mreže. Oni su koncipirani tako da omoguće stepenovanje privatnosti, mada u realnosti autori, kao što se vidi na mnogim primerima, zapravo često gube kontrolu nad granicama privatnosti koje su sami postavili jer je svaki sadržaj koji jednom dospe na internet potencijalno neuništiv s obzirom na to da se može momentalno kopirati i deliti dalje. Drugim rečima internet nikada ne zaboravlja (Schaar 2009: 51) i na toj zajedničkoj mreži sve u stvari jeste zajedničko, ali ideja da se privatnost može podesiti znači da se bez obzira na to što je na internetu sve javno odnosi mogu organizovati tako da se u ono što neko smatra privatnim ne gleda i ne interveniše. Zbog toga autori u toj meri i raspravljaju sa svojom publikom oko sopstvenih granica privatnosti trudeći se da uspostave pravila ponašanja po kojima se te provizorne granice privatnosti poštuju.

Jedna od osobenosti čitanja *YouTube*-a kao medija ogleđa u tome da se mora uzeti u obzir promenljiva priroda sadržaja i njegova razuđena kompleksnost. Tako na primer jedan video ne može da se analizira ako se ne uzmu u obzir komentari, rejting, broj pregleda i povezanost sa drugim videima, a to su sve promenljivi delovi sadržaja. Sa druge strane, svaki sadržaj može da bude uklonjen, pa se tako dogodilo da je u toku mog istraživanja jedan kanal prestao sa radom i sa njega su uklonjeni skoro svi sadržaji. U tom konkretnom slučaju, sadržaj koji je bio javan, postao je privatn i više nije dostupan široj publici pa samim tim ne može biti referenca. Isto tako, poimanje privatnog i javnog za nekog konkretnog autora menja se tokom vremena i u zavisnosti

od okolnosti, a pošto je svaki kanal sadržaj koji se neprekidno razvija i menja, treba imati u vidu i tu konstantnu nedovršenost sadržaja.

Pradoksalno, iako je privatni život tačno ono što se kroz neki vlog plasira kao proizvod, on nije potpuna transparentnost već pažljivo konstruisani proizvod. Kao što se na nekim primerima vidi, publiku ne interesuje jednostavno nečija privatnost, nego atraktivan prizvod ili dobro upakovana privatna priča. Gledaocima se možda neće dopasti krupni plan poljupca jer je previše realan, ali im se može dopasti neka izmišljena priča ili izrežirana scena koja možda čak uopšte nije realna slika nečijeg privatnog života. U tom smislu privatnost koja se na *YouTube*-u prodaje nije nužno transparentnost ili realnost jer ona može i vrlo često jeste režirana, cenzurisana i ulepšana.

Međutim glavni problem *YouTube*-a načelno kao novog medija ili nove televizije čini mi se da je ogovornost za objavljeni sadržaj koji je potencijalno neuništiv. Sam *YouTube* ima mehanizme koji omogućavaju osobi kojoj je ugrožena privatnost da ukloni sadržaj sa platforme, ali ne postoji način da se spreči kopiranje i ponovno objavljivanje sadržaja. Slično tome, ako se neko nakon što objavi video predomisli i poželi da ga ukloni, može da se dogodi da se taj isti video kopira i ponovo objavi na drugim kanalima. Priroda digitalnih medija je takva da zbog neograničenih mogućnosti kopiranja i deljenja sadržaja nije uvek moguće potpuno ukloniti svaki digitalni trag nekog spornog sadržaja. Tokom pregledanja materijala, naišla sam na čitav niz videa, kako sam napred pokazala, koje su autori sami uklonili sa svojih kanala ali su kopije objavljivane na drugim kanalima tako da ti snimci nisu nestali sa platforme.

Pošto na *YouTube* platformi ima mnogo maloletnih autora, postavlja se pitanje ko je odgovoran za njihov sadržaj i kako uopšte zaštititi njihovu privatnost ako ni oni ni njihovi roditelji nisu svesni toga da sadržaj koji objavljuju nije za javnost, posebno s obzirom na to da nije uvek moguće predomisli se naknadno i povući sadržaj natrag u prvatnost. Iako koncepcija *YouTube*-a dozvoljava modifikaciju ili podešavanja privatnosti, odnosno kontrolisanje granica između privatnog i javnog pa i prevođenje

nekog sadržaja iz privanog u javni ili iz javnog u privatni, priroda digitalnog snimka koja je takva da on može da se umnoži toliko puta da praktično postaje neuništiv podrija tu bazičnu koncepciju *YouTube*-a.

Na kraju, značajan deo procesa komoditizacije privatnosti je odnos autor-gledalac u kome su oboje uključeni u proces rada. Oboje su korisnici *YouTube*-a koja zapravo nije ništa drugo nego platforma koja generiše sadržaj koji stvaraju korisnici. Tek ta povratna sprega između autora i gledalaca daje finalan proizvod pa je zato i odnos između njih privatniji, intimniji i intenzivniji nego između filmske zvezde i njenog obožavaoca koji je samo posmatra na svom ekranu. Kroz iskrenu i otvorenu komunikaciju, autor osigurava bolju povezanost i saradnju jer od gledaoca zavisi njegova zarada. Zbog toga se autori često bore da uspostave graničnu liniju privatnosti spram svoje publike, a pošto takvi odnosi nikada ranije nisu postojali, ove prve generacije vlogera same uspostavljaju pravila igre i pravila ponašanja ali uvek zajedno sa gledaocima koji takođe imaju moć da donose odluke jer od njihovog delovanja zavise i sami vlogeri. Ali pošto odnos moći između gledalaca i autora nije simetričan, pa ni komunikacija nije direktna i nije uvek u formi dijaloga, dolazi do takvih sukoba između dve strane u kojima se granice privatnosti otimaju kontroli. Autor je ponekad prinuđen da bira između bagatelisanja svoje privatnosti i gubljenja pratilaca a potencijalno i gubljenja kanala, a gledaoci se ponekad osećaju eksploatisano, iznevereno i zanemareno.

Ova analiza procesa komoditizacije privatnosti na *YouTube*-u otvara neka šira pitanja. Problematična je čitava koncepcija prekarnog digitalnog rada i odnosa između ove dve vrste radne snage (autora i gledalaca koji rade za njih) i odnosa između same platforme i svih njenih korisnika koji neki autori poput Fuksa smatraju eksploatatorskim (Fuchs, 2014:169). Ovo istraživanje pokazalo je koliko je besplatan rad gledalaca važan za autore kanala na *YouTube*-u i na koje načine oni bivaju angažovani i uključeni u proces kreiranja sadržaja, a da sami nemaju nikakvu materijalnu korist. Pokazalo se takođe i da sami autori rade na građenju odnosa sa gledaocima, a ne samo na svom sadržaju, te da su zapravo oni sami glavni proizvod a ne sadržaj koji oni

kreiraju. To potvrđuje teorije koje kažu da je savremeni rad zapravo komunikacija (Kuhnet *al.* 2017) i da su granice između rada i zabave zamagljene (Fuchs 2014: 53).

Čini mi se da je princip funkcionisanja *YouTube* platforme koji je zapravo determinisan tajnim algoritmom takođe problematičan. Naime tajni algoritam je zapravo veštačka inteligencija koja se hrani privatnim podacima korisnika platforme, to jest, meta podacima. Pitanje kakve posledice po privatnost i uopšte ljudskost ima sve veće oslanjanje na veštačku inteligenciju i razvijanje „algoritamske kulture“ postavili su mnogi autori (Striphas 2015; Roberge i Seyfert 2016; Gillespie 2016; Beer 2016; Hutchinson 2017). Čini se da od algoritma zavisi ne samo to kome će sadržaj biti plasiran, kako će se on rangirati na *YouTube*-u i da li će ući u takozvani „trending“²⁸³, nego i to kako će, šta i kada autori snimati kako bi ih algoritam dobro pozicionirao i obezbedio im preglede. Kao što je već pokazano u prethodnom poglavlju, algoritmi zahtevaju neku vrstu dodatnog ljudskog rada. S obzirom na to da se način na koji funkcionišu drži u tajnosti, autori priznaju da provode vreme pokušavajući da dokuče kakve sadržaje oni bolje pozicioniraju i zbog čega, koja dužina videa je optimalna, u koje vreme je najbolje objaviti sadržaj i kojom dinamikom treba postavljati nešto novo na svoj kanal. Oni onda modifikuju svoj način rada prema algoritmu koji na taj način ograničava njihovu slobodu, kreativnost pa i privatnost. Algoritam zapravo utiče na to da li će neki autor ili autorka govoriti brže ili sporije, imati duže ili kraće videe i pričati o više ili manje intimnim pitanjima. Činjenica da se mogu markirati globalni i trendovi zahvaljujući kojima na stotine ili hiljade autora govore o istim stvarima, konzumiraju iste proizvode ili snimaju isti tip videa govori o tome kako algoritmi utiču na to da ljudska radna snaga na neki način oponaša veštačku inteligenciju, pa autori koji liče jedni na druge, ponašaju se slično, govore slično i imaju slične životne stilove počinju da izgledaju kao fabrički proizvodi, ali i da sami rade kao mašine. Na nekim društvenim

²⁸³ Trending na *YouTube*-u je top lista najgledanijih i najdeljenijih videa na platformi koja se konstantno menja i razlikuje se od države do države.

mrežama poput *Instagram*-a već postoje influenseri – veštačke inteligencije²⁸⁴, ali čini se da i ostali influencefi poprimaju neke odlike veštačke inteligencije jer su prinuđeni da se prilagode algoritmu.

Pitanje privatnosti takođe je uslovljeno algoritmom jer, kao što je pokazano, na odluke autora o tome kako će definisati svoje granice privatnog, onosno koji deo svoje intime će podeliti sa publikom bitno utiče algoritam koji kategorizuje i rangira sadržaj na platformi. U tom smislu, rezultati ovog istraživanja pokazuju kako se u realnosti pokazuje moć algoritama, odnosno kako oni regulišu samu realnost (Cheney-Lippold 2017).

IV ZAVRŠNA RAZMATRANJA

Iako je u teorijskom smislu, modernistički koncept privatnosti koji je u sedamnaestom veku utemeljio Džon Lok osporen, čak ni feministička teorija koja je pokrenula kritiku ovog koncepta nije sasvim odbacila fenomen privatnog kao izlišan ili prevaziđen. Ali na koji način se o pojmu privatnosti uopšte još može govoriti ako on više nema jasnu definiciju (Bennett 2008: 2), ako informacione tehnologije stalno postavljaju nove izazove pred zaštitu privatnosti podataka i ako se više ništa ne može striktno podvesti pod kategoriju privatnog uključujući telo, seksualnost, porodicu pa ni DNK? Može li uopšte biti privatnosti na internetu koji je, kao što jedna od mojih sagovornica kaže „naša mreža“ koju „zajednički gradimo“?

²⁸⁴ Medium Corporation: Forstmann, D. (2018) “The Rise of Cyber Models and AI Accounts on Instagram” <https://medium.com/datadriveninvestor/the-rise-of-cyber-models-and-ai-accounts-on-instagram-82c096a8fce1> (Pristupljeno 20.12.2018)

Ovo istraživanje bilo je zamišljeno i kao potraga za teorijskim konceptom koji bi mogao da objasni „fluidnost“ kategorija privatno i javno i fenomen privatnosti na internetu kao jednom *apriori* javnom prostoru. Pošla sam od ideja Helen Nissenbaum koja je tvrdila da je relevantno govoriti o privatnosti u javnom prostoru jer se nešto može definisati kao privatno samo unutar određenog konteksta (Nissenbaum 2010) i Kristine Nippert-Eng čije etnografsko istraživanje u Americi pokazalo da danas ima smisla govoriti o nekakvim privremenim „ostrvima privatnosti“ pre nego o jasno razgraničenim kategorijama privatno i javno (Nippert-Eng 2010). S obzirom na to da su informacione tehnologije oblikovale svet u kome živimo i postale deo naše svakodnevice (Radivojević 2017), smatrala sam da odgovor na pitanje šta je privatnost danas treba tražiti u samim praksama korišćenja ovih tehnologija. Rezultati terenskog istraživanja podeljenog u tri celine ukazali su na to da koncept „podešavanja privatnosti“ koji koriste kompanije kao što su *Facebook*, *Microsoft* i *Google* da opišu određenu funkciju koja omogućava personalizaciju profila i individualno definisanje granica privatnosti na društvenim mrežama, internet pretraživačima ili operativnim sistemima zapravo može da se upotrebi kao teorijski koncept koji ilustruje na koji način se danas struktura podela na privatno i javno. Čini mi se da koncept „podešavanja privatnosti“ objašnjava savremeni koncept privatnog ne samo na internetu nego i uopšte, i rekla bih da se to pokazalo u rezultatima mog istraživanja.

Kroz razgovore sa ispitanicima i analizu videa na *YouTube* platformi pokazalo se da upravo koncept „podešavanja“ objašnjava kako se danas pristupa problemu zaštite privatnosti. Pokazalo se da je sam pojam privatno veoma inkluzivan jer obuhvata čitav niz elemenata uključujući misli, telo, seksualnost, partnerske odnose, versko opredeljenje, šife za pristup raznim servisima na internetu ili korišćenje bankovnih kartica, informacije o zaradi, porodični odnosi, fotografije sa letovanja, ispijanje kafe u kafiću, vožnja javnim prevozom, izlazak u grad ili odlazak u toalet na radnom mestu. Čini mi se da se pokazalo da bilo šta u vezi sa nečijim životom može, ali i ne mora biti okarakterisano kao privatno, a čak i ako je svrstano u tu kategoriju, to može biti samo

privremeno i samo u odnosu na određenu grupu ljudi, u zavisnosti od toga kako se urede „podešavanja privatnosti“.

Način na koji se koriste ta podešavanja na društvenoj mreži *Facebook* dočarava ovu slojevitost i fluidnost kategorija privatno i javno. Jedna od ispitanica je opisala kako su podešavanja privatnosti fotografija sa letovanja na kojoj su ona i njena devojka zagrljene konfigurisana tako da ih njena majka i članovi porodice ne vide, ali ih zato vide svi ostali njeni „*Facebook* prijatelji“ i „*Facebook* prijatelji“ njene devojke. U ovom slučaju radi se o informaciji koja je istovremeno javna i privatna. Paradoksalno, jedan te isti podatak ili skup podataka može da bude delimično javan i delimično privatn, tako da se ne može svrstati ni u jednu od dve kategorije. Ovaj primer pokazuje da je važno ne samo šta je privatno nego i za koga i u kom vremenskom periodu je privatno.

U širem smislu, podešavanja privatnosti na internetu obuhvataju i neke druge funkcije kao što je na primer podešavanje „vidljivosti“ na mreži, odnosno, sakrivanje ili otkrivanje informacija o tome da li je neko na mreži ili nije, pre koliko minuta je bio na mreži i da li je pročitao poruku ili nije. Ovakve informacije neki ispitanici smatraju privatnima a neki javnima, a kada imaju mogućnost da odaberu da li će ih sakriti ili otkriti, oni zapravo imaju moć da odluče kako će ih kategorizovati. Koncept podešavanja privatnosti omogućava da se ograniči pristup određenim informacijama na određeni vremenski period ili za određene grupe ljudi. Iako se koristi samo u oblasti informacionih tehnologija, mislim da je ovaj koncept značajan i van tog konteksta jer reafirmiše i daje novi legitimitet pitanju privatnosti i unutar i van tradicionalno privatnih zona doma i porodice. On dakle ima smisla i kada se tradicionalna podela potpuno odbaci i kada se umesto dva razdvojena domena pretoče u jedan javni domen u kome je moguće praviti različite konfiguracije privatnosti.

Uprkos tome što je internet zapravo javan, pojedinci pronalaze svoje male strategije da sačuvaju privatnost na internetu, bilo da im je cilj da se sakriju od svojih bližnjih, od kolega na poslu, prijatelja ili čitavog sveta. Oni su u tome ograničeni limitiranim mogućnostima same tehnologije i limitiranosti međunarodne i domaće

pravne regulative. I dok se jedni teše činjenicom da nisu interesantni nikome ili da će njihove privatne stvari ostati neprimećene u obilju različitih podataka na internetu, drugi pokušavaju da se izbore za svoje privatne virtuelne prostore kreirajući različite strategije zaštite.

Mnogi moji ispitanici i *YouTube* autori govorili su o složenim i personalizovanim konfiguracijama privatnosti. Fabijan je na primer definisao privatnost kao ono što može a ne mora da se deli sa drugima i da ta odluka treba da zavisi od pojedinca, a pojedini *YouTube* autori poput Ružice Rupiće i Bogdana Ilića objasnili su kako oni postavljaju svoje granice svoje privatnosti na javnoj platformi tako što sami biraju koje segmente svog privatnog života će snimiti i objaviti na svojim kanalima. Međutim, kako na *YouTube*-u, tako i u svakodnevnom životu, pojedinci se suočavaju sa poteškoćama definisanja svojih granica privatnosti i sprovođenjem strategija za odbranu tih granica.

Kada je reč o interpersonalnim odnosima, oni su u velikoj meri posredovani elektronskom komunikacijom i odvijaju se u javnom prostoru interneta u kome ispitanici traže svoje džepove privatnosti iako su svesni činjenice da internetu ništa zaista nije privatno kao takvo. Nihovi napori usmereni su na obezbeđivanje parcijalne, privremene i kontekstualne privatnosti. Kada koriste privatni čet da bi razgovarali sa jednom ili više osoba, oni polaze od toga da će taj razgovor biti dostupan osobama koje u njemu učestvuju i eventualno trećim licima koje rade za kompanije koje trguju podacima ili su predstavnici organa vlasti, ali da neće biti vidljiv svim njihovim prijateljima i članovima porodice. Takođe, kada objavljuju nešto na profilima svojih društvenih mreža, oni kontrolišu kome će taj sadržaj biti dostupan, odnosno da li će biti potpuno javan ili delimično javan, to jest, namenjen samo određenoj grupi „prijatelja“.

Ispitanici sa kojima sam razgovarala o interpersonalnim odnosima, može se reći, žive svoje živote *online*, odnosno na mreži jer su gotovo sve njihove svakodnevne aktivnosti isprepletane sa tehnologijom. Paulina je doslovno povezana sa svojim *smart* telefonom i laptopom dvadeset i četiri sata dnevno jer internet koristi za posao, komunikaciju, zabavu, snalaženje u gradu, pa čak i za uspavlivanje. Neki od njih

provode sate igrajući video igre, a pojedini čak koriste smart narukvice koje mere aktivnosti ili imaju veliki broj aplikacija na svojim telefonima koristeći ih za sve od novčanih transakcija do razmene dokumenata sa kolegama sa posla i slušanje muzike. Pa ipak, svi oni imaju svoje strategije za čuvanje bar jednog dela svoje privatnosti. Za njih je važno ne samo to šta je privatna informacija nego i za koga je ona privatna. Tako, na primer, neki od njih dele svoje fotografije sa partnerima sa pratiocima na *Instagram-u*, ali ne i sa „prijateljima“ na *Facebook-u*, a pojedinci otvoreno govore o svojim homoseksualnim vezama pred kolegama i prijateljima, ali je zato kriju od roditelja i familije.

Mnogi od njih dali su mi veoma kontradiktorne izjave o privatnosti. Neki ispitanici zastupali su stav da je privatnost nešto negativno, ali su takođe priznali da postoje situacije u kojima im je privatnost veoma važna kao na primer kada odesnu u hotelsku sobu, isprobavaju odeću u kabinama radnji, ili kada žele da sakriju neku tajnu od članova porodice. Pojedinci idu toliko daleko da tvrde kako je privatnost „iluzija“ i da je čovekova potreba da bude društveno biće mnogo veća od potrebe za privatnošću, pa ipak takođe priznaju da opsesivno čuvaju sve svoje šifre i smatraju da je ono što se dešava između njegova „četiri zida“ samo njihovo. Njima nasuprot, neki veoma oštro brane koncept privatnosti povezujući ga sa konceptom slobode, ali paradoksalno, žive veoma bogate društvene živote i zapravo vrlo malo toga zadržavaju za sebe. Čak i oni koji ističu značaj prava na privatnost, paradoksalno i otkrivaju do koje mere ih plaše sistemi nadzora na internetu, zapravo žive prilično nezaštićen život na mreži koji i sami opisuju kao život u kući u kojoj nikada nisu zatvoreni svi prozori i u koju uvek može da se uđe.

Pre nego što sam započela terensko istraživanje očekivala sam da ću od svojih sagovornika čuti mnogo više interesantnih priča o tome kako brane svoju privatnost i saznati za mnoge inovativne metode zaštite uključujući enkripciju, posebne programe, aplikacije, pretraživače i korišćenje privatnih servera, pa i veoma zamršenih trikova za podešavanje privatnosti na društvenim mrežama. Ipak, iznenadila sam se kada sam

otkrila da svi oni baš kao Paulina žive u kućama sa nezastakljenim prozorima, uključujući pojedince koji imaju zavidno znanje o mogućnostima zloupotrebe i najnaprednijim softverskim ili hardverskim rešenjima za zaštitu privatnosti. Neki sagovornici su mi otkrili metode i servise za koje do tada nisam čula (*TeamSpeak* platforma za komunikaciju kreirana tako da obezbedi maksimum privatnosti i *Tutanota* imejl servis sa automatskom enkripcijom), ali iznenadila sam se kad sam od njih čula da zapravo uopšte ne vode računa o svojoj privatnosti na internetu i koriste sve one aplikacije i servise za koje smatraju a su nedovoljno bezbedne. Svi sagovornici imaju vrlo malo (ako uopšte) nekakvih pravih strategija za zaštitu privatnosti na internetu i uglavnom koriste „ono što svi koriste“. Strategije postoje, ali uglavnom nisu inventivne i uglavnom su bazične, kao na primer čuvanje šifara u glavi ili na papiru a ne u internet brauzeru, delimična podešavanja privatnosti na *Facebook*-u, korišćenje „inkognito taba“ na *Google*-u i slično. Niko od njih se ne odriče usluga koje pružaju velike kompanije kao što su *Microsoft*, *Google* ili *Facebook* jer bi pronalaženje alternativnih servisa zahtevalo više vremena i truda. Osim toga, pokazalo se da to koji će kanali komunikacije biti u upotrebi ne zavisi od pojedinaca već od „većine“ jer svi koriste društvene mreže i aplikacije koje imaju njihovi prijatelji, a ne one koje oni procene kao bezbedne ili njima prijemčive. Očekivala sam da ću upoznati više ljudi koji koriste alternativne operativne sisteme kao što je *Ubuntu*, alternativne internet preraživače kao što je *Mozilla* ili alternativne aplikacije za komunikaciju kao što su *Telegram* i *Signal*. Samno troje njih koriste zaštitu za kamere iako su svi ispitanici priznali da su obavešteni o tome da se kamere mogu uključiti iz daleka i bez njihovog znanja.

Ispitanici na različite načine opravdavaju takav pristup zaštiti privatnosti na internetu. Neki uopšte ne razmišljaju o bilo kakvim strategijama jer nisu obavešteni o njima, a nisu sasvim sigurni ni šta znači pojam privatnost i nikada ga do sada nisu povezivali sa konceptom interneta. Čak i oni koji su tehnološki najpismeniji smatraju da se ulaganje truda ili eventualno novca u strategije zaštite ne isplati jer su mogućnosti za zaštitu privatnosti veoma ograničene i ni jedna zaštita nije sasvim sigurna. Imala sam

utisak da svi oni smatraju da su primorani da tehnologiju koriste uz minimum privatnosti ili potpuno lišeni privatnosti, a neki od njih se osećaju bespomoćno i ucenjeno jer ne vide adekvatna rešenja. Svi oni uviđaju da su ograničeni mogućnostima za zaštitu privatnosti koje su na raspolaganju. Neki od njih otkrili su kako su zbog svog okruženja prinuđeni da koriste aplikacije koje smatraju intruzivnima kao što je na primer *Facebook Messenger*, i to za privatnu i poslovnu komunikaciju iako su nezadovoljni zbog toga što ova aplikacija otkriva informacije o tome kada je ko *online*, a neki čak priznaju da ne vide smisao sakrivanja svoje lokacije na primer na *Google-u* jer smatraju da takve informacije mogu da se saznaju i zloupotrebe čak i ako ona onemogućí GPS usluga na telefonu.

Interesantno je da svi ispitanici, pa čak i oni koji priznaju da su paranoični pristaju na to da preko interneta dele ogroman broj privatnih podataka uključujući svoje šifre za kreditne kartice, nage fotografije i vrlo lične ispovesti iako su svesni toga da su sve te informacije dostupne drugim ljudima. Neke od njih teši činjenica da oni te ljude ne poznaju, a neki misle da „nikome nisu zanimljivi“ i da „nemaju šta da sakriju“. Pojedinci tvrde da je to što će neke kompanije ili tajne službe čitati njene beskrajne prepiske ili koristiti informacije o njenim potrošačkim sklonostima za svoje kampanje najmanji problem sa kojim se ljudi u Srbiji suočavaju na svakodnevnom nivou, pa time pitanje privatnosti podataka na internetu devalvira i dobija marginalan značaj. Čak i oni ispitanici koji tvrde da često razmišljaju o privatnosti na internetu kažu da je to pitanje za njih potpuno irelevantno jer im je mnogo važnije to što im informacione tehnologije omogućavaju komunikaciju sa najbližima koji žive daleko. Veliki broj njih smatra da korišćenje ovih tehnologija donosi mnogo veću dobit a da se gubitak privatnosti čini kao zanemarljiva negativna posledica koja zapravo ne donosi neka vidljiva oštećenja.

Istražujući pitanje zaštite privatnosti na internetu u kontekstu *online* komunikacije, otkrila sam da su se i sami interpersonalni odnosi transformisali zahvaljujući informacionim tehnologijama. Promenio se način na koji se upoznaju partneri i prijatelji, promenile su se navike u komunikaciji sa članovima porodice i

familije, a promenile su se i strategije održavanja svih tih različitih odnosa, ne samo na daljinu nego i na blizinu. Tehnologija se pojavljuje kao posrednik u svim tim odnosima, a ponekad je i noseći stub za veze koja ne bi bile moguće bez interneta. Odnosi se manje ili više uspešno održavaju uprkos manjim ili većim razdaljinama, prijateljstva i partnerske veze više nisu uslovljene geografskim položajem niti zatvorene u određene socijalne krugove jer se mogu sklapati *online*, ali čak i oni koji žive u istom gradu ili čak u istom stanu često se druže i komuniciraju upravo preko interneta umesto da to čine uživo.

Svi ti odnosi uslovljeni su ograničenjima ali i mogućnostima samih tehnologija, bar u onoj meri u kojoj se odvijaju *online*. A online komunikacija donosi neka nova pravila, a možda čak, kao što neki ispitanici sugerišu, i nova pravila bontona. Jedna od ključnih odlika ove komunikacije je permanentni kontakt (Campbell 2013) jer se konverzacije po pravilu ne završavaju kao, na primer, telefonski pozivi, već ostaju permanentno nedovršene i konstantno se nastavljaju. Za „privatnu“ komunikaciju ispitanici najviše koriste formu četa, ali takođe koriste i video pozive, audio pozive ili glasovne poruke, a za „javnu“ komunikaciju na društvenim mrežama koriste se komentari i lajkovi. Zbog svoje nedovršene forme, *online* komunikacija ima tendenciju da zaposedne mnogo vremena, a neki primeri pokazuju i kako to može postati svojevrsan mehanizam kontrole, recimo roditelja nad decom. Za razliku od klasičnih formi komunikacije kao što su pisma i telefonski razgovori, *online* komunikacija je multimedijalna i dozvoljava razmenu informacija u slici i reči ili kroz muziku, video ili bilo koji drugi medijski sadržaj. Neki elementi te komunikacije kao što su stikeri, emotikoni i lajkovi su nastali na društvenim mrežama i online platformama za komunikaciju i, kao što se pokazalo, često služe tome da skrate konverzaciju ili pojačaju emocije koje se ne vide iz pisanog teksta. Razgovarajući sa svojim sagovornicima, stekla sam utisak da se bore da stvore nekakav svoj metod korišćenja novih tehnologija za svakodnevnu komunikaciju ali se ona često doima kao nešto nesavladivo. Mnogi kažu da im je teško da odgovore na sve poruke koje im tokom dana stignu i da stalno traže

vreme za to i iznalaze načine da skrate konverzacije, filtriraju ih ili ih potpuno zaobiđu. Neki su mi dočarali kako čet konverzacije mogu da dovedu do malih i velikih nesporazuma, pa i do sukoba ili potpunih prekida odnosa i otkrili mi da su morali da na sopstvenim greškama uče kako da pravilno komuniciraju na taj način a da izbegnu nesporazume i sukobe. Pošto se radi o novijim tehnologijama koje se stalno menjaju i unapređuju, ne postoje utvrđena pravila njihovog korišćenja, već se ona grade u hodu.

U toku samog istraživanja, ispostavilo se da se trendovi i prakse korišćenja tehnologija stalno menjaju zajedno sa samim tehnologijama koje se stalno unapređuju. Zbog toga se i samo istraživanje čini nedovršeno i nedovršivo. Pokušala sam da u vremenu uhvatim jedan neuhvatljiv i promenljiv fenomen, ali čini mi se da je upravo činjenica da se radi o jednom takvom promenljivom fenomenu jedan od bitnih zaključaka ovog istraživanja. Informacione tehnologije i njihova "podešavanja privatnosti" stalno evoluiraju i transformišu se, pa zato i privatnost treba shvatiti kao nešto „fluidno“ (Bauman i Lyon 2015) i promenljivo, a ne kao neku statičnu kategoriju.

Još jedan paradoks je to što informacione tehnologije koje su istovremeno i tehnologije nadzora i koje s jedne strane otvaraju tradicionalno privatne prostore prevodeći ih u javne ili omogućavajući da se najskrovitije kutkove zaviri pomoću kamera, mikrofona ili senzora, a sa druge strane generišu ogromne količine podataka o samim korisnicima tih tehnologija zapravo takođe mogu da se koriste upravo za kreiranje novih privatnih zona. Mnogi ispitanici rekli su mi kako koriste tehnologiju da se osame, izoluju, sačuvaju neke tajne ili pobegnu od svog okruženja u neki svoj svet. Otkrivajući mi svoje strategije korišćenja tih tehnologija, dočarali su mi koliko je komuniciranje preko interneta diskretno jer, na primer, dijalog sa partnerom može da se vodi tako da o tome roditelji ništa ne znaju, ili se pak istovremeno može flertovati (ili zabavljati) sa više osoba a da te osobe to ne saznaju. U nekim slučajevima tehnologija može da poveća fizičku distancu i tako omogući veći stupanj privatnosti unutar porpdice ili unutar jednog stambenog prostora.

U kontekstu rada, informacione tehnologije koje su postale neophodno oruđe za obavljanje većine poslova istovremeno su sredstva za kontrolu radnika jer nude čitav dijapazon metoda za monitoring od video nadzora do softvera za merenje radnog vremena i efikasnosti radnika, ali te iste tehnologije omogućavaju radnicima da rade izvan kancelarije (u svom domu, kafiću, hotelskoj sobi, u parku itd.) i time budu pošteđeni od oblika nadzora koji su obično prisutni u kancelarijama. Neki od ispitanika koji rade od kuće ili u modernim kompanijama u kojima radnike kontrolišu softveri a ne direktno njihovi nadređeni ističu kako danas na poslu imaju mnogo više privatnosti nego u vreme kada su radili druge, tradicionalnije tipove poslova poput prodavanja robe u butiku ili predavanja u školi. Paradoksalno, informacione tehnologije koje bez obzira na osnovnu funkciju uvek mogu da služe i kao tehnologije nadzora pa samim tim ugrožavaju privatnost, istovremeno generišu potpuno nove tipove poslova koji radnicima omogućavaju veću slobodu kretanja i bolju zaštitu privatnosti nego većina tradicionalnih poslova.

Ipak, ovde se radi o privatnosti u odnosu na neposredno okruženje, a ona se uvećava nauštrb privatnosti podataka koja je u kontekstu novih tipova poslova ugroženija nego ikada jer informacione tehnologije generišu velike količine privatnih podataka. Dok neki ispitanici tvrde da im računari i mobilni telefoni omogućavaju veću privatnost i slobodu rada nego ikada ranije, drugi pokušavaju da pokažu kako je ta sloboda lažna a da privatnosti zapravo nema jer tehnologije koje prate učinkovitost radnika idu toliko daleko da možda čak zadiru u privatnost misli, kako primećuju pojedini ispitanici, jer one beleže svaki pokret, svaku napisanu reč, svaku usput načinjenu grešku i brzinu pritiskanja tipki na tastaturi.

Nadzor se preliiva sa radnog mesta i, uopšte, domena rada na domen privatnog pre svega zato što informacione tehnologije omogućavaju generisanje i praćenje velikih količina privatnih podataka, pogotovo zbog toga što se isti uređaji poput mobilnih telefona i računara koriste za poslovne i privatne svrhe. Ispitanici govore o tome kako često koriste službene računare i telefone za lične potrebe i na poslu i kod kuće, a

upravo tu se najintenzivnije prepliću privatno i poslovno. Tehnologija omogućava tajni, nelegitimni nadzor putem praćenja privatnih prepiski i privatnih aktivnosti na društvenim mrežama i različitim *online* platformama. Mnogi ispitanici su svesni da su ovakve prakse nadzora moguće iako ne mogu uvek da im uđu u trag niti da ih dokažu. Neki od njih su zbog toga uvek na oprezu i na internetu se ponašaju kao da su nadgledani, bilo da obavljaju neki radni zadatak, komuniciraju sa partnerima, članovima porodice ili prijateljima, ili se čak zabavljaju tako što gledaju neku seriju, kupuju neku knjigu ili igraju neku video igru. Istraživanje je pokazalo kako se mnogi radnici osećaju nelagodno kad na poslu moraju da obavljaju neke privatne obaveze ili slobodne aktivnosti, kao i kad kod kuće, u svom privatnom abijentu ili na svom privatnom računaru moraju da rade svoj posao. Neki od njih nisu zabrinuti za svoje pravo na privatnost jer se nadaju da njihovi nadređeni nemaju vremena da se bave nadgledanjem njihovih privatnih prepiski i slobodnih aktivnosti ili da nemaju nikakav interes da to rade.

Drugi bitan način na koji tehnologija omogućava rušenje granica između poslovnog i privatnog je korišćenje društvenih mreža kao baza privatnih podataka o zaposlenima ili potencijalnim kandidatima za neko radno mesto. Pojedini ispitanici i ispitanice govore o interesu poslodavaca za to kakvi su njihovi radnici ili potencijalni zaposleni „privatno“ jer su zainteresovani za određene tipove ličnosti ili radnike koji imaju određene ambicije. Zbog toga oni koriste informacije koje dobijaju sa „privatnih“ profila na društvenim mrežama a zatim ih uz pomoć stručnjaka iz oblasti psihologije analiziraju i na osnovu tih analiza prave odabir. Neki ispitanici su ukazali na to da se osećaju nelagodno zato što se njihovi profili koje doživljavaju kao nešto privatno tajno analiziraju kako bi se procenile njihove poslovne sposobnosti, a neki čak smatraju da ih takav mehanizam regrutacije radnika primorava da se „izlože“ tako što će uopšte napraviti profile na društvenim mrežama iako to ne žele upravo zato što visoko vrednuju privatnost. Osim rada na pisanju biografije ili motivacionih pisama i pripremanju dokumentacije koja ih preporučuje za neki posao, potencijalni kandidati

moraju da rade i na svom *online* prisustvu, odnosno da kreiraju svoja „privatna“ porfolija na internetu koja bi trebalo da potencijalnim poslodavcima predstavljaju njihove ličnosti.

Pokazalo se da ispitanici prave razliku između legitimnog i nelegitimnog nadzora na radnom mestu. Kao nelegitimni nadzor oni obično karakterišu nekakav tajni nadzor za koji nisu uvek sigurni da postoji niti znaju na koji način se on sprovodi. Svesni da su možda uvek pod prismotrom, pa čak i kada obavljaju privatne razgovore, neki od njih su uvek na oprezu, a neki se teše činjenicom da njihovi privatni životi verovatno „nisu dovoljno interesantni“ da bi se neko od nadređenih njima bavio. Iako većina ispitanika nije upućena u zakonsko određenje prava na privatnost, svi oni, čini se, razmišljaju o granicama privatnosti jer često govore o tome šta je za njih previše „napadno“ ili „nepotrebno“ uplitanje u privatni život. Oni na izvestan način ipak ocrtavaju sopstvene granice privatnosti pa čak i kreiraju svoje male strategije za zaštitu podataka na privatnim ili poslovnim računarima i telefonima ili čak za neku vrstu fizičke izolacije, recimo u *open space* kancelarijama. Međutim, ispitanici su svesni da su njihove mogućnosti zaštite privatnosti na radnom mestu uvek samo delimične jer su ograničene samom tehnologijom i uslovljene njihovim položajem u hijerarhijskom poretku kompanije.

Sa druge strane, mnogi ispitanici opravdavaju određene tipove nadzora jer ih doživljavaju kao nešto korisno za sebe ili za čitav kolektiv. Od bezbednosnih kamera do softvera koji mere radno vreme i učinkovitost, mnogi sistemi nadzora opravdani su time što nauštrb privatnosti donose druge dobrobiti. To upućuje na takozvani *tradeoff* argument (Solove 2011) prema kome je potrebno odreći se privatnosti zarad drugih vrednosti ali ne dozvoljava mogućnost da je različite vrednosti moguće paralelno održavati.

Bez obzira na to da li se radi o privatnim ili državnim institucijama, domaćim ili stranim firmama ili čak online platformama, čini se da je privatnost nisko na listi prioriteta radnika u Srbiji koji pre svega razmišljaju o visini plate i osnovnim uslovima

za rad. Kada razmišljaju o privatnosti na radnom mestu, jedni govore isključivo o sistemima nadzora, a drugi govore i o „intruzivnosti“ kolega koje imaju „preteran“ interes za njihov privatni život. Pokazalo se da u mnogim stranim firmama radna etika pored ostalog podrazumeva i prihvatanje „zapadnog“ koncepta privatnosti koji podrazumeva da radnici imaju neku vrstu distance između sebe dok su istovremeno posvećeni obavljanju svojih radnih zadataka, dok u domaćim privatnim firmama ili državnim institucijama uspeh na poslu često ne zavisi samo od efikasnosti obavljanja posla nego i od položaja koji se gradi kroz odnose sa kolegama, a to onda podrazumeva i uplitanje tema iz privatnog života u poslovne konverzacije. Pokazalo se da u zapadnim kompanijama koje zahtevaju veću efikasnost i veću distancu među radnicima postoji intenzivniji digitalni nadzor koji se zatim opravdava visinom plate, većom bezbednošću radnika i načelno boljim uslovima za rad.

Međutim, razgovarajući sa ispitanicima, došla sam do zaključka da se i pitanje razgraničenja radnog i slobodnog vremena takođe tiče privatnosti radnika. Informacione tehnologije koje omogućavaju veću fleksibilnost i mobilnost rada (Boltanski i Chiapello 2007; Relja i Šuljug 2010; Radivojević 2017) istovremeno otežavaju postavljanje i održavanje granica između poslovnog i privatnog prostora ili vremena. Napraviti balans između života i rada veoma je kompleksan zadatak upravo zato što tehnologija omogućava neprekidnu komunikaciju između radnika i poslodavaca, ali i zato što je posao moguće obavljati od kuće ili sa bilo kog drugog mesta. Neke kompanije same na sebe preuzimaju odgovornost da radnicima obezbede ovaj balans, dok druge zloupotrebljavaju činjenicu da radnici nemaju veliku mogućnost izbora pa ih primoravaju da pristanu na loše uslove rada.

Pokazalo se da u domaćim kompanijama i institucijama u kojima su kolegijalni odnosi često okarakterisani kao „intruzivni“ postoji takođe problem „ortačke“ raspodele poslovnih obaveza, pa samim tim i nesrazmera između rada i slobodnog vremena. Za razliku od tog radnog okruženja, zapadne kompanije u kojima se vodi računa o tome da radnici intenzivnije i efikasnije rade pod većim nadzorom često nude

bolje uslove za rad i više slobodnog vremena. Ali čak i ispitanici koji rade u takvim kompanijama ili imaju sopstveni biznis koji vode od kuće suočeni su sa izazovima i priznaju da imaju poteškoće da upostave ravnotežu između rada i odmaranja. Sam rad menja se pod uticajem informacionih tehnologija i ima tendenciju da zaposedne slobodno vreme. To se najbolje pokazuje na primerima ispitanika čiji posao podrazumeva održavanje profila na društvenim mrežama. Ti primeri ilustruju kako društvene mreže čije funkcionisanje je uređeno tajnim algoritmima nameću potrebu da se njihovi korisnici stalno prilagođavaju tim algoritmima, a da bi u tome bili uspešni oni takođe moraju da se bave odgonetanjem samih algoritama. Sara i Lea isutruju kako uplitanje veštačke inteligencije u proces rada zahteva drugačiji angažman ljudske radne snage, veliku prilagodljivost radnika stalnim tehnološkim promenama i praktično neprekidni rad. U tom pogledu, ljudska radna snaga počinje da poprima oblike automatizovane radne snage jer ljudski rad počinje delimično da oponaša algoritam.

Istraživanje platforme *YouTube* pokazalo je da autori na ovoj platformi takođe osećaju potrebu da neprekidno rade na razotkrivanju tajnog algoritma, da funkcionišu zajedno sa njim, prilagođavaju mu se i da ga čak donekle oponašaju. Čini se da posao jednog autora nije samo to da kreira nekakav sadržaj već i da ide ukorak sa algoritmom tako što stalno radi na tome da otkrije kako on funkcioniše, odnosno kakve sadržaje on favorizuje a kakve marginalizuje. To ne samo da utiče na slobodno vreme autora kao što su pokazali ispitanici na temu rada, već takođe direktno utiče na sadržaj samih videa. Pošto algoritam filtrira sadržaje, cenzuriše ih, rangira ih i određuje kojim gledaocima ih nudi, on posredno određuje i to kakav video treba da bude da bi imao više pregleda i da bi donosio više novca autorima. Zbog toga što na taj način favorizuje određene tipove sadržaja, određeni tempo objavljivanja sadržaja i druge elemente, algoritam utiče na to kakvi će videi biti prikazivani i kome će šta biti vidljivo, a istovremeno odlučuju o tome šta je neprikladno pa na taj način vrše cenzuru na ovoj platformi. Algoritam se tako pojavljuje u ulozi nevidljivog urednika ove nove televizije, ali i kao tajni ko-autor. Neki citirani *YouTube* autori koji su se bavili istraživanjem

algoritma i svoje zaključke o tome izneli javno na svojim kanalima dočarali su nakoje sve načine algoritam može da obavlja ulogu urednika čitave platforme favorizujući određene sadržaje kao što su na primer drame, a konkretni primeri pokazali su na koje sve načine to može da se odrazi na privatnost samih autora, odnosno kako njihove prakse zaštite privatnosti mogu da prestanu da funkcionišu upravo zato što algoritam nameće određene popularne sadržaje koji podrazumevaju ispovedanje i otkrivanje sopstvene intime autora.

Istraživanje platforme *YouTube* pokazalo je, mnogo šire, kako se privatnost može pretvoriti u robu, ali i kako su kategorije privatno i javno relativizovane jer autori sami odlučuju koje segmente svog života će prikazati javnosti, a koje će proglasiti privatnim, a i te odluke nisu nužno konačne već mogu biti privremene. *YouTube* kao društvena mreža isto kao i, na primer, *Facebook* omogućava slojevitost kategorija privatno i javno, ali i prevođenje sadržaja iz jedne u drugu kategoriju. Za bilo koji video postavljen na ovoj platformi, podešavanja privatnosti omogućavaju da se on prikaže javno ili da bude vidljiv određenoj grupi ljudi. On takođe može biti i „privatan“, odnosno dostupan jedino autoru kanala, a podešavanja privatnosti se mogu i naknadno menjati tako da javni sadržaj postane privatan ili obratno. Analiza sadržaja na ovoj platformi uvek podrazumeva rizik da se neki sadržaj koji je bio javan prevede u privatan pa tako postane nedostupan za gledanje što se i dogodilo sa jednim brojem videa koji su ovde uzeti u razmatranje.

Istraživanje je pokazalo da autori na *YouTube*-u uprkos tome što zarađuju novac tako što javno prikazuju svoj privatni život ipak insistiraju na nekakvim svojim granicama privatnosti i, za razliku od *reality* igrača nisu „nadzirani“ od strane gledalaca (Radulović i Erdei 2017), odnosno, nisu pod dvadesetčetvoročasovnom prismotrom već sami biraju koliko će videi biti dugački, šta će biti njihov sadržaj i koje aspekte svoje privatnosti će razotkriti pred publikom. Kada u svojim videima govore o privatnosti, oni najčešće pokušavaju da sa svojim pratiocima pregovaraju o sopstvenim granicama privatnog. S obzirom na to da sadržaj uvek nastaje u saradnji sa njima jer oni direktno

učestvuju u proizvodnji tog sadržaja time što gledaju, lajkuju, komentarišu ili zahtevaju videe na određene teme, autori su prinuđeni na to da javno saopštavaju koje su njihove granice privatnosti, koje pojedinci o sebi ne žele da saopštavaju, šta ne žele da snimaju i kakvu vrstu ponašanja smatraju intruzivnim. Gledaoci pregovaraju sa njima pokušavajući da modifikuju te granice i povremeno u tome uspevaju. Tako, na primer, neki od njih zbog pritiska svojih gledaoca pristaju na to da snime svoje spavaće sobe, a neki odgovaraju na pitanja o svojim partnerskim odnosima iako o tome zapravo ne žele da pričaju javno.

Način na koji (ne samo domaći već i strani) autori na *YouTube*-u doživljavaju privatnost ukazuje na to da ne postoje striktno i trajne podele na privatno i javno, već da bilo šta od spavaće sobe i kupatila do intimnih ispovesti o prvom poljupcu ili prvom seksualnom iskustvu može da bude i privatno i javno u zavisnosti od konteksta i ličnog izbora. U tom smislu, *YouTube* je samo još jedan primer kako zapravo funkcionišu podešavanja privatnosti na internetu, ali i uopšte u životu. Dok za je za jednog autora neprikladno govoriti o partnerskim odnosima ili prikazivati unutrašnjost stana jer je to „zadiranje u privatnost“, za nekog drugog to je potpuno prihvatljivo, ali zato razgovor o zaradi nije jer on ili ona to vidi kao nešto privatno. Sa druge strane, isti autor u jednom videu može da tvrdi da nikada neće snimiti svoju spavaću sobu iako će kasnije revidirati svoje granice privatnosti i ipak pristati da napravi takav video. Ono što je, čini mi se, svima njima važno jeste da ipak imaju kontrolu nad tim šta će ostati privatno a šta ne, to jest, da oni o tome odlučuju. Ukoliko i odluče da snime neki svoj intimni kutak, oni imaju pravo na to da ga prikažu na određeni način, a to možda podrazumeva sakrivanje nečeg što oni doživljavaju kao privatno. Mogi od njih su rekli kako *YouTube* videi nikada ne daju sasvim „realnu“ sliku njih i njihovih života jer su režirani i montirani, a upravo su režija i montaža dve ključne strategije zaštite privatnosti koje svi oni koriste i to je ključna razlika ovog tipa medijskog sadržaja u odnosu na *reality* programe.

Kao i ispitanici sa kojima sam razgovarala na temu privatnosti rada i interpersonalnih odnosa, i *YouTube* autori povremeno skreću pažnju na intruzivno ponašanje, u ovom slučaju – gledalaca koji od njih zahtevaju da prikažu i one delove svojih života koje oni odbijaju da snime. Zbog toga i dolazi do pregovora o granicama privatnosti, a povremeno i do sukoba između autora i njihovih pratilaca. U određenim situacijama autori gube kontrolu nad granicama svoje privatnosti jer se osećaju primorano da otkriju neke informacije o sebi kako bi spasli svoju reputaciju i opravdali se pred publikom ili da bi dobili više pregleda pa samim tim i novca. Pokazalo se da takozvane „*YouTube* drame“ u koje autori bivaju svesno involvirani ili uvučeni mimo svoje volje dovode do ovakvih situacija u kojima se publika okreće ka jednoj ili drugoj zaraćenju strani preteći da ugroze renome kanala time što će se „odjaviti“, prestati sa gledanjem ili dislajkovati videe.

Istražujući pitanje komoditizacije privatnosti na *YouTube*-u, istovremeno sam posmatrala i kako na toj platformi pokazuje transformacija proizvodnje i potrošnje. Tu je očigledno kako gledalac koji konzumira sadržaj istovremeno učestvuje u proizvodnji tog sadržaja upravo zato što ga gleda. Potrošnja nije samo pasivno gledanje već aktivno učestvovanje kroz komentarisanje, lajkovanje, sugerisanje ideja za sadržaj i slično. Gledalac kao ko-autor sadržaja ima određenu moć nad autorom, a ta moć najviše dolazi do izražaja kada se veliki broj gledalaca grupiše oko jedne ideje, nekog pitanja, određenog stava ili čak oko pojedinih komentara. Gledaoci koji su, dakle, istovremeno ko-autori, pokušavaju, a ponekad i uspevaju da pomere granice privatnosti samih autora navodeći ih da otkriju neke aspekte svojih privatnih života. Kada donesu odluku da ipak otkriju pojedinosti o svom ljubavnom životu ili snime svoju spavaću sobu jer su to gledaoci od njih tražili, autori često u svojim uvodnim najavama za videe priznaju da je reč o nekoj vrsti kompromisa ili čak žrtvi koju čine zbog svojih pratilaca. Mnogi od njih govore o tome kako osećaju pritisak da o sebi otkriju više nego što bi želeli a onda to i čine da bi zadržali dobar odnos sa publikom ili da bi dobili više pregleda.

Kao što *YouTube* autori osećaju pritisak da svojoj publici otkriju više o sebi otkriju, tako i mnogi ispitanici imaju utisak da ih okruženje tera na to da pomere svoje granice i revidiraju svoja „podešavanja privatnosti“. Oni koji žele da pronađu posao govore o tome kako su primorani na to da imaju profile na društvenim mrežama bogate informacijama, ali slično je i sa onima koji pokušavaju da pronađu partnera ili nove prijatelje. Potreba ili pritisak da se privatni podaci i privatni život objavljuju na društvenim mrežama u sukobu je sa potrebom da se nešto sačuva za samo za sebe ili za bliski krug ljudi.

Pojedinac suočen sa pritiscima iz svog okruženja nailazi na brojne prepreke kada pokušava da sačuva svoje pravo na privatnost. Živeti privatni život na internetu kao što to čine ne samo influenseri koji doslovno komoditizuju svoju privatnost na javnim platformama već i obični ljudi koji su neprekidno umreženi znači predstavljati se kroz svoju digitalnu ličnost. Tim „digitalnim dvojnicima“ često se pripisuje nekakva tržišna vrednost, a ona zavisi od privatnih podataka koji su u nju utkani. Vidljivost na internetu potrebna je, kao što se pokazalo, i za profesionalni i za privatni život, a to otežava kreiranje strategija za zaštitu privatnosti. Balans između vidljivosti na mreži i privatnosti pada na teret pojedinca čiji je zadatak takođe da sebe edukuje o svojim pravima i o tehnološkim mogućnostima zaštite privatnosti na internetu. U savremenom svetu, pojedinac je upućen na rad na sebi (Rose 1991:1) tako da on zapravo odgovoran za svoje pravo na privatnost. Taj osećaj odgovornosti prepoznali su mnogi ispitanici, međutim većina njih smatra da su prevareni jer je na njih prebačena odgovornost ali im nije data puna kontrola nad sopstvenim podacima kako bi svoja prava zaista i mogli da ostvare. Čak i oni koji su dobro informisani o mogućnostima zaštite privatnih podataka smatraju da zapravo ne mogu da mnogo da učine, pa se njihove strategije svode na obezbeđivanje nekakve minimalne zaštite.

Svesni da su ograničeni performansama samih tehnologija koje koriste i da su istovremeno konstantno motivisani da za sobom ostavljaju „digitalne tragove“ (Schaar 2009: 46), pojedinci prebacuju odgovornost nazad ne na državu u čije zakonodavstvo ne

veruju nego, čini se, najviše na kompanije koje kreiraju računare, mobilne telefone, aplikacije za komunikaciju, društvene mreže i druge *online* platforme. Te inostrane korporacije pojavljuju se kao značajni akteri u Srbiji jer njihove javne politike privatnosti imaju veliki uticaj na to kako će se obični građani uopšte da percipiraju sam koncept privatnosti na internetu. Pojedini ispitanici ilustrovali su kako se razvoj društvene mreže *Facebook* može pratiti i kroz usavršavanje mogućnosti zaštite privatnosti na ovoj platformi. Evolucija podešavanja privatnosti na *Facebook*-u je stalno radikalno menjala prakse korišćenja same platforme. Dok su u početnoj fazi razvoja platforme korisnici komunicirali „preko zida“ što je značilo da se privatna prepiska odvija na očigled svih „prijatelja“, kasnije su razvijene različite funkcije koje su omogućile mnogo privatniju komunikaciju ali i kreiranja različitih konfiguracija privatnosti.

Društvene mreže i druge *online* platforme svojim politikama privatnosti neminovno utiču na to kako se doživljava privatnost na internetu, pa čak i van interneta, jer čini se da je koncept podešavanja privatnosti koji su prve uvele upravo društvene mreže postao relevantan za sve aspekte života. Rezultati ovog istraživanja potvrđuju upravo tu tezu i to je, rekla bih, najvidljivije u raspravama o privatnosti na javnim mestima, ali i u raspravama o privatnosti na radnom mestu ili na platformi *YouTube*. Ispitanici i autori *YouTube* kanala govore o privatnosti ne samo u kontekstu onih mesta i aktivnosti koja se tradicionalno smatraju privatnima, već i u kontekstu javnih prostora grada, kancelarija ili čak javnih medijskih platformi poput *YouTube*-a. Oni smatraju da imaju podjednako pravo da zadrže svoje granice privatnosti u sopstvenoj spavaćoj sobi kao i u kafiću, na ulici, u firmi u kojoj rade ili na *YouTube*-u. Oni ne prave nekakve apriori podele na privatno i javno, već samo govore o svom pravu da sami odluče šta će se i kada će se nešto vezano za njih same tretirati kao javno ili privatno. Drugim rečima, oni smatraju da je pravedno da im se omogući da sami podese privatnost bilo gde kao na društvenoj mreži.

Kao što su pokazala istraživanja Daniela Milera, način na koji se društvene mreže (i uopšte tehnologije) koriste uvek ima i neki lokalni specifikum²⁸⁵. Većina ispitanika smatra da se za Srbiju karakteristično to da pravo na privatnost nije prioritet, a to potvrđuju i zakoni u kojima je očigledan primat drugih vrednosti, pre svega bezbednosti. Mnogi od njih govore o „napadnom“ ili „intruzivnom“ ponašanju ili interesu za tuđe privatne živote i pod takvim okolnostima, paradoksalno, informacione tehnologije se pojavljuju kao mesta gde se kreiraju novi privatni prostori u kojima se pojedinci osećaju izolovano i zaštićeno od okoline. Danijel Miler je takođe pokazao kako i zašto se društvene mreže u nekim delovima sveta u kojima je privatnost ugrožena pojavljuju kao jedina mesta gde pojedinci mogu da sačuvaju privatnost²⁸⁶, a čini se da je i u Srbiji o vrlo često slučaj jer mnogi ispitanici upravo o tome govore.

Međutim ova privatnost u odnosu na okolinu uvećava se nauštrb privatnosti podataka pa se pojedinci često osećaju prevareno jer su nemoćni da sami sebe zaštite od zloupotreba podataka o ličnosti. Čini se da je najvećem broju njih važnije da zadrže distancu u odnosu na svoj neposredno okruženje nego da sačuvaju privatnost podataka i to prevashodno zato što se nikada nisu suočili sa zloupotrebom i to posmatraju kao nekakvu apstraktnu opasnost. Baš zato što im se nikada „ništa loše“ nije dogodilo, većina ispitanika bez mnogo razmišljanja i bez ozbiljnih metoda zaštite koristi informacione tehnologije svakodnevno, ali mere opreza prisutne su kod onih pojedinaca koji su iskusili neke negativne posledice nadzora na radnom mestu.

Mada mi se nakon prve serije razgovora sa ispitanicima i nakon preliminarne analize *YouTube* kanala učinilo da je pravo na privatnost problem o kome se ne razmišlja ili koji se tretira sa podsmehom, nakon temeljnijeg istraživanja došla sam do zaključka da je to pitanje veoma značajno čak i onima koji zastupaju radikalne teze o tome da privatnost ne postoji ili se zalažu za transparentno društvo. Iako veći broj

²⁸⁵ Why We Post <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/why-we-post/discoveries/8-social-media-is-not-making-the-world-more-homogenous> (Pristupljeno: 20.12.2018)

²⁸⁶ Why We Post <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/15-we-tend-to-assume-social-media-is-a-threat-to-privacy-but-sometimes-is-can-increase-privacy> (Pristupljeno: 20.12.2018.)

ispitanika nije zabrinut za privatnost podataka na internetu, svi oni govore o određenim aspektima privatnosti koji su za njih značajni. Paradoksalno, informacijske tehnologije istovremeno se pojavljuju i kao saučesnik i kao neprijatelj u borbi da se sačuva pravo na privatnost.

LITERATURA I IZVORI

LITERATURA:

- Ajunwa, I., Crawford, K., Schulz, J. (2017) „Limitless Worker Surveillance“ *California Law Review*, No. 105, 735
- Allen, A. (1988) *Uneasy Access: Privacy for Women in a Free Society*. New Jersey: Rowman & Littlefield
- Alter, A. (2017) *Irresistible: The Rise of Addictive Technology and The Business of Keeping Us Hooked*. New York: Penguin Press
- Arendt, H. (1977) „Public Rights and Private Interests“ u Mooney, H. i Stuber, F. (eds.) *Comforts for Hard Times: Humanists on Public Policy*. New York: Columbia University Press, 103-108
- Arendt, H. (1998) *The Human Condition*. Chicago: The University of Chicago Press
- Aries, P. (1962) *Centuries of Childhood: A Social History of Family Life*. New York: Alfred A. Knopf
- Arijes, F., Dibi, Ž. (2000) *Istorija privatnog života 1*. Beograd: Clio
- Arijes, F., Dibi, Ž. (2001) *Istorija privatnog života 2*. Beograd: Clio
- Arijes, F. i Dibi, Ž. (2003) *Istorija privatnog života 4*. Beograd: Clio
- Aristotel (1988) *Politika*. Zagreb: Naprijed
- Aristotle (2004) *Nicomachean Ethics*. Cambridge: Cambridge University Press
- Baćević, J. (2007) „On the Cultural Construction of Romantic Relationships“, *Antropologija* Vol. 4, 25-35
- Bailey, K. (2012) „It's Complicated: Privacy and Domestic Violence“ in *American Criminal Law Review* Vol. 49, 1777-1813
- Baker, E. A. (2010) *The New Literacies: Multiple Perspectives on Research and Practice* (ed.). New York and London: The Guildford Press
- Bakioglu, B. S. (2016) „Exposing convergence: YouTube, fan labour, and anxiety of cultural production in Lonelygirl15“, *Convergence*, Vol. 24, No. 2, 184-204
- Ball, K. 2010. „Workplace surveillance: An overview“. *Labour History*, Vol. 51, No. 1, 87-106.
- Barker, E. (2012) *The Political Thought of Plato and Aristotle*. Chelmsford: Courier Corporation
- Bartky, S. L. (1988) „Foucault, Femininity, and the Modernisation of Patriarchal Power“ in Diamond, I., Quinby, L. *Feminism & Foucault: Reflections on Resistance*, Boston: Northeastern University Press
- Barnard-Wills, D. (2012) *Surveillance and Identity; Discourse, Subjectivity and the State*. Farnham: Ashgate

- Baruh, L., Popescu, M. (2015) „Big data analytics and the limits of privacy self-management“, *New Media & Society*, Vol. 19, No. 4, 579 – 596
- Bauman, Z., Lyon, D. (2013) *Liquid Surveillance*, Cambridge: Polity Press
- Bauman, Z. (2000) *Liquid Modernity*. Malden: Polity Press
- Bauman, Z. (2003) *Liquid Love: The Frailty of Human Bonds*. Cambridge: Polity Press
- Bechman, A. (2015) “Non-Informed Consent Cultures: Privacy Policies and App Contracts on Facebook”, *Journal of Media Business Studies*, Volume 11, Issue 1, 22-38
- Beer, D. (2009). Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious. *New Media & Society*, 11(6), 985–1002
- Beer, D. (2016) „The Social Power of Algorithms“, *Information, Communication & Society*, Volume 20, Issue 1, 1-13
- Benhabib, S. (1991) „On Hegel, Women and Irony“ u Shanley, M. L., in Pateman, C. (ed.) *Feminist Interpretations and Political Theory*, The Pennsylvania State University Press
- Bennet, C. J. (2008) *The Privacy Advocates: Resisting the Spread of Surveillance*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press
- Benson, P. (2017) *The Discourse of YouTube: Multimodal Text in a Global Context*. New York & London: Routledge
- Bentham, J. (1995). *The Panopticon Writings: Edited and Introduced by Miran Bozovic*. London: Verso.
- Berlin, I. (1995) *Liberty*. Oxford: Oxford University Press
- Berryman, R., Kavka, M. (2018) „Crying on YouTube: Vlogs, self-exposure and the productivity of the negative effect“, *Convergence*, Volume 24, Issue 1, 85-98
- Biel, J., Aran, O. I Gatica-Perez, D. (2011) *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*<https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/viewFile/2796/3220> (Pristupljeno: 20/08/2018)
- Bishop, S. (2018) „Anxiety, panic and self-optimisation: Inequalities and the YouTube Algorithm“, *Convergence*, Volume 24, Issue 1, 69-84
- Blatterer, H. (2015) *Intimacy as Freedom in a Complex World*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan
- Blöbaum, B. ed. (2016) *Trust and Communication in the Digitized World: Models and Concepts of Trust Research*. Heidelberg: Springer
- Blundell, S., Blundell, S. (1995) *Women in Ancient Greece*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
- Bobbio, N. (1989) *Democracy and Dictatorship: The Nature and Limits of State Power*. Minneapolis: University of Minnesota Press
- Boltanski, L., Chiapello, E., & Elliott, G. (2005). *The new spirit of capitalism*. London: Verso.

- Bourdieu P. 1985. The forms of capital. In Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, ed. JG Richardson, pp. 241-58. New York: Greenwood
- Boyd, D., Hargittai, E. (2010) „Facebook Privacy Settings: Who Cares?“, *First Mind*, Vol. 15, No. 8 <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/3086> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Brennan, A., Chugh, J. S., & Kline, T. (2002). "Traditional versus Open Office Design: A Longitudinal Field Study", *Environment and Behavior*, Vol. 34, No. 3, 279-299
- Bucher, T. (2012) „The Friendship Assemblage: Investigating Programmed Sociality on Facebook“, *Television & New Media*, Vol. 14, Issue 6, pp. 479-493
- Buchowski, M. (2001) *Rethinking Transformation: an Anthropological Perspective on Post-Socialism*. Poznan: Wydawnictwo Humaniora
- Burgers, J., Green, J. (2009) *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge, Polity
- Burke, S. (2000) Delos: Investigating the notion of privacy within the the ancient Greek house. Doktorska disertacija, School of Archaeological Studies, University of Leicester
- Butler, M. A. (1991) „Early Liberal Roots of Feminism: John Locke and the Attack on Patriarchy“, in Shanley, M. L., Pateman, C. (ed.) *Feminist Interpretations and Political Theory*. The Pennsylvania State University Press
- Campbell, S. W. (2013) „Mobile media and communication: A new field or just a new journal“, *Mobile Media & Communication*, Vol. 1, Issue 1, pp.8-13
- Carnicelli, S., McGillivray, D., McPherson, G. (2016) *Digital Leisure Cultures: Critical Perspectives*. London: Routledge
- Carolan. E. (2016) „The continuing problems with online consent under the EU's emerging data protection principles“, *Computer Law & Security Review* Volume 32, Issue 3, 462-473
- Castells, M. (2010) *The Rise of the Network Society*. Chichester: Blackwell Publishing Ltd
- Cate, F. H., Kuner, C., Svantesson, D. J. B., Lynskey, O. and Ni Loideain, N. "The GDPR as a Chance to Break Down Borders" (2017). *Articles by Maurer Faculty*. 2693. <https://www.repository.law.indiana.edu/facpub/2693> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Caviglione, L, Coccoli, M. (2011) „Privacy Problems with Web 2.0“, *Computer Fraud & Security*, Vol. 2011, No. 10, 16-19
- Chambers, D. (2006) *New Social Ties: Contemporary Connections in a Fragmented Society*. New York: Palgrave Macmillan
- Chambers, D. (2012) *A Sociology of Family Life*. Cambridge: Polity
- Chambers, D. (2016) „Networked Intimacy: Algorithmic Friendship and Scalable Sociality“, *European Journal of Communication*, Vol. 32, Issue 1, 26-36

- Cheever, N., Rosen, L. D., Carrier, M. L., Chavez, A. (2014) „Out of sight is out of mind: The impact of restricting wireless mobile device use on anxiety levels among low, moderate and high users“, *Computers in Human Behavior*, Vol. 37, 290-297
- Chen, C. (2014) „Forming digital self and parasocial relationships on YouTube“, *Journal of Consumer Culture*, Volume 16, Issue 1, 232-254
- Cheney-Lippold, J. (2017) *We Are Data: Algorithms and The Making of our Digital Selves*. New York: New York University Press
- Citron, K. D. (2014) *Hate Crimes in Cyberspace*. Cambridge, Massachusetts; London, England: Harvard University Press
- Collier, S. (2011) *Post-Soviet Social: Neoliberalism, Social Modernity, Biopolitics*. Princeton and Oxford: Princeton University Press
- Collier, J. F., Yanagisako, S. J., & Bloch, M. (1987). *Gender and kinship: Essays toward a unified analysis*. Stanford, Calif: Stanford University Press.
- Comaroff, J. (1987) „*Sui Generis: Feminism, Kinship, Theory, and Structural 'Domains'*“ in Collier, J. F., Yanagisako, S. J. *Gender and Kinship, Essays Toward a Unified Analysis*, Stanford: Stanford University Press
- Couldry, N. (2010). *Why voice matters: Culture and politics after neoliberalism*. Los Angeles: SAGE.
- Couldry, N. Cefai, S. „Mediating the Presence of Others: reconceptualising co-presence as mediated intimacy“, *European Journal of Cultural Studies*http://eprints.lse.ac.uk/84607/1/Couldry_Mediating%20the%20Presence.pdf(Pristupljeno: 20.12.2018)
- Crawford, K., Schultz, J. (2014) “Big Data and Due Process: Toward a Framework to Redress Predictive Privacy Harms”, *55 Boston College Law Review* 93
- Cullen, D. (2018) „Privacy: Protecting minors from themselves“, *LSJ: Law Society of NSW Journal*, Issue 46, 36-38
- Danielson, P. (2005) „Ethics of Workplace Surveillance Games“, Weckert, J. (ed.) *Electronic Monitoring in the Workspace: Controversies and Solutions*. Hershey: Idea Group Publishing
- Dandeker, C. (1990) *Surveillance, Power & Modernity*, Cambridge: Polity Press
- David, G., Cambre, C. (2016)“Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic“. *Social Media + Society*, Vol. 2, No. 2, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305116641976> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Dibi, Ž. (2001) *Istorija privatnog života 2: od feudalne Evrope do Renesanse*. Beograd: Clio
- Diels, H. (1983) *Fragmenti predsokratovaca*. Zagreb: Naprijed
- Dyer-Witheford, N. (2015) *Cyber - Proletariat: Global Labour in the Digital Wortex*. London: Pluto Press
- Đorđević, J. (2006) „Internet – The Virtual Matchmaker“, *Traditiones*, Vol. 35, No. 1

- Ebert, N. (2010) „Privacy and Work“ in *Modern Privacy Shifting Boundaries New Forms* eds. Blatterer, H. et al. New York: Palgrave Macmillan
- Edwards, R. (1979). *Contested terrain: The transformation of the workplace in the twentieth century*. New York: Basic Books
- Eggers, D. (2013) *The Circle*. London: Penguin
- Elder, A. (2014) „Excellent Online Friendships: an Aristotelian Defense of Social Media“, *Ethics and Information Technology*, Volume 16, Issue 4, 287-297
- Elsthain, J.B., (1981) *Public Man, Private Woman. Women in Social and Political Thought*, Princeton, New Jersey: Princeton University Press
- Erdei, I. (2008) *Antropologija potrošnje*. Beograd: XX vek
- Evans, S. (1980) *Personal Politics: the Roots of Women's Liberation in the Civil Rights Movement and the New Left*, New York: Vintage Books
- Everett, M. (2003) „The Social Life of Genes: Privacy, Property and the New Genetics“, in *Social Science & Medicine*, Vol. 56, Issue 1, 53-65
- Featherstone, M., Lash, S., Robertson, R. (1995) *Global Modernities*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications
- Fischer, T. (2014) „Makeup, YouTube and the Amateur Media in the Twenty-First Century“ in *Crash/Cut University of Calgary Undergraduate Film Journal*, Issue 3, 1-9
- Fotić, A. (2005) *Privatni život u srpskim zemljama u osvjet modernog doba*. Beograd: Clio
- Foucault, M. (2004) *The Birth of Biopolitics*. London: Palgrave Macmillan
- Foucault, M. (1995) *Discipline and Punish; The Birth of Prison*. New York: Vintage Books
- Fraser, N. (1990) „Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy“, *Social Text*, No. 25-26, 56-80
- Fuchs, C. (2013) „Digital prosumption labour on social media in the context of the capitalist regime of time“, *Time & Society*, Volume 23, Issue 1, 97-123
- Fuchs, C. (2014) *Digital Labour and Carl Marx*. London: Routledge
- Fuchs, C. (2014) *Social Media: A Critical Introduction*. London: SAGE
- Fuchs, C. (2015) „The Digital Labour Theory of Value and Karl Marks in the Time of Facebook, YouTube, Twitter and Weibo“ in *Reconsidering Value and Labour in the Digital Age*, Fischer, E. and Fuchs, C. (eds.). Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Gačanović, I. (2009), „Antropološke perspektive o/u kulturi revizije“, *Antropologija* No. 8, 81-97
- Galloway, A. R. (2006) *Gaming: Essays on Algorithmic Culture*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press
- Gams, A. (1988) *Svojina*. Beograd: Naučna knjiga.
- Gandini, A. (2016) „Digital work: Self-branding and social capital in the freelance knowledge economy“. *Marketing Theory*, Vol. 16, No. 1, 123-141.

- Gandini, A., Pais, I. (2015) „Looking for a Job Online. An International Survey on Social Recruiting“, *Sociologia del Lavoro*, No. 137, 115-129
- Garcia-Rapp, F. (2016) „The digital media phenomenon od YouTube beauty gurus: the case of Buzzbeauty“, *Internation Journal of Web Based Communities*, Volume 12, Issue 4, 360-375
- Garfinkel, S. (2000) *Database Nation: the Death of Privacy in the 21st Century*, Cambridge: O'Reilly
- Gavrilović, Lj. (2017) „Anthropology of Digital Worlds“, *Against All Odds: Ethnology and Antrophology between Theory and Praxis*, Ljupčo S. Risteski i Ines Crvenkovska Risteska ur. Skopje: Institut za etnologija i antropologija
- Gavison, R. (1980), „Privacy and the limits of law“, *Yale Law Journal*, Volume 89 Number 3, 421-71.
- Gavison, R. (1992) „Feminism and the Public/Private Distinction“, *Stanford Law Review*, Volume 45, Issue 1, 1-45
- Giddens, A. (1985) *Nation State and Violence*. Cambridge: Polity Press
- Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press
- Gillespie, T. (2016) „#trendingistrending: when algorithms become culture“, *Algorithmic Cultures: Essays on Meaning, Performance and New Technologies*, Roberge, J. And Seyfert, R. (eds.) London: Routledge
- Gillespie, T. (2010) „The Politics of Platforms“, *New Media & Society*, 12 (3), 347-364
- Gilliom, J., Monahan, T. (2012) *SuperVision: An Introduction to the Surveilliance Society*. Chicago: University of Chicago Press
- Glinos, K. (2018) „Global Data Meets EU Rules“ in *Science*, Vol. 360, Issue 6388, pp 467
- Godwin-Jones, R. (2007). "Emerging Technologies: Digital Video Update: YouTube, Flash, High-Definition". *Language Learning & Technology*, 11(1), 16-21.
- Grainge, P. (2011) *Ephemeral Media: Transitory Screen Culture from Television to YouTube*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Greengard, S. (2018) „Weighing the Impact of GDPR“ in *Communications of the ACM*, Vol 61, Issue 11, pp 16-18
- Habermas, J. (1991) *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press
- Giffin, F. C. (1967) „John Locke and Religious Toleration“, *Journal of Church and State*, Vol.9, No. 3, 378-390
- Hagedorn, A. C., (2004) *Between Moses and Plato: Individual and Society in Deuteronomy and Ancient Greek Law*. Göttingen: Vandenhoeck& Ruprecht
- Haggerty, K. D., Ericson, R. V. (2000) „The Surveillant Assemblage“, in *British Journal of Sociology* Vol. 51, No. 4, 605-622

- Hall, H., K. (2018) „Oversharenting: Is it Really Your Story to Tell?“ *The John Marshall Journal of Information Technology and Privacy Law*, Volume 33, Issue 3, 121-142
- Hanisch, C. (1970) „The Personal is Political“, in *Notes from the second year: Women's liberation, major writings of the radical feminists*. New York: Radical Feminism <http://www.carolhanisch.org/CHwritings/PIP.html> (Pristupljeno: 06.05.2018)
- Harvey, D. (2005) *A brief history of neoliberalism*, Oxford: Oxford University Press.
- Hearn, A. (2008) „Meat, Mask, Burden: Probing the Contours of the Branded Self“, *Journal of Consumer Culture*, Vol 8 Issue 2, 197-217
- Hegel, G. W. F. (1991) *Elements of the Philosophy of Right*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hegel, G. W. F. (2007) *Philosophy of Mind*. Oxford: Clarendon Press
- Heller, C. (2011) *Post-Privacy: Prima leben ohne Privatsphäre*, München: Verlag C.H. Beck oHG
- Herzfeld, M. (1992). *The social production of indifference: Exploring the symbolic roots of Western bureaucracy*. New York: Berg
- Hirsch, D. (2014) „The Glass House Effect: Big Data, the New Oil, and the Power of Analogy“, *Maine Law Review*, dostupna: SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2393792>
- Hobbes, T. (1996) Richard Tuck ed. *Leviathan* Cambridge: Cambridge University Press
- Hobbs, M., Owen, S., Gerber, L. (2017). „Liquid love? Dating apps, sex, relationships and the digital transformation of intimacy“. *Journal of Sociology*, Vol. 53, No. 2, 271-284.
- Hobsbawm, E. (1996) *The Age of Revolution 1789-1848*. New York: Vintage Books
- Horowitz, M. A. C., Biol. H. (1976), „Aristotle and Women“, *Journal of History and Biology*, Vol. 9, No. 2, 183-213
- Horvat, S, i Štiks, I. (2015) *Dobro došli u pustinju postsocijalizma*. Zagreb: Fraktura
- Hull, G. (2015) „Successful failure: what Foucault can teach us about privacy self-management in a world of Facebook and big data“, *Ethics and Information Technology*, Vol. 17, No. 2, 89-101
- Humphreys, S. C. (1977) „Public and Private Interests in Classical Athens“, *The Classical Journal*, Vol. 73, No. 2, str. 97-104
- Hughes, N., Burke, J. (2018) „Sleeping with the frenemy: How restricting 'bedroom use' of smartphones impacts happiness and wellbeing“, *Computers in Human Behavior*, Vol. 85, 236-244
- Hutchinson, J. (2017) „Algorithmic Culture and Cultural Intermediation“, *Cultural Intermediaries*, 201-219
- Iliadis, A., Pedersen, I. (2018) „The Fabric of Digital Life: Uncovering Sociotechnical Tradeoffs in Embodied Computing Through Metadata“, *Journal of Information, Communication and Ethics in Society* (elektronska verzija)

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3216242 (Pristupljeno: 20/08/2018)

- Introna, L. (2000) „Workplace Surveillance, Privacy and Distributive Justice“, *ACM SIGCAS Computers and Society*, Vol. 30, No. 4, 33-39
- Ivanović, Z. (2003) „Pogovor: Antropologija žene i pitanje rodni odnosa u izmenjenom diskursu antropologije“ u *Antropologija žene*, Papić, Ž. i Sklevicky, L. (ur.) Beograd: Biblioteka XX vek, 381-435.
- Ivanović, Z. (2010a) „Da li su postojala ‘na srodstvu zasnovana društva’? O (de)konstrukciji jednog antropološkog koncepta“, *Etnoantropološki problemi n.s. god. 5. sv. 3*, 19-42.
- Ivanović, Z. (2010b), Kuća kao „knjiga“ koja se čita telom. Kulturna konceptualizacija prostora u teoriji Pjera Burdijea, *Antropologija* 10, sv. 2, 25-52.
- Ivanović, Z. (2018) „O postsekularnoj paradigmi i pitanju uticaja religije u polju novih medicinskih biotehnologija – nekoliko uvodnih napomena, *Etnoantropološki problemi*, God. 13, Sv. 3, 841-870
- Jacoby, H. (1984) *Birokratizacija svijeta*. Zagreb: Globus
- Jamieson, L., Simpson, R., Lewis R. (eds.) (2011) *Researching Families and Relationships*. New York: Palgrave Macmillan
- Jenkins, H., Ford, S., Green, J. (2013) *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: NYU Press
- Jones, A. (2016) „‘I Get Pad to Have Orgasms’: Adult Webcam Models’ Negotiation of Pleasure and Danger“, *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, Vol. 42, No. 1, 227-256
- Kaluđerović, Ž. (2010) „Platonovo poimanje pravednosti“, *Arhe*, Vol. VII, No. 13, 49-71
- Kamen, H. (2005) *Early Modern European Society*. London: Routledge
- Kardelj, E. (1977) *Pravci razvoja političkog sistema socijalističkog samoupravljanja*. Beograd: Izdavački centar Komunist
- Kelly, K. A. (2003) *Domestic Violence and the Politics of Privacy*, Ithaca, London: Cornell University Press.
- Khamis, S., Ang, L., Welling, R. (2016) „Self-Branding, ‘micro-celebrity’ and the rise of Social Media Influencers“, *Celebrity Studies*, Vol. 8, Issue 2, pp. 191-208
- Kim, J., de Dear, R. (2013) „Workspace satisfaction: The privacy-communication trade-off in open-plan offices“, *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 36, 18-26,
- Kim, S. A. (2006) „Reconstructing Family Privacy“, *Hastings Law Journal*, Vol. 57, p. 557
- Klajn, N. (2003) *Ne logo*. Beograd: Reč
- Kopytoff, I. (1986) „The cultural biography of things: Commoditization as a process“, *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, 64-91, Cambridge: Cambridge University Press
- Kovačić, S. (2006). „Etičnost politike u Aristotela“, *Filozofska istraživanja*, 26 (2), 457-476. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/5909> (Pristupljeno: 20.12.2018)

- Kozinets, R. V. (2010) *Netography, Doing Ethnographic Research Online*. Los Angeles: Sage Publications
- Kuhn, T., Ashcraft, K., Cooren, F. (2017). *The Work of Communication*. New York: Routledge.
- Kunnel, A., Quandt, T. (2016) „Relational Trust and Distrust: Ingredients of Face-to-Face and Media-based Communication“, Blöbaum, B. (ed.) *Trust and Communication in the Digitized World: Models and Concepts of Trust Research*. Heidelberg: Springer
- Kuzmanović, D. (2017) *Empirijska provera konstrukta digitalne pismenosti i analiza prediktora postignuća* (doktorska teza). Filozofski fakultet univerziteta u Beogradu
- Kymlicka, W. (1989) „Liberal Individualism and Liberal Neutrality“, *Ethics*, Vol. 99, No. 4, 883-905
- Lange, P. (2014) *Kids on YouTube: Technical Identities and Digital Literacies*. Walnut Creek: Left Coast Press
- Leander, K. M., McKim, K. K. (2010) “Tracing the Everyday 'Sitings' of Adolescents on the Internet: a strategic adaptation of ethnography across online and offline spaces”, in *Education, Communication & Information*, Vol.3, No. 2, 211-240
- Lepetić, T. (2010) “Facebook: kako se predstavljamo u virtuelnom prostoru”, *Etnološko-antropološke sveske*, Vol. 16, No. 5, 63-77
- Levi, M. i Wall, D. S. (2004) „Technologies, Security and Privacy in the post 9/11“, in *Journal of Law and Society*, Vol. 31, No. 2, 194 - 220
- Lewis, S. (1996) *News and Society in the Greek Polis*. Chapel Hill: UNC Press Books
- Levy, K. (2015) „Intimate surveillance“, *Idaho Law Review* 50, pp. 679-693.
- Leyden, W. (1956) „John Locke and Natural Law“, *Philosophy*, Vol. 31, No. 116, 23-35
- Llave, O.V., Messenger J., (2018) “Working anytime, anywhere: the effects on the world of work”, *Occupational & Environmental Medicine*, 75:A, 219-A220.
- Locke, J. (2003) *Two Treatises of Government* in Ian Shapiro ed. *Two Treatises of Government and A Letter Concerning Toleration*. New Haven and London: Yale University Press
- Locke, J. (2010) “A Letter Concerning Toleration” Richard Vernon ed. *Locke on Toleration*. Cambridge: Cambridge University Press
- Lončarević, K. (2016) *Liberalni feminizam: nekad i sad*, doktorska disertacija, Univerzitet u Beogradu, Fakultet Političkih Nauka
- Long, R. T. (1996) „Aristotle's Conception of Freedom“, *The Review of Metaphysics*, Vol. 49, No. 4, str. 775-802
- Lu, D. et al. (2017) "Who Are Your “Real” Friends: Analyzing and Distinguishing Between Offline and Online Friendships From Social Multimedia Data", *IEEE Transactions on Multimedia*, Vol. 19, No. 6, 1299-1313
- Lu, R. et al. (2014) “Toward efficient and privacy-preserving computing in big data era”, *IEE Network*, Vol. 28, No. 4, 46-50

- Lyon, D. (1994) *The Electronic Eye: the Rise of Surveillance Society*. Mennapolis: University of Minnesota Press
- Lyon D. (2010) Surveillance, Power and Everyday Life. In: Kalantzis-Cope P., Gherab-Martín K. (eds) *Emerging Digital Spaces in Contemporary Society*. Palgrave Macmillan, London
- MacDowel, D. M. (1989) „The Oikos in Athenian Law“, *The Classical Quarterly, New Series*, Vol. 39, No. 1, 10-21
- MacEwan, A., (2005) „Neoliberalism and Democracy: Market Power versus Democratic Power“, Saad-Filho and Johnston eds. *Neoliberalism: A Critical Reader*. London: Pluto Press
- Machill, M., Neuberger, C. And Schindler, F. (2003) „Transparency on the Net: Functions and deficiencies of Internet search engines“ 5 (1) 52-74
- Makovicky, N. (2014) *Neoliberalism, Personhood, and Postsocialism: Enterprising Selves in Changing Economies*. Farnham: Ashgate
- Masur, P. K. (2017) *Situational Privacy and Self-Disclosure: Communiational Processes in Online Environments*, Cham: Springer
- Mayock, J. A. (2008) *Borderlands of Psyche and Logos in Heraclitus: A Psychoanalytic Reading*. ProQuest
- McDonald
- McGlynn, C., Rackley, E., Houghton, R. (2017) „Beyond ‘Revenge Porn’: The Continuum of Image Based Sexual Abuse“, *Feminist Legal Studies*, Vol. 25, No. 1, 25-46
- Meikle, G., Young, S. (2011) *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life*, London: Red Globe Press
- Meyrowitz J. (2002) Post-Privacy America. In: Weiß R., Groebel J. (eds) *Privatheit im öffentlichen Raum*. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, vol 43. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
- Milanović, N. (2013) „Osnovne komponente reproduktivnih politika u Istočnoj Evropi i Srbiji“ *Etnološko-antropološke sveske* No. 22, 27-40
- Mill, J. S. (2003) *On Liberty*. Edited by: David Bromwich and George Kateb. New Haven and London: Yale University Press
- Miller, D. (2000) *The Internet: an Ethnographic Approach*. Oxford: Berg
- Mitchell, L. E. (2007) *Family Life in the Middle Ages* Westport, Connecticut, London: Greenwood Press
- Mladenović, M. (2008) „Žene između privatnog i javnog“, *Neko je rekao feminizam* Zaharijević, A. ur. Beograd: Heinrich Boll Stiftung
- Moll, R., Pieschl, S. (2016) „Expecting Collective Privacy: A New Perspective on Trust in Online Communication“ in Blöbaum, B. Ed. *Trust and Communication in a Digitized World* pp 239-251

- Moore, P. V., Upchurch, M., & Whittaker, X. (2018). *Humans and Machines at Work: Monitoring, Surveillance and Automation in Contemporary Capitalism*. Cham: Springer International Publishing.
- Moreham, N. A. (2006) "Privacy in Public Places", *The Cambridge Law Journal*, Vol. 65, Issue 03, 606-635
- Murakami Wood, D. (2009) „The Surveillance Society: Questions of History, Place and Culture“, *European Journal of Criminology* 6 (2) 179-194
- Naumović, S. (2013) *Fields of Paradox: Three Case Studies on the Europeanisation of Agriculture in Serbia*. Belgrade: Etnološka biblioteka
- Nematzadeh, A. et al. (2016) „Information Overload in Group Communication: From Conversation to Cacophony in the Twitch Chat“. <https://arxiv.org/abs/1610.06497> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Nippert-Eng. C. (2010) *Islands of Privacy*, Chicago: The University of Chicago Press
- Nissenbaum, H. (1998) „Protecting Privacy in an Information Age: The Problem of Privacy in Public“, *Law and Philosophy*, Vol. 17, No. 5/6, 559-596
- Nissenbaum, H. (2010) *Privacy in Context: Technology, Policy and the Integrity of Social Life*, Stanford: Stanford University Press
- Okin, S. M. (1991) „Philosopher Queens and Private Wives: Plato on Women and the Family“, *Feminist Interpretations and Political Theory*. The Pennsylvania State University Press.
- Okin, S.M. (1979), *Women in Western Political Thought*. Princeton University Press: Princeton, New Jersey.
- O'reilly, T. (2014) *In a Nutshell: Collected Writings of the Founder of O'reilly Media Inc*. Beijing, Cambridge, Farnham, Köln, Paris, Taipei, Tokyo: O'reilly Media Inc.
- Pajvančić, M., Pajvančić, A. (2011) „Rod i politika“ u Milojević, I. I Markov. S. ur. *Uvod u rodne teorije*. Novi Sad: MEDITERRAN Publishing
- Papić, Ž. (1997) *Polnost i kultura*. Beograd: Biblioteka XX vek
- Parker, J. (2010). "Social Networking: Protecting Your Information and Personal Brand." *Inquiries Journal/Student Pulse*, 2(06). <http://www.inquiriesjournal.com/a?id=264> (Pristupljeno: 06.05.2018)
- Parsons, S. (2015) „Privacy, photography and the art of defence“ in *Revealing Privacy: Debating the Understandings of Privacy*, Carucci, M. (ed). Frankfurt am Main: Peter Lang, 105-119
- Pasquale, F. (2010) „Reputation Regulation: Disclosure and the Challenge of Clandestinely Commensurating Computing“ in *The Offensive Internet: Speech, Privacy, and Reputation*, eds. S. Levmore and M. C. Nussbaum, pp. 107-123, Massachusetts: Harvard University Press
- Pasquale, F. (2015) *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Cambridge Massachusetts: Harvard University Press

- Paton, N. (1991) *Governing the Family: Child Care, Child Protection and the State*. New York and London: Macmillan International Higher Education
- Patten, A. (2003) *Hegel's Idea of Freedom*. Oxford: Oxford Scholarship Online.
- Perez, B. Et al. (2018) *You Are Your Metadata: Identification and Obfuscation of Social Media Users using Metadata Information*. arXiv <https://arxiv.org/abs/1803.10133> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Petković, M., Jonker, W. (2007) *Security, Privacy, and Trust in Modern Data Management*. Berlin, Heidelberg, New York: Springer
- Pettit, P. (2005) „Liberty and Leviathan“, *Politics, Philosophy & Economics*. 4(1) 131-151
- Pirc Musar, N. (2009) *Vodič kroz zakon o zaštiti podataka o ličnosti*. Beograd: Poverenik za informacije od javnog značaja i zaštitu podataka
- Politou, E., Alepis, E. and Patsakis, C. (2018) Forgetting personal data and revoking consent under the GDPR: Challenges and proposed solutions *Journal of Cybersecurity*, 1-20
- Popović, D., Marjanović-Dušanić, S. (2004) *Privatni život u srpskim zemljama srednjeg veka*. Beograd: Clio
- Popović, M., Timotijević, M. i Ristović, M. (2011) *Istorija privatnog života u Srba*. Beograd: Clio
- Post, R. C. (1991) “Rereading Warren and Brandeis: Privacy, Property, and Appropriation”, *Case Western Reserve University Law Review* No. 41, 647
- Postigo, H. (2014) „The socio-technical architecture of digital labour: Converting play into YouTube money“, *New Media & Society*, Volume 18, Issue 2, 332-349
- Putnam, R. D. (1993) „The Prosperous Community: Social Capital and Public Life“, *Prospect*, No. 13, 35-42
- Radivojević, S. (2017) *Digitalni nomadizam: rad, tehnologija i pokretljivost u postindustrijskom društvu Srbije* (master rad) Filozofski fakultet u Beogradu
- Radulović, L., Erdei, I. (2017) „'Veliki brat vas gleda'/'vi gledate velikog brata'. Fenomen (nad)gledanja i imperativ gledanosti u rijaliti programu“, *Etnoantropološki problemi*, god. 12, sv. 1
- Rajić Čalić, J. (2018) „Određene forme radnog vremena u Srbiji u svetlu evropske direktive 2003/88 i uporednog prava“. *Strani Pravni život*, Vol. 62, Br. 3, 181-196.
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2017). “Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives”, *Mobile Media & Communication*, Vol. 5, No. 1, 80-101
- Rapp, R. (1979) „Anthropology“, *Signs*, Vol. 4, No. 3, 479-51
- Rapp, R. (1987) „Toward a Nuclear Freeze? The Gender Politics in Euro-American Kinship Analysis“, in Jane Fishburne Collier and Sylvia Junko Yanagisako (eds.), *Gender and Kinship. Essays Toward a Unified Analysis*, Stanford, California: Stanford University Press, 119-131
- Read, R., Thelen, T. (2007) „Introduction: Social Security and Care After Socialism: Reconfigurations of Public and Private“, *Focaal – European Journal of Anthropology*, No. 50, 3-18

- Rebane, G. (2018) „A 'parlour of one's own'? The YouTube Room Tour Genre“, *Continuum*, Vol. 32, No. 6
- Relja, R. i Šuljug, Z. (2010). „Novi oblici rada u umreženom društvu“ *Informatologia*, 43 (2), 143-149. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/55855> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Ridley, L. (2015) "Revenge Porn is Finally Illegal: Who are the Victims and Perpetrators of this Growing Phenomenon?", Huffington Post, http://www.huffingtonpost.co.uk/2015/04/12/revenge-porn-law_n_6630730.html (Accessed: 20.12.2018)
- Reider, B., Matamoros-Fernandez, A., Coromina, O. (2018) „From Ranking Algorithms to 'Ranking Cultures““, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 24 (1), 50-68
- Ristović, M. (2007) *Privatni život kod Srba u dvadesetom veku*. Beograd: Clio
- Roberge, J. And Seyfert, R. (2016) „What are Algorithmic Cultures?““, *Algorithmic Cultures: Essays on Meaning, Performance and New Technologies*, Roberge, J. And Seyfert, R. (eds.) London: Routledge
- Rohlfing, S. (2017) *The role of social networking in shaping hatred* (doktorska teza) University of Portsmouth , Portsmouth, UK
- Rose, N. (1987) „Beyond the Public/Private Division: Law, Power and the Family“, *Journal of Law and Society*, Vol. 14, No. 1, str. 61-76
- Rose, N. (1991) *Governing the Soul: The Shaping of the Private Self*. London: Free Association Books
- Rose, N. (1992) „Governing the Enterprising Self““, *The Values of the Enterprise Culture: The Moral Debate*, Heelas, P. Morris, P. (ed.). London: Routledge, 120-138
- Rosenblat, A., Kaneese, T., Boyd, D. (2014) „Workplace Surveillance“, Data & Society Research Institute <https://datasociety.net/pubs/fow/WorkplaceSurveillance.pdf> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Rosenfeld, K. N. (2015) *Digital Online Culture, Identity and Schooling in the Twenty-First Century*. New York: Palgrave Macmillan
- Rotenberg, M., Scott, J. and Horwiz, J. eds. (2015) *Privacy in the Modern Age: The Search for Solutions*. New York: New Press
- Roy, J. (1999) „'Polis' and 'Oikos' in Classical Athens“, *Greece & Rome*, Second Series, Vol. 46, No. 1, 1-18
- Rule, J. B. (2007) *Privacy in Peril: How we are sacrificing a fundamental right in exchange for security and convenience*. Oxford: Oxford University Press
- Ruskin, J. (2007) *Of Sesame and Lilies*. Gloucester: Dodo Press
- Russel, B. (1996) *Marriage and Morals*. London and New York: Routledge
- Sade-Beck (2004) „Internet Ethnography: Online and Offline“, *International Journal of Qualitative Methods*, Vol. 3, No. 2, 45-51

- Safari, B. (2017) "Intangible Privacy Rights: How Europe's GDPR Will Set a New Global Standard for Personal Data Protection," *Seton Hall Law Review*: Vol. 47: Iss. 3 , Article 6
- Sapacz, M., Rockman, G., Clark, J. (2016) „Are We Addicted to Our Cell Phones“, *Computers in Human Behaviour*, Vol. 57, 153-159
- Sassower, R. (2013) *Postmodern Postcapitalism*. London: Palgrave Macmillan
- Saxonhouse, A. (1991). Aristotle: Defective males, hierarchy and the limits of politics. *Feminist Interpretations and Political Theory*, 32-52.
- Schaar, P. (2009) *Das Ende der LoPrivatsphäre*. München: Wilhelm Goldmann Verlag
- Schoeman, F.D. (1992)*Privacy and Social Freedom*. Cambridge University Press, Cambridge, MA.
- Schramm, J. (2012) *Klick mich: Bekenntnisse einer Internet Exhibitionistin*, München: Knaus
- Schwab, K. (2017) *The Fourth Industrial Revolution*. New York: Crown Publishing Group
- Sevignani, S. (2013) „The Commodification of Privacy on the Internet“, *Science and Public Policy*, Vol. 40, No. 6, 733-739
- Sevignani, S. (2016) *Privacy and Capitalism in the Age of Social Media*. London: Routledge
- Shanley, M. L. (1979), „The History of the Family in Modern England“, *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, Vol. 4, No. 4, 740-750
- Siedentop, L. (2014) *Inventing the Individual: Origins of Western Liberalism*. Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press
- Simm, K. (2011), „The Concepts of Common Good and Public Interest: From Plato to Biobanking“, *Cambridge Quarterly of Healthcare and Ethics*, No. 20, 554-562
- Sintas, J. L., de Francisco, L. R., Alvarez, E. G. (2017) „The Nature of Leisure Revisited: An Interpretation of Digital Leisure“, *Journal of Leisure Research*, Vol. 47, No. 1, 79-101
- Smith, D. S. (1993) „The Curious History of Teorizing About the History of the Western Nuclear Family“, *Social Science History*, Vol. 17, No. 3, 325-353
- Solove, D. J. (2008) *Understanding Privacy*, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
- Solove, D. J. (2011) *Nothing to Hide: the False Tradeoff between Privacy and Security*. New Haven and London: Yale Univeristy Press
- Sparshott, F. (1985) „Aristotle on Women“, *Philosophical Inquiry*, Vol. 7, No. 3-4, 177-200
- Spracklen, K. (2015) *Digital Leisure, the Internet and Popular Culture: Communities and Identities in a Digital Age*. London: Palgrave Macmillan
- Stanković, F., Markov, S. (2011) „Rod i ekonomija“ u Milojević, I. I Markov. S. ur. *Uvod u rodne teorije*. Novi Sad: MEDITERRAN Publishing

- Steinberg, S. (2017) „Sharenting: Children’s Privacy in the Age of the Social Media“, *University of Florida Levin College of Law Research Paper* No. 16-41
- Stepanović, I. (2016) „Privacy Online: New Forms of Domestic Violence in the Age of Digital Surveillance“, *Zbornik Instituta za kriminološka i sociološka istraživanja*, godina XXXVI, No. 1
- Stepanović, I. (2018) „Redefining Privacy in Serbia: A Challenge for Public Policy“, *Zbornik Instituta za kriminološka i sociološka istraživanja*, godina XXXVII, broj 1, 103-115
- Stepanović, I. (2018) „Challenges to Privacy Protection on YouTube“, *Zbornik Instituta za kriminološka i sociološka istraživanja*, godina XXXVII, broj 3, 81-93
- Stevanović, I. (2017) “The Right to Privacy of a Child and Media in the Republic of Serbia in the Context of the Protection of Children Labour Abuse and Exploitation”, *International Scientific Conference Freedom, Security: The Right to Privacy, conference papers*, Novi Sad: Pokrajinski zaštitnik građana - Ombudsman and Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
- Stevanović, J. (2007) „Reproduktivna prava u Srbiji“, *Neko je rekao feminizam? Kako je feminizam uticao na žene XXI veka* Zaharijević, A. (ur.), Beograd: Heinrich Boll Stiftung
- Stolić, A., Makuljević, N. (2007) *Privatni život kod Srba u devetnaestom veku*. Beograd: Clio
- Strathern, M. (1992) *After Nature: English Kinship in the Late Twentieth Century*. Cambridge: Cambridge University Press
- Strathern, M. (2000) *Audit cultures: Anthropological studies in accountability, ethics, and the academy*. London: Routledge
- Striphias, T. (2015) „Algorithmic Culture“, *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 18, No. 4-5, 395-412
- Stroud, S. R. (2014) “The Dark Side of the Online Self: A Pragmatist Critique of the Growing Plague of Revenge Porn”, *Journal of Mass Media Ethics*, Vol. 29. No. 3, 168-183
- Such, J.M., Criado, N. (2016) „Resolving Multi-Party Privacy Conflicts in Social Media“, *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, Vol. 28, No. 7, 1851-1863
- Suk, J. (2009) *At Home in the Law: How the Domestic Violence Revolution is Transforming Privacy*. New Haven and London: Yale University Press
- Sundstrom, E., Kring Herbert, R., & Brown, D. W. (1982). „Privacy and Communication in an Open-Plan Office: A Case Study” in *Environment and Behavior*, Volume 14, Issue 3, 379–392.
- Šeks, V. (1989) „Jugoslavija i međunarodni pravni dokumenti o pravima čovjeka“, *Revija za socijalnu politiku*, Vol. XX, No. 3–4, 351–362
- Tene, O. Polonetsky, J. (2013). Privacy in the Age of Big Data: A Time for Big Decisions. *11 Northwestern Journal of Technology & Intellectual Property* 239

- Thompson, J. B., (2011) „Shifting Boundaries of Public and Private Life“, *Theory, Culture & Society*, Volume 28, Issue 4, 49-70
- Timotijević, M., Popović, M. i Ristović, M. (2011) *Istorija privatnog života u Srba*. Beograd: Clio
- Trottier, D. (2012) *Social Media as Surveillance: Rethinking Visibility in a Converging World*. Farnham: Ashgate
- Uricchio, W. (2009) „The Future of a Medium Once Known as Television“, *The YouTube Reader*. Stockholm: Mediehistoriskt Arkiv 12
- van Dijck, J. (2013). “‘You have one identity’: performing the self on Facebook and LinkedIn”. *Media, Culture & Society*, Volume 35, Issue 2, 199–215
- van Dijck, J. (2014) „Datafication, Dataism and Dataveillance: Big Data Between Scientific Paradigm and Ideology“, *Surveillance & Society*, Vol. 12, Issue 2, pp. 197-208
- Vargas,
- Veblen, T. (2003) *The Theory of Leisure Class*. Pittsburgh: Pennsylvania State University
- Viseu, A. et.al. (2006) „The Interplay of Public and Private Spaces in Internet Access“, *Information, Communication & Society*, Vol. 9, No. 5, 633-656
- Vorderer, P. Krömer, N., Schneider, F.M. (2016) „Permanently Online – Permanently Connected: Explorations into university students’ use of social media and mobile smart devices“, *Computers in Human Behaviour*, Volume 63, 694-703
- Voss, W., G. (2016) „European Union Data Privacy Law Reform: General Data Protection Regulation, Privacy Shield, and the Right to Delisting“, *Business Lawyer*, Vol. 72, No. 1, pp. 221-233, Winter 2016/2017
- Vuković, D. (2017) *Preoblikovanje neoliberalizma: socijalna politika u Srbiji*. Novi Sad: MEDITERRAN
- Zaharijević, A. (2010) *Postajanje ženom*. Beograd: Rekonstrukcija ženski fond
- Zheleva, Elena and Getoor, Lise (2009) “To Join or Not to Join: The Illusion of Privacy in Social Networks with Mixed Public and Private User Profiles”, *18th International World Wide Web Conference*, April 20th-24th, 2009, Madrid, Spain.
- Zureik, E. (2003) „Theorising Surveillance: The Case of the Workplace“ in *Surveillance as Social Sorting: Privacy, Risk and Digital Discrimination*, ed. D. Lyon, New York and London: Routledge
- Žakula, S. (2012) „Da li kiborzi sanjaju biomehaničke ovce? Telo i hiperrealnost“, *Antropologija* 12, sveska 2
- Žikić, B. (2012) „Poboljšanje tela i telesna zadovoljstva u naučnoj fantastici“, *Antropologija* 12, sveska 2, 81-104
- Živanović, I. (2011) “Platon, Makijaveliimakijavelizam“, *Filozofija i društvo*, No. 3, 45-67

- Wachter, S. (2018) "The GDPR and the Internet of Things: A Three-Step Transparency Model", *Law, Innovation and Technology*, SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3130392> , (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Walsh, M. M. (1997) „Aristotle's Conception of Freedom“, *Journal of the History of Philosophy*, Vol. 35, No. 4, str. 495-507
- Walters, G. J. (2001). *Human rights in an information age: A philosophical analysis*. Toronto: University of Toronto Press
- Warren. S. D., Brandeis, L. D. (1984) „The Right to Privacy“, Shoeman, F. D. (Ed.) *Philosophical Dimensions of Privacy*, Cambridge: Cambridge University Press
- Weber, M. (1978) *Economy and Society*, Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press
- Weber, R. H., Weber, R. (2010) *Internet of Things, Legal Perspectives*, Berlin, Heidelberg: Springer Verlag
- Weckert, J. (2005) *Electronic Monitoring in the Workspace: Controversies and Solutions*. Hershey: Idea Group Publishing
- Wesch, M. (2009) „YouTube and You: Experiences of Self-Awareness in the Context Collapse of the Recording Webcam“, *Explorations in Media Ecology, Volume 8, Issue 2*, 19-34
- West, A., Lewis, J., Currie, P. (2009) "Students' Facebook 'friends': public and private spheres", *Journal of Youth Studies*, Vol. 12, No. 6, 615-627
- Westenberg, W. (2016) *The Influence of YouTubers on Teenagers* (magistarska teza). University of Twente, Enschede, The Netherlands
- Winch, A., Hakim, J. (2016) "I'm selling the dream really aren't I?": Sharing Fit Male Bodies on Social Networking Sites", *Digital Leisure Cultures: Critical Perspectives*. London: Routledge
- Wittel, A. (2002). "Ethnography on the move: From field to net to internet", *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(1). <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/1-00/1-00witzel-e.htm> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Wollstonecraft, M. (1792) *A Vindication of the Rights of Women* <http://www.gutenberg.org/cache/epub/3420/pg3420-images.html> (Pristupljeno 20.12.2018)
- Wood, A. F., Smith, M. J. (2005) *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*. Mahwah, New Jersey and London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers
- Woolf, V. (2002) *A Room of One's Own*, A Project Gutenberg of Australia eBook <http://gutenberg.net.au/ebooks02/0200791h.html> (Pristupljeno 18.05.2018)
- Worsley, L. (2015) *If Walls Could Talk: An Intimate History of the Home*. New York: Walker & Company
- Wright, D., Kreissl, R. (2013) „European Responses to the Snowden Revelations: A Discussion Paper“, IRISS <http://irissproject.eu/wp->

[content/uploads/2013/12/IRISS_European-responses-to-the-Snowden-revelations_18-Dec-2013_Final.pdf](#) (Pristupljeno: 20.12.2018)

IZVORI:

- Adam Kontras
<https://www.YouTube.com/user/Adam4tvs/videos?view=0&sort=da&flow=grid>
- Alo "Neverovatne gužve u Dražerovoj, Internet zavisnika sve više na lečenju"
<http://www.alo.rs/vesti/drustvo/internet-zavisnika-sve-vise-na-lecenju/140857/vest> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Amir Hadžić (18. april 2017) *DA LI STE VI NORMALNI?*
https://www.YouTube.com/watch?v=IPwLp_sPzvM
- Ana 2 Cats (4. jun 2016) *Vlog – početak letovanja 2016. Zlatibor*
<https://www.YouTube.com/watch?v=W54IbF8XYq4&t=1s>
- Ana 2 Cats (6. jul 2016) *Vlog – letovanje 2016. Zlatibor i put do Herceg Novog*
<https://www.YouTube.com/watch?v=Qx9DE-dU6w0>
- Anastasija Grujić
<https://www.YouTube.com/channel/UCIO43SRPyAYvrjRz4rbf-PQ>
- Anastasija Stasha (14. januar 2016) *Winter Morning Routine 2016*
<https://www.YouTube.com/watch?v=ShXTi0CdTIA>
- Andjela&Nađa (7. avgust 2018) *Room tour u Srbiji*
https://www.YouTube.com/watch?v=h5SM_6_B8f0
- Andjela & Nadja (23. avgust 2018) *NASE POSLEDNJE RECI, POSLEDNJI VIDEO*
https://www.YouTube.com/watch?v=mM5_NsiDFI4&t=64s
- Andjela & Nadja (9. januar 2019) *Ne mozemo vise*
<https://www.youtube.com/watch?v=UtPr5LT8XUc&t=45s>
- Andrija Jo (14. april 2017) *SUNDAY MORNING ROUTINE | Očekivanja Vs Realnost*
<https://www.YouTube.com/watch?v=fz50sHC2knE>
- Angelika Oles
<https://www.youtube.com/channel/UCqBdhITto1mF0k8C8t313w>
- B92 "Klinika za lečenje zavisnosti od igrica uskoro prima prve pacijente"
https://www.b92.net/zdravlje/mentalno_zdravlje.php?yyyy=2018&mm=06&d=27&nav_id=1410745 (Pristupljeno: 20/09/2018)
- Balkan Arhiva (30. Novembar 2017) *LIVE SKANDAL: AMIR HADŽIĆ & JUKA VS BAKA PRASE (LIVE CHAT EDINCREATIONS, NIXA ZIZU, VANIMY, BALKANALERT)*
https://www.YouTube.com/watch?v=o0J7juY-F_8

- Balkan Drama (9. februar 2018) *ENN LA RUSH PLACE I PRETI SAMOUBISTVOM* (izbrisani live) <https://www.youtube.com/watch?v=40LAXL4TkrY&t=80s>
- Balkan Tube Fest <https://balkantubefest.com/> (Pristupljeno: 20/08/2018)
- Bahruth, K. (producent) i Timoner, O. (režiser). (2009) *We Live in Public* (film) United States: Interloper Films
- Baka Prase <https://www.YouTube.com/user/BakaPrase>
- Baka Prase (11 februar 2018) *Koliko zarađujem od YouTube-a* <https://www.YouTube.com/watch?v=Bn3jdTM9UFM>
- Baka Prase (25. Februar 2018) *Drama V2.1 – Jaserstajni* https://www.youtube.com/watch?v=Nx0_jT7H4mI
- Baka Prase (12. decembar 2017) *Provi poljubac – price sa bakom* [https://www.YouTube.com/watch?v=jzcwFnk\]k-c](https://www.YouTube.com/watch?v=jzcwFnk]k-c)
- Baka Prase (11. jun 2017) *NAPUSTAM YOUTUBE* <https://www.youtube.com/watch?v=vXCvfuBTFU4>
- Baka Prase (1. septembar 2018) *DONOSIM UNUCIMA POKLONE KUĆI* <https://www.youtube.com/watch?v=yKelukJvYIM&t=1s>
- Baka Prase (29. Novembar 2017) *STA LUPETAJU OVI IDIOTI?!* <https://www.YouTube.com/watch?v=YgXbMXiyjIs>
- Baka Prase (29. Decembar 2017) *PRESTIZEMO DZUMANDZIJA U SUBOVIMA!!! – KAKO JE NASTAO DZUMANDZI* <https://www.YouTube.com/watch?v=447dgAxGAP4>
- Baka Prase (28. januar 2018) *OVO JE PRESLO SVAKU GRANICU* <https://www.YouTube.com/watch?v=v7VN9Mxs5gg>
- Baka Prase (23. maj 2018) *MOJ KLA VIRSKI KONCERT U HOTELU 1000€ ZA NOĆ* <https://www.YouTube.com/watch?v=642qzdy4sr8&t=140s>
- Baka Prase (30. jul 2018) *DONIRAMO PARE KOJE SMO SKUPILI PEVAJUCI NA ULICI* <https://www.YouTube.com/watch?v=E6DekLgRsws&t=467s>
- Baka Prase (22. avgust 2018) *VELIKI POVRATAK* <https://www.YouTube.com/watch?v=xkIzuNbh8f4>
- Baka Prase (2. decembar 2017) *NIXA EXPOSED – KRAJ DZUMANDZIJA* <https://www.YouTube.com/watch?v=pNH---oCZ5M&t=5s>
- Baka Prase (13. avgust 2018) *SPAVANJE LAJV* <https://www.YouTube.com/watch?v=PFBZzCbAII8&t=3819s>
- Baka Prase (10. jun 2018) *MOJE PRVO PIJANSTVO – IZVADIO LABUDA* <https://www.YouTube.com/watch?v=Hi2aLvaoZ14>
- Baka Prase (29. maj 2018) *2 DEVOJKE U ISTO VREME? – DA LI SI IKADA/w Tamara* https://www.YouTube.com/watch?v=SpmSotB0i_I
- Baka Prase (29. Decembar 2018) *NOSIM NOVOGODISNJE PAKETICE DECI U PRIHVATILISTU* <https://www.youtube.com/watch?v=AmHWe2KafKM>

- Baka Prase (18. januar 2019) *MOJE MIŠLJENJE O SITUACIJI SA MINDŽELOM I MLADJOM*<https://www.youtube.com/watch?v=uDC-IIGDGdA>
- BBC, *The Victorians*, TV serija, 2009, Velika Britanija<https://www.bbc.co.uk/programmes/b07lpdq3> (Pristupljeno: 20.12.2018.)
- Biljana Petrović (4. avgust 2016) *Room Tour*<https://www.YouTube.com/watch?v=m-QIyJ-qWGO>
- Biljana Petrović (19. februar 2017) *PUTUJEMO ZA MILANO I BARSELONU!! Kasting za seriju?* <https://www.YouTube.com/watch?v=W390cJEL0fM&t=315s>
- *Black Mirror* 2011-2017 (serija). Velika Britanija i SAD: Channel 4 i Netflix
- Bundesdatenschutzgesetz 30. Juni 2017 (BGBl. I S. 2097)
- Carzah (3. januar 2018) *Logan Paul Japan Deleted Vlog (REUPLOAD) *FULL VIDEO**<https://www.youtube.com/watch?v=oQaUGD-MtsQ>
- Choda (14. oktobar 2018) *Proveo sam 24 H kod Bake u KUĆI a on NIJE ZNAO da sam tu...*<https://www.youtube.com/watch?v=68nLCOPjIjw&index=5&list=WL>
- Cile ST (9. mart 2017) *Zarada na jutjubu*<https://www.youtube.com/watch?v=IsEBJLbwDuk>
- Cile ST (26. April 2017) *Live – drama na jutjubu*<https://www.YouTube.com/watch?v=OEy7iQoPs8U&t=3614s>
- Council of Europe, Savetodavni komitet konvencije o zaštiti lica u odnosu na automatsku obradu podataka o ličnosti (T-PD), “Smernice za zaštitu lica u odnosu na obradu podataka o ličnosti svetu velikih podataka”. Preuzeto sa: <https://www.poverenik.rs/sr-yu/za%C5%A1tita-podataka/pravni-okvir-zp/%D0%BC%D0%B5%D1%92%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8-%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/2551-smernice-za-zastitu-lica-u-odnosu-na-obradu-podataka-o-licnosti-u-svetu-qvelikih-podataka-q-nezvanican-prevod.html> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Cresci, E. “KSI v Logan Paul: was the YouTubers’ fight more than just hype?”, *The Guardian*, London, 27. Avgust 2018<https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2018/aug/27/ksi-logan-paul-youtubers-fight-boxing-match-manchester-arena> (Pristupljeno: 31/08/2018)
- DontTrustTheRabbit (4. mart 2018) *Raising a Trilingual Child in Germany | Cute Video Clips and Update*<https://www.youtube.com/watch?v=1NmnKiHqXU8&t=79s>
- Dunja Jovanić (16. april 2018) *Vlog 19: Će da izađem na televizor*https://www.YouTube.com/watch?v=pngF2YUHIgI&index=22&list=PLZXR2Rpggkrwt1Lh_HHsuOmmOzSAPvGkL
- Dunja Jovanić (12. jul 2018) *Da li smo Sara i ja sestre?*<https://www.YouTube.com/watch?v=fpl2OzjqhW8>

- Dunja Jovanić (22. januar 2018) *Vlog 16: Paris with YSL* <https://www.YouTube.com/watch?v=3tfDgPZqEME&t=7s>
- Emilija Milojević <https://www.youtube.com/channel/UCimWMtrcOU3jUFttunAuzeQ>
- Emilija Milojević (31. jul 2015) *Girl Talk #1 | Proi poljubac* https://www.YouTube.com/watch?v=G4vfvX9E_Ds
- Ena Luna <https://www.youtube.com/channel/UCj8okEjePGLhAS--RJ5trDg>
- Enn La Rush (3. avgust 2017) *KRINDŽ PORUKE MOJIH BIVŠIH! #1* https://www.YouTube.com/watch?v=_d2xUIgDbrs
- Enn La Rush (29. jul 2017) *MOJ PRVI POLJUBAC!* <https://www.YouTube.com/watch?v=WigIpXGU07I&t=2s>
- Enn La Rush (20. novembar 2016) *REAKCIJA NA KOMENTARE!* <https://www.youtube.com/watch?v=ii8PGpinEhg>
- Enn La Rush (21. april 2017) *OSTAVIO ME DECKO DRAMA – MOJE MISLJENJE* <https://www.YouTube.com/watch?v=QRI4hF1NmbQ&t=22s>
- Evropska konvencija o ljudskim pravima http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_BOS.pdf (Pristupljeno 10.11.2018)
- GDPR, Key Issues: *Consent*, <https://gdpr-info.eu/issues/consent/> (Pristupljeno: 20/08/2018)
- Google Support <https://support.google.com/chrome/answer/114836?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=en> (Pristupljeno: 20.12.2018.)
- Gotivanerka Izvanredna (17. april 2017) *Gotivanerka – Ostavio me decko / Challenge za YouTubere* <https://www.YouTube.com/watch?v=ZV3MGC1xIjo>
- Facebook <https://www.facebook.com/help/325807937506242> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Facebook Help, <https://www.facebook.com/help/325807937506242> (Pristupljeno: 20.12.2018.)
- Famoza (5. februar 2017) *Napadam privatnos – Nenad Ulemek Famoza Tube* <https://www.YouTube.com/watch?v=Zc1sLnCtIpo>
- Full Burazeri (13. januar 2019) *ANDJELA I NADJA SU PRETERALE!* <https://www.youtube.com/watch?v=akRpMvD6EqA&t=79s>
- iNabber <https://www.YouTube.com/user/frasermulliner1>
- Investigatory Powers Act <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2016/25> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Irina Živković (16. maj 2016) *Room tour 2016* <https://www.YouTube.com/watch?v=XEBgORmOLI0>
- Irina Živković (16. februar 2017) *First kiss* <https://www.YouTube.com/watch?v=iQctd34tWRQ>

- Irina Živković (10. novembar 2016) *Citanje hejt komentara* <https://www.YouTube.com/watch?v=UMHUBspZ8cE>
- Irina Živković (17. jul 2017) *Vlog – Put do Crne Gore* <https://www.YouTube.com/watch?v=Rij2O75nI4M>
- Irina Živković (4. Januar 2016) *Vlog Va Vana, spavanje kod Vanje* <https://www.YouTube.com/watch?v=IcY2V1xq8m8&t=331s>
- Isabeau (21. avgust 2018) *Vorbereitung Einschulung | Tierpark Berlin & Heimwekren in Haus | Isabeau* <https://www.youtube.com/watch?v=qA8G6zuHERQ>
- Jack Maate <https://www.YouTube.com/user/JaackMaate>
- Jana Dačović (25. avgust 2014) *Room Tour!* <https://www.YouTube.com/watch?v=EQBM2xpQoDk>
- Jana Dačović (9. septembar 2018) *DAILY VLOG // shopping, upload schedule, sredjivanje ormara* <https://www.youtube.com/watch?v=4OK2Huq5tFU&list=PLZXr2RpggkrxE83HzN6Eyw5usG2R6dQVZ&index=2>
- Jana Dačović (11. avgust 2017) *VLOG | LUDO PUTOVANJE NA KRIT* <https://www.YouTube.com/watch?v=IfodeCo5Xzc>
- Jana Dačović (12. jun 2016) *Vlog iz Slovenije* https://www.YouTube.com/watch?v=DRcafV3G_As
- Jana Dačović (30. oktobar 2015) *Balkan Tube Fest 2015 VLOG – drugi deo* <https://www.YouTube.com/watch?v=V1CJd7qqYIE>
- Jana Dačović (26. Oktobar 2015) *Balkan Tube Fest 2015 VLOG – prvi deo* https://www.YouTube.com/watch?v=l3RzDc_Lwl8
- Jana Dačović (1. decembar 2017) *VLOGMAS 1 – PUTOVANJE U ZAGREB* <https://www.YouTube.com/watch?v=YrPkaN7IwIE>
- Jana Dačović (22. oktobar 2017) *Q&A | Jana Dačović* <https://www.YouTube.com/watch?v=E8En72A6UV4>
- Jana Dačović (19. maj 2018) *PITANJA I ODGOVORI* <https://www.YouTube.com/watch?v=TjM091jB6ak>
- Jana Dačović (29. avgust 2018) *PITANJA I ODGOVORI SA NAJLEPŠIM POGLEDOM* <https://www.youtube.com/watch?v=ZRItWM3yfd4>
- Jana Dačović (10. decembar 2017) *VLOGMAS 2 PRVA KOLOKVIJUMSKA NEDELJA IKADA!* <https://www.youtube.com/watch?v=tSiGAAcYS8E>
- [Jana Dačović](#) (12. decembar 2017) *VLOGMAS 3 AVANTURE NA ZLATIBORU* <https://www.YouTube.com/watch?v=M2y11mK11AA>
- Jana Dačović (2. Avgust 2018) *IZNENADNO PUTOVANJE ZA STEFANA* <https://www.YouTube.com/watch?v=rLzQwc9tHtQ>
- Jana Dačović (25. avgust 2014) *Room Tour!* <https://www.YouTube.com/watch?v=EQBM2xpQoDk>
- Jana Dačović (1. decembar 2017) *VLOGMAS 1 – PUTOVANJE U ZAGREB* <https://www.YouTube.com/watch?v=YrPkaN7IwIE>

- Jana Dačović (12. jul 2018) *SVAĐA I GREŠKE TOKOM SNIMANJA* <https://www.YouTube.com/watch?v=QtZLUnZ1aaY&t=1s>
- Jana Dačović (4. novembar 2018) *PRAVIMO SPECIJALITET ZA HALLOWEEN + Q&A*
<https://www.youtube.com/watch?v=WGUSNkmYTae&list=WL&index=29&t=0s>
- Just Marcus (7. Septembar 2018) *Is Vlogging Children A Bad Thing? Ft Louise Pentland* <https://www.youtube.com/watch?v=Yzk-Kx1FqYw&t=2s>
- Just Marcus (11. novembar 2018) *What It's Like Being In A Public Relationship* <https://www.youtube.com/watch?v=Pj8Aez8p9VA&list=WL&index=48&t=0s>
- Konvencija o zaštiti lica u odnosu na automatsku obradu podataka
<https://www.poverenik.rs/sr-yu/pravni-okvir-zp/%D0%BC%D0%B5%D1%92%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8-%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/1359-konvencija-o-zatiti-lica-u-odnosu-na-automatsku-obradu-podataka.html> (Pristupljeno: 10.11.2018)
- Konvencija o eliminisanju svih oblika diskriminacije žena
http://www.zenskavlada.org.rs/downloads/konvencija_diskriminacija.pdf
(pristupljeno: 28.20.2018)
- Kovalska (28. februar 2018) *Pričamo o našoj vezi* <https://www.YouTube.com/watch?v=aWiUwKqMtzg>
- Kovalska (14. januar 2018) *Verili smo se – rođendanski vlog* <https://www.YouTube.com/watch?v=99iB1wLG4HY>
- Kovalska (2. februar 2018) *VLOG IZ PARIZA – POPELI SMO SE NA AJFELOV TORANJ – 2 DEO* <https://www.YouTube.com/watch?v=36RDoVVqDC8>
- Kovalska (8. decembar 2015) *Vlog – Pokusaj odlaska na Avalske toranj 06.12.2015.* <https://www.YouTube.com/watch?v=-T4qjeACcrw>
- Kurir, Stars (27. maj 2015) „Zorannah se oglasila posle smrti majke: nemam više nikoga!” <https://www.kurir.rs/stars/1797713/zorannah-se-oglasila-posle-smrti-majke-nemam-vise-nikoga> (Pristupljeno: 20/08/2018)
- Lea Stanković (8. septembar 2018) *HVALA VAM* https://www.youtube.com/watch?v=OpBdOiTLolc&t=176s&list=PLZXr2Rpggkrwt1Lh_HHsuOmmOzSAPvGkL&index=44
- Lea Stanković (7. novembar 2015) *Room tour* <https://www.YouTube.com/watch?v=wB36UW6EKUY>
- Lea Stanković (13. avgust 2016) *Ja iskreno sa vama: koga “mrzite” ovih dana?* https://www.youtube.com/watch?v=8cCXdO_Bq0k
- Luna (18. Januar 2018) *Posao i Plate u Velikoj Britaniji | Zarada na YouTube Kanalima* <https://www.youtube.com/watch?v=NBdG8zDwX48>
- Marija Vlogs <https://www.YouTube.com/channel/UC2UxxvCPO3-90O2UJ4Vj9Ww>

- Marija Vlogs (29. Decembar 2016) *DRUGI DAN U BEČU* <https://www.YouTube.com/watch?v=aiTlacOdGJ4>
- Marija Žeželj <https://www.YouTube.com/channel/UCsOaRHdUnIjjiZzzB8JrH5Q>
- Marija Žeželj (8. maj 2018) Q&A - *Planovi za ovu godinu, da li imam dečka?!* <https://www.youtube.com/watch?v=qxyKpI9nKMM&t=265s>
- Marija Žeželj (21. januar 2018) *Sledeća destinacija... BEOGRAD!* <https://www.YouTube.com/watch?v=hTdV5BDwN84>
- Marija Žeželj (9. decembar 2017) *Kitim jelku sa Anjom | December Vlogs* <https://www.YouTube.com/watch?v=of2FBaRjNiY&t=361s>
- Marija Žeželj (8. maj 2018) Q&A - *Planovi za ovu godinu, da li imam dečka?!* <https://www.youtube.com/watch?v=qxyKpI9nKMM&t=265s>
- Marija Žeželj (11. decembar 2016) *Day in my life | #31 DaysOfMarijaZ* <https://www.YouTube.com/watch?v=WCSvU8t5wvU>
- Marko V (11. januar 2019) *Andjela i Nadja su ZAVRSILE! Nova drama* <https://www.youtube.com/watch?v=bq4ZQBxZ3ZI>
- media.ccc.de (28. decembar 2015) *Julia MarijaMönig: Household, Totalitarianism and Cyberspace*. Preuzetosa YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=_6sbwAsPuHQ&index=4&t=0s&list=PLZXr2Rpggkrwt1Lh_HHsuOmmOzSAPvGkL (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Medium Corporation: Forstmann, D. (2018) "The Rise of Cyber Models and AI Accounts on Instagram" <https://medium.com/datadriveninvestor/the-rise-of-cyber-models-and-ai-accounts-on-instagram-82c096a8fce1> (Pristupljeno 20.12.2018)
- Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima http://www.tuzilastvorz.org.rs/upload/Regulation/Document_sr/2016-05/medj_pakt_gradj_prava_lat.pdf (Pristupljeno 10.11.2018)
- Microsoft Support, <https://support.microsoft.com/en-us/help/4027945/windows-change-privacy-settings-in-windows-10> (Pristupljeno 20.12.2018)
- Mila Antonovic (29. jul 2018) *Jutarnja rutina vlog edišn | Mila Antonovich* <https://www.YouTube.com/watch?v=EfVeJOJBxgY>
- Mila Antonović (14. Februar 2016) *Prvi poljubac?!* <https://www.YouTube.com/watch?v=x6j4niuaM9o>
- Milicina Mama <https://www.youtube.com/channel/UCbH-ZzxRV8z7eKAOUxgh8ow>
- Milicina Mama (3 decembar 2016) *VLOGMAS #4 Koliko sam zaradila za godinu dana na YT* https://www.YouTube.com/watch?v=dXXSVS3_3JE&t=148s&index=159&list=PLZXr2RpggkrwU_sBnUb87h0otOEGzpi3Q

- Milina Kanta (19. jul 2016) *Being emotional, last day in England* #14 <https://www.YouTube.com/watch?v=UiouKvxbEgQ>
- Miller, D. *Why We Post* <http://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/> (Pristupljeno: 12.06.2019)
- Ministarstvo spoljnih poslova Republike Srbije <http://www.mfa.gov.rs/sr/index.php/spoljna-politika/multilateralaljudskapraba?lang=lat> (Pristupljeno 18.02.2018).
- MONDO portal (15. novembar 2015) *Marija Žeželj, Ruža Rupić, Jana Dačović i The Lazy Wave* https://www.youtube.com/watch?v=E0_edaD36U8&list=WL&index=41
- MONDO portal (2. jun 2017) *Jana Dačović – tako mlada a već biznismenka!* <https://www.youtube.com/watch?v=KgFASlRwugw&index=40&list=WL>
- MONDO portal (17 novembar 2016) *Yasserstajin, Kovalska i Kika uzori klincima u Srbiji* <https://www.youtube.com/watch?v=RWQlkd0lonQ&index=38&list=WL>
- Muđa (21. januar 2018) *NOVA PRAVILA ZARADE NA YOUTUBE-u?* <https://www.youtube.com/watch?v=-I41trjJP6Q>
- Muđa (10. jun 2017) *Moja nova soba! Room Tour!!!* <https://www.YouTube.com/watch?v=6foQT3zm7Zo>
- N1, *Crvena Linija: kako žive neki od najpoznatijih influensera u regiji*, 24 mart 2018, https://www.YouTube.com/watch?v=zC3Qe95DJGM&index=3&list=PLZXr2RpggkrwU_sBnUb87h0otOEGzpi3Q&t=15s (Pristupljeno: 20/08/2018)
- N1 “Brnabić: Srbija je ispred pojedinih propisanih standard EU” <http://rs.n1info.com/a404899/Vesti/Brnabic-Digitalizacija-prioritet-vlade.html> (Pristupljeno: 10.11.2018)
- Nadja Stanojevic (5. oktobar 2017) *ROOM TOUR 2017* <https://www.YouTube.com/watch?v=SiwzEuFp4lM&t=84s>
- Nadja Stanojevic (25. mart 2018) *KITCHEN TOUR 2018* <https://www.YouTube.com/watch?v=wOSdlvBV3rI>
- Nadja Stanojevic (28. maj 2018) *Makeup/Bathroom Tour | Milano Edition* <https://www.YouTube.com/watch?v=Dr7NXstdEzg&t=102s>
- Nadja Stanojevic (5. novembar 2017) *Jutarnja rutina u Milanu* https://www.YouTube.com/watch?v=9vT_akdi6Lg
- Nadja Stanojevic (20. jul 2018) *IDEMO NA KORZIKU!* <https://www.YouTube.com/watch?v=xGqijsfG7yc>
- Nadja Stanojevic (7. decembar 2017) *Vlogmas 1: Realan život u Milanu sa najboljim drugom* <https://www.youtube.com/watch?v=eFvQtzweFdE&t=756s>
- Nadja Stanojevic (21. avgust 2018) *Q&A – Hejt komentari ispod pesme* <https://www.youtube.com/watch?v=BNx8waTVv5I>
- Nadja Stanojevic (16. oktobar 2018) *1 NA 1: GOST: LEA STANKOVIĆ* <https://www.youtube.com/watch?v=KLFEkQoR0K8&list=WL&t=0s&index=9>

- Nenad Ulemek (6. Maj 2018) ROOM TOUR 2018 NENAD ULEMEK
<https://www.YouTube.com/watch?v=UqOBbR0W6no>
- Nenad Ulemek
<https://www.YouTube.com/channel/UCXB2StM14NDAeIDzERl-yeA>
- Nenad Ulemek (15. novembar 2016) PRANK budi samnom a ne sa njim!
<https://www.YouTube.com/watch?v=KjXFTEpEzLI>
- Nenad Ulemek (2. avgust 2017) Moj prvi poljubac!
<https://www.YouTube.com/watch?v=JcFPOzQhFGo>
- Nenad Ulemek (6. Maj 2018) ROOM TOUR 2018 NENAD ULEMEK
<https://www.YouTube.com/watch?v=UqOBbR0W6no>
- Nenad & Zija <https://www.YouTube.com/user/sm03012012ify>
- Nenad&Zija (29. maj 2017) I NIKADA VISE O OVOJ TEMI...
<https://www.youtube.com/watch?v=yKQaQ1zbBcU>
- Nina Prodanovic (29. april 2017) Imam nesto bitno da vam kazem
<https://www.YouTube.com/watch?v=eE4wiSjsa40>
- Opšta deklaracija o ljudskim pravima
[http://www.unhcr.rs/media/Opsta%20deklaracija%20o%20ljudskim%20pravima%20\(1948\).pdf](http://www.unhcr.rs/media/Opsta%20deklaracija%20o%20ljudskim%20pravima%20(1948).pdf) (Prisupljeno 10.11.2018)
- Paragraf: Opšta uredba o zaštiti podataka o ličnosti (GDPR) Evropske Unije
<https://www.paragraf.rs/dnevne-vesti/071217/071217-vest15.html>
(Pristupljeno: 20.12.2018)
- Pointless Blog Vlogs (18 januar 2018) Am I happy making YouTube videos?
https://www.YouTube.com/watch?v=pLYJvqKyFh4&index=3&list=PLZXr2Rpggkrwt1Lh_HHsuOmmOzSAPvGkL&t=0s
- Pointless Blog Vlogs (23. januar 2017) LET'S TALK ABOUT SEX
<https://www.YouTube.com/watch?v=b1DyJ7fYKRU>
- Ponti, C. (producent) i Antonioni, M. (režiser). (1967) *Blow-Up* (film) UK, Italy, USA: [Bridge Films](#), [Carlo Ponti Production](#), [Metro-Goldwyn-Mayer \(MGM\)](#)
- Porodični zakon Sl glasnik RS, br. 18/2005, 72/2011 – dr. Zakon i 6/2015, član 197
- Poverenik za informacije od javnog značaja i zaštitu podataka o ličnosti
<https://www.poverenik.rs/sr/%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B84.html> (Pristupljeno 18.02.2018)
- Project X (5. februar 2018) VANIMY OTKRIVA KAKO SE ENN LA RUSH DROGIRALA NA BTF
https://www.youtube.com/watch?v=w-db0i_iQaI
- Qunton Reviews (21. jun 2018) Algorithm Killed the Video Star | Fallen Titans #5
https://www.youtube.com/watch?v=9e-WJHC_WRA&list=WL&index=2&t=0s
- Rebekah Wing (11. avgust 2018) INSTAGRAM bestimmt BACK TO SCHOOL SHOPPING...
https://www.youtube.com/watch?v=v4yTR8BEdcQ&t=0s&list=PLLZXr2Rpggkrwt1Lh_HHsuOmmOzSAPvGkL&index=48

- RTS Tako stoje stvari – Zvanični kanal (13. decembar 2017) *Tako stoje stvari - Interju – Marija Žeželj – 13. 12. 2017.*
<https://www.youtube.com/watch?v=POBjV6MZ-mw>
- RTS Tako stoje stvari – Zvaničan kanal (22. maj 2018) *Fokus grupa – influenseri – 23.05.2018* <https://www.youtube.com/watch?v=N-O1DYNJaIY&index=41&list=WL&t=0s>
- RTS “Sve veća zavisnost od Interneta”
<http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/57/srbija-dAnas/2911124/sve-veca-zavisnost-od-interneta-.html> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Ružica Rupić (30. avgust 2018) VLOG – *Poslednja nedelja leta, sumiranje utisaka, carpool karaoke!* https://www.YouTube.com/watch?v=_td0gSW75W8
- Ružica Rupić (16. februar 2018) VLOG – *ŽENA U PMS-U, OSTAVILA SAM KAMERU I DESILO SE OVO?!* <https://www.YouTube.com/watch?v=BROf-1kf64g>
- Ružica Rupić (12. oktobar 2015) *Kako sam smršala 28 kilograma? 1. deo*
<https://www.YouTube.com/watch?v=pujqE1TEw-I&t=614s>
- Ružica Rupić (16. oktobar 2015) *Kako sam smršala 28 kilograma? 2. deo*
<https://www.youtube.com/watch?v=3AyGjSYH6V0>
- Ružica Rupić (9. septembar 2015) *Room tour*<https://www.YouTube.com/watch?v=HGk7zrg93hU>
- Ružica Rupić (30. Avgust 2018) VLOG – *Poslednja nedelja leta, sumiranje utisaka, carpool karaoke!*https://www.YouTube.com/watch?v=_td0gSW75W8
- Sara Stanković (28. maj 2017) *Room Tour Beograd*<https://www.YouTube.com/watch?v=kOkVhPLIk6c&t=121s>
- Sara Vlogs (9. septembar 2018) *NE ZNAM STA JE OVAJ VLOG*
<https://www.youtube.com/watch?v=yByWEzIOMaY&t=0s&index=2&list=PLZXr2RpggkrxE83HzN6Eyw5usG2R6dQVZ>
- Savez komunista Jugoslavije (1976) *Program Saveza komunista Jugoslavije.* Beograd: Komunist
- Shane <https://www.YouTube.com/user/shane>
- Shane (25. septembar 2018) *The Mind of Jake Paul*<https://www.youtube.com/watch?v=9bpkr91p2xY&t=6s>
- Socialblade <https://socialblade.com/youtube/user/bakapraxe> (Pristupljeno: 04/10/2018)
- SOMA (17. april 2017) *OSTAVIO ME DECKO* (Nije gotovo dok ja ne kazem da je gotovo) <https://www.YouTube.com/watch?v=5XCTz2ub95g>
- Statista <https://www.statista.com/topics/2019/YouTube/> (Pristupljeno 20/08/2018)
- Stuberi (9. oktobar 2017) *KOLIKO ZARADJUJEMO OD YOUTUBE-a?*
<https://www.youtube.com/watch?v=sD7a-AG9Vso>
- SupremeNexus (18. Oktobar 2018) *YOUTUBE UNIŠTAVA SOPSTVENU PLATFORMU?! Veliki problemi za sve*

kanale...<https://www.youtube.com/watch?v=4qit2fHFcLk&list=WL&index=14&t=0s>

- Telegraf (27. Maj 2015) "Potresna priča blogerke Zorane: posle smrti majke nemam više nikoga!" <http://www.telegraf.rs/jetset/1586031-potresna-prica-blogerke-zorane-posle-smrti-majke-nemam-vise-nikoga-foto> (Pristupljeno: 20/08/2018)
- The Colby College Community Web <http://web.colby.edu/am297/from-kontras-to-bubbe-a-history-of-the-vlog-post/> (Pristupljeno 20/08/2018)
- The Guardian <https://www.theguardian.com/us-news/the-nsa-files> (Pristupljeno 10.11.2018)
- The Guardian <https://www.theguardian.com/uk-news/video/2018/mar/17/cambridge-analytica-whistleblower-we-spent-1m-harvesting-millions-of-facebook-profiles-video> (Pristupljeno 10.11.2018)
- The Guardian, "The NSA Files" <https://www.theguardian.com/us-news/the-nsa-files> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- The Guardian, "Edward Snowden: 'The people are Still Powerless, but now they're aware'" Ewen MacAskill and Alex Hern Mon 4 Jun 2018 18.00 <https://www.theguardian.com/us-news/2018/jun/04/edward-snowden-people-still-powerless-but-aware> (Pristupljeno 20.12.2018)
- TheLexa (23. jul 2017) *Marija Zezelj vs Vanimy marija obrisala profil vanimyjju* <https://www.YouTube.com/watch?v=VabLjkszb-0>
- UNHCR Opšta deklaracija o ljudskim pravima [http://www.unhcr.rs/media/Opsta%20deklaracija%20o%20ljudskim%20pravima%20\(1948\).pdf](http://www.unhcr.rs/media/Opsta%20deklaracija%20o%20ljudskim%20pravima%20(1948).pdf) (Pristupljeno 18.02.2018)
- UNICEF: Konvencija o pravima deteta [https://www.unicef.org/serbia/Konvencija_o_pravima_deteta_sa_fakultativnim_protokolima\(1\).pdf](https://www.unicef.org/serbia/Konvencija_o_pravima_deteta_sa_fakultativnim_protokolima(1).pdf) (pristupljeno: 28.12.2018)
- USA Freedom Act <https://www.congress.gov/bill/114th-congress/house-bill/2048/text> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Ustav Republike Srbije http://www.paragraf.rs/propisi/ustav_republike_srbije.html (Pristupljeno 10.11.2018)
- Ustav Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije (1974) Beograd: Savremena Administracija, Član 190
- Ustavni Sud Republike Srbije, *Ustav Republike Srbije*, član 41 i član 42 <http://www.ustavni.sud.rs/page/view/sr-Latn-CS/70-100028/ustav-republike-srbije#d2> (Pristupljeno 27.12.2018)
- Uvrnuti Sotovi (11. avgust 2018) *KOLIKO ZARADJUJEMO OD YOUTUBE-a-?* <https://www.youtube.com/watch?v=T5M9Qbccrm4&t=1s>

- Uvrnuti Sotovi (25. jul 2018) TRAVEL VLOG I: SKOPELOS// PUT, DOLAZAK, PRVI UTISCI
https://www.youtube.com/watch?v=Vk2jznY_nXM&index=3&list=PLZXr2RpggkrxE83HzN6Eyw5usG2R6dQVZ
- Uvrnuti Sotovi (28. jul 2018) TRAVEL VLOG II: SKOPELOS: MAMMA MIA TURA// KAKO SMO SE ZALJUBILE NA SKOPELOSU
<https://www.youtube.com/watch?v=C-4oShah6os&t=2s>
- Va Vana (7. april 2016) RANT-HEJT, HEJT, HEJT...
<https://www.youtube.com/watch?v=nnsYnNOZ9yU&t=6s>
- Va Vana (19. oktobar 2016) Vlog – Ekскурzija, put u Grcku!
<https://www.YouTube.com/watch?v=hAzQpUjrw48>
- Wranka, M. (19.04.2017) “Kako je djevojčica iz BiH probudila ono najgore u ljudima“ Tportal
<https://www.tportal.hr/teho/clanak/kako-je-djevojčica-iz-bih-probudila-ono-najgore-u-ljudima-20170419> (Pristupljeno: 20/08/2018)
- Why We Post
<https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/why-we-post/discoveries/8-social-media-is-not-making-the-world-more-homogenous> (Pristupljeno: 20.12.2018)
- Why We Post
<https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/15-we-tend-to-assume-social-media-is-a-threat-to-privacy-but-sometimes-is-can-increase-privacy> (Pristupljeno: 20.12.2018.)
- Yasserstain (22. oktobar 2018) 5 Stvari Koje Mrzim Kod – YOUTUBE
https://www.youtube.com/watch?v=aLsV-C_wvoI&list=WL&index=16&t=0s
- YouTube
<https://www.YouTube.com/yt/about/> (Pristupljeno: 20/08/2018)
- YouTube, *Nudity and Sexual Content Policies*
<https://support.google.com/YouTube/answer/2802002?hl=en> (Pristupljeno: 20/08/2018)
- Youtube Policies
<https://www.youtube.com/yt/about/policies/#community-guidelines> (Pristupljeno 31/08/2018)
- YouTube, *YouTube Privacy Guidelines*
https://support.google.com/YouTube/answer/7671399?p=privacy_guidelines&hl=en&visit_id=636711312532100585-3558132669&rd=1 (Pristupljeno: 20/08/2018)
- Zakon o zaštiti podataka o ličnosti, *Službeni glasnik RS*, br. 87 od 13. novembra 2018.
- Zakon o radu, *Sl. Glasnik RS*, br. 24/2005, 61/2005, 54/2009, 32/2013, 74/2014, 13/2017 – odluka US I 113/2017, član 83
- Zakon o opštem upravnom postupku, *Službeni glasnik RS*, br. 18/2016, član 15, stav 2 i član 64
- Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti RS, *Službeni glasnik RS* br. 116/2007 i 72/2012

- Zakon o policiji, *Službeni glasnik RS*, br. 101/2005, 63/2009, članovi 18, 28, 33, 47, 52, 64, 67 i 68
- Zakon o privatnom obezbeđenju, *Sl. Glasnik RS*, br. 104/2013 i 42/2015, član 19
- Zakon o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja, *Službeni glasnik RS*, br. 120/2004, 54/2007, 104/2009 i 36/2010
- Zakon o prekršajima *Službeni glasnik RS*, br. 65/2013 i 13/2016
- Zakon o opštem upravnom postupku *Službeni glasnik RS*, br. 18/2016
- Zakon o upravnim sporovima *Službeni glasnik RS* br. 111/09
- Zakonik o krivičnom postupku *Službeni list SRJ* 70, 2001
- Zakonik o krivičnom postupku *Službeni glasnik RS* 72 2011
- Zoella <https://www.YouTube.com/user/zoella280390>
- Zorannah (24. avgust 2017)
Q&A <https://www.YouTube.com/watch?v=WuFi6TdG6D0&t=8s>
- Zorannah (24. avgust 2017)
Q&A <https://www.YouTube.com/watch?v=WuFi6TdG6D0>
- Zorannah (12. decembar 2014) VLOGMAS DAY 8 – KAKO RODITELJ REAGUJE NA TETOVAŽU https://www.YouTube.com/watch?v=f3AM3Kky_xc
- Željko Petričević (10 januar 2017) *Da li je YouTuber profesija?* https://www.YouTube.com/watch?v=aOITvvhXkqk&index=14&list=PLZXr2RpggkrwU_sBnUb87h0otOEGzpi3Q&t=133s
- Željko Petričević (14. jun 2016) *LJUBAV/ Prva ljubav* <https://www.YouTube.com/watch?v=5P9GoMp8-4M>
- Željko Petričević (20. februar 2016) *Q&A Odgovori na vaša pitanja #1* <https://www.YouTube.com/watch?v=pJLORqSWies>
- Željko Petričević (12. Jul 2018) *Da li ulazim u reality?* <https://www.YouTube.com/watch?v=Ho56cQ3k00o>
- Željko Petričević (5. maj 2018) *MILAN, ITALY VLOG | Šta sam radio u Milanu* <https://www.youtube.com/watch?v=AY4Dfy-EsPM>
- Željko Petričević (19. januar 2017) *VLOG: Malmö* <https://www.youtube.com/watch?v=0eaqOf2nxRo>
- Željko Petričević (18. Januar 2018) *MY NIGHT ROUTINE + ODGOVOR NA HEJT KOMENTAR!* <https://www.youtube.com/watch?v=wf4mY6viL7M>

BIOGRAFIJA

Ivana Stepanović je 2014 godine upisala doktorske studije na odeljenju za Antropologiju i etnologiju na Filozofskom fakultetu u Beogradu, a iste godine počela je da radi kao istraživač na Institutu za kriminološka i sociološka istraživanja.

Glavni predmet njenog istraživačkog rada u okviru doktorskih studija i angažovanja u Institutu za kriminološka i sociološka istraživanja je privatnost. To je temakom je počela da se bavioš 2010 namagistarskimstudijamakada je njenateza „The Watchers and the Watched: Contribution to the Discussion on Conciliation between Privacy and Control“nagrađenakaojedna od pet najboljih u generaciji.Magistirirala je izoblastiljudskihpravanaUniverzitetu u SarajevuiUniverzitetu u Bolonji 2011 godine, čime je steklazvanje Master of Arts.

U okviruangažmana u neolikonevladinihorganizacija u SrbijiBosniiHercegovini u periodu od 2011 do 2014 godine, nastavlja da se bavitemomprivatnosti, aliimehanizimimazaštiteljjudskihprava. U tomperiodupočinje da objavljujenaučneradovena temu privatnosti u Srbiji i inostranstvu. DiplomiralafilozofijunaFilozofskomfakultetu u Beogradu 2004godine.

Izjava o autorstvu

Ime i prezime autora Ivana Stepanović

Broj indeksa 8E140002 _____

Izjavljujem

da je doktorska disertacija pod naslovom

Privatnost u doba novih informacionih tehnologija: antropološko istraživanje u Srbiji

- rezultat sopstvenog istraživačkog rada;
- da disertacija u celini ni u delovima nije bila predložena za sticanje druge diplome prema studijskim programima drugih visokoškolskih ustanova;
- da su rezultati korektno navedeni i
- da nisam kršio/la autorska prava i koristio/la intelektualnu svojinu drugih lica.

Potpis autora

U Beogradu, _22. Marta 2019. _____

Izjava o istovetnosti štampane i elektronske verzije doktorskog rada

Ime i prezime autora _____ Ivana Stepanović

Broj indeksa _____ 8E140002 _____

Studijski program _____ Etnologija i antropologija

Naslov rada _____ Privatnost u doba novih informacionih tehnologija: antropološko istraživanje u Srbiji

Mentor _____ dr Zorica Ivanović _____

Izjavljujem da je štampana verzija mog doktorskog rada istovetna elektronskoj verziji koju sam predao/la radi pohranjena u Digitalnom repozitorijumu Univerziteta u Beogradu.

Dozvoljavam da se objave moji lični podaci vezani za dobijanje akademskog naziva doktora nauka, kao što su ime i prezime, godina i mesto rođenja i datum odbrane rada.

Ovi lični podaci mogu se objaviti na mrežnim stranicama digitalne biblioteke, u elektronskom katalogu i u publikacijama Univerziteta u Beogradu.

Potpis autora

U Beogradu, ___22. Mart 2019._____

Izjava o korišćenju

Ovlašćujem Univerzitetsku biblioteku „Svetozar Marković“ da u Digitalni repozitorijum Univerziteta u Beogradu unese moju doktorsku disertaciju pod naslovom:

Privatnost u doba novih informacionih tehnologija: antropološko istraživanje u Srbiji

koja je moje autorsko delo.

Disertaciju sa svim priložima predao/la sam u elektronskom formatu pogodnom za trajno arhiviranje.

Moju doktorsku disertaciju pohranjenu u Digitalnom repozitorijumu Univerziteta u Beogradu i dostupnu u otvorenom pristupu mogu da koriste svi koji poštuju odredbe sadržane u odabranom tipu licence Kreativne zajednice (Creative Commons) za koju sam se odlučio/la.

1. Autorstvo (CC BY)
2. Autorstvo - nekomercijalno (CC BY-NC)
3. Autorstvo - nekomercijalno - bez prerada (CC BY-NC-ND)
4. Autorstvo - nekomercijalno - deliti pod istim uslovima (CC BY-NC-SA)
5. Autorstvo - bez prerada (CC BY-ND)
6. Autorstvo - deliti pod istim uslovima (CC BY-SA)

(Molimo da zaokružite samo jednu od šest ponuđenih licenci.

Kratak opis licenci je sastavni deo ove izjave).

U Beogradu, __22. Mart 2019._____

1. Autorstvo. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence, čak i u komercijalne svrhe. Ovo je najslobodnija od svih licenci.
2. Autorstvo – nekomercijalno. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence. Ova licenca ne dozvoljava komercijalnu upotrebu dela.
3. Autorstvo – nekomercijalno – bez prerada. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, bez promena, preoblikovanja ili upotrebe dela u svom delu, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence. Ova licenca ne dozvoljava komercijalnu upotrebu dela. U odnosu na sve ostale licence, ovom licencom se ograničava najveći obim prava korišćenja dela.
4. Autorstvo – nekomercijalno – deliti pod istim uslovima. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence i ako se prerada distribuira pod istom ili sličnom licencom. Ova licenca ne dozvoljava komercijalnu upotrebu dela i prerada.
5. Autorstvo – bez prerada. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, bez promena, preoblikovanja ili upotrebe dela u svom delu, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence. Ova licenca dozvoljava komercijalnu upotrebu dela.
6. Autorstvo – deliti pod istim uslovima. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence i ako se prerada distribuira pod istom ili sličnom licencom. Ova licenca dozvoljava komercijalnu upotrebu dela i prerada. Slična je softverskim licencama, odnosno licencama otvorenog koda.

