

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ELEKTROTEHNIKE I RAČUNARSTVA

ZAVRŠNI RAD br. 2406

**DRUŠTVENE MREŽE KAO OMOGUĆITELJI
DRUŠTVENE (NE)ODGOVORNOSTI**

Dora Petra Mamić

Zagreb, lipanj 2012.

Sadržaj

Uvod	2
1. Društvena odgovornost i društvene mreže	3
1.1. Društvene mreže	3
1.2. Društvena odgovornost	4
1.3. Društvene mreže i odgovornost.....	5
2. Primjeri društvene odgovornosti: Arapsko proljeće.....	6
2.1. Početak prosvjeda.....	6
2.2. Društvene mreže i prosvjedi	7
2.2.1. Utjecaj društvene mreže YouTube na Arapsko proljeće	7
2.2.2. Utjecaj društvene mreže Facebook na Arapsko proljeće	8
2.2.3. Utjecaj društvene mreže Twitter na Arapsko proljeće	9
2.3. Diskusija.....	9
2.4. Drugi primjeri društvene odgovornosti.....	10
2.4.1. Tsunami i potresi u Japanu.....	10
2.4.2. Projekt Darius Goes West	13
3. Primjer društvene neodgovornosti: neredi u Engleskoj	14
3.1. Razvoj nereda	14
3.2. Društvene mreže i neredi.....	14
3.2.1. Utjecaj društvene mreže Twitter na nerede u Engleskoj	15
3.2.2. Utjecaj BlackBerry Messenger na nerede u Engleskoj.....	16
3.2.3. Utjecaj društvene mreže Facebook na nerede u Engleskoj.....	17
3.3. Diskusija.....	17
3.4. Drugi primjeri društvene neodgovornosti.....	19
3.4.1. <i>Cyberbullying</i>	19
3.4.2. Seksualni predatori na društvenim mrežama.....	19
3.4.3. Neredi u Vancouveru	20
Sažetak	21
Summary	22
Zaključak.....	23
Literatura	25

Uvod

Nagla popularnost društvenih mreža nije samo promijenila način na koji međusobno komuniciramo, nego je promijenila i način širenja vijesti. Društvene mreže su postale novi medij preko kojeg se šire informacije, okupljaju istomišljenici, i kao što ćemo vidjeti u dalnjem radu, pokreću revolucije. Postaje sve lakše širiti ideale, poticati ljudе na promjene, ali i širiti negativnu propagandu. Olakšavanje komunikacije i brzo širenje informacija nekada može imati i negativne posljedice, i tada dolazimo do pitanja odgovornosti.

Društvene mreže sve lakše postaju omogućitelji društvene odgovornosti, ali i neodgovornosti. Društvene mreže mogu biti korištene za poticanje svijesti svih oko nas, isticanje problema društva i kao sredstvo rješavanja tih problema, ali isto tako mogu biti korištene za širenje negativnosti i kriminala. Na nama je da odlučimo na koji način ćemo koristiti novo sredstvo komunikacije koji ne ujedinjava samo određeno zemljopisno područje, nego cijeli svijet.

U prvom poglavlju su objašnjeni pojmovi poput društvene mreže i društvene odgovornosti. U dalnjem radu razrađuju se primjeri u kojima društvene mreže služe kao omogućitelji društvene odgovornosti, i oni u kojima služe kao omogućitelji društvene neodgovornosti. U drugom poglavlju je razrađen slučaj Arapskog proljeća kao primjer omogućavanja društvene odgovornosti, a u trećem slučaj nereda u Engleskoj kao primjer omogućavanja društvene neodgovornosti. To su dva na izgled u potpunosti različita slučaja, no daljim proučavanjem uviđaju se sličnosti. Poslije svakog tog poglavlja imamo diskusiju o određenom slučaju. Na kraju rada stoji zaključak.

1. Društvena odgovornost i društvene mreže

S naglim rastom popularnosti društvenih mreža razvijaju se razni oblici primjene društvene odgovornosti upravo na tim servisima.

1.1. Društvene mreže

Društvene mreže nešto su noviji fenomen u internetskim sferama. Riječ je o besplatnim *online* servisima koji korisnicima omogućuju raznovrsne oblike komunikacije sa svijetom i mogućnost vlastite prezentacije. Društvenim mrežama danas se koriste stotine milijuna ljudi, a osim onih neutralnih (generalne uporabe) postoje i servisi s određenijom namjenom glede sadržajnog fokusa i profila korisnika. Najpoznatije društvene mreže današnjice su Facebook, Twitter, LinkedIn i mnoge druge (Slika 1). Preko tih društvenih mreža korisnici razmjenjuju informacije, komuniciraju ili dijele interese.



Slika 1 Društvene mreže

1.2. Društvena odgovornost

Društvena odgovornost je definirana kao etička ideologija kod koje entitet (pojedinac ili poduzeće) ima obvezu da djeluje sa zabrinutošću, osjetljivosti i svijesti o utjecaju svojih akcija na druge. Razlikujemo dvije vrste društvene odgovornosti, individualna i korporativna.

Individualna društvena odgovornost (engl. *Individual Social Responsibility, ISR*) uključuje angažman svakog pojedinca prema zajednici u kojoj živi, koja može biti izražena kao interes prema onome što se događa u zajednici, kao i na aktivno sudjelovanje u rješavanju nekih od lokalnih problema [1]. Individualna društvena odgovornost ne odnosi se samo na činjenje dobrovornih dijela za sredine gdje se može imati materijalni interes. Oni čine samo dio individualne društvene odgovornosti, što je širi pojam koji se može manifestirati kroz djelovanje volontera i aktivista koji podržava pitanja koja utječu na društvo.

Naziv tvrtke	Način iskazivanje korporativne društvene odgovornosti
Molson Coors Canada	<ul style="list-style-type: none">Promoviraju odgovorno uzimanje alkoholaKoriste društvene mreže za promocijuUlažu u projekte kojima se smanjuje cijena javnog prijevoza i taksi
Tyson Foods	<ul style="list-style-type: none">Pokušavaju zaustaviti umiranje djece od gladiKoriste društvene mrežeDoniraju velike količine hrane
Haagen-Dazs	<ul style="list-style-type: none">Potiču svijest o alarmantnoj situaciji izumiranja pčelaKoriste TwitterUlažu u istraživanja
Greenopolis	<ul style="list-style-type: none">Potiču svijest o recikliranjuKoriste društvene mrežeStvaraju kioske za recikliranje

Tablica 1 Primjeri korporativne društvene odgovornosti

Korporativna društvena odgovornost (engl. *corporate social responsibility, CSR*) je oblik korporativne samoregulacije integrirane u poslovni model. Ona funkcionira kao mehanizam kojim poslovni model prati i osigurava njegovo izvršavanje u skladu sa zakonom, etičkim standardima i međunarodnim normama. Cilj je prihvatići odgovornost za postupke tvrtke i potaknuti pozitivan utjecaj kroz svoje aktivnosti prema okolišu, potrošačima, radnicima, zajednici, sudionicima i svim drugim članovima javne sfere, koji se također mogu smatrati kao dionici [2]. U tablici 1 vidimo neke primjere korporativne društvene odgovornosti. Spomenute su neke tvrtke koje su svojim djelovanjem promicale odgovornost prema nekim društvenim pitanjima, kao što su ekologija i glad u svijetu [11].

1.3. Društvene mreže i odgovornost

Porastom popularnosti društvenih mreža postaje sve lakše poticati svijest ljudi preko društvenih mreža na kojima su većina svakodnevno prijavljena. Uz poticanje društvene odgovornosti javlja se isto tako i društvena neodgovornost. Neki od primjera društvene odgovornosti preko društvenih mreža su stranice Global Disaster Relief on Facebook¹, preko koje se pomaže odgovoriti na katastrofe širom svijeta i Causes.com², koja potiče bilo koga da širi svoje ideje za promjenu koje utječu na svijet. Neodgovornost na društvenim mrežama se ističe kao primjena tih društvenih mreža za širenje dezinformacija, *cyberbullying*³ ili povećavanje mogućnosti za krađu identiteta.

¹ <https://www.facebook.com/DisasterRelief>

² <https://www.facebook.com/causes>

³ *Cyberbullying* je korištenje Interneta i srodnih tehnologija kako bi se nanjela šteta drugim ljudima, u namjernom, ponovljenom i neprijateljskom načinu.

2. Primjeri društvene odgovornosti: Arapsko proljeće

Društvene mreže su imale veliki utjecaj na širenje ideologija prosvjednika u arapskom svijetu. Širile su njihovu riječ velikom brzinom na velikim udaljenostima.

2.1. Početak prosvjeda

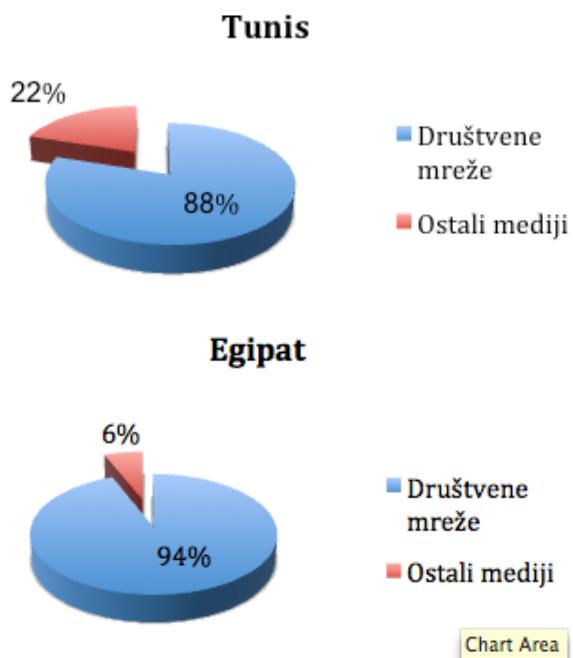
Pod pojmom *Arapsko proljeće* podrazumijevamo niz protesta i demonstracija diljem Bliskog istoka i Sjeverne Afrike. Prvi prosvjedi su se dogodili 18. prosinca 2010. godine u Sidi Bouzidu (Tunis), potaknuti samozapaljenjem Mohameda Bouazizija (Slika 2). Njegov čin je bio znak prosvjeda protiv policijske korupcije i zlostavljanja. Val nemira je pogodio Alžir, Jordan, Egipat, Jemen i zatim se proširio na druge zemlje. Brojni čimbenici doveli su do prosvjeda, uključujući pitanja kao što su diktatura ili apsolutna monarhija, kršenje ljudskih prava, državna korupcija, nezaposlenost, ekstremno siromaštvo, i broj demografskih strukturnih čimbenika, kao što je veliki postotak obrazovanih, ali nezadovoljnih mladih unutar populacije [3].



Slika 2 Samozapaljenje Mohameda Bouazizia

2.2. Društvene mreže i prosvjedi

Egipat i Tunis predstavljaju dvije glavne zemlje u kojoj je socijalna revolucija uspjela. U oba naroda koordinacija masa i plan akcije pobunjenih su se širili preko glavnih društvenih medija, kao što su Twitter i Facebook. Većina prosvјednika, a i samih građana, je koristilo društvene mreže za informiranje o stanju u zemlji, a ne ostale medije koje su većinom kontrolirale vlasti (Slika 3) [3].



Slika 3 Društvene mreže vs ostali mediji

2.2.1. Utjecaj društvene mreže YouTube na Arapsko proljeće

Od samog početka cijela revolucija se temeljila na širenju vijesti preko Interneta. Samozapaljenje Mohamed Bouazizija se proširilo po YouTubeu. Postoji mnogo videa njegovog samozapaljenja⁴, a neki su pogledani čak i više od 200000 puta (Slika 4). Više od 30000 videa sada su postavljeni na YouTubeu s oznakom Sidi Bouzid. Tijekom tjedna pred ostavkom egipatskog predsjednika Hosni Mubaraka najgledanijih 23 videa prosvjeda i političkih komentara su imali ukupnu gledanost od 5.5 milijuna pregleda [6].

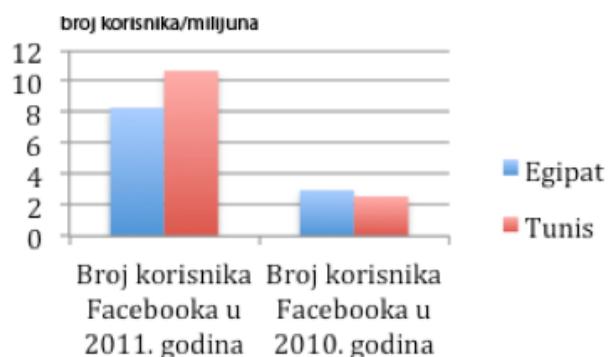
⁴ http://www.youtube.com/watch?v=mEKwU_B_n_M



Slika 4 Video samozapaljenja postavljen na YouTubeu

2.2.2. Utjecaj društvene mreže Facebook na Arapsko proljeće

Danas u Tunisu 76% korisnika Interneta koristi se i Facebookom. Korištenje Facebooka je bilo najviše zastupljeno u Egiptu. Prilikom organizacije prosvjeda održanog 25. siječnja 2011. godine više od 90000 ljudi se prijavilo preko Facebook stranice prosvjeda. Egipatska vlada je pokušala provesti cenzuru nad društvenim mrežama, te tijekom 25. siječnja i 26. siječnja mnogima se pojavljuju problemi pri korištenju društvene mreže Facebook [5].



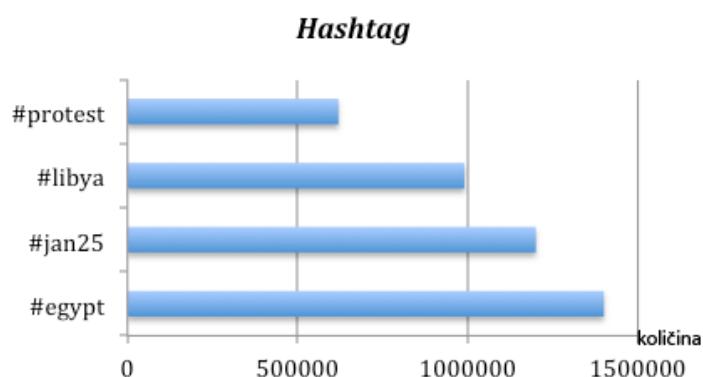
Slika 5 Povećanje broja korisnika Facebooka u Tunisu i Egiptu

Broj korisnika Facebooka u prva tri mjeseca 2011. godine se znatno povećao u odnosu na prva tri mjeseca prethodne godine. U Tunisu se povećao za 17%, a u Egiptu za 29% (Slika 5) [3].

2.2.3. Utjecaj društvene mreže Twitter na Arapsko proljeće

Kako je rasla popularnost korištenja društvene mreže Twitter među prosvjednicima, usred velikog prosvjeda 28. siječnja 2011. godine, vlada u potpunosti ograničava pristup Internetu i korištenje mobitela. Na taj način se pokušava umanjiti moć prosvjednika koji su koristili društvene mreže za organiziranje prosvjeda i širenje vijesti o događajima na terenu [4]. Tijekom prosvjeda koji su održani u veljači takozvanoj Twitter masi je u pomoć prišao Google. Google je pokrenuo posebnu uslugu koja je omogućila slanje Twitter poruka preko telefonskih linija. To je bilo sredstvo za pomaganje ljudima na terenu [5]. Uz pomoć društvenih mreža prosvjednici su se mogli brzo organizirati, potkopavati legitimnost režima i povećavati nacionalnu i međunarodnu svijest o režimskim zločinima. Tijekom tjedna pred ostavkom egipatskog predsjednika Hosni Mubaraka broj poruka preko društvene mreže Twitter je porastao od 2300 na dan do 230000 na dan [8].

Društvena mreža Twitter je poznata po svojim *hashtagovima*. *Hashtagovi* se koriste kako bi se neki pojам pri "twittanju" označio, te kako bi drugi korisnici pritiskom na određeni hashtag mogli vidjeti gdje i koliko puta se koristio taj pojam. U prva tri mjeseca 2011. godine bili su jako popularni *hashtagovi* koji su se odnosili na arapsko proljeće (Slika 6).



Slika 6 Popularni *hashtagovi*

2.3. Diskusija

Arapsko proljeće nije samo zaustavilo godine i godine diktature u svojim zemljama, nego je pomoglo ljudima da shvate koliko je korištenje novih tehnologija i medija

moćan alat. Međutim, važno je shvatiti kako društvene mreže nisu stvorile Arapsko proljeće, nego se kroz njih širila vijest o tome. Doista, ako usporedimo i analiziramo događaje koji su se dogodili u tim zemljama, mogli bismo ustvrditi da društvene mreže nisu pomogle samo u organizaciji i koordinaciji prosvjeda, nego su također služile kao vrijedno sredstvo za borbu protiv državne kontrole nad informacijama. Danas je skoro svakome dostupno snimanje vlastitog sadržaja preko pokretnih telefona. Da bi se vijest proširila preko medija potrebno je samo pronaći simpatizera u medijima, no ako to ne uspije uvijek se može sadržaj objaviti preko društvenih mreža. Postalo je sve lakše i lakše širiti svoje ideologije i mišljenja, a uz to i pronalaziti istomišljenike. Arapsko proljeće nije jedini primjer pozitivnog utjecaja društvenih mreža na društvene prilike, ali u Egiptu i Tunisu su možda bili najvidljiviji pokušaji korištenja društvenih mreža za promicanje načela demokracije, te sam zato izabrala taj primjer. Ovaj novi društveni medij je stvorio novi postupak za promicanje revolucije. Proces počinje kada uspostavom stranice na Facebooku, koja se očituje različitim korisnicima, koji mogu komentirati i tako uspostaviti interakciju jedni s drugima. Nakon što se skupina ustabilii, počinju se objavljivati slike, video snimke i linkovi s YouTubea. U isto vrijeme dok se to događa, vijesti i komentari se počinju objavljivati i na društvenoj mreži Twitter, šireći mrežu ljudi koji su povezani u raspravama o tim događajima. Budući da mreža nije ograničena na neko zemljopisno područje vijest brzo postaje globalna. Ukoliko je vijest koja se širi pozitivna, može imati jaki pozitivni utjecaj na cijelo društvo.

2.4. Drugi primjeri društvene odgovornosti

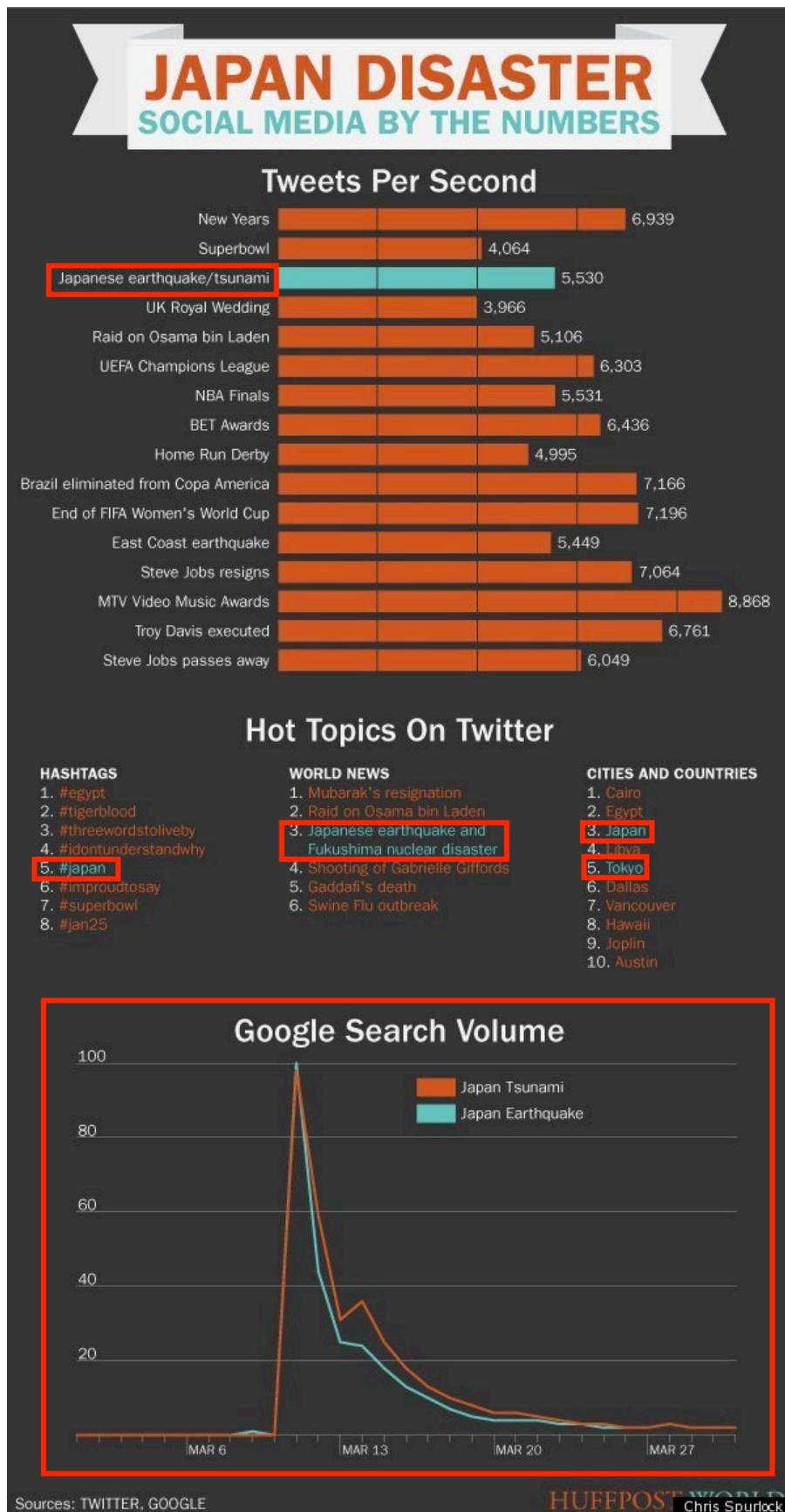
Arapsko proljeće možda i je najpoznatiji primjer toga kako su društvene mreže služile kao omogućitelji društvene odgovornosti, no nije jedini.

2.4.1. Tsunami i potresi u Japanu

Još jedan važan primjer pozitivnog utjecaja društvenih mreža je širenje vijesti o japanskim potresima i tsunamiju. Preko društvenih mreža je bilo olakšano utvrđivanje dobrobiti svojih najmilijih. Kada su se telefonske linije srušile od silnih poziva, komunicirat se moglo preko društvenih medija. Preko društvenih mreža se

također širila vijest o stanju u zemlji. Prilikom otvaranja skloništa, vijest o novoj lokaciji se najbrže širila preko društvene mreže Twitter. Podatak koji najbolje govori o brzini kojom se širila vijest je taj da se unutar prvih sat vremena od potresa slalo više od 1200 Twitter poruka u minuti koji su dolazili iz Tokija [9]. Mnogo je života spašeno upravo zbog brzine kojom se informacija mogla širiti preko društvenih mreža.

Na slici 7 su prikazane neke statistike o popularnosti ovog događaja na društvenim mrežama. Japan i tsunami su rangirani treći po količini Twitter poruka poslanih u sekundi, te je *hashtag* #japan peti rangirani po popularnosti (Slika 7). Na slici 7 je također prikazan porast broja pretraživanja pojmovev *Japan tsunami* i *Japan earthquake* na tražilici Google. Pojam *Japan earthquake* se odnosi na potrese u Japanu.



Slika 7 Podaci o popularnosti japanskih potresa i tsunamija na društvenim mrežama

2.4.2. Projekt Darius Goes West

Darius, koji pati od mišićne distrofije Duchenne (DMD) odlučio je zajedno sa svojih 11 prijatelja krenuti na put od iz Atlante u Los Angeles, gdje se Darius nadao da će mu MTV-jeva emisija, Pimp My Ride, njegova invalidska kolica preobraziti i uljepšati. To se nije dogodilo, no ipak je nastalo nešto puno bitnije iz tog putovanja. Tijekom 25-dnevnog putovanja on i njegovi prijatelji su snimali preko 300 sati video materijala kojeg su poslije editirali u dokumentarac. Taj dokumentarac je skupio više od 2 milijuna dolara za pomoć istraživanju DMD-a. Na njihovoj Facebook stranici imaju preko 18000 sljedbenika (Slika 8), na Twitteru oko 7000, a na YouTubeu je video pogledan više od 700000 puta [10].



Slika 8 Darius Goes West Facebook stranica

3. Primjer društvene neodgovornosti: neredi u Engleskoj

Neredi u Engleskoj odnosi se na događaje koji u se dogodili u Londonu i drugim gradovima diljem Engleske. Za početak nereda krivi se policija, a za takav razvoj nereda krive se neke društvene mreže.

3.1. Razvoj nereda

Između 6. i 10. kolovoza 2011. godine nekoliko londonskih okruga i mjesta diljem Engleske pogođena su nizom uličnih nereda, paleža i krađi.

Prva noć nereda dogodila se 6. kolovoza u Tottenhamu tijekom mirnog prosvjeda održanog u čast Marka Duggana. Mark je bio stanovnik tog područja koji je ubijen od strane policije 4. kolovoza. Policija je propustila obavijestiti njegovu obitelj o njegovoj smrti, te se na prosvjedu nije pojavio nijedan viši policijski službenik, što je izazvalo veliko nezadovoljstvo kod prosvjednika. Nasilje je započelo nakon što se pojavio veliki broj policajaca koji su došli razdvojiti masu, te su navodno udarili 16-godišnju djevojku. Po navodima policije djevojka je imala u ruci bocu s kojom je mahala prema njima. Te večeri dogodili su se veliki okršaji s policijom, gdje su uništeni automobili, busevi, kući i poduzeća. Sljedeći dan takve scene su se ponavljale u drugim dijelovima Londona, a najgore nasilje se zbivalo u Hackneyu, Brixtonu i okružnim područjima. Čak je pogoden i centar Londona, područje kod Oxford Circusa. Od 8. kolovoza do 10. kolovoza ovi neredi su se proširili i na okolne gradove kao što su Bristol, Manchester, Birmingham i Liverpool [9].

U neredima je uhićeno više od 3100 ljudi, bilo je pet smrtnih slučaja, 16 ozlijeđenih i više od £200 milijuna štete [9].

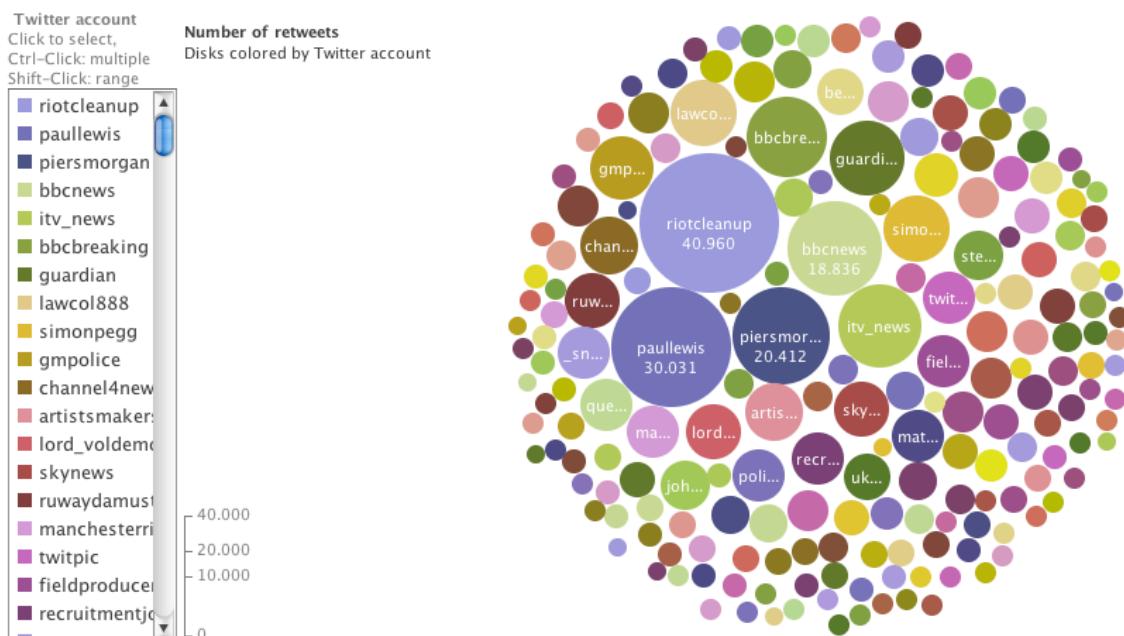
3.2. Društvene mreže i neredi

Na razvoj događaja koji su se dogodili u Engleskoj društvene mreže su imale dvojaku ulogu, utjecale su na društvenu odgovornost i na društvenu neodgovornost.

3.2.1. Utjecaj društvene mreže Twitter na nerede u Engleskoj

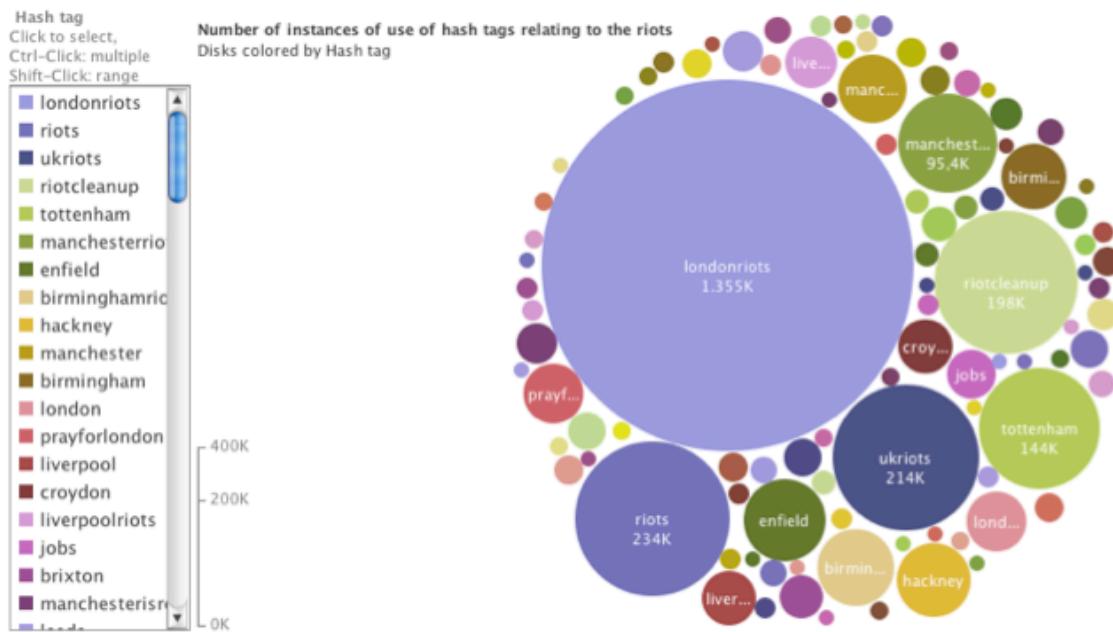
Društvena mreža Twitter je uz BlackBerry Messenger bio najkorištenije sredstvo komunikacije tijekom nereda. Preko društvene mreže Twittera su se dogovarala okupljanja, širile informacije o stanju na ulicama, te poticalo na daljnje izazivanje nereda. No, društvena mreža Twitter je kasnije korištena kako bi se pronašli sudionici pljački i paleže na ulicama.

Nakon nereda analizirali su se podaci na društvenoj mreži Twitter koji su objavljeni tijekom nereda. Na slici 9 vidimo usporedbu količine “*retweetova*” 200 najaktivnijih korisnika prilikom širenja vijesti o neredu [7]. Kada korisnik objavi neku obavijest na svojoj Twitter stranici, ta obavijest može biti “*retweetedana*”, što znači da ju neki drugi korisnik objavi na svojoj stranici i na taj način širi tu obavijest. Analizirajući sliku vidimo da je najaktivniji korisnik bio riotcleanup, preko kojeg su se organizirala čišćenja gradova.



Slika 9 200 najaktivnijih korisnika Twittera tijekom nereda

Na slici 10 vidimo najpopularnije *hashtagove* tijekom tog razdoblja [7]. Analizirajući sliku vidimo da su najpopularniji *hashtagovi* bili upravo oni koji su se odnosili na nerede u Engleskoj.



Slika 10 Najpopularniji *hashtagovi*

3.2.2. Utjecaj BlackBerry Messenger na nerede u Engleskoj

BlackBerry Messenger (BBM) je aplikacija za pokretni uređaj namijenjena BlackBerry uređajima. Ona je besplatna i omogućava besplatnu komunikaciju između BlackBerry uređaja. Moguće je poslati jednu poruku na više korisnika, potrebno je samo znati PIN-ove (*Personal Identification Number*) korisnika BlackBerry uređaja. Takva poruka se zove "*broadcast*" i ona je bila najviše korištena. Tijekom ovog razdoblja u Engleskoj više od 37% tinejdžera je posjedovalo BlackBerry uređaje [8]. Budući da su većina zaslužnih za nerede bili tinejdžeri, BBM je bio najkorištenije sredstvo komunikacije. U prilog BBM-u je također išla i činjenica da je policiji bilo nemoguće ući u trag BBM porukama. BBM za razliku od društvenih mreža Facebook i Twitter je privatna, pa nije bilo moguće izračunati točne statistike.

3.2.3. Utjecaj društvene mreže Facebook na nerede u Engleskoj

Za razliku od prethodno navedenih društvenih mreža Facebook nije bio u tolikoj mjeri korišten. Prilikom paljenja i krađa dogovori su se sklapali preko manje javnih načina. Utjecaj preko Facebooka je imala stranica posvećena ubijenom Marku Dugganu. Na toj stranici, u trenutku kada je na njoj bilo više od 10000 sljedbenika, bila je objavljena poruka kojom se tražilo da ljudi što više objavljuju slike i videe nereda. Na taj način se mislila širiti vijest o neredima. No, nekoliko dana poslije, kada je bilo jasno da je situacija izmakla kontroli, preko stranice se pokušalo zamoliti da prestanu neredi (Slika 11).



Slika 11 Zamolba za prestanak nereda

3.3. Diskusija

Iako su prosvjedi u Egiptu i Tunisu i nemiri u Engleskoj dvije potpuno različite stvari ipak imaju nekih sličnosti. Oba su slučaja bila potaknuta smrću mladića za kojeg su neki smatrali da je bio nepravedno na udaru vlasti. Obje smrti su također dovele do stvaranja Facebook stranice, koje su postale fokus istomišljenika, te u konačnici dovele do prosvjeda. Kao što je spomenuto u diskusiji o pozitivnom utjecaju društvenih mreža, revolucije su poprimile novi oblik razvoja. Počinje s objavom na Facebooku koja se onda dalje proširi po ostalim društvenim medijima i tako se poruka pročuje po cijelom svijetu. Nažalost ta poruke nekada nije pozitivna, kao što je vidljivo u primjeru nereda u Engleskoj. Ta brzina širenja vijesti i olakšavanje organizacije istomišljenika nekada ima katastrofalne posljedice. Društvene mreže su u ovom slučaju olakšale širenje pljački i paleža po cijeloj regiji. Organizacija se ipak nije odvijala preko javnih društvenih mreža kao što su Facebook i Twitter, nego je

prešla na više privatne mreže poput BlackBerry Messenger. Na taj način se omogućila anonimnost. Koja je uvelike potaknula mlade da izađu na ulice i rade nerед. Omogućeno im je bilo brzo okupljanje, ali i razilaženja kada bi im došla dojava o mogućem dolascima policije preko privatnog BBM. Policija im nikako nije mogla uči u trag, te su se mogli kazniti samo oni koji su objavljivali kompromitirajuće slike preko javnih društvenih mreža poput Facebooka i Twittera. U ovom slučaju nije bilo toliko bitno širenje vijesti i idealna, nego je više bio oportunistički događaj u kojem su sudjelovali čak i oni koji nisu marili za razlog početka prosvjeda. No, u svemu ovom postoji i pozitivna strana društvenih mreža. Nakon zaustavljanja nereda preko svih društvenih mreža su se okupljali građani koji su željeli očistiti svoj grad, te mu vratiti staru slavu. Preko društvenih mreža Twitter i Facebook su se organizirala čišćenja, te pomoći uništenim poslovnicama. U tom trenutku više nije bilo potrebe za anonimnošću, te se zato povećava korištenje društvenih mreža Twitter i Facebook.

Vidimo da korištenjem javno dostupnih društvenih mreža, poput Facebooka i Twittera, ne omogućava širenje nereda i nezakonitih radnji, upravo zbog toga što su javne, te se korisnici lako mogu identificirati. Anonimnost koju osiguravaju zatvorene društvene mreže, poput BlackBerry Messenger, omogućavaju nastanak i širenje nereda. Sprječavanje takve ponovne situacije bi bila moguća kada bi se ukinula takva anonimnost, no zbog moralnih razloga ne bi se smjelo tako zadirati u ljudsku privatnost. Pokušalo se tijekom nereda u Engleskoj probiti u razmjenu poruka među pobunjenicima, no da bi se to moglo ostvariti, trebalo bi se pregledavati i poruke onih koji nisu sudjelovali u nezakonitim situacijama, a tu se počelo dovoditi u pitanje moralnost takvog čina.

3.4. Drugi primjeri društvene neodgovornosti

Primjeri u kojima su društvene mreže korištene kao omogućitelji društvene neodgovornosti u većini slučaja nisu izolirani slučajevi, nego su to pojmovi koji utječu na cijelu populaciju.

3.4.1. Cyberbullying

Na početku rada spominje se pojam *cyberbullyinga*. Pod pojmom *cyberbullyinga* podrazumijeva se uznemiravanje, prijetnja ili ponižavanje druge osobe koristeći Internet i srodne tehnologije. *Cyberbullying* uzrokuje višu razinu depresije kod žrtava, nego tradicionalno verbalno uznemiravanje. Povezano je s mnogo slučaja samoubojstava mladih, za koje se znalo da su nekoliko dana prije samoubojstva primali prijeteće poruke preko Interneta.

Jedna od najpoznatijih slučaja *cyberbullyinga* je onaj o Megan Meier. Megan je bila 13-godišnja djevojčica koja je preko stranice za društveno umrežavanje, MySpace, sklopila prijateljstvo s osobom za kojeg je vjerovala da je dječak iz njenog grada. U stvarnosti taj "prijatelj" je bio skupina pojedinaca, među kojima su bili i odrasli, koji su stvorili taj profil s namjerom da ponize Megan. Nakon što je Megan otkrila istinu, počinila je samoubojstvo [12].

3.4.2. Seksualni predatori na društvenim mrežama

Prije nekoliko godina glavno mjesto vrebanja seksualnih predatora su bili *chatovi*, no danas su to društvene mreže. Mladi na društvenim mrežama otkrivaju previše informacija koje mogu doći u neželjene ruke. Danas preko društvenih mreža poput Foursquarea⁵ i Facebooka, svima može biti dostupna informacija o tome gdje se netko nalazi. Postavljanjem slika na društvenoj mreži olakšava predotorima izbor plijena. Svake godine FBI (*Federal Bureau of Investigation*) upozorava na opasnost predatora koji preko društvenih mreža ciljaju na djecu.

⁵ Foursquare je geolokacijska društvena mreža preko koje se dijeli trenutka lokacija korisnika.

3.4.3. Neredi u Vancouveru

Vrlo slična situacija onoj u Engleskoj se dogodila u Vancouveru, kada je favorizirani hokejaški klub Vancouver Canucks izgubio u finalu Stanley Cupa. Te noći, 15. lipnja 2011. godine izbio je veliki nered u centru Vancouvera. Razmjeri nisu dostigli one u Engleskoj, no ipak je znatan broj ljudi bio ozlijeden te je velik dio centra grada bio uništen. U ovom slučaju društvene mreže nisu bile korištene za širenje nereda, nego za identificiranje onih koji su sudjelovali u njima. Preko društvenih mreža su se objavljivale fotografije onih koji su sudjelovali u neredima, što je rezultiralo uhićenjima ili davanjima otkaza. Na slici 12 vidimo mladića koji pokušava zapaliti policijski auto. Na slici se također nalazi njegovo ime, koje je trenutno zacrnjeno. Ova slika je završila na Internetu te je zbog toga mladić odgovarao za svoj čin.



Slika 12 Korištenje društvenih mreža za pronalaženje krivaca u neredima u Vancouveru

Sažetak

Pojavom društvenih mreža olakšava se svakodnevna komunikacija, prijenos informacija i interakcija ljudi s jednog kraja svijeta na drugi. Sve to ima pozitivne i negativne strane. Primjer pozitivnosti svega toga je uporaba društvenih mreža u pokretu Arapsko proljeće. Uz pomoć društvenih mreža širila se svijest svih o političkim problemima na arapskom području, svrgnule su se diktature i polako se dizao moral narode. Primjer negativnosti je uporaba društvenih mreža tijekom nereda u Engleskoj. Tada su se korištenjem društvenih mreža organizirali neredi i kriminalne radnje. Analizom ova dva slučaja uočavamo kako se društvene mreže mogu koristiti kao omogućitelji društvene odgovornosti, ali i kao omogućitelji društvene neodgovornosti. Primjera ima mnogo, te na njima možemo učiti kako najbolje primijeniti društvene mreže u kontekstu komunikacije i širenja informacija. Na nama je da odlučimo na koji način ćemo tretirati društvene mreže, kao omogućitelji društvene odgovornosti ili kao omogućitelji društvene neodgovornosti.

Summary

With the uprising of social networks we are able to facilitate everyday communication, information transfer and the interaction of people from one end of the world to another. All this has positive and negative sides. An example of the positivity of it all is the use of social networks during the Arab spring. With the help of social networks the Arab people spread awareness of all the political problems in the Arab region, toppled the dictatorship and slowly boost the morale of the people. An example of the negativity is the negative use of social networks during the riots in England. During that time social networks were used to organize riots and criminal acts. By analyzing these two cases we see how social networks can be used as an enabler of social responsibility, but also as an enabler of social irresponsibility. There are many examples, and by them we can learn how best to apply social networks in the context of communication and information dissemination. It is up to us to decide how we will treat social networks, either as an enabler of social responsibility or as an enabler of social irresponsibility.

Zaključak

Nemiri i revolucije u prošlosti su se razvijale i širile prijenosom od usta do usta, danas se to čini preko društvenih medija i pokretnih telefona. Čini se kako je to danas glavni alat pri davanju informacija prosvjednicima o tome kako se suprotstaviti sigurnosnim kontrolama, smanjiti rizik od zarobljavanja i pojačava ostvarenje glavnih ciljeva. Prosvjednici su preko Facebooka organizirali prosvjede, preko Twittera su se koordinirali, a preko YouTubea su širili informacije svijetu.

Društvene mreže	Arapsko proljeće	Neredi u Engleskoj
Facebook	<ul style="list-style-type: none">Koristio se za širenje svijesti o situaciji u zemljiPreko događaja na Facebooku su se prosvjednici okupljali	<ul style="list-style-type: none">Nije bio toliko korištenPreko stranice posvećene Marku Dugganu su potaknuti neredi
Twitter	<ul style="list-style-type: none">Koristio se za prijenos uživo o situaciji na pojedinim mjestimaPomoću hashtagova rasla je popularnost događaja	<ul style="list-style-type: none">Više korišten nakon nereda kao poziv u pomoćPreko njega su se stavljaće slike nereda
YouTube	<ul style="list-style-type: none">Zaslužan za pokretanje revolucijeOmogućio širenje videa kojeg su snimili prosvjednici, a ne državni mediji	<ul style="list-style-type: none">Služio za postavljanje videa nereda
BlackBerry Messenger	<ul style="list-style-type: none">Nije toliko zatupljen u tom dijelu svijeta pa nije bio toliko korišten	<ul style="list-style-type: none">Najviše korištenNije se moglo ući u trag porukamaKoristio se za koordinaciju i pozivanje na daljnje nerede

Tablica 2 Usporedba korištenja različitih društvenih mreža u primjeru Arapskog proljeće i nereda u Engleskoj

Detaljnim proučavanjem ranije navedena dva primjera dolazim do zaključka da se društvene mreže više očituju prilikom omogućavanje društvene odgovornosti. Razlog toga je taj što su društvene mreže u većini slučaja javne. Kako su javne, to omogućava svima da vide njihov sadržaj. Nezakonite radnje, kao što su neredi, se žele zadržati anonimnim, te im u tim slučajevima mogu pomoći samo društvene mreže zatvorenog tipa kojih ima puno manje. No, to ne znači da društvene mreže ne mogu potaknuti takve neželjene posljedice. Problem se javlja kod toga što prilikom skupljanja više ljudi na istom mjestu, makar to mjesto bilo virtualno, poput Facebook stranice, može pojaviti mentalitet mase, koji često ima negativne posljedice. Društvene mreže isto tako olakšavaju uznemiravanje pojedinaca, bez otkrivanje svog pravog identiteta, te

na taj način onemogućiti pronalaženje odgovornih za uznemiravanje. Takve situacije upravo zbog toga što se ne može pronaći krivac često ostaju neispričane te zato imamo više primjera društvenih mreža kao omogućitelja društvene odgovornosti.

Prilikom postavljanja sadržaja na društvene mreže trebamo biti svjesni činjenice da se taj sadržaj može velikom brzinom proširiti. Nekada to ima pozitivne posljedice, a nekada negativne. Na nama je da odlučimo na koji način ćemo tretirati društvene mreže, kao omogućitelji društvene odgovornosti ili kao omogućitelji društvene neodgovornosti.

Literatura

- [1] Workshop for Civic Initiatives Foundation (WCIF), Bulgaria, position statement on Social Responsibility, pristupila: 03.05.2012.
- [2] The Battle for the Arab Spring: Revolution, Counter-Revolution and the Making of a New Era, Lin Noueihed i Alex Warren, 2012. godina
- [3] The New York Times, Protesters in Egypt Defy Ban as Government Cracks Down, <http://www.nytimes.com/2011/01/27/world/middleeast/27egypt.html?pagewanted=1&r=1&hp>, Mona El-Naggar, pristupila: 12.05.2012.
- [4] The New York Times, Mubarak Orders Crackdown, With Revolt Sweeping Egypt, <http://www.nytimes.com/2011/01/29/world/middleeast/29unrest.html?r=2&hp>, Kareem Fahim, pristupila: 12.05.2012.
- [5] Al Alabria News, What comes first: The protest or the Tweets?, <http://www.alarabiya.net/articles/2011/10/05/170346.html>, Eman El-Shenawi, pristupila: 15.05.2012.
- [6] Science Daily, Arab Spring suicide, <http://www.sciencedaily.com/releases/2011/09/110914161733.html>, pristupila 15.05.2012.
- [7] The Guardian, 200 most influential Twitter users during the riots: are you on the list?, <http://www.guardian.co.uk/news/datablog/2011/dec/08/riot-twitter-top-200>, pristupila: 21.05.2012.
- [8] The Guardian, London riots: how BlackBerry Messenger played a key role, <http://www.guardian.co.uk/media/2011/aug/08/london-riots-facebook-twitter-blackberry>, pristupila: 21.05.2012.
- [9] The Telegraph, Japan earthquake: how Twitter and Facebook helped, <http://www.telegraph.co.uk/technology/twitter/8379101/Japan-earthquake-how-Twitter-and-Facebook-helped.html>, Harry Wallop, pristupila: 23.05.2012.
- [10] Mashable, 3 Small Cause Campaigns That Won Big With Social Media, <http://mashable.com/2010/09/23/small-non-profits-social-media/>, Frank Barry, pristupila: 23.05.2012.
- [11] Social Brite, 4 examples of corporate responsibility done right, <http://www.socialbrite.org/tag/tysont-foods/>, pristupila: 23.05.2012.

[12] Megan Meier Foundation, Megan Meier's story,

<http://www.meganmeierfoundation.org/megansStory.php>, Steven Pokin, pristupila:
23.05.2012.