



Za besplatan pristup sadržajima »plaća se« osobnim podacima

Durdica Ivanišević Lieb

Možemo biti zadovoljni činjenicom da se Hrvatska svrstava među 17 najmirnijih država od ukupno 163 zemlje na svijetu. Visoko 17. mjesto dijelimo s Njemačkom prema globalnom indeksu mira koji pojedinu zemlju ocjenjuje na temelju društvene sigurnosti, domaćih i međunarodnih sukoba te razine militarizacije. Prvo je mjesto među deset najmirnijih zemalja svijeta u 2020. godini zauzeo Island, a slijede Novi Zeland, Danska, Portugal, Slovenija, Austrija, Švicarska, Irska i Češka... Očekivano, Afganistan je najmanje mirna država na svijetu. Povoljan rezultat za Hrvatsku nije neočekivan jer su i lanjski podatci Eurostata također pokazivali da je jedna od najsigurnijih zemalja i da ima najniži udio ljudi (2,6 %) koji su žrtve kriminala, nasilja i vandalizma.

Nasilje vezano uz COVID-19 • Globalni indeks mira s dobro razrađenom metodologijom u obzir uzima dosta indikatora koji ocjenjuju neku zemlju i prilično točno daju ocjenu



stanja u zemljama - što je jasno svima koji prate što se događa u svijetu, piše Dijana Jurasic u Večernjem listu. U Hrvatskoj je visoka sigurnost ljudi ne samo u njihovim domovima, nego i ona javna, ulična, i nema opasnosti za život ljudi i imovinu. Mi smo kao zemlja koja je prošla rat ne tako davno neka vrsta čuda jer se obično u takvim državama zadržava konfliktan potencijal, što u nas srećom nije slučaj. U izvješću se navodi da je i pojava pandemije imala znatan utjecaj na nasilje jer se povećao broj nasilnih prosvjeda te se lani u svijetu dogodilo više od 5000 nasilnih događaja vezanih uz COVID-19, a u 158 zemalja svijeta dogodili su se incidenti povezani s pandemijom. Nered i prosvjedi povezani s koronakrizom bili su potaknuti nametnutim ograničenjima, uvođenjem karantene, povećanjem stope nezaposlenosti i izostankom ekonomskih potpora. Sve je to srećom zaobišlo našu zemlju.

Široka dostupnost • No hrvatske građane nije zaobišla pretjerana konzumacija medijskih sadržaja, posebice onoga dostupnoga na internetu. I u tome su Hrvati

u europskom vrhu, prema podacima Eurostata o gledanosti internetske televizije i videozapisa te čitanja vijesti na internetu svrstavaju nas u vrh. O tome piše Nikola Patković, koji prenosi da je čak 92 posto hrvatskih građana čitalo vijesti na internetu, 89 posto građana Hrvatske od 16 do 74 godine u prošloj je godini gledalo sadržaje preko internetskoga TV-a i videozapise na internetu. Ispred Hrvatske su skandinavske zemlje - Island, Norveška i Finska te Nizozemska, Malta i Cipar. Hrvatska se tako našla ispred puno razvijenijih i bogatijih europskih zemalja, poput Njemačke, Belgije, Danske, Španjolske i Italije te naravno svih država u okruženju. Visok postotak, očekivano, imamo u dijelu koji se odnosi i na čitanje vijesti na internetu. U prošloj godini to je činilo čak 92 posto hrvatskih građana, a ispred nas su bili samo Islandani, Norvežani i Fin-

Hrvati su u vrhu po čitanju vijesti na internetu. Takvi rezultati ne čude jer internet u Hrvatskoj, iako možda nije među bržima ili najjeftinijima u Europi, ipak je široko dostupan

ci. Takvi rezultati ne čude analitičare, osnovni razlog vide u činjenici da internet u Hrvatskoj, iako možda nije među bržima ili najjeftinijima u Europi, ipak je široko dostupan.

Neprikladni oglasi • Trećina djece na internetu ostavila je svoj broj mobitela, prema anketi UNICEF-a i u suradnji s udrugom HURA! provedenoj među 1092 djece i mladih. Iako većina društvenih mreža to brani, više od 60 posto mladih u Hrvatskoj otvorilo je vlastiti prvi profil prije 13. godine, a velik dio njih bez kontrole odraslih ostavlja osobne podatke, poput broja mobitela ili fotografije. Pet posto ispitanika otvorilo je profil već u dobi od sedam ili osam godina, a petina djece navela je da su primijetili neprikladne oglase za odrasle koji ih mogu potaknuti na negativne obrasce ponašanja.

Kao najčešće razloge za davanje osobnih podataka naveli su besplatan pristup sadržajima: glazbi, videu, filmu, kvizu i igrama. Kada je riječ o utjecaju *influcera* na potrošačke navike, anketa navodi da u većine sudionika (88 %) *influenceri* koje prate na internetu nisu utjecali na kupnju. ●