

Joanna Kołodziej
Uniwersytet Wrocławski

Internet w Chorwacji wykorzystywany prywatnie i publicznie

Ekspansja internetu, który wciąż zaliczamy do nowych mediów, choć obecny jest w Europie na szeroką skalę od lat 90., ma ogromny wpływ na kulturalny, polityczny oraz socjalny rozwój państw. Największą rewolucję stanowi możliwość szybkiego, swobodnego przesyłania informacji na całym świecie. Europejska konwencja praw człowieka w artykule 10. gwarantuje temu medium swobodę wyrażania opinii bez ingerencji władz publicznych, choć nakłada na media obowiązki i przewiduje możliwość ograniczenia wolności w przypadku zagrożenia szeroko pojętego bezpieczeństwa państwa i obywateli¹. W Chorwacji ustawa o mediach elektronicznych dodatkowo zaznacza w artykule 3, iż żadnego z punktów ustawy nie można tłumaczyć jako prawa do cenzury czy prawa do ograniczenia wolności słowa i wyrażania myśli². Pozostałe regulacje dotyczące mediów elektronicznych w Chorwacji zawarte są w ustawie o komunikacji elektronicznej³. Istnieje również ustawa karna uchwalona przez parlament Chorwacji w 2011 roku (uzupełniona w 2013), która zakłada możliwość nałożenia kary pieniężnej na prywatnych użytkowników internetu, którzy dopuścili się szerzenia nieprawdziwych informacji gospodarczych, naruszyli prywatność nieletniego, korzystali z pornografii dziecięcej czy publicznie zachęcali do nienawiści i przemocy⁴. Zapis ten podzielił użytkowników internetu na zwolenników, którzy

¹ Konwencja o ochronie człowieka i podstawowych wolności, http://www.bip.ms.gov.pl/Data/Files/_public/bip/prawa_czlowieka/ets_006.pdf [dostęp: 17 maja 2015].

² Ustawa o mediach elektronicznych Republiki Chorwacji, <http://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima> [dostęp: 17 maja 2015].

³ Ustawa o komunikacji elektronicznej, <http://www.zakon.hr/z/182/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-komunikacijama> [dostęp: 17 maja 2015].

⁴ Ustawa karna, http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2011_11_125_2498.html [dostęp: 17 maja 2015].

mówią stop „mowie nienawiści”, i przeciwników, którzy upatrują w nim ograniczenia wolności wyrażania myśli. Obawiają się zwłaszcza o kontrolę treści prywatnych korespondencji na łamach portali społecznościowych. Właśnie media społecznościowe, będące wytworem internetu na całym świecie, rozwijają się bardzo dynamicznie i spełniają niejednokrotnie ważną funkcję w kształtowaniu się społeczeństw. Tak było podczas Arabskiej Wiosny w 2010 roku, kiedy to za pomocą mediów społecznościowych mieszkańcy Tunezji i innych państw arabskich organizowali protesty przeciwko ówczesnej władzy, a następnie udostępniali światu niemalże na żywo nagrania z dramatycznymi scenami walki o wolność. Zapewne nie byłoby to możliwe bez dostępu do internetu i portali społecznościowych. O popularności internetu oraz portali społecznościowych decyduje wiele czynników. Właściwie trudno jest stwierdzić, czy społeczeństwo zmieniło się pod wpływem internetu, czy to społeczeństwo ma wpływ na rozwój tego medium. Nowe media mogą podążać lub też odzwierciedlać „nowe społeczeństwo”. Faktem jest, że społeczeństwo tzw. nowej generacji jest nastawione na szybką, krótką informację. Sposób, w jaki młodzi ludzie czytają, a także jakie oczekiwania mają wobec mediów drastycznie się zmieniły, odkąd upowszechnił się internet. Nawet dziennikarze internetowi dobrze wiedzą, że informacje zamieszczane przez nich na portalach z reguły nie są czytane, lecz jedynie przeglądane przez użytkowników internetu. Wiele mediów tradycyjnych przeniosło swoje wydania lub też rozważa tranzyt do internetu w odpowiedzi na potrzeby społeczeństwa. Młodzi ludzie odchodzą od czytania prasy na rzecz przeglądania witryn internetowych w poszukiwaniu konkretnych informacji. Również życie społeczne przeniosło się do internetu. Jednym z wytworów tego nowego medium są wspomniane wcześniej media społecznościowe (ang. *social media*). Termin ten obejmuje wszystkie media internetowe i media mobilne. Tak zwana technologia WEB 2.0 umożliwia utrzymywanie kontaktów z ludźmi na całym świecie za pomocą portali społecznościowych różnego typu. Dominacja określonego portalu społecznościowego zależy od kontynentu i konkretnego państwa. Inny portal społecznościowy jest wybierany przez użytkowników internetu na kontynencie azjatyckim, a inny w Europie. Wśród najpopularniejszych serwisów społecznościowych można wymienić Facebooka, Twittera, Google+, a także uznawany za portal służący do kontaktów zawodowych LinkedIn. Popularnym serwisem jest również Skype, który pozwala na wspólną wideokonferencję nawet kilku osób znajdujących się w różnych miejscach globu. Rozwój mediów społecznościowych oraz ich popularność pozwala na śmiałe stwierdzenie, że są one przyszłością systemu medialnego.

Dostępność internetu w Chorwacji

Siłę oddziaływania i obecności internetu w społeczeństwie chorwackim możemy określić za pomocą danych dotyczących użytkowania tego nowego medium. W 2013

roku codzienne korzystanie z internetu deklarowało 61,5% Chorwatów. Co najmniej raz w tygodniu korzysta z niego 26% respondentów. Tygodniowo Chorwaci spędzali w internecie około 15 godzin. Co stawia tę nację powyżej średniej europejskiej, która wynosiła 14,8 godzin. Jednak istnieje też grupa Chorwatów stroniących od nowych mediów. Do niekorzystania z internetu przyznaje się 28,9% respondentów⁵. Badania zostały przeprowadzone przez popularny w Chorwacji portal Jatrgovac.com, który regularnie prowadzi prace badawcze na temat społeczeństwa, rynku i ekonomii w Chorwacji oraz regionie.

Natomiast inne dane pokazują, że Chorwacja odstaje na tle Europy pod względem korzystania z nowego medium. Jednak dane te przedstawiają się różnie w poszczególnych częściach Chorwacji. Ocenia się, że regularnie korzystających z internetu w Chorwacji w wieku od 16 do 74 lat jest 63,4%. Natomiast w Europie odsetek ten wyniósł 71,7%. Obraz staje się jeszcze bardziej wyraźny, gdy weźmiemy pod uwagę liczbę gospodarstw domowych posiadających internet. W Chorwacji w 2012 roku stanowiły one 59,8%, natomiast w Europie 72,5%. Ale internet to nie tylko użytkownicy, ale także firmy i sieci, dostarczające internetu. Znaczenie ma również dostęp do szerokopasmowego internetu. Tutaj dane są korzystne dla Chorwacji, gdyż spośród wszystkich użytkowników sieci aż 94,2% miało dostęp szerokopasmowy w 2012 roku⁶.

Badania przeprowadzone przez agencję marketingową BalCannes ukazują natomiast, w jakich regionach Chorwacji dostęp do tego medium jest największy. Dla nikogo nie będzie niespodzianką to, że najwięcej gospodarstw podpiętych do sieci znajduje się w Zagrzebiu i okolicy. Tutaj dane wskazują na 68%. Trochę mniej, bo 66% gospodarstw znajduje się na Istrii, również w regionie tzw. Chorwackiej Szwajcarii, położonym pomiędzy miejscowością Karlovac a Rijeką oraz na samym południu Chorwacji w okolicach Dubrownika. W Dalmacji, regionie nadmorskim najchętniej odwiedzanym przez turystów, do internetu podłączonych jest 65% domów. Inaczej sytuacja wygląda na wschodzie Chorwacji, tam z internetu korzysta tylko 56% gospodarstw. W północnej Chorwacji, od miejscowości Senj po historyczne miasto Vukovar, już tylko 52% gospodarstw domowych korzysta z internetu. Najgorzej jest w okolicy Parku Narodowego Jezior Plitwickich, a także w samej miejscowości Karlovac, gdzie w domach Internet ma 46% mieszkańców⁷.

Nie sposób nie zauważyć, że internet jest najpowszechniejszy w regionach, w którym stopa życiowa jest najwyższa. Należą do nich oczywiście Zagrzeb i Istria. Według ostatnich badań Instytutu Ekonomicznego w Zagrzebiu, Istria po raz pierwszy w historii wygrywa w rankingu najbogatszych regionów z Zagrzebiem. Na Istrii według badań Instytutu dochód na rodzinę jest większy o 27% od przeciętnego przychodu

⁵ <http://www.jatrgovac.com/2013/07/internet-popularan-medij-s-ne-tako-popularnim-oglasima> [dostęp: 15 maja 2015].

⁶ <http://www.korzo.net/Koliko-se-koristi-Internet-u-Hrvatskoj/> [dostęp: 15 maja 2015].

⁷ http://digipark.com.hr/digipark-newsletter/digipark_newsletter_01_2012/index.html [dostęp: 15 maja 2015].

krajowego. Natomiast w Zagrzebiu o 22%. Na korzyść Istrii przemawia dobrze prosperująca turystyka, a także bliskość Włoch. Najtrudniejsza sytuacja ekonomiczna w Chorwacji obejmuje północno-wschodnią część tego kraju, w tym miasto Karlovac. Co drugi mieszkaniec tego regionu żyje w ubóstwie. Najwięcej osób bezrobotnych i starszych zamieszkuje właśnie tę część kraju, co jak widać ma bezpośrednie przełożenie na obecność internetu w gospodarstwach domowych⁸.

Wspominana wcześniej agencja marketingowa BalCannes przyjrzała się dokładniej również wiekowi internautów. Najwyższy odsetek korzystających z internetu, 96%, charakteryzuje grupę najmłodszych badanych, w wieku od 15. do 24. roku życia. Niewiele mniej, 87%, pojawia się w grupie od 25 do 34 lat, 84% w grupie od 35 do 44 lat, w grupie powyżej 65. roku życia aktywni internauci stanowią około 9%.

Czego Chorwaci szukają w sieci?

Zawartość internetu można określić jako beczka bez dna. Są w nim różnego rodzaju informacje, rozrywka, ale też treści, które można nazwać „bełkotem” społecznym. To, co przyciąga ludzi do internetu, zależy zapewne od indywidualnych preferencji.

Badania przeprowadzone w Chorwacji pokazują, że wśród wszystkich użytkowników internetu aż 96% stanowią ludzie od 15 do 24 lat i wszyscy korzystają z portalu społecznościowego Facebook. Można więc wnioskować, że portale społecznościowe w Chorwacji mają potencjał i siłę oddziaływania.

W jaki sposób tak wysoki wynik tzw. facebookowiczów, dla których internet jest przede wszystkim „platformą” życia społecznego, możemy odnieść do pozostałych użytkowników internetu w Chorwacji? Czy Chorwaci korzystają z sieci jedynie do celów komunikacyjnych?

Ostatnie duże badania na ten temat zostały przeprowadzone w 2011 roku. Ich wyniki pokazują, że najczęściej, bo aż 74% użytkowników internetu, szuka w sieci potrzebnych informacji o codziennych wydarzeniach. Obserwując popularność artykułów pomiędzy 8 marca a 8 kwietnia 2015 roku na jednym z najbardziej poczytnych w Chorwacji portalu — Index.hr, można stwierdzić, że wśród wiadomości Chorwaci najczęściej wybierają te dotyczące ważnych wydarzeń (tragedii) na świecie. W wymienionym okresie na portalu Index.hr Chorwaci najczęściej szukali informacji na temat wypadku samolotu we francuskich Alpach. Drugim najczęściej wybieranym tematem był atak terrorystyczny w Kenii, gdzie zginęło 148 studentów wyznania katolickiego. Dużą popularnością cieszyły się też tematy sportowe oraz wiadomości z kraju o charakterze infotainmentu, często o zabarwieniu erotycznym, na końcu znalazły się różnego typu informacje z kraju⁹.

⁸ <http://www.jutarnji.hr/istra-prvi-put-bogatija-od-zagreba-/1084695/> [dostęp: 27 grudnia 2014].

⁹ <http://www.index.hr/#popularnetjedan> [dostęp: 27 grudnia 2014].

Pozostałe najchętniej wybierane w Chorwacji portale internetowe, w tym wydania internetowe mediów tradycyjnych to:

1. Net.hr
2. Index.hr
3. 24 sata.hr
4. Blog.hr
5. Vecernji.hr
6. Jutarnji.hr

Drugim powodem korzystania z sieci jest szukanie informacji o wydarzeniach oraz usługach. Do takiej aktywności przyznaje się 69% badanych. Największą popularnością cieszą się takie portale, jak:

1. Croatia.hr
2. Eventim.hr
3. Putovnica.net
4. Najboljeuhrvatskoj.info

Pierwszy z portali, popularny wśród turystów, tworzony jest przez prężnie działającą Chorwacką Wspólnotę Turystyczną, która ma swoich przedstawicieli w ponad 20 państwach Europy i świata.

Portal Eventim.hr jest oddziałem niemieckiej firmy, która działa w 14 państwach Europy i jest największym dystrybutorem biletów na koncerty i inne formy rozrywki. W Chorwacji firma współpracuje z ponad tysiącem miejsc, w których sprzedawane są bilety. To zdecydowany lider w sprzedaży tzw. *live entertainment*¹⁰.

Z Putovnica.net natomiast korzystają te osoby, które planują podróż. Misją strony jest inspirowanie do odwiedzenia ciekawych miejsc w Chorwacji i na świecie. Na stronie turyści znajdą informacje, gdzie najlepiej pojechać, wydarzenia w poszczególnych miastach, prognozę pogody, noclegi, kontakty z firmami wynajmującymi samochody, zdjęcia, forum, a nawet kalkulator walut¹¹.

Ostatni z wymienionych najczęściej odwiedzanych portali, Najboljeuhrvatskoj.info, jest skierowany przede wszystkim do rodaków. Celem portalu jest szerzenie informacji i zapoznanie ludzi z regionem, w którym żyją. Portal chce przypomnieć mieszkańcom w ich codziennym zabieganym życiu o najbliższym otoczeniu, o historii, kulturze regionu, o znaczeniu sąsiadów, osób działających dla regionu, o wydarzeniach sportowych, a także rozrywce. Portal informuje również o promocjach, korzystnych obniżkach cen na noclegi, koncerty, wstępach do restauracji, salonów fryzjerskich itp. Jest tłumaczony również na język angielski, lecz zagraniczni podróżnicy rzadziej go odwiedzają niż pozostałe portale¹².

¹⁰ http://www.eventim.hr/hr/about_oet/ [dostęp: 15 maja 2015].

¹¹ <http://www.putovnica.net/> [dostęp: 15 maja 2015].

¹² <http://www.najboljeuhrvatskoj.info/copyright> [dostęp: 15 maja 2015].

Do kolejnych powodów odwiedzania przez Chorwatów internetu należą: poczta elektroniczna i media społecznościowe. Inne aktywności nie przyciągają tak znacznej liczby użytkowników przed ekrany komputera.

Tabela 1. Motywy użytkowania internetu przez Chorwatów

Czego szukasz w sieci	Odsetek wskazań respondentów [%]
Informacje o codziennych wydarzeniach	74
Szukanie informacji o wydarzeniach i usługach	69
Wysyłanie/przyjmowanie e-maili	68
Korzystanie z mediów społecznościowych	58
Słuchanie radia internetowego, oglądanie e-tv	30
Ściąganie muzyki	27
Granie i ściąganie gier	27
Informacje o zdrowiu i odżywianiu	22
Szukanie pracy	22
Gry online, muzyka, filmy	37
Bankowość internetowa	20
Szukanie informacji edukacyjnych	20
Zakupy przez internet	20
Pisanie wiadomości (forum, czat)	14
„Download” programów, aplikacji	14
Informacje turystyczne	13
Dzwonienie za pomocą internetu	13

Źródło: badania zostały przeprowadzone w 2011 roku na potrzeby agencji public relations Manjgura d.o.o., która funkcjonuje w Chorwacji od 1997 roku, <http://manjgura.hr/mediji/konacno-svaki-drugi-hrvat-on-line-i-na-internetu-istrazivanje-gfk/> [dostęp: 15 maja 2015].

Media społecznościowe w Chorwacji. Facebook i Twitter

O swoistości mediów społecznościowych wspomniano na początku niniejszej pracy. Warto przyjrzeć się jednak tego rodzaju mediom w Chorwacji, gdzie aż 94% internautów ma konto na co najmniej jednym portalu. Wśród Chorwatów najchętniej wybieranym *social medium* jest Facebook, na drugim miejscu Twitter, są one najpopularniejszymi serwisami społecznościowymi. Założeniem Twittera jest informowanie za pomocą krótkich treści (zbliżonych do SMS-a). Portal ten uchodzi za najszybszą formę komunikacji na świecie. Umożliwia natychmiastową reakcję, dlatego chętnie jest wykorzystywany przez marketingowców, również do komunikacji służbowej. Twitter nie podaje, ilu użytkowników korzysta z sieci w danym państwie. W 2013 roku agencja Drap opublikowała jednak dane dotyczące użytkowników Twittera w Chorwacji. Według tej agencji było ich wówczas

52 tysiące¹³. Agencja podała również, kto w Chorwacji jest najbardziej czytany na Twitterze. Aż 48 tys. użytkowników śledzi wpisy chorwackiego tenisisty Ivo Karlovića¹⁴.

Natomiast celem Facebooka było zrzeszanie ludzi, którzy już się znają z realnego życia. Jednak szybko stał się on miejscem skupiającym osoby, które nigdy się nie spotkały ani nie spotkają. Tym, co wyróżnia ten portal spośród innych, są liczne aplikacje. Portal umożliwia rozgrywki online, przesyłanie i przyjmowanie wirtualnych prezentów oraz życzeń czy nawet posiadanie internetowego zwierzaka i opiekę nad nim. Przede wszystkim służy jednak internautom do rozpowszechniania zdjęć. Każdej innowacji, która się pojawia na Facebooku, towarzyszy duże zainteresowanie użytkowników.

W Chorwacji konta na Facebooku ma 1563 tysiące osób, czyli 35% społeczeństwa, co stawia ten kraj na 70. miejscu na świecie i 27. w Europie. Co ciekawe, przyglądając się użytkownikom tego portalu w innych państwach bałkańskich, zdecydowanie więcej zwolenników tego medium jest na Węgrzech i w Serbii. Natomiast mniej niż w Chorwacji jest w Bośni i Hercegowinie oraz Albanii, Macedonii, Czarnogórze oraz Słowenii. Jak widać, rozwój ekonomiczny nie ma tutaj przełożenie na liczbę użytkowników tego portalu. W regionie najbardziej rozwinięta jest Słowenia, jednak znalazła się na przedostatnim miejscu, jeśli chodzi o region¹⁵.

Biznesowe wykorzystanie Facebooka w Chorwacji

Facebook to przede wszystkim bardzo dobre źródło dochodu. Rejestracja na tym portalu jest bezpłatna. Spółka zarabia pieniądze nie tylko na firmach, które założyły profile, reklamując swój biznes, ale przede wszystkim na firmach, które zostały „załajkowane” przez użytkowników. Oznacza to, że użytkownik na swoim portalu poprzez użycie specjalnego znaku „lubię to” zamieszcza odnośnik do konkretnej firmy, organizacji. Może to być ulubiony salon fryzjerski, strona ulubionego idola czy np. gazety. Do najczęściej odwiedzanych stron facebookowych należą strony gazety bulwarowej „24 Sata” (968 469)¹⁶, popularnej w Chorwacji i Serbii piosenkarki Seve-

¹³ https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=6LnONB5HZBI [dostęp: 9 maja 2015].

¹⁴ <http://dnevnik.hr/vijesti/tech/twitter-ima-vise-od-50-tisuca-korisnika-u-hrvatskoj---274488.html> [dostęp: 9 maja 2015].

¹⁵ <http://www.jutarnji.hr/po-broju-korisnika-facebook-a-smo-70--na-svijetu--cak-1-5-milijuna-hrvata-ima-profil-na-toj-drustvenoj-mrezi-/1054483/> [dostęp: 9 maja 2015].

¹⁶ <https://hr-hr.facebook.com/24sata> [dostęp: 9 maja 2015].

riny Vučković (816 005 członków)¹⁷, gazety codziennej „Jutarnji” (479 233)¹⁸, równie znanej gazety codziennej „Dnevnik” (464 567)¹⁹ Nije Darika, Ante je (166 134)²⁰ jest stroną koncernu telefonii komórkowej Tomato, jednak samo konto prowadzi starszy Chorwat, który został twarzą tej firmy. Koresponduje on z użytkownikami, zamieszcza nowe posty, informuje o nowych reklamach z jego udziałem i w ten sposób promuje markę. Na następnych pozycjach znajdziemy między innymi portal Igre.hr (148 551)²¹ czy poczytny portal internetowy Index.hr (3651)²².

Ponad 80% fanów dowolnej strony Facebooka, tzw. funpage’a, uważa, że najsukuczniej nakłaniają ich do oznaczenia strony jako ulubionej obniżki i promocje organizowane przez instytucje reklamujące się. Mniejsze znaczenie ma dla Chorwatów śledzenie nowości, odpowiedzi na pytania czy inni członkowie powiązani z daną instytucją²³. Jest to duży potencjał, o którym dobrze wiedzą firmy w Chorwacji, jest to również zdecydowanie najtańsza forma reklamy. Lojalnych klientów pozyskują w ten sposób między innymi sklep z kosmetykami Bipa (303 833 członków i wielu odwiedzających stronę)²⁴. Firma kusi na swoim funpage’u rabatami na kosmetyki, informuje o nowościach, publikuje porady na tematy dotyczące pielęgnacji urody. Firma zwiększyła swoje obroty o 150% w 15 dni od momentu funkcjonowania funpage’a.

Potencjał Facebooka zauważyła również firma Jana (257 555)²⁵ produkująca wodę mineralną. Na swojej stronie publikuje zdjęcia chorwackich celebrytów prezentujących się z wodą, imprezy sponsorowane przez firmę, konkursy z nagrodami oraz publikuje popularne motta tej firmy, swojego czasu pisane np. przez Paula Coelha.

Firma Iskon (80 717)²⁶ proponująca usługi na Internet, telewizję i telefon na swojej facebookowej stronie również koresponduje z użytkownikami, oferuje dla wiernych fanów rabaty nawet do 50%, publikuje oferty oraz zdjęcia z celebrytami z imprez sponsorowanych. Na łamach strony fani mogą również bezpłatnie grać w wideo gry.

Organizacją, która zajmuje się marketingiem w Chorwacji od początku istnienia mediów społecznościowych, jest firma Socialnumbers. Publikuje ona na swoich łamach informacje statystyczne o stronach funkcjonujących na Facebooku. Mierzy jakość i oddziaływanie funpage’ów, informuje o najpopularniejszych postach na tym

¹⁷ <https://hr-hr.facebook.com/severina> [dostęp: 9 maja 2015].

¹⁸ <https://hr-hr.facebook.com/jutarnji.list> [dostęp: 9 maja 2015].

¹⁹ <https://hr-hr.facebook.com/DNEVNIK.hr> [dostęp: 9 maja 2015].

²⁰ <https://hr-hr.facebook.com/tomato.com.hr> [dostęp: 9 maja 2015].

²¹ <https://hr-hr.facebook.com/igre.hr> [dostęp: 9 maja 2015].

²² <https://www.facebook.com/Index> [dostęp: 9 maja 2015].

²³ http://digipark.com.hr/digipark-newsletter/digipark_newsletter_01_2012/index.html [dostęp: 9 maja 2015].

²⁴ <https://hr-hr.facebook.com/bipa.hrvatska> [dostęp: 9 maja 2015].

²⁵ <https://www.facebook.com/jana.water> [dostęp: 9 maja 2015].

²⁶ <https://hr-hr.facebook.com/iskoninternet> [dostęp: 9 maja 2015].

portalu. Prowadzone statystyki obejmują dni, tygodnie, miesiące i lata. Potencjalni reklamodawcy i sponsorzy mogą obserwować rozwój firm, ich notowania (wzrosty i spadki)²⁷.

Firma Mediatoolkit udziela reklamodawcom informacji na temat treści stron, które w przyszłości mają szansę stać się popularne. Przewiduje również liczbę odwiedzin i fanów²⁸.

Dla firm Facebook jest tanim sposobem na marketing, narzędziem promocji wielkiego zasięgu, umożliwia szybką i transparentną komunikację, co istotne — komunikację obustronną. Chorwacja śledzi trendy międzynarodowe w ogłoszeniach poprzez *social media*. Firmy tworzące swoje profile na Facebooku najczęściej korzystają z pomocy wyspecjalizowanych organizacji. Na potrzeby nowego rynku stworzono zawód *community manager*, menedżer od zarządzania sieciami społecznościowymi. W ostatnich latach ważnym wyróżnikiem funkcjonowania firm stała się liczba tzw. lajków („lubię to”) — podobnie jak w przypadku użycia portalu do celów prywatnych²⁹. Obecnie wszystko może być produktem, a Facebook znajdzie dla niego ofertę.

Publiczne wykorzystanie Twittera

Twitter jest medium lubianym przez polityków zarówno na świecie, jak i w czteromilionowej Chorwacji. W 2012 roku do władzy doszła partia Kukuriku. Wraz z jej pojawieniem się w parlamencie, politycy na stałe zagościli również na Twitterze. Władza zaczęła na bieżąco informować obywateli o wydarzeniach i aktywności polityków. Wcześniej politycy ograniczali się do aktywności na Twitterze w czasie ciszy wyborczej. Następnie ich działalność w internecie była zawieszana. Duży ruch polityków na tym portalu zaczął być widoczny po utworzeniu specjalnego działu Politikahr, który skupia się na rozprawach i dyskusjach politycznych. Przede wszystkim jednak wpisy polityków na Twitterze pojawiają się na pasku informacyjnym w serwisie Monitor.hr³⁰.

Wielu polityków chorwackich od lat ma swoje profile na Twitterze. Bardzo aktywną osobą jest Marija Lugarić, przedstawicielka centrolewicy SDP. Na swoim koncie informuje o wydarzeniach politycznych, spotkaniach z jej udziałem, przedstawia siebie jako osobę wrażliwą na krzywdę zwierząt, jako osobę z poczuciem humoru i dystansu do siebie³¹.

²⁷ <http://hr.socialnumbers.com/> [dostęp: 9 maja 2015].

²⁸ <http://www.mediatoolkit.com/> [dostęp: 9 maja 2015].

²⁹ <http://manjgura.hr/blog/facebook-kao-jeftini-marketinski-alat/> [dostęp: 9 maja 2015].

³⁰ <http://www.monitor.hr/> [dostęp: 9 maja 2015].

³¹ https://twitter.com/marija_lugaric/ [dostęp: 9 maja 2015].

Kolejnym aktywnym politykiem jest burmistrz Rijeki Vojko Obersnel³². Na swoim profilu komunikuje się ze społeczeństwem. Składa życzenia, przypomina o ważnych wydarzeniach dla świata i Chorwacji. Promuje regionalne grupy muzyczne, artykuły warte według niego przeczytania.

Z kolei Daniel Mondekar, euroentuzjasta i europoseł, informuje czytelników o postanowieniach Unii Europejskiej, o zakulisowych poczynaniach unijnych przedstawicieli, dokumentuje swoje wypowiedzi ustawami, nierzadko zdjęciami. Częściej pisze w języku angielskim, rzadziej chorwackim³³.

Swoje konto na Twitterze ma również była prezydent Republiki Chorwacji, obecnie rzecznik parlamentu Chorwacji, Jadranka Kosor. Jest ona bardzo aktywna na Twitterze, dziennie zamieszcza od kilku do kilkunastu wpisów³⁴.

Rodzime media społecznościowe

Chorwacja jest twórcą czterech portali społecznościowych. Nie są one tak rozpowszechnione jak wspomniane wcześniej portale o zasięgu międzynarodowym. Również w Chorwacji więcej użytkowników przyciągają znane sieci, które oferują znacznie więcej dodatkowych aktywności niżeli te rodzimej produkcji.

Niemniej jednak w 2002 roku powstał portal Iskrica. Służy on poznawaniu nowych przyjaciół oraz partnerów. Założeniem portalu było przełamanie tabu, jakim w ubiegłym dziesięcioleciu było poznawanie partnerów przez internet. Portal ma ponad 4,5 miliona użytkowników, a więc więcej niżeli Chorwacja ma obywateli³⁵. Kolejnym portalem jest Tulumarka, pierwsza sieć społeczna informująca o wydarzeniach typowo rozrywkowych, o koncertach, imprezach klubowych, wydarzeniach plenerowych. Użytkownicy portalu mogą się nawzajem informować na różne tematy, jak i umawiać na wspólne spędzanie czasu. Informacje o wydarzeniach poparte są wideoklipami oraz zdjęciami³⁶. W 2007 roku powstał portal Trosjed. Z założenia sieć przypomina Facebooka. Skupia przyjaciół i znajomych. Użytkownicy publikują swoje prywatne zdjęcia, a także wydarzenia z życia codziennego³⁷. Najmłodszym dziełem Chorwatów jest portal Teen.hr skierowany do nastolatków. Portal oprócz typowej oferty komunikacyjnej (chat, blog, forum) dla najmłodszych użytkowników internetu, zawiera również różnego rodzaju informacje ze świata rozrywki³⁸.

³² https://twitter.com/obi_rijecki [dostęp: 9 maja 2015].

³³ https://twitter.com/daniel_mondekar [dostęp: 9 maja 2015].

³⁴ https://twitter.com/_Jadranka_Kosor [dostęp: 9 maja 2015].

³⁵ <http://www.iskrica.com/> [dostęp: 9 maja 2015].

³⁶ <http://www.tulumarka.com/> [dostęp: 9 maja 2015].

³⁷ <http://trosjed.net.hr/> [dostęp: 9 maja 2015].

³⁸ <http://www.teen.hr/> [dostęp: 9 maja 2015].

Zakończenie

Media społecznościowe są obecnie najczęściej odwiedzanymi stronami internetu. W Chorwacji zwłaszcza najmłodsze pokolenie, które jest zarazem drugim najmłodszym narodem obcującym z *social media* na świecie, najczęściej wykorzystuje internet właśnie do komunikacji za pomocą różnego rodzaju portali. Obserwując rynek chorwacki, można przypuszczać, że rodzime media społecznościowe nadal będą się tworzyć, jednak prawdopodobnie nigdy nie staną się tak popularne, jak Facebook czy Twitter. Wyjątek mogą tutaj stanowić portale „randkowe”, które w Chorwacji mają rzeszę użytkowników. Można również przypuszczać, że publiczne wykorzystanie sieci będzie coraz większe. Politycy coraz częściej traktują media społecznościowe jako najtańszą kampanię, a zarazem bardzo skuteczną. Dzięki tego typu portalom mogą się komunikować z wyborcami. Nie wychodząc z domu, tworzyć relacje, a co za tym idzie, zdobywać poparcie społeczeństwa. Chorwacja jako państwo bardzo dobrze wykorzystuje internet. Bezpłatne połączenie wi-fi w miejscach publicznych pojawiło się kilka lat wcześniej niżeli w Polsce. Istnieje ograniczona kontrola treści zawartych w internecie. Państwo może nałożyć karę na użytkowników, którzy jawnie naruszają prywatność osób trzecich lub je obrażają, za szerzenie nienawiści na forach, portalach i sieciach społecznościowych. Karze ograniczenia wolności w Chorwacji podlegają próby hakerskie. Społeczeństwo akceptuje nałożone na użytkowników ograniczenia, traktując je jako próbę zachowania tzw. kultury internetu.

Private and public use of the internet in Croatia

Summary

The paper is devoted to diagnosing the availability and use of the internet in Croatia. The author analyses the legal situation, availability of the internet as a communication channel as well as anthropological contexts of network communication, referring to the practice of the media system in Croatia. She discusses changes in the availability of the internet in Croatia, analyses the Croatians' web activities, examines the social media, their popularity and specificity of functioning in Croatia. The paper also includes remarks concerning legal issues as well as the economic functioning of the web.