Digitalna besmrtnost: stavovi i uvjerenja prema digitalnom životu poslije smrti

Macokatić, Ivana

Master's thesis / Diplomski rad

2015

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:574562

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Filozofski fakultet
Odsjek za informacijske znanosti
Kolegij: Informacijska politika i tehnološke promjene
Mentor: doc.dr.sc. Boris Badurina
Sumentor: dr.sc. Milijana Mičunović, viša asistentica
Student: Ivana Macokatić

DIGITALNA BESMRTNOST: STAVOVI I UVJERENJA O DIGITALNOM ŽIVOTU POSLIJE SMRTI

Diplomski rad

Osijek, srpanj, 2015. godine

SADRŽAJ:

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI

1. UVOD 5

2. ČOVJEK, SMRT I DRUŠTVO: SMRT I ZAKON I SOCIOPSIHOLOŠKI ASPEKTI SMRTI, OSJEĆAJA GUBITKA I PROCESA TUGOVANJA 7

2.1. Sociopsihološki aspekti smrti i umiranja 7

2.2. Gubitak 8

2.2.1. Traženje smisla u gubitku i životu nakon gubitka 9

2.2.2. Reakcije na gubitak 10

2.3. Tugovanje 10

2.4. Kulturne razlike u poimanju smrti, osjećaja gubitka i procesa tugovanja 12

2.5. Tradicionalno shvaćanje procesa tugovanja u odnosu na digitalni život poslije smrti 14

2.6. Smrt i zakon 15

3. DIGITALNI ŽIVOT POSLIJE SMRTI 17

3.1. Pripremanje i organiziranje digitalnih identiteta preminulih osoba i njihove ostavštine 21

3.2. Upravljanje digitalnim identitetom preminulog i njegovom ostavštinom 23

3.3. Zaštita digitalnog identiteta preminulog i njegove digitalne ostavštine 25

3.3.1. Informacijski i komunikacijski zakoni i propisi 28

3.4. Utjecaj digitalnih identiteta preminulih i njihove digitalne ostavštine na proces tugovanja i emocije ožalošćenih 30

4. DIGITALNA BESMRTNOST U SUVREMENOM INFORMACIJSKOM DRUŠTVU: "WHEN YOUR HEART STOPS BEATING, YOU'LL KEEP TWEETING" 33

4.1. Profili na društvenim mrežama 34

4.1.1. Facebook 34

4.1.2. Twitter 37

4.1.3. LinkedIn 38

4.2. Usluge/servisi, aplikacije i projekti za organiziranje i upravljanje digitalnim identitetom nakon smrti osobe 38

4.2.1. Gmail ... 39
4.2.2. Cirrus Legacy ... 40
4.2.3. Lifenaut ... 41
4.2.4. Neshama project ... 41
4.2.5. BillionGraves ... 42
4.2.6. Find a grave ... 43
4.2.7. Quick Response (QR) ... 43
4.3. Implikacije digitalne besmrtnosti u budućnosti ... 44
4.3.1. Budućnost kulturalnog istraživanja koncepta digitalne besmrtnosti ... 45

5. ISTRAŽIVANJE ... 48
5.1. Demografske osobine ispitanika ... 50
5.2. Korištenje društvenih medija i *online* usluga ... 52
5.3. Odnos prema pitanjima smrti i smrtnosti čovjeka ... 59
5.4. Ispitivanje hipoteza ... 79

6. ZAKLJUČAK ... 81
LITERATURA I IZVORI ... 84
PRILOZI ... 87
Anketni upitnik ... 87

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI

Cilj je ovoga rada pružiti teorijski koncept pitanju digitalne besmrtnosti, te ispitati stavove i uvjerenja spram digitalne ostavštine preminulih osoba, njezina utjecaja, s jedne strane na proces tugovanja i emocije ožalošćenih, a s druge strane na pitanje privatnosti, sigurnosti, pristupa i zaštite, tj. organizacije i upravljanja digitalnim identitetima preminulih i njihovom digitalnom ostavštinom. Rad se sastoji od teorijskog i istraživačkog dijela. U teorijskom dijelu rada opisani su tradicionalni aspekti smrti i umiranja sa sociopsihološkog stajališta, procesi gubitka i tugovanja prikazani su i kroz razlike u kulturama. Posebna pozornost posvećena je digitalnom životu poslije smrti koji se bavi pitanjima pripremanja, organiziranja, upravljanja i zaštite digitalnih identiteta preminulih osoba i njihove digitalne ostavštine, kao i utjecajem tih identiteta na proces tugovanja i emocije ožalošćenih. Digitalna besmrtnost danas prikazana je kroz profile na društvenim mrežama te različite usluge, aplikacije i projekte za organiziranje (*engl. organizing*) i upravljanje (*engl. managing*) digitalnim identitetom nakon smrti osobe.

Istraživački dio rada donosi rezultate provedenog istraživanja o stavovima i uvjerenjima spram pitanja korištenja i upravljanja digitalnom ostavštinom osobe nakon njezine smrti i utjecajem koje takva ostavština ima na proces tugovanja i emocije ožalošćenih. Istraživanje je provedeno metodom ankete, a podatci su prikupljeni web upitnikom koji se ispitanicima slao putem poveznice lančanom porukom na *online* medijima, forumima i elektroničkom poštom. Dobiveno je ukupno 230 zapisa, od kojih je 200 u potpunosti ispunjeno, a 30 nekompletiranih nisu ušli u obradu podataka. Analizom prikupljenih rezultata ispitane su prethodno postavljene hipoteze i stavovi i uvjerenja ispitanika o digitalnom životu poslije smrti

Ključne riječi: *digitalna besmrtnost, digitalna ostavština, digitalni identitet, organizacija, upravljanje, zaštita, tugovanje, žalovanje, stavovi i uvjerenja*

1. UVOD

Zahvaljujući Internetu i digitalnoj tehnologiji, tj. njihovoj sve češćoj i sve široj implementaciji, suvremeni čovjek veliki dio svoga života živi (provodi) *online*, odnosno u digitalnom svijetu. U interakciji s drugima, stvaramo i dijelimo sadržaje kroz društvene medije i *online* usluge, izgrađujući novu vrstu identiteta. Naš cjelokupni život može biti ugrađen u web prostor, ostavljajući za sobom otiske svojih aktivnosti koji ostaju čak i nakon smrti. Sukladno takvim promjenama otvaraju se nova pitanja i moguća područja istraživanja, čime se počela baviti i pravna znanost, tj. zakonodavni sustav. Pitanja se odnose na organizaciju, upravljanje i zaštitu digitalne ostavštine, kao i na pitanje pristupa i nasljeđivanja. *Online* pružatelji usluga ne osiguravaju potpunu zaštitu digitalne ostavštine svojih korisnika u slučaju njihove smrti, što može rezultirati različitim situacijama i iskustvima po tom pitanju. Naime, pitanje vlasništva nad digitalnim sadržajima i informacijama, tj. pitanje pristupa istima nakon smrti korisnika, najčešće biva regulirano uvjetima korištenja određene usluge (aplikacije, programa, servisa) na koje je sam korisnik pristao prilikom kreiranja korisničkog profila i aktivacije same usluge. Ovaj će rad pokušati prikazati stavove i uvjerenja po pitanju koncepta smrti i ostavštine preminule osobe u kontekstu suvremenog informacijskog društva, odnosno digitalne i informacijsko-komunikacijske tehnologije.

U prvom poglavlju rada opisani su općenito sociopsihološki aspekti smrti, osjećaja gubitka i procesa tugovanja, kulturne razlike u poimanju tih aspekata te Zakon o nasljeđivanju fizičke ostavštine nakon smrti osobe. Drugo poglavlje bavi se pitanjima digitalne besmrtnosti, digitalnih identiteta i okoline stvorenih u kiber prostoru. Digitalna besmrtnost u kontekstu prije navedenih koncepata odnosi se na *online* i virtualni život osobe koji ne pretaje smrću. Ta besmrtnost može se javiti u obliku daljnjeg osiguravanja pristupa korisničkom profilu ili avatru preminule osobe, održavanju 'aktivnosti' korisničkog profila ili avatara, simulacije ponašanja osobe i njezine komunikacije s okolinom u *online*/virtualnom okruženju. Ta mogućnost nastavljanja aktivnosti korisničkih profila, oponašanja, svojevrsnog kloniranja i 'gašenja' svih aktivnosti *online*, virtualnog lika osobe može na pozitivan ili negativan način utjecati na obitelj i prijatelje, tj. okolinu preminule osobe, kao i na pitanja organizacije, upravljanja i zaštite njezine digitalne imovine. Sukladno rastu ljudske populacije u digitalnom svijetu može se uzeti u obzir da svi digitalni identiteti i okolina stvoreni u kiber prostoru mogu biti valjani, očuvani i nasljeđeni od strane vlasnika nakon nemogućnosti njegova korištenja. Osim korisničkih profila na društvenim medijima, od kojih su najpoznatiji i najkorišteniji opisani u ovom radu, treće

poglavlje donosi prikaz i opis nekih od poznatijih usluga, aplikacija i projekata kojima je svrha olakšati upravljanje i organizaciju digitalnih identiteta preminulih, te pristup istima.

Istraživački dio rada donosi rezultate ispitivanja stavova i uvjerenja spram pitanja korištenja i upravljanja digitalnom ostavštinom osobe nakon njezine smrti i utjecajem koje takva ostavština ima na proces tugovanja i emocije ožalošćenih. Opisana je metodologija prikupljanja podataka, a korišteni instrument bio je anonimni anketni upitnik koji je obrađen statističkom metodom obrade podataka. Podatci su prikazani grafički i tekstualno objašnjeni, a na kraju istraživačkog dijela rada ispitane su prethodno postavljene hipoteze.

2. ČOVJEK, SMRT I DRUŠTVO: SMRT I ZAKON I SOCIOPSIHOLOŠKI ASPEKTI SMRTI, OSJEĆAJA GUBITKA I PROCESA TUGOVANJA

Ožalošćeni pate iza zatvorenih vrata, u našem susjedstvu, u našim vlastitim kućama, u bolničkim čekaonicama.[1]

Tuga, osjećaj gubitka i ožalošćenost već odavno dio su ljudskoga iskustva, iako naša kultura poriče potrebu za tugovanjem. Većina ljudi nakon smrti voljene osobe bježi od tuge, tako što se potpuno posvećuje svjetovnom: radu, hrani, piću, drogama, medijima, tjelovježbi, kupnji i sličnome.[2] Smrt je dio života svih ljudi na svijetu i nema čovjeka koji za vrijeme svojega života nije nekoga ili nešto nepovratno izgubio. Činjenica je da lakše suosjećamo i žalimo za konkretnom žrtvom koja ima ime i prezime, nego za tisućama anonimnih žrtava, iako je sa emocionalne strane fenomen smrti i umiranja ostao neprihvatljiv do danas. Ranije je smrt označavala trenutak u kojem je uglavnom prestajao svaki odnos i svaka komunikacija s preminulim, dok tehnološke mogućnosti danas omogućuju "digitalni nastavak života" preminulih, tj. njihovu digitalnu besmrtnost u različitim oblicima – od pukog održavanja njihovih korisničkih profila vidljivima i u pristupu do njihovog tzv. 'oživljavanja' kroz simulaciju njihova ponašanja i komunikacije, ponekad čak i samog izgleda (putem avatara).

2.1. Sociopsihološki aspekti smrti i umiranja

Život, zdravlje, bolest, te umiranje i smrt ne treba promatrati izolirano, već u sklopu promjena koje se oko čovjeka događaju u njegovoj užoj i široj okolini. U prošlosti smrt je bila dio života jer se događala u krugu obitelji, te je strah od smrti bio manji zbog vjerovanja u zagrobni život. Suvremeni čovjek odbija pomisao na smrt i ne želi je prihvatiti do zadnjeg trenutka.[3] Razvojem ljudskog društva odnos prema smrti i umiranju mijenjao se i prolazio tri faze: razdoblje života u arhajskom društvu gdje smrt nije bila nešto konačno; pokojnici su nastavljali živjeti u drugom svijetu, ali istovremeno kao duhovi ili utvare bili su prisutni u

[1] Noel, Brook; D.Blair, Pamela. Kako preboljeti gubitak voljene osobe. Zagreb: V.B.Z., 2012. str. 25.
[2] Moody, Raymond; Arcangel, Dianne. Život poslije gubitka: kako pronaći nadu u životu poslije života. Zagreb: V.B.Z., 2005. str. 13-21.
[3] Štifanić, Mirko. Kultura umiranja, smrti i žalovanja. Rijeka: Adamić, 2009., str. 145.

svakodnevnom životu arhajskog čovjeka. U drugoj fazi koja obuhvaća metafizičko društvo dolazi do razdvajanja živih i pokojnih, te do raslojavanja pokojnih na one važne i manje važne, što je odredilo i stavove prema pokojniku. Čovjek modernog doba, nalazeći se na najvećem stupnju tehnološkog razvoja na izazov smrti reagira strahom, niječe duh i dušu i obezvrjeđuje mitove i obrede pokojnika, te samim time sve više ulazi u brojne psihološke probleme i bolesti.[4]

Postoje dva osnovna pristupa problemu smrti i umiranja: sociološki (Emile Durkheim) i psihološki (Sigmund Freud). Oni su potaknuli zanimanje za razvoj područja koje danas nazivamo tanatologija (grč. *thanatos* = smrt i *logos* = govor). Cilj i jednog i drugog pristupa je što bolje razumijevanje složenosti ovog problema.[5] Freud je, proučavajući melankoliju govorio o procesu žalovanja, te prema njemu ne postoji predodžba naše vlastite smrti, pa psihoanalitičari stoga tvrde da u dubini nitko ne vjeruje u vlastitu smrt, da nesvjesno svatko vjeruje u svoju besmrtnost.[6]

2.2. Gubitak

Vrlo često susrećemo se s gubicima, bilo vlastitima ili drugih ljudi, te se uvijek pitamo što reći i učiniti pri takvom susretu ili kako najlakše prebroditi vlastitu bol zbog gubitka. Koliko god gubici bili teški i tugovanje bolan i dugotrajan proces, ljudi se većinom uspijevaju prilagoditi činjenici da su doživjeli gubitak i uspijevaju nastaviti život. To s jedne strane omogućuju vlastite unutrašnje snage koje posjeduju svi ljudi, ali isto tako i podrška prijatelja, članova obitelji ili poznanika.[7]

Ljudi većinom nerado govore o doživljenim gubicima s obzirom da je takav razgovor obično ispunjen neugodnim mislima i emocijama, a prirodna čovjekova tendencija jest to izbjegavati, posebice kada je riječ o smrti. Iako ne volimo misliti i govoriti o smrti, prije ili kasnije moramo se suočiti sa vlastitim ili tuđim umiranjem, jer je to sastavni dio života.[8] Kriterij svrstavanja gubitaka s obzirom na to "koga ili što smo izgubili" nije jednostavan, iz razloga što isti gubitak nije jednak za svaku osobu. Primjerice, kada za nekoga kažemo da je izgubio oca,

[4] Kocijan-Hercigonja, Dubravka. Psihološki aspekti umiranja i smrti. // Crkva u svijetu 33 1(1998), str. 21-29. URL: http://hrcak.srce.hr/50870 (2014-07-28)
[5] Štifanić, Mirko. Op. cit., str. 147.
[6] Kocijan-Hercigonja, Dubravka. Op. cit., str. 21-29.
[7] Arambašić, Lidija. Gubitak, tugovanje, podrška. Jastrebarsko: Naklada Slap, 2005., str. 21-22.
[8] Ibid, str. 32.

to je istodobno drugoj osobi gubitak supruga, trećoj sina i sl.[9] Autor knjige *"Život poslije gubitka: kako pronaći nadu u životu poslije života"* o gubitku govori na način da nije moguće pronaći dvije ožalošćene osobe koje će jednako preboljeti gubitak. Primjerice, jednojajčani blizanci imaju svoje jedinstvene misli, osjećaje, vjerovanja i osobnost, pa tako ni smrt ne oplakuju na isti način. I jedan i drugi mogu pokušati otkriti kako onaj drugi proživljava gubitak, ali ni jedan ni drugi neće potpuno razumjeti. Način suočavanja sa gubitkom uvjetovan je našim mentalnim, emocionalnim, tjelesnim i duhovnim zdravljem, ali i kulturom, jer ako su ožalošćene osobe odrasle u različitim kulturama često dolazi do zbunjenosti i nesporazuma.[10]

Prema podatcima Državnog zavoda za statistiku, u Hrvatskoj je 2003. godine umrlo blizu 53.000 ljudi i ako pretpostavimo da su nakon umrlog ostale samo četiri osobe, to znači da je te godine bilo otprilike 200.000 tugujućih ljudi zbog gubitka izazvanog smrću.[11]

Očekivana, iznenadna ili nasilna smrt snažno utječe na proces tugovanja. Kod očekivane smrti gdje ne dolazi do iznenađenja, prijatelji i članovi obitelji imali su vremena pripremiti se za taj gubitak i pozdraviti s pokojnikom, dok kod iznenadne smrti nisu imali takvu mogućnost, te je njihova tuga intenzivnija. Nasilnu smrt kod koje je život okončan ubojstvom ili samoubojstvom ne mogu shvatiti osobe koje nisu doživjele takvu tragediju.[12] Ovi kriteriji razvrstavanja gubitaka u pojedine skupine međusobno su jako povezani, te stručnjaci koji rade s tugujućima moraju biti toga svjesni. Ali, isto tako trebala bi biti važnija subjektivna strana procjene gubitka od objektivne, s obzirom da je za oporavak tugujućih važnije u koji kriterij oni smještaju gubitak koji im se dogodio.[13]

2.2.1. Traženje smisla u gubitku i životu nakon gubitka

U kontaktu s tugujućima koji su izgubili voljenu osobu često se vidi kako oni nastoje pronaći smisao u gubitku i smisao života koji moraju voditi nakon gubitka. Pitanje "Zašto?" posljedica je toga što svijet shvaćamo razumljivim i predvidljivim. Traženje smisla gubitka odnosi se na pokušaj da shvatimo kako se i zašto to nešto dogodilo, a traženje (novog) smisla u životu nakon gubitka je pokušaj vraćanja u život iz kojega su, zajedno s izgubljenom osobom,

[9] Ibid, str. 36.
[10] Moody, Raymond; Arcangel, Dianne. Op. cit., str. 78-81.
[11] Arambašić, Lidija. Op. cit., str. 30.
[12] Moody, Raymond; Arcangel, Dianne. Op. cit., str. 85-86.
[13] Arambašić, Lidija. Op. cit., str. 37.

nestali prijašnji ciljevi, uvjerenja i vrijednosti.[14] Ono što čini nezavršeni proces opraštanja od preminule osobe je osjećaj krivnje, za sve neizrečeno i neučinjeno (ili loše učinjeno). Taj osjećaj prisutan je nakon smrti i izvor je brojnih psiholoških problema, jer tugujući nema mogućnost dobiti oprost.[15]

2.2.2. Reakcije na gubitak

Autorica Arambašić Lidija u svojoj knjizi *"Gubitak, tugovanje, podrška"* navodi četiri skupine najčešćih i uobičajenih reakcija na gubitak: emocionalne, misaone, tjelesne i ponašajne. Ljutnja je jedna od emocionalnih reakcija koja se vrlo često pojavljuje nakon gubitka. Takva reakcija može biti usmjerena na sebe (zbog toga što nismo učinili nešto da bi spriječili smrt), na prijatelje, rodbinu, susjede liječnike i na Boga (koji je dopustio da nas voljena osoba zauvijek ostavi). U emocionalne reakcije pripadaju još: tjeskoba (koja se pojavljuje zbog straha tugujućih da se neće moći brinuti sami za sebe, te zbog pojačane svijesti o vlastitoj smrtnosti), osamljenost, krivnja i (samo)optuživanje, tuga, čežnja za umrlim i osjećaj "slobode" i olakšanje (pojavljuje se ukoliko je osoba bila bolesna, te je njezina bolest bila iscrpljujuća i za nju samu i za okolinu). Drugu skupinu čine misaone reakcije: šok i nevjerica (čime se branimo od bolne spoznaje i nastojimo sačuvati svijet onakvim kakav je bio prije gubitka), zbunjenost i teškoće s koncentracijom, pamćenjem i prisjećanjem, doživljaj gubitka kontrole nad životom, (stalno) razmišljanje o umrlome i traženje smisla gubitka i smisla života. U tjelesne reakcije pripadaju: umor, glavobolja, pospanost, vrtoglavica, teškoće s disanjem, bol i sl. Četvrtu skupinu reakcija na gubitak čine ponašajne reakcije poput pretjerane aktivnosti, teškoća sa spavanjem, snova o pokojniku, plakanje, odlazak na mjesta i bavljenje stvarima koje podsjećaju na umrloga. Reakcije na gubitak kod svake osobe su različite i mogu se odraziti iz više kategorija istovremeno.[16]

2.3. Tugovanje

[14] Ibid, str. 71-72.
[15] Kocijan-Hercigonja, Dubravka. Op. cit., str. 21-29.
[16] Arambašić, Lidija. Op. cit., str. 80-93.

Tuga je odgovor na gubitak koji obuhvaća mnoštvo osjećaja. Ona bez prestanka prožima tijelo, um i dušu. Ono što nas pokreće da prebrodimo tugu je tugovanje, zbog kulture u kojoj smo odrasli i u kojoj živimo kao odrasle osobe. Odrasli, kao i djeca nečiju smrt mogu doživjeti kao napuštanje. Taj osjećaj kada se ukorijeni pojavljuje se sa svakim gubitkom, iako možda nije racionalan.[17] Tuga na nas ne utječe u emocionalnom, već i u fizičkom smislu. Osjećaj gubitka razuma uobičajeni je osjećaj ljudi koji se moraju nositi s tragičnim gubitkom. Taj osjećaj toliko je intenzivan da ožalošćeni često misle da su jedini koji se tako osjećaju i da s njima nešto nije u redu.[18]

Tugovanje je prirodni proces tijekom kojega moramo pomiriti razum i ono što imamo u duši. Freud kaže da je tugovanje *"emocionalan samotan proces u kojem se tugujući mora povući iz svijeta kako bi se mogao odvojiti od umrle osobe… Tugovanje znači dvojbu jer istodobno postoji potreba za odustajanjem od odnosa – da bi osoba mogla povratiti energiju u odnos, i želja da se održi povezanost s objektom ljubavi*."[19] Svi autori tugovanje definiraju ponajprije kao proces, prilikom čega se to odnosi na sljedeće: proces tugovanja traje (kod nekih osoba dulje, kod nekih kraće, a kod nekih traje cijeli život) i za njega treba strpljenja; taj proces obično nije linearan (izmjenjuju se razdoblja poboljšanja i pogoršanja); mnogi činitelji utječu na tijek tog procesa, trajanje i završetak, te je prema tome riječ o transakcijskom procesu; proces tugovanja može se u određenim uvjetima zaustaviti ili zakomplicirati. Osim što je tugovanje proces, ono je i prirodan proces zacjeljivanja, što znači da se događa svim ljudima; služi oporavku od gubitka, te većina ljudi kroz njega prođe bez većih teškoća. S druge pak strane, ono je težak i bolan proces ispunjen brojnim emocijama te ima svoj početak, tijek i kraj što je određeno kulturalnim, društvenim i obiteljskim pravilima, dopuštenjima i zabranama.[20]

Proces kroz koji prolaze umirući i članovi njihovih obitelji je proces tugovanja o kojemu je među prvima počela govoriti autorica Kübler-Ross u svojoj knjizi *"O smrti i umiranju"* iz 1969. godine. To je model u šest "faza umiranja" koji se često koristi u tumačenju tijeka tugovanja, a obuhvaća sljedeće faze:

- nijekanje (potiskivanje) je prva faza u kojoj osoba odbija prihvatiti činjenicu da je oboljela od smrtne bolesti;

[17] Moody, Raymond; Arcangel, Dianne. Op. cit., str. 56-58.
[18] Noel, Brook; D.Blair, Pamela. Op. cit., str. 53.
[19] Arambašić, Lidija. Op. cit., str. 190.
[20] Ibid, str. 195-197.

- u drugoj fazi pregovaranjem nastoji produljiti život, te nakon što pregovaranje nije uspjelo osjeća ljutnju na druge i na sebe zbog nepravde koja ju je zadesila;
- u četvrtoj fazi prevladava očaj zbog nemoći, a u petoj fazi osoba odustaje jer nema više energije za borbu protiv bolesti (nesreće);
- šesta (ujedno i posljednja) faza je prihvaćanje činjenice da osoba umire što može dovesti do još većeg očaja ili depresije, ali isto tako i želje za boljim životom.[21]

Ove faze umiranja dosta su slične Bowlbyjevim fazama tugovanja koji smatra kako je tugovanje zapravo oblik tjeskobe zbog odvajanja, te kaže kako gubitak bliske osobe pokreće različite psihičke procese. Ti procesi odvijaju se kroz četiri faze:

- otupjelost (ali ne emocija, nego volje, nepotpunog pamćenja i nemogućnosti jasnog opisivanja događaja);
- čežnja za umrlim i traženje umrle osobe (u toj fazi pojavljuju se trenuci patnje pomiješani s razdobljima u kojima prevladava tjeskoba, napetost i ljutnja);
- dezorganizacija i očaj (smanjuje se jačina i učestalost napada bola; tugujući se povlači od drugih, ne može se usmjeriti na budućnost);
- ponovna organizacija je četvrta faza Bowlbyjevog modela tugovanja koja uključuje uspostavu vlastitog identiteta i traženje novog smisla života.[22]

Prema svojoj teoriji privrženosti autor smatra kako *"proces tugovanja završava kad tugujuća osoba uspije promijeniti svoje 'kognitivne konstrukte' povezane s privrženošću voljenoj osobi i s činjenicom da nje više nema. To znači da je osoba prihvatila kako nakon gubitka više ništa nije kao prije, i da je viđenje svijeta u kojem sada živi uspjela promijeniti tako da joj život ponovno postane smislenim*."[23]

2.4. Kulturne razlike u poimanju smrti, osjećaja gubitka i procesa tugovanja

[21] Ibid, str. 202-203.
[22] Ibid, str. 203.
[23] Ibid, str. 204-205.

Kako je ranije navedeno, na svijetu ne postoji čovjek koji nije nekoga ili nešto izgubio, što gubitak čini univerzalnom pojavom, te su po tome svi ljudi na svijetu jednaki neovisno o spolu, rasi ili vjerskoj pripadnosti.

No, činjenica je da zapravo jako malo znamo o gubitku, njegovom djelovanju i posljedicama, dok se s njim se suočimo.[24] Čovjekovo saznanje o smrti nije jedinstveno. Načini na koje se ona shvaća tipični su za kulturu kojoj pripadaju, što dovodi do želje za upoznavanjem različitosti kultura i komparativnim proučavanjem kroz koje se može jasnije vidjeti problem s različitih perspektiva.[25]

Svaka kultura ima različite rituale i običaje koji pomažu ožalošćenima kod gubitka, pri čemu se posebna pozornost treba obratiti na: obrede koji se trebaju obaviti u trenucima prije i poslije smrti, način postupanja s tijelom pokojnika, hoće li se žalost izražavati tiho i intimno ili glasno i javno, očekuje li se da žene oplakuju pokojnike drugačije nego muškarci, kako obitelj prema očekivanjima zajednice mora izražavati tugu te nove uloge koje preživjeli članovi obitelji moraju preuzeti.[26]

Pravila pokazivanja reakcija na gubitak propisana kulturom mogu izrazito djelovati na tugujuću osobu. To se odnosi na, primjerice nošenje crnine, određeni vremenski rok za gledanje televizije, odlazak u kino, zabrana pokazivanja osjećaja i reakcija na gubitak i sl. Rituali namijenjeni opraštanju od pokojnika, ali i oni koji se odnose na tugujućeg mogu biti propisani i spontani, jednokratni i višekratni te se provode u skupini ili individualno. Oni mogu uključivati različite aktivnosti: odlazak na groblje, paljenje svijeća, spremanje određene hrane koju je pokojnik volio, isticanje fotografija, pjevanje određenih pjesama, izgovaranje molitvi i sl. Zaključno, može se reći kako su rituali namijenjeni poticanju sjećanja na preminulu osobu, te time tugujućima mogu pomoći u ostvarenju drugačijeg odnosa s njom.[27]

[24] Ibid, str. 33.
[25] Štifanić, Mirko. Op. cit., str. 17.
[26] Noel, Brook; D.Blair, Pamela. Op. cit., str. 48.
[27] Arambašić, Lidija. Op. cit., str. 254-255.

2.5. Tradicionalno shvaćanje procesa tugovanja u odnosu na digitalni život poslije smrti

Utjecaj nastavka digitalnog života poslije smrti i povezanosti pitanja s kulturnim razumijevanjem smrti posebno je zanimljiv. Ožalošćeni sada tuguju na *online* memorijalnim stranicama i memorijalnim profilima na društvenim mrežama, te se može reći da takva vrsta rituala predstavlja novi oblik ponašanja u vezi smrti koji izlazi izvan tradicionalno utemeljene prakse. Ima i onih koji upozoravaju da ove promjene nisu pozitivne. Lakoća s kojom komentar može biti napisan, možda ublažuje istinitost tih javnih izraza tuge. Gotovo trajno postojanje tih zapisa znači da se proces tugovanja nikada neće završiti. Ograničenja prakse tugovanja koja postoje u nekim kulturama ne mogu se lako kontrolirati u *online* okruženju i javno tugovanje drugih može izazvati disonantna iskustva za one čija vjerska uvjerenja zahtijevaju kraj javnog izražavanja tuge. Društveni mediji i online usluge nikada neće u potpunosti zamijeniti dugu povijest tradicije smrti. Ožalošćeni uglavnom prihvaćaju nove oblike rituala, priliku javno tugovati i povezati se s drugim ožalošćenima prije fizičkih veza koje pruža tradicionalna praksa žalosti.[28]

U pokušaju da se objasni zašto je ta praksa prihvaćena Alexandra Sherlock sugerira da je suvremeno razočaranje s tradicionalnim vjerskim i duhovnim praksama ostavilo mnogo ljudi s neadekvatnim i neprihvatljivim načinom razumijevanja smrti i tugovanja. Možda zbog toga što omogućuje percepciju digitalnog uskrsnuća, tj. ožalošćeni na taj način nastavlja odnos s pokojnikom kroz postove i komentare. S filozofskog stajališta može se reći da su te prakse korisne za ožalošćene, iz razloga što ih održavanje odnosa s pokojnikom u nekom obliku dovodi do ozdravljenja i novog shvaćanja života.[29]

Ne slažu se svi znanstvenici s mišljenjem da se zbog sve veće dostupnosti Interneta proces žalovanja uvelike promijenio. Steve Jones priznaje da nije izneađujuće što su digitalni načini komuniciranja postali dio naših kulturnih rituala u procesu smrti i umiranja, ali tvrdi da nema ništa novo u vezi tih načina što 'printani medij ne može ponuditi'. Jonesova zapažanja su međutim napisana prije pojave društvenih medija i možda ih više ne možemo smatrati točnima. Iako postovi na memorijalnim stranicama u nekim aspektima nalikuju na tradicionalnu

[28] Wright, Nicola. Death and the Internet. The implications of the digital afterlife, 2014. URL: http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4998/4088 (2015-06-16)

[29] Sherlock, Alexandra. Larger than life: Digital resurrection and the re-enchantment of society. // Information Society 29, 3(2013), str. 164–176. Citirano prema: Wright, Nicola. Death and the Internet. The implications of the digital afterlife, 2014. URL: http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4998/4088 (2015-06-16)

obavijest o smrti (osmrtnicu), globalna priroda memorijalnih profila pružena od strane društvenih medija, nadilazi ograničenu i lokalnu prirodu osmrtnice u novinama. Nadalje, osmrtnice nemaju mogućnost interakcije i tugovanja s ostalima ožalošćenima, niti mogućnost posjete trajnom i dinamičnom memorijalnom profilu kako bi im to pomoglo u nastavku aktivnog procesa tugovanja.[30]

Iako je proces tugovanja proširen kroz memorijalne profile, može se reći da se naše iskustvo smrti promijenilo ulaskom u digitalni život poslije smrti. Tradicionalni, biološki, društveni i kulturalni aspekti smrti iznova se proučavaju zbog suvremenih tehnoloških konteksta. Kao što je već navedeno, to može dovesti do uznemirujućih iskustava za ožalošćene pošto se susreću sa stalnim (dosljednim) profilima pokojnika na društvenim mrežama, i često neugodnim situacijama u kojima su narušene osobne granice s obzirom na to tko ima pravo 'identificirati' se kao ožalošćeni.[31]

2.6. Smrt i zakon

Pravo nasljeđivanja uređuje se Zakonom o nasljeđivanju prema pravilima po kojima sud, druga tijela i ovlaštene osobe postupaju u nasljednim stvarima. Onaj tko je zbog smrti fizičke osobe i u trenutku njezine smrti stekao nasljedno pravo (nasljednik) nasljeđuje umrlu fizičku osobu. Ostavština osobe sastoji se od svega što je bilo njezino u trenutku smrti, osim onoga što se ne može naslijediti zbog svoje pravne naravi ili po zakonu. Ukoliko osoba nema nasljednika, ostavština prelazi na općinu, odnosno grad, koji time dobivaju jednak položaj kao da su nasljednici te se toga ne mogu odreći. Svaka osoba ovlaštena je da oporukom odredi nasljednika u slučaju svoje smrti, te u oporuci može raspolagati svime čime je bio ovlašten raspolagati i za života. Popis imovine pokojnika obuhvaća sve nepokretne i pokretne stvari koje su bile u njegovom neposrednom posjedu u trenutku njegove smti, stvari koje se nalaze kod druge osobe

[30] Jones, Steve. 404 Not Found: The Internet and the afterlife. Omega 49, 1 (2004), str. 83–88. URL: http://dx.doi.org/10.2190/8UUF-GLEG-X6T5-UNJM. Citirano prema: Wright, Nicola. Death and the Internet. The implications of the digital afterlife, 2014. URL: http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4998/4088 (2015-06-16)
[31] Wright, Nicola. Op. cit.

(uz naznaku kod koga se nalaze i na kojem temelju), kao i pokojnikova potraživanja, dugovi, neplaćeni porezi, doprinosi i druga javna davanja.[32]

Zakonom o međunarodnim mjerama ograničavanja "*...uređuje se postupak primjene međunarodnih mjera ograničavanja koje Republika Hrvatska provodi u skladu s pravnim aktima i odlukama Europske unije radi uspostavljanja i (ili) očuvanja međunarodnog mira i sigurnosti, poštivanja ljudskih prava i temeljnih sloboda, razvoja i jačanja demokracije i pravne države te drugih s međunarodnim pravom usklađenih ciljeva*", a imovina se u smislu ovoga zakona odnosi na "*...sva sredstva, materijalna ili nematerijalna, pokretna ili nepokretna te isprave ili instrumenti u bilo kojem obliku, uključujući elektronički ili digitalni, kojima se dokazuje vlasništvo ili pravo vlasništva nad imovinom.*"[33] Zakonom o nasljeđivanju nisu uređena i pitanja digitalne ostavštine, iako postojeća pravila i propisi informacijsko-komunikacijske tehnologije mogu pokušati stvoriti rješenje, ali o tome pravosuđe još uvijek ne može dogovoriti i donijeti smislenu i učinkovitu odluku, tj. nadopuniti postojeći zakon ili stvoriti novi koji bi uređivao pitanja digitalne ostavštine preminulih.

[32] Zakon o nasljeđivanju. Narodne novine, 48/03, 163/03, 35/05, 127/13, 33/15; na snazi od 01.04.2015. URL: http://www.zakon.hr/z/87/Zakon-o-naslje%C4%91ivanju (2015-06-15)
[33] Zakon o međunarodnim mjerama ograničavanja. Narodne novine, 139/08, 41/14. URL: http://www.zakon.hr/z/481/zakon-o-me%C4%91unarodnim-mjerama-ograni%C4%8Davanja (2015-06-15)

3. DIGITALNI ŽIVOT POSLIJE SMRTI

Dolaskom informacijskog doba, odnosno uspostavljanjem paradigme informacijskog društva svijet oko nas se mijenja. Bogatstvo se prije industrijalizacije nalazilo u nekretninama i materijalnoj imovini, ali danas, ljudi su shvatili vrijednost digitalne imovine i podataka. Rast društvenih medija zasjenio je tradicionalni životni stil i mnoge trendove životne trendove. Samim pristupom Internetu kreće i izrada online i/ili virtualnog identiteta, bilo da je svrha društvena, gospodarska, poslovno orijentirana, obrazovna ili zdravstvena.[34] Sukladno ovim promjenama otvaraju se nova pitanja i moguća područja istraživanja, čime se počeo baviti i pravni, odnosno zakonodavni sustav. Pitanja se odnose na upravljanje i zaštitu digitalne imovine nakon smrti osobe ili u slučaju bolesti osobe koja joj onemogućuju normalan i kvalitetan život. Internet je stvorio tzv. ekosustav *online* usluga koji omogućuje komunikaciju, poslovanje, dijeljenje informacija, prikaz audio i video sadržaja te kreativno i umjetničko izražavanje. Ljudi svoj novac pohranjuju na *PayPal-u*[35], koriste tu uslugu za bilo kakvu vrstu plaćanja, podatke pohranjuju na *Dropbox*[36], a komunikaciju na daljinu ostvaruju preko e-pošte, *Skype-a*[37] i društvenih mreža. U virtualnom svijetu mogu, također, otkrivati 3D svjetove, graditi nove identitete u obliku avatara i posjedovati virtualne nekretnine.[38]

Društveni mediji i *online* usluge kojima je Internet platforma omogućuju korisnicima da stvore svoj digitalni identitet kreirajući brojne sadržaje (i informacije) u određenom digitalnom okruženju. Broj korisnika društvenih medija povećao se zbog mogućnosti bolje međusobne interakcije, grupiranja prema interesima, pristupa različitim aplikacijama i igricama. U svemu tomu korisnik je osoba koja ima mogućnost izbora učlaniti se u određene grupe i dopustiti pristup podatcima ili ne. Tehnologija prema informacijama koje korisnik 'dijeli' na društvenom

[34] Adhikari, Sandeep. Digital afterlife: A general overwiev. Business Information Technology, Oulu University of Applied Sciences, 2012. str. 5. URL: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45379/Adhikari_Sandeep.pdf?sequence=1 (2014-06-24)

[35] PayPal je servis elektroničkog plaćanja na kojemu se može kupovati online, prebacivati ili primati novac.

[36] Dropbox je besplatan servis na Internetu koji omogućuje pohranu podataka, bilo da je riječ o tekstualnim datotekama ili slikovnim I video sadržajima. 2GB prostora za pohranu je potpuno besplatno, a ukoliko se želi koristiti više, potrebno je platiti određeni iznos.

[37] Skype je program koji omogućuje komunikaciju preko Interneta tekstualnim porukama, video i telefonskim pozivima. Također omogućuje prijenos različitih datoteka. U 2012. godini broji blizu 300 milijuna korisnika širom svijeta.

[38] Wu, Stephen S. Digital Afterlife: What Happens to Your Data When You Die. Cooke Kobrick & Wu LLP, 2013. str. 1. URL: http://dataedge.ischool.berkeley.edu/2013/pdf/digital-afterlife-white-paper.pdf (2014-06-24)

mediju ili *online* usluzi može odrediti okolinu korisnika, osobnost, ponašanje ili prioritete u osobnom životu.[39]

Tehnološka mogućnost grupiranja i povezivanja velikih količina podataka također je važan čimbenik. Ta mogućnost može biti izražena do te mjere da u danom trenutku pruži rezultate o bilo čemu što se pretražuje u vezi korisnikova identiteta. Zanimljiva je činjenica da korisnik sadržaj koji dijeli može podijeliti na privatni ili javni. Ova teza inspirirana je idejama i logičkim mislima iznesenima od strane Evana Carolla i Johna Romana u knjizi *"Your Digital Afterlife: When Facebook, Flickr and Twitter Are Your Estate, What's Your Legacy?"*[40]

Prije desetak godina problem je bio prenositi ili dijeliti važne dokumente putem e-pošte zbog ograničenja veličine datoteke. Danas naš cjelokupni život može biti ugrađen u web prostor, ostavljajući za sobom otiske svojih aktivnosti. Ovi otisci smatraju se često digitalnim otiscima. Takvi podatci mogu biti privatni, povjerljivi ili javni, ostavljaju se drugima i o drugima, ali i drugi o nama. To mogu biti *blogovi*, komentari na javnim stranicama, fotografije ili profili koje korisnik stvara na društvenoj mreži. S druge strane, eksplicitni podatci same interakcije korisnika s web sadržajima također se pohranjuju i povezuju s drugim podatcima, primjerice: učestalost posjeta stranicama zajedno s razmacima između njih, vrijeme provedeno na svakoj web stranici i preuzimanje sadržaja. Svaki klik mišem može se snimiti i pohraniti (IP adrese, ISP).[41]

S obzirom na broj korisnika digitalnog prostora i usluga može se uzeti u obzir da svi digitalni identiteti i okolina stvoreni u kiber prostoru mogu biti valjani, očuvani i nasljeđeni od vlasnika i nakon što sam korisnik više nije dio tog digitalog svijeta. Ovo se može nazvati digitalna besmrtnost.[42]

Svi ti elementi digitalnog života koji sada osim računa i već navedenih sadržaja uključuju i obiteljske fotografije, video sadržaje i osobna pisma stvoreni su i pohranjeni u digitalnom obliku. No, što se događa s njima nakon smrti korisnika? Nažalost, to je nedefinirano, nejasno pitanje na koje nije jednostavno odgovoriti. Lako je pretpostaviti da će digitalni podatci

[39] Adhikari, Sandeep. Op. cit., str. 13.
[40] Ibid, str. 7.
[41] Ibid, str. 5.
[42] Ibid, str. 4.

postojati zauvijek, ali oni nisu sigurni kao što mnogi misle. Ukoliko se ne poduzmu određeni koraci da podatci ostanu dostupni voljenima, oni mogu biti zauvijek izgubljeni.[43]

Digitalna besmrtnost odnosi se na besmrtnost digitalnih podataka i informacija, odnosno svih sadržaja koje je osoba tijekom svog života kreirala u kiber prostoru. Odnosi se na *online* i virtualni život osobe (njezino djelovanje i aktivnosti u *online* i virtualnoj okolini) koji ne prestaje smrću osobe, već postaje njezina digitalna ostavština i kao takva otvara brojna pitanja – pitanje organizacije i upravljanja tom ostavštinom, pitanje nasljeđivanja, pitanje pristupa i sl. Ta besmrtnost može se javiti u obliku daljnjeg osiguravanja pristupa korisničkom profilu ili avatru preminule osobe, održavanju 'aktivnosti' korisničkog profila ili avatara, simulacije ponašanja osobe i njezine komunikacije s okolinom u *online*/virtualnom okruženju, i dr. Ta mogućnost nastavka, oponašanja, kloniranja i propasti virtualnog lika može rezultirati pozitivnim ili negativnim.

" Prosječan korisnk u svom životnom vijeku stvoriti će stotine tisuća dijelova sadržaja. To već mijenja način na koji se prisjećamo naših pokojnih, ali i stvaramo ostavštinu koja se razlikuje od ostavštine bilo koje prethodne generacije. Istovremeno, tehnološka mogućnost grupiranja i povezivanja velikih količina podataka eksponencijalno se širi i omogućiti će nam da korištenjem društvenih medija stvorimo verziju nas koja će živjeti i nakon naše smrti."[44]

(Ostrow Adam, 2011, Editor in Chief, Mashable)

Činjenica je da uz malo pripreme naši podatci mogu živjeti za buduće generacije, a možda i duže. No, svrha tih podataka nakon smrti još uvijek je nejasna. Digitalno društvo trebalo bi odrediti postupak za rješavanje pitanja vezanih uz digitalnu ostavštinu nakon smrti osobe, kao što je slučaj za fizičku. Pritisak se stavlja na sva moguća pitanja koja će se stvoriti tijekom godina, budući da je to imperativ za mlađe generacije koje u cijelosti sudjeluju u digitalnom načinu života i imaju bogate zbirke digitalnih sadržaja.[45]

[43] Carroll, Evan; Romano, John. Your Digital Afterlife. When Facebook, Flickr and Twitter Are Your Estate, What's Your Legacy? 2011., str. 2.
[44] Adhikari, Sandeep. Op. cit., str. 6. (slobodan prijevod)
[45] Carroll, Evan; Romano, John. Op. cit., str. 54.

Postoje neke fascinantne mogućnosti za osiguravanje budućnosti naše digitalne kreacije. Činjenica je da trenutak fizičke smrti nije i kraj digitalnog života osobe. Računi na društvenim mrežama i dalje postoje, e-pošta se šalje pokojnicima. Važno je napomenuti da će se ova situacija, u kojoj *online* pružatelji usluga nisu upoznati sa smrću korisnika, u bližoj budućnosti promijeniti.[46]

Naši podatci će nas nadživjeti, samo je pitanje u kojem obliku i koliko dugo. U svom najjednostavnijem obliku digitalna ostavština je skup digitalne imovine ostavljene iza sebe, za druge. Isto kao i fizička, ova imovina može se ostaviti jednom ili više nasljednika.[47]

Korisnici često nastoje organizirati i čuvati (zaštititi) svoju digitalnu imovinu što može biti važno, značajno ili vrijedno za njih ili određenu skupinu ljudi na mreži. Da bi se stvorio okvir digitalne besmrtnosti potrebno je izgraditi odgovarajuću bazu podataka ili ekosustav digitalnog identiteta koji bi bio vjerodostojan da se koristi kao digitalno nasljeđe. To može pomoći korisnicima u prijenosu digitalne ostavštine nasljednicima s obzirom na životni vijek čovjeka. Postoje organizacije koje na osnovi mogućih očekivanja svojih korisnika pružaju usluge čiji je cilj osigurati i zaštititi digitalnu ostavštinu korisnika. Takve organizacije pružaju pravne mogućnosti za digitalnu imovinu tako što skupljaju, štite, čuvaju te pravilno rukuju s njom dok se ne pronađe zakonski nasljednik koji je naveden od strane korisnika. Korisnici odlučuju o pisanju oporuke te o načinu čuvanja njihovih digitalnih podataka uključujući i individualne informacije koje će biti zaštićene (čuvane na sigurnom), te tako očekuju siguran i lagan prijelaz svog digitalnog nasljeđa na zakonskog nasljednika.[48]

Pokušaji da se osigura i zaštiti svaki digitalni identitet stvaranjem svojevrsne sigurnosne kopije digitalnih informacija i sadržaja svakog korisnika kiberprostora već je realiziran kroz Nacionalnu strategiju za sigurnost identiteta u kiberprostoru (engl. *National Strategy for Trusted Identities in Cyberspace* (NSTIC)), budući da je izrađena u lipnju 2010. godine od strane vlade SAD-a. Prema strategiji uspostava ekosustava identiteta omogućiti će pojedincima potvrditi njihov identitet kada rade povjerljive transakcije (poput bankarstva ili uvida u zdravstvenu evidenciju). Ekosustav identiteta štiti privatnost pojedinca tako što smanjuje potrebu pojedinca da objavljuje osobne podatke (*personally identifiable information* (PII))[49];

[46] Ibid, str. 56.
[47] Ibid, str. 67.
[48] Adhikari, Sandeep. Op. cit., str. 25.
[49] National Strategy for Trusted Identities in Cyberspace (NSTIC), U.S.A. URL: http://www.nist.gov/nstic/focusareas.html (2014-07-01)

usredotočen je na korisnikovu online okolinu, set tehnologija, polica i predodređenih standarda koji osiguravaju i podržavaju transakcije koje variraju od anonimne do u potpunosti autentične te od niske do visoke vrijednosti.[50]

3.1. Pripremanje i organiziranje digitalnih identiteta preminulih osoba i njihove ostavštine

Kada je riječ o razvrstavanju stvari pokojnika, ljudi prolaze kroz to pronalazeći stare fotografije, časopise ili pisma. No, zbog širenja digitalne tehnologije i sve većeg broja korisnika Interneta ta slika brzo se mijenja. Osim pregleda pisama i materijalnih sadržaja pokojnika, ljudi se u današnje vrijeme još više suočavaju s digitalnom imovinom pokojnika. Digitalnu imovinu predstavljaju digitalne fotografije, video zapisi i ostali multimedijalni sadržaji, korisnički računi na društvenim medijima, e-pošti i različitim *online* uslugama, poput e-bankarstva i sl. Od siječnja 2011. godine oko pet milijardi slika postavljeno je na *Flickr*[51], stotine tisuća video sadržaja dnevno postavljeno je na *YouTube*, objavljeno je oko dvije milijarde *tweetova*[52] mjesečno i registrirano 500 milijuna novih *Facebook* korisnika. Vrhunac digitalne imovine čini zapravo digitalno nasljeđe, stoga ne iznenađuje činjenica da je planiranje digitalne ostavštine postalo sve veći problem. Ipak, samo pet zemalja SAD-a imaju propisane zakone za planiranje digitalne ostavštine. Uspostava jedinstvenog skupa zakona osigurat će da se digitalna imovina adekvatno zaštiti.[53]

Kako bi se dobio uvid u planiranje digitalne ostavštine, potrebno je proučiti tradicionalno planiranje s naglaskom na temeljna načela i terminologiju. Imovina osobe može se sastojati od bilo čega što ta osoba posjeduje, uključujući i nekretnine, bankovne račune, dionice, obveznice, police životnog osiguranja, kao i osobnu imovinu uključujući automobil, nakit ili umjetnička djela. Osoba koja je prema oporuci nasljednik imovine obavlja sve aspekte oporuke te osigurava da se poštuju želje pokojnika. U slučaju da takva osoba nije navedena, imenuje ju sud. Svaka od tih uloga ima značajan utjecaj na dinamičan proces tradicionalnog planiranja nasljeđa. Dok

[50] Adhikari, Sandeep. Op. cit., str. 25.
[51] Flickr je *online* servis koji služi za pohranu fotografija i video sadržaja.
[52] Tweet je naziv za kratku poruku koja se objavi na istoimenoj društvenoj mreži (Twitter). Poruka je ograničena na 140 znakova.
[53] Perrone, Maria. What happens when we die: estate planning of digital assets, CommLaw Conspectus 2013., str. 185-186. URL: http://scholarship.law.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1503&context=commlaw (2014-07-22)

planiranje digitalnog nasljeđa uključuje sve te uloge, široki tradicionalni napredak u tehnološkom dobu promijenio je jezgru tradicionalnim nekretninama i nasljeđu.[54]

Trenutno ne postoji univerzalna definicija digitalne imovine ili ostavštine, što može biti problem odvjetnicima koji žele pomoći svojim klijentima u planiranju iste. Prema jednoj industriji resursa izraz digitalna imovina obuhvaća e-poštu, obradu tekstualnih dokumenata, audio i video datoteke i fotografije koje su pohranjene na digitalnim uređajima kao što su stolna i prijenosna računala, tableti, uređaji za pohranu podataka i mobilni uređaji. Nasuprot tomu, digitalni račun neke osobe može se sastojati od različite imovine, uključujući e-poštu, softverske licence, račune na društvenim medijima, datoteke koje se "dijele", račune za upravljanje financijskim menadžmentom ili domene. Jednostavno rečeno, digitalna imovina je stvarna, a digitalni računi osiguravaju pristup. Čak i ako je lako pristupiti istima, upravljanje ili prijenos na nasljednika može biti predmet ugovora baziranog na Internet servisima. To može biti korisno ako se digitalna imovina sagleda kroz četiri različite kategorije: osobna imovina, financijska, poslovna i društveni mediji. Iako postoje preklapanja, ljudi često donose različite odluke pri rasporedu svake kategorije. Osobna imovina odnosi se na datoteke koje su obično pohranjene na računalu ili pametnom telefonu, ili pohrana na web stranicama što uključuje fotografije, video sadržaje ili glazbene *playliste*. Financijska imovina uključuje bankovne račune, Amazon i PayPal račune ili sustav za online plaćanje računa. Za razliku od toga, poslovna imovina uključuje informacije o kupcima ili informacije o pacijentima.[55]

Sav taj sadržaj bogata je kolekcija koja odražava nas i naše mišljenje. Cijela ta kolekcija, bili mi svjesni toga ili ne ima svoju vrijednost. Kada su drugi, primjerice odgovorili na komentar, oni su dodali vrijednost toj kolekciji.[56]

I fizički i digitalni objekti imaju puno toga zajedničkoga. Obje vrste podsjećaju nas na prošlost ili da se usredotočimo na ono važno. Također, o njima treba voditi brigu. No, način na koji smo u interakciji s njima, razlikuje se, jer svaki od njih ima jedinstvena svojstva. Fizički objekti mogu biti krhki ili mogu trajati stoljećima; mogu se čuvati kao što su ih drugi čuvali, što na neki način povezuje prijašnjeg i trenutnog vlasnika; postoje samo na jednom mjestu, kod jedne osobe; rijetki su i jedinstveni, što pridonosi njihovoj vrijednosti Dok digitalni objekti mogu biti jednostavno izbrisani ili pak zauvijek sačuvani; mogu postojati na više uređaja i

[54] Ibid, str. 186-188.
[55] Ibid, str. 188-189.
[56] Carroll, Evan; Romano, John. Op. cit., str. 3.

unedogled se kopirati; prenosivi su; mogu se slati i primati preko mreže, što im smanjuje vrijednost. Fizički objekti nesumnjivo stvaraju snažnu vezu sa prošlošću jer su dio nje. Svaki fizički predmet ima svoju priču i povijest.[57]

Svi ti podatci imaju značajnu vrijednost, te se oni kao takvi u digitalnom formatu mogu tretirati kao digitalna imovina. To može biti različite prirode u pogledu važnosti, vrijednosti i vremena. Podatci se tretiraju kao digitalna imovina i imaju raspon vrijednosti, a u širem aspektu ta digitalna imovina može se tretirati kao nasljeđe Korisnik može imati interes za prijenos svoje imovine na unaprijed određenog pojedinca nakon smrti ili nemogućnosti korištenja sadržaja. Da bi se utvrdila sigurna budućnost zaštite ili nastavka osobne digitalne imovine koja se nalazi u uređajima ili društvenim medijima, pametno je tretirati digitalne stvari kao nasljeđe.[58]

3.2. Upravljanje digitalnim identitetom preminulog i njegovom ostavštinom

Što se događa s našom digitalnom ostavštinom nakon smrti, i kako se može prenijeti s jedne generacije na drugu postaje sve važnije pitanje. Neki aspekti digitalne ostavštine mogu imati novčanu vrijednost kao što su online aukcije, kockanje i financijski računi, a neki su osobne vrijednosti, kao video sadržaji, dokumenti i fotografije. Bez obzira na upravljanje digitalnom imovinom, postoji mogućnost da će ona biti nedostupna ili uništena nakon smrti korisnika. To je prije svega odgovornost korisnika, da bude proaktivan i upravlja svojim digitalnim nasljeđem, ali i pružatelji digitalnih usluga također imaju odgovornost zaštite u ovom procesu. Pitanje tko je vlasnik podataka u digitalnom okruženju jest složen i važan čimbenik u rješavanju pitanja digitalne ostavštine nakon smrti korisnika. Vlasništvo nad digitalnim sadržajima i uvjetima pristupa nakon smrti obično ovisi o uvjetima korištenja na koje je korisnik pristao prilikom prijave. Temeljna ugovorna prava, prava intelektualnog vlasništva i različite vrste autorskih prava mogu dodatno zakomplicirati ovu situaciju. Mnogi servisi u svojim uvjetima korištenja ne dopuštaju prijenos računa pojedinca na drugu osobu. Tako svi digitalni sadržaji mogu biti nepovratno izgubljeni ukoliko pristup njima za vrijeme korisnikova života nije određen.[59]

[57] Ibid, str. 17.
[58] Adhikari, Sandeep. Op. cit., str. 26.
[59] Dr Bellamy, Craig; Dr Arnold Michael; Dr Gibbs Martin; Dr Nansen Bjorn; Dr Kohn Tamara. Death and the Internet. Consumer issues for planning and managing digital legacies, 2013., str. 1. URL:

Sustav e-pošte možda je najbolji primjer za pitanje privatnosti, gdje komunikacija nije javna, usmjerena je samo od jedne osobe prema drugoj i kontekst je najčešće osobne prirode, pa sukladno tomu američke usluge *Gmail* i *Hotmail* imaju strogo određena pravila koja uključuju zabranu pristupa računu preminulog korisnika. Tako će e-pošta pokojnika biti nedostupna i uništena, ukoliko vlasnik za vrijeme svoga života nije drugačije odredio. Osoba koja želi da se e-pošta sačuva mora samostalno poduzeti korake za arhiviranje i čuvanje, ne oslanjajući se isključivo na davatelja usluge kako bi isti posthumno bili na raspolaganju.[60]

Iako možda nije toliko popularan i digitalno eksponiran, digitalni registar nudi pristup za upravljanje digitalnim nasljeđem. On sadrži lokacije i zaporke *online* računa, koje se nakon smrti korisnika mogu dati prijateljima ili rođacima. Također je moguće odrediti zatvaranje svih ili nekih računa nakon smrti, tako da pojedini sadržaji budu izbrisani. Kako bi se djelomično riješilo pitanje ulaska digitalnog registra u oporuku, potrebno je učiniti sljedeće korake:

- identificirati digitalnu imovinu (revizija treba obuhvatiti sve sadržaje; to može uključivati: iTunes, Flickr, video sadržaje, Facebook, LinkedIn, nazive domena, blogove, internet stranice, račune e-pošte, aplikacije, eBay, PayPal, račune online igrica, YouTube, eBay, aplikacije na pametnom telefonu, podatke na cloudu, Amazon, Google Docs, Dropbox i druge podatke koji mogu biti povezani sa radom, hobijem ili osobnim poslom);
- imenovati nasljednika (osobu koja će upravljati digitalnom imovinom nakon smrti pojedinca, najčešće prijatelj ili član obitelji koji bi trebao imati tehničke vještine za pronalaženje računa i pristup te identificiranje datoteka povezanih s tim računima; digitalni registar i pripadajuće upute mogu biti uključeni u oporuku, te ih je potrebno držati na sigurnom mjestu);
- navesti listu lokacija i metoda pristupa (gdje se digitalna imovina nalazi, upute kako pristupiti datotekama, što s njima napraviti te je važno da se te informacije sačuvaju sigurno) i
- pripremiti papire koji dokazuju da osoba ima ovlasti djelovati u ime pokojnika.[61]

https://accan.org.au/grants/completed-grants/466-department-of-information-systems-university-of-melbourne (2014-07-22)

[60] Ibid, str. 4.

[61] Ibid, str. 5.

Drugi pristup za upravljanje digitalnom imovinom je osobni digitalni arhiv. Kao što je ranije navedeno, digitalna tehnologija utjecala je na mnoge aspekte suvremenog društva i ekonomije i organizacije su odgovorile na izazove pohrane podataka i njihove ponovne uporabe izgradnjom digitalnih repozitorija na institucionalnoj razini, pa čak i na nacionalnoj i međunarodnoj. Međutim, osobni podatci koji se odnose na život pojedinca do nedavno bili su zanemareni u ovoj praksi arhiviranja. Neki od servisa koji omogućuju arhiviranje su, primjerice *Facebook* koji pojedincu omogućuje preuzimanje gotovo svih informacija koje se nalaze na njegovoj vremenskoj crti, uključujući i fotografije; *Twitter* također omogućuje arhiviranje svih *tweetova*; *YouTube* daje mogućnost preuzimanja svih *uploadanih* sadržaja u izvorno prenesenom obliku. Nakon što se svi podatci prikupe na jedno mjesto (tvrdi disk), potrebno ih je strukturirati u mape, te u obliku jednostavne tekstualne datoteke opisati ono što se u njoj nalazi, gdje i kada je nastala, te druge važne informacije koje se smatraju relevantnima za daljnju uporabu (u obiteljskoj arhivi, primjerice). Najbolje bi bilo sve te podatke pohraniti na dva tvrda diska, te jedan povjeriti pouzdanoj osobi, da sigurnosna kopija uvijek bude na raspolaganju ukoliko dođe do oštećenja.[62]

Digitalno očuvanje je proces koji traje, stoga je važno u njega ulagati i upravljati digitalnim nasljeđem tijekom vremena. Dokumenti, fotografije i ostali podatci također se mogu ispisati i sačuvati na posebnom mjestu. Iako su osobni digitalni arhivi praktičan odgovor na upravljanje digitalnom imovinom i jedno od obećavajućih rješenja za očuvanje digitalnih sadržaja, oni se također oslanjaju na korisnike koji preuzimaju inicijativu i odgovornost za vlastitu digitalnu baštinu, te se broj ljudi koji su ovo napravili ili planiraju napraviti u budućnosti ne zna.[63]

3.3. Zaštita digitalnog identiteta preminulog i njegove digitalne ostavštine

Koristeći društvene medije i različite *online* usluge osobe svakodnevno sudjeluju u procesu stvaranja svojih digitalnih osobnosti. Po prijavljivanju na jednu od usluga osoba ulazi u sporazumni ugovor o uvjetima korištenja. Ti ugovori uključuju ograničenja što će se dogoditi sa njihovim računom nakon što preminu. Uvjeti ugovora širokog su spektra te određuju što će se dogoditi nakon što stvaratelj računa premine, što daje drugu dimenziju situaciji gdje je skoro nemoguće znati kako će se rukovati s digitalnom imovinom nakon smrti. S obzirom na

[62] Ibid, str. 6-7.
[63] Ibid, str. 8.

povećano korištenje takvih usluga, manjak jasnoće što se događa s korisnikovim online profilom nakon smrti postaje sve veći problem. Ovime se želi postići da se digitalna imovina tretira kao bilo koja druga koja može biti nasljeđena. Iznimka se u ovom slučaju radi kada su pitanja digitalne ostavštine osobe ostala neriješena u njezinoj oporuci.. Kako primjerice stara ljubavna pisma preminulog supružnika ostaju u vlasništvu udovice, tako bi i e-pošta i objave na društvenim mrežama trebali biti u vlasništvu nasljednika, ali da se štiti privatnost pokojnika. Potencijalni problem stvara se kod imovine koja treba biti nasljeđena, s obzirom na to da stvari s kojima pokojnik bude sahranjen, primjerice vjenčani prsten, ostali nakit ili odjeća odlaze s njim, pa je pitanje treba li i nasljednik imati u cijelosti pristup digitalnoj imovini, ili kao i materijalnoj. To bi se moglo regulirati dodatnim postavkama privatnosti, gdje bi jedan dio bio dostupan, drugi ne (primjerice, ako se na *Twitteru* zatraži arhiva *tweetova*, nasljednik će dobiti sve jer pokojnik za vrijeme svoga života nije imao mogućnost izbora, osim brisanja *tweetova*).[64]

Treba se suočiti sa činjenicom da će nas naša e-pošta, *Facebook* stranica i *online* foto-albumi najvjerojatnije nadživjeti. Odluka o upravljanju digitalnom imovinom jedan je od najzahtjevnijih zadataka za planiranje. Kako ljudi danas veliki dio svog života provode *online*, nakon njihove smrti na članovima je obitelji i nasljednicima da provjere imaju li *Facebook* statusi, *blog* postovi, *tweetovi* i ostali digitalni ostaci neku osobnu ili financijsku vrijednost. Mnogi nasljednici možda neće moći pristupiti online računu pokojnika iako imaju sve potrebne zaporke. Zbunjujuće je, a vrlo često i kontradiktorno to da država i državni zakoni mogu ograničiti mogućnosti internetskih korisnika da prenesu njihove *online* račune na svoje najmilije nakon svoje smrti i spriječe obitelj od dobivanja informacija spremljenih na digitalnom polju. Usprkos ovakvim detaljima vrlo je važno u planiranje imovine uključiti *online* račune. Neplaniranje može spriječiti voljene da ponovo steknu obiteljske fotografije ili dobiju uvid u zadnje zapise pokojnika. Također, omogućuje posmrtnu krađu identiteta tako da se prevaranti dok nitko ne promatra račun mogu primjerice domoći kreditnih kartica. Čak štoviše, zbirka digitalne glazbe ili ime domene može imati određenu financijsku vrijednost za nasljednika. Na primjer, naziv domene HotelsGuide.com nedavno je prodan za 60000$ prema informacijama s tržišta domenama. Vrijednost imovine može ići daleko više od financijske vrijednosti, što će pokazati sljedeći primjeri.[65]

[64] Kutler, Noam. Protecting your online you: a new approach to handling your online persona after death. Berkeley Technology Law Journal 26, 4 (2011)., str. 1641-1668. Business Source Complete, EBSCOhost (2014-07-22)

[65] Laise, Eleanor. Protect Digital Assets After Your Death. Kiplinger's Retirement Report 20, 5 (2013)., str. 16-17. Business Source Complete, EBSCOhost (2014-07-22)

Nakon bratove smrti 2011. godine, Melinda Miller njegov je Facebook račun ovjekovječila, što znači da mu prijatelji mogu slati poruke na njegov račun, ali se nitko ne može ulogirati. "Prvih šest mjeseci nisam znala hoće li se moji roditelji oporaviti od gubitka" kaže Miller, ravnateljica osnovne škole Springfield, ali nakon što su prijatelji nastavili postavljati pjesme, čestitke i fotografije na stranicu njezina brata, obitelji je bilo lakše podnijeti tugu.[66] Prvi korak za starije koji se susreću s novim svijetom digitalne tehnologije je prepoznavanje prepreka s kojima bi se mogli susresti. Svaki internet pružatelj usluga ima vlastita prava korištenja servisa. Pravne zavrzlame kroz koje prolaze kada otvaraju novi račun vrlo često kažu da se račun ne može prenijeti na nikog drugog. Usluge na servisu *Yahoo* kažu da "sva prava na yahoo računu završavaju nakon smrti korisnika" i on može biti izbrisan nakon što se smrt potvrdi smrtovnicom. *Google* je u travnju uveo novu značajku dopuštajući korisnicima da sami odrede hoće li nakon određenog vremenskog roka neaktivnosti njihov račun biti izbrisan ili prebačen na neku drugu određenu osobu. Na *Facebooku* obitelj pokojnika može zatražiti uvid u sadržaj računa (proces koji uključuje sudsko odobrenje) ili da račun bude obrisan. U međuvremenu je nekolicina država donijela zakone dopuštajući nasljedniku upravljanje pokojnikovom digitalnom imovinom. Stručnjaci smatraju da je dopuštanje različitih varijacija državnih zakona i uvjeta pružanja usluga servisa dovelo do smanjenja zbrke. Komisija jedinstvenog zakona koja je pomogla standardizirati državne zakone sa tog polja trenutno ima odbor koji se bavi tim pitanjima. Neki računi kojima se pristupa na Internetu ne predstavljaju izazov za imovinsko planiranje. Zbog pojednostavljenih procedura financijskih institucija vrlo je jednostavno izvršiti prijenos korisnikove imovine, odnosno nasljedstva. Iako većina digitalnih računa pada u zaborav, vlasnici mogu poduzeti da se povećaju šanse pristupa njihovim računima, prema njihovim željama. Najprije se treba sastaviti popis *online* računa uključujući račune e-pošte, račune na društvenim medijima i *online* uslugama, kreditne račune, stranice za kupovanje preko interneta, blogove, stranice za dijeljenje fotografija i sl. Za svaki račun potrebno je napraviti listu zaporki i prijava kao i odgovore na tajna pitanja. Sigurnost takve liste je nakritičnija. Prva opcija je koristiti sustav upravljanja zaporkama kao što su LastPass.com ili 1Password. Ovi servisi šifrirati će prijave i zaporke, te ih sačuvati na računalu korisnika, pri čemu će on imati glavnu zaporku za otključavanje podataka koje će onda biti lako pronaći i ažurirati. Druga opcija je ta da se spremi lista u računalo korisnika na zaporkom zaštićeni dokument, te je potrebno zapisati mjesto gdje su se informacije sačuvale. Sljedeće o čemu je potrebno razmisliti je da se ovlasti samu *online* tvrtku kako bi se podatci koje nasljednik dobije držali

[66] Ibid

neobjavljenima, odnosno, preko autorizacije uključene u oporuku zadržati kopiju online računa, a ne nuditi cjelovit pristup podatcima. Tako primjerice, *Facebook* dopušta korisnicima da naprave kopiju svih razgovora sa prijateljima, fotografija i ostalih sadržaja, te da ih sve odjednom preuzmu.[67]

Tvrtke za upravljanje podatcima počele su prodavati servise koji omogućuju prijenos digitalne imovine nasljednicima. Jedna takva usluga ponuđena je od strane *SecureSafe,* a napravljena je 2009. u Zurichu. Do sada je usluzi pristupilo 300 000, a svaki tjedan pristupa novih 10000 kupaca. Pravni stručnjaci kažu da takvi servisi ne rješavaju potencijalne probleme sa zakonima države ili uvjetima pružanja usluga. Iako su članovi obitelji međusobno podijelili sve svoje zaporke, upravljanje online računima može biti jako teško. Primjerice, *Karen Marcus imala je sve zaporke svoga muža, kada je on 2010. godine preminuo, ali nije imala sve podatke koje je on koristio za plaćanje računa putem Interneta. Pokušala je pretvoriti online račune u papirnate što nije nimalo lako. Kaže da su joj isključili struju nakon što je tvrtka bila prespora u izdavanju papira koje je tražila. S obzirom da se suočila s takvim gubitkom, htjela je samo pojednostaviti stvari.*[68]

3.3.1. Informacijski i komunikacijski zakoni i propisi

Pravila i propisi u pogledu osobnih podataka na Internetu definirani su u EU i SAD-u, mogu se međusobno razlikovati, ali Zakonodavstvo o zaštiti podataka treba se redefinirati s vremena na vrijeme jer dolaze novi trendovi i prakse.

Trenutno postoji pet država u SAD-u koje na snazi imaju Zakon o digitalnoj imovini: Connecticut, Rhode Island, Indiana, Oklahoma i Idaho. Iako se razlikuju svaki zakon nastoji pružiti potrebne i jasne smjernice koje trebaju ostvariti težak zadatak planiranja digitalne imovine. Prijašnje verzije u svom djelokrugu bile su dosta uske, jer su bile ograničene samo na e-poštu pokojnika. Tijekom godina, te smjernice su se proširile do toga raspona da pokrivaju više različitih područja digialne imovine. Godine 2005. Connecticut je postao prva država koja je donijela zakon o digitalnoj imovini s obzirom na planiranje (fizičke) imovine. Rhode Island

[67] Ibid, str. 17.
[68] Ibid, str. 17.

je sljedeća država koja je pratila ovaj pristup, time što je odobrila sličan zakon u svibnju 2007. Iako su zakoni doneseni u rasponu od 2 godine, dijele iste značajke.[69]

Elektronički pružatelj usluga e-pošte mora osigurati da nasljednik imovine pokojnika koji ima isto prebivalište u zemlji pokojnika ima pristup kopijama sadržaja e-pošte preminule osobe nakon što pošalje dokumentaciju koja sadrži: pisani zahtjev za pristup ili dobivanje kopija, smrtovnicu, potvrdu o nasljeđivanju ili potvrdu sa suda o dokazu nasljedstva. Oba zakona su slična po tome što zahtijevaju od pružatelja usluga da preda kopije svih poruka e-pošte (poslanih i primljenih) nasljedniku. Iako je ovaj zakon pokazao da ide u pravom smjeru, ostavio je druga pitanja neriješena: ne obuvaća druge oblike online računa koji su danas više popularni i nejasno je može li nasljednik zahtijevati od pružatelja usluga dijeljenje imovine s drugima. Ograničavajući svoj fokus na isključivo probleme vezane uz prijenos e-pošte zakoni obje države ne bave se drugim područjima digitalne imovine.[70]

U Indiani je Zakon o digitalnoj imovini pokojnika stupio na snagu u srpnju 2007. godine, kratko nakon zakona u Rhode Islandu. Ovaj zakon bio je opširniji od prethodna dva jer je on uključivao sve elektronički pohranjene informacije pokojnikove e-pošte. To je najobuhvatniji zakon po pitanju e-pošte koji je izričito zahtijevao da davatelj usluga zadrži sve podatke pokojnikove e-pošte i nakon što nasljednik dobije kopije, dok prethodna dva to nisu nalagala. Ovaj zakon znatno je proširen po pitanju e-pošte na način da pokojnikovu digitalnu imovinu klasificira kao elektronički dokument ili elektroničku informaciju. Međutim, s obzirom da nisu definirani pojmovi dokumenta i informacije, ne zna se hoće li se zakon moći primjeniti na drugu digitalnu imovinu pokojnika.[71]

Oklahoma je prvi zakon ovakve vrste (koji uključuje područje društvenih mreža) donijela 2010. godine. Zakon navodi kako će: nasljednik imovine imati moć preuzeti kontrolu nad provođenjem, nastavljanjem ili ukidanjem računa pokojnika na bilo kojem društvenom mediju (uključujući i e-poštu). Ovo je postao najopširniji zakon o digitalnoj imovini koji je uključen u planiranje ostavštine preminulih osoba. Ubrzo nakon toga u srpnju 2011. Idaho je donio svoju verziju zakona koji je bio po uzoru na zakon Oklahome. Zato što ovi zakoni daju nasljedniku moć kontroliranja pokojnikovih računa oni pretpostavljaju da su time društvene mreže u

[69] Ferrante, Rachael E. The relationship between digital assets and their transference at death: "It's complicated." Loyola Journal Of Public Interest Law 15, 1 (2013)., str. 37-61. Academic Search Complete, EBSCOhost (2014-07-09)
[70] Ibid, str. 51-52.
[71] Ibid, str. 52-53.

vlasništvu nasljednika. Ovi zakoni ne odobravaju nasljedniku da ima potpuni pristup pokojnikovoj online imovini nego samo onoj koja je navedena u odredbi. Također pružatelji usluga mogu tražiti pravo na kontrolu online računa kako je navedeno u njihovim uvjetima korištenja tvrdeći da državni zakon krši njihov sporazum.[72]

3.4. Utjecaj digitalnih identiteta preminulih i njihove digitalne ostavštine na proces tugovanja i emocije ožalošćenih

Digitalna ostavština preminulih ne otvara samo pravna pitanja organizacije, upravljanja i zaštite digitalnih identiteta i njihovih digitalnih zbirki, već i pitanje na koji način ta ostavština, odnosno ti identiteti utječu na obitelj i prijatelje preminulih. Primjerice, kako korisnički profili na društvenim medijima, fotografije i video zapisi ili objave preminule osobe utječu na njoj bliske osobe, kako te osobe pristupaju 'digitalno besmrtnim' identitetima svojih voljenih te kako doživljavaju 'ponovni susret' s osobom u kiberprostoru. Kako digitalni identiteti preminulih doista mogu utjecati na proces tugovanja, osjećaj gubita i osjećaje obitelji, prijatelja i bliskih osoba (pozitivno i negativno), koje su prednosti, a koji nedostatci čuvanja i zaštite digitalnih identiteta preminulih prikazano je kroz sljedećih nekoliko primjera.

U studenom, 2004. godine dva mjeseca nakon dolaska u Irak, Amerikanac Justin Ellsworth stradao je od bombe na cesti. Tijekom svog boravka u Iraku razmjenjivao je e-poštu sa svojim roditeljima, koristeći Yahoo! račun. Prema riječima njegova oca, pisao je dnevnik koji će osigurati budućim generacijama uvid u stvarno stanje stvari od strane osobe koja je to prošla. Kada je njegov otac htio pristupiti njegovoj e-pošti, tvrtka je odbila njegov zahtjev na temelju pravila privatnosti; unatoč svim molbama nisu dopustili pristup računu pokojnika. U konačnici, obitelj pokojnika podnijela je tužbu, te je u travnju 2005. godine odlučeno da se obitelji pokojnika proslijedi sav sadržaj njegova Yahoo! računa.[73]

Sličan spor dogodio se 2005. godine nakon što je dvadesetdvogodišnji Loren Williams poginuo u prometnoj nesreći. U nadi da će saznati nešto više o svom sinu, njegova majka, pronašla je zaporku za pristup *Facebook* računu, te od administratora zatražila pregled njegovih postova i komentara od strane prijatelja. U roku od dva sata, administratori mreže promijenili

[72] Ibid, str. 53.
[73] Perrone, Maria. What happens when we die: estate planning of digital assets, CommLaw Conspectus 2013., str. 195-197. URL: http://scholarship.law.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1503&context=commlaw (2014-07-22)

su zaporku te onemogućili pristup računu. Majka pokojnika podnijela je tužbu protiv *Facebooka* i nakon dvogodišnje pravne bitke *Facebook* joj je dodijelio pristup računu u periodu od deset mjeseci, nakon čega je profil uklonjen.[74]

Još jedan slučaj povezan s *Facebook*-om dogodio se 2011. godine kada je dvadesetogodišnji mladić počinio samoubojstvo. Prije te odluke postavio je fotografiju na svoj *Facebook* profil koja prikazuje njega sa pištoljem. Nakon njegove smrti, obitelj i prijatelji molili su *Facebook* administratore da uklone tu fotografiju ili im daju pristup njegovu računu da sami to naprave. Međutim, suočeni s preprekama pristupa, ta uznemirujuća fotografija ostala je online mjesec dana nakon smrti, sve dok majka preminuloga nije administratorima poslala *link* članka iz lokalnih novina koji opisuje situaciju.[75]

Tu dolazimo do pitanja 'Mijenja li naš sve češći život *online*, tj. virtualna egzistencija i naše poimanje smrti i osjećaj odlaska osobe, tj. utječu li oni na proces tugovanja i opraštanja od preminulih'?

Kada nas je Rene Descartes upoznao sa svojom filozofijom dualizma da um i tijelo nisu identični, nego koegzistiraju u istom okviru, to je imalo veliki utjecaj na medicinsku znanost, posebice u definiciji smrti. Doktor John Troyer (*Centre for Death and Society, University of Bath*) rekao je kako je ranije, prije medicinskih aparata srce bilo kriterij smrti, odnosno kada srce stane, to je označavalo smrt. No, sredinom 20. stoljeća neurološka grana medicine kriterijem smrti smatra prestanak rada moždanih stanica, tj. neurološku smrt. Na tragu Descartesovog dualizma i širenja prakse življenja *online*, možemo zaključiti da iako tijelo (i srce) fizički žive u materijalnom svijetu, naš mozak i um djeluju sve češće u kiberprostoru, tj. sve su češće povezani s digitalnim prostorom u kojem stvaraju zaseban (više ili manje nama sličan) identitet. Tako ljudi danas, u informacijskom društvu, često imaju iskustvo 'dvostrukog života' – onog koji se odvija u fizičkom i onog koji se odvija u kiber, tj. virtualnom svijetu. Mnogi stoga postavljaju pitanje gdje naša ljudskost (uistinu) živi? I ako je naš društveni *online* život tako važan dio nas samih, našeg identiteta, poput našeg 'drugog ja', trebamo li promijeniti naše stavove i uvjerenja ne samo spram života *online*, već i spram pitanja digitalne besmrtnosti, odnosno digitalnog života poslije fizičke smrti.[76]

[74] Ibid, str. 196.
[75] Ibid, str. 196-197.
[76] BBC podcast Digital Human (7. epizoda 2. serijala). URL: http://www.bbc.co.uk/programmes/b01nt3y2 (2014-08-24)

"Jedno jutro sin me zvao sa kata i rekao kako tata izgleda loše. Sišla sam dolje, vidjela da je blijed, nakon toga se srušio. I kada se probudio na podu, nije se mogao micati, nestao mu je dar govora, preživio je moždani udar. Jedino je mogao micati očima."[77]

Ljudi sa *Locked-in* sindromom gdje je tijelo paralizirano, a um i dalje u potpunosti funkcionira, imaju jedinstven pogled na sve to. Osoba koja je bila prisutna rekla je da kada je bolesniku pogledala u oči, vidjela je da je on još uvijek tu. U bolnici je bio na aparatima, doktori nisu bili optimistični, ali kroz vrijeme, uspjeli su ga maknuti s aparata, te je nastavio samostalno disati. Jedino se pitala koliki dio njega će ostati. Pokazivala mu je određene filmove, na koje je inače bio emocionalan, pa je i tada plakao, pokazivao znakove. Tijelo je samo školjka i za nju to nije imalo veze što je on sada nepokretan. Ali, drugi ljudi su imali problema s time, nisu znali kako ih on razumije i shvaća i kada nema povratne fizičke reakcije. Djeca su pomogla ocu da prijeđe u digitalnu stvarnost. Pisao je e-poštu, *blogove*, te stvorio svog *avatara* pomoću *'eye tracking'* tehnologije. I po tome se vidjelo kako je on intelektualno i mentalno još uvijek živ.[78]

Vered Shavit, *blogerica* iz Tel Aviv-a, došla je u London (*Digital Death day*, 06.10.2012.) kako bi ispričala svoju priču. Godinu ranije, nakon što joj je brat preminuo u prometnoj nesreći počela je istraživati aspekte smrti u digitalnom dobu i životu poslije smrti, što ju je također navelo i na pisanje *bloga* pod nazivom *Digital Dust*. Njezina sestra prolazila je kroz fizičke stvari pokojnika, dok se Vered zadužila da će se pobrinuti za njegov *laptop*, za koji je shvatila da je on jednako privatna stvar kao i sve druge fizičke stvari koje se nalaze u sobi. Kako se preko fizičkih stvari povezujemo s pokojnikom, jednako tako povezujemo se i s digitalnom ostavštinom, jer kada je upalila *laptop* znala je da će ga vidjeti jednako kako ga je njezin brat vidio prije smrti, dok je njezinoj djeci to bilo samo dio njegove fizičke ostavštine. Nakon što je *Facebook* profil pokojnika ostao aktivan, bilo je čudno kada mu je došlo 200 novih zahtjeva za prijateljstvo od ljudi koji su znali za njegovu smrt. Kao jedan od mogućih odgovora pretpostavka je da je to za ljude bilo utješno, mogli su dijeliti svoja sjećanja s njim te imati svojevrsnu interakciju (za razliku od fizičkih stvari).[79]

U Viktorijansko doba postojale su razne seanse koje su vodile ljude kroz različite medije, kako bi komunicirali s pokojnima. Danas, *Facebook* kao tehnološki medij možemo smatrati nasljednikom tog doba, s obzirom na to da postoji mogućnost napraviti nešto za preminulu

[77] Ibid
[78] Ibid
[79] Ibid

osobu zbog čega ćemo se zadnji puta osjećati korisno prema njoj (memorijalni profil). Internet je kroz ideju avatra pokojnika postao nešto poput digitalnog raja u kojem prebiva 'duh' pokojnika u obliku njegovih misli, ideja, stavova i sl. Kroz povijest stvarali smo rituale i priče, na Internetu ćemo također tražiti utjehu i odgovore. Kroz eliksir života tražili smo besmrtnost, a sada smo je u nekom obliku i našli.[80]

S obzirom na veličinu digitalne ekonomije, te mnoštvo proizvoda i usluga koje su dostupne javnosti, teško je prihvatiti činjenicu da će jednoga dana korisnici umrijeti i za sobom ostaviti mnoštvo digitalnih informacija i sadržaja. Upravo je zato važno razmotriti pitanja koja otvara koncept digitalne ostavštine – 'vječni digitalni život' korisnika i njegov utjecaj na obitelj i prijatelje, pitanja privatnosti i nasljeđivanja i pitanja upravljanja, organiziranja i zaštite (digitalni registri, osobni digitalni arhivi, postavke korisničkih računa).

4. DIGITALNA BESMRTNOST U SUVREMENOM INFORMACIJSKOM DRUŠTVU: "WHEN YOUR HEART STOPS BEATING, YOU'LL KEEP TWEETING"

Čovjekov društveni život u posljednjih je nekoliko desetljeća uvjetovan tehnološkim promjenama, odnosno pitanjima dostupnosti tehnologije i njezinim mogućnostima. Internet i kiber prostor jedni su od najvažnijih društvenih pitanja danas, posebno kada su u pitanju novi oblici komunikacije, tj. novi kanali dijeljenja i razmjene informacija. Svakodnevni život sada je dio informacijskog svemira. Tvrtke posvećene pružanju informacijsko-komunikacijskih

[80] Ibid

usluga u posljednje su vrijeme uspješno rasle, mijenjale se i razvijale se preuzimajući današnji oblik i veličinu, a sve to u skladu s potražnjom nestalnog tržišta koje se neprestano razvija i mijenja. Na taj su način izgradile čitav univerzum informacija i sadržaja u kojem njihovi korisnici nisu tek pasivni promatrači, već aktivni sudionici koji uživaju veće slobode pristupa i upravljanja informacijama. U ovom trenutku postoji niz pitanja vezanih uz koncept digitalne ostavštine posebno kada je riječ o sporazumnim ugovorima određenih *online* usluga i društvenih medija, s obzirom da takvi ugovori igraju veliku ulogu u pitanju što se događa sa digitalnom imovinom korisnika nakon njegove smrti. Problem proizlazi iz činjenice da je taj ugovor o pružanju usluge drugačiji za svaku tvrtku/servis. Dakle, ne postoji ujednačenost informacija pohranjenih na e-pošti ili onih na *Facebook* računu.[81]

Rastom svjetske populacije širi se i broj korisnika društvenih medija i različitih *online* usluga, i upravo iz tog razloga treba obratiti pozornost na pitanje života nakon smrti u digitalnom svijetu kroz društvene medije i web stranice, njihovu važnost te pravna pitanja koja se tiču korisnika i pružatelja usluga. Način pronalaska alternativnog rješenja napravljen je kroz usporedbe najzastupljenijih društvenih mreža.

4.1. Profili na društvenim mrežama

4.1.1. Facebook

Evan Carroll, jedan od autora knjige *"Your Digital Afterlife: When Facebook, Flickr and Twitter Are Your Estate, What's Your Legacy?"* tvrdi da je u prvih osam godina postojanja društvene mreže *Facebook*, prema procjenama, preminulo oko 30 milijuna korisnika, koji su iza sebe ostavili svoje profile i sve svoje podatke (428 premine svaki sat, 10,273 svaki dan, 312,500 mjesečno). Dok *Facebook* sada nudi mogućnost izrade memorijalne stranice preminulih korisnika, s druge strane tim istim korisnicima moguće je poslati zahtjev za prijateljstvo, označiti ih na fotografijama ili im poželjeti sretan rođendan, prije nego li njihova smrt postane javno objavljena informacija. Ove činjenice postavljaju pitanja svima nama: što će se dogoditi s našom online prisutnosti nakon smrti, jesu li naši podatci ostali na mreži i mogu li ostali pristupiti njima, može li se naše korisničko ime ponovno koristiti te kada će se u

[81] Perrone, Maria. Op. cit., str. 190.

konačnici profil deaktivirati?. U većini slučajeva podatci su zaštićeni čak i nakon smrti te se njima ne može pristupiti osim ako nije propisano zakonom ili odobreno od strane pokojnika. [82]

Tako na *Facebooku* podatke preminule osobe posjeduje onaj tko je za to dobio dopuštenje od strane pokojnika ili je propisano zakonom; profil preminulog korisnika ostaje aktivan dok se ne prijavi ili ne postane memorijalni; korisničko ime može preuzeti netko drugi, a za deaktivaciju profila preminulog korisnika potreban je dokaz o srodstvu od strane onoga koji to zahtijeva. *Facebook* je početkom ove godine dodao smjernice za memorijalne profile, koje su objavili i na samoj mreži:

- Nitko se ne može prijaviti na memorijalni profil
- Memorijalni računi ne mogu se mijenjati (što uključuje dodavanje ili brisanje prijatelja, uređivanje fotografija ili brisanje *postova*)
- Ovisno o postavkama privatnosti postavljenima od strane preminule osobe, prijatelji mogu podijeliti uspomene na njegov memorijalni profil
- Bilo tko može poslati privatnu poruku preminuloj osobi
- Sadržaj koji je podijelila preminula osoba, primjerice fotografije i postovi, ostaje na mreži i vidljiv je osobama s kojima ga je podijelila
- Memorijalni profil ne pojavljuje se u opciji *'People you may know'* ili u podsjetniku za rođendan
- Grupe koje su pripadale memorijalnom profilu bit će dostupne novim administratorima.[83]

Facebook će račun preminulog korisnika pretvoriti u memorijalni profil kada zaprimi valjan zahtjev, a također naglašavaju da ne mogu dati informacije za prijavu (*log in*) na memorijalni profil s obzirom da se to odnosi na kršenje prava prijavljivanja na drugi profil. Dokumentacija koja je potrebna za stvaranje memorijalnog profila ili brisanje profila preminulog korisnika može uključivati: rodni list pokojnika, smrtni list ili dokaz o nasljedstvu, a sam zahtjev mora sadržavati sljedeće informacije: ime i prezime osobe koja podnosi zahtjev, puno ime računa preminulog korisnika, adrea njegove e-pošte, web adresa vremenske crte (*engl. timeline*), srodstvo s preminulom osobom (član uže, šire obitelji ili prijatelj), naznaka žele li da odabrani

[82] Caroll, E. (2014) Infographic: What Happens to Your Online Presence When You Die? // The Digital Beyond URL: http://www.thedigitalbeyond.com/2014/06/what-happens-to-your-online-presence-when-you-die-infographic/ (2014-07-15)
[83] Facebook Help Centre. What will happen to my account if I pass away? URL: https://www.facebook.com/help/103897939701143 (2014-08-04)

račun postane memorijalni profil, bude izbrisan ili nešto drugo, upisati godinu smrti preminule osobe te priložiti potvrdu o srodstvu (smrtovnica, rodni list pokojnika ili dokaz o ovlasti).[84]

Na temelju istraživanja procjenjuje se da ako se u periodu od 55 godina bude povećavao broj memorijalnih profila, a broj aktivnih ostane, broj aktivnih i memorijalnih profila izjednačit će se 2065. godine, a ako se broj korisnika *Facebooka* bude povećavao oni će se izjednačiti 2130. godine, te će nakon toga memorijalni profili nastaviti rasti.[85]

4.1.1.1.Facebook istraživanje

Da *Facebook* nije lansirao mogućnost memorijalnih profila, profili pokojnika bi zauvijek bili izgubljeni. Pojavom memorijalnih profila promijenio se pristup pitanju žalovanja za preminulom osobom, posebno sa stajališta filozofije i psihologije. U tim se disciplinama otvorio čitav niz novih istraživanja u ovom području budući da je pojam memorijalnog profila puno osobniji prikaz života osobe i nje same te tako predstavlja dio (identiteta) osobe koji je prisutan i nakon njezine fizičke smrti (odlaska).[86]

Prva faza istraživanja pod nazivom *"Being-Towards-Death In The Digital Age"* autorice Elaine Kasket uključivala je pet *in-memory-of* (*"u sjećanje na"*) grupa adolescenata koji su iznenada preminuli u automobilskim nesrećama na području SAD-a, UK-a i Kanade, i čije su *in-memory-of* grupe imale preko 400 članova, s više od 900 *postova*. U drugoj fazi autorica je kontaktirala administratore grupa, od čega su se tri javila i pristala na intervju o njihovom iskustvu i interakciji, ne samo sa *in-memory-of* grupom, već i s profilom pokojnika. U prvoj od četiri teme koje se pojavljuju, ustanovljeno je da se vršnjaci pokojniku obraćaju u prvom licu, neformalnim stilom, dok mu se starije osobe obraćaju u "pismu sućuti", a što se odnosi na obraćanje u trećem licu. Izbor o načinu komunikacije ovisi o mišljenju osobe koja je napisala post, o mogućnosti pokojnikove komunikacije s njom (npr. '*Even though it seems silly to talk through facebook, I know u can see and understand every word I type*'). Druga tema temelji se na tome da osoba koja piše u grupi, ne očekuje odgovor pokojnika na isti način, nego preko prirodnih fenomena poput javljanja u snovima ili očekivanja da će ga pokojnik usmjeriti na

[84] Ibid
[85] What if. Facebook of the Dead. URL: https://what-if.xkcd.com/69/ (2014-07-18)
[86] Kasket, Elaine. Being-Towards-Death In The Digital Age. Existential Analysis: Journal Of The Society For Existential Analysis 23, 2(2012)., str. 249-261. Academic Search Complete, EBSCOhost (2014-07-23).

pravi put kada se nađe na životnom raskrižju. Treća tema ukazuje na iskustvo kontinuirane povezanosti pokojnika i osobe koja ga kontaktira, na način da pristupa njegovom profilu svakodnevno ili ga obavještava o trenutnim aktivnostima u svom životu. *('If the profile were deleted] it would feel like I wouldn't be able to talk to her properly…it would be deleting the last bit of her that's still almost real' ('Ava'))*. Autorica Kasket istraživanje zaključuje prirodom i funkcijom Facebook zajednice, pri čemu se otkrivaju do tada nepoznate stvari o pokojniku, preko njegova korisničkog profila gdje osobe izražavaju svoje osjećaje, uspomene i primaju nova saznanja o pokojniku preko zapisa drugih osoba, te se time stvara još detaljnija i stvarnija slika pokojnika za vrijeme njegova života, što je ujedno i četvrta tema njezina istraživanja.[87]

4.1.2. Twitter

U odnosu na sve društvene mreže, *Twitter* pruža najjednostavniji način 'zatvaranja' profila preminulog korisnika. To može napraviti ovlaštena osoba preminulog korisnika, ali ne postoji mogućnost pristupa računu pokojnika. Od potrebnih podataka za deaktivaciju profila zahtijevaju sljedeće:

- Korisničko ime *Twitter* računa preminulog korisnika
- Kopiju smrtnog lista
- Kopiju osobnog dokumenta ovlaštene osobe (osobna iskaznica, vozačka dozvola)
- Potpisanu izjavu koja uključuje: ime i prezime podnositelja zahtjeva, adresu e-pošte, kontakt broj telefona, opis (objašnjenje) odnosa s preminulim korisnikom, naznačiti što se točno želi napraviti s profilom, kratak opis razloga različitoga korisničkog imena i imena na smrtnom listu (ukoliko se razlikuje) te link na online osmrtnicu ili članak iz lokalnih novina (ukoliko postoji).[88]

Potrebnu dokumentaciju moguće je faksirati ili poslati poštom. Na zahtjev zainteresirane osobe, administratori mogu trajno izbrisati profil ili dostaviti sigurnosnu kopiju javnih

[87] Ibid, str. 249-261.
[88] Caroll, E. (2014): What happens to your Twitter account when you die? // The Digital Beyond URL: http://www.thedigitalbeyond.com/2014/04/what-happens-to-your-twitter-account-when-you-die/ (2014-07-15)

tweetova. Za razliku od *Facebooka*, *Twitter* ne nudi mogućnost kreiranja memorijalnog profila niti mogućnost preuzimanja korisničkog imena preminule osobe.[89]

4.1.3. LinkedIn

LinkedIn nudi mogućnost zatvaranja ili brisanja računa preminulog korisnika. Za početak samog procesa potrebno je odgovoriti na pitanja u vezi osobe koja je preminula, te ispunjeni obrazac poslati e-poštom. Putem obrasca potrebno je proslijediti informacije koje uključuju: ime i prezime podnositelja zahtjeva te ime i prezime pokojnika, ime tvrtke za koju je radio, odnos podnositelja zahtjeva i pokojnika te poveznicu na korisnički profil pokojnika. Nakon što se ovi podatci pošalju, obrazac ide na razmatranje, te će se administratori povratno javiti podnositelju zahtjeva. Bilo tko može podnijeti zahtjev, ali administratori LinkedIn-a traže da se, prije ispunjavanja samog obrasca, putem adrese e-pošte potvrdi zahtjev za brisanjem, odnosno zatvaranjem računa..[90] Prije brisanja računa, ukoliko podnositelj zahtjeva ima korisničko ime i zaporku pokojnika, može preuzeti sve potrebne informacije koje bi za njega bile korisne u suradnji s pokojnikovim parterima ukoliko je on primjerice bio vlasnik ili jedan od poslovnih partnera. Za mreže kao što je LinkedIn, gdje je posao primarna svrha, takvu politiku smatraju prikladnom, dok nastavak korištenja računa pokojnika smatraju neprimjerenim i neprofesionalnim.[91]

4.2. Usluge/servisi, aplikacije i projekti za organiziranje i upravljanje digitalnim identitetom nakon smrti osobe

Osim korisničkih profila na društvenim medijima, od kojih su najpoznatiji i najkorišteniji opisani u prethodnom poglavlju, postoje određene usluge (servisi), aplikacije, mrežna mjesta, odnosno određeni projekti kojima je svrha olakšati upravljanje i organizaciju digitalnih

[89] Twitter Help Centre. Contacting Twitter about a deceased user or media concerning a deceased family member. URL: https://support.twitter.com/groups/33-report-a-violation/topics/122-reporting-violations/articles/87894-how-to-contact-twitter-about-a-deceased-user (2014-08-16)
[90] LinkedIn Help Centre. Deceased LinkedIn Member - Removing Profile. URL: https://help.linkedin.com/app/answers/detail/a_id/2842 (2014-08-04)
[91] Caroll, E. (2014): What happens to your LinkedIn account when you die? // The Digital Beyond URL: http://www.thedigitalbeyond.com/2014/05/what-happens-to-your-linkedin-account-when-you-die/ (2014-07-20)

identiteta preminulih te pristup istima. Među takve usluge ubrajaju se usluge koje pružaju klijenti e-pošte, aplikacije za pohranu i organizaciju digitalnih dokumenata, *online* projekti koji djeluju kao svojevrsni memorijalni (spomen) prostori te stranice i aplikacije koje se odnose na sve zastupljeniji trend umrežavanja i 'digitalizacije' grobova.

U nastavku poglavlja dat će se detaljniji prikaz i opis nekih od poznatijih usluga, aplikacija i projekata u tom području.

4.2.1. Gmail

Gmail sadrži upute za dobivanje pristupa računu preminulog korisnika u svojoj korisničkoj podršci. Navode kako u rijetkim slučajevima mogu pružiti sadržaj Gmail računa ovlaštenom predstavniku preminule osobe. Svjesni su povjerenja kojeg njihovi korisnici imaju, te će se svaka odluka o pružanju računa preminulog korisnika razmotriti tek nakon pažljivog pregleda. Također navode da možda neće biti u mogućnosti pružiti sadržaj Gmail računa pokojnika čak i nakon slanja potrebne dokumentacije. Takav zahtjev je dugotrajan proces te se odvija kroz dvije faze. U prvoj fazi zahtijevaju sljedeće informacije: ime i prezime podnositelja zahtjeva, adresu e-pošte, presliku osobne iskaznice ili vozačke dozvole, Gmail adresu preminule osobe, smrtovnicu (ukoliko ista nije na engleskom jeziku, traže ovjeren engleski prijevod od strane javnog bilježnika) te cijeli sadržaj (zaglavlje) povratne e-pošte. Dokumentaciju je potrebno poslati putem e-pošte ili faksirati. U drugoj fazi, nakon pregleda dokumentacije, podnositelj zahtjeva dobiti će povratnu informaciju putem e-pošte. U nekim slučajevima, to razdoblje čekanja može potrajati i do nekoliko mjeseci. Napominju kako u tom vremenskom razdoblju administratori neće obrisati račun preminule osobe, dok ne odgovore na zahtjev podnositelja. U drugoj fazi administratori će zatražiti dodatnu pravnu dokumentaciju, uključujući i nalog nadležnog suda te neke druge dodatne spise.[92]

4.2.1.1.Inactive Account Manager

[92] Google Accounts Help. Submit a request regarding a deceased user's account. URL: https://support.google.com/accounts/contact/deceased?hl=en&rd=1 (2014-08-04)

Google je ovu uslugu predstavio 2013. godine u svrhu planiranja digitalne ostavštine nakon smrti korisnika. Može se pronaći na stranicama postavki korisnikova Google računa, a omogućuje uređivanje postavki Gmail računa i ostalih Googleovih usluga nakon što ih sam korisnik više ne bude u mogućnosti koristiti. Moguće je, primjerice odrediti da svi podatci budu obrisano nakon tri, šest, devet ili 12 mjeseci nekorištenja. Mogu se također odabrati pouzdane osobe koje će primiti sve podatke od servisa i usluga kao što su: +1s, Blogger, Contacts and Circles, Drive, Gmail, Google+ Profiles, Pages and Streams, Picasa Web Albums, Google Voice i YouTube. Prije nego li sustav pokrene bilo kakvu 'akciju' korisnik će dobiti upozorenje SMS porukom na svoj mobilni telefon i na sekundarnu navedenu adresu e-pošte.[93]

Inactive Account Manager omogućuje postavljanje određenog vremenskog roka nakon kojega će se navedeni računi u sklopu Google usluga tretirati kao neaktivni. To razdoblje započinje s posljednjom prijavom na Google račun. Sustav će korisnika obavijestiti SMS porukom i e-poštom prije kraja tog razdoblja. Moguće je također dodati pouzdane kontakte koji bi trebali biti svjesni da korisnikov račun postaje neaktivan, te podijeliti podatke s njima. Nakon što su osobe obaviještene, imaju vremenski rok od tri mjeseca za preuzimanje podataka. U konačnici postoji i opcija trajnog brisanja računa.[94]

Evan Carroll u svom članku "*Preparing for Your Digital Afterlife"* navodi neke od brojnih usluga koje su trenutno dostupne za planiranje digitalne smrti ili zagrobnog života: AssetLock[95], Eternity Message[96], Legacy Organiser[97] i LifeNaut.[98]

4.2.2. Cirrus Legacy

Cirrus Legacy je usluga koja omogućuje preuzimanje kontrole nad digitalnim životom, i sada i nakon smrti. Korisnicima omogućuje pohranu podataka o računu, kao što su korisničko ime i zaporke, i ostali važni dokumenti, kako bi isti ostali na sigurnom mjestu. Nakon kreiranja

[93] Tuerk, Andreas. Google Public Policy Blog. Plan your digital afterlife with Inactive Account Manager, 2013. URL: http://googlepublicpolicy.blogspot.com/2013/04/plan-your-digital-afterlife-with.html (2014-08-04)
[94] Ibid
[95] Digitalna sigurnost koja korisnicima omogućuje da postave svoje dokumente i zaporke, koje će nakon njihove smrti biti dane unaprijed određenim pojedincima. Kao takva vrsta online 'sefa' prikazan je u New York Timesu i kronici San Francisca.
[96] Omogućuje slanje unaprijed napisane e-pošte određenim osobama, u dogovorenim intervalima
[97] iPhone aplikacija koja korisnicima omogućuje snimanje preferencija za svoj pogreb, kao što su glazba, fotografije ili poruke
[98] Servis koji omogućuje uploadanje DNA uzorka kako bi um i genetski kod nastavili postojati.

računa moguće je odrediti skrbnika koji će djelovati u ime korisnika i upravljati digitalnom imovinom. Mogu se odrediti stvari koje se žele ostaviti voljenim osobama, ali isto tako odrediti i one koje će biti trajno izbrisane. Dostupni su besplatni i plaćeni paketi, ovisno o potrebama korisnika. U besplatnom paketu moguće je pohraniti podatke poput korisničkog imena ili zaporke kako bi oni ostali na sigurnom mjestu, dok plaćeni paketi omogućuju pohranu važnih datoteka (do 100MB) te odabir nasljednika koji će upravljati imovinom. Također je moguće prije samog kreiranja računa izračunati svoju digitalnu ostavštinu, odnosno putem odgovora na određena pitanja ustanoviti koliko je digitalna ostavština važna za samog korisnika. Pitanja uključuju primjerice učestalost online kupovine, broj računa na društvenim mrežama i učestalost pristupa istima, posjedovanje ostalih web stranica ili *blogova*, ukupan broj *online* servisa na kojima je kreiran račun i sl. Rezultati pokazuju ima li korisnikova digitalna imovina financijsku ili sentimentalnu vrijednost, te, sukladno rezultatima, predlažu razinu osiguranja i način pohrane podataka.[99]

4.2.3. Lifenaut

Ova usluga funkcionira na način da se pošalju fotografije, video zapisi i dokumenti u digitalnom formatu koji će biti zauvijek sačuvani na stranici. Osoba koja se prijavila trebala bi odgovoriti na nekoliko pitanja kako bi *avatar* bio što vjerodostojniji. Na taj način može se razgovarati s ostalima koji su dio ove mreže, pa isto tako kreirati avatar preminule osobe (sa što sličnijom biografijom), te na taj način 'stupiti u kontakt' s pokojnikom. Američka tvrtka LifeNaut godinama radi na kreiranju avatara koji će osigurati besmrtnost njihovim korisnicima, a za njegovo usavršavanje biti će potrebno puno vremena, s obzirom da avatar trenutno funkcionira na razini jednogodišnjeg djeteta.[100]

4.2.4. Neshama project

[99] Cirrus Legacy. Your digital legacy secured. http://www.cirruslegacy.com/index.php (2014-07-18)
[100] LifeNaut. URL: https://www.lifenaut.com/mindfile/faqs/ (2014-07-16)

Gubitak voljene osobe uvijek budi posebne osjećaje i emocije. Zajedno s uspomenama, osjećajima koje smo dijelili i neostvarenim snovima, uvijek postoje i riječi koje nismo izrekli. Neshama je upravo utočište utjehe, virtualno okupljalište za ljude na kojem se dijele sjećanja i misli, iskazuju životne priče, poezija, te se izražavaju osjećaji na bilo koji drugi način u čast voljene osobe koji će u takvoj jednoj virtualnoj memoriji zauvijek ostati. Cilj je spojiti virtualni i stvarni svijet, povezujući grob – posljednje počivalište gdje se fizički rastajemo od voljene osobe, s osjećajima i mislima koji sugeriraju njihovu odsutnost i naš gubitak.[101]

Shelly Furman Asa, izraelski poduzetnik u okviru ovoga projekta fotografirao je i prijavio 120.000 nadgrobnih spomenika u nastojanju da se stvori neka vrsta *Facebook*/*Wikipedie* za mrtve, na što je, prema njegovim riječima uložio stotine tisuća šekela (ili desetke tisuća dolara). Iako ovaj projekt zvuči jezovito i morbidno, cilj je ovog komercijalnog projekta dijeljenje uspomena, slika i priča, preko stranice, gdje članovi obitelji mogu ostaviti uspomenu kako bi ih se mogli prisjetiti ili posthumno upoznati. Zadatak ovoga projekta je fotografirati i dokumentirati sve grobnice izraelskih groblja kako bi se ovjekovječile uspomene na naše pokojne voljene osobe. Stvarajući virtualnu grobnicu svakog pojedinca, pojednostavljuje se proces sjećanja. Kroz projekt se fizički i virtualni svijet nadopunjuju i simbolizira se mjesto rastanka od svojih najmilijih po posljednji put. Postoji mogućnost slanja fotografija grobova iz različitih gradova, za što je potrebno kontaktirati administratore. Ukoliko se preminula osoba ne nalazi u bazi podataka, administratori također nude mogućnost da im se fotografije pošalju putem e-pošte, a onaj tko se pretplati i pristane na uvjete korištenja može *uploadati* sadržaj koji mora biti primjeren i dostojanstven, bez kršenja autorskih prava. Na stranicu se može dodati nekoliko vrsta sadržaja, kao što su: osobna sjećanja, hvalospjevi, životne priče, osjećaji, misli, ali isto tako i medijski sadržaji poput video isječaka, prezentacija ili poveznica na neku pjesmu. Također je moguće izraditi osobnu spomen-stranicu s priloženim sadržajima, koja će biti učitana nakon smrti.[102]

4.2.5. BillionGraves

BillionGraves je web stranica sa slobodnim pristupom gdje se mogu pogledati fotografije nadgrobnih spomenika iz cijeloga svijeta. Volonteri koriste pametne telefone sa službenom

[101] Neshama. URL: http://www.neshama.info/?pageId=111 (2014-07-16)
[102] Ibid

aplikacijom koja je dostupna preko *google play* i *app store* trgovine. Volonter može biti svaka registrirana osoba na stranici www.billiongraves.com koja uz pomoć aplikacije šalje fotografije na svoj račun. Korištenje ove aplikacije omogućuje sudjelovanje u stvaranju najveće riznice groblja s pretraživim sadržajem. Cilj je sačuvati dragocjenosti pronađene na grobljima diljem svijeta. Koriste modernu tehnologiju za snimanje slika nadgrobnih ploča sa GPS lokacijom, tako da korisnici diljem svijeta mogu pristupiti tim zapisima. Cilj je upravo očuvanje najmanje milijarde grobova, a s obzirom da je 100,000 korisnika postavilo preko 10,000 slika (oko 850 mjesečno, na godinu dana) smatraju da je to moguće ostvariti. Fotografije od strane korisnika se postavljaju svakodnevno, potrebno je samo fotografirati spomenik, napisati ime i prezime te godinu rođenja i smrti, te od toga trenutka bilo tko ima mogućnost vidjeti lokaciju i izgled nadgrobnog spomenika. Cilj tima koji surađuje na ovom projektu jest pomoći ljudima da pronađu posljednje počivalište svojih predaka te očuvati baštinu (nadgrobne spomenike) koji podliježu vremenu, oštećuju se, ali i nestaju.[103]

4.2.6. Find a grave

Ova baza podataka također sadrži prikaze nadgrobnih spomenika diljem svijeta. Volonteri sudjeluju na način da fotografiraju spomenike, te ih kao registrirani članovi šalju u bazu. Profil preminule osobe sadrži biografiju, fotografiju, te članovi mogu ostaviti sjećanje u obliku virtualnog cvijeća ili svijeća. S obzirom da je ovaj projekt globalno proširen, tako u bazi možemo pronaći 39 nadgrobnih spomenika iz Hrvatske (u Osijeku jedan nadgrobni spomenik balkanskog supermodela Ane Grepo, sahranjena na Novogradskom groblju).[104]

4.2.7. Quick Response (QR)

Tradicionalni nadgrobni spomenici kroz QR tehnologiju transformirani su u interaktivne nadgrobne ploče koje pružaju revolucionaran način da se ljudi sjete svojih najmilijih. Quick

[103] BillionGraves. URL: http://billiongraves.com/ (2017-07-16)
[104] Find A Grave. URL: http://www.findagrave.com/ (2014-07-16)

Response (QR) kodovi na nadgrobnim spomenicima mogu se učitati pametnim telefonima, te daju prikaz *online* biografije preminule osobe. Takva web stranica prikazuje profil pokojnika, fotografije, video zapise te oproštajne ili pozdravne govore (riječi) od obitelji i prijatelja, te je na taj način osobama omogućeno da saznaju više stvari o pokojniku, a ne da budu ograničeni na ime, dob i godinu smrti. Na stranicu je moguće postaviti i osobne zapise. Ljudi često lutaju grobljima i gledaju nadgrobne spomenike pitajući se tko je ta osoba. Koristeći upravo QR kodove moguće je doći do svih potrebnih informacija.[105]

4.3. Implikacije digitalne besmrtnosti u budućnosti

Činjenica je da smo do sada shvatili način kako sačuvati i očuvati svoju digitalnu imovinu, što je vrijedno s obzirom na utjecaj koji će ista imati u budućnosti. U prošlosti, imovina koja je nešto značila za pokojnika ili imala vrijednost, za njegove nasljednike to možda nije bilo tako pa je imovina preminulog često završavala na rasprodajama ili u prodavaonicama rabljene robe. To je realnost fizičkih stvari.[106] Pitanje smrti u virtualnom svijetu rješava se drugačije, ovisno o društvenom mediju, *online* usluzi, aplikaciji, servisu i projektu. U idealnom slučaju, da je ta 'politka' svugdje jednaka, ona bi predložila dosljednu proceduru i jezik, stvarajući uzorak koji će korisnici prepoznati i prihvatiti. Te univerzalne postavke trebale bi biti pravedne za sve, i pokojnika i njegovu obitelj, ali još uvijek ostati otvorene za izmjene. To je ravnoteža između privatnosti i vrijednosti u budućnosti. Vrijedni tiskani radovi uglavnom su napravljeni u više kopija, što obitelji otežava, ukoliko primjerice nakon smrti autora odluče zbrinuti sva djela na

[105] The Guardian. Interactive gravestones: how the dead live on, online. URL: http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2012/sep/05/interactive-gravestones-dead-live-online (2014-07-16)
[106] Carroll, Evan; Romano, John. Op. cit., str. 172.

jedno mjesto. To je gotovo nemoguće. Dok je rad *blogera* i *online* izdavača često pohranjen kao jedna kopija na serveru, koja jednom klikom može biti obrisana. Unatoč svim naporima 'arhive Interneta' web stranica može nestati bez traga. U slučajevima kada ne mogu arhivirati stranicu bilo zbog prostornog ograničenja ili uskraćivanja dopuštenja vlasnika stranice, obrisani sadržaj zauvijek nestaje.[107]

U konačnici, prema navodima istraživanja američke organizacije *Pew Research Center* provedenog 2014. godine, Internetu 2025. godine prijeti pokušaj filtriranja informacija koji bi trebao riješiti problem velikih količina informacija i podataka (što bi ujedno značilo i manje informacija koje će se dijeliti i razmijenjivati među korisnicima Mreže) i to pomoću sustava za filtriranje temeljenog na algoritmu. John Halpern, istaknuti inženjer kompanije (Ericsson) koja je okrenuta suvremenim načinima komuniciranja smatra da iako postoje pritisci ograničenja razmjene informacija (od strane vlade i tradicionalnih izvora sadržaja) trend stvaranja, redistribucije, promjene i širenja informacija nastaviti će se i u 2025. godini te će najveći izazov biti pronalaženje zanimljivih i smislenih sadržaja kada budu bili potrebni. Neki odgovori ispitanika u navedenom istraživanju o predviđanju budućnosti Interneta daju naslutiti kako će se vlastitim strategijama pretraživanja poboljšati i proizvesti ravnoteža gdje će korisnici Mreže pronaći ono što su htjeli, ali isto tako i biti izloženi novim idejama i materijalima koje će cijeniti.[108]

4.3.1. Budućnost kulturalnog istraživanja koncepta digitalne besmrtnosti

Različite znanstvene dicipline (poput psihologije, sociologije, filozofije) desetljećima su proučavale uzajamni odnos i utjecaj identiteta i komunikacije. Prije digitalnog doba ta su istraživanja temeljena na opsežnom promatranju komunikacijskog procesa, njegovih dionika i njihovog ponašanja, na proučavanju pisane komunikacije i ostalih oblika interakcije. Danas brojne informacije i podatci koji se svakodnevno stvaraju omogućuju novi pristup proučavanju komunikacije kao jednom od temeljnih oblika izgradnje identiteta i međuljudskih odnosa. Pretpostavlja se da će se kulturalna istraživanja u budućnosti temeljiti upravo na proučavanju vrijednosti novih generacija, vrijednosti koje su te generacije kreirale pomoću, odnosno na

[107] Ibid, str. 173.
[108] Anderson Janna; Rainie Lee. Net Threats. Pew Research Center, 2014. URL: http://www.pewinternet.org/2014/07/03/net-threats/ (2015-06-16)

Internetu i društvenim medijima. Jedan od glavnih izazova u njihovu istraživanju je opsežno promatranje, bilježenje, pa čak i sudjelovanje u samim procesima bivanja i interakcije (komunikacije) na Mreži, kako bi se isti bolje razumjeli. Uz veliki skup podataka koji se nalaze na Internetu dobili smo priliku razumjeti komunikaciju na nove načine. Pretpostavka je da će se u skoroj budućnosti razumijevanje kulture i vrijednost generacija istraživati preko društvenih medija. Kako bi sve to imalo smisla, morat će se u obzir uzeti pitanja privatnosti i sve bržeg tehnološkog razvoja (sustav algoritama). Pitanje je vremena kada ćemo shvatiti više od onoga što 'dijelimo'.[109]

Na temelju suvremenih tehnoloških trendova nekoiko je stvari sigurno: tehnologija će se i dalje eksponencijalno razvijati i napredovati, uređaji će postajati snažniji, boljih mogućnosti, sveprisutniji i manji, nove generacije započet će (i nastaviti) stvarati *online* sadržaje i proizvoditi digitalne informacije velikom brzinom i učestalošću, a zakon će, u konačnici, uhvatiti korak s vremenom i stvoriti pravni okvir po pitanju digitalne ostavštine.[110]

Rezultati istraživanja provedenog od strane Pew Research centra u suradnji sa sveučilištem Elon 2014. godine povodom 25. godišnjice nastanka World Wide Web-a[111] u kojemu su sudjelovali različiti stručnjaci i akademici, koji su pokušali predvidjeti budućnost Interneta u 2025. godini, pokazali su kako većina stručnjaka vjeruje da Internet nećemo više niti primjećivati, jer će Internet i računalna tehnologija generalno postati još raširenija pojava, odnosno stopiti će se s pozadinom svega što činimo. Stručnjaci vjeruju da će infrastruktura i usvajanje "Internet stvari"[112] značajno napredovati u sljedećem desetljeću. Mnogi vjeruju da će to biti prednost, iako ima i onih koji vjeruju u to da će napredak tehnologije stvoriti i probleme, ali ne osporavaju tvrdnju o povezanosti (fizičkih i digitalnih) objekata, uređaja i (fizičkog i digitalnog) okoliša.[113]

Pitanje digitalne besmrtnosti na kraju nas je dovelo do priče o svojevrsnom kloniranju osobe koje bi se realiziralo na osnovi njezine zabilježene i sačuvane digitalne ostavštine (informacija

[109] Carroll, Evan; Romano, John. Op. cit., str. 174.
[110] Ibid, str. 176-177.
[111] World Wide Web je jedna od najkorištenijih usluga Interneta koja omogućava dohvaćanje hipertekstualnih dokumenata. Dokumenti mogu sadržavati tekst, slike i multimedijalne sadržaje a međusobno su povezani tzv. hiperlinkovima. Za dohvaćanje i prikaz sadržaja koriste se računalni programi koji se nazivaju web-preglednici.
[112] Internet stvari (engl. Internet of things) označava povezivanje uređaja putem interneta. Spajanje uređaja može biti bežično i omogućava nove mogućnosti za međusobnu interakciju ne samo između različitih sustava i donosi nove mogućnosti njihove kontrole, praćenje i pružanje naprednih usluga.
[113] Anderson Janna; Rainie Lee. Digital life in 2025. The Internet of Things Will Thrive by 2025. Pew Research Center, 2014. URL: http://www.pewinternet.org/files/2014/05/PIP_Internet-of-things_0514142.pdf (2015-06-16)

i sadržaja koje je osoba objavljivala na Mreži, putem različitih uređaja, i koje je dijelila s drugima kroz svakodnevnu *online* komunikaciju i interakciju). Takva su predviđanja dijelom teorija poznatih futurista, poput Raya Kurzweila, Gern Leonharda, Marvina Minskog, Nick Bostroma i drugih koji vjeruju da će čovjek budućnosti moći prenositi, ne samo svoje digitalne informacije i sadržaje koje svakodnevno stvara, već i svoje misli i osjećaje u umjetni sintetički organizam ili određeni oblik virtualne simulacije same osobe. Jedan zanimljivi prikaz takve budućnosti prikazan je u jednoj od epizoda serijala "Black Mirror" koji se bavi pitanjima novih medija i tehnologije i njihova utjecaja na društvo i čovjeka. U epizodi "Be Right Back", koja govori o posthumanoj komunikaciji pokojnika preko softvera koji skuplja, obrađuje i preslaže internetski trag ostavljen za života u digitalnom dobu, glavna junakinja (Martha) nakon pogreba svoga muža (Ash) odlučuje, uz pomoć informatičke tvrtke i njene inovativne tehnologije, rekonstruirati muža preko njegove e-pošte i poruka na društvenim mrežama. Martha (Hayley Atwell) pozvana je da se prijavi u novi softver koji omogućuje korisnicima komunikaciju s digitalnom kopijom preminule osobe izgrađenu od njihove povijesti komuniciranja putem društvenih mreža i *online* usluga. S jedne strane nije teško za povjerovati da će neki e-poduzetnik razviti dio softvera koji će preuzeti našu digitalnu ostavštinu na društvenim medijima i *online* uslugama i izgraditi našu virtualnu kopiju, dok s druge strane dovodi u pitanje koliko toga svjesno postavljamo na Internet. Na početku priče Martha se opire ponovnoj komunikaciji s Ashom (Domhnall Gleeson), ali spoznaja o trudnoći navodi je na promjenu mišljenja. Kroz komunikaciju s Ashom preko poruka i razgovora preko mobilnog telefona vidljiv je osjećaj gubitka i boli u liku glavne glumice, ali isto tako, unatoč neizbježnim sumnjama i strahovima ona želi vjerovati da je to on. Kao korisnica tih usluga, Martha je dobila mogućnost da dovede svoje iskustvo 'na sljedeću razinu', prenoseći Ashovu svijet u anatomski ispravnog robota. Nedostatak fizičke nesavršenosti izrazio se kroz intimne trenutke, s obzirom na to da (većina) ljudi o tome ne razgovara *online* kao i neospornu činjenicu da sustav ne može napraviti ljudsko biće savršenim. Zaključak se svodi na pitanje je li rekonstrukcija koju Martha ima pred sobom njezin muž i može li ta rekonstrukcija ublažiti bol gubitka voljene osobe. Odgovor na postavljeno pitanje ostati će nejasan, sve dok tehnološki napredak ne omogući 'povratak iz digitalnog života poslije smrti' u novi život i dok se sami ne uvjerimo u (ne)ispravnost takvih postupaka.[114]

[114] Black Mirror 2.01. Be right back. Review. URL: http://www.gamesradar.com/black-mirror-2-01-be-right-back-review/ (2014-09-04)

5. ISTRAŽIVANJE

U svrhu izrade ovog diplomskog rada provedeno je istraživanje o stavovima i uvjerenjima spram pitanja korištenja i upravljanja digitalnom ostavštinom osobe nakon njezine smrti i utjecajem koje takva ostavština ima na proces tugovanja i emocije ožalošćenih. Digitalna ostavština u tome slučaju uključuje npr. sustav e-pošte, korisničke profile na društvenim medijima i drugim *online* uslugama.

Istraživanje je provedeno metodom ankete, a korišteni instrument bio je anonimni anketni upitnik koji je obrađen statističkom metodom obrade podataka. Podatci su prikupljeni web upitnikom koji se ispitanicima slao putem poveznice lančanom porukom na *online* medijima, forumima i elektroničkom poštom. Upitnik je bio aktivan od 29. svibnja do 10. lipnja 2015. godine, pri čemu je prikupljeno ukupno 230 zapisa, od kojih je 200 u potpunosti ispunjeno, a 30 nekompletiranih nisu ušli u obradu podataka. Upitnik je bio podijeljen u četiri glavne skupine. Nakon pitanja koja su trebala dati općenito demografsku sliku ispitanika, prvo su uslijedila pitanja posvećena načinima i praksi korištenja društvenih medija i *online* usluga što je uključivalo: vrstu uređaja kojim ispitanici pristupaju svojim korisničkim profilima, korištenje zaštite (glavna pristupna zaporka, enkripcija) na uređaju, tajnost podataka za pristup profilima (na koji su način osigurani i znali ih netko osim vlasnika), način čuvanja digitalnih sadržaja koji se nalaze na računalu, mobilnom uređaju, USB memorijskom pogonu i sl. te odnos prema

postavkama privatnosti i sigurnosti korisničkih profila na društvenim medijma i *online* uslugama. U napomeni je ispitanicima objašnjeno da postavke privatnosti određuju *tko može vidjeti objave, komentare i fotografije na društvenim medijima; tko može poslati 'zahtjev za prijateljstvo' ili kontaktirati putem privatne poruke (inbox)*, a postavke sigurnosti uključuju: *primanje obavijesti prilikom pristupa računu putem drugog uređaja ili (drugog) pretraživača; dodatnu zaštitu putem koda koji se šalje na mobilni uređaj te odabiranje prijatelja za otključavanje računa (ukoliko dođe do zaključavanja)*. Sljedeća skupina bavila se odnosom prema pitanjima smrti i smrtnosti čovjeka gdje su ispitanici označavali u kojoj se mjeri (ne)slažu s tvrdnjama koje se odnose na stavove spram pitanja smrti i smrtnosti (stav o smrti kao konačnom kraju čovjekova postojanja, o postojanju svijesti, duha/duše nakon kraja fizičkog postojanja, stav o strahu od smrti, javnom razgovaranju i detabuiziranju smrti, te stav o besmrtnosti i tehnološkom napretku koji će jednoga dana omogućiti postizanje besmrtnosti). Posljednja skupina pitanja o digitalnoj ostavštini preminulih korisnika odnosila se na razmišljanja o tome što će se dogoditi sa sadržajima i informacijama pohranjenima na računalu, mobilnom telefonu, USB memorijskom pogonu, vanjskom tvrdom disku i sl. nakon smrti vlasnika te razmišljanje o načinu trajne pohrane i čuvanja korisničkih profila na društvenim medijima i drugim *online* uslugama. Ispitalo se mišljenje o odabiru nasljednika korisničkog profila te o tome tko bi trebao upravljati profilom preminule osobe, kao i upoznatost s činjenicom da je moguće odabrati osobe kojima će podatci biti vidljivi i dostupni nakon smrti; bi li se trebalo zakonski regulirati pitanje prava upravljanja i zaštite digitalnih sadržaja i korisničkih profila osoba nakon njihove smrti (npr. putem Zakona o nasljeđivanju); imaju li ispitanici među svojim prijateljima/kontaktima na društvenoj mreži osobu koja je preminula, a čiji je profil još uvijek vidljiv te kako se odnose prema profilu takve osobe. Sljedeće pitanje uključivalo je tvrdnje koje se odnose na stavove ispitanika spram pitanja korištenja i upravljanja korisničkim profilima preminulih osoba, pri čemu su ispitanici označili u kojoj mjeri se (ne)slažu sa navedenim tvrdnjama. Tvrdnje su izražavale sljedeće: da bi korisničke profile trebalo obrisati/deaktivirati odmah nakon smrti osobe, da oni predstavljaju izvor boli i tjeskobe za članove obitelji i prijatelje, da bi korisnički profili trebali biti vidljivi i aktivni jedno određeno vrijeme tijekom kojeg bi obitelj i prijatelji imali priliku tugovati i oprostiti se od osobe, da se omogući trajni pristup samo članovima obitelji ili obitelji i prijateljima te da se oni mogu vraćati korisničkim profilima preminulih i prisjećati trenutaka provedenih s osobom (kao fotografskim albumima). Također se ispitao odnos prema usluzi daljnjeg održavanja korisničkih profila preminulih osoba simulacijom njihova ponašanja (npr. programirani botovi koji bi na osnovi informacija i sadržaja koje je osoba objavljivala tijekom života 'simulirali' ponašanje i

komunikaciju preminule osobe). Posljednje pitanje izražavalo je mišljenje o usluzi koju neki društveni mediji i pružatelji *online* usluga nude, a koja podrazumijeva slanje unaprijed odabranog sadržaja (e-pošte, napisanog teksta, snimljene fotografije, i sl.) prijateljima i kontaktima preminule osobe koje je ona sama organizirala da im u određenim vremenskim intervalima budu poslani nakon njezine smrti.

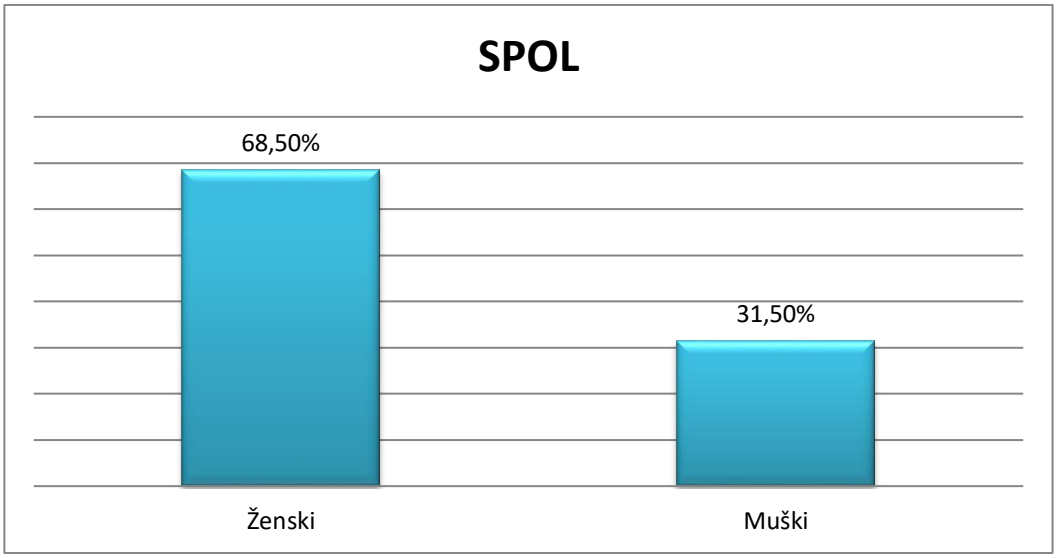
Istraživanjem su se htjele potvrditi sljedeće hipoteze:

1. Pri kreiranju korisničkih profila na društvenim medijima i *online* uslugama, osobe nastoje organizirati i zaštititi svoje podatke, kao i informacije (sadržaje) koje kreiraju, odnosno vode računa o postavkama privatnosti i sigurnosti svojih korisničkih profila
2. Korisnici društvenih medija i *online* usluga svoje korisničke profile, kao i digitalne informacije i sadržaje koje na njima stvaraju tijekom života, smatraju svojom digitalnom ostavštinom za koju se treba pobrinuti nakon njihove smrti, kao i za fizičku ostavštinu (organizirati je, zaštititi, odrediti nasljednika i sl.)
3. Digitalna ostavština preminulih osoba ima pozitivan utjecaj na njima bliske osobe (obitelj, prijatelji) jer im može pomoći tijekom faze tugovanja te umanjiti osjećaj gubitka (odlaska osobe)
4. U informacijskom društvu, ljudi su skloni digitalnu ostavštinu osobe (njezine korisničke profile, informacije i sadržaje koje su tijekom života stvarali i objavljivali, *online* komunikaciju i dr.) promatrati kao svojevrstan produžetak (nastavak) života preminule osobe, odnosno kao prostor na kojem ta osoba nastavlja 'postojati' i nakon smrti te su po tom pitanju skloni iskoristiti mogućnosti i prednosti informacijsko-komunikacijske tehnologije

5.1. Demografske osobine ispitanika

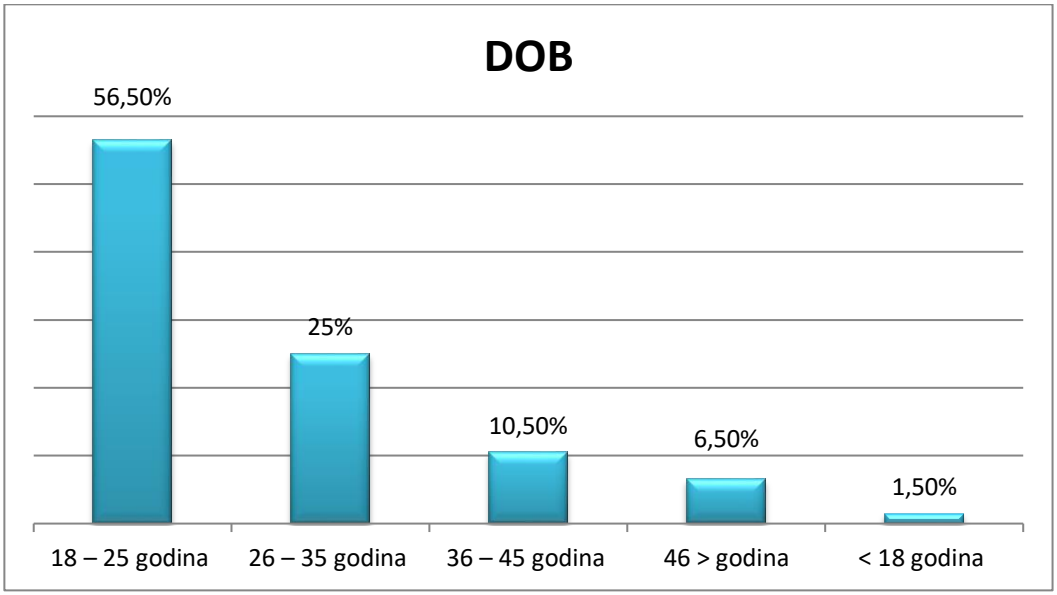
Dobiveni rezultati pokazali su da ženski spol čini 68,50% (137) ispitanika, dok 31,50% (63) ispitanika muškog spola čini preostali dio ukupnog uzorka.

Grafikon 1: Prikaz ispitanika prema spolu



Prema dobnim skupinama 56,50% (113) ispitanika pripada u skupinu između 18 i 25 godina, zatim 25% (50) ispitanika ulazi u dobnu skupinu između 26 i 35 godina, 10,50% (21) ispitanika između 36 i 45 godina, 6,50% (13) ima preko 46 godina, a najmanji postotak ispitanika 1,50% (3) pripada u dobnu skupinu koja ima manje od 18 godina.

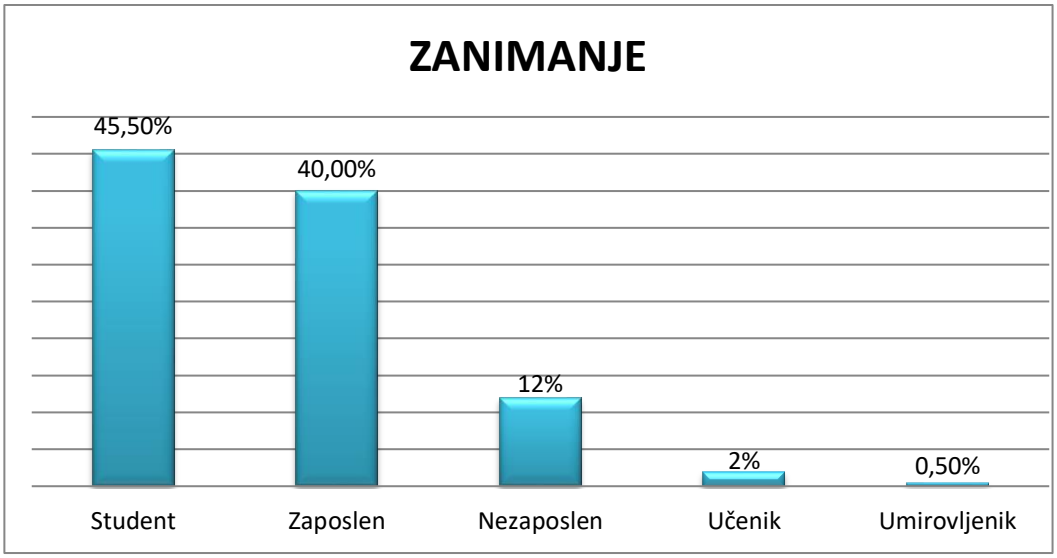
Grafikon 2: Prikaz ispitanika prema dobnim skupinama



Pitanje koje se odnosilo na zanimanje ispitanika pokazalo je da su to u najvećem broju studenti koji čine 45,50% (91) ukupnog uzorka, zatim slijede zaposleni koji čine 40% (80)

ukupnog uzorka, nezaposleni 12% (24), učenici 2% (4) i samo jedan ispitanik je umirovljenik, što čini 0,50% ukupnog uzorka.

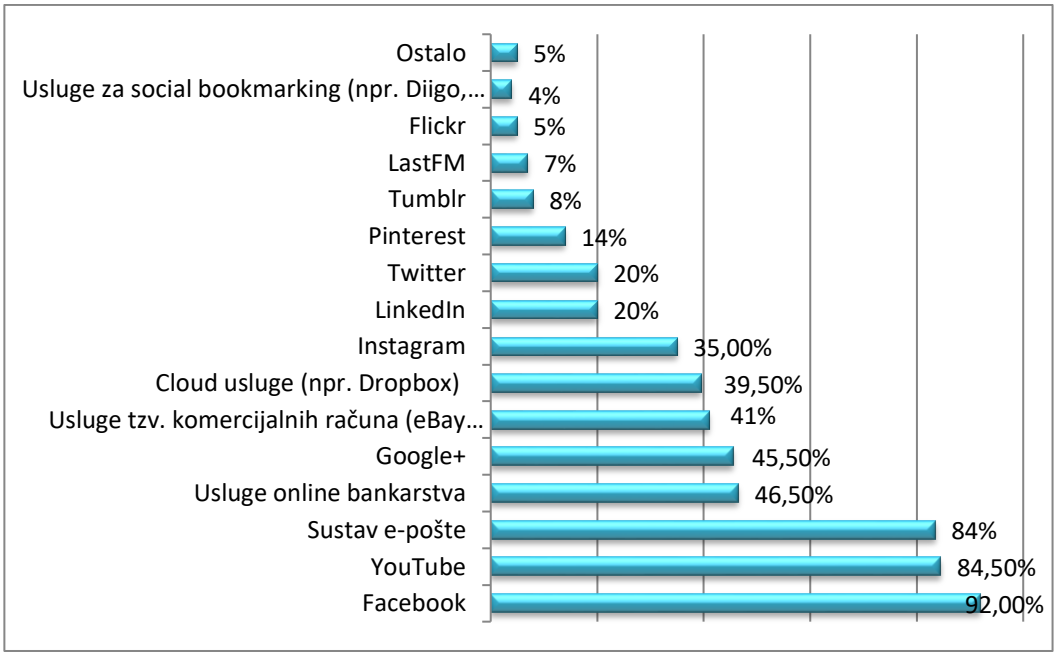
Grafikon 3: Prikaz ispitanika prema zanimanju



5.2. Korištenje društvenih medija i *online* usluga

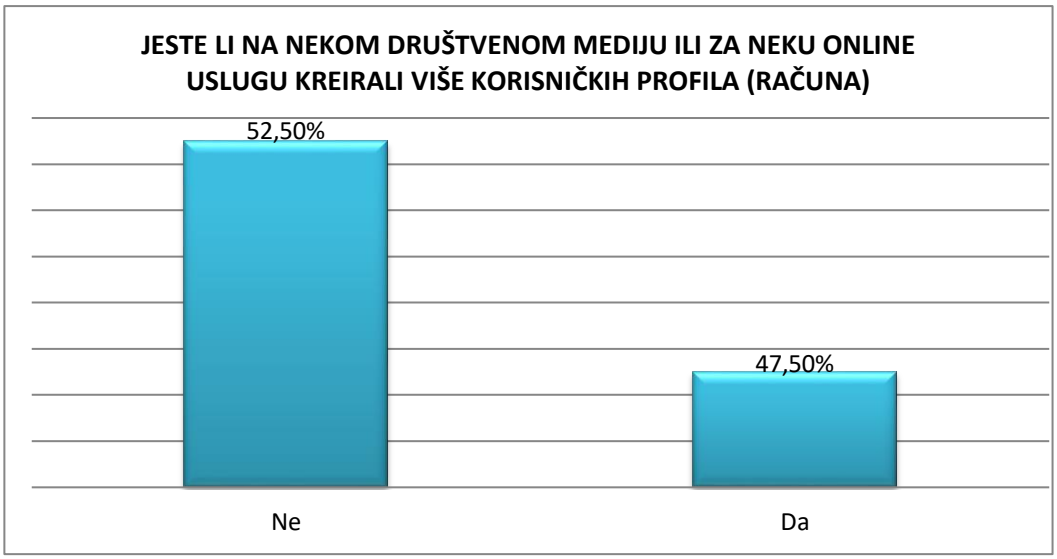
Na pitanje koje društvene medije i *online* usluge koriste, ispitanici su mogli odabrati više ponuđenih opcija. U najvećem postotku navedenih društvenih medija i *online* usluga koriste se Facebook 92% (184), YouTube 84,50% (169) i sustav e-pošte 84% (167). Zatim slijede: usluge *online* bankarstva 46,50% (93), Google+ 45,50% (91), usluge tzv. komercijalnih računa (eBay račun, Amazon račun, PayPal i sl.) 41% (82), Cloud usluge (npr. Dropbox) 39,50% (79) i Instagram 35% (70). Društveni mediji i *online* usluge koje ispitanici u najmanjoj mjeri koriste su: LinkedIn 20% (40) i Twitter 20% (40), Pinterest 14% (28), Tumblr 8% (16), LastFM 7% (14), Flickr 5,50% (11) i usluge za tzv. *social bookmarking* (npr. Diigo, del.icio.us, i sl.) 4% (8). Pitanje o korištenju društvenih medija i *online* usluga sadržavalo je opciju 'ostalo', tj. mogućnost korištenja usluga koje nisu navedene u ponuđenima. Pod opcijom 'ostalo' ispitanici su odgovorili da koriste sljedeće usluge: Viber (2 ispitanika), We Heart It (2 ispitanika), Endomondo, forume, blogove, StumbleUpon, *online* račune za igre (Travian, Pottermore), Steam i Origin.

Grafikon 4: Prikaz korištenja društvenih medija i *online* usluga



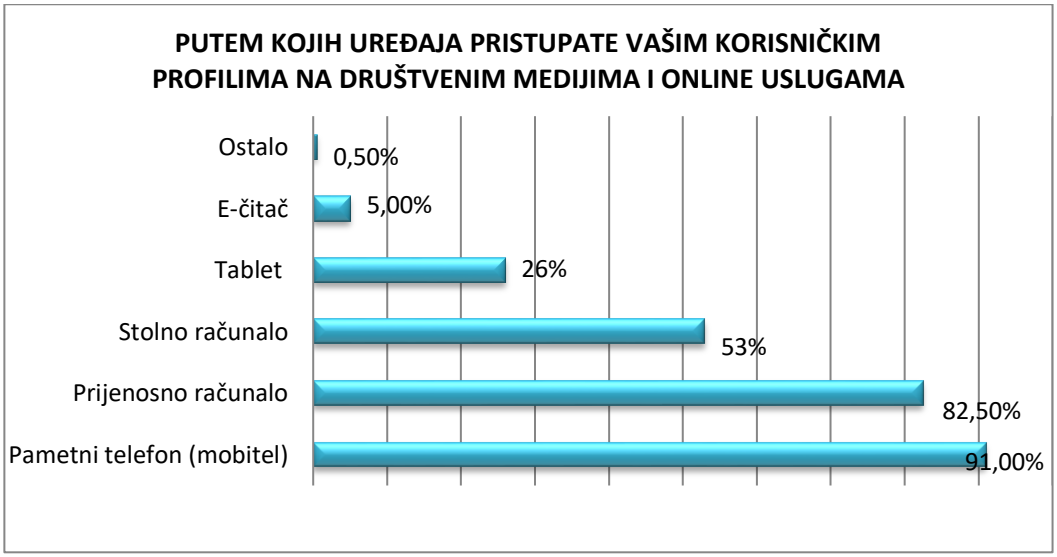
Sljedeće pitanje odnosilo se na posjedovanje više korisničkih profila (računa) na nekom društvenom mediju ili *online* usluzi. 52,50% (105) ispitanika je odgovorilo da nisu kreirali više korisničkih profila na nekom društvenom mediju ili *online* usluzi, dok je nešto manje, njih 47,50% (95) odgovorilo da posjeduje više profila.

Grafikon 5: Posjedovanje više profila (računa) na nekom društvenom mediju ili *online* usluzi



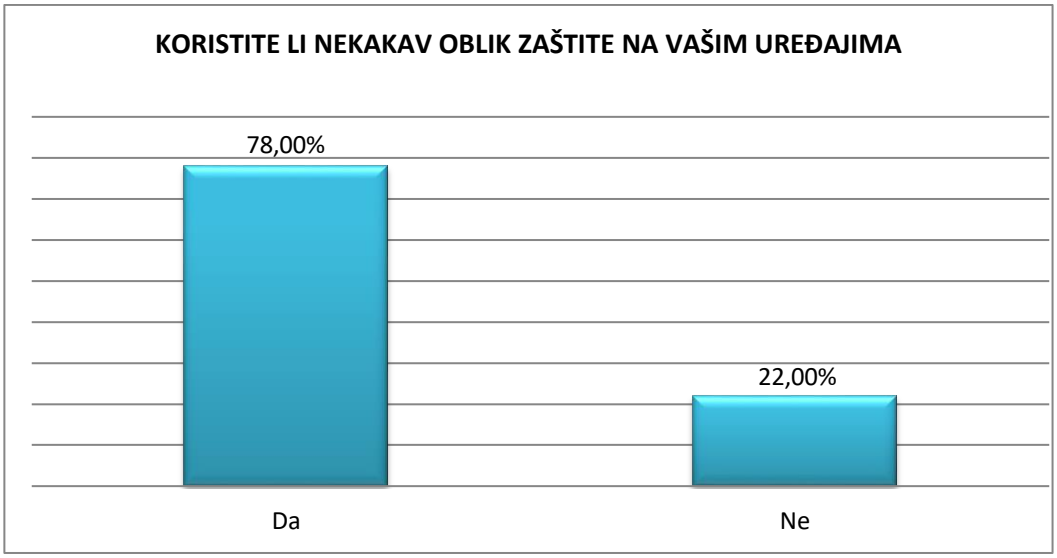
Na pitanje putem kojih uređaja pristupaju svojim korisničkim profilima na društvenim medijima i *online* uslugama, ispitanici su mogli odabrati više ponuđenih opcija. Rezultati su pokazali da ispitanici u najvećem broju svojim korisničkim profilima na društvenim medijima i *online* uslugama pristupaju putem pametnog telefona, njih čak 91% (182) i prijenosnog računala 82,50% (165). Oko polovine ispitanika, 53% (106) pristupa putem stolnog računala, 26% (52) putem tableta, a najmanji broj ispitanika, 5% (10) svojim profilima pristupa putem e-čitača što nije čudno s obzirom na mogućnosti koje e-čitači nude, odnosno s obzirom na njihovu svrhu. Pod ostalim odgovorima jedan ispitanik koji čini 0,50% ukupnog uzorka svome profilu pristupa i putem SNES-a (Super Nintendo Entertainment System).

Grafikon 6: Uređaji za pristup korisničkim profilima i *online* uslugama



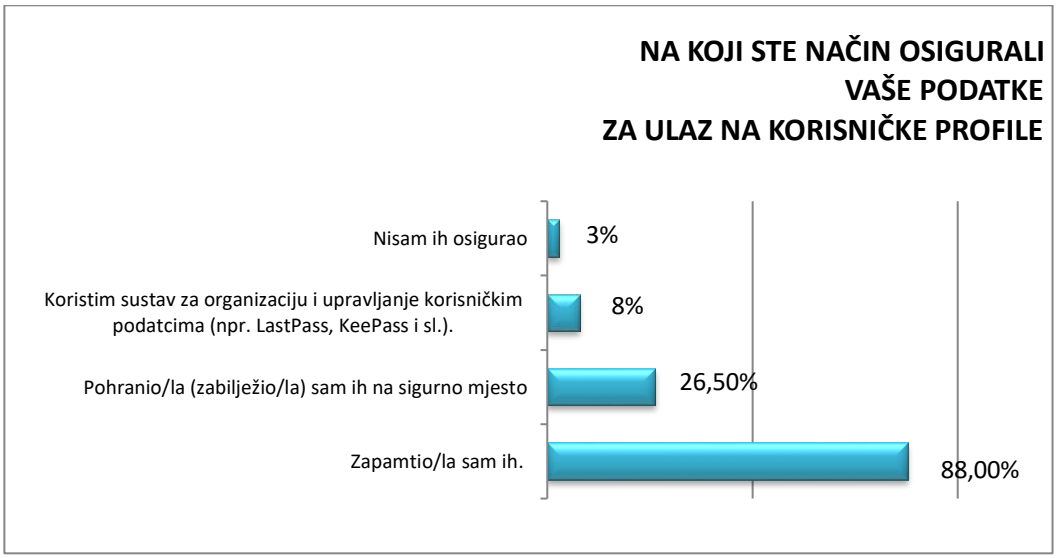
Na pitanje koriste li nekakav oblik zaštite na svojim uređajima (npr. glavnu pristupnu zaporku, enkripciju i sl.) 78% (156) ispitanika je odgovorilo da koristi, a 22% (44) da ne koristi nikakav oblik zaštite.

Grafikon 7: Korištenje oblika zaštite za pristup uređajima



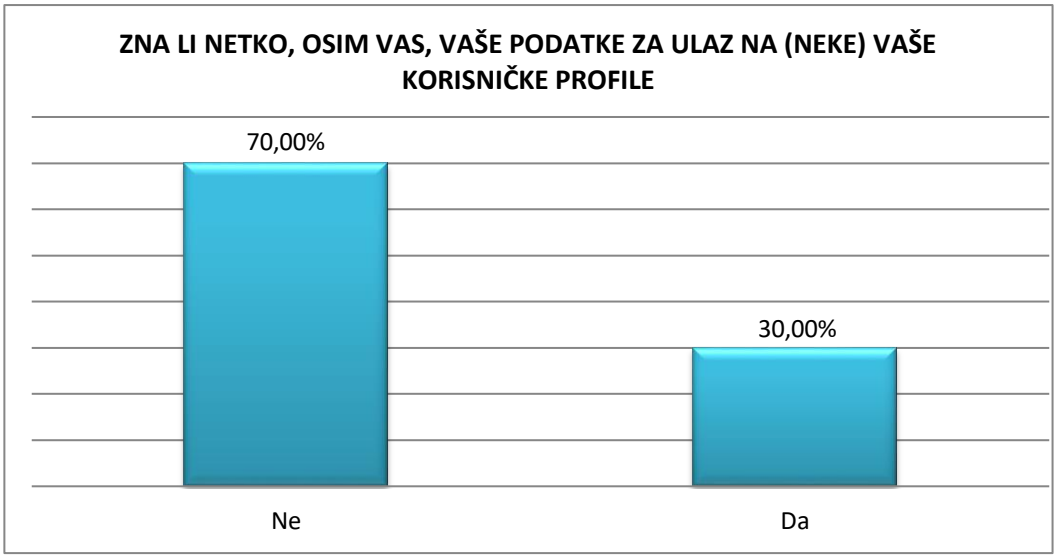
Grafikom 8 prikazuje način osiguranja podataka (ime i zaporka) za ulaz na korisničke profile, gdje je bilo moguće odabrati više odgovora. Rezultati su pokazali kako je 88% (176) ispitanika zapamtilo svoje podatke, 26,50% (53) pohranilo je podatke na sigurno mjesto, 8% (16) ispitanika koristi sustav za organizaciju i upravljanje korisničkim podatcima (npr. LastPass, KeePass i sl.), a 3% (6) ispitanika nije osiguralo svoje podatke.

Grafikon 8: Način osiguranja podataka za ulaz na korisničke profile



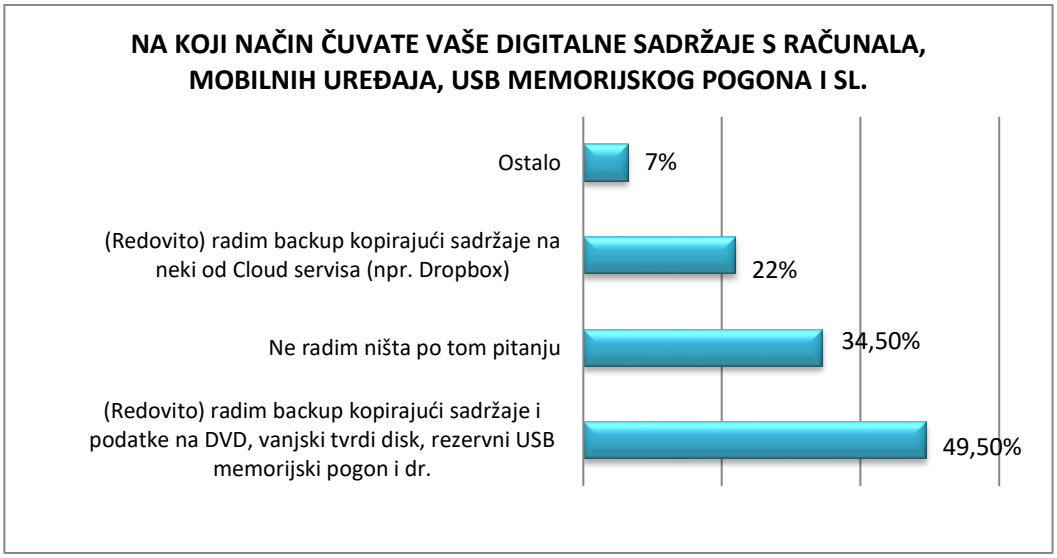
Sljedeće pitanje odnosilo se na tajnost podataka (ime i zaporka) za ulaz na neke profile ispitanika, gdje je vidljivo da je 70% (140) ispitanika podatke podijelilo s drugom osobom, dok je 30% (60) ispitanika podatke zadržalo samo za sebe.

Grafikon 9: Tajnost podataka za ulaz na korisničke profile



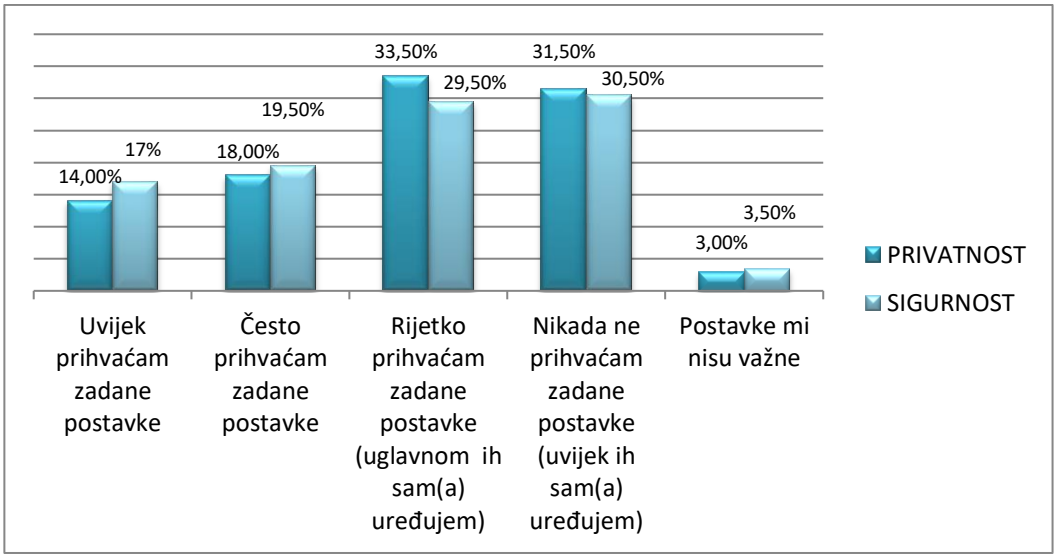
Ispitanici svoje digitalne sadržaje (npr. važne dokumente, fotografije, tekstove i sl.) s računala, mobilnih uređaja i USB memorijskih pogona najčešće kopiraju na DVD, vanjski tvrdi disk i rezervni USB memorijski pogon. To čini 49,50% (99) ispitanika, dok 34,50% (69) ne radi ništa po tom pitanju, a 22% (44) ispitanika radi *backup* kopirajući sadržaje na neki od *Cloud* servisa (npr. Dropbox). Pod opcijom 'ostalo' ispitanici su naveli sljedeće načine: "*zaštitim zaporkom; USB; nemam ništa važno u digitalnom obliku osim fotografija, a njih imam na vanjskom disku; google docs; većinu slika izrađujem; pohranjujem na gmail; na računalu čuvam sadržaje, osobito one sa mobilnog uređaja; inače ne radim, ali u rijetkim trenucima kopiram sve na prijenosni tvrdi disk. Posebno to napravim ako se spremam reinstalirati operativni sustav na računalo; auto backup; kombinacijom metoda, ovisno o vrsti dokumenta; ponekad spremam sadržaj, ali ne redovito; realtime backup na privatne servise (VPS).* " Način čuvanja sadržaja prikazan je u grafikonu 10.

Grafikon 10: Način čuvanja digitalnih sadržaja



Sljedeće pitanje prikazuje odnos prema postavkama privatnosti i postavkama sigurnosti korisničkih profila na društvenim medijima i *online* uslugama, iz čega prozlazi kako 33,50% (67) ispitanika rijetko prihvaća zadane postavke privatnosti (uglavnom ih sami uređuju), 31,50% (63) nikada ne prihvaća zadane postavke privatnosti (uvijek ih sami uređuju), 18% (36) često prihvaća zadane postavke, 14% (28) uvijek prihvaća, a 6 ispitanika odgovorilo je kako im postavke privatnosti nisu važne, što iznosi 3% ukupnog uzorka ispitanika. Kod pitanja postavki sigurnosti, 30,50% (61) ispitanika nikada ne prihvaća zadane postavke (uvijek ih sami uređuju), 29,50% (59) rijetko prihvaća zadane postavke (uglavnom ih sami uređuju), 19,50% (39) često prihvaća zadane postavke, 17,50% (34) uvijek prihvaća zadane postavke sigurnosti, a 7 ispitanika odgovorilo je da im postavke sigurnosti nisu važne, što čini 3,50% ukupnog uzorka ispitanika.

Grafikon 11: Postavke privatnosti i sigurnosti korisničkih profila na društvenim medijima i *online* uslugama



Grafikon 12 prikazuje mogućnost deaktivacije korisničkih profila, iz čega proizlazi da je 36,50% (73) ispitanika upoznato s postupkom brisanja/deaktivacije svih korisničkih profila, 35,50% (71) zna da takva mogućnost postoji i upoznato je s postupkom brisanja/deaktivacije nekih korisničkih profila, 27% (54) ispitanika zna da takva mogućnost postoji, ali nisu upoznati s postupkom brisanja/deaktivacije, a samo dva ispitanika ne znaju da postoji takva mogućnost, što iznosi samo 1% ukupnog uzorka ispitanika.

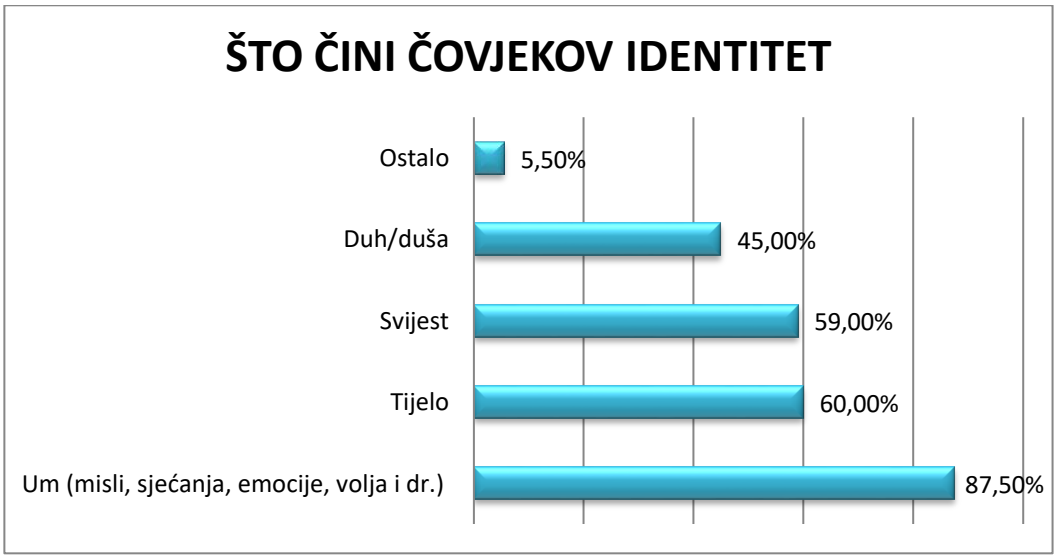
Grafikon 12: Mogućnost deaktivacije korisničkih profila



5.3. Odnos prema pitanjima smrti i smrtnosti čovjeka

Ispitanici su u sljedećem pitanju izrazili svoje mišljenje o tome što bi sve moglo činiti čovjekov identitet, s mogućnošću izbora više odgovora. Rezultati su pokazali kako 87,50% (175) ispitanika smatra da čovjekov identitet čini um (misli, sjećanja, emocije, volja i dr.), 60% (120) smatra da je to tijelo, 59% (118) navodi svijest kao dio čovjekova identiteta, a 45% (90) smatra da je to duh/duša. Pod opcijom 'ostalo' ispitanici su osim navedenoga dali sljedeće odgovore: "*osobna iskaznica; cjelokupnost bića; individualne karakteristike po kojima je osoba prepoznatljiva; sve od navedenog; integracija svega navedenoga u prethodno ponuđenim odgovorima; osobnost, karakter; sve od navedenog – njegove osobine ličnosti, ali i fizički izgled; njegovo ponašanje, djela, riječi i postupci; online prisutnost; okolina u kojoj se nalazi i odnosi u koje ulazi, njegova iskustva; djela.*"

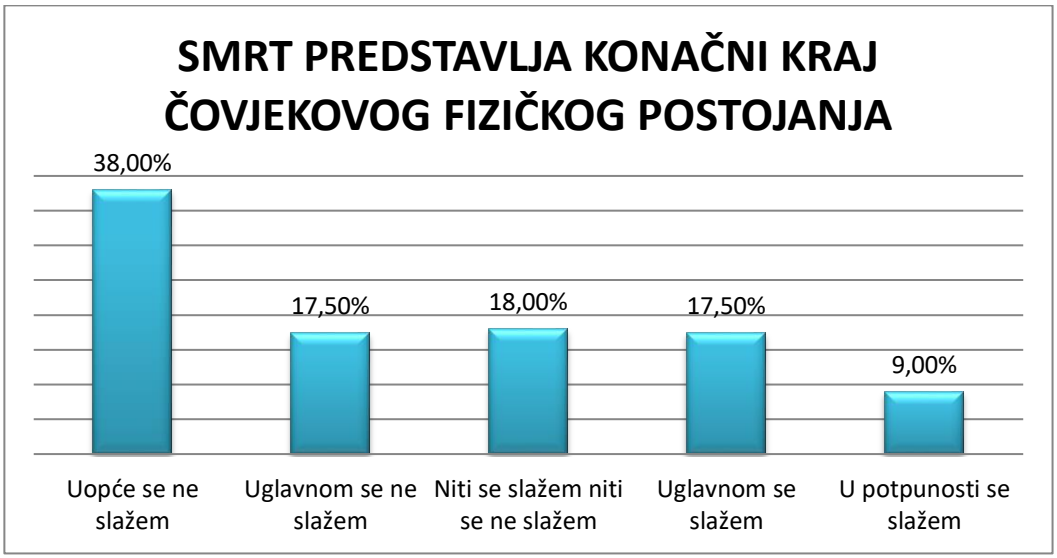
Grafikon 13: Što sve čini čovjekov identitet



U sljedećem pitanju koje se bavi odnosom prema pitanjima smrti i smrtnosti čovjeka, ispitanici su odredili u kojoj mjeri se slažu s navedenim tvrdnjama (stavovi ispitanika). Ponuđenih tvrdnji bilo je devet, a ponuđeni odgovori bili u rangirani od 1 do 5, pri čemu je 1 značilo da se uopće ne slažu, 2 da se uglavnom ne slažu, 3 niti se slažu, niti se ne slažu, 4 da se uglavnom slažu i 5 je označavalo da se u potpunosti slažu s navedenom tvrdnjom. Prva tvrdnja označavala je slaganje s tezom da smrt predstavlja konačni kraj čovjekova postojanja, pri čemu

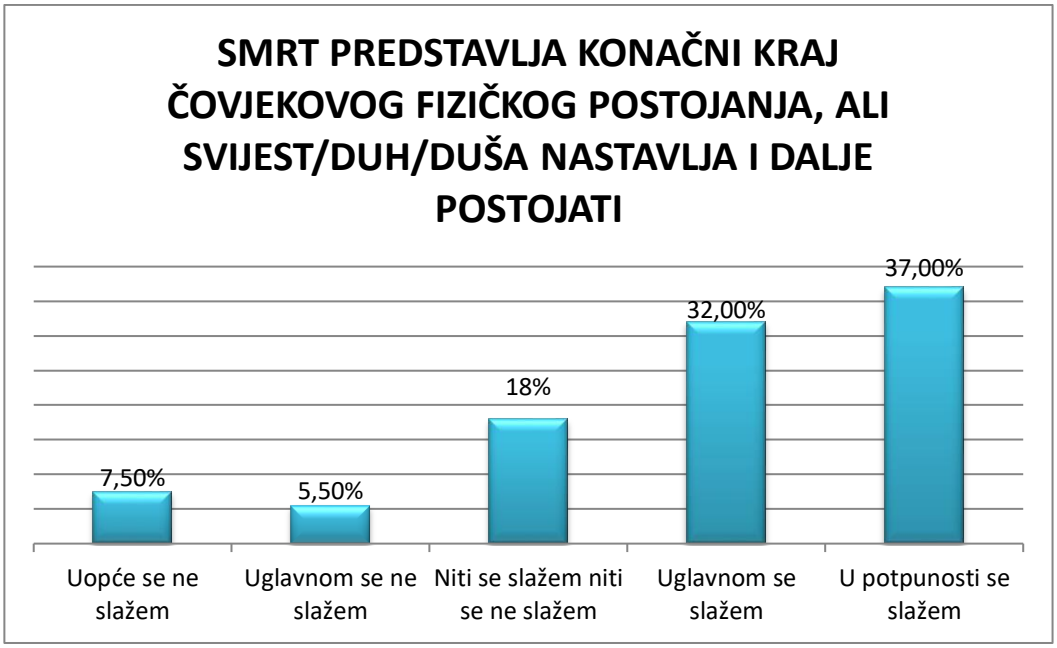
se 38% (76) ispitanika uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom, 18% (36) odgovorilo je da niti se slaže niti ne slaže, 17,50% (35) ispitanika odgovorilo je da se uglavnom slaže i uglavnom ne slaže, a 9% (18) se u potpunosti slaže s tvrdnjom da smrt predstavlja konačni kraj čovjekovog postojanja.

Grafikon 14: Smrt predstavlja konačni kraj čovjekovog postojanja



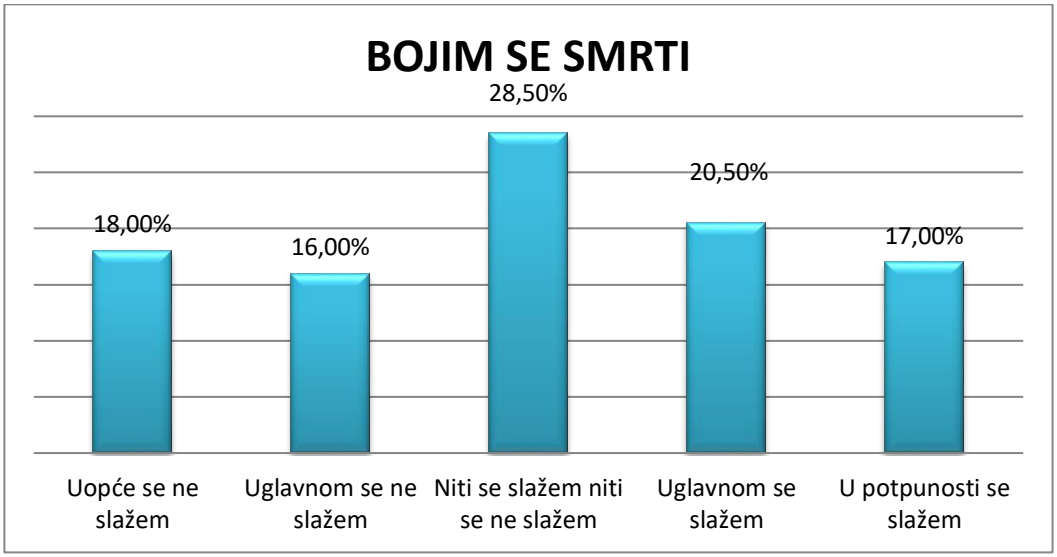
S tvrdnjom o tome da smrt predstavlja konačni kraj čovjekovog fizičkog postojanja, ali da svijest/duh/duša nastavlja i dalje postojati u potpunosti se slaže 37% (74) ispitanika, uglavnom se slaže 32% (64), niti se slaže, niti se ne slaže 18% (36), uopće se ne slaže 7,50% (15), a uglavnom se ne slaže 11 ispitanika koji čine 5,50% ukupnog uzorka.

Grafikon 15: Smrt predstavlja konačni kraj čovjekovog fizičkog postojanja, ali svijest/duh/duša nastavlja i dalje postojati



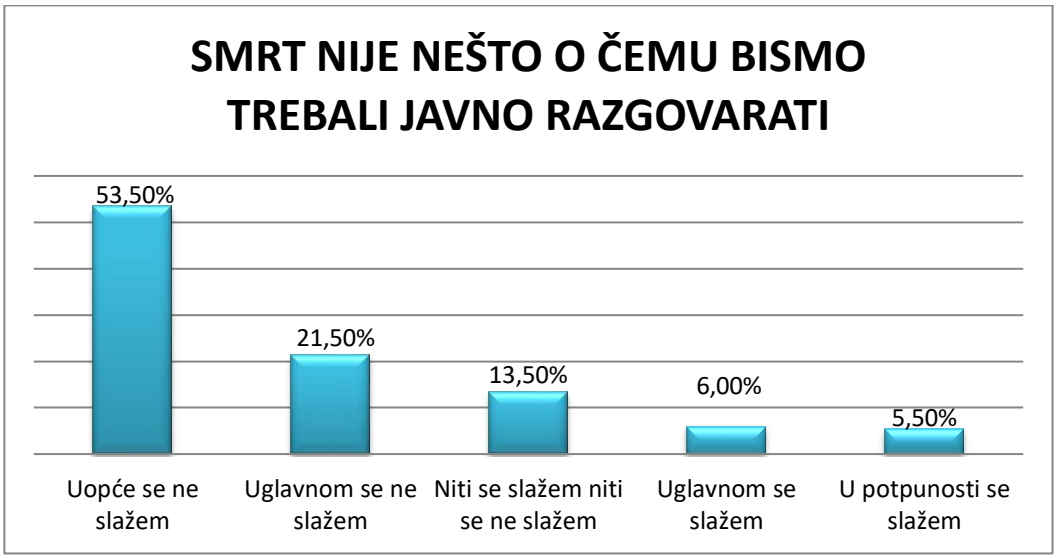
Sljedeća tvrdnja odnosila se na strah od smrti, gdje je vidljivo da se 28,50% (57) ispitanika niti slaže niti ne slaže s tvrdnjom da se boje smrti, 20,50% (41) se uglavnom slaže, 18% (36) se uopće ne slaže, 17% (34) se u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom, dok se 16% (32) ispitanika uglavnom ne slaže s tvrdnjom da imaju strah od smrti.

Grafikon 16: Bojim se smrti



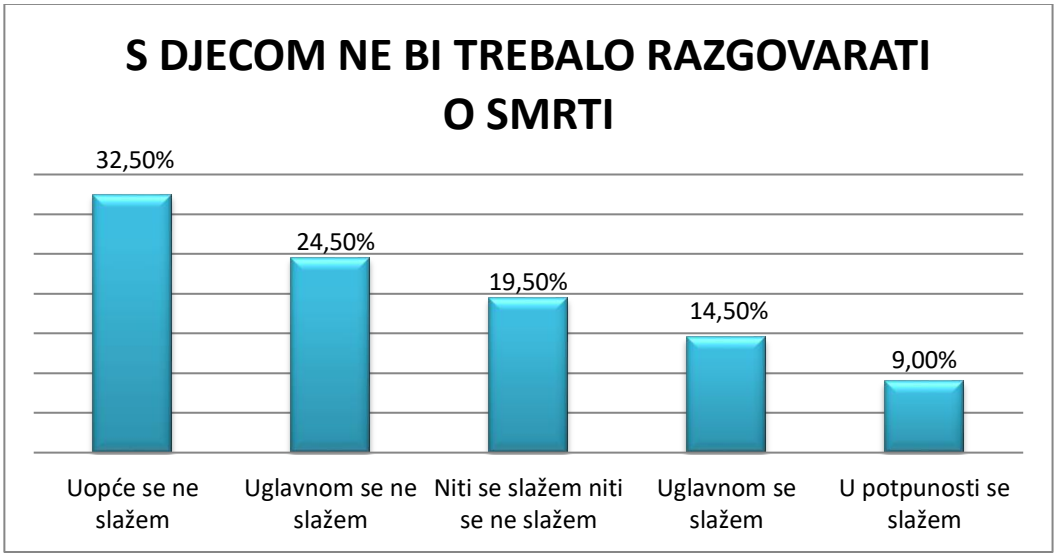
Ispitanici se u najvećoj mjeri uopće ne slažu s tvrdnjom da smrt nije nešto o čemu bismo trebali javno razgovarati, i to njih 53,50% (107). Uglavnom se ne slaže 21,50% (43), niti se slaže niti se ne slaže 13,50% (27), uglavnom se slaže 6% (12), a 5,50% (11) ispitanika u potpunosti se slaže s tvrdnjom da smrt nije nešto o čemu bismo trebali javno razgovarati.

Grafikon 17: Smrt nije nešto o čemu bismo trebali javno razgovarati



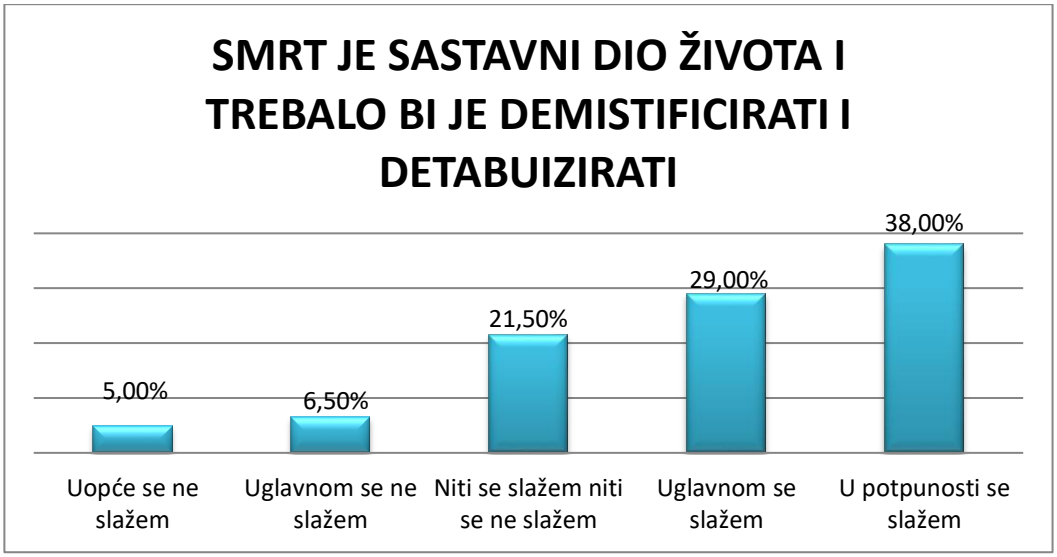
S tvrdnjom da se s djecom ne bi trebalo razgovarati o smrti uopće se ne slaže 32,50% (65) ispitanika, uglavnom se ne slaže 24,50% (49), niti se slaže niti se ne slaže 19,50% (39), uglavnom se slaže 14,50% (29), a u potpunosti se s tvrdnjom da se s djecom ne bi trebalo razgovarati o smrti slaže 18 ispitanika, što iznosi 9% ukupnog uzorka.

Grafikon 18: S djecom ne bi trebalo razgovarati o smrti



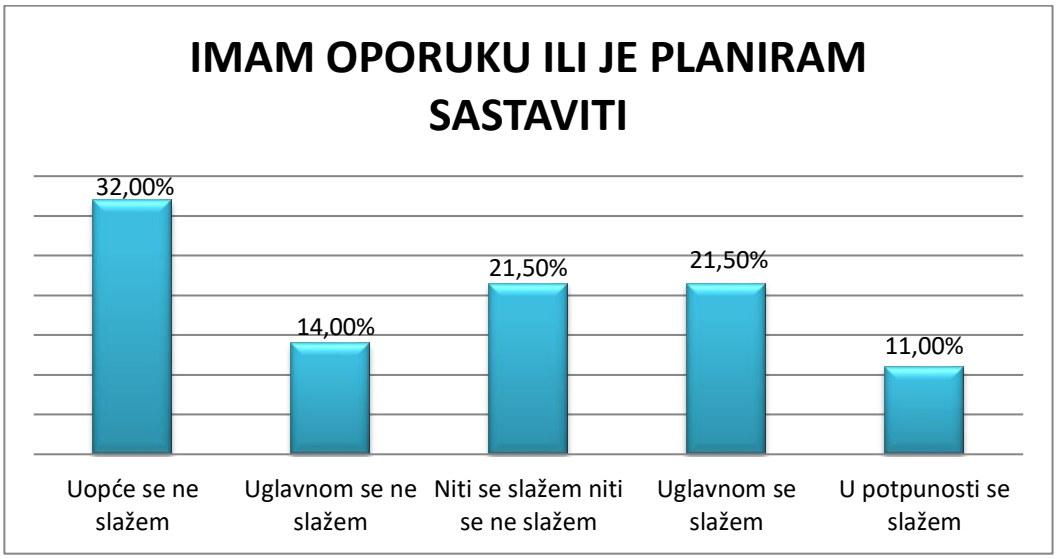
S tvrdnjom da je smrt sastavni dio života i da bi je trebalo demistificirati i detabuizirati u potpunosti se slaže 38% (76) ispitanika, uglavnom se slaže 29% (58), niti se slaže niti se ne slaže 21,50% (43), uglavnom se ne slaže 6,50% (13), a uopće se ne slaže 5% (10) ispitanika.

Grafikon 19: Smrt je sastavni dio života i trebalo bi je demistificirati i detabuizirati



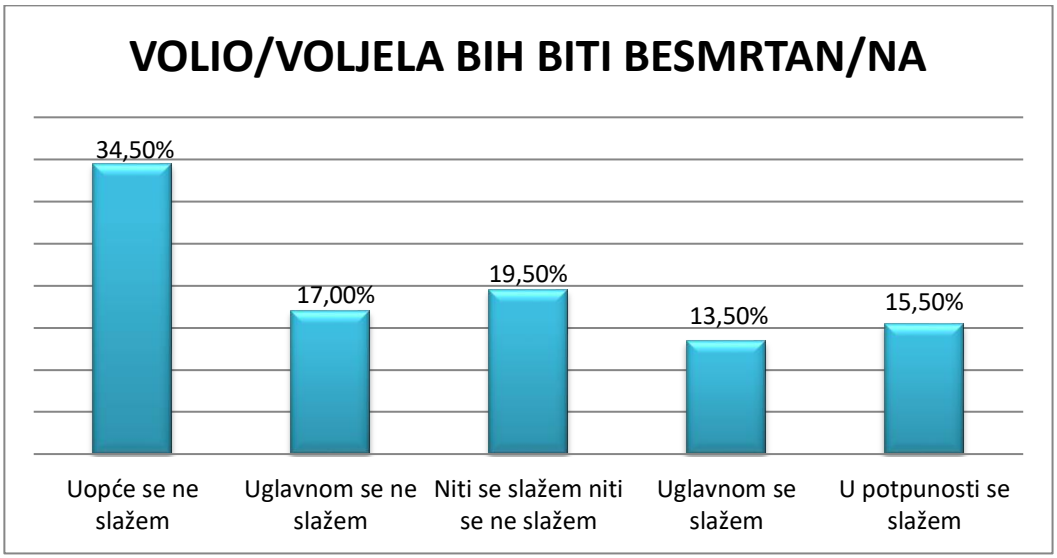
Sa sedmom tvrdnjom o posjedovanju oporuke ili planiranju iste uopće se ne slaže 32% (64) ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže 21,50% (43), uglavnom se slaže također 21,50% (43) ispitanika, uglavnom se ne slaže 14% (28), a u potpunosti se s navedenom tvrdnjom slaže 22 ispitanika što iznosi 11% ukupnog uzorka.

Grafikon 20: Imam oporuku ili je planiram sastaviti



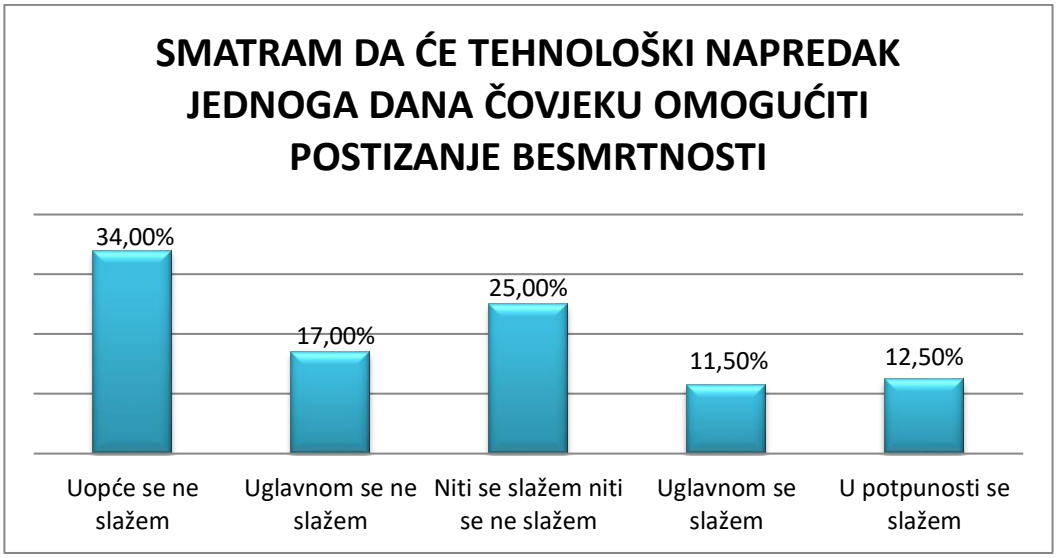
Tvrdnja broj osam odnosi se na stav o besmrtnosti, gdje se 34,50% (69) ispitanika uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom, 19,50% (39) se niti slaže niti ne slaže, 17% (34) ispitanika se uglavnom ne slaže, 15,50% (31) se u potpunosti slaže, a 13,50% (27) ispitanika se uglavnom slaže s tvrdnjom da bi htjeli biti besmrtni.

Grafikon 21: Stav o besmrtnosti



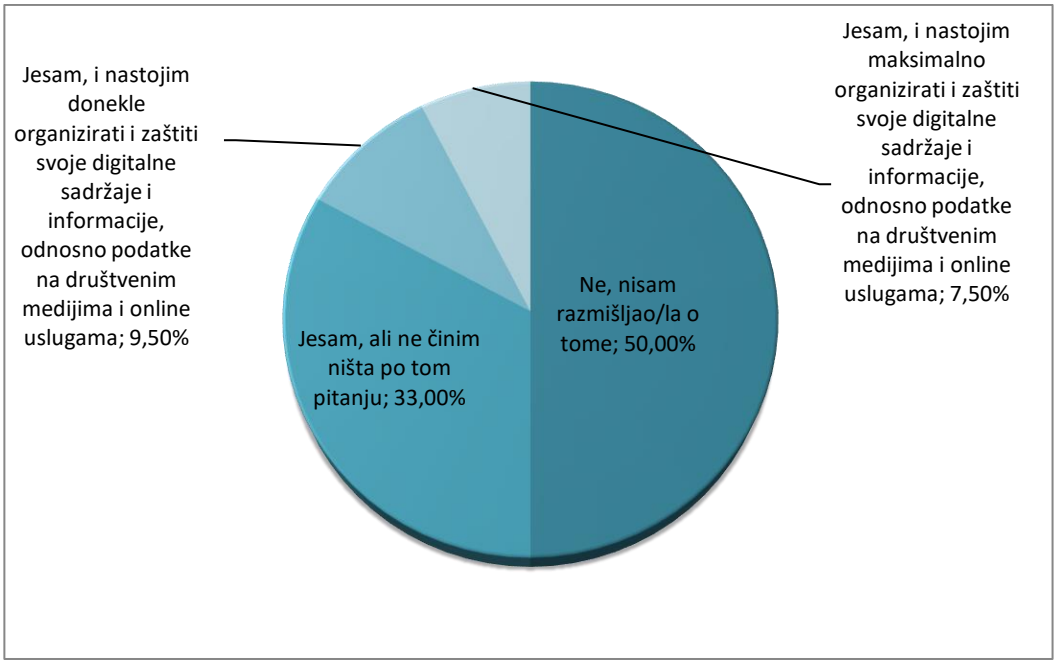
Ispitanici se uopće ne slažu s tvrdnjom da će tehnološki napredak jednoga dana čovjeku omogućiti postizanje besmrtnosti, i to njih 34% (68). Nešto malo manje, 25% (50) se niti slažu niti se slažu s navedenom tvrdnjom, 17% (34) se uglavnom ne slaže, 12,50% (25) se u potpunosti slaže, dok 23 ispitanika smatraju da će tehnološki napredak jednoga dana čovjeku omogućiti postizanje besmrtnosti, što iznosi 11,50% ukupnog uzorka ispitanika.

Grafikon 22: Tehnološki napredak i postizanje besmrtnosti



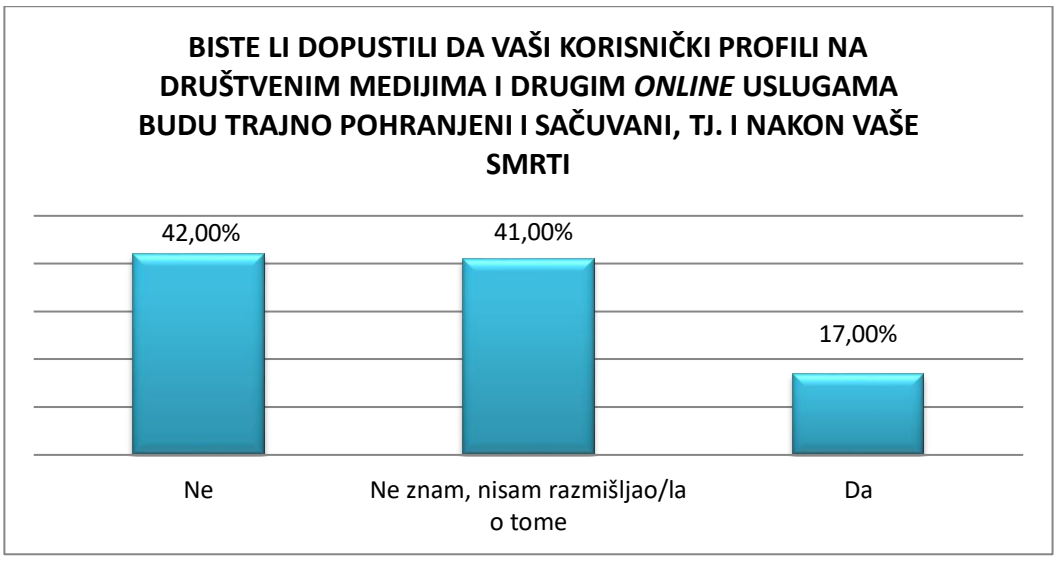
Sljedeće pitanje odnosilo se na razmišljanja ispitanika o njihovoj digitalnoj ostavštini (sadržaji i informacije na računalu, mobilnom uređaju, USB memorijskom pogonu, vanjskom tvrdom disku i sl.) i korisničkim profilima na društvenim medijima i ostalim *online* uslugama i što će se s istom dogoditi nakon njihove smrti, pri čemu je 50% (100) ispitanika reklo kako o tome nisu razmišljali, 33% (66) jesu razmišljali o tome, ali ne čine ništa po tom pitanju, 9,50% (19) nastoji donekle organizirati i zaštititi, a 7,50% (15) nastoji maksimalno organizirati i zaštititi svoje digitalne sadržaje i informacije, odnosno podatke na društvenim medijima i *online* uslugama.

Grafikon 23: Digitalna ostavština i korisnički profili nakon smrti



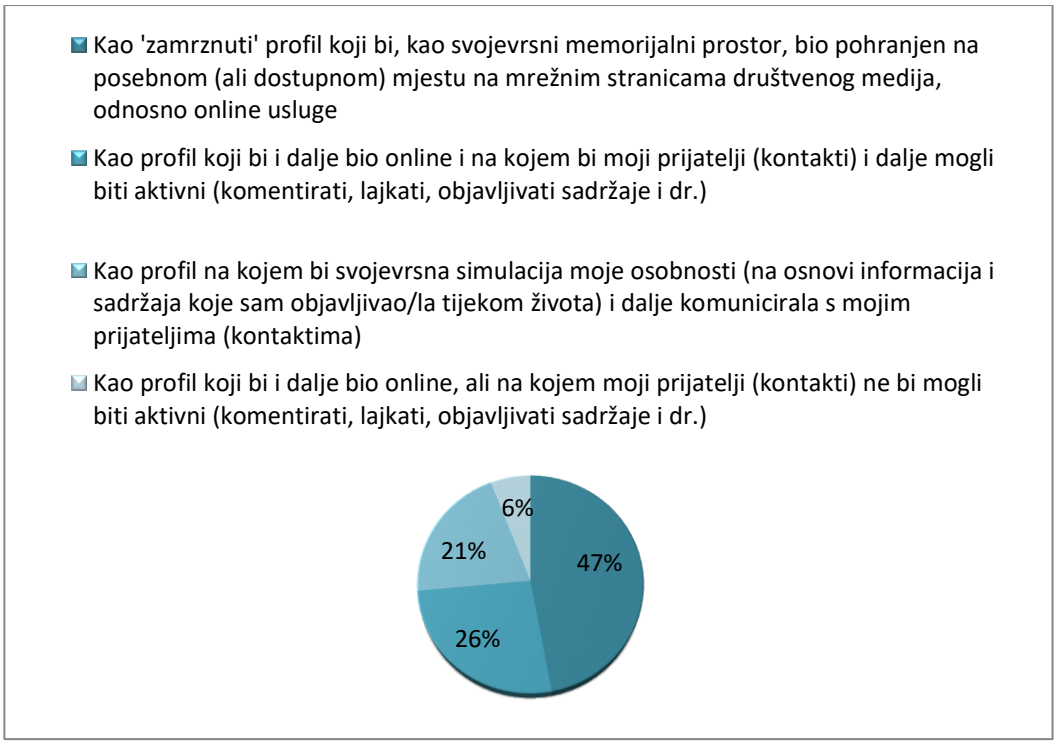
Na pitanje biste li dopustili da Vaši korisnički profili na društvenim medijima i drugim *online* uslugama budu trajno pohranjeni i sačuvani, tj. i nakon Vaše smrti, 42% (84) ispitanika je odgovorilo da to ne bi dopustili, 41% (82) ne znaju ili nisu o tome razmišljali, a samo 17% (34) bi dopustili da njihovi podatci budu trajno pohranjeni nakon smrti.

Grafikon 24: Trajna pohrana i čuvanje korisničkih profila



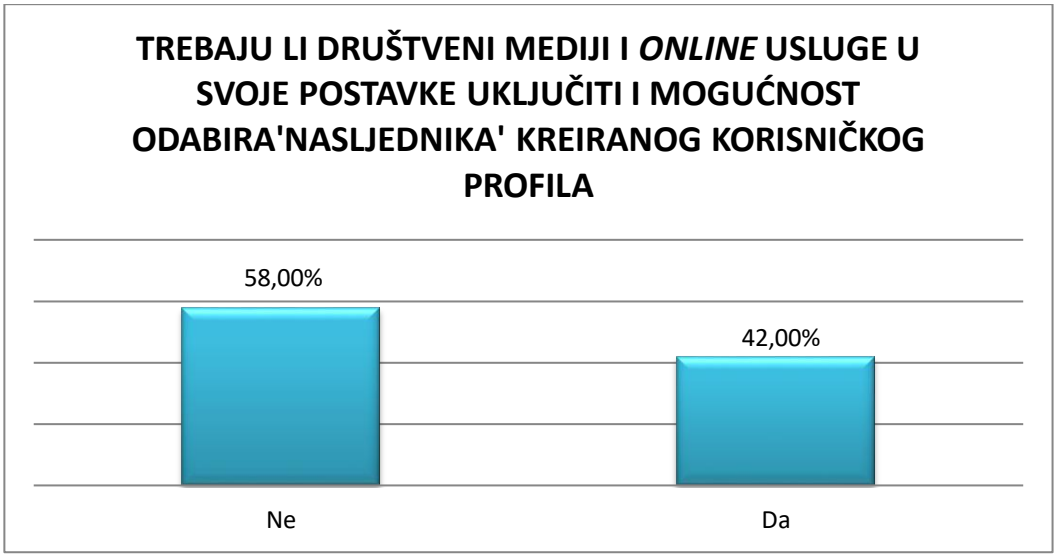
Od ukupnog uzorka 200 ispitanika, 17% (34) je odgovorilo kako bi dopustili da njihovi korisnički profili na društvenim medijima i drugim *online* uslugama budu trajno pohranjeni i sačuvani i nakon njihove smrti, i to na sljedeći način: 47% (16) ispitanika voljeli bi sačuvati svoj korisnički profil kao 'zamrznuti' profil koji bi, kao svojevrsni memorijalni prostor, bio pohranjen na posebnom (ali dostupnom) mjestu na mrežnim stranicama društvenog medija, odnosno *online* usluge, 26% (9) sačuvali bi ga kao profil koji bi i dalje bio *online* i na kojem bi prijatelji (kontakti) i dalje mogli biti aktivni (komentirati, lajkati, objavljivati sadržaje i dr.) dok bi 6% (2) ispitanika sačuvali profil na isti način, ali na kojemu prijatelji (kontakti) ne bi mogli biti aktivni, a 7 ispitanika sačuvalo bi profil na kojemu bi svojevrsna simulacija njihove osobnosti (na osnovi informacija i sadržaja koje su objavljivali tijekom života) i dalje komunicirala s njihovim prijateljima (kontaktima), te oni čine 21% uzorka ispitanika koji bi dopustili da njihovi korisnički profili na društvenim medijima i drugim *online* uslugama budu trajno pohranjeni i sačuvani i nakon njihove smrti.

Grafikon 25: Način čuvanja korisničkog profila



Na pitanje trebaju li društveni mediji i *online* usluge u svoje postavke uključiti i mogućnost odabira 'nasljednika' kreiranog korisničkog profila, 58% (116) ispitanika kako to nije potrebno, dok 42% (84) smatra kako bi se to trebalo napraviti.

Grafikon 26: Mogućnost odabira nasljednika



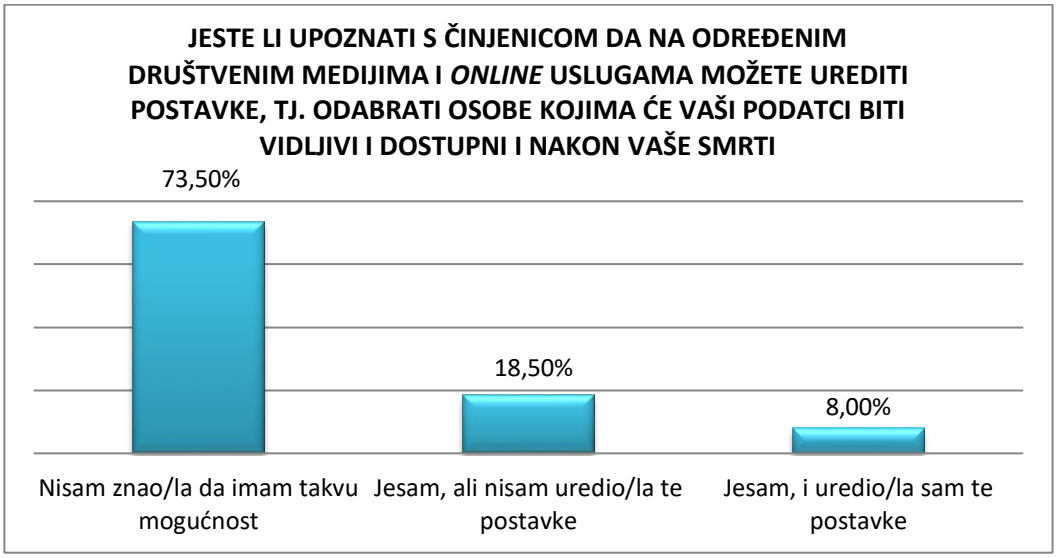
Ispitanici su neodlučni u vezi zakonskog reguliranja prava upravljanja i zaštite digitalnih sadržaja i korisničkih profila osoba nakon njihove smrti. Jednak broj (100) ih smatra da bi i ne bi trebalo Zakonom o nasljeđivanju regulirati pitanje prava upravljanja i zaštite digitalnih sadržaja i korisničkih profila osoba nakon njihove smrti.

Grafikon 27: Uvođenje zakona o nasljeđivanju



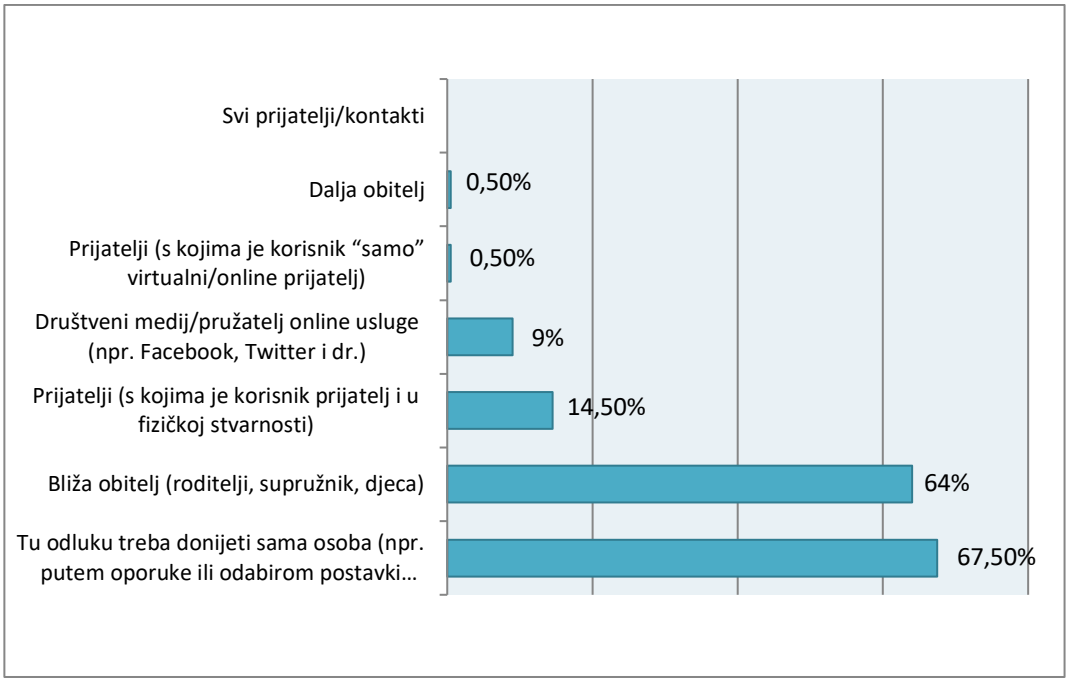
Sljedeće pitanje odnosilo se na upoznatost ispitanika s činjenicom da je na određenim društvenim medijima i *online* uslugama moguće odabrati osobe kojima će podatci biti vidljivi i dostupni nakon smrti osobe, pri čemu veliki broj ispitanika, njih 73,50% (147) nisu znali da imaju takvu mogućnost, 18,50% (37) je upoznato s tim, ali nisu uredili takve postavke, dok je samo 8% (16) ispitanika uredilo te postavke, tj. odabralo osobe kojima će njihovi podatci biti vidljivi i dostupni nakon njihove smrti.

Grafikon 28: Mogućnost odabira osoba kojima će *online* podatci biti vidljivi i dostupni nakon smrti korisnika



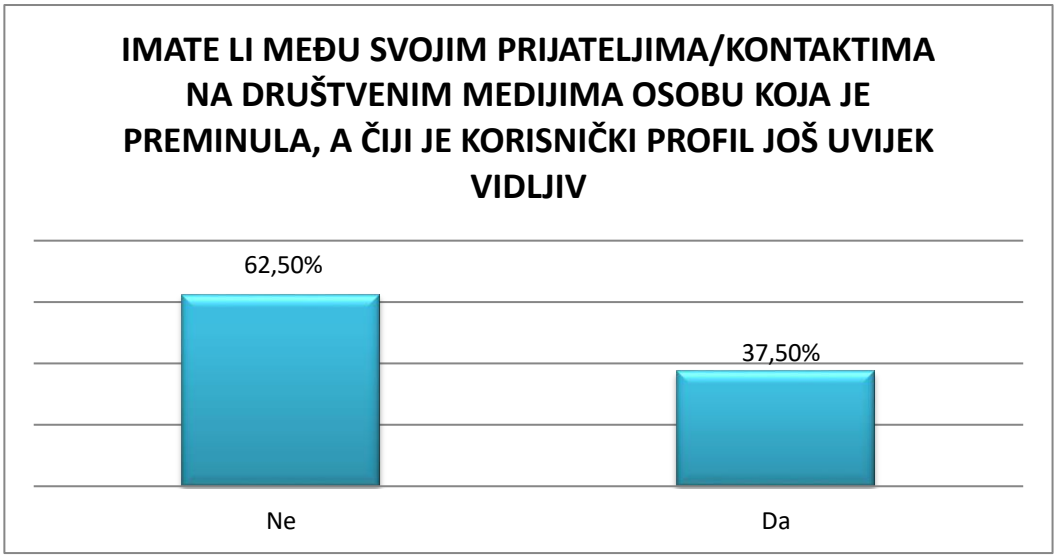
Na pitanje tko bi trebao odlučivati o profilima preminulih osoba bilo.je moguće dati više odgovora. Dobiveni rezultati pokazali su kako većina ispitanika, 67,50% (135) smatra da tu odluku treba donijeti sama osoba (npr. putem oporuke ili odabirom postavki prilikom kreiranja korisničkog profila), 64% (128) ispitanika smatra da tu odluku treba donijeti bliža obitelj (roditelj, supružnik, djeca), 14,50% (29) smatra da odluku trebaju donijeti prijatelji s kojima je korisnik prijatelj i u fizičkoj stvarnosti, dok samo jedan ispitanik smatra da tu odluku također trebaju donijeti prijatelji, ali samo oni s kojima je korisnik virtualni/*online* prijatelj. Jedan ispitanik smatra kako bi tu odluku trebala donijeti dalja obitelj, a nitko od ispitanika ne smatra da bi odluku o profilima preminulih osoba trebali donijeti svi prijatelji/kontakti.

Grafikon 29: Tko bi trebao odlučivati o korisničkim profilima preminulih osoba



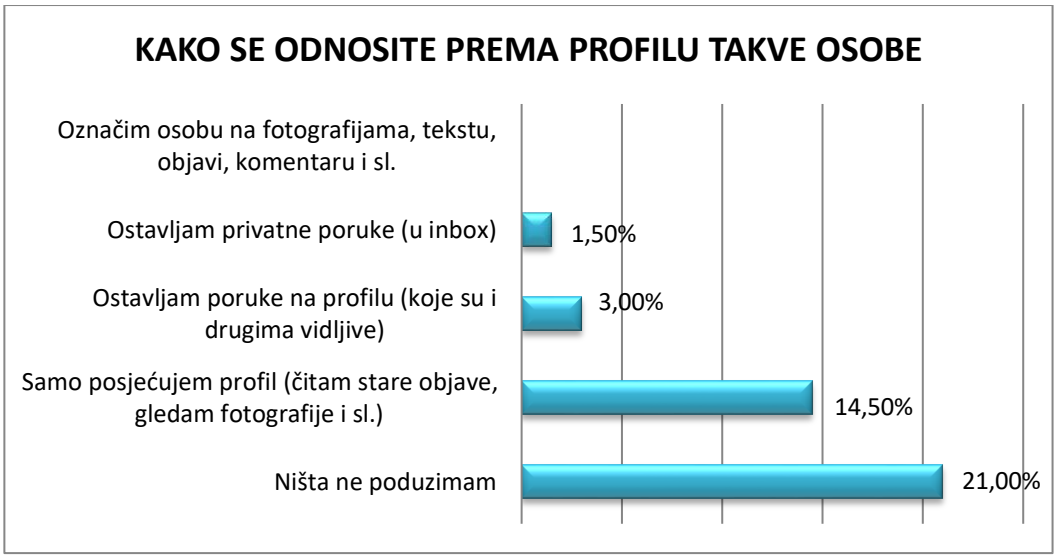
Više od polovine ispitanika, 62,50% (125) odgovorilo je da nema među svojim prijateljima/kontaktima na društvenim medijima osobu koja je preminula, a čiji je korisnički profil još uvijek vidljiv, dok ih je 37,50% (75) odgovorilo da ima takvu osobu.

Grafikon 30: Profil preminule osobe na društvenim medijima



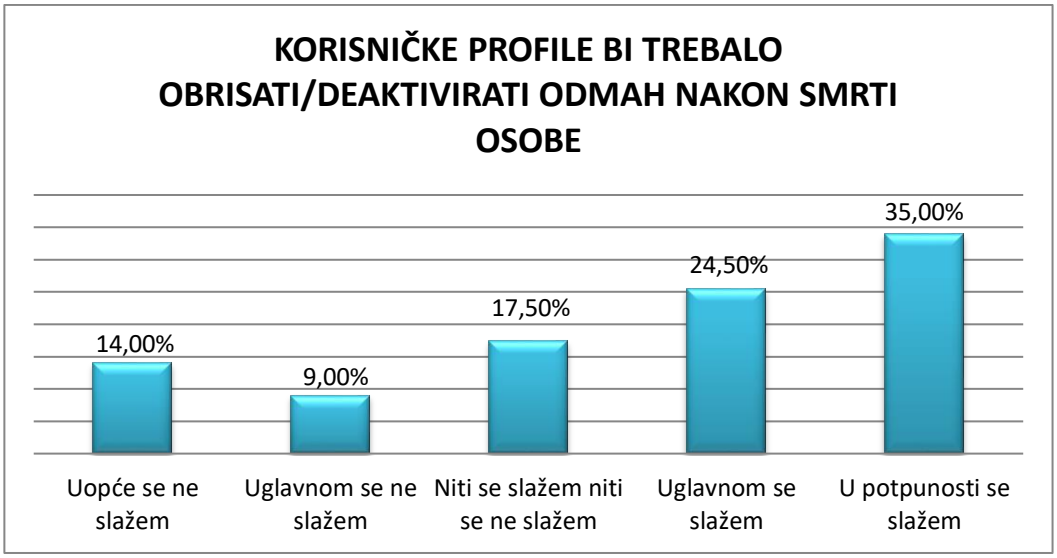
Od ispitanika koji su odgovorili da među svojim prijateljima/kontaktima na društvenim medijima imaju osobu koja je preminula, a čiji je korisnički profil još uvijek vidljiv, njih 21% (42) odgovorilo je da ništa ne poduzima, 14,50% (29) je odgovorilo da samo posjećuje profil (ispitanici čitaju stare objave, gledaju fotografije i sl.), 3% (6) ostavlja poruke na profilu koje su i drugima vidljive, 1,50% (3) ostavlja privatne poruke (u inbox), dok niti jedan ispitanik od onih koji su odgovorili da među svojim prijateljima/kontaktima na društvenim medijima imaju osobu koja je preminula, a čiji je korisnički profil još uvijek vidljiv ne označi osobu na fotografijama, tekstu, objavi, komentaru i sl.

Grafikon 31: Odnos prema profilu preminule osobe koji je još uvijek vidljiv



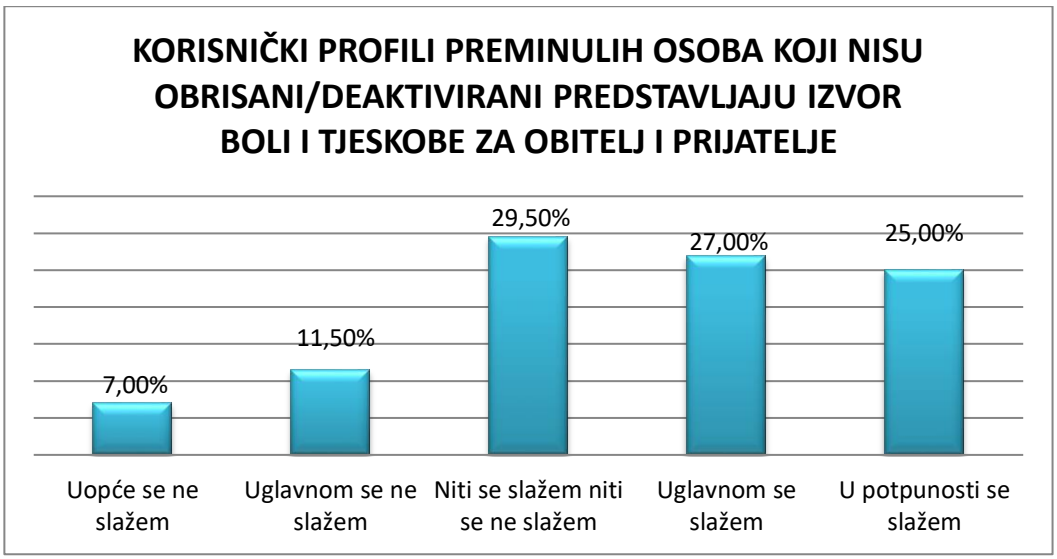
U sljedećem pitanju koje se bavi stavovima spram pitanja korištenja i upravljanja korisničkim profilima preminulih osoba, ispitanici su odredili u kojoj mjeri se slažu s navedenim tvrdnjama. Ponuđenih tvrdnji bilo je šest, a ponuđeni odgovori bili u rangirani od 1 do 5, pri čemu je 1 značilo da se uopće ne slažu, 2 da se uglavnom ne slažu, 3 niti se slažu, niti se ne slažu, 4 da se uglavnom slažu i 5 je označavalo da se u potpunosti slažu s navedenom tvrdnjom. Prva tvrdnja označavala je slaganje s tezom da bi korisničke profile trebalo obrisati/deaktivirati odmah nakon smrti osobe, pri čemu se 35% (70) ispitanika slaže s navedenom tvrdnjom, 24,50% (49) se uglavnom slaže, 17,5% (35) se niti slaže niti ne slaže, 14% (28) se uopće ne slaže, a 9% (18) ispitanika se uglavnom ne slaže s tvrdnjom da bi se korisnički profili nakon smrti osobe trebali odmah obrisati/deaktivirati.

Grafikon 32: Brisanje/deaktivacija profila nakon smrti osobe



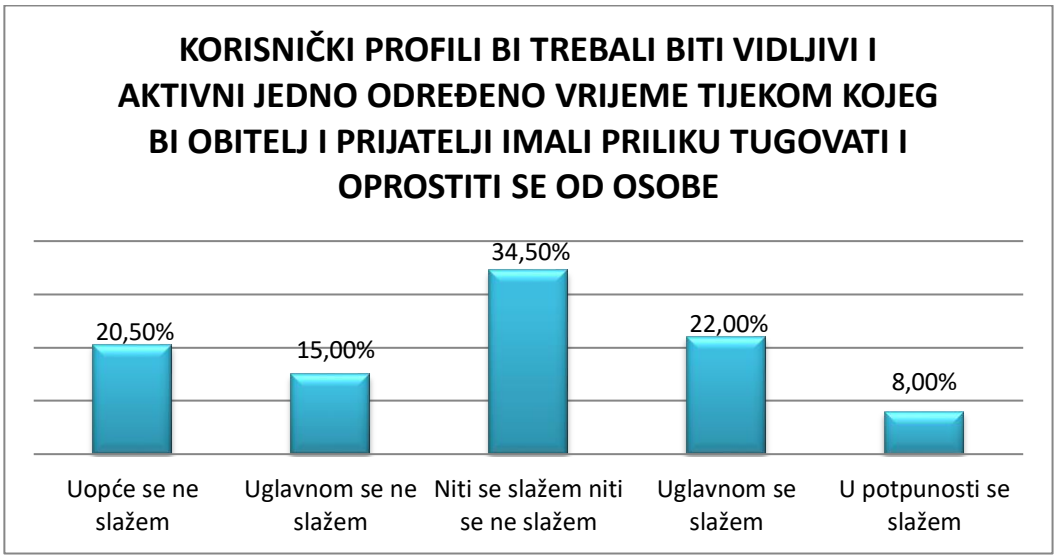
S tvrdnjom da korisnički profili preminulih osoba koji nisu obrisani/deaktivirani predstavljaju izvor boli i tjeskobe za članove obitelji i prijatelje 29,50% (59) ispitanika se niti slaže niti ne slaže, 27% (54) se uglavnom slaže, 25% (50) se u potpunosti slaže, 11,50% (23) se uglavnom ne slaže, a 7% (14) ispitanika se uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom.

Grafikon 33: Vidljivi i dostupni korisnički profili preminulih predstavljaju izvor boli i tjeskobe za obitelj i prijatelje



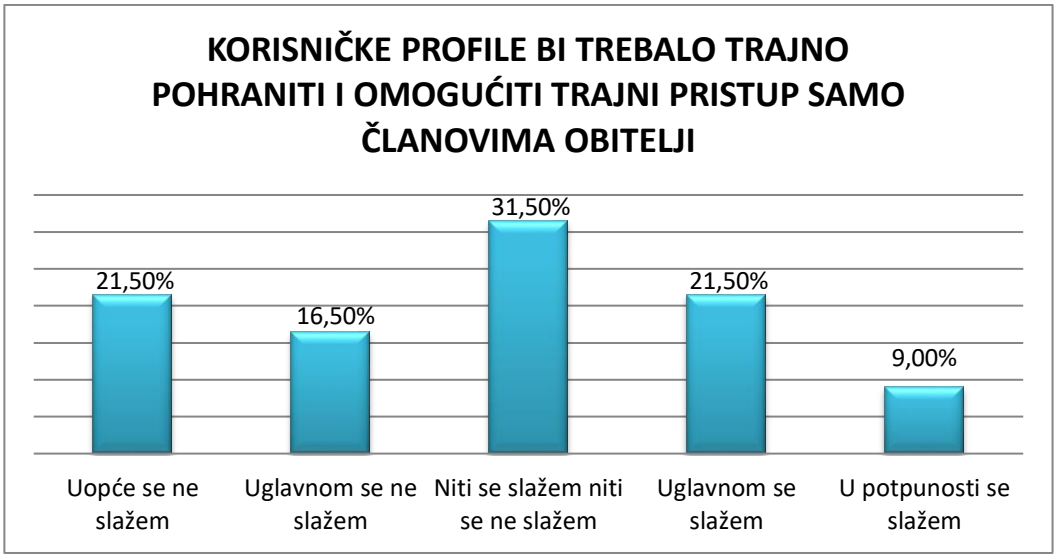
Tvrdnjom da bi korisnički profili trebali biti vidljivi i aktivni jedno određeno vrijeme tijekom kojeg bi obitelj i prijatelji imali priliku tugovati i oprostiti se od osobe, niti se slaže niti ne slaže 34,50% (69) ispitanika, uglavnom se slaže 22% (44), uopće se ne slaže 20,50% (41), uglavnom se ne slaže 15% (30), a u potpunosti se s navedenom tvrdnjom slaže 16 ispitanika, što iznosi 8% ukupnog uzorka.

Grafikon 34: Mogućnost opraštanja od preminule osobe putem korisničkih profila



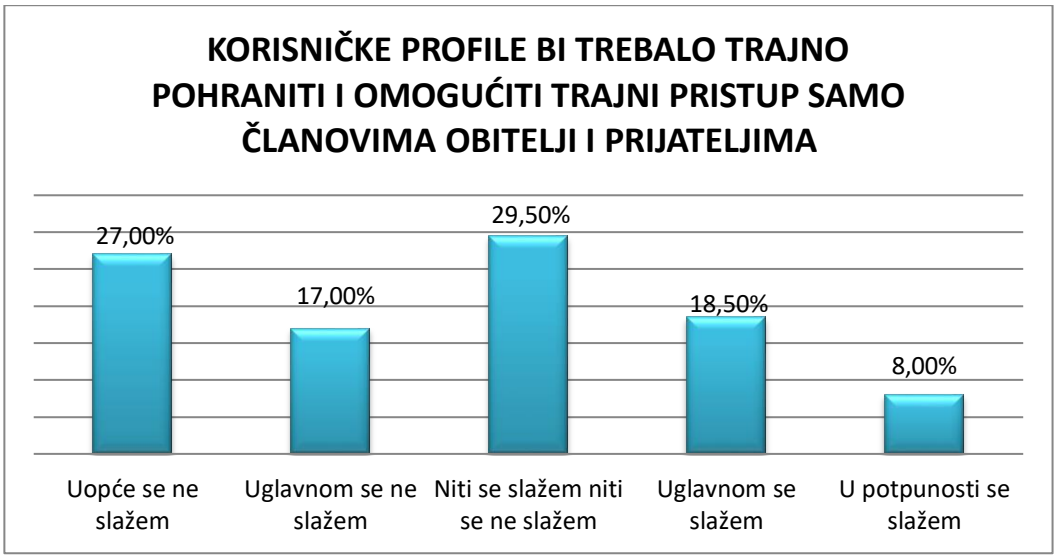
Sljedeća tvrdnja odnosila se na trajnu pohranu i mogućnost trajnog pristupa profilima preminulih samo za članove obitelji, pri čemu se 31,50% (63) ispitanika niti slaže niti ne slaže s tom tvrdnjom, jednak broj ispitanika, 21,50% (43) se uglavnom slaže i uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom, 16,50% (33) se uglavnom ne slaže, a 9% (18) ispitanika u potpunosti smatra kako bi korisničke profile preminulih trebalo trajno pohraniti i omogućiti trajni pristup samo članovima obitelji.

Grafikon 35: Trajni pristup i pohrana korisničkih profila preminulih samo za članove obitelji



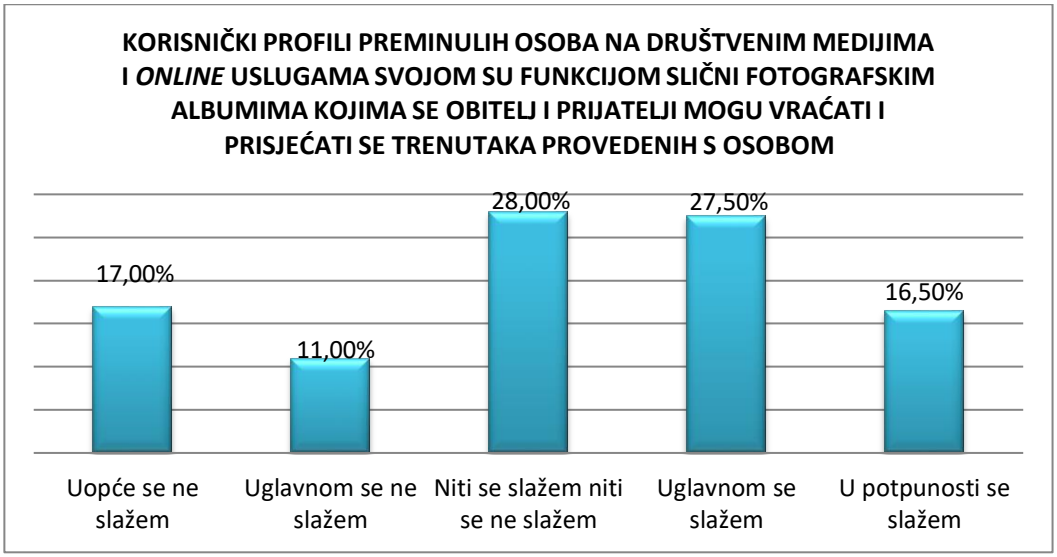
Oko tvrdnje da bi korisničke profile preminulih trebalo trajno pohraniti i omogućiti trajni pristup samo članovima obitelji i prijateljima niti se slaže niti ne slaže najveći postotak ispitanika, 29,50% (59), uopće se ne slaže 27% (54), uglavnom se slaže 18,50% (37), uglavnom se ne slaže 17% (34), a u potpunosti se slaže 16 ispitanika što iznosi 8% ukupnog uzorka.

Grafikon 36: Trajni pristup i pohrana korisničkih profila preminulih za članove obitelji i prijatelje



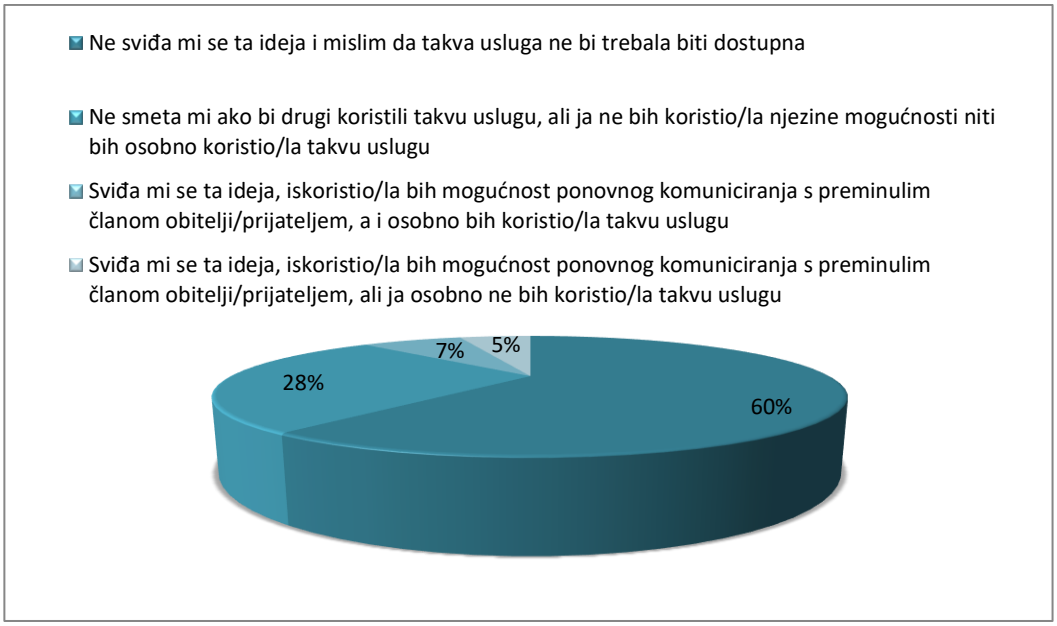
Da su korisnički profili preminulih osoba slični fotografskim albumima kojima se obitelj i prijatelji mogu vraćati i prisjećati se trenutaka provedenih s osobom niti se slaže niti se slaže 28% (56) ispitanika, uglavnom se slaže 27,50% (55), uopće se ne slaže 17% (34), u potpunosti se slaže 16,50% (33), a uglavnom se ne slaže 11% (22) ispitanika.

Grafikon 37: Sjećanje na preminule kroz njihove profile na društvenim medijima i online uslugama



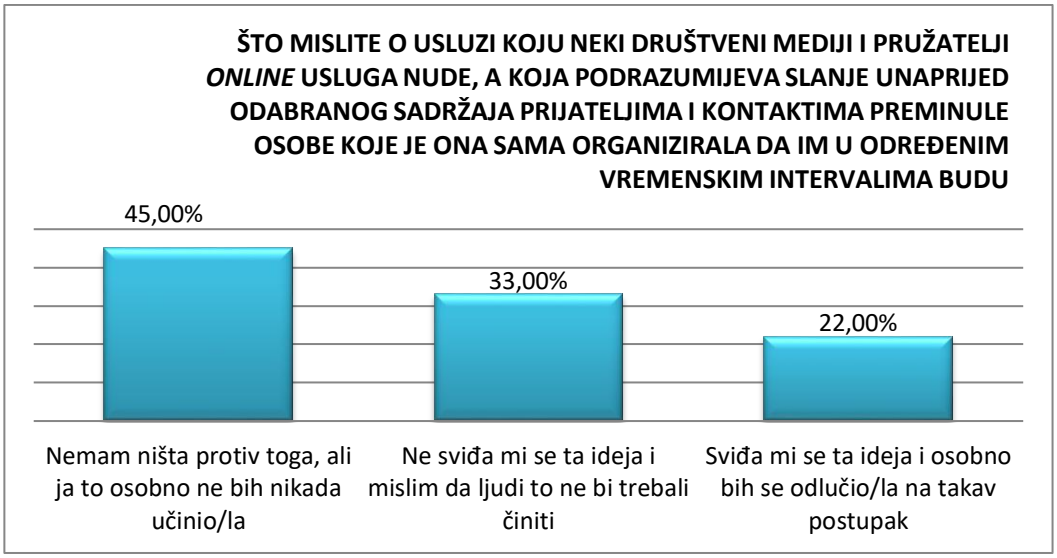
Sljedeće pitanje odnosilo se na uslugu daljenjeg održavanja (aktivnosti) korisničkih profila preminulih osoba simulacijom njihova ponašanja (npr. programirani botovi koji bi na osnovi informacija i sadržaja koje je osoba objavljivala tijekom života 'simulirali' ponašanje i komunikaciju preminule osobe) gdje se većini ispitanika 60,50% (121) takva ideja ne sviđa i smatraju da takva usluga ne bi trebala biti dostupna, 27,50% (55) ispitanika su odgovorili da im ne smeta ako bi drugi koristili takvu uslugu, ali oni osobno ne bi koristili njezine mogućnosti, 7% (14) ispitanika bi iskoristili mogućnost ponovnog komuniciranja s preminulim članom obitelji/prijateljem, te bi i osobno koristili takvu ulugu, dok 10 ispitanika ne bi osobno koristili takvu uslugu, ali bi je iskoristili za ponovno komuniciranje s preminulim članom obitelji/prijateljem, te oni čine 5% ukupnog uzorka ispitanika.

Grafikon 38: Usluga održavanja korisničkih profila preminulih osoba simulacijom njihova ponašanja



Kroz zadnje pitanje u upitniku ispitanici su izrazili mišljenje po pitanju usluge koju neki društveni mediji i pružatelji *online* usluga nude, a koja podrazumijeva slanje unaprijed odabranog sadržaja (e-pošte, napisanog teksta, snimljene fotografije, i sl.) prijateljima i kontaktima preminule osobe koje je ona sama organizirala da im u određenim vremenskim intervalima budu poslani nakon njezine smrti. 45% (90) ispitanika nema ništa protiv toga, ali oni osobno ne bi to nikada učinili, 33% (66) smatraju da ljudi ne bi trebali to činiti i ne sviđa im se ta ideja, dok bi se 22% (44) ispitanika odlučilo na takav postupak i sviđa im se takva ideja.

Grafikon 39: Usluga koja podrazumijeva slanje unaprijed odabranog sadržaja od strane preminule osobe



S obzirom na to da najveći broj ispitanika (113) pripada u dobnu skupnu između 18 i 25 godina te oni čine više od polovine ispitanika cjelokupnog uzorka, postavlja se pitanje kako se mlade osobe u toj dobi odnose na razmišljanja o smrti i organiziranju svoje digitalne ostavštine. Pretpostavka je da mlade osobe ne razmišljaju o pitanjima takve naravi, unatoč tomu što je svaki od ispitanika te dobi korisnik minimalno jednog društvenog medija ili *online* usluge (dok ih čak preko 80% koriste sustav e-pošte, *Facebook* i *YouTube*). Rezultati istraživanja pokazali su kako se mlade osobe odnose spram pitanja smrti i smrtnosti, i to na način da se ispitanici u najvećem broju u potpunosti slažu s tvrdnjom da smrt predstavlja konačni kraj čovjekovog fizičkog postojanja, ali da svijest/duh/duša nastavlja i dalje postojati. Malo manje od polovine mladih osoba izjasnili su se da imaju strah od smrti (ili su u nešto ipak manjem postotku neodlučni), dok je s druge strane kontradiktorno njihovo neslaganje s tvrdnjom da se o smrti ne bi trebalo javno razgovarati, te da bi je kao sastavni dio života trebalo demistificirati i detabuizirati. Ispitanici dobne skupine između 18 i 25 godina u najvećem postotku ne bi voljeli biti besmrtni iako se većina pozitivno izjasnila s tvrdnjom da imaju strah od smrti. Po pitanju organiziranja digitalne ostavštine, pretpostavka koja je ranije navedena (da mlade osobe ne razmišljaju o pitanju organiziranja (svoje) digitalne ostavštine)) pokazala se točnom. Naime, većina ispitanika dobne skupine između 18 i 25 godina izjasnili su se kako nisu razmišljali o tome što će biti s njihovom digitalnom ostavštinom, korisničkim profilima i *online* uslugama nakon njihove smrti te također većina mladih osoba nije razmišljala o trajnoj pohrani i čuvanju njihovih korisničkih profila i *online* usluga nakon njihove smrti. Manjinski dio uzorka

ispitanika koji pripadaju u dobnu skupinu između 18 i 25 godina htjeli bi sačuvati svoj korisnički profil kao 'zamrznuti' profil koji bi, kao svojevrsni memorijalni prostor, bio pohranjen na posebnom (ali dostupnom) mjestu na mrežnim stranicama društvenog medija, odnosno *online* usluge. Zaključiti se može kako mlade osobe ne žele u 'živjeti' digitalni život poslije smrti u kojemu bi njihovi prijatelji (kontakti) mogli izgrađivati svojevrsnu interakciju. Mladi korisnici društvenih medija i *online* usluga također nisu upoznati s činjenicom da mogu odabrati osobe kojima će njihovi podaci biti vidljivi i dostupni nakon njihove smrti.

Ispitanici koji pripadaju u dobnu skupinu između 26 i 35 godina po pitanju smrti i organiziranja digitalne ostavštine poistovjećuju se s ispitanicima dobne skupine između 18 i 25 godina, samo što su stariji ispitanici neodlučni po pitanju straha od smrti, pa isto tako i po pitanju besmrtnosti. Ispitanici koji pripadaju u dobnu skupinu preko 35 godina (čine manji dio ukupnog uzorka ispitanika, tek 17%) neodlučni su po pitanju straha od smrti, ali smatraju da bi se o smrti trebalo javno razgovarati te da bi je kao sastavni dio života trebalo demistificirati i detabuizirati. Po pitanju besmrtnosti, za razliku od mlađe populacije, većina ispitanika dobne skupine preko 35 godina uopće se ne slaže s tvrdnjom da bi voljeli biti besmrtni, te također ne bi dopustili da njihovi korisnički profili na društvenim medijima i *online* uslugama budu trajno pohranjeni i sačuvani nakon njihove smrti, što potvrđuje pretpostavku da stariji ispitanici za razliku od mladih osoba ipak donekle razmišljaju o organiziranju svoje digitalne ostavštine. Mlađi ispitanici (18-25 godina) uglavnom su neodlučni spram pitanja korištenja i upravljanja korisničkim profilima preminulih osoba, dok se starije osobe u najvećoj mjeri slažu s tim da korisnički profili preminulih osoba koji nisu obrisani/deaktivirani predstavljaju izvor boli i tjeskobe za članove obitelji i prijatelje, da bi korisničke profile trebalo trajno pohraniti i omogućiti trajni pristup samo članovima obitelji te se u najvećoj mjeri slažu s tim da su korisnički profili preminulih osoba na društvenim medijima i *online* uslugama svojom funkcijom slični fotografskim albumima kojima se obitelj i prijatelji mogu vraćati i prisjećati se trenutaka provedenih s osobom.

Ispitanici koji nisu upoznati s činjenicom da na određenim društvenim medijima i *online* uslugama mogu urediti postavke po pitanju nasljeđivanja i upravljanja njihovom digitalnom ostavštinom, tj. odabrati osobe kojima će njihovi podatci biti vidljivi i dostupni i nakon njihove smrti, u najvećem postotku smatraju kako odluku o korisničkim profilima preminulih osoba treba donijeti sama osoba (npr. putem oporuke ili odabirom postavki prilikom kreiranja korisničkog profila), te isti ti korisnici u najvećem broju rijetko prihvaćaju zadane postavke privatnosti i sigurnosti (uglavnom ih sami uređuju), što pokazuje dosljednost njihovih stavova

i uvjerenja (jer je pretpostavka da su već odredili 'budućnost' svojih profila uređujući osobno postavke privatnosti i sigurnosti).

Ispitanici koji među svojim prijateljima/kontaktima na društvenim medijima imaju osobu koja je preminula, a čiji je korisnički profil još uvijek vidljiv, u najvećem broju se slažu s tvrdnjom da bi korisničke profile trebalo obrisati/deaktivirati odmah nakon smrti osobe te se uglavnom i u potpunosti ne slažu s tim da su korisnički profili preminulih osoba na društvenim medijima i *online* uslugama svojom funkcijom slični fotografskim albumima kojima se obitelj i prijatelji mogu vraćati i prisjećati se trenutaka provedenih s osobom, dok se ispitanici koji među svojim prijateljima/kontaktima nemaju takvu osobu također u najvećoj mjeri slažu s tim da bi korisničke profile trebalo obrisati/deaktivirati odmah nakon smrti osobe te se uglavnom slažu s tvrdnjom da korisnički profili preminulih osoba koji nisu obrisani/deaktivirani predstavljaju izvor boli i tjeskobe za članove obitelji i prijatelje. Većinski rezutati ispitanika međusobno se podudaraju, što govori o dosljednosti u njihovim stavovima i uvjerenjima.

5.4. Ispitivanje hipoteza

Analizom rezultata istraživanja ispitale su se prethodno postavljene hipoteze.

Prva hipoteza u kojoj se tvrdi da osobe pri kreiranju korisničkih profila na društvenim medijima i *online* uslugama nastoje organizirati i zaštititi svoje podatke, kao i informacije (sadržaje) koje kreiraju, odnosno vode računa o postavkama privatnosti i sigurnosti svojih korisničkih profila je potvrđena. Naime, iz dobivenih rezultata vidljivo je da većina ispitanika koristi nekakav oblik zaštite na svojim uređajima (npr. glavnu pristupnu zaporku, enkripciju i sl.). Ispitanici su u najvećoj mjeri zapamtili svoje podatke (ime i zaporku) za ulaz na korisničke profile, te u istoj toj mjeri nisu 'podijelili' podatke s drugom osobom. O postavkama privatnosti koje određuju tko može vidjeti objave, komentare i fotografije na društvenim medijima, poslati 'zahtjev za prijateljstvo' ili kontaktirati putem privatne poruke ispitanici vode računa u toj mjeri da rijetko prihvaćaju zadane postavke (uglavnom ih sami uređuju), a kod postavki sigurnosti koje uključuju primanje obavijesti prilikom pristupa računu putem drugog uređaja ili (drugog) pretraživača, dodatnu zaštita putem koda koji se šalje na mobilni uređaj ili odabiranje prijatelja za otljučavanje računa (ukoliko dođe do zaključavanja) nikada ne prihvaćaju zadane postavke, nego ih uvijek sami određuju. Ispitanici također brinu o svojim digitalnim sadržajima s računala, mobilnih uređaja i USB memorijskih pogona, tako što skoro polovina redovito kopira

sadržaje i podatke na DVD, vanjski tvrdi disk ili rezervni USB memorisjki pogon. Kod razlike u spolu istraživanje je pokazalo da više od pola ispitanika muškog spola redovito kopira sadržaje i podatke na DVD, vanjski tvrdi disk, rezervni USB memorijski pogon i dr., dok ženski spol na takav način u nešto manjem postotku čuva svoje digitalne sadržaje. Isto tako, velik broj ispitanika ženskog spola ne radi ništa po pitanju čuvanja svojih digitalnih sadržaja, dok je kod muškog spola taj postotak u pola manji.

Druga je hipoteza u kojoj se tvrdi da korisnici društvenih medija i *online* usluga svoje korisničke profile, kao i digitalne informacije i sadržaje koje na njima stvaraju tijekom života, smatraju svojom digitalnom ostavštinom za koju se treba pobrinuti nakon njihove smrti, kao i za fizičku ostavštinu (organizirati je, zaštititi, odrediti nasljednika i sl.) je djelomično potvrđena. Ispitanici u najvećoj mjeri nisu razmišljali o tome što će biti s njihovom digitalnom ostavštinom i korisničkim profilima na društvenim medijima i ostalim *online* uslugama nakon njihove smrti, a oni koji su o tome razmišljali, natoje samo donekle organizirati i zaštititi svoje digitalne sadržaje. Nadalje, većina ispitanika ne bi dopustili da njihovi korisnički profili na društvenim mrežama i drugim *online* uslugama budu trajno pohranjeni i sačuvani nakon njihove smrti, a nekolicina onih koji bi to dopustili, odabrali bi način 'zamrznutog' profila koji bi, kao svojevrsni memorijalni prostor, bio pohranjen na posebnom (ali dostupnom) mjestu na mrežnim stranicama društvenog medija, odnosno *online* usluge. Po pitanju prava upravljanja i zaštite digitalnih sadržaja i korisničkih profila osoba nakon njihove smrti (tzv. organiziranje i upravljanje digitalnom ostavštinom preminulih) ispitanici su ostali neodlučni, te ih jednak broj smatra da je to nešto što se bi i ne bi trebalo zakonski regulirati (npr. putem Zakona o nasljeđivanju), dok s druge strane nešto više od polovine ih smatra da društveni mediji i *online* usluge u svoje postavke trebaju uključiti i mogućnost odabira 'nasljednika' kreiranog korisničkog profila. Većina ispitanika nije upoznato s činjenicom da na određenim društvenim medijima i *online* uslugama mogu urediti postavke, tj. odabrati osobe kojima će njihovi podatci biti vidljivi i dostupni i nakon njihove smrti, te smatraju kako bi o korisničkim profilima preminulih osoba trebala odlučivati bliža obitelj ili kako tu odluku treba donijeti sama osoba (npr. putem oporuke ili odabirom postavki prilikom kreiranja korisničkog profila).

Treća hipoteza digitalna ostavština preminulih osoba ima pozitivan utjecaj na njima bliske osobe (obitelj, prijatelji) jer im može pomoći tijekom faze tugovanja te umanjiti osjećaj gubitka (odlaska osobe) je djelomično odbačena. Ispitanici se u potpunosti slažu s tvrdnjom da bi korisničke profile trebalo obrisati/deaktivirati odmah nakon smrti osobe, te se uglavnom i u potpunosti slažu da takvi profili koji nisu obrisani/deaktivirani predstavljaju izvor boli i

tjeskobe za članove obitelji i prijatelje. Neodlučni su oko toga bi li korisnički profili trebali biti vidljivi i aktivni jedno određeno vrijeme tijekom kojeg bi obitelj i prijatelji imali priliku tugovati i oprostiti se od osobe. Također se većina ispitanika niti slaže niti ne slaže s tvrdnjom da su korisnički profili preminulih osoba na društvenim medijima i *online* uslugama svojom funkcijom slični fotografskim albumima kojima se obitelj i prijatelji mogu vraćati i prisjećati se trenutaka provedenih s osobom, pa s toga nisu niti sigurni trebaju li korisnički profili preminulih biti trajno pohranjeni i dostupni članovima obitelji i prijateljima.

Četvrta hipoteza koja tvrdi da su ljudi u informacijskom društvu skloni digitalnu ostavštinu osobe (njezine korisničke profile, informacije i sadržaje koje su tijekom života stvarali i objavljivali, *online* komunikaciju i dr.) promatrati kao svojevrstan produžetak (nastavak) života preminule osobe, odnosno kao prostor na kojem ta osoba nastavlja 'postojati' i nakon smrti te su po tom pitanju skloni iskoristiti mogućnosti i prednosti informacijsko-komunikacijske tehnologije je odbačena. Rezultati istraživanja pokazali su da se ispitanicima ne sviđa ideja daljenjeg održavanja (aktivnosti) korisničkih profila preminulih osoba simulacijom njihova ponašanja, te da takva usluga ne bi trebala biti dostupna (npr. programirani botovi koji bi na osnovi informacija i sadržaja koje je osoba objavljivala tijekom života 'simulirali' ponašanje i komunikaciju preminule osobe), te da im ne smeta ako bi drugi koristili takvu uslugu, ali oni osobno ne bi koristili njezine mogućnosti. Istraživanje je također pokazalo da ispitanici ne prihvaćaju ideju koju neki društveni mediji i pružatelji *online* usluga nude, a koja podrazumijeva slanje unaprijed odabranog sadržaja (e-pošte, napisanog teksta, snimljene fotografije, i sl.) prijateljima i kontaktima preminule osobe koje je ona sama organizirala da im u određenim vremenskim intervalima budu poslani nakon njezine smrti, te također smatraju kako to ljudi ne bi trebali činiti, niti bi se oni osobno odlučili za takvu uslugu.

6. ZAKLJUČAK

Činjenica je da trenutak fizičke smrti nije i kraj digitalnog života osobe. Korisnički računi na društvenim medijima i *online* uslugama i dalje postoje negdje na Mreži, obitelj i prijatelji mogu preminulima slati e-poštu ili pisati objave na njihovom Facebook zidu ili retweetati

njihove objave koje su pisali prije smrti. Važno je napomenuti da će se ova situacija, u kojoj pružatelji *online* usluga nisu (na vrijeme) obaviješteni o smrti svojih korisnika pa ne znaju kada i kako reagirati, u kojoj ti isti pružatelji usluga često nemaju uređene postavke privatnosti, sigurnosti i upravljanja digitalnom imovinom preminulih, u kojoj zakon nije dovoljno ili uopće dorečen i u kojoj ni sami korisnici nisu svjesni niti sigurni u svoja prava i obveze po tom pitanju, u bližoj budućnosti promijeniti. Taj nedostatak ususta vljenosti postavki i politike pružatelja *online* usluga s jedne strane i zakona, tj. pravnog okvira s druge strane, te nedostatak njihove međusobne koordiniranosti, znači da u ovo vrijeme korisnici trebaju biti proaktivni kada je u pitanju očuvanje njihove digitalne ostavštine, koju žele zbrinuti u skladu sa svojim željama, posebno ako informacije i sadržaje na društvenim mrežama i *online* uslugama žele zadržati privatnima. No, to može biti zahtjevan i mukotrpan proces s obzirom na neujednačene postavke privatnosti i sugurnosti društvenih medija i *online* usluga. Jedinstveni zakoni koji vrijede za sve *online* račune trebali bi pojednostaviti te na taj način riješiti problem u kojem različite privatne tvrtke svaka na svoj (nefleksibilan) način i u skladu s vlastitom politikom poslovanja i ostvarivanja profita, rješavaju pitanja postupanja s digitalnom ostavštinom. Provedeno istraživanje pokazalo je kako ispitanici još uvijek ne razmišljaju (dovoljno) što će biti s njihovom digitalnom ostavštinom i korisničkim profilima na društvenim medijima i *online* uslugama nakon njihove smrti, te nastoje samo donekle organizirati i zaštititi svoje digitalne sadržaje što znači da je u budućnosti, posebno ukoliko u obzir uzmemo razvoj i širenje digitalne i informacijsko-komunikacijske tehnologije te njihovih mogućnosti, potrebno osvijestiti ljude o važnosti pravilnog organiziranja i zaštite njihove digitalne ostavštine. U jednakom broju ispitanici smatraju kako se pitanje prava upravljanja i zaštite digitalnih sadržaja i korisničkih profila osoba nakon smrti i bi i ne bi trebalo zakonski regulirati, dok s druge strane smatraju da u postavke privatnosti i sigurnosti treba uključiti nasljednika kreiranog korisničkog profila. Dakle, unatoč nedovoljno razvijenoj percpeciji koncepata kao što su digitalni život poslije smrti, odnosno digitalna ostvaština, i njihove važnosti u životu suvremenog 'digitalnog građanina', dio ispitanika je ipak svjestan da ta pitanja nisu bezazlena i prolazna te da će u budućnosti svakako morati postojati mehanizmi koji će ih regulirati - bilo putem zakonodavnog sustava bilo kroz uvjete poslovanja samih pružatelja usluga.

U suvremenom informacijskom društvu naša percepcije smrti, procesa tugovanja i upravljanja ostavštinom preminulih, promijenila se na puno načina. Novi načini *online* komunikacije i oblici komunikacije i interakcije promijenili su način na koji suvremeni čovjek poima smrt, gubitak, na koji tuguje i oprašta se od voljenih te način na koji se odnosi prema

onome što su njegovi voljeni stvarali za života i unutar digitalne sfere. Prije svega, pitanje nasljeđivanja, upravljanja i zaštite digitalne ostavštine preminulih može utjecati na iskustvo smrti ožalošćenoga, budući da je najčešće ožalošćeni taj koji u teškim trenutcima mora donijeti odluku i po pitanju digitalne ostavštine – koncepta koji trenutno, odnosno još uvijek, nije niti društveno niti pravno institucionaliziran i riješen. Ožalošćeni tuguju na *online* memorijalnim stranicama i memorijalnim profilima na društvenim mrežama, te se može reći da takva vrsta rituala predstavlja novi oblik ponašanja u kontekstu smrti i osjećaja emocionalnog gubitka koji izlazi izvan tradicionalno utemeljene prakse. Znanstvenici upozoravaju kako takve promjene ne moraju uvijek biti pozitivne, iz razloga što se zapisom na društvenom mediju ili *online* usluzi možda ublažuje istinitost javnog izražavanja tuge te da se taj proces tugovanja nikada neće završiti s obzirom na gotovo trajno postojanje tih zapisa, ali i trajni (digitalni) podsjetnik na osobu koja više nije tu. Također, javno tugovanje drugih može izazvati disonantna iskustva za one čija vjerska uvjerenja zahtijevaju kraj javnog izražavanja tuge sukladno ograničenjima prakse tugovanja koja postoje u nekim kulturama. Istraživanje je isto tako pokazalo kako se ispitanici u potpunosti slažu s tvrdnjom da bi korisničke profile trebalo obrisati/deaktivirati odmah nakon smrti osobe, te se uglavnom i u potpunosti slažu da takvi profili koji nisu obrisani/deaktivirani predstavljaju izvor boli i tjeskobe za članove obitelji i prijatelje što može biti pokazateljem da još uvijek postoje velike razlike između poimanja fizičke ostavštine preminulih (fotografija, osobnih objekata i sl.) koju njihovi voljeni čuvaju i vraćaju joj se kada se žele prisjetiti minulih trenutaka i digitalne ostavštine koju percipiraju na jedan udaljeni, apstraktni način koji im možda i otežava taj postupak emocionalnog povezivanja, tj. poistovjećivanja digitalnih informacija i sadržaja s identitetom preminulog i onim što je on nekada bio. Ispitanicima se ne sviđa ideja daljenjeg održavanja (aktivnosti) korisničkih profila preminulih osoba simulacijom njihova ponašanja, te smatraju da takva usluga ne bi trebala biti dostupna.

S obzirom na (hiper)produkciju digitalnih sadržaja i način na koji čovjek danas, posebno mlađe generacije, koriste digitalnu tehnologiju – "svaki dan cijeli dan" (24/7) – moguće je predvidjeti da će pitanja kojima se ovaj rad bavi biti iznimno važna u bližoj budućnosti – koje sadržaje i kako sačuvati, kako ih zaštititi, kome prepustiti odgovornost odlučivanja, kako usuglasiti zakon s promjenama koje dolaze, koje će društvene institucije, uz same pružatelje usluga, preuzeti brigu i skrb o takvim informacijama i sadržajima te kako uopće društvo osvijestiti o važnosti rješavanja tih pitanja. Gotovo bez sumnje možemo tvrditi da će digitalna tehnologija, zahvaljujući eksponencijalnom tehnološkom razvoju, postati neizostavni dio ne

samo komunikacije, već i čovjekove interakcije s ljudima i objektima koji ga okružuju, ali i s okolišem općenito. Neupitno je da će čovjek budućnosti kroz proces digitalne (*online*, virtualne) komunikacije i interakcije za sobom ostaviti brojne digitalne tragove, no upitno je koji će od tih tragova i koliki značaj imati za društvo u cjelini, što će na kraju odrediti i stav koji će to društvo spram njih zauzeti

LITERATURA I IZVORI

1. Adhikari, Sandeep. Digital afterlife: A general overwiev. Business Information Technology, Oulu University of Applied Sciences, 2012. URL: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/45379/Adhikari_Sandeep.pdf?sequence=1 (2014-06-24)

2. Anderson Janna; Rainie Lee. Net Threats. Pew Research Center, 2014. URL: http://www.pewinternet.org/2014/07/03/net-threats/ (2015-06-16)
3. Anderson Janna; Rainie Lee. Digital life in 2025. The Internet of Things Will Thrive by 2025. Pew Research Center, 2014. URL: http://www.pewinternet.org/files/2014/05/PIP_Internet-of-things_0514142.pdf (2015-06-16)
4. Arambašić, Lidija. Gubitak, tugovanje, podrška. Jastrebarsko: Naklada Slap, 2005.
5. BBC podcast Digital Human (7. epizoda 2. serijala) URL: http://www.bbc.co.uk/programmes/b01nt3y2 (2014-08-24)
6. BillionGraves. URL: http://billiongraves.com/ (2014-07-16)
7. Black Mirror 2.01. Be right back. Review. URL: http://www.gamesradar.com/black-mirror-2-01-be-right-back-review/ (2014-09-04)
8. Carroll, Evan; Romano, John. Your Digital Afterlife. When Facebook, Flickr and Twitter Are Your Estate, What's Your Legacy? 2011.
9. Caroll, E. Infographic: What Happens to Your Online Presence When You Die? // The Digital Beyond, 2014. URL: http://www.thedigitalbeyond.com/2014/06/what-happens-to-your-online-presence-when-you-die-infographic/ (2014-07-15)
10. Caroll, E. What happens to your Twitter account when you die? // The Digital Beyond, 2014. URL: http://www.thedigitalbeyond.com/2014/04/what-happens-to-your-twitter-account-when-you-die/ (2014-07-15)
11. Caroll, E. What happens to your LinkedIn account when you die? // The Digital Beyond, 2014. URL: http://www.thedigitalbeyond.com/2014/05/what-happens-to-your-linkedin-account-when-you-die/ (2014-07-20)
12. Cirrus Legacy. Your digital legacy secured. http://www.cirruslegacy.com/index.php (2014-07-18)
13. Dr Bellamy, Craig; Dr Arnold Michael; Dr Gibbs Martin; Dr Nansen Bjorn; Dr Kohn Tamara. Death and the Internet. Consumer issues for planning and managing digital legacies, 2013. URL: https://accan.org.au/grants/completed-grants/466-department-of-information-systems-university-of-melbourne (2014-07-22)
14. Facebook Help Centre. What will happen to my account if I pass away? URL: https://www.facebook.com/help/103897939701143 (2014-08-04)
15. Ferrante, Rachael E. The relationship between digital assets and their transference at death: "It's complicated." Loyola Journal Of Public Interest Law 15, no. 1: 37-61. July 2013. Academic Search Complete, EBSCOhost (2014-07-09)

16. Find A Grave. URL: http://www.findagrave.com/ (2014-07-16)
17. Google Accounts Help. Submit a request regarding a deceased user's account. URL: https://support.google.com/accounts/contact/deceased?hl=en&rd=1 (2014-08-04)
18. Jankélévitch, Vladimir. Smrt. Zagreb: Agm, 2011.
19. Jones, Steve. 404 Not Found: The Internet and the afterlife. Omega 49, 1 (2004), str. 83–88. URL: http://dx.doi.org/10.2190/8UUF-GLEG-X6T5-UNJM (2015-06-16)
20. Kasket, Elaine. Being-Towards-Death In The Digital Age. Existential Analysis: Journal Of The Society For Existential Analysis 23, 2 (2012)., str. 249-261. Academic Search Complete, EBSCOhost (2014-07-23)
21. Kocijan-Hercigonja, Dubravka. Psihološki aspekti umiranja i smrti. // Crkva u svijetu 33 1(1998), str. 21-29. URL: http://hrcak.srce.hr/50870 (2014-07-28)
22. Kutler, Noam. Protecting your online you: a new approach to handling your online persona after death. Berkeley Technology Law Journal 26, 4 (2011)., str. 1641-1668. Business Source Complete, EBSCOhost (2014-07-22)
23. Laise, Eleanor. Protect Digital Assets After Your Death. Kiplinger's Retirement Report 20, 5 (2013)., str. 16-17. Business Source Complete, EBSCOhost (2014-07-22)
24. LifeNaut. URL: https://www.lifenaut.com/mindfile/faqs/ (2014-07-16)
25. LinkedIn Help Centre. Deceased LinkedIn Member - Removing Profile. URL: https://help.linkedin.com/app/answers/detail/a_id/2842 (2014-08-04)
26. Moody, Raymond; Arcangel, Dianne. Život poslije gubitka: kako pronaći nadu u životu poslije života. Zagreb: V.B.Z., 2005.
27. National Strategy for Trusted Identities in Cyberspace (NSTIC), U.S.A. URL: http://www.nist.gov/nstic/focus-areas.html (2014-07-01)
28. Neshama. URL: http://www.neshama.info/?pageId=111 (2014-07-16)
29. Noel, Brook; D.Blair, Pamela. Kako preboljeti gubitak voljene osobe. Zagreb: V.B.Z., 2012.
30. Perrone, Maria. What happens when we die: estate planning of digital assets, CommLaw Conspectus 2013., str. 185-186. URL: http://scholarship.law.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1503&context=commlaw (2014-07-22)
31. Sherlock, Alexandra. Larger than life: Digital resurrection and the re-enchantment of society. // Information Society 29, 3(2013), str. 164–176. URL: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01972243.2013.777302 (2015-06-16)
32. Štifanić, Mirko. Kultura umiranja, smrti i žalovanja. Rijeka: Adamić, 2009.

33. The Guardian. Interactive gravestones: how the dead live on, online. URL: http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2012/sep/05/interactive-gravestones-dead-live-online (2014-07-16)
34. Tuerk, Andreas. Google Public Policy Blog. Plan your digital afterlife with Inactive Account Manager, 2013. URL: http://googlepublicpolicy.blogspot.com/2013/04/plan-your-digital-afterlife-with.html (2014-08-04)
35. Twitter Help Centre. Contacting Twitter about a deceased user or media concerning a deceased family member. URL: https://support.twitter.com/groups/33-report-a-violation/topics/122-reporting-violations/articles/87894-how-to-contact-twitter-about-a-deceased-user (2014-08-16)
36. What if. Facebook of the Dead. URL: https://what-if.xkcd.com/69/ (2014-07-18)
37. Wu, Stephen S. Digital Afterlife: What Happens to Your Data When You Die. Cooke Kobrick & Wu LLP. 2013.URL: http://dataedge.ischool.berkeley.edu/2013/pdf/digital-afterlife-white-paper.pdf (2014-06-24)
38. Zakon o međunarodnim mjerama ograničavanja. Narodne novine, 139/08, 41/14. URL: http://www.zakon.hr/z/481/zakon-o-me%C4%91unarodnim-mjerama-ograni%C4%8Davanja (2015-06-15)
39. Zakon o nasljeđivanju. Narodne novine, 48/03, 163/03, 35/05, 127/13, 33/15; na snazi od 01.04.2015. URL: http://www.zakon.hr/z/87/Zakon-o-naslje%C4%91ivanju (2015-06-15)

PRILOZI

Anketni upitnik

Poštovani,

Upitnik koji je pred Vama dio je istraživanja stavova i uvjerenja spram pitanja korištenja i upravljanja digitalnom ostavštinom (npr. sustav e-pošte, korisnički profili na društvenim medijima

i drugim *online* uslugama) osobe nakon njezine smrti i utjecajem koje takva ostavština ima na proces tugovanja i osjećaje ožalošćenih. Istraživanje se provodi u svrhu izradbe diplomskog rada pod nazivom "*Digitalna besmrtnost: stavovi i uvjerenja prema digitalnom životu poslije smrti*". Anketa je anonimna, a Vaši odgovori i rezultati ankete koristit će se isključivo u svrhu izradbe diplomskog rada. Ispunjavanje ankete ne bi trebalo oduzeti više od 10 minuta Vašeg vremena. Hvala Vam unaprijed!

OPĆI PODATCI

Spol: Ž □ M □

Dob:

- < 18 godina □
- 18 – 25 godina □
- 26 – 35 godina □
- 36 – 45 godina □
- 46 > godina □

Zanimanje:

- Učenik □
- Student □
- Zaposlen □
- Nezaposlen □
- Umirovljenik □

KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MEDIJA I ONLINE USLUGA

Koje društvene medije i *online* usluge koristite? (Moguće je odabrati više odgovora.)

- sustav e-pošte □
- Facebook □
- Twitter □
- Google+ □

- LinkedIn □
- YouTube □
- Fickr □
- Pinterest □
- Instagram □
- Tumblr □
- LastFM □
- usluge *online* bankarstva □
- usluge tzv. komercijalnih računa (eBay račun, Amazon račun, PayPal i sl.) □
- *Cloud* usluge (npr. Dropbox) □
- Drugo. Molim Vas navedite što!
  _____

Jeste li na nekom društvenom mediju ili za neku *online* uslugu kreirali više korisničkih profila (računa)?

- Da. □
- Ne. □

Putem kojih uređaja pristupate Vašim korisničkim profilima na društvenim medijima i *online* uslugama? (Moguće je odabrati više odgovora.)

- stolno računalo □
- prijenosno računalo □
- tablet □
- e-čitač □
- pametni telefon (mobitel) □

Koristite li nekakav oblik zaštite na Vašim uređajima (npr. glavnu pristupnu zaporku, enkripciju i sl.)?

- Da. □
- Ne. □

Na koji ste način osigurali Vaše podatke (ime i zaporku) za ulaz na korisničke profile? (Moguće je odabrati više odgovora.)

- Zapamtio/la sam ih. □
- Pohranio/la (zabilježio/la) sam ih na sigurno mjesto. □
- Koristim sustav za organizaciju i upravljanje korisničkim podatcima (npr. LastPass, KeePass i sl.). □

Zna li netko, osim Vas, Vaše podatke (ime i zaporku) za ulaz na (neke) Vaše korisničke profile?

- Da, rekao/la sam ih drugoj osobi. □
- Ne, podatke ne zna nitko osim mene. □

Na koji način čuvate Vaše digitalne sadržaje (npr. važne dokumente, fotografije, tekstove i sl.) s računala, mobilnih uređaja, USB memorijskog pogona i sl.? (Moguće je odabrati više odgovora.)

- (Redovito) kopiram sadržaje i podatke na DVD, vanjski tvrdi disk, rezervni USB memorijski pogon i dr. □
- (Redovito) kopiram sadržaje na neki od *Cloud* servisa (npr. Dropbox). □
- Ne radim ništa po tom pitanju. □

Kako koristite postavke privatnosti i postavke sigurnosti Vaših korisničkih profila na društvenim medijima i *online* uslugama?

(Postavke privatnosti određuju tko može vidjeti Vaše objave, komentare i fotografije na društvenim medijima; tko Vam može poslati 'zahtjev za prijateljstvo' ili Vas kontaktirati putem prvatne poruke u *inbox*. Postavke sigurnosti uključuju primanje obavijesti prilikom pristupa računu putem drugog uređaja ili (drugog) pretraživača, dodatnu zaštitu putem koda koji se šalje na mobilni uređaj, odabiranje prijatelja za otljučavanje računa (ukoliko dođe do zaključavanja) i sl.)

	Uvijek prihvaćam zadane postavke.	Često prihvaćam zadane postavke.	Rijetko prihvaćam zadane postavke (uglavnom ih sam(a) uređujem).	Nikada ne prihvaćam zadane postavke (uvijek ih sam(a) uređujem).	Postavke mi nisu važne.
Privatnost					
Sigurnost					

Znate li da možete (i na koji način) obrisati/deaktivirati Vaš korisnički profil?

- Znam da takva mogućnost postoji, ali nisam upoznat/a s postupkom brisanja/deaktivacije. □
- Znam da takva mogućnost postoji i upoznat/a sam s postupkom brisanja/deaktivacije nekih korisničkih profila. □
- Znam da takva mogućnost postoji i upoznat/a sam s postupkom brisanja/deaktivacije svih korisničkih profila. □
- Ne znam da postoji takva mogućnost. □

ODNOS PREMA PITANJIMA SMRTI I SMRTNOSTI ČOVJEKA

Što sve, prema Vašem mišljenju, čini čovjekov identitet? (Moguće je odabrati više odgovora.)

Tijelo □

Um (misli, sjećanja, emocije, volja i dr.) □

Svijest □

Duh/Duša □

U niže navedenoj tablici nalaze se tvrdnje koje se odnose na Vaše stavove spram pitanja smrti i smrtnosti.

Molim Vas, označite u kojoj se mjeri slažete, tj. ne slažete s niže navedenim tvrdnjama.

	Uopće se ne slažem.	Uglavnom se ne slažem.	Niti se slažem niti se ne slažem.	Uglavnom se slažem.	U potpunosti se slažem.
Smrt predstavlja konačni kraj čovjekovog postojanja.					
Smrt predstavlja konačni kraj čovjekovog fizičkog postojanja, ali svijest/duh/duša nastavlja i dalje postojati.					
Bojim se smrti.					
Smrt nije nešto o čemu bismo trebali javno razgovarati.					
S djecom ne bi trebalo razgovarati o					

smrti.					
Smrt je sastavni dio života i trebalo bi je demistificirati i detabuizirati.					
Imam oporuku ili je planiram sastaviti.					
Volio bih biti besmrtan.					
Smatram da će tehnološki napredak jednoga dana čovjeku omogućiti postizanje besmrtnosti.					

DIGITALNA OSTAVŠTINA PREMINULIH OSOBA

Jeste li ikada razmišljali što će biti s Vašom digitalnom ostavštinom (sadržajima i informacijama na računalu, mobilnom uređaju, USB memorijskom pogonu, vanjskom tvrdom disku i sl.) i Vašim korisničkim profilima na društvenim medijima i ostalim *online* uslugama nakon Vaše smrti?

- Jesam, ali ne činim ništa po tom pitanju. □
- Jesam, i nastojim donekle organizirati i zaštiti svoje digitalne sadržaje i informacije, odnosno podatke na društvenim medijima i *online* uslugama. □
- Jesam, i nastojim maksimalno organizirati i zaštititi svoje digitalne sadržaje i informacije, odnosno podatke na društvenim medijima i *online* uslugama. □
- Ne, nisam razmišljao/la o tome. □

Biste li dopustili da Vaši korisnički profili na društvenim medijima i drugim *online* uslugama budu trajno pohranjeni i sačuvani, tj. i nakon Vaše smrti?

- Da. □
- Ne. □
- Ne znam, nisam razmišljao/la o tome. □

(Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili niječno ("Ne" ili "Ne znam"), molimo Vas da preskočite ovo pitanje.)

Na koji biste način voljeli sačuvati Vaš korisnički profil (korisničke profile)?

- Kao 'zamrznuti' profil koji bi, kao svojevrsni memorijalni prostor, bio pohranjen na posebnom (ali dostupnom) mjestu na mrežnim stranicama društvenog medija, odnosno *online* usluge. □
- Kao profil koji bi i dalje bio *online*, ali na kojem moji prijatelji (kontakti) ne bi mogli biti aktivni (komentirati, *lajkati*, objavljivati sadržaje i dr.). □
- Kao profil koji bi i dalje bio *online* i na kojem bi moji prijatelji (kontakti) i dalje mogli biti aktivni (komentirati, *lajkati*, objavljivati sadržaje i dr.). □
- Kao profil na kojem bi svojevrsna simulacija moje osobnosti i dalje komunicirala s mojim prijateljima (kontaktima). (Simulacije Vaše osobnosti mogu biti npr. programirani botovi koji bi na osnovi informacija i sadržaja koje ste objavljivali tijekom života 'simulirali' Vaše ponašanje i komunikaciju.) □

Trebaju li društveni mediji i *online* usluge u svoje postavke uključiti i mogućnost odabira 'nasljednika' kreiranog korisničkog profila?

- Da. □
- Ne. □

Smatrate li da je pitanje prava upravljanja i zaštite digitalnih sadržaja i korisničkih profila osoba nakon njihove smrti (tzv. organiziranje i upravljanje digitalnom ostavštinom preminulih) nešto što bi trebalo zakonski regulirati (npr. putem Zakona o nasljeđivanju)?

- Da. □
- Ne. □

Jeste li upoznati s činjenicom da na određenim društvenim medijima i *online* uslugama možete urediti postavke, tj. odabrati osobe kojima će Vaši podatci biti vidljivi i dostupni i nakon Vaše smrti?

- Jesam, ali nisam uredio/la te postavke. □
- Jesam, i uredio/la sam te postavke. □
- Nisam znao/la da imam takvu mogućnost. □

Tko bi, prema Vašem mišljenju, trebao odlučivati o korisničkim profilima preminulih osoba? (Moguće je odabrati više odgovora.)

- Društveni medij/pružatelj *online* usluge (npr. Facebook, Twitter i dr.) □
- Bliža obitelj (roditelji, supružnik, djeca) □
- Dalja obitelj □
- Prijatelji (s kojima je korisnik prijatelj i u fizičkoj stvarnosti) □
- Prijatelji (s kojima je korisnik "samo" virtualni/*online* prijatelj)) □
- Svi prijatelji/kontakti. □
- Tu odluku treba donijeti sama osoba (npr. putem oporuke ili odabirom postavki prilikom kreiranja korisničkog profila). □

Imate li među svojim prijateljima/kontaktima na društvenim medijima osobu koja je preminula, a čiji je korisnički profil još uvijek vidljiv?

- Da. □
- Ne. □

(Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili niječno ("Ne"), molimo Vas da preskočite ovo pitanje.)

Kako se odnosite prema profilu takve osobe? (Moguće je odabrati više odgovora.)

- Samo posjećujem profil (čitam stare objave, gledam fotografije i sl.). □
- Ostavljam poruke na profile (koje su i drugima vidljive). □
- Ostavljam private poruke (u inbox). □
- Označim osobu na fotografijama, tekstu, objavi, komentaru i sl. □
- Ništa ne poduzimam. □

U niže navedenoj tablici nalaze se tvrdnje koje se odnose na Vaše stavove spram pitanja korištenja i upravljanja korisničkim profilima preminulih osoba.

Molim Vas, označite u kojoj se mjeri slažete, tj. ne slažete s niže navedenim tvrdnjama.

	Uopće se ne slažem.	Uglavnom se ne slažem.	Niti se slažem niti se ne slažem.	Uglavnom se slažem.	U potpunosti se slažem.

Korisničke profile bi trebalo obrisati/deaktivirati odmah nakon smrti osobe.					
Korisnički profili preminulih osoba koji nisu obrisani/deaktivirani predstavljaju izvor boli i tjeskobe za članove obitelji i prijatelje.					
Korisnički profili bi trebali biti vidljivi i aktivni jedno određeno vrijeme tijekom kojeg bi obitelj i prijatelji imali priliku tugovati i oprostiti se od osobe.					
Korisničke profile bi trebalo trajno pohraniti i omogućiti trajni pristup samo članovima obitelji.					
Korisničke profile bi trebalo trajno pohraniti i omogućiti trajni pristup i članovima obitelji i prijateljima.					
Korisnički profili preminulih osoba na društvenim medijima i *online* uslugama svojom su funkcijom slični fotografskim albumima kojima se obitelj i prijatelji mogu vraćati i prisjećati se trenutaka provedenih s					

osobom.					

Što mislite o usluzi daljenjeg održavanja (aktivnosti) korisničkih profila preminulih osoba simulacijom njihova ponašanja? (Npr. programirani botovi koji bi na osnovi informacija i sadržaja koje je osoba objavljivala tijekom života 'simulirali' ponašanje i komunikaciju preminule osobe)?

- Sviđa mi se ta ideja, iskoristio/la bih mogućnost ponovnog komuniciranja s preminulim članom obitelji/prijateljem, ali ja osobno ne bih iskoristio/la takvu uslugu. □
- Sviđa mi se ta ideja, iskoristio/la bih mogućnost ponovnog komuniciranja s preminulim članom obitelji/prijateljem, a i osobno bih iskoristio/la takvu uslugu. □
- Ne smeta mi ako bi drugi koristili takvu uslugu, ali ja ne bih koristio/la njezine mogućnosti niti bih osobno koristio/la takvu uslugu. □
- Ne sviđa mi se ta ideja i mislim da takva usluga ne bi trebala biti dostupna. □

Što mislite o usluzi koju neki društveni mediji i pružatelji *online* usluga nude, a koja podrazumijeva slanje unaprijed odabranog sadržaja (e-pošte, napisanog teksta, snimljene fotografije, i sl.) prijateljima i kontaktima preminule osobe koje je ona sama organizirala da im u određenim vremenskim intervalima budu poslani nakon njezine smrti?

- Sviđa mi se ta ideja i osobno bih se odlučio/la na takav postupak. □
- Nemam ništa protiv toga, ali ja to osobno ne bih nikada učinio/la. □
- Ne sviđa mi se ta ideja i mislim da ljudi to ne bi trebali činiti. □