

UNIVERZITET U SARAJEVU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK: SOCIOLOGIJA
PREDMET: SOCIOLOGIJA KOMUNIKACIJA

Tema rada:

MOBILNA KOMUNIKACIJA I UMREŽENO DRUŠTVO

Završni magistarski rad

Kandidat
Botonjić Jasmina

Mentor
Prof. dr. Nijaz Ibrulj
Doc.dr. Jelena Gaković

Sarajevo, *septembar 2020.*

2020.

Botonjić Jasmina Mobilna komunikacija i umreženo društvo

UNIVERZITET U SARAJEVU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK: SOCIOLOGIJA
PREDMET: SOCIOLOGIJA KOMUNIKACIJA

Tema rada:

MOBILNA KOMUNIKACIJA I UMREŽENO DRUŠTVO

Završni magistarski rad

Kandidat

Botonjić Jasmina

Mentor

Prof. dr. Nijaz Ibrulj

Doc.dr. Jelena Gaković

Sarajevo, *septembar 2020.*

SADRŽAJ

UVOD.....	1
2. MATERIJAL I METOD RADA.....	4
2. 1. Materijal.....	4
2. 2. Metod rada.....	4
2. 3. Teza rada.....	4
3. MOBILNA KOMUNIKACIJA, VIRTUALNO BIĆE, IDENTITET, INTERNET	5
3. 1. Pojam mobilnih komunikacija	5
3. 2. Sebstvo – virtualno biće i identitet.....	6
3. 3. Internet – tkivo naših života	9
3. 3. 1. Internet kultura	12
3. 3. 1. 1. Tehno –elite	14
3. 3. 1. 2. Hakeri.....	15
3. 3. 1. 3. Virtualne zajednice	17
3. 3. 1. 4. Poduzetnici kao kultura difuzije Interneta.....	18
4. REVOLUCIJA UMREŽENOG DRUŠTVA	20
5. EKONOMIJA I TEHNOLOŠKO DOBA U UMREŽENOM DRUŠTVU	25
5. 1. Informacijska ekonomija	26
5. 2. Globalna ekonomija	27
5. 3. Umrežena nova ekonomija	30
6. UMREŽENE ORGANIZACIJE I INSTITUCIJE	31
6. 1. Umrežavanje poduzeća, udruživanja i promjena korporacija.....	32
6. 2. Umreženo poduzeće i tehnologija informacija	33
7. RADNICI U UMREŽENOM DRUŠTVU	34
8. SVAKODNEVNI VIRTUALNI ŽIVOT.....	36
9. NOVI MEDIJI.....	38
9. 1. Digitalna televizija – HD.....	39
9. 2. Digitalno kino	40
9. 3. Video igre	41
9. 4. Digitalna muzika	43
9. 5. Politika i mediji.....	44
10. PROSTOR U UMREŽENOM DRUŠTVU	46

11. VRIJEME U UMREŽENOM DRUŠTVU	49
12. MOĆ U UMREŽENOM DRUŠTVU.....	51
12. 1. Moć u mrežama.....	53
12. 1. 1. Država i moć globalnog doba.....	54
13. UMREŽENO DIGITALNO DOBA.....	56
13. 1. Vizualna digitalna kultura.....	57
13. 2. Estetika i interaktivna umjetnost.....	58
13. 3. Interaktivna i lokativna umjetnička okruženja.....	59
13. 4. Razmjena znanja putem mreže	60
13. 4. 1. Uticaj formalnih faktora na razmjenu znanja	63
13. 4. 2. Razmjena znanja u virtualnim i umreženim organizacijama	64
14. DEMOKRATIJA U UMREŽENOM DRUŠTVU	67
15. ZAKLJUČAK	72
16. LITERATURA	74

UVOD

Obzirom da živimo u informacijskom društvu koje iz dana u dan postaje sve više robotizovano i automatizovano možemo primjetiti da se mobilne komunikacije i informacijsko komunikacijske tehnologije (ICT) razvijaju velikim intenzitetom. Ako pogledamo zadnjih trideset godina razvijeno je već nekoliko generacija mobilnih komunikacija. Intenzivno se istražuju nove funkcionalnosti koje bi mogla donijeti peta generacija (5G) dok četvrta generacija (4G) tek nalazi svoju široku primjenu¹.

Naredna generacija mobilnih komunikacija integrisati će nanotehnologiju, pametni radio, kreiranje funkcija u oblaku, MIMO, antensku tehnologiju, OFDMA. Pored toga očekuje se veoma visok porast mobilnog prometa i do 100 puta veći broj povezanih uređaja, trajanje baterije za uređaje niske potrošnje i do 10 godina, ušteda energije i do 90%, brzina prijenosa podataka do krajnjeg korisnika između 1Gbit/s i 10Gbit/s kao i visok stepen zaštite privatnosti korisničkih podataka. Danas se informacije sve više pojavljuju u složenim vezama ljudi i mašina te se kultura više ne može shvatiti kao odvojena od tehnologije. U suštini kulture su nacionalne ali se u sve većoj mjeri globalno prepoznaje povezivanje ljudi i mašina kao novi način informisanja². Danas Internet omogućuje planetarne transmisije tekstova, slika kao i zvukova na međukulturne granice uz „malo buke“. Komunikacija se odvija sa velikom digitalnom tačnošću a informacije bez smetnji putuju iz bilo koje tačke na Zemlji do bilo koje druge tačke ili tačaka.

Ono što je izrazito bitno za ovaj rad i na čemu će se uglavnom bazirati analiziranje ovog rada jesu mobilne komunikacije, identitet svakog pojedinca, umreženo društvo, njegove osnovne karakteristike, uticaj umreženog društva na ekonomiju, poduzeća, koji su to prostori na kojima se ostvaruje umreženo društvo kao i njegov sami uticaj na te prostore, ali i to šta vrijeme znači u „mreži“. Pored svega navedenog osvrnuti ćemo se i na svakodnevni virtualni život, nove medije te demokratiju u umreženom društvu. Umreženo društvo detaljno je proučavao sociolog Manuel Castells u svojim brojnim studijima koje će biti jedan od najvažnijih literaturnih izvora ovog rada. Castells objašnjava samo nastajanje „Mreže“ te strukturu moći i značaj Interneta. Manuel Castells objavljuje knjigu *Communication Power* u

¹ Burazer, B., *Budućnost mobilnih komunikacija i izazovi normizacije*, Hrvatski zavod za norme Zagreb, 2014, str. 1.

² Poster, Mark, *Information please ,culture and politics in the age of digital machines*, Duke University Press London, 2006, str. 9.

kojoj se nalaze odgovori na mnoga pitanja vezana za pojam mreže, Interneta, koristi kao i prednosti i mane ovog medija. Knjiga *Communication Power* je objavljena prvi put 2009. godine.

Priča o Internetu kao i njegovom razvoju te njegovoj ekspanziji prema Castellsu ukazuje nam na to da je čovjek subjekt koji pokušava prijeći sve prepreke kako bi pokrenuo revoluciju koja bi kasnije prouzrokovala stvaranje novog, komunikacijski kao i tehnološki povezanog svijeta. Umreženo društvo (networked society) predstavlja najpoznatiju Castellsovu teoriju. Castells društvo smatra isključivo globalno, u njemu su odnosi organizovani u vidu komunikacijskih – medijskih mreža. Odnosi koji su organizovani u komunikacijskim mrežama zamjenjuju ali i nadopunjuju uobičajenu komunikaciju licem u lice. Pored toga društvo je podijeljeno na one koji sastavljaju mreže, one koji su uključeni u mreže te one koji su isključeni iz mreže te samim tim ne sudjeluju u njoj i označeni su kao „antipode“.

Stvarnost se sada dijeli na fizičku i virtualnu ili izmišljenu. Upravo ova virtualna ili izmišljena stvarnost prema Castellsu je ona prava obzirom da ljudi počinju misliti o stvarima onako kako im to masovni mediji prezentiraju a ne onakve kakve su one u realnom svijetu. Simbolička izmišljena stvarnost dobija na značaju jer publika odnosno korisnici ovakvih medija žive kroz multimedije.

Društvo današnjice okarakterisano je velikim brojem kao i uticajem medija te načina njihovog djelovanja. Novi medij u odnosu na stari donosi nešto novo i neočekivano. Kako navodi Arjen Mulder fotografija je u redu ali film je „pomična slika“, film je u redu ali televizija događaje prenosi uživo, TV je u redu ali Web je interaktivan. Svaki medij se razvojem želi dokazati kao transparentniji od onog prethodnog. Na takav način su se mediji od novinskih primjeraka razvili u platforme instant komunikacije, prvo auditivno, zatim tekstualne te audiovizualne te na takav način omogućuju saradnju osoba kilometrima daleko. Nastanak društvenih mreža dovodi komunikaciju na sasvim novi nivo. Mišljenja o napretku tehnologija su različita, dok neki smatraju da je taj napredak svijet učinio pristupačnijim drugi pak misle da se čovjek na ovakav način pokušajem zbližavanja udaljio sam od sebe a potom i od bližnjih.

Ako posmatramo uopšteno digitalno doba pojavljuju se neki novi termini koji u suštini i nisu tako novi nego im je bila potrebna podloga kako bi se reprezentovali u stvarnom svijetu. Pa prema svemu imamo netokraciju kao novu društvenu klasu koja postaje današnja savremena posljedica kapitalizma, buržoazije, totalitarizma a globalno selo označava današnji svijet u vidu internetskih mreža i digitalnih prostora.

Kako navode Schmidt/Cohen snaga tehnologije ruši sve prastare prepreke ljudskoj komunikaciji kao što su zemljopisni položaj, jezik i ograničenost informacija, a podiže se novi val ljudske kreativnosti i potencijala koji cjelokupnim razvojem dobiva potpuni značaj³.

Pored Castellsa korištene su i studije drugih autora kao što je Steve Cohen i njegova knjiga *Virtualne odluke - Digitalne simulacije za učenje o obrazovanju u društvenim i humanističkim naukama*, zatim Mark Poster – *Informaciju molim*, Steven W. McChesney - *Bogati mediji, siromašna demokratija, komunikacijske politike u mutnim vremenima*, Ben Agger – *Virtualno sebstvo*, Andrew Darley - *Virtualna digitalna kultura*, Anna Bentkowska-Kafel i sar. – *Digitalna vizualna kultura*, Henry Jenkins i David Thorburn – *Demokratija i novi mediji*, te mnogih drugi.

Pored svega navedenog u radu je istraživana demokratičnost medija kao i to ko posjeduje snažne glasove koji mogu ukazati na potrebne promjene u društvu današnjice.

³ Schmidt, E.; Cohen, J. *Novo digitalno doba: nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i posloovati*. Zagreb: Profil, 2014., str. 23.

2. MATERIJAL I METOD RADA

2. 1. Materijal

Kao materijal u ovom radu korišteni su različiti literaturni izvori, brojni istraživački članci, rezultati istraživanja, zbornici radova te mnogobrojne objavljene knjige na zadanu temu.

2. 2. Metod rada

U ovom radu primjenjivane su slijedeće metode:

- **Konceptualna analiza fenomena**
- **Fenomenološka analiza društvenih relacija**
- **Uvođenje sistema analitičkih hipoteza**
- **Historijska metoda**

2. 3. Teza rada

Obzirom na analiziranje literaturnih izvora i dostupnih podataka možemo postaviti slijedeću tezu ovog rada:

„Masovnijim i naprednijim promjenama u tehnologiji stvara se paralelno dvostruko društvo bez zajedničkih dodirnih tačaka koje ih povezuju.“

Navedena teza rada odnosi se na stvaranje novih društava koja su povezana mrežom čime dobivamo globalno povezano društvo bogatih ljudi kojima je omogućeno i dostupno svako tehnološko dostignuće. U skladu sa ovim i određene regije u samim državama povezuju se na isti način sa regijama drugih država. Kao rezultat toga stvara se jedno bogato umreženo društvo koje daleko više napreduje i jedno marginalno lokalizovano siromašno društvo koje s tim u vezi zaostaje. Na ovakav način nastala su paralelno dva društva koja nemaju nikakvu poveznicu. Najvažniji korak u ovako opisanom društvu jeste povezati ova dva „svijeta“.

3. MOBILNA KOMUNIKACIJA, VIRTUALNO BIĆE, IDENTITET, INTERNET

3. 1. Pojam mobilnih komunikacija

Pojam mobilne komunikacije označava bežične komunikacijske sisteme unutar kojih se komunikacija između korisnika odvija putem radio talasa uslijed čega se najmanje jedan korisnik kreće ili je zaustavljen na nekoj unaprijed nepoznatoj lokaciji. Ovaj pojam također znači i komunikacija u pokretu, bez vremenskih i prostornih ograničenja odnosno koncept „bilo kada i bilo gdje“. Mobilne komunikacije nastale su zbog potrebe korisnika za mobilnošću kao i neovisnosti od fizičke povezanosti na komunikacijsku mrežu. Sama mobilnost ostvaruje se sistemom baznih stanica a one radio signalom pokrivaju jedno određeno geografsko područje.

Prva generacija mobilnih komunikacija koja je bila analogna bez ikakvih mogućnosti prijenosa podataka puštena je u rad krajem 70-tih godina. Posljednja tri i pol desetljeća svjedočimo dinamičnom razvoju mobilnih komunikacija u radijskoj pristupnoj mreži ali i u jezgrenoj mreži. Tri glavna obilježja svake od generacija mobilnih komunikacija jesu: vrsta pristupne radijske mreže, vršna brzina prijenosa podataka te neophodna spektralna širina radio kanala. Prvi GSM sistem (Global System for Mobile Communications) iz reda druge generacije pojavljuje se početkom 1991. godine u Finskoj. U drugoj generaciji primijenjena je digitalna signalizacija u okviru radijske mreže te je omogućila prijenos kratkih poruka (SMS – Short Message System). Brzina prijenosa podataka iznosila je 9,6 kbit/s. Obzirom na porast brzine razvoja mobilnih komunikacija osiguranje interoperabilnosti radijske mreže postalo je prioritet. Nužan uslov koji će osigurati da GSM postane globalni mobilni komunikacijski sistem jeste stvaranje jednog zajedničkog standarda. GSM mobilne mreže su postale veoma popularne u cijelom svijetu toliko da su zauzimale i do 85% svjetskog tržišta mobilnih komunikacija. Ukupan broj korisnika mobilnih komunikacija prevazišao je sve očekivane prognoze te danas imamo preko 5 milijardi mobilnih pretplatnika u svijetu. Prosječna stopa rasta na globalnom nivou je oko 24%.

GPRS (General Packet Radio Service) jeste 2,5G generacija te se razlikuje od GSM konfiguracije po tome što su dodana dva nova mrežna elementa. Idući korak razvoja mobilnih komunikacija jeste tzv. EDGE (Enhanced Data rates for GSM Evolution) i on predstavlja 2,75G. Unutar 2G frekvencijskog područja omogućuje primjenu IP (Internet Protocol) multimedijalnih servisa kao i aplikacija s teoretskom brzinom prijenosa podataka koja iznosi 470 kbit/s u okviru optimalnih radijskih uslova. Nakon ove generacije pojavljuje se treća

generacija mobilne komunikacije 3G gdje je jezgrena mreža podijeljena na analogni i paketni dio. U okviru pve generacije razvija se 3GPP generacija koja je imala niz prednosti. Na ukupnu kvalitetu komunikacijskog sistema utiče i kategorija kao i kvalitet mobilnog uređaja koju korisnik upotrebljava.

5. generaciju mobilnih komunikacija karakterišu sljedeća poboljšanja ili nove funkcionalnosti: brzina prijenosa podataka u pokretu oko 1 Mbit/s, veća učinkovitost upotrebe radijskog spektra, bolja komunikacijska sigurnost, manje dimenzije kao i duže trajanje baterije tj. bolja energetska učinkovitost, olja rubna radijska pokrivenost, ukupno povratno kašnjenje („latency“) od 1ms, mogućnost raspodjele podataka prilikom slanja kao i primanja kroz dva različita komunikacijska kanala, gusta mreža malih radijskih ćelija, kako bi se povećao kapacitet mreže upotrebljavati će se tzv. MIMO tehnologija prostornog multipleksiranja radio signala, upotreba umjetne inteligencije u brojnim aplikacijama, bežični internet koji će omogućiti širokopojasnu komunikaciju te masovnu primjenu multimedijskog sadržaja

Prije 1980- tih mediji su se odnosili većinom na printane i analogne modele kao što su novine, televizija, kino i radio. Danas imamo digitalni radio, televiziju i kino dok su čak i printane novine transformisane novim tehnologijama kao što je manipulisanje slikama pomoću Adobe Photoshop – a i drugim alatima. U nove medije spadaju: internet, digitalna televizija, personalni računari, DVD, CD, MP3, mobitel, video ili kompjuterske igrice. Naziv „novi mediji“ možda i nije idealan termin za takav rang tehnologije ali je jedan koji je dosta prepoznat internacionalno i jedan koji je generalno povezan sa tehnološkim transformacijama koje su zauzele mjesto u zadnje vrijeme. Razlike između digitalnih i analognih medija su brojne. Kao prvo digitalni mediji su lako prenosivi preko različitih medijskih platformi, sa njima se lako manipuliše i umrežava, podaci mogu biti spašeni, ili pohranjeni te distribuirani, podaci se mogu prenositi bez gubitka kvaliteta. Ukratko, digitalni mediji prevazilaze analogne sisteme u brzini, kvalitetu i performansama.

3. 2. Sebstvo – virtualno biće i identitet

Pod „virtualnim bićem“ odnosno sebstvom Agger misli na osobu koja je povezana sa svijetom i drugima putem elektronske komunikacije, preko Interneta, televizije kao i mobilnih uređaja. Virtualnost predstavlja iskustvo „on line“ i korištenje računara, to je stanje postajanja a odnosi se na poseban način doživljavanja i interakcije sa svijetom.

Agger tvrdi da bez obzira što smo u fazi koja se naziva „modernost“ mi konstantno tražimo postmoderne teorijske kategorije a koje nam objašnjavaju način na koji naša medijska kultura i informacione tehnologije ulaze u naše glave, naša tijela te diktiraju naše svakodnevne aktivnosti tj. naš život koji uključuje roditeljstvo, rad, putovanje, školovanje, kupovinu. Informacijske tehnologije i medijska kultura pružaju bezbroj mogućnosti naročito književne prirode za preuzimanje kontrole nad našim životima.

„Virtualno biće“ se pronalazi u svakodnevnoj pošti, surfanju po Webu, ćaskanju, telefoniranju putem ćelija, faksiranju. To je postmoderno biće je manje stabilno i centrirano od bića prethodnih modernosti, kada je postojala jasna granica ili barijera između sebe i svijeta. Ipak, u isto vrijeme, Internet otvara novi svijet samopouzdanja, pripovijedanja, globalnih zajednica, interaktivne konstantnosti, možda čak i političkog organizovanja, prilično nepoznatog u sporijoj fazi modernosti.⁴

Internet također zahtijeva novu sociologiju, virtuelnu, koja koristi elektronske medije i komponuje se drugačije, više javno. Izvorni kapitalizam je ustupio mjesto postmodernom kapitalizmu u kojem su povezanost i samo – stvaranje jednako bliski ruci kao kućni kompjuter, laptop ili mobilni telefon. Internet kao i televizija predstavlja diverziju i podmuklost, jer upada u privatni prostor i privatne trenutke, bilo kod kuće ili u kancelariji. Sa druge strane, Internet je stvoren za književnog sebe u tome što olakšava njihov teret kada je potrebno istraživati, povezuje ih sa drugim autorima i čitaocima, omogućava im korespondenciju sa izdavačima i urednicima a možda i najvažnije omogućava im da svoje radove objavljuju na raznim web stranicama.

Vijek u kojem živimo kako navodi Nijaz Ibrulj u svojoj knjizi *Stoljeće rearanžiranja* mogao bi se nazvati upravo tako „stoljeće rearanžiranja“. Ono što se rearanžira jeste materija u naučnim pogonima, društvo u procesima društvene ontologije, individualni identitet u institucijama političke scene. Najznačajniji sociolozi današnjice nam govore o „pokušaju ljudi da“ – u razmatranjima koja su sadržana ili pomišljena u riječima multikulturalizma i same globalizacije – „odrede smisao nekoj od najtemeljnijih i najdramatičnijih promjena koje neophodno trebaju da rekonfiguriraju ekonomske aranžmane, dovedu u pitanje političke sisteme i preinače stvari koje su vezane za kulturne identitete. Rearanžiranje identiteta, fizičke

⁴Agger, B., *Virtual self*, Blackwell Publishing, Malden, USA, 2004., str.157.

susstance i rearanžiranje društvene ontologije ili društvenog svijeta konstruiše niz interaktivnih procesa koji treba da dovedu do transnacionanog identiteta i transnacionalne socijalizacije. Glavno pitanje koje se postavlja glasi: „Šta jeste, a šta treba biti identitet?“⁵

Rearanžiranje društvene ontologije uvijek započinje iz onog pravca prema kojem se ide. Rearanžiranje znači misliti iznova te dati opis nečeg novog što označava isti produkt ali dobiven na drugi način. Konkretno se misli na fizičko mijenjanje strukture nečega mehaničkim postupkom. Danas postoji više vrsta identiteta od kojih su najzačajniji usidreni identitet, mobilni i transnacionalni identitet. Kod usidrenog identiteta jaka sekvenca identiteta počiva na rigidnim sekvencama identiteta kakve su jezik, nacionalna kultura, nacionalna ekonomija, nacionalna geografija. Jaku teoriju identiteta zastupaju skeptici globalni procesa, tranzicije i integracije koju producira transnacionalni kapital i koji u isto vrijeme pokazuje da postoje bogati građani kao turisti koji obilaze svijet i siromašni lokalni građani kao emigranti koji lutaju po svijetu. Za bogate građane je rezervisana globalizacija a za siromašne je dovoljna dobra lokalizacija. Prema Baumanu bogataši prosto rečeno naseljavaju svijet a siromašni građani su vezani lancem za jedno mjesto jer nemaju iste mogućnosti.

Međutim danas smo svjedoci da je vrijeme usidrenog identiteta nepovratno prošlo, što znači da kategorija mentaliteta nije više vezana isključivo za etnički identitet ili za izolirani nacionalni identitet kojeg skrivlja prirodni jezik naroda i geografija koju su zauzeli u nacionalnoj historiji, a što se utemeljuje u nacionalnim institucijama započela je priprema kontrukcije mobilnog identiteta koji bi trebao biti socio-biološka osnova novog transnacionalnog identiteta. Transnacionalni identitet je forma identiteta u akviji ili mobilnog partnerstva koja nastaje iz potrebe liberalizacije prostora i vremena, stvaranje jedne liberalne, prostorno – vremenske komprese unutar koje će transnacionalni kapital biti zaštićen u multinacionalnim i internacionalnim kompanijama koje stvaraju profit a koje nemaju zapreke ni obaveze pri lokalnom razumijevanju prostora i vremena. Fragmentirani nacionalni ili etnički prostor i usidrenost u jednom izoliranom vremenu, kulturnom ili industrijskom, mijenja se u ime komprimovanog prostorno-vremenskog okruženja u kojem se realizuiju samo mobilne ili profitabilne relacije i partnerstva.⁶

⁵ Ibrulj, N., *Stoljeće rearanžiranja – eseji o identitetu, znanju i društvu*, Filozofsko društvo Theoria, Sarajevo 2005, str.17.

⁶ Ibrulj, N., *Stoljeće rearanžiranja – eseji o identitetu, znanju i društvu*, Filozofsko društvo Theoria, Sarajevo 2005, str.29.-31.

Svi društveni modeli u kojima učestvuje individualna osoba konfiguriraju njegov društveni identitet, njegov društveni status i njegov društveni uticaj koji može da ima na odvijanje stanja stvari i procesa u svakom od društvenih modela. Međutim društvena ontologija pojedinca prema Ibrulju pripada u jednu širu i temeljniju ontologiju ili u jedan holistički okvir konzistentnog znanja i vjerovanja o onome šta jedna osoba prihvata kao činjenicu ili kao stanje stvari. Društveni modeli formulišu pravila, vrijednosti ili držanje pojedinca unutar granica modela i na taj način izgrađuju njegovu društvenu svijest. Sa druge strane pojedinac ili grupa mijenja infrastrukturu modela društvene ontologije, kontrolišući prostor i vrijeme modela unutar kojeg funkcionišu, odnosno kontrolišući prostor i vrijeme modela unutar kojeg funkcionišu.

Način na koji je „infrastruktura“ društvene ontologije postavljena može se opisati kao rigidan ili kao liberalan, kao demokratski ili nedemokratski. Informacijska tehnologija globalno primijenjena na društvo može činiti ovu infrastrukturu inteligentnom, može ubrzati promjene unutar modela, može raširiti rezoluciju do hipermodela koji se podudara sa hiper-prostorom tako da se sutra počne govoriti o socijalnom osiguranju za sve državljane Evropske zajednice iz jedne kase i na jednom mjestu, o regulisanju pitanja vojne obaveze u sjedištu Nato-pakta u Brisleu , o završnoj maturi u isto vrijeme sa istim programom u cijeloj Evropi.⁷

3. 3. Internet – tkivo naših života

Internet predstavlja svjetsku to jeste globalnu računarsku mrežu koja može da povezuje mnoge računare kao i druge računarske mreže (poslovne, akademske, vladine) u jednu cjelinu a namjera jeste razmjena podataka i korištenje različitih sadržaja, usluga, servisa, elektroničkih pošti. Ono što je najbolje kod Interneta jeste to da ga niko ne posjeduje, te se još naziva mrežom svih mreža ili skupom globalnih mreža i velikih i malih. Samo ime Internet potiče od ideje međusobno povezanih mreža – eng. Interconnected networks ili međusobno povezane mreže. Internet nastaje sredinom 60-tih godina ko nuspojava hladnog rata razvojem sredstava komuniciranja. Oni računari koji su spojeni na Internet mogu biti spojeni žičnim i bežičnim putem. Od samog početka 1969. godine Internet je od 4 sistema računara proširen na desetine miliona povezanih računara. Bez obzira što niko ne posjeduje Internet to ne znači da se on ne prati i ne održava različitim načinima. U zadnjih nekoliko godina Internet bilježi dramatičan rast. 1969. godine u mreži ARPANET koja je prethodila Internetu bila su umrežena 4 čvora

⁷ *Ibid.* str. 33.

(umreženi računari engl. host). Nakon toga 1971. godine broj se povećava na 23, a 1979. godine bilo ih je 111; 1991. godine broj se povećao na 376.000. Značaj Interneta nam pokazuje i Manuel Castells koji započinje svoju knjigu *Internet galaksija* rečenicom: „Internet je tkivo naših života.”⁸

Interes za stvaranjem ovakve mreže ležao je u izgradnji mreže koja bi mogla izdržati eventualni nuklearni rat. Na početku dvadesetih godina tehnološki napredak je omogućio novu mrežnu revoluciju kada se razvio World Wide Web te je time Internet zakoračio u jednu novu eru koja je osigurala globalnu dostupnost. Sva nastojanja stvaranja decentralizovane i interaktivne mreže bila su ostvarena implementacijom softvera koji omogućuje neprekidno slanje te primanje poruka. Nakon razvoja WWW-a i njegovih pripadajućih Internet pretraživača mreža je potpuno stvorena te je Internet postao globalno dostupan svakom pojedincu. Ono što je prouzrokovalo razvoj informacijskih tehnologija Castells navodi kao dva smjera: prvi je interakcija raznih makro i mikro istraživačkih programa koji započinju stvaranje velikih tržišta i drugi koji predstavlja decentralizovane inovacije poticane od kultura tehnološkog stvaralaštva⁹. Internet nije stvoren u poslovnom svijetu. To je bio jedan jako skup projekt, jedna jako rizična investicija te nije pod vodstvom neke od privatnih firmi. Era nastanka Interneta šezdesetih godina jeste epoha u kojoj su velike korporacije radile na dosta konzervativan način i nisu bili spremni ulagati u tehnologiju.¹⁰

Internet nisu samo računari i telefonske linije, to je također softver, naročito protokoli koji omogućuju podacima da prođu kroz mrežu od čvora do čvora, da budu poslani i primljeni na pravom mjestu, u pravo vrijeme na pravi način. Softver također predstavlja Internet nama, u sučeljima na kompjuterskim zaslonima koji vizualiziraju Internet. Ovo sve je nekada bilo tekstualno ali sada su zaista multimediji oni koji kombinuju tekst, zvuk, slike ukratko sadržaj. Sada bi neki komentatori rekli da striktno govor nije dio Interneta, da je to ono što je Internet.¹¹

Sa korijenima iz 1950 – tih i 1960 – tih naš Internet nije ništa specijalno novi. Ono što je novo jesu povezane serije kompjuterskih mreža satelitima, wireless-om, svjetlovodnim kablovima i žicom koji su omogućili da tradicionalni model masovne komunikacije bude radiklano izmjenjen. Kroz ključne riječi Internet tražilica kao što je Yahoo, Lycos, Ask Jeeves, Alta Vista i Google milioni ljudi širom svijeta sada imaju instantno i lako pristup ogromnoj i

⁸ Castells, M., *Galaxia Internet*, Travesera de Gracia, Barcelona (2003), str. 19-41.

⁹ Castells, M., *The rise of the network society*, Golden marketing, 2000, str. 93.

¹⁰ Castells, M., *Galaxia internet*, Travesera de Gracia, Barcelona (2003), str.36.

¹¹ Bell, D., (1999), *The Coming Of Post-Industrial Society*, Basic Books, str. 42.

raznolikoj količini informacija online. Upoređujući enciklopedije i tradicionalne biblioteke, World Wide Web je omogućio iznenadnu i ogromnu decentralizaciju informacija.

Internet postaje dostupan većini ljudi tek 1990 - tih kada im kompjuteri postaju dostupni. U vrijeme kada je Internet identificiran kao novi mediji kompjuteri to nisu bili. Kompjuteri su korišteni da koordiniraju informacije na više lokacija ranih 1950- tih. Ovaj period je poznat kao „prva generacija“ računarske tehnologije koja je većinom bila kontrolisana kroz mehaničke ili elektromehaničke uređaje. Kao kontrast, druga generacija računara je obično povezana sa onima koji rade sa upotrebom vakuumskih cijevi. Ovakvi računari sa memorijom od manje od megabajta bi zauzeli četvrtinu fudbalskog igrališta. Sa dolaskom diskretnih tranzistora i SSI, MSI, LSI integrisanih krugova u 1970- tim treća generacija kompjuterskih sistema je proizvodila više prenosivih mini računara.

Internet ne pripada ni jednoj organizaciji niti preduzeću ali za njega brine Internet društvo. Internet društvo (eng. Internet Society ISOC) definiše se kao globalna međunarodna organizacija koja ima za cilj promovisanje otvorenog povezivanja sistema i Interneta. Član društva mogu da postanu sve zainteresovane osobe ili institucije. Na čelu društva je Nadzorni odbor (engl. Board of Trustees) kojeg biraju članovi društva. Sam ISOC okuplja više komiteta. Najznačajniji komitet je Internet Architecture Board (IAB).

Mediji su zapravo postali okruženje u kojem funkcionišu i koje se prilagođavaju svi ostali društveni sistemi. Sve više se primjećuje da su mediji važan faktor u svakodnevnim ljudskim aktivnostima, poslu, društvenim odnosima a i svim drugim oblastima života. Ove promjene navele su medijske istraživače i teoretičare da uslovno rečeno, obnove rad Torontoljske škole, odnosno istraživanja iz oblasti snažnog uticaja medija i medijskih tehnologija na društvo. Nova serija istraživanja može se smjestiti pod „kišobran“ teorijskog neologizma „medijatzacija“, koji postaje sve aktuelnija istraživačka i komunikološka tema u Evropi i svijetu ali polako počinje da zauzima značajno mjesto u smislu definisanja društvene stvarnosti i uslova socijalne interakcije/kulture.¹²

Treba naglasiti da se medijatzacija ne odnosi na svojevrsnu „kolonizaciju ili samo okupiranje društvenih oblasti koje mogu dovesti do mediokratije. Treba pretpostaviti da su se

¹² Hjarvard, S., *The Mediatization of Society, A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change*, Nordic Information Centre for Media and Communication Research, god. XXIX, br. 2, 2008., str. 113.

različite društvene institucije samomedijativale što znači da su se prilagodile novim uslovima društva gdje su mediji postali veoma značajne institucije. Naše iskustvo sa Internetom jeste takvo da je medijativano ekranima bez obzira da li šaljemo e-mail, pretražujemo virtualne knjige ili vršimo bilo koju drugu radnju.

Više od dvije decenije, svijet je u procesu strukturne transformacije. Cijeli ovaj proces je višedimenzionalan ali je i povezan sa pojavom tehnološke paradigme koja je zasnovana na informacijskim i komunikacijskim tehnološkim dostignućima te se kao takva neravnomjerno širila u svijetu. Historija Interneta pruža dovoljno dokaza da su proizvođači tehnologije upravo korisnici čiji se broj konstantno povećava. Posmatrano iz bilo kojeg ugla tehnologija je neophodna, ali nije dovoljan uslov za pojavu nekog novog oblika društvene organizacije koja je zasnovana na umrežavanju. Cijeli ovaj proces može se uporediti sa ulogom električne energije kao i elektromotora u širenju industrijskog društva upotrebom novih tehnologija proizvodnje energije i distribucije.

Mrežnom konstrukcijom Interneta izmjenjuje se ogroman broj informacija, a te informacije se uvijek mogu pregledati na zahtjev korisnika. Uspjeh kao i brzina konvergencije utiču na cijelo društvo a koje sve više ovisi o protoku informacija kao i njihove blagovremene distribucije. Mnoge medijske kuće uočavajući značaj mreže koristile su njen potencijal kako bi analogno njihovom postojećem formatu, stvorile medijski ekvivalent i na svjetskoj mreži. Mreža predstavlja uslov kao i okvir te pokretač egzistiranja elektronskih, mrežnih publikacija. Mreža je intrigantan i beskonačan model informatičkog povezivanja modernih društava mreža koji su najavljeni u radovima prvih sociologa.

3. 3. 1. Internet kultura

Sistemi tehnologije se društveno proizvode i društvena proizvodnja je uslovljena kulturom. Internet nije izuzetak od ovog pravila. Kultura proizvođača Interneta je dala formu ovog medija. Ovi proizvođači su bili i prvi korisnici mreže. Međutim u trenutnoj fazi globalne difuzije Interneta pogodno je uspostaviti razliku između proizvođača/korisnika i potrošača/korisnika Interneta.¹³

Proizvođači korisnici su oni čija upotreba Interneta daje povratne informacije tehnološkom sistemu, dok su potrošači/korisnici oni koji su prijemnici aplikacija i sistema koji

¹³ Castells, M., *Galaxia Internet*, Travesera de Gracia, Barcelona, (2003), str. 33.

nemaju direktnu interakciju sa razvojem Interneta iako njihova upotreba Interneta bez sumnje ima dodatni efekat na razvoj sistema. Internet kultura je kultura kreatora Interneta. Pod pojmom „kultura“ se misli na set vrijednosti vjerovanja koja zadovoljavaju određeno ponašanje. Šeme ponašanja ponavljanja generišu običaje koji su nametnuti institucijama kao i neformalnim društvenim organizacijama.

Kultura se toliko razlikuje od ideologije kao od psihologije ili individualnih reprezentacija. Ako se dobro manifestuje na određeni način kultura je kolektivna konstrukcija koja proizilazi iz individualnih preferencija i utiče na aktivnost osoba koje pripadaju nekoj određenoj kulturi u ovom slučaju korisnici/proizvođači Interneta.

Prema Castellsu Internet kultura se karakteriše kao postojanje jedne kulture koja je podijeljena na 4 dijela:

- **Tehnomeritokratska kultura**
- **Haker kultura**
- **Kultura virtualne zajednice**
- **Poduzetnička kultura**

Ove kulture zajedno tvore jednu ideologiju generalizovane slobode u svijetu Interneta. Međutim ova kultura ne predstavlja temeljnu kulturu Interneta jer nema direktnu interakciju sa razvojem tehnološkog sistema; sloboda ima raznoliku upotrebu.

Tehnomeritokratska kultura je specifična kao i kultura hakera kroz generacije normi i običaja u mrežama kooperacija i tehnoloških projekata. Kultura virtualna zajednica jeste jedna socijalna dimenzija tehnoloških kooperacija koji čine Internet medijem selektivne društvene interakcije i simboličkim dijelom. Poduzetnička kultura funkcioniše na bazi hakerske kulture i kulture zajednice kako bi proširila upotrebu Interneta u svim područjima života u zamjenu za novac.¹⁴

Bez tehnomeritokratske kulture hakeri bi bili samo jedna kontrakulturalna zajednica naročito puna „glupana“. Bez hakerske kulture, zajednice mreže na Internetu se ne bi mnogo razlikovale od drugih alternativnih zajednica. Na isti način bez hakerske kulture i vrijednosti zajednice, kultura poduzetništva se ne bi mogla okarakterisati kao specifičnost Interneta.

¹⁴ *Ibid.*, str. 44.

Na primjer Bill Gates ili Microsoft simbolizuju ili su simbolizovali poduzetničku kulturu bar u početnim fazama kompanije, međutim nisu bili proizvođači Interneta u tehnološkom smislu. Ustvari otišli su daleko 1994. godine. Iako je Gates u svojoj mladosti djelovao kao haker, nije bio dio ove kulture. Tako da Microsoft predstavlja struju poduzetništva koja se razvila u komercijalizaciju procesa tehnoloških inovacija u informatici bez podjele temeljnih vrijednosti inovacija.¹⁵

Sa druge strane koncept hakerske kulture u sociološkom smislu podrazumijeva jednu previše restriktivnu kulturu interneta. Internet ne zavisi samo od poduzetničkog duha društva nego je također povezan sa porijeklom koje dolazi iz naučne i akademske zajednice.

3. 3. 1. 1. Tehno –elite

Na prvom mjestu tehnologija dolazi od jedne meritokratske kulture ukorijenjene u akademskom i naučnom svijetu. Ovo je jedna kultura koja vjeruje u dobar, inherentan, naučni i tehnološki razvoj kao ključne komponente napretka čovječanstva.¹⁶

Kod pomenute kulture zasluga se mjeri stepenom doprinosa razvoju sistema tehnologije. Ovaj sistem tehnologije je informatički spoj u mreži koja zahtjeva neophodnost Interneta. Akademske vrijednosti su vezane za kontekst jednog projekta orijentisanog na jedan utvrđeni objekt, izgradnju i razvoj sistema globalne elektronske komunikacije koja ujedinjuje ljude i računare u jednu simbiotsku vezu koja eksponencijalno raste zahvaljujući interaktivnoj komunikaciji. Prema Castells-u temeljne karakteristike ove kulture su slijedeće:

- Tehnološko otkriće predstavlja vrhovnu vrijednost
- Relevantnost i rangiranje ovise o doprinosu polja znanja u centriranom kontekstu rješenja problema definisanih zajednicom naučnika/tehnologa. Drugim riječima nije važno samo teoretsko znanje nego i specifično znanje aplicirano u utvrđeni objekat koje proizvodi najbolju tehnologiju.
- Relevantnost otkrića se uspostavlja evaluacijom između kolega unutar naučne zajednice. Prihvatanje naučnika i tehnologa kao članova zajednice se odlučuje kalibrirajući njihov individualni i javni doprinos duljini procesa razvoja Interneta.

¹⁵ *Ibid.*, str. 44.

¹⁶ *Ibid.*, str.53.

Reputacija je jedan neophodan element koliko za pripadanje zajednici toliko za uspostavu ranga unutar iste

- Koordinacija zadataka i projekata koji trebaju da se realizuju ovisi o figurama većeg autoriteta koji na svoj način kontrolišu resurse i uživaju tehnološko poštovanje i etičko povjerenje svojih kolega.
- Kako bi bili poštovani a naročito kako bi bili smatrani autoritetom tehnolozi trebaju slijediti formalna i neformalna pravila zajednice i ne zloupotrebjavati resurse u vlastite svrhe.
- Kamen temeljac procesa su otvorena komunikacija softwera i svi napreci dobiveni zahvaljujući saradnji u mreži.

3. 3. 1. 2. Hakeri

Hakerska kultura se razvija početkom 60-tih godina prošlog stoljeća. Nakon 1969. Godine sjedinila se sa tehnološkom kulturom kojoj su pripadali tvorcima Interneta. Tokom vremena u nju su se stoile sve kulture koje su vezane za razvoj računara i tehnologije te je od 1990-tih godina ova kultura skoro izjednačena sa „pokretom otvorenog koda“.

Pekka Himanen smatra hakersku etiku kulturnim atributom karakterističnim za informacionizam. Haker kultura je jedan ključni dio u izgradnji Interneta. Na jednoj strani je plodno tlo odakle nastaju važne tehnološke inovacije kroz saradnju i slobodnu komunikaciju.¹⁷ Sa druge strane pomenuta kultura je most između znanja razvijenih u tehnomeritokratskoj kulturi i projekata firmi koje difunduju Internet u društvo. Prije svega treba razjasniti šta je haker kultura.

Hakerska potkultura se razvija unutar hakerske kulture te predstavlja onaj njen dio koji je povezan sa kompjuterskim podzemljem. U ovu potkulturu spadaju hackers, crackers, lamers. Oni se ne distanciraju od hakerske kulture nego su isprepleteni sa njom te imaju dosta toga zajedničkog: članove, društvene ideologije, ljubav prema učenju o tehnologiji. Hakeri nisu ono što mediji komunikacije tvrde da jesu, nisu banda ludih informatičara bez skrupula koji su posvećeni da razbijaju kodove, nelegalno ulaze u sisteme ili neuravnotežuju informatički saobraćaj. One koji to rade haker kultura odbija.

¹⁷ *Ibid.*, str.56.

Stubovi hakerske kulture na kojima se razvija su: Internet, GNU projekt, Linux, World Wide Web, te ostale hakerske kreacije. Pored navedenih tu spadaju i: Tux, the Linux penguin, the BSD Daemon, Hakerski amblem, Perl Camel. Specijalnu ulogu u pozicioniranju hakerske kulture a i njegov kamen temeljac je Jarog File. Jedan od analitičara/učesnika posmatrača haker kulture Eric Raymond definiše hakere kao jedan svijet toliko tautologičan – hakeri su oni koje kultura hakera prepoznaje kao takve. Definicija hakera koju daje Raymond je previše generalna te se govori da je bilo koji ekspert povezan sa izgradnjom i razvojem Interneta hakera.

Moramo uspostaviti jedan koncept više specifičan, šta je to haker. Kultura hakera uključuje set vrijednosti i vjerovanja koji su proizašli iz mreže informatičkih programa interakcijom „on line“. Vrijednosti i društvena organizacija haker kulture mogu se bolje razumjeti uzimajući u obzir razvoj software-a kao otvoreni izvor te kao proširenje za slobodni software.¹⁸

U ovom smislu otvoreni izvor je strukturna karakteristika razvoja Interneta, kao što je ranije potvrđeno, svi napretci tehnike su povezani na univerzitetima i dijele se mrežom. Temeljna vrijednost jeste sloboda: sloboda kreiranja, sloboda prikupljanja raspoloživog znanja i sloboda širenja prikupljenog znanja na način i kanalima odabranim od stranke hakera. Zbog toga je Richard Stallman osnovao fondaciju – Fondacija slobodnog software-a. Za gotovo sve hakere sloboda nije jedina vrijednost. Tehnološke inovacije su vrhovna meta i lično zadovoljstvo kreativnosti su važniji od slobode ali je ona bez sumnje esencijalna komponenta viđenja svijeta aktivnosti hakera. Zahvaljujući ovom principu slobode paradoksalno mnogi hakeri brane svoje pravo komercijalizacije njihovih proizvoda. Međutim uvijek pod uslovima da ne iznevjere temeljni princip svih: slobodan pristup svim informacijama programa sa slobodom modificiranja.¹⁹ (Castells, 2001:62)

Kod hakera kultura dara ima posebno mjesto u odnosu na ostale. Prestiž, reputacija i društvena saosjećajnost su povezane se relevantnosti dara za zajednicu. Kultura hakera se razvija zahvaljujući kreativno individualnom impulsu, neovisno o organizacionom mjestu njihove kreacije. Internet je organizaciona baza ove kulture. Generalno haker kultura je globalna i virtualna. Većina hakera se poznaje po njihovim virtualnim imenima ali ne zbog toga što žele sakriti identitet²⁰. Haker kultura je jedna kultura tehnoloških kreativnosti bazirana na

¹⁸ *Ibid.*, str. 56.

¹⁹ *Ibid.* str. 62.

²⁰ *Ibid.*, str. 66.

slobodi, kooperaciji, reciprocitetu i neformalnosti. Bez sumnje pored svega navedenog postoje i podkulture hakera bazirane na političkim principima i ličnom razvoju.

3. 3. 1. 3. Virtualne zajednice

Dok je hakerska kultura pružila temeljne tehnologije Interneta, kultura zajednice je uspostavila njegove forme, procese i društvenu upotrebu. Korijeni „on line“ zajednice su dosta slični kontrakulturalnim pokretima i alternativnim načinima života koji su se razvili tokom 60-tih godina. Tokom 60-tih godina razvile su se različite „on line“ zajednice u San Francisku, gdje su vršeni različiti eksperimenti sa informatičkom komunikacijom. Među prvim administratorima su bile neke osobe koje su vjerovatno živjele u ruralnim zajednicama. Hakeri PC-a i veliki dio sljedbenika rock benda Greatful Dead.²¹ Mnogi od prvih kongresa i BBS-a na mreži su proizilazili iz potrebe da se uspostavi neki oblik zajedničkog osjećaja za neuspjeh kontrakulturalnih eksperimenata u fizičkom svijetu.

Kako su se razvijale virtualne zajednice tako se povećavala i njihova međusobna povezanost u veličini i samoj tematici, na drugoj strani je slabila njihova početna povezanost sa kontrakulturom. Naročito se nije moglo govoriti o jednoj unificiranoj zajedničkoj Internet kulturi. Gotovo svi analitičari ističu ogromnu raznolikost virtualnih zajednica. Sve više socijalne karakteristike virtualnih zajednica teže određivanju njihove virtualne kulture. Socijalni pokreti svih vrsta, naročito ekologa ali i sa druge strane, krajnje desne ideologije kao što su nacizam i rasizam su iskoristile fleksibilnost mreže za objavljivanje svojih stavova kao i to da se povežu jedni sa drugima na nacionalnom i globalnom nivou. Internetsko društveno polje je jednako raznoliko ali i oprečno kao što je samo društvo. Sa tim u vezi razne virtualne zajednice ne čine minimalno koherentan sistem društvenih pravila i vrijednosti kao što je slučaj i sa hakerskom kulturom.²²

Vremenom su se razvile cijele klase vrijednosti i interesa za informatičke mreže. Ne može se govoriti o postojanju jedne zajedničke unificirane kulture Interneta. Ove zajednice su bazirane na kulturnim karakteristikama podijeljenim po važnosti. Prva je vrijednost

²¹ *Ibid.*, str. 69.

²² *Ibid.* str. 70-71.

horizontalne i slobodne komunikacije. Aktivnosti virtualnih zajednica utjelovljuju praksu izražavanja na globalnom nivou unutar jedne ere dominirajućih velikih grupa medija. Druga grupa su oni koji se povezuju na mrežu kako bi pronašli, kreirali ili objavljivali vlastite informacije te na takav način stvorili jednu novu mrežu.

Od samo početka BBS-a 1980-tih godina pa sve do pojave sofisticiranijih interaktivnih sistema ovo prelaznog vijeka izdavačku djelatnost, organizaciju i povezivanje u vlastitim mrežama predstavlja model ponašanja koji se odnosi na sve namjene Interneta i koji se širi sa Interneta na cijeli društveni prostor. Bez obzira na raznoliki sadržaj izvora internetske kulture u zajednici, postoji mogućnost da Internet bude tehnološki medij za horizontalnu komunikaciju ali i nove manifestacije slobodnog izražavanja. Pored toga također osjetite i osnove za samostalno umrežavanje kao instrument društvene organizacija, kolektivne akcije i i izgradnje značenja.²³

3. 3. 1. 4. Poduzetnici kao kultura difuzije Interneta

Difuzija Interneta iz unutrašnjih krugova tehnologa i cijele zajednice društva generalno je djelo poduzetnika. Ovaj fenomen se nije pojavljivao do 90-tih godina ali je njegov napredak bio vrtoglav. Kako su firme bile pokretačka snaga ove ekspanzije, Internet je podešen ovim komercijalnim upotrebama. Ove komercijalne upotrebe ovise o formama i procesima izumljenim od strane kulture zajednice, hakera i tehnoloških elita. Rezultat je takav da Internet nije ni manje ni više trgovinski od drugih područja naših života. Koliko god su te komercijalne upotrebe ovisile o izumljenim oblicima i procesima za kulturu u zajednici hakeri i tehnološka elita u suštini, Internet nije ništa manje komercijalan od ostalih područja našeg života u našim društvima. Važnije od dominacije Interneta kompanijama na početku jeste ustvari vrsta kompanija koje je Internet dozvolio da se razvije. Međutim ne bi bilo pretjerano reći da je Internet preobrazio poslovni svijet ali je i svijet transformisao Internet.²⁴

Internet je bio neophodan medij i pokretač formacije nove ekonomije, osnovane prema novim pravilima i procesima proizvodnje upravljanja i ekonomskog izračunavanja. Ljudi ne komuniciraju bez značaja, bez akcije poduzetnika koji su vođeni određenim vrijednostima ne bi bilo nove ekonomije što bi značilo mnogo sporiji tempo širenja Interneta sa vrlo drugačijim

²³ *Ibid.* str. 71.

²⁴ *Ibid.* str. 71.

primjenama. Ako razmislimo o formiranju internetskih kompanija u Sicilijanskoj dolini, koja je kolijevka nove ekonomije možemo vidjeti da postoji niz kulturnih propusta koji su vrijedni pažnje u radu poduzetnika koji su stvorili ove kompanije vezane za tehnološke projekte i posao.²⁵ Ono što je važno jeste da su uspjeli zaraditi novac zahvaljujući njihovim idejama dok je sa druge strane nedostatak inovativnih ideja doveo do toga da su neke tradicionalne kompanije izgubile novac koji još nisu ni imale. Dakle poslovna inovacija, a ne kapital predstavlja pokretačku snagu Internet ekonomije. U većini slučajeva ovi poduzetnici ne ulažu čak ni svoj novac, ne rizikuju previše osim svojih snova ili novca koji dobivaju u zamjenu za njih. Ako ne uspiju uvijek se mogu vratiti na njihove univerzitet ili dobro plaćene poslove. Ono što se želi reći jeste da ovo nisu rizični poduzetnici o kojima Sornbart govori, nisu ni tehnološki inovatori. Neki su sjajni prodavači umjesto sjajnih inženjera. Ali svi su mogli transformisati svoju sposobnost zamišljanja novog procesa i novih proizvoda u poslovnim projektima prilagođenim internet svijetu koji prirodno ne bi mogli imati, zamisliti ili izmisliti.²⁶

Baza poduzetničke kulture jeste sposobnost transformacije „know-how“ tehnologije i poduzetničke vizije, kao jedne finansijske vrijednosti, kako bi se vizija transformisala u realnost. U njegovom realnom okruženju, poduzetnički Internet je dvoglavo biće. Poduzetnički tehnolozi ne bi mogli pretvoriti svoje snove u stvarnost bez pomoći kapitalista visokog rizika. Generalno mrze jedni druge ali nisu u mogućnosti pobjeći od svoje simbiotske veze, zbog toga što Internet poduzetnik u socijalnom smislu nije jedinstvena osoba uprkos mitologiji koja vrlo često prati heroje mrežne ekonomije. Mrežna ekonomija je ustvari skup ljudi i organizacija koji čine investitori, tehnolozi i kapitalisti visokog rizika. U ovoj kulturi je važno par komponenti: zajednica osoba, organizacija, integracija od strane investitora, tehnologa i kapitalista. Ove komponente se povezuju u proces proizvodnje inovacija koje kreiraju firme, tvore novac i kao krajnji produkt proizvode dobru tehnologiju.²⁷

U ovom procesu relacija između kapitala i inovacija je internalizovana. Kapitalist visokog rizika je temeljni član u procesu inovacija. Kapitalist održava inovaciju, modificira je i transformiše u jednu prodajnu sliku. Sa druge strane inovatori/proizvođači tehnologije internalizuju kapital u svoj rad kroz mišljenja i predmet njihovog plana poslovanja jeste njihovo učešće u kapitalizaciji firmi u njihovim prodajnim vrijednostima.²⁸

²⁵ *Ibid.* str. 72.

²⁶ *Ibid.* str. 72.

²⁷ *Ibid.* str. 73. – 74.

²⁸ *Ibid.*, str. 74.

Poduzetnička kultura je bez obzira na sve jedna kultura novca, ali je također i kultura rada uključujući ovisnost o radu. Poduzetnička internet kultura je dosta globalno multietnička od bilo koje druge poduzetničke kulture. Poduzetnici Interneta su umjetnici, proroci i slično koji kriju svoj društveni autizam iza tehnoloških moći.

4. REVOLUCIJA UMREŽENOG DRUŠTVA

Pojam društvo u sociološkoj literaturi ima više značenja a ono podrazumijeva zajednički život više jedinki, odnosno društvo je svaka posebna zajednica u sastavu ljudskog društva kao što je pleme, nacija, narod, te se društvom smatraju i profesionalne organizacije kao što je društvo ekonomista, društvo sociologa, društvo ljekara. U naučnom smislu društvo se određuje kao totalitet društvenih pojava, procesa i odnosa. Društvo predstavlja složenu ljudsku zajednicu koja je nastala na bazi potreba i interesa. Svi odnosi unutar društva se prenos sa generacije na generaciju, mijenjaju i razvijaju.²⁹ Pored pojma društvo značajna je i pojava društva, što se odnosi na produkt djelovanja društva kao što je: pojava kriminala, pojava proizvodnje, pojava ratnih operacija i slično.

Ljudsko društvo je nastalo uslijed razvoja materijalnog svijeta i podijeljeno je na različite oblike. Društvo je često okarakterisano kao društvo znanja, informaciono društvo. Tehnologije mikroelektronike su zasnovane na umrežavanju a umrežavanje pruža nove mogućnosti određenom starom obliku društvene organizacije. Mreže su sa jedne strane najprilagodiviji i najfleksibilniji oblici društvene organizacije. Sa druge strane u prošlosti nisu bili u mogućnosti da koordiniraju resurse potrebne za ostvarivanje određenih zadataka kao ni da ovladaju njima. Prema historijskim podacima mreže su bile domen privatnog života, a svijet moći i rata su zauzimale države, crkve, vojske i korporacije kao velike vertikalne organizacije. Ono što tehnologije digitalnog umrežavanja omogućuju mrežama jeste da prevaziđu historijska ograničenja te da u isto vrijeme mogu biti prilagodljivi i fleksibilni. Digitalne komunikacijske mreže predstavljaju okosnicu umreženog društva.

Nijaz Ibrulj u svojoj knjizi *Stoljeće rearanžiranja u smislu umreženog društva* postavlja pitanje šta fenomeni globalizacije imaju zajedničko sa novim metodama manipulacije u fizici? Odgovor na to pitanje jeste da postoji prirodni jaz između metoda manipulacije sa prirodnim

²⁹ Šijaković, I., *Sociologija – Uvod u razumijevanje globalnog društva*, Univerzitet u Banjoj Luci, 2008., str. 36.

česticama u fizičkoj nauci i manipulacije sa učesnicima u društvenoj ontologiji. Pozitivna nauka ima mnogostruke konsekvence na društveni život. Sama fizička nauka stvara proizvode koji mijenjaju svakodnevni život, Ljudi danas putuju kroz svemir a koristeći tehnologiju u ovom slučaju satelite mogu kontrolisati svaki korak na zemlji. Iz svega navedenog postavlja se ključno pitanje i ovog istraživanja kakve konsekvence ima nanotehnologija na društvo?³⁰

Prema Castellsu tehnologija ne određuje društvo, ali ni društvo ne određuje tehnologiju. Zapravo je tehnologija društvo, međusobno su povezani, dopunjuju se, ali se mogu zasebno posmatrati. Revolucija informacijske tehnologije započela je 1970 –ih, zasnovana na američkom liberalnom duhu individualizam, interaktivnost i poduzetnost. Revolucija informatičkih tehnologija bila je neophodna za rekonstrukciju kapitalizma, sovjetskog socijalizma. Društva ne upravljaju tehnologijom ali ona mogu da utiču na njeno prihvatanje ili odbacivanje. Društva su organizovana oko ljudskih procesa, proizvodnje, iskustva i moći.³¹

Umrežno društvo se manifestuje u različitim oblicima, u skladu sa kulturom, historijskom putanjom svakog društva, institucijama. Mrežno društvo je zasnovano na mrežama a komunikacijske mreže prelaze granice, te je mrežno društvo globalno i zasnovano je na globalnim mrežama. Ono što se naziva globalizacijom jeste jedan od načina da se pozove na umreženo društvo. Pojavom Interneta kao medija komunikacije razvila su se izvjesna razmišljanja kako on dovodi do izvjesne društvene izolacije, slabljenja komunikacije kao i narušavanja porodičnog života. Određen broj autora je potvrđivao ovakve tvrdnje a određen broj ih je opovrgavao.

Umreženim društvom Castells smatra novu društvenu strukturu koja je sastavljena od mreža proizvodnje, moći kao i iskustva koji su stvorili virtualnu kulturu globalnih tokova a koji nadilaze vrijeme i prostor. Internet se smatra najbolje povezanom, globalnom mrežom kompjutera. 1960 – tih vršeni su različiti eksperimenti u mrežnim komunikacijama kako bi se pronašle nove koristi tehnologije u računarima i telekomunikacijama. Među njima je bio i ARAPNET, u početku mala mreža osnovana od strane US Odjela odbrane spajajući međusobno jedan broj onog što se tada smatralo superračunarima. Za neke ljude, ova određena priča o porijeklu Interneta znači to da Internet vuče korijene iz vojno – vladinog projekta.³² Važno je i to da se ne pre naglašava ovaj dio porijekla Interneta kao i zapamtiti da je također razvoj

³⁰ Ibrulj, N., *Stoljeće rearanžiranja – eseji o identitetu, znanju i društvu*, Filozofsko društvo Theoria, Sarajevo 2005, str.161-162.

³¹ Castells, M., *The rise of the network society*, Golden marketing, UK, 2000., str. 9.-13.

³² Bell, D., *The Coming Of Post-Industrial Society*, Basic Books, 1999., USA str. 42.

Interneta dio određenog broja drugih političkih, ekonomskih, tehnoloških pojekata, neki manje ili više od strane države, neki od strane kompjuterske industrije, neki od strane hobista, hakera zainteresovanih za računare kao alat demokratije i revolucije. Svi oni vjeruju da su umreženi računari alat za napredak.³³

Castells u svojoj knjizi *Uspon umreženog društva* ističe kako je historija života jedan niz stabilnih stanja koja su isprekidana intervalima bitnih događaja a oni se događaju brzo nakon čega se ponovo postavljaju stabilna stanja. Sve ovo znači da i mi danas živimo u jednom od intervala tehnološke promjene. Prema njemu tehnologija predstavlja upotreba znanja koje ima za cilj određivanje na koji način se obavljanje određenih stvari može reprodukovati. Informacijska tehnologija je prema Castellsu: mikroelektronika, računari, telekomunikacije i emitovanja te genetički inženjering koji vrši dekodiranje i programiranje genetskih šifri žive materije. Tehnološka revolucija koju danas poznajemo vezana je za tehnologije obrade i komunikacije informacija. Prijašnje revolucije bile su bazirane na znanju kao i današnje ali današnje primjenjuju znanje u svrhu proizvodnje znanja ali i naprava za obradu informacija i obavljanje komunikacije.

Što se tiče industrijske revolucije postojale su dvije jedna u 18. vijeku kada se pojavljuje parni stroj i zamjena alata strojevima i ona se dogodila u Engleskoj a druga ovakva revolucija se odvijala u Njemačkoj i SAD-u krajem 19. vijeka. Industrijska revolucija se u suštini odnosila na proširenje čovjekove snage.

Informacijska tehnologija je svoj najveći tehnološki prodor doživljela 1970-ih kada se dešavaju velike inovacije kao što su kod mikroelektronik izum tranzistora kojim se omogućuje komunikacija unutar strojeva i između njih, zatim otkrivanje mikroprocesora kao i integrisanog kruga. Računari su nastali tokom 2. Svjetskog rata u svrhu dešifrovanja i bili su izuzetno teški i ogromnih dimenzija. 1972. godine pojavljuje se mikrokompjuter Apple a 1976. je osnovana i firma Apple. 1984. godine Apple se pojavljuje sa prvim uređajem koji je usmjeren na korisnike a u isto vrijeme Gates i Allen razvijaju softver za PC a uskoro i Microsoft. 1980-ih se pojavila i mogućnost umrežavanja mikrokompjutera te se centralizovana snaga kompjutera zamjenjuje sa decentralizovanom odnosno mrežnom. Kod telekomunikacija najvažnija je pojava elektronskih prekidača (routera), prijenosa podataka, te celularnih telefona. 1970-ih pojavljuje se videorekorder i ARPAnet koje uspostavlja američko ministarstvo obrane koje prerasta u današnji Internet. Iz svega nevdanog možemo zaključiti da su svi važni izumi nastali 1970-ih.

³³ *Ibid.*, str. 43.

1977. je kloniran prvi ljudski gen, pojavljuje se niz kompanija vezanih za farmaciju i agrobiznis. Međutim ovu revoluciju su usporila zakonska i etička ograničenja tokom 1980-tih, ali je ona ponovo oživljela 1990-tih kada je patentiran prvi klonirani miš. Nakon toga sredinom 1990-tih provedena su brojna istraživanja kojima je mapiran ljudski genom ali su i ustanovljene funkcije pojedinih gena ljudske vrste. Glavna opasnost ovog perioda bila je patentiranje i privatizacija znanja u biohehnologiji što bi moglo smanjiti koristi od ovog znanja.

Sa društvenog aspekta Castells smatra kako bi bilo zanimljivo povezati prirodu ovih izuma sa vremenom ali i kontekstom u kojem su nastali. Glavna značajka vremena u kojem su nastali jeste odvijanje velike ekonomske krize koja je uzrokovana naftnim šokom i potrebama rekonstruiranja kapitalizma. Postavlja se pitanje u kakvoj su vezi ova dva pitanja. Ne može se reći da je tehnološki proboj 70-ih rezultat razvoja neke nužde koja se u tom trenutku pojavila, nego je rezultat razvoja naročito američkog odnosno kalifornijskog – Silikonska dolina razvoja tokom 50-tih i 60-tih koji je vezan za samu tehnologiju. Međutim kontekst u kojem se proboj desio odredio je njegov razvoj i primjenu. Temelj za proces društveno – ekonomskog rekostruisanja 1980-ih postavljen je 1970-ih te su se ova dva nezavisna stanja razvoja poklopila a kao produkt te interakcije je nastalo današnje stanje.

Bez obzira što je revolucija krenula na prvom mjestu iz Kalifornije širenju revolucije i njenoj primjeni je doprinijela u velikoj mjeri i japanska i evropska revolucija. Što se tiče kalifornijske revolucije odnosno Silikonske doline od koje je sve krenulo nakon Drugog svjetskog rata Silikonska dolina okrug Santa Klara nastala je kao središte inovacije konvergencijom na jednom mjestu novih tehnoloških znanja. Tu je djelovao veliki broj inženjera i poduzeća koja su imala finansijsku podršku ministarstva odbrane SAD-a. Radilo se na razvoju efikasne mreže firmi sa rizičnim kapitalom pod institucionalnim vodstvom Univerziteta Stanford. Francuska i Njemačka su bile ključni izvori talenata i primjene u industrijskoj revoluciji. Naučna otkrića nastala su u Engleskoj, Njemačkoj, Francuskoj i Italiji u korijenu novih tehnologija u elektronici i biologiji. Inteligencija japanskih kompanija bila je kritična u poboljšanju proizvodnih procesa u elektronici i prodiranju informacijskih tehnologija u svakodnevni život širom svijeta preko inovativnih proizvoda, od video zapisa, faksa do video igara. Promjene u firmama, njihovoj veličini i načinima komunikacije su značajno doprinijeli poticanju inovacija.³⁴

³⁴ Castells, M., *The rise of the network society*, Golden marketing, UK, 2000., str. 63..

Iz svega navedenog vidi se da je bez obzira na mogućnost *online* komunikacije za inovativno područje potrebna određena mjera prostorne koncentracije, koja samim tim privlači sve više inovatora. Najinovativnija područja vezana za nove tehnologije se nalaze u velikim gradovima kao što su London, Pariz, Minhén, Tokio dok američko izmještanje tehnoloških centara izvan velikih gradova predstavlja značajnu iznimku. Ono što je značajno za ovu revoluciju jeste to da je ona intenzivno poticana ali i planirana od strane države što se naročito može vidjeti iz primjera SAD-a gdje ministarstvo odbrane daje podršku revoluciji. Možemo reći da je veliki dio onih najznačajnijih inovacija u određenom obliku podržan javnim novcem. Sve ovo daje nam do znanja da je ustvari država a ne inovativni poduzetnik začetnik informacijske revolucije ali bitan faktor u svemu je postojanje decentralizovanih inovacija koje pokreće kultura tehnološkog stvaralaštva i model brzog ličnog uspjeha.

Prema Freemanu savremena promjena paradigme predstavlja prelazak s tehnologije koja se temelji na jeftinom inputu energije na energiju koja se temelji na jeftinom inputu informacija dobivenom napredovanjem mikroelektronike i tehnologije komunikacija. Prema Castellsu osnovne značajke informacijske paradigme su: informacija postoji kao sirovina, proširenost učinka nove tehnologije što znači da se ona širi u sve aspekte života, logika umrežavanja, fleksibilnost koja proizilazi iz logike umrežavanja te približavanje specifičnih tehnologija u visoko povezani sistem. Društvena dimenzija revolucije informatičke tehnologije treba da slijedi zakon između tehnologije i društva o kojem govori Kranzberg a on glasi: „Tehnologija nije ni dobra ni loša ni neutralna.“

5. EKONOMIJA I TEHNOLOŠKO DOBA U UMREŽENOM DRUŠTVU

Prema Castellsu najznačajnije dvije ekonomije koje su nastale u zadnjih 20 godina jesu:

- informacijska ekonomija
- globalna ekonomija
- umrežena odnosno nova ekonomija

Informacijska ekonomija razvila se zbog toga što produktivnost ali i konkurentnost njenih jedinica ovisi o njihovoj mogućnosti učinkovitog stvaranja obrađivanja i primjene informacija koje su zasnovane na znanju. Sa druge strane globalna ekonomija predstavlja ekonomiju čija je srž proizvodnje, potrošnje i cirkulacije zasnovana na globalnom nivou. Ovakva ekonomija je ustvari produkt informacijske revolucije prilikom koje je nastao svojevrsan ekonomski sistem. Bez obzira što je ova ekonomija počivala na znanju i informacijama ona je uslijed pojave novih informacijskih tehnologija postala proizvod proizvodnog procesa. Može se reći da su proizvodi industrija informacijske tehnologije ustvari uređaji za obrađivanje informacija ili te informacije određuju same sebe.

Globalna ekonomija kao globalni društveni replikator, predstavlja na znanju zasnovanu ekonomiju (the knowledge based economy) i predstavlja prvi i najsnažniji globalni stroj koji rearanžira društvene relacije u cijelom svijetu. Primjenjujući globalni hiperprostor poslovanja u svijetu za finansijske transakcije, ona pravi monetarne integracije i regionalizacije koje određuju vrijednost novca u hiper-prostoru. Međunarodne finansijske institucije kao „Svjetska banka“ i Međunarodni monetarni fond“ jesu globalni ekonomski strojevi koji drže pod finansijskom kontrolom ekonomije i finansijske čitavih država u svijetu.³⁵

Umrežena ili nova ekonomija se pojavljuje u devedesetim godinama na prostoru današnjih Sjedinjenih Država u okviru specifičnih industrija, uglavnom tehnologija i finansija te biotehnologija. Kasnih devedesetih godina shvatilo se da je ona potiče od revolucije informatičke tehnologije iz 1970-tih. Tokom ove revolucije nastali su novi procesi i novi

³⁵ Ibrulj, N., *Stoljeće rearanžiranja – eseji o identitetu, znanju i društvu*, Filozofsko društvo Theoria, Sarajevo 2005, str.165.

proizvodi, koji podstiču rast produktivnosti ali i ekonomsku konkurenciju. Svaka tehnološka revolucija ima svoj tempo širenja u socijalne i ekonomske strukture.

5. 1. Informacijska ekonomija

Castells smatra da produktivnost znači povećanje *outputa* po jedinici *inputa*, što je stalni cilj proizvodnje. Svaki ekonomski sistem ima svoje specifične načine povećanja produktivnosti. Glavno pitanje u tom sistemu jesu izvori produktivnosti u informacijskoj ekonomiji.

Castells navodi kako je Robert Solow u svom modelu pokazao da se povećanje produktivnosti kroz 20. vijek u manjem dijelu odnosi na povećanje kapitala a da postoji određeni neobjašnjivi ostatak unutar klasičnog modela. Mnogi autori ovaj ostatak objašnjavaju kao određenu tehnološku promjenu, dok Castells navodi da značajnu ulogu u tehnološkoj promjeni ima institucionalni okvir. Na osnovu svih događaja iz revolucije postavlja se pitanje da li informacijske ekonomija nudi nešto novo. Do 1950. godine stopa produktivnosti nije nikada prelazila 2% nakon 1950. godine je uvijek prelazila 2% a tokom 1970-ih se supstila sipod 2% i opadala. Početak revolucije informatičke tehnologije počinje u trenutku opadanja produktivnosti. To opadanje produktivnosti trajalo je do 1990. – ih, što nam pokazuje da veza između nove tehnologije i porasta produktivnosti nije jednostavna.

Prema Castellsu vremenski razmak između inovacija i povećanja produktivnosti može da bude naročito velik. Trenutna tehnološka promjena je izuzetno kompleksna te ju nije moguće prihvatiti u svim sferama privrede. Pitanje je o čemu ovisi brzina prihvatanja, da li postoje određene specifičnosti zemalja koje se odnose na ovo te da li postoje načini kako se stvar može ubrzati. Produktivnost je u razdoblju od 1970. do 1990. u SAD-u i Japanu porasla na oko 4%, preko dva % u Evropi što nam ukazuje na zaostajanje po pitanju tehnologije.³⁶

Glavni subjekti gospodarskog rasta jesu firme i nacionalne institucije.³⁷ Firme motiviše profitabilnost a nacionalne institucije povećanje gospodarske konkurentnosti u sistemu. Prema tome odrednice tehnološke inovacije i rasta produktivnosti su profitabilnosti i konkurentnost. Postoje četiri osnovna načina da firme povećaju profit:

- Smanjenje troškova proizvodnje

³⁶ Castells, M., *The rise of the network society*, Golden marketing, 2000, str. 78.-79.

³⁷ *Ibid.*, str. 97.-98.

- Povećanje produktivnosti
- Proširenje tržišta
- Ubrzanje prometa kapitala

U zadnjem desetljeću sve firme su koristile neku od ovih strategija a za svaku od njih idealno sredstvo je bila informacijska tehnologija. Ključna strategija nakon 1970-ih je bila strategija širenja tržišta kroz FDI i ubrzavanje svjetske trgovine. Za samo širenje tržišta izuzetno je bilo nužno povezivanje tržišnih segmenata u globalnu mrežu kao i povećanje mobilnosti kapitala, za šta je bilo neophodno povećanje komunikacijskih sposobnosti koje je ostvareno kroz deregulaciju tržišta i nove informacijske tehnologije. Prvi sektori u kojima se ovo dogodilo su firme visoke tehnologije i finansijski sektor. Bez obzira što većina preduzeća danas proizvodi za domaće tržište, produktivnost i privredni rast više ne možemo posmatrati u odnosu na države kao jedine jedinice. Razinu proizvodnje u produktivnosti preduzeća određuju događaji na globalnim tržištima.

Konkurentnost je izuzetno kontroverzan pojam kojeg danas mnoge vlade postavljaju kao ključni cilj. Konkurentnost predstavlja osobinu gospodarskih kolektiva a ne samo preduzeća. Konkurentnost je stepen do kojeg neka nacija može da proizvede dobra i usluge koje zadovoljavaju potrebe međunarodnih tržišta a pri čemu se povećavaju stvarni prihodi građana te nacije. Osnovno sredstvo za povećanje konkurentnosti nacionalne ekonomije su nove informacijske tehnologije pa su i vlade počele podržavati inovacije u tehnologiji i rekonstrukciju preduzeća što je označeno kao „politike konkurentnosti. Politički interesi pojedinih država se povezuju sa sudbinom gospodarskih firmi koje su nacionalne ili se nalaze na nacionalnom teritoriju započinju uključenjem zemalja u globalnu ekonomiju. U ovom sistemu se pojavljuje novi oblik državne intervencije gdje država daje podršku razvoju industrija sa ciljem povećanja njihove produktivnosti te olakšanja svjetske tržišne konkurencije. Pored toga većina država nudi i zaštitu domaće industrije od stranih na domaćem terenu. Sa druge strane pak se odvija i proces deregulacije i privatizacije javnih firmi što je potaklo inovacije i produktivnost.³⁸

5. 2. Globalna ekonomija

³⁸*Ibid.*, str. 98.-99.

Svjetska ekonomije predstavlja ekonomiju u kojoj se akumulacija kapitala vrši po cijelom svijetu i ona postoji od 16. vijeka. Globalna ekonomija je ustvari nova stvarnost, to je ekonomija koja ima sposobnost da radi kao jedinica stvarnog vremena na razini planete, što znači da se može raditi u real time-u a sve su to omogućile nove komunikacijske tehnologije. Tržište nije globalno ali je radna snaga danas globalni resurs. Ovo znači da se firme mogu smjestiti bilo gdje kako bi koristile povoljnu radnu snagu, firme mogu da traže radnu snagu iz svih dijelova svijeta, te će radna snaga stupiti na bilo koje tržište migracijama to jeste na vlastitu inicijativu. Globalna cirkulacija znanja nije posve nesmetana obzirom da tehnološka znanja nastoje štititi patentima. Međutim komunikacija ovog znanja je uslov za držanje koraka sa njegovim napredovanjem.

Što se tiče tržišta roba i usluga i ono se sve više globalizuje što ne znači da sve firme prodaju svugdje, ali kanala i mreža koje omogućuju takvu prodaju je sve više. Najveća preobrazba koja se dogodila procesom globalizacije je proizvodni proces. Danas proizvodni procesi uključuje proizvodnju pojedinih segmenata koje se se odvijaju na različitim svjetskim lokacijama što znači da se proizvodni proces odvija kroz globalnu mrežu. Globalna mreža može biti unutar jedne firme ali i između više firmi ili malih poduzeća. Postoje dva osnovna oblika izvanogranične proizvodne mreže i to:

- Lanac koji pokreće proizvođač
- Lanac potrošne robe koji pokreće kupac

Najvažniji elemenat uspješne menadžerske strategije je smještanje u mrežu na način kako bi se osvojila konkurencijska prednost. Globalna ekonomija danas ima tri velike regije i područja uticaja a to su: Sjeverna Amerika, Evropa i regija azijskog Pacifika sa centrom u Japanu. Ulaganje i trgovina se odvijaju unutar ovih blokova i između njih dok su ostala područja izvan ovog. Zapravo radi se o regionaliziranoj globalnoj ekonomiji a ta regionalizacija je prema Castellsu obilježje informacijske/globalne ekonomije. U ovoj ekonomiji ključno je složeno međudjelovanje historijsko ukorijenjenih političkih institucija i sve globalizovanih privrednih faktora.

Strukturu i oblik globalne ekonomije stvara dinamika konkurencije privrednih faktora i mjesta na kojima se nalaze. Prema tome četiri su glavna procesa koja određuju oblik i ishod konkurencije:

- Tehnološki kapacitet koji Castells naziva sistem nauke - tehnologija – industrije – društva
- Pristup velikom, bogatom i integrisanom tržištu
- Diferencijal između troškova proizvodnje na mjestu proizvodnje i cijena na tržištu odredišta
- Ovisnost konkurentnosti u globalnoj ekonomiji o političkoj sposobnosti nacionalnih i nadnacionalnih institucija da upravljaju strategijom rasta u onim državama ili regijama koje su pod njihovom nadležnosti

Iz svega navedenog možemo reći da sama globalna ekonomija nastaje iz proizvodnje i konkurencije koje su temeljene na informacijama. Takva ekonomija ima sljedeća obilježja a to su asimetrija, regionalizacija, različitost unutar svake regije, selektivno uključivanje te isključujuća segmentacija. Međunarodna podjela rada u informacijskoj globalnoj ekonomiji odnosi se na moć trojstva, uspon pacifika te kraj trećeg svijeta. Globalna ekonomija je asimetrična ali ta asimetrija nije jednostavna. U pomenute tri regije je skoncentrisana najveća proizvodnja a samim tim i najveći resursi te najveća tehnološka dostignuća. Krajem 20. stoljeća došlo je do velikog uspona azijskog pacifika te bi ova regija trebala postati najrazvijenija. Sposobnost zemalja ove regije da se služe i koriste novim informacijskim tehnologijama je jedan od važnijih razloga uspjeha ekonomije ovih zemalja.

Pored ove regije i neka druga područja su uključena u sam proces te bilježe značajan razvoj. To su naročito neke pokrajine Indije u kojoj se određena područja razvijaju a neka područja i dalje zaostaju, tako da veliki dio stanovništva i dalje živi u siromaštvu. Castells definiše razvoj kao istodobni proces poboljšanja životnog standarda, strukturne promjene u proizvodnom sistemu i rastuća konkurentnost u globalnoj ekonomiji. Što se tiče subsaharske Afrike kod njih se i ne može očekivati ozbiljniji razvoj. Što nam pokazuje da iako postoji najveći rast industrijske proizvodnje postoje i neke regije koji sa stajališta interesa privrede postaju aposlutno nevažni a samim tim i isključeni. Latinsku Ameriku kao i Istočnu Aziju 1980-ih je zahvatila kriza koja je dovela do pogoršanja trgovine kao i povećanja dugova. Istih godina na scenu je stupio MMF koji je izradio nacrt koji omogućava svakoj zemlji da vrati dug kroz kontrolu inflacije i privatizaciju profitabilnih javnih preduzeća. Cilj MMF-a je bila homogenizacija makoekonomskih obilježja Latinske Amerike u smjeru obilježavanja otvorene globalne ekonomije. Bez obzira na publicitet to nije ostvarilo neki uspjeh.³⁹

³⁹ *Ibid.*, str. 140.-147.

Na drugoj strani Čile je uspješan primjer prelaska na novu strategiju koja se temelji na izvozu. Meksiko je značajan korak poduzelo početkom 1990-ih godina kada se uključuje u NAFTA-u što je privuklo ogromna ulaganja te pretvorilo Meksiko u snažnu industrijsku platformu. I danas Latinska Amerika trpi snažan jaz tehnologije, i dalje se uništavaju prirodni resursi te se vodi politika fiskalne krutosti što kao rezultat ima povećanje siromaštva.

Glavna karakteristika globalne ekonomije jeste uključivanje ali i isključivanje iz proizvodnih procesa što se odnosi naročito na osobine afričkih privrednih poduzeća koje ih samim tim isključuje iz globalne ekonomije. Castells kaže da u globalnoj informacijskoj ekonomiji nema baš puno mjesta za Afriku te je Afrika iz ove perspektive strukturno nevažna. Rusija i bivše sovjetske republike imaju izuzetan potencijal za puno uključivanje u globalnu ekonomiju ali ono što je primarni problem ovih zemalja jeste izuzetno loše privredno stanje koje ima tendenciju pogoršanja.

5. 3. Umrežena nova ekonomija

Historičari su utvrdili da je za ovu tehnološku revoluciju bila potrebna četvrtina vijeka da se svijet obnovi što je znatno kraći period od prethodnih. SAD a naročito Kalifornija bile su središte najznačajnijih procesa u informacijskoj tehnologiji. Gledano ekonomski veličina američkog tržišta i njegov dominantni položaj u globalnim mrežama kapitala i robe širom svijeta osiguravali su prostor za disanje tehnološki inovativnim industrijama, omogućujući im da brzo pronađu tržišne mogućnosti, privuku kapitalna ulaganja i zaposle talente iz cijelog svijeta. Nova ekonomija se oblikovala u dvije ključne industrije koje nisu samo inovirale proizvode i procese nego su tim izumima potakle rast produktivnosti i povećanje konkurencije. Te dvije industrije su informacijska tehnologija i finansije.⁴⁰

Nova globalna ekonomija ima dinamiku i strukturu koja nastaje iz interakcije informacionalizma i rekonstrukcije kapitala. Ono što je obilježava jeste čvrsta arhitektura te promjenjiva geometrija. Međunarodnom podjelom rada formirama su 4 osnovna položaja u novoj ekonomiji te treba napomenuti da se ovi položaju ne poklapaju sa državama nego su oni organizovani u mreže i tokove:

- Proizvođači visoke vrijednosti koji su zasnovani na informacijskom radu

⁴⁰ *Ibid.* str. 147. – 148.

- Proizvođači velikih razmjera koji su zasnovani na jeftinoj radnoj snazi
- Proizvođači sirovina koji su zasnovani na prirodnim resursima
- Suvišni proizvođači kao devalorizirana radna snaga

6. UMREŽENE ORGANIZACIJE I INSTITUCIJE

Informacijsku ekonomiju ali i sve historijsko karaktetistične oblike proizvodnje, odlikuje specifična kultura i institucije. Međutim kultura se u analitičkom okviru ne bi trebala posmatrati kao skup vrijednosti i vjerovanja povezanih sa određenim društvom. Ono što je karakteristika razvoja informacijske, globalne ekonomije jeste upravo njeno pojavljivanje u različitim kulturnoinstitucionalnim kontekstima: u Sjevernoj Americi, zapadnoj Evropi, Japanu, „kineskom okrugu“, Rusiji, Latinskoj Americi ali i planetarni doseg kojim ona utiče na sve zemlje te dovodi do multikulturalnog referentnog okvira.

Postoji vizija koja je izražena u dokumentima Evropske zajednice i u knjigama teoretičara integracije i globalizacije da će se u narednih deset godina ustanoviti nova infrastrukturna paradigma: „ambijent inteligentnog prostora“. Šta je značenje ove sintagme ili šta je smisao ove nove paradigme? Radi se o kolekciji infrastrukturnih tehnologija, aplikacija i inteligentnih usluga. „Koncept inteligentnog ambijenta se upotrebljava tamo gdje je inteligencija proširena i nenametljiva u okolnom okruženju. Jedno takvo okruženje je osjetljivo na prisustvo živih stvorenja (osoba, grupa osoba i možda čak životinja) u njemu i potpomaže njihove aktivnosti.⁴¹

Organizacija predstavlja specifičan sistem sredstava koji su usmjereni na izvedbu specifičnih ciljeva, dok je institucija organizacija sa autoritetom koji je potreban za vršenje posebnih zadataka u ime društva kao jedne cjeline. Organizacijska logika je bitna u o ovakvim institucijama i organizacijama te se ona definiše kao idejna osnova institucionalnih odnosa u vlasti. Organizacijske promjene imaju 4 osnovne tačke i to:

⁴¹ Ibrulj, N., *Stoljeće rearanžiranja* – eseji o identitetu, znanju i društvu, Filozofsko društvo Theoria, Sarajevo 2005, str.159.

- Od sredine 1970-ih godine do danas postoji velika podjela u organizaciji proizvodnje i tržišta
- Organizacijske promjene se nalaze u interakciji sa tehnološkim promjenama ali su jedne o drugima neovisne
- Cilj organizacijskih promjena je savladavanje nesigurnosti nastalih uslijed ubrzane promjene okoline
- Većina organizacijskih promjena je usmjerena na redefinisane radnih procesa u svrhu uštede

6. 1. Umrežavanje poduzeća, udruživanja i promjena korporacija

Kod umrežavanja poduzeća postoje dva tipa umrežavanja:

- Višemjerni model malih i srednjih poduzeća – u ovom modelu se radi o mrežnim vezama između firmi koje se uspostavlja na inicijativu malih poduzeća. Ovakav modela je naročito karakterističan za Aziju.
- Model licencirane podugovorne proizvodnje pod okriljem firme – što označava „benetton model“, te se radi o licencovanju franšiza. Licencuju se trgovine za distribuciju vlastitih proizvoda a obavlja se najstroži nadzor središnje firme. U ovom modelu imamo vodoravnu mrežu koja je integrisana okomitim finansijskim nadzorom.

Kod udruživanja korporacija radi se o isprepletanju velikih korporacija te ovdje se ne radi o kartelu ili oligopolu obzirom da se odnosi na specifično vrijeme, tržište, proizvod i proces. Prilikom ovog procesa nije isključena konkurencija. Primjer udruživanja korporacija jeste saradnja poduzeća visoke tehnologije u svrhu izrade nove tehnologije što je u Evropi čest slučaj uz podršku vlade. Promjena samih korporacija označava promjenu iz vertikalne birokracije u horizontalnu korporaciju. Glavne karakteristike horizontalne korporacije su organizacija oko procesa, spoljoštvena hijerarhija, timski menadžment, mjerenje postignuća zadovoljstvom potrošača, nagrade zasnovane na ekipnoj izvedbi, povećanje kontakta sa dobavljačima i kupcima te informacije i obučavanje zaposlenika.

Ono što ističe Castells jeste da korporacijama nije dovoljna samo štedljivost ili fleksibilnost koja nastaje umrežavanjem korporacije nego se i iznutra morala stvoriti mreža. Unutar korporacije postoji jedna realna operacijska jedinica koja postaje poslovni prostor a taj poslovni prostor izvodi mreža a ne isključivo formalno poduzeće ili skupina poduzeća. On navodi i da je horizontalna korporacija dinamička i strateški planirana mreža samoprogramiranih,

samousmjerenih jedinica koje su zasnovane na decentralizaciji, sudjelovanju i koordinaciji. Svi navedeni trendovi su neovisni jedni o drugima ali se međusobno prožimaju, te su svi zapravo različite dimenzija istovjetnog procesa. Ključna stvar u ovom procesu nije nastajanje novog sistema koji je superiorniji u odnosu na stari nego nastojanje da se reaguje na krizu starog modela primjenjujući različite, manje ili više uspješne načine. Ono što je zajedničko svim ovim modelima je naravno mreža.

6. 2. Umreženo poduzeće i tehnologija informacija

Castells smatra da organizacijske promjene poduzeća nisu posljedica tehnološke promjene. Na mjestima gdje se nije pojavila nikakva organizacijska promjena, a uvedene su informacijske tehnologije hijerarhija i birokracija postaju još krući sistemi. Za razliku od toga na mjestima gdje su se organizacijske promjene desile tehnološka promjena se pojavila kao snažna podrška. Ono što je tehnologija omogućila jeste da se uspostavi mrežna forma bez ikakvih prostornih ograničenja. Može se reći i to da su nove organizacijske forme postavile sami smjer tehnološke promjene. Uslijed pojave tehnoloških i organizacijskih promjena pojavljuje se umreženo poduzeće koje ima dva tipa:

- Organizacija kojima je temeljni cilj reprodukcija njihovog sistema odnosno birokracija
- Organizacija u kojima ciljevi i promjene ciljeva oblikuju i neprestano preoblikuju strukturu sredstava odnosno poduzeće

Umreženo poduzeće predstavlja specifičan oblik poduzeća čiji je sistem sredstava sastavljen ukrštanjem segmenata autonomnih sistema ciljeva. U okviru ovog poduzeća su dijelovi mreže ujedno samostalni i ovisni u odnosu na mrežu te mogu stvarati druge mreže ali i ciljeve. Umreženo poduzeće pretvara signale u proizvode upotrebom znanja. Performansa mreže ovisiti će o povezanosti odnosno sposobnosti da se omogući nesmetana komunikacija između komponenti te dosljednost kao mjeri u kojoj postoje zajednički ciljevi između ciljeva mreže i ciljeva njenih komponenti

Umreženo poduzeće odgovara informacijskoj ekonomiji zbog toga što:

- Uspješna poduzeća su ona koja imaju sposobnost da stvaraju znanje te učinkovito obrade informaciju.
- Prilagođava se promjenljivoj geometriji globalne ekonomije

- Dovoljno su fleksibilna da mijenjaju svoja sredstva jednakom brzinom promjene ciljeva
- Sposobna su da stvaraju inovacije koje predstavljaju temeljni faktor konkurencije.

Postoje velike razlike u organizacijskim oblicima poduzeća u različitim kulturnim kontekstima. Što se tiče kulture najzanimljivija su poduzeća u istočnoj Aziji zbog uspjeha same regije. Poduzeća koja se nalaze u toj regiji su pod značajnim uticajem kulture i tradicije samog područja ali su u isto vrijeme najbliže onom definisanom umreženom poduzeću.

7. RADNICI U UMREŽENOM DRUŠTVU

Danas se postavlja pitanje da li postoji globalna radna snaga kao što postoji globalno tržište kapitala. Globalna radna snaga ne postoji obzirom da nju ograničavaju kultura, ksenofobija, politika, policija i brojni drugi faktori. Brojnost radne snage koja radi u svijetu je poprilično mala, uzimajući u obzir da su za migracije ljudi i dalje najvažnije gladi, katastrofe i ratovi. Međutim postoji izvjesna rastuća međupovezanost radne snage globalnih razmjera i to kroz tri mehanizma:

- Globalna zaposlenost u multinacionalnim kompanijama
- Uticaji međunarodne trgovine na uslove nezaposlenosti i radne snage
- Posljedice globalne konkurencije fleksibilnog menadžmenta na radnu snagu svake zemlje

Integraciji radnog procesa i dezintegraciji radne snage odgovara novi model proizvodnje i menadžmenta. Ova integracija je ishod privrednog i političkog izbora vlada i poduzeća koja su odabrala put korištenja porasta produktivnosti za kratkoročnu profitabilnost, a nije rezultat informacijske paradigme. Ona je u suprotnosti sa mogućnostima trajne visoke produktivnosti a tu produktivnost otvara novonastala informacijska ekonomija.

Castells smatra da tehnologija nije ta koja određuje radni proces nego ga određuje kulturni i institucionalni kontekst. Automatizacija u značajnoj mjeri uzdiže značaj ljudskog mozga u radnom procesu. Na samom početku automatizacija je dekvificirala rad što nije posljedica tehnologije nego isključivo odugovlačenja početka upotrebe punog kapaciteta novih tehnologija, sve do 1990-ih godina. Rutinski poslovi su ključna stvar koja je nastala kroz automatizaciju. Informacijski proces karakteriše to da svaka dodana vrijednost se stvara inovacijom a tu spadaju čipovi, finansijski aranžmani. Sama inovacija unutar informacijskog procesa zavisi o dva uslova: istraživački potencijal tokom kojeg se stvara novo znanje te

sposobnost specifikacije koja provodi novo znanje u proizvode. Izvršni zadaci unutar procesa postaju učinkovitiji kada se upute višeg stepena prilagođavaju specifičnim namjenama u svrhu proizvodnje povratne informacije za sistem. Postoje dvije glavne osobine prevladavajućeg organizacijskog mrežnog oblika i to: unutarnja prilagodljivost i vanjska fleksibilnost. Ključni element ovog procesa jeste informacijska tehnologija.

Podjela rada u umreženom poduzeću ima tri dimenzije:

- Stvaranje vrijednosti (zapovjednici, inovatori, dizajneri, izvršitelji) – odnosi se na obavljanje zadataka u radnom procesu
- Stvaranje odnosa (umreživači, umreženi, isključeni) – veza između organizacije i okoline
- Donošenje odluka (donositelji odluka, sudionici u donošenju odluka, izvršitelji) – veza između menadžera i zaposlenih u organizaciji

Informacijska tehnologija je obnovila strahove da će radnici postati nepotrebni a ove strahove je pojačavalo povećanje nezaposlenosti 1990ih u Evropi. Međutim u globalnoj ekonomiji rast privrede što se odnosi na širenje potražnje i prihoda ovisiti će u velikoj mjeri od međunarodne konkurentnosti, što ima za cilj da veća tehnologija rezultira višom stopom zaposlenosti. Informacijska tehnologija ne stvar nezaposlenost nego preobražava rad. Castells to naziva individualizacijom radne snage i radnog procesa. Rad se može podjeliti i na: privremeni, povremeni i samozaposlenost. Sve ove kategorije su vrste fleksibilnog rada. Fleksibilni rad se pojavljuje jednako i kod niskokvalifikovanih radnika i stručnjaka.

Japan je jedina zemlja koja je izuzetak od fleksibilnog rada obzirom da kod njih postoji sistem koji se naziva „chuki koyo“ što znači doživotno zapošljavanje. Ovo doživotno zapošljavanje se obavlja u velikim kompanijama te se prije svega odnosi na muškarce. Pored ovog zapošljavanja u Japanu imamo povremeno zaposlene i privremeno zaposlene koji nemaju sigurnost posla a ni povlastice. Samo 1/3 japanaca u suštini uživa u blagodatima sistema „chuki koyo“.

Fleksibilnost osigurava kombinovana središnja radna snaga sa odanosti poduzeću i akumulacijom znanja. Proces prelaska na informacijsko društvo i globalnu ekonomiju doveo je do pogoršanja uslova života i rada za radnu snagu. Ovaj proces doveo je do porasta strukturne nezaposlenosti, opadanja stvarnih plata, porasta nejednakosti, nesigurnosti poslova,

segmentacije radne snage te marginalizovanje poljoprivredne radne snage. Pored svega navedenog također i plaće visokokvalificiranih također stagniraju. Možemo zaključiti da su nove informacijske tehnologije dovele do dualizacije radne snage odnosno jačanja krajnosti i slabljenje sredine strukture zanimanja a proizvele su dublji proces dezagregacije radne strane.

8. SVAKODNEVNI VIRTUALNI ŽIVOT

Koncept svakodnevnog života bio je od ključnog značaja za diskurs kritičke teorije najmanje od ranih šezdesetih godina kada je Henri Lefebvre posvetio nekoliko knjiga razradi ideje. Kada su informacije mogle da se pokažu da su široko rasprostranjene i slične domu i zemlji moguće je postaviti granicu između stranih i vanrednih, privatnih i javnih. Mediji posmatraju prostor na takav način da se ono što se smatra lokusom svakodnevnice više ne može razlikovati kao odvojeno od njegove suprotnosti. Ova promjena funkcioniše tako da revidira ranije pojmove svakodnevnog ali i otvara mogućnost za rekonfigurirani koncept svakodnevnog života koji još može sadržavati kritične potencijale.⁴²

Kako bi definisao svakodnevnicu, Lefebvre je preuzeo pojam „živog iskustva“ od fenomenologije i egzistencijalizma. Novije filozofije dvadesetih i pedesetih godina su odbacivale uređenje svijeta kategorijom odbačenog razloga te na takav način otvara razumijevanje ljudskog stanja u svakodnevnom iskustvu. Te kritike stvarnosti koje su usredsređene na razum su bile prvi koraci prema pozicijama koje danas inspirišu mnoga kritička mišljenja. Lefebvre je bio svjestan opasnosti pretvaranja svakodnevnog života u sakritičku kategoriju. Pored tog Heideggerov tretman svakodnevnice u djelu „Biće i vrijeme“ je bilo područje otuđenja, zaborav „Bića“. Lefebvre priznaje način na koji je Heidegger definisao biće kao „konkretno“, „doživljeno iskustvo“ ali i kao „otuđenje“. Mnogi ljudi danas i ne poznaju toliko dobro vlastiti život, nemaju znanja o tome kako žive.

Definicija svakodnevnog života prema Lefebvre-u je slijedeća: „Svakodnevni život su neizdrživi, nedefinisani, a kasnije različiti, superiorni, specijalizovani, strukturirani postupci koji se analiziraju i moraju biti definisani kao cjelina. Svakodnevni život je u velikoj mjeri

⁴² Poster, M., *Information please*, Duke University Press, Durham, London, 2006., str. 212. – 213.

povezan sa svim aktivnostima a i sa svim njihovim razlikama i njihovim sukobima te je njihovo mjesto, njihova veza, njihova okolnost.

U Lefebvreovoj karakterizaciji svakodnevnice nalazimo pojmove „rezidualni“, „totalni“ i „ljudska konkretnost“. „Posmatrani“ „rezidualni“ odnosi se na politiku i ekonomiju, velike javne oblasti modernosti, opozicija: to je mjesto otpora onome što to nije. Lefebvre potvrđuje projekat modernosti, kako bi Habermas rekao čak i kada pomjera svoj položaj sa politike i ekonomije na nejasno mjesto ostatka. Jedna suštinska karakteristika modernosti – otpor opresiji – je sačuvana, redefinisana i možda proširena. Sa ostatkom Lefebvre inicira oštar zaokret u metanarativu modernosti: demokratska država i kapitalistička organizacija industrije više nisu direktno prostori u kojima se može razviti otpor prema slobodi. Državljanin i radna snaga su u skladu sa onim što je registrovano u knjigama modernog društva.

Lefebvreov koncept svakodnevnice kao rezidualnog, nepristupačnog možda uslovljenog načina na koji se spominju 1970. godine, novi socijalni pokreti – feminizam, ekologija, prava potrošača, ljudska prava, pokreti antinuklearnih i antirasističkih politika koji se mogu proširiti na postkolonijalizam, queer teoriju, transrodne grupe, te globalizacijski protest. Iako bi svaka od ovih grupa mogla imati neku povezanost sa kritikom liberalne države i ideologije tržišta, može se reći da se one mogu pojaviti iz svakodnevnog života. Svaka od njih, indirektno, proširuje i unaprijeđuje ljudsku slobodu od devetnaestog vijeka, dok se to ne odnosi na određenu veličinu, Lefebvreovo značenje svakodnevnice zauzima svoje mjesto kao potez u pravcu postmoderne politike, otkrivajući područje problema iznad prava građanina i radnika.⁴³

Jedan od važnijih faktora u svemu su svakako mediji. Prelazak na medije zahtijeva razumijevanje jezika i potrošnje tako da uloga medija postaje pitanje a ne jednostavna negativna instanca otuđenja. Jednom kada je svakodnevni život izvučen iz humanističkih okvira Lefebvre-a on postaje dostupan za kulturološko učenje o položaju medija, o tome kako pojedini mediji učestvuju u izgradnji kulturnih oblika u domenu jezika i potrošnje. To se pokazalo kao veoma složen zadatak za kulturnog analitičara, dijelom i zbog posredovanja informacijskih strojeva. Okvir subjekt – objekt koji tako duboko oblikuju modernističku kulturnu analizu kao neuobičajeni životni vijek gdje su mašine središnja značajka pejzaža. Pojava novih medija od devedesetih godina prošlog vijeka postavila je ovo pitanje na novi nivo hitnosti, stimulišući nove inicijative.⁴⁴

⁴³ Poster, M., *Information please*, Duke University Press, Durham, London, 2006., str.214. – 215.

⁴⁴ *Ibid.*, str. 2019.

9. NOVI MEDIJI

Šta god definišemo kao dio novog medijskog prostora, ono što je novo u medijima nije ograničeno samo na tehnološki napredak. Trebamo se pitati šta je novo za društvo u tim Novim medijima. Digitalne kulture predstavljaju, manipulišu te komuniciraju sa svijetom na načine koji su bili nezamislivi prije sto godina te su se samim tim i naši životi kao i kultura promijenili u cijelom tom procesu. Kao dio globalne kulturne transformacije novi mediji i digitalna revolucija će vjerovatno imati veliki uticaj na svijet kao razvoj štampe ili elektrifikacije⁴⁵.

„Digitalna revolucija“ je nedavni pojam koji opisuje efekte brzog pada troškova i brzog širenja snage digitalnih uređaja kao što su kompjuteri i komunikacije. Sa dolaskom digitalnih medija, svijet je nedvojbeno izmijenjen i način na koji mislimo o sebi i planeti (zapravo o svemiru), izmijenio se zauvijek. Konkretno digitalna kultura je povezana sa ubzanjem društvenih promjena, uzrokujući brojne tehnološke i društvene transformacije u iznenađujuće kratkom vremenu.

Sajtovi kao što su MySpace, You Tube, ili Blogger svaki na svoj način mijenjaju način na koji korisnici koriste Internet i World Wide Web. One su dio nekih širih transformacije u ukupnom novom medijskom okruženju; transformacije kao što su konvergencija i multi – platformska intertekstualnost. Mogli bismo reći da su Internet i World Wide Web postali „novo – medijatizovani; oni su postali centralni dio novog načina „obavljanja medija“ (i „razmišljanja medija“)⁴⁶

Sajt kao što je You Tube (osnovan 2005. godine) je savršena ilustracija ove konvergencije sadržaja. Počevši kao sajt za dijeljenje komičnih video klipova, milioni video snimaka na You Tube-u sada uključuju sadržaj koji generišu korisnici gotovo svakog zamišljenog tipa, možda najpoznatiji „iscrpljeni“ isječci aktuelnih televizijskih emisija i domaćih remake filmskih scena ali i naizgled slučajnih bitova web kamera, kućnog videa i pronađenih snimaka. Dakle, sajt sada nudi klipove svih vrsta, porijekla, bez razlikovanja na osnovu žanra, proizvodnih vrijednosti, platforme, bilo čega. YouTube dokazuje nove oblike stvaranja sadržaja, nove načine distribucije i promjene u obrascima medijske potrošnje. Klipovi televizijskih emisija pojavljuju se na YouTube-u, zvanično i nezvanično, kao i bezbroj parodija

⁴⁵ Creeber, G. Martin, R., *Digital cultures – Understanding new media*, New York, 2009., str.4.

⁴⁶ *Ibid.*, str. 35.

i remakea, ali klipovi sa YouTube-a također se pojavljuju na televiziji i redovno objavljuju vijesti.⁴⁷

9. 1. Digitalna televizija – HD

Dvije teme povezuju globalnu medijsku scenu u dvadesetprvom vijeku. To su: raspršivanje digitalnih medija – od kompjutera do mobilnih telefona do digitalne televizije do Interneta i kovergencija nekada odvojenih medija do kojih je došla digitalna revolucija. Oba su važna faktora u razvoju digitalne televizije. Termin „digitalni“ jednostavno znači da je informacija podijeljena u niz od 1s do 0s i stavljena u oblik koji se može lako manipulirati sve bržim mikročipovima koji leže u srcu svakog digitalnog uređaja. Ovo razlikuje računare i njihove brojne potomke od starih analognih medija kao što je film, radio, televizija i audio/video snimci koje smo pozvali prije 2000. godine.⁴⁸

Televizija visoke kvalitete – HDTV je standard za televizijski signal koji nam omogućuje visoku kvalitetu slike i zvuka a to se u odnosu na televiziju standardne kvalitete postiže povećanjem broja aktivnih analizirajućih linija sa 567 na 720 ili 1080, promjenom načina analize slike i kolorimetrijskih značajki slike. Slika visoke kvalitete naročito je pogodna za TV prijemnike velikih zaslona. Ona daje oštriju sliku zbog toga što posjeduje veći broj linija i elemenata slike na zaslonu, sa čim se postiže oštrija i detaljnija slika. . Na doživljaje kvalitete iz ugla gledatelja utiču i drugi faktori kao što su: prikaz boja, svjetlina i kontrast zaslona, vrsta programa, veličina zaslona kao i udaljenost gledatelja od zaslona, kvalitet pratećeg zvuka, te kvalitet prijema.

Priča o digitalnoj televiziji počinje 1980-tih sa razvojem onog što je izgledalo kao sljedeća velika stvar u televizijskoj tehnologiji: televizija visoke kvalitete ili HDTV. To je bila tehnologija razvijena u Japanu koja je obećavala da će značajno poboljšati kvalitet televizijske slike povećanjem definicije ili broja linija skeniranja slike, koristeći analogne metode. Preuređen je i odnos širine i visine ekrana od 4 do 3 odnos tradicionalne televizije prema kinematografiji od 16 do 9 čime su filmovi prikazivani na kućnim televizorima u običajenim proporcijama, bez rezanja slike ili snimanja. Japan je prva zemlja koja je pokrenula HDTV emisije 1992. godine.⁴⁹

⁴⁷ *Ibid*, str. 36.

⁴⁸ *Ibid*. str. 46.

⁴⁹ *Ibid.*, str.46.

Što se tiče Bosne i Hercegovine od ukupno 41 televizijske stanice koje su nosioci dozvola Regulatorne agencije za komunikaciju za zemaljsko emitovanje digitalni signal trenutno emituju samo tri digitalne oblasti Sarajevo, Banja Luka i Mostar a emituju ga javni servisi BHRT, RTRS, RTV FBiH te televizija K3 koja je privatna.

9. 2. Digitalno kino

Digitalno kino je prije svega koncept koji pokriva cijeli lanac filmske produkcije od akvizicije sa digitalnim aparatom do postprodukcije, do distribucije, do izložbe a sve sa bitovima i bajtovima. Do nedavno, stvarni proces snimanja filmske produkcije obavljan je pomoću tradicionalnih filmskih kamera od 35 do 70 mm koje koriste kanilere od celuloida. Kvalitet slike, proizveden digitalnim fotoaparatima je bio znatno niži od filma, dok su filmska snimanja sve više ulazila u kompjutere za postprodukcijisku manipulaciju, sam proces proizvodnje ostao je zasnovan na celuloidu. Digitalno snimanje počelo je, u teoriji krajem 1980-tih, kada je Sony razvio marketinški koncept „elektronske kinematografije“. Inicijativa nije uspjela sa profesionalcima i javnosti i tek krajem dvadesetih uvođenjem HDCAM snimača i preimenovanjem procesa u „digitalnu kinematografiju“, snimanje filmova pomoću digitalnih aparata i srodne opreme konačno je počelo da se održava.⁵⁰

Vrhunski fotoaparati koriste jedan senzor koji je iste veličine kao i 35 mm filmski okvir i omogućava istu plitku dubinu polja kao i konvencionalne filmske kamere. Štaviše, snimanje u progresivnom HDTV formatu daje sliku veličine 720 ili čak 1080 piksela. Rezultat je „filmski“ a ne „televizijski“ pogleda na snimljenu sliku.

Do sredine devedestih Sony DCR-VX1000 fotoaparat obećao je kvalitetu slike koja je, iako još uvijek nije tako dobra kao film, bila dovoljno dobra za niskobudžetne filmske stvaraoce da započnu digitalno snimanje svojih sadržaja i uređivanje na jeftinim desktop programima. Vrhunske kamere koriste minimalan ili nikakav proces kompresije da bi se smanjila veličina datoteke, dok Mini DV sistemi obično koriste visoke stope kompresija, smanjujući kvalitet slike u interesu veličine memorije.

Prednost digitalnog stvaranja setova i lokacija, posebno u doba povećanja filmskih serija, nastavaka i franšiza, je da se virtualni setovi, jednom kreirani u kompjuteru i pohranjeni

⁵⁰ *Ibid.*, str.61.-62.

kao podaci, mogu lako regenerisati za buduće filmske produkcije, olakšavajući uspostavljanje i stvaranje tih unosnih nastavaka i franšiza. Ekonomije obima u digitalnim procesima stoga se koriste za nadoknađivanje sve spiritualnijih troškova moderne produkcije filmova. Zanimljiv zaokret ovog trenda, možda je da ta virtualna zamjena stvarnih lokacija povećava premiju na sada prepoznatljivo skupe produkcije koje i dalje idu na pravu geografsku lokaciju kako bi snimili nivoe snimke.⁵¹

Drugi aspekti modernog procesa izrade filmova također osjećaju efekte povećane digitalizacije. Uređivanje je nekad bilo prilično delikatan posao rukovanja trakama od celuloida, fizičkim rezanjem i spajanjem u teškim operacijama. U takvim uslovima odluke o uređivanju izvršene su tek nakon dugog i pažljivog razmišljanja. U digitalnom dobu, takvi fizički procesi su izostavljeni. „Filmske“ slike su do nedavno bile pohranjene na kasetu, ali su sada sve više „tapeless“ snimljene kao podatkovne datoteke na tvrdom disku ili flash memoriji. Oni se zatim učitavaju u sistem za uređivanje koji koristi RAID (Redundantni niz jeftinih/nezavisnih diskova). Različite verzije mogu se izvršiti promjenom nekoliko postavki na konzoli za uređivanje; sekvenca koja se sastavlja „virtualno“ u memoriji računara, a ne kao opipljiva stvar. Širok spektar efekata se može isprobati lako i brzo, bez fizičkih ograničenja koja nameće konvencionalna obrada rezom i štapom.

Nedostatak povećane efikasnosti je zabilježen od strane brojnih praktičara. Jednostavnost i brzina modernih procesa digitalnog uređivanja prijeto urednicima kao i njihovim direktorima sramotom izbora ako ne to onda konfuzijom opcija.

9. 3. Video igre

„Video“ u „videoigri“ se tradicionalno odnosi na raster uređaj za prikazivanje. Rasterska grafička slika, digitalna slika ili bitmapa u kompjuterskoj grafici predstavlja generalno pravougaonu mrežu piksela te se može vidjeti preko monitora. Obzirom da se pojam „videoigra“ pojavljuje u opštoj upotrebi, taj pojam se sada odnosi na sve vrste igara bez obzira na to da li oni koriste rastersku grafiku ili ne. Elektronski sistemi koji se upotrebljavaju za igranje video igara su poznati kao „platforme“, dok primjeri uključuju arkadne mašine, igraće konzole, računare, DVD-ove, mobilne telefone te ručne uređaje. Danas se pojam „videoigra“

⁵¹ *Ibid.*, str.62. - 63.

jednostavno koristi kao jedan način razlikovanja ove vrste igara od onih tradicionalnijih igara na ploči ili kartama koji ne zahtijevaju nikakvu vizualnu jedinicu prikaza.

Kao i većina današnje digitalne tehnologije, video igre su zaista izašle iz tehnološke utrke u srcu hladnog rata. Vlade sa obe strane Gvozdene zastave odlučile su da se oslone na novu snagu kompjutera da simuliraju scene napada i obrane. Svemirska trka koja se odvijala između Amerikanaca i Rusa bila je očigledno inspiracija za Martina Graetza, Stevea Russella i Spacewera Wayne Wiitanena 1962. godine kroz improviziranu kontrolnu ploču koja im je omogućila da pucaju torpeda jedni na druge dok pokušavaju da ne udare planetu ili zvijezdu koja se nalazi na ekranu. Činjenica je da je Spacewar bio programiran na „mikroracunar“ koji je bio popularan među institucijama, značilo je i da su njihovi proizvođači mogli prenijeti kod za program drugima, što je rezultiralo time da je to prva igra koja je zapravo distribuirana. Mnoge od njegovih ideja bi također postavile nacrt za žanr akcionih simulacija poput Asteroids (1979.) i Space Invaders (1987.) koji bi ostao popularan do danas.^{52 53}

Video igre sada imaju priliku promijeniti potrošnju medija. Sadašnje generacije konzola, PS3, Xbox360 i Wii kao njihove kolege, sve su sposobne za pristup Internetu i isporučuju informacije koje nisu igre putem medija koji se smatrao čisto igračkom sredinom 1980-tih. Na primjer Wii News Channel donosi naslove na mnoštvo tema iz cijelog svijeta. PS3 dolazi sa Internet preglednikom koji omogućava da se World Wide Web surfuje u nečijoj dnevnoj sobi. PS3 preko Playstation mreže, koju pokreće medijsko carstvo kompanije Sony, također dodaje mogućnost preuzimanja kratkih filmova, sadržaja igara i drugih multimedijalnih sadržaja. Ne bi trebalo predugo trajati da se filmovi i video snimci na zahtjev pridruže igrama i muzici za preuzimanje.

Vizuelna priroda video igara čini ih lako povezanim sa pristupom filmskim studijima. Oba medija dijele jaku zavisnost od vizualnih podražaja i slični kodovi su očigledni. Utisak koherentnog fiktivnog svijeta igara na ekranu sada je stvoren kroz audiovizelne karakteristike kao što su kadriranje slika, pomaci u vremenu i prostoru i upotreba zvučnih efekata i muzike. Manipulacija ovim kvalitetima je ono što daje orijentaciju za igrača, uspostavlja smislene kontekste i rezonancije unutar kojih se igra pojavljuje i doprinosi stvaranju emocionalnih stanja

⁵² *Ibid.*, str. 77.

⁵³ *Ibid.*, str. 81.

– kao što su strah i neizvjesnost u hororu i neke igre zasnovane na akciji. Dakle video igre danas posuđuju tehnike koje je film pokušao i testirao tokom mnogo godina.⁵⁴

9. 4. Digitalna muzika

Muzička kultura doživljava brze promjene na više nivoa: proizvodnja zvukova, njihova distribucija i potrošnja, kao i šira muzička industrija, transformisani su digitalnim tehnologijama, u skladu sa društvenim i kulturnim obrascima. Promjene u muzičkoj kulturi se dešavaju na globalnom nivou, mada je stopa i priroda promjene podložna geografskoj varijaciji.⁵⁵

Oporavak doskora posrćuće muzičke industrije pomogli su novi muzički formati. 1991. godine vrijednost industrije muzičkih izdanja globalno je dostigla vrhunac te je tada iznosila 23,8 milijardi dolara. Od tog trenutka do 2015. godine njena vrijednost je bila u padu za skoro 40%. Trend pada je prekinut 2016. godine kada se bilježi rast za 5,9% koji predstavlja najveći rast od 1997. godine. Najveći udio cjelokupnih prihoda koje sada ostvaruje digitalna muzika je 50% što predstavlja rekordnu vrijednost i to je prvi put da digitalni formati zauzimaju najveći udio u prihodima. Jedno od najvećih tržišta na polju muzike su Sjedinjene Američke Države. Ukupna vrijednost muzičkih izdanja u ovoj zemlji u prvoj polovini 2017. godine iznosila je nešto manje od 4 milijarde dolara.

Jedan od načina pomoću kojih servisi pokušavaju da privuku nove korisnike a i da zadrže one strane jesu ekskluzive koje im obezbjeđuju. Vrlo često je slučaj da novi muzičkih zvijezda u prvom periodu budu dostupni isključivo na jednoj platformi. Prednost u tome ima Apple Music i to iz više razloga: ne postoji besplatan pristup ovom servisu, dio je najvrijednije svjetske kompanije i slično. Apple može isplatiti izviđače i njihove izdavačke kuće te time sebi omogućiti period ekskluzive.

Treba napomenuti da digitalne tehnologije povećavaju važnost muzičkog videa. Ova vizualna strana je nesumnjivo bila od velikog značaja u pogledu porasta MTV-a 1980-tih. Sada, međutim sa povećanjem broja specijalizovanih digitalnih kanala ima još više muzičkih kanala. Muzički video sadržaji predstavljaju atrakciju raznih web sajtova i također su jedan od

⁵⁴ *Ibid.* str. 84.

⁵⁵ *Ibid.*, str. 93.

najpopularnijih oblika materijala koji se mogu preuzeti na stranicama kao što su YouTube i Google Video.⁵⁶

Štaviše oni također počinju da se dokazuju kao materijal koji se može preuzeti i gledati na prenosivim uređajima kao što su mobilni telefoni ili prenosivi media plejeri (PMP). Značaj muzičkog spota pokazuje i činjenica da su u isto vrijeme preuzimanja prihvatljiva za rangiranje grafikona bez pratećeg fizičkog izdanja; video preuzimanja također su se računala prema grafikonu singlova u Velikoj Britaniji. Moglo bi se dakle tvrditi da kako se formati muzike pohranjuju na manje materijalne i sve više su lišeni vizualnih dimenzija (omoti albuma, reprodukcija stihova i drugih formacija), takav gubitak se kompenzira povećanom vezom muzike prema drugim vizuelnim formatima kao što su muzički spotovi i web bazirani tokovi podataka.

9. 5. Politika i mediji

Globalna mreža tretira informacije različito od načina na koji smo upoznati iz iskustva ranijih medija. Umjesto da se informacije dobijaju iz diskretnih brojnih tačaka koje su proizvedene znanjem o ekonomiji, regulisanim državama i objavljenim u programima objavljivanja. Mreža je amorfn, bezbrojna konstelacija promjenjivih lokacija i objekata koji su podložni fundamentalnim promjenama od strane anonimnih. Poraz umnožavanja kopija na DVD-ovima od strane programa objavljenog na Internetu petnaestogodišnjaka u Norveškoj (Jon Johansen) i stvaranje programa za razmjenu podataka od strane 18 godina starog Amerikanca (Shawn Fanning) je zatetirao filmsku industriju i muzičku industriju u historični nered. Golijati su ogromni, moćni i bogati i imaju na raspolaganju resurse, koji uobičajeno podrivaju demokratiju uz pomoć plaća, mita i uticaja. Ovi primjeri pobjede nad zaštitom od kopiranja i širenjem transfera građe između vršnjaka su dobro poznati i mogli bi se višestruko umnožiti u relativno kratkoj povijesti globalne mreže. Ovi zahtjevi su morali biti ozbiljno razmotreni, jer su bez presedana i ukazuju na jedinstvena svojstva Mreže. Ovdje je potrebno naglasiti da je mjerilo industrijski učinak umreženog računarstva.⁵⁷

Digitalne mašine su pružale podršku vojnim institucijama u cijelom svijetu i koliko god su one bile nametnute njima za novčane namjene, razvijale su se u sveučilištima i bile su dizajnirane kao diktati sajbera. Netokratije i akademske kompjuterske nauke propisuju

⁵⁶ *Ibid.*, str. 99.

⁵⁷ Poster, M., *Information please*, Duke University Press, Durham, London, 2006., str. 50.

informacije o transferu su naizgled jasne i moguće minimalne interferencije ili buke iz bilo kog izvora. Kultura kompjuterskog programiranja razvijala se stoga bez ikakve pažnje na osnovna pitanja kao što je ko je ovlašten da govori i šta se može reći u tim slučajevima.

Digitalni uslovi kulture znače da je stvaranje dijela, njihova neograničena reprodukcija te dodijeljena distribucija funkcija svih onih koji imaju pristup umreženim računarima. Digitalna kulturološka transformacija nekog teksta, slike, zvuka, nepokretnih objekata, kao što su knjige i filmovi – čvrstoća koja je u modernosti uzeta zdravo za gotovo – više nisu podrazumijevane karakteristike umjetnosti. Digitalni uslovi kulturnog života također zaobilaze fizički utvrđene identitete, uključujući i invaliditet (čak i paraplegičari mogu da komuniciraju na kompjuterima), tjelesne karakteristike, etničke pripadnike, nacionalno državljanstvo. I to se dešava bez vanjskog autoriteta ili cenzora.⁵⁸

Ljudska zbivanja i umrežene digitalne informacije u velikoj su mjeri preoblikovali temeljne kulturne uslove te uveliko proširili karakteristike populacije. Čuvari kulture, bili su pretežno sredovječni, srednjeklasni, bijelci muškarci. Izmjena uslova zavisi od digitalnog stanja prelaska na elektronski format nula i jedinica odnosno na prekidač ON. Umjesto žaljenja ili slavljenja novih uslova kritički se moraju sagledati njihove granice.

⁵⁸ *Ibid.*, str. 51.

10. PROSTOR U UMREŽENOM DRUŠTVU

Prostor i vrijeme su fundamentalne, materijalne dimenzije ljudi. Istraživanja koja su provedena prethodnih 10 godina pokazuju nam da se razvijene telekomunikacijske usluge u isto vrijeme raspršuju ali i koncentriraju. Razvijeniji telekomunikacijski sistemi omogućuju razmještanje aktivnosti stvaranja znanja kao i protoka informacija diljem svijeta. Koncentracija telekomunikacijskih usluga odvija se u gornjem rangu te samim tim najvažnije svjetske metropole postaju središta finansijskih tržišta. Broj ovakvih tržišta u stalnom je porastu te to nisu samo London, Njujork i Tokio. Ono što je značajno jeste povezivanje sa drugim gradovima tako da regije postaju marginalne odnosno nevažne.

Proizvodnja koja se temeljila na mikroelektronici i računarima stvorila je novu logiku u industriji. Zbog razvoja telekomunikacijske tehnologije došlo je do novog industrijskog prostora koji je obilježen mogućnošću razdvajanja proizvodnog procesa na dva mjesta. Ovakva promjena olakšala je zapošljavanje dva sektora visokokvalifikovanih stručnjaka i nekvalifikovanih radnika. Prema tome mikroelektroničke firme koriste obrazac međunarodne prostorne podjele rada. Prostorno razmještanje prvo se desilo u američkim kompanijama a potom u japanskim. Ključni element u prostornom obrascu jeste kompleks proizvodnje tehnološke inovacije koji se naziva inovacijska sredina. Inovacijska sredina je poseban skup odnosa proizvodnje i upravljanja koji se temelji na društvenoj organizaciji koja ima jednu zajedničku radnu kulturu i instrumentalne ciljeve a koji su namijenjeni stvaranju novog znanja, novih procesa i novih proizvoda.⁵⁹

Ključna stvar kod inovacijskih sredina jeste to kada jednom nastanu bez obzira da li su u centru ili ne one i dalje privlače firme, kapital, radnu snagu u svoj stvoreni rasadnik inovacija. Značajno je i to da novi industrijski prostor ne znači propadanje starih i uspon novih područja te se ne može govoriti o jednostavnoj podjeli na centar i periferiju nego se arhitektura ovog prostora neprestano mijenja prilikom saradnje i konkurencije firmi, institucija, organizacija i slično. Logika novog industrijskog smještanja jeste geografski diskontinuitet te je industrijski prostor organizovan oko protoka informacija koje u isto vrijeme spajaju ali i odvajaju svoje dijelove teritorije.

⁵⁹ Castells, M., *The Rise of the network society*, Golden marketing, United Kingdom, 2000, str. 407.- 429.

Futuristi smatraju da će se razvojem i pojavom novih komunikacijskih tehnologija doći do nestanka gradova jer će postojeći izgubiti svoju funkciju. Sve više se povećava funkcionisanje rada na daljinu i tu možemo razlikovati tri kategorije ljudi:

- Osobe koje posao obavljen kod kuće zamjenjuju za onaj koji bi odradili na radnom mjestu – to je stvarni rad na daljinu.
- Samozaposleni koji kod kuće rade online
- Osobe koje dodatni posao donose kući iz konvencionalnog ureda

Sve navedene kategorije ne znače da će doći do nestanka kancelarija nego će se pojaviti „pokretni uredi“. Međutim ako pogledamo sva istraživanja i do sadašnju upotrebu tehnologije pri čemu se misli na način upotrebe tehnologije možemo reći da je *online* komunikacija izuzetno značajno pomagalo ali da ne može nadomjestiti klasične oblike pružanja usluga. Informatičko doba stvara tip urbane sredine koji se naziva informatički grad koji ima specifični kontekst. Taj informatički grad nije oblik nego je jedan proces koji označava strukturalna dominacija prostora tokova.

Prostorni oblik koji se razvija u informatičkom društvu jeste megagrad. Taj grad ima preko 10 miliona stanovnika. Ono što je ključno jeste činjenica da su ti svi gradovi središta svijeta. Ovakvi megagradovi su iz regija Azije, Amerike i Evrope. Zbog svoje veličine funkcioniraju kao magneti te se čitave regije pretvaraju u urbana područja. Megagradovi kao urbani oblici su globalno povezani sa svjetskim mrežama ali sa druge strane oni razdvajaju lokalno stanovništvo te je ono u tom kontekstu nepotrebno i dobiva epitet „lokalno iskopčani“. U samo procesu megagradova dolazi se do pozitivnih pojava kao što je povećanje gospodarskog rasta, jačanje zapošljavanja. Ovakvu pojavu možemo naročito vidjeti u Kini gdje bi budući megagrad danas nosio naziv delta biserne rijeke obuhvatajući regije Hong Kong, Macao i druge. Ovakva metropolitiska regija se u velikoj mjeri razlikuje od magalopolisa SAD-a. Naime u Kini nastaje jedinstvena ekonomska i društvena jedinica te postoji prostorni diskontinuitet sa seoskim naseljima i nerazvijenim područjima. Megagradovi su čvorišne tačke i središta moći cijelog procesa informatičkog doba. Megagradovi su prostor tokova informacija, tehnologije, znanja, ljudi.

Prostor ne predstavlja odraz društva nego samo njegov izraz. Možemo reći da je prostor društvo. Društveni procesi djeluju na prostor koji je naslijeđen od prethodnih korisnika tog prostora. Castells kaže da je prostor ustvari kristalizirano vrijeme, kao i to da je prostor materijalni proizvod u odnosu na druge materijalne proizvode uključujući i ljude koji su u

društvenim odnosima. Svi ti društveni odnosi daju prostoru oblik, funkciju i društveno značenje. Ako pogledamo prostor sa društvene teorije možemo reći da je prostor materijalna podrška društvenih praksi koje dijele zajedničko vrijeme. Današnje društvo je koncentrisano oko tokova kapitala, tokova informacija, tokova tehnologije, tokova organizacijske interakcije. Svi ovi tokovi su procesi koji dominiraju društvenom praksom te se samtra ako je prostor materijalna podrška društvenih praksi onda je novi prostorni oblik kao glavna karakteristika umreženog društva prostor tokova.

Prostor tokova možemo definisati kao materijalnu organizaciju društvenih praksi koje se istovremeno dešavaju te djeluju kroz tokove a tokovi su smislene, repetitivne, programirane sekvence razmjene i interakcije fizički odvojenih mjesta koje drže društveni akteri u gospodarskim, političkim i simboličkim strukturama društva.

Tri su sloja materijalnih podrški koje čine prostor tokova:

1. **Krugovi električnih impulsa – mreža**
2. **Čvorovi i središta** – iako postoji mreža (telekomunikacija) ona prije svega povezuje mjesta. Različita mjesta imaju različite funkcije te je prema tome izvršena hijerarhija. Funkcije koje svaka mreža ispunjava određuju značajke mjesta koja postaju njihovi privilegovani čvorovi. Nekada ti čvorovi nastaju i na posve neočekivanom mjestu.
3. **Prostorna organizacija dominantnih menadžerskih elita** – to su elite koje obavljaju upravljačke funkcije oko kojih se oblikuje prostor tokova. U ovom sloju društva su asimetrično organizovana oko dominantnih interesa za svaku društvenu strukturu.

U odnosu na sve navedeno većina ljudi danas i dalje živi u prostoru mjesta a ne u prostoru tokova. Prostor mjesta jeste prostor čiji su oblici, funkcija i značenje sadržani u fizičkim granicama kontingiteta. Bez obzira što većina ljudi živi u prostoru mjesta funkcije moći su organizovane u prostoru tokova, te strukturalna dominacija njihove logike u značajnoj mjeri mijenja značenje i dinamiku mjesta. Značajan fenomen koji se dešava jeste život u paralelnim svjetovima čija se vremena ne mogu susresti ukoliko se između prostora ne izgrade kulturni i fizički mostovi.

11. VRIJEME U UMREŽENOM DRUŠTVU

Vrijeme je jedna od najkontraverznijih kategorija a sa paradigmom informatičke tehnologije događa se i transformacija vremena koja je paralelna sa prostorom tokova. Moderni umovi veliki značaj daju poimanju vremena sata te da je ono odlučujuće za industrijski kapitalizam. Moderno doba se može i shvatiti kao vladavina vremena sata nad prostorom i društvom. U umreženom društvu predvidivo i mjerljivo vrijeme je uništeno. U strukturu umreženog društva ugrađen je bijeg kulture od sata te oslobađanje kapitala od vremena. Pojava novih tehnologija kao i deregulacija stvorile su novo svjetsko tržište kapitala. Suština ovog tržišta jeste to da djeluje u stvarnom vremenu a glavna mu je karakteristika brzina transakcija. Naradiklanija tačka u ovom tržištu jeste svjetsko tržište deviza a sam Castells ovakav sistem naziva globalnim casinom.

Sažimanje vremena od strane kapitala najbolje se može vidjeti na poslovima sa rokom kod kojih se radi sa budućim novcem koji se očekuje od nekih budućih transakcija a koje su izvedene iz projekcija. Ono što je bit jeste povećanje nominalnog kapitala u odnosu na depozite i efektivu. Na ovakav način kapital ne samo da skraćuje vrijeme nego ga i apsorbuje. Posljedice ovakvog uticaja kapitala na vrijeme jesu privredna nestabilnost, monetarna kriza, gazdinstva sve više ovise o kretanjima samog kapitala koja su u velikoj mjeri određena subjektivnom percepcijom.

Vrijeme u umreženom poduzeću dovodi do fenomena fleksibilnog upravljanja, pojačane učinkovitosti radne snage, unutarorganizacijske povezanosti a sve to potpomaže ubrzavanje obrtanja sredstvima. Ono što se dešava kao glavna promjena u umreženom poduzeću u odnosu na vrijeme jeste istiskivanje više vremena odnosno fleksibilizacija radnog vremena što znači prekovremeni rad ili skraćeno radno vrijeme što bi podrazumijevalo manje rada ukoliko je to potrebno. Ključ za konkurentnost nekog poduzeća je vremenski okvir prilagodljivosti takvog poduzeća zahtjevima tržišta. Vremenom se u umreženom poduzeću upravlja kao sredstvom sa diferencijalnom faktorom u odnosu prema temporalnosti drugih poduzeća. Razlika između kapitala i umreženog poduzeće jeste to da se vrijeme ne sažima nego se obrađuje.

U modrenom društvu radno vrijeme koje je plaćeno oblikuje strukturu društvenog vremena. Vremenom se broj radni sati smanjio na 40 sati sedmično te je došlo do homogenizacije i regulacije radnog vremena. Danas se dešava diversifikacija radnog vremena i radnog rasporeda. Pojava skraćivanja radnog vremena kao i netipičnog radnog vremena

događa se najčešće kod žena te slaboobrazovanih mladih osoba. Stalno zaposlene osobe susreću se sa fleksibilnijim radnim vremenom koje najčešće podrazumijeva povećanje broja radnih sati. Diversifikacija radnog vremena prisutna je u različitim sektorima, različitim firmama, mrežama, poslovima, zanimanjima. Heterogenost radnog vremena ima posljedice u vremenskom rasporedu kućanstava, što bi se moglo izbjeći raspodjelom poslova među spolovima. U razvijenijim zemljama dolazi i do produženja razdoblja ekonomske neaktivnosti, što znači da imamo duži period obrazovanja, duži životni vijek, napuštanje radne sange u 55. godini života. Sve navedeno ima negativan uticaj na privredu odnosno na fiskalni sistem.

Ako govorimo o virtualnim vremenu ono podrazumijeva temporalnost uslijed pojave kulture stvarne virtualnosti. Ovdje dolazi do transformacije vremena na dva načina i to:

- Putem istodobnosti – praćenje događaja u stvarnom vremenu, internet nam omogućava fleksibilnu komunikaciju na velikim udaljenostima u stvarnom vremenu.
- Putem bezvremenosti – različiti posrednici informacija vremenski okvir organizuju u skladu sa svojim potrebama što znači da se događaji ne redaju hronološki nego prema potrebama i zahtjevima porošača i proizvođača.

Prema Leibnizu vrijeme je poredak stvari što bi značilo ako nema stvari nema ni vremena. Castells navodi da bezvremeno vrijeme nastupa onda kada karakteristike datog konteksta informatička paradigma i umreženo društvo potaknu sistemsku pometnju u slijedu pojava koje su događaju u tom kontekstu. Kada bismo isključili slijed stvari stvorilo bi se nediferencirano vrijeme odnosno vječnost. Bezvremeno vrijeme prema Castellsu pripada prostoru tokova, a vrijeme discipline, biološko vrijeme i društveno determinirani slijed karakterišu mjesta širom svijeta, koja materijalno strukturiraju ili destrukturiraju naša segmentirana društva.

12. MOĆ U UMREŽENOM DRUŠTVU

Moć je najosnovniji proces u društvu, jer je društvo definisano oko vrijednosti i institucija a ono što se vrednuje i institucionalizuje te određuje odnos moći. Moć je relacioni kapacitet koji omogućava društvenom akteru da asimetrično utiče na odluke drugih društvenih aktera na način koji pogoduje volji, interesima i vrijednostima ovlaštenog glumca. Moć ostvarujemo pomoću prisile i/ili konstrukcije značenja baziranog na diskursu kroz koji društveni akteri upravljaju njihovim djelovanjem. Relacioni kapacitet moći nije određen strukturalnim kapacitom dominacije ali je uslovljen dok su odnosi moći uokvireni dominacijom koja predstavlja moć ugrađenu u institucije društva. U odnose moći koji se oslanjaju na dominaciju mogu se uključiti institucije⁶⁰. Ova definicija moći je dosta široka te obuhvate gotovo sve oblike društvene moći, međutim zahtjeva neke specifičnosti. Što se tiče koncepta glumca on se odnosi na različite subjekte djelovanja: pojedinačni, kolektivni, organizacije, institucije i mreže. U principu sve organizacije, institucije i mreže izražavaju akciju ljudskih aktera.

Relacioni kapacitet označava da moć nije atribut nego odnos, te se ne može apstrahovati od specifičnog odnosa subjekta moći, ovlaštenih i podvrgnutih takvom osnaživanju u datom kontekstu. *Asimetrično* označava to da u odnosima moći uvijek postoji veći stepen uticaja aktera jedan na drugog dok je uticaj u odnosima recipročan. Ono što je važno jeste da ne postoji apsolutna moć, odnosno nulti stepen uticaja onih koji su izloženi moći prema onima koji posjeduju moć. Uvijek postoji mogućnost otpora, ali i određeni stepen poštovanja i prihvatanja od onih koji su podvrgnuti moći.

Odnosi moći se transformišu u trenutku kada otpor i odbacivanje postanu znatno jači od usaglašenosti i prihvatanja. U tom slučaju uslovi odnosa se mijenjaju, moći gube svoju moć, te dolazi do institucionalne ili strukturalne promjene, što zavisi od stepena moći. U suprotnom odnosi moći postaju nedruštveni. Ovo se događa iz razloga ako se odnos moći može ostvariti isključivo oslanjanjem na strukturalnu dominaciju koja je podržana nasiljem onih koji su na vlasti u tom slučaju se mora uništiti relacioni kapacitet aktera koji se opiru i time se odnos prekida.

Između dva glavna mehanizma formiranja moći koji su identificirani teorijama moći nasiljem i diskursom postoji uzajamna podrška i komplementarnost. Max Weber također uočava izvore komplementarnosti i definiše ih kao: „vjerovatnoću da će jedan akter unutar

⁶⁰ Castells, M., *Communication power*, Oxford, University Press, New York, 2009., str.10.

društvenog odnosa biti u poziciji da izvrši svoju vlastitu volju uprkos otporu, bez obzira na osnovu na kojoj ta vjerovatnoća počiva“. Weber na kraju dovodi vlast u politiku, zatim politiku do države.

Ako postoji razdvajanje države i kritičkog društva javni prostor se počinje raspadati a sa tim se suzbija sfera između administrativnog aparata i građana. U krajnjoj liniji demokratsko vršenje vlasti zavisi od institucionalne sposobnosti prenošenja značenja komunikacijskom akcijom u koordinaciju akcije koja je organizovana u državi prema načelima ustavnog konsenzusa. Ustavni pristup i komunikativni resursi međusobno se dopunjuju u uspostavljanju odnosa moći.

Prema Castellsu neke od najuticajnijih teorija moći bez obzira na njihove teorijske i ideološke razlike dijele sličnu, višestruku analizu konstrukcije moći unutar društva: nasilje, prijetnja, prijetnja da se provede disciplina, diskursi, institucionalizacija odnosa moći. Sve nabrojano predstavlja elemente interakcije u samom procesu proizvodnje i reprodukcije odnosa moći u društvu i organizacijama. Eklektička perspektiva moći kao istraživački alat artikuliše dva termina: „moć nad“ i „moć da“ koje je predložio 1963. godine Talcott Parsons.

Mreža predstavlja skup međusobno povezanih čvorova koji mogu biti različitog značaja za samu mrežu. U takvim slučajevima neke verzije teorije mreže sadrže posebno važne čvorove koji se nazivaju „centri“. Međutim svaka komponenta mreže predstavlja čvor a funkcija tog čvora i njegovo značenje ovise o programu mreže kao i njene interakcije sa ostalim čvorovima u mreži.

Čvorovi povećavaju njihovu važnost za mrežu absorbovanjem relevantnih informacija te efikasnijom obradom istih. Relevantni značaj čvora proizilazi iz njegove sposobnosti da doprinese efikasnosti mreže za postizanje svojih ciljeva koji podrazumijevaju definisane vrijednosti i interese programirane u mrežama. Svi čvorovi mreže su nepohodni za performanse mreže bez obzira što mreže dozvoljavaju redundantnost u vidu zaštite za njihovu pravilnu funkciju⁶¹. Onda kada čvorovi postanu nepotrebni za ispunjenje mrežnih ciljeva, mreža se teže rekonstruiše na način da briše neke čvorove te dodaju nove. Čvorovi funkcionišu i postoje isključivo kao komponenta mreže. Jedinica je mreža a ne čvor a u društvenom smislu mreže predstavljaju komunikativne strukture.

Mreže procesuiraju procese dok tokovi predstavljaju tokove informacija između čvorova a ti tokovi kruže kanalima veze između čvorova. Programom koji dodjeljuje mreži

⁶¹*Ibid.*, str.20.

svoje ciljeve kao i pravila performanse definišu mrežu. Pomenuti program se sastoji od kodova koji uključuju vrednovanje učinka te kriterije za uspjeh ili neuspjeh. U organizacionim i društvenim mrežama društveni akteri, njihova interakcija sa drugim društvenim akterima te njihove vrijednosti i interesi potiču od stvaranja i programiranja mreže.

Mreže (i skupovi interesa i vrijednosti koje oni predstavljaju) saraduju ili se međusobno nadmeću. Saradnja se zasniva na sposobnosti komunikacije između mreža. Ova sposobnost se zavisi od postojanja kodova prevođenja i interoperabilnosti između mreža (protokola komunikacije) i pristupa veznim tačkama (prekidačima). Konkurencija zavisi od sposobnosti da se nadmaše druge mreže po superiornoj efikasnosti u učinku ili u kapacitetu saradnje. Mreže rade na binarnoj logici: uključivanje /isključivanje. Unutar mreže, rastojanje između čvorova teži ka nuli kada je svaki čvor direktno povezan sa svakim drugim čvorom. Između čvorova u mreži i izvan mreže, udaljenost je neograničena, jer nema pristupa osim ako se program mreže mijenja.⁶²

12. 1. Moć u mrežama

Prema Castells-u u mrežama postoje 4 vrste moći i to:

- Moć umrežavanja
- Moć mreže
- Umrežena moć
- Moć stvaranja mreže

Svaki od pomenutih oblika određuje specifične procese vršenja moći.

Moć umrežavanja se odnosi na moć aktera i organizacija uključenih u mreže koje čine jezgru globalnog mrežnog društva nad ljudskim kolektivima ili pojedincima koji nisu uključeni u ove globalne mreže. Ovaj oblik moći funkcioniše isključivanjem/uključivanjem . Tongai i Wilson (2007) su predložili formalnu analizu koja pokazuje da se troškovi isključivanja iz mreže povećavaju brže nego koristi od priključivanja u mrežu.⁶³

Moć mreže se može bolje razumjeti u konceptualizaciji koju je predložio Grewal (2008) kako bi se teoretizirala globalizacija iz perspektive analize mreže. U tom pogledu, globalizacija uključuje društvenu koordinaciju između više umreženih aktera.

⁶² Castells, M., *Galaxia Internet*, Travesera de Gracia, Barcelona (2003), str. 20.

⁶³ *Ibid.* str. 42. - 43.

Funkcionisanje **umrežene moći** Castells opisuje na slijedeći način: moć je relacionalna sposobnost da nametne volju aktera na volju drugog aktera na osnovu strukturnog kapaciteta dominacije ugrađene u institucije društva. Slijedeći tu definiciju, pitanje držanja moći u mrežama društvene mreže moglo bi biti ili vrlo jednostavno ili nemoguće odgovoriti.

Jednostavno je ako odgovorimo na pitanje analizirajući rad svake specifične dominantne mreže. Svaka mreža definiše svoje odnose moći u zavisnosti od programiranih ciljeva. Tako u globalnom kapitalizmu, globalno finansijsko tržište ima posljednju riječ, a MMF ili finansijske agencije za rejting su autoritativni tumači za obične smrtnike.⁶⁴

Najvažnije forme moći slijede logiku moći stvaranja mreže. U svijetu mreža sposobnost vršenja kontrole nad drugima ovisi od dva osnovna mehanizma:

1. Sposobnost da se uspostavi mreža i da programira/reprogramira mrežu u smislu ciljeva dodijeljenih mreži
2. Sposobnost povezivanja i osiguravanja saradnje različitih mreža dijeljenjem zajedničkih ciljeva i kombinovanjem resursa, uz odbranu konkurencije od drugih mreža dijeljenjem zajedničkih ciljeva i kombinovanjem resursa, uz odbranu konkurencije od drugih mreža uspostavljanjem strateške saradnje.

Nosioci prve pozicije moći nazivaju se programeri a nosioci druge moći se nazivaju mijenjači. Ono što je važno jeste da su i programeri i mijenjači društveni akteri ali nisu nužno identifikovani sa određenom grupom ili pojedincem. Ovi mehanizmi dosta često djeluju na sučelja između različitih aktera društva koji su definisani u smislu njihovog položaja u društvenoj strukturi te organizacionom okviru društva.

12. 1. 1. Država i moć globalnog doba

Nacija predstavlja zajednicu koja nastoji da proizvede vlastitu državu. Države proizvode nacije (kulture zajednice) na način da vrše monopol nad nasiljem na nekoj teritoriji. Artikulacija vlasti države i politike se odvija u društvu koje je definisano od strane države. To predstavlja implicitnu pretpostavku većine analiza moći koje se odnose na relacije moći u okviru teritorijalno konstruisane države ili između država. Granice društva određuje teritorija, država i nacija⁶⁵. Ukoliko odnosi moći postoje u nekim društvenim strukturama a koje su

⁶⁴ *Ibid.* str. 45.

⁶⁵ Castells, M., *Communication power*, Oxford, University Press, New York, 2009., str.17.

konstituisane na osnovu prostorno – vremenskih formacija koje više nisu primarno locirane na nacionalnom nivou nego su lokalne ali i globalne, društvena granica se mijenja a samim tim i referentni okvir odnosa moći koji nadmašuje nacionalni. Ovo sve ne znači da nacija – država nestaje ali znači da nacionalne granice predstavljaju jednu dimenziju unutar koje djeluje moć i kontra – moć. To sve utiče na samu državu naciju. I ako ne nestane kao jedan specifičan oblik organizacije društva ova država mijenja svoju ulogu, funkcije i strukturu razvijajući se u novi oblik države – stanje mreže. U suštini se ne može zamisliti društvo bez granica. Mreže nemaju fiksne granice nego su otvorene i višestruke, te njihovo širenje zavisi od kompatibilnosti ili konkurencije između interesa i programiranih vrijednosti u svakoj mreži te interesa i vrijednosti koje su programirane u mrežama sa kojima dolaze u kontakt u ekspanzivnom pokretu.

U historiji država je mogla funkcionisati kao čuvar mrežnih interakcija, pružajući određenu stabilnost određene konfiguracije onih mreža koje se preklapaju. Međutim u uslovima višeslojne globalizacije država je samo čvor određene mreže, institucionalnih, vojnih, političkih mreža koje se preklapaju sa drugim mrežama u izgradnji društvene prakse. Društvena dinamika koja je izgrađena oko mreža rastura društvo kao socijalni oblik organizacije. Konstruktivniji pristup kako bi se razumio proces historijske promjene jeste konceptualizacija novog društvenog oblika, mrežnog društva koje je sastavljeno od specifičnih konfiguracija globalnih, nacionalnih i lokalnih mreža unutar više dimenzionalnog prostora društvene interakcije.

13. UMREŽENO DIGITALNO DOBA

Komunikacija je razmjena značenja kroz razmjenu informacija. Proces komunikacije je definisan tehnologijom komunikacije, karakteristikama pošiljaoca i primaoca informacija, njihovim kulturnim referentnim kodovima i protokolima komunikacije, kao i obimom komunikacionog procesa. Počevši od obima samog procesa, interpersonalna komunikacija se mora razlikovati od društvene komunikacije. Imenovani pošiljalac i primaoc je subjekt komunikacije. Sadržaj komunikacije ima potencijal da se širi u društvo u cjelini i to je nešto što se naziva masovna komunikacija. Interpersonalna komunikacija je interaktivna dok masovna komunikacija može biti interaktivna ili usmjerena. Digitalnost predstavlja odredbu tehničko – tehnološkog prijelaza s analognog načina informacija komunikacija na jedan model koji počiva na binarnom kodu. Digitalno doba se u informacijskom društvu odlikuje prijenosom informacija na daljinu, ponovljivošću, istodobnošću te mogućnostima pohrane informacija u materijalnom obliku digitalne slike⁶⁶.

Gledano iz čisto tehnološke perspektive 1960.-tih, na formativnu fazu u historiji modernog računara, može se reći da ona predstavlja prahistorijsko doba kulturnih žanrova. Kako su se poboljšavale funkcionalne performanse računara tako su informacijske tehnologije postajale mnogo praktičnije a sve u kombinaciji sa znatno povećanom budnošću nastajanja budućih komercijalnih prilika koje su se otvarale kako je tehnologija napredovala.⁶⁷

Digitalni mediji mijenjaju strukturu komunikacije i mogu da dovode i do pojave trendova komunikacije karakterističnih za digitalno doba. Stvaranje različitih zapisa kao i njihove distribucije predstavlja odličan temelj za stvaranje mlađe publike. Tehnološki razvoj je doveo do toga da danas nemamo razliku između profesionalizma i amaterizma. Kako bi proizveli bilo koji medijski sadržaj neophodan je računar prosječnih konfiguracija i sposobnosti. Digitaliziranom fotografijom, mobilnim uređajima, Internetom kao i društvenim mrežama svima je omogućena komunikacija putem medija. Bilo kome ko želi omogućeno je postavljanje različitih sadržaja koje dijele sa drugima. Od korisnika samog zavisi u kojoj mjeri želi da svoj sadržaj učini javnim. Prostori koji daju mogućnost medijskih objava su vlastiti profili društvenih mreža, Youtube kanal, novine i nacionalne televizije.

⁶⁶ Čelebić, E., *Utjecaj Interneta i digitalnih medija na proces komunikacije i ljudske odnose*, , Filozofski fakultet Osijek, 2015., str. 10.

⁶⁷ Darley, A., *Visual digital culture*, Taylor & Francis e-Library, London, New York, 2000str. 11.

13. 1. Vizualna digitalna kultura

Video igre, digitalni filmovi, simulacijske vožnje, su uobičajena kulturna iskustva dok se krećemo kroz 21. vijek. Kao kulturni fenomeni ovi oblici su ekstremno moderni i pojavili su se u vidu oblika masovne kulture proteklih dvadeset godina. Jedan važan primjer jeste razvoj kompjuterske grafike. Za digitalne vizualne žanrove od vitalnog značaja su visoko sofisticirane tehnike kompjuterskog snimanja. Na početku tehnološkog razvoja 1950-tih sastojali su se od malo više od linija i tačaka na prikazu katodnih zraka. U isto vrijeme počeli su napori da se poboljša i razvije sam ekran kao i njegove grafičke mogućnosti u pogledu vizualizacije izračunavanja u računaru ali i u pogledu njihovih prednosti u vidu korisničkog načina unosa.

Mnoge digitalne tehnologije koje podupiru postojeće oblike vizulane digitalne kulture su prvo razvijene u odnosu na istraživačke ciljeve i tehničke probleme koji su konstruisani na način koji nema veze sa estetskim aplikacijama. Najvećim dijelom, briga onih ranih kompjuterskih naučnika koji su učestvovali u istraživanju kompjuterske grafike bila je usavršavanje i razvoj onog što su oni smatrali latentnim i opsežnim funkcionalnim potencijalom kompjutera.⁶⁸

Kino bi trebalo biti osnov za raspravu o historiji tehnološki zasnovanih zabava. Od svih oblika vizualne reprezentacije koji su zasnovani na novim tehnologijama a koje su se pojavile u periodu modernizacije industrije kinematografija predstavlja i kulminaciju i amblem. Kino kao kulturna institucija je bila neophodna pojava koja je ustanovila da će modalnost vizuelnog prikazivanja biti pokretna slika. Biskop je izgubio dio svoje hegemonijske moći kao vid pouplarne zabave pojavom televizije, videa a sada i novim digitalnim formama ali film i dalje odzvanja u svim novim oblicima zabave.

Krajem osamnaestog vijeka popularna kultura je ušla u period tranzicije. Dok tradicionalne ruralne ili „narodne“ forme i žanrovi nisu potpuno nestali, ubrzo su zamijenjeni komercijalnim oblicima popularne zabave. Čini se da je ova promjena presudno krenula prema rastućim urbanim centrima kao lokusu zabavnih aktivnosti. Ovi oblici nisu nužno potisnuli starije načine izvođenja, kao što su žongliranje, klaunovanje i akrobacije. Oni su međutim počeli da dovode u pitanje putujući karakter tradicionalnih oblika, lociranjem njihovih nastupa na fiksnim izložbenim prostorima. Također i povećana marketinizacija je dovela do većih i poslovnijih organizacija.

⁶⁸Darley, A., *Visual digital culture*, Taylor & Francis e-Library, London, New York, 2000str. 18.

Ponavljjanje predstavlja pojam koji ima ogroman značaj za shvatanje onog što vizualnu kulturu kasnog dvadesetog vijeka čini tako karakterističnom. Tehnološka reproduktivnost uključuje ponavljanje kao replikaciju. Sposobnost da se proizvedu setovi identičnih kopija radova po tehnološkim procesima dovodi do dalekosežnih implikacija.⁶⁹

Kompjuterska igra i posebno atraktivna mjesta takozvani „vozni film“ ili simulator kretanja“ su svakako među najnovijim vizulanim formama. Samo kompjuteri ili video igra izlaze direktno u koraku sa novom tehnologijom. Međutim bilo bi pogrešno pripisivati karakter samog žanra isključivo digitalnim kulturama. Mnogo se duguje prethodnim ali i srodnim kulturnim oblicima (animirani film, kino, proza i slično).

Vizualna kultura još uvijek pruža korisne teorijske modele za rješavanje sociokluturnog konteksta i funkcije artefakata, bez obzira na materijalnu bazu i /ili prisutnost u vremenu i prostoru.⁷⁰

13. 2. Estetika i interaktivna umjetnost

Uprkos činjenici da su tehnički principi uvijek podupirali likovnu produkciju (pravila perspektive, proporcije i zlatne sekcije na primjer), fotografija, film, televizija i video su još uvijek marginalizovani u umjetničko - historijskim dijalogima. Mehanički reprodukovani artefakt lako se odbacuje u diskursu gdje se vrijednost još uvijek izjednačava sa sumnjivim konceptima autentičnosti i originalnosti usidrenim u proizvodnim tehnikama. Na primjer dok je video umjetnost dio umjetničkog svijeta od šezdesetih godina prošlog stoljeća, kada su umjetnici kao što je Nam June Paik donijeli televizor u galeriju, estetika videa još uvijek je zanemarena u teoriji umjetnosti. Ne samo da se video artefakti mogu mehanički reproducirati, već se pretpostavlja da potencijal za masovni pristup ili još gore masovna žalba, negira ekskluzivnost neophodnu za uspostavljanje estetske vrijednosti.⁷¹

Termin „umjetnost“ predstavlja „umjetnost“ povezanu sa kreativnošću, izražavanjem, artefaktnim i subjektivnim. Evolucija tehnologije je uključila i alate koji sve više postaju naučni. Termin estetika potiče od grčkog „aisthetikosa“ koji je opisao Alexander Gottlieb Baumgarten 1735. godine kako bi definisao nauku o tome kako se stvari prepoznaju kroz čula. Estetika može biti vođena čulima, emocijama, intelektom, obukom, instinktom, sociološkim

⁶⁹ *Ibid.* str. 125.

⁷⁰ Bentkowska-Kafel, A., Cashen, T., Gardiner, H., *Visual digital culture*, Intellect Bristol, Chicago USA, 2006.str. 19.

⁷¹ *Ibid.*, str. 16.

institucijama podsvjesnim ponašanjem, svjesnom odlikom, obukom, ili nekom složenom kombinacijom pomenutih stanja.

13. 3. Interaktivna i lokativna umjetnička okruženja

Interaktivnost i lokativnost su postale glasine novih medijskih umjetnosti. Uprkos tome što je interaktivnost možda najznačajnija karakteristika nove medijske umjetnosti ona nije široko shvaćena ili temeljno teoretisana. Tokom šezdesetih godina prošlog vijeka napravljena je velika fenomenološka uključenost gledatelja sa minimalističkom skulpturom. Umjetnost na prijelazu milenija obilježena je rastućim umjetničkim pokretom koji je posljednji pokušaj uključivanja gledatelja u umjetničko djelo.

Ispitivanjem sfera nove medijske umjetnosti moguće je predložiti tri dimenzije interaktivnosti koje se mogu miješati i presijecati. Prvo tu je igra koja trenutno privlači veliku pažnju u području novih medija, djelomično zbog ekstremne popularnosti računarskih igara. Nema sumnje da igra stvara visok stepen interaktivnosti ali da to estetski sofisticirano nije tako jednostavno.⁷²

Drugo, postoji fizička interaktivnost koja može biti jednostavna kao upotreba miša za interakciju sa online umjetnošću ili koja može postati fenomenološki otvorena kada se sofisticiraniji senzori razvijaju u okruženju galerije. Treći način interaktivnosti uključuje angažovanje vizualne percepcije, to je dimenzija u kojoj se ističe likovna umjetnost. Tvrdimo da je ovaj način interakcije definisan njegovim raspadanjem, dok sposobnost nove medijske umjetnosti da uvede fiziološki orijentisane ulazne uređaje omogućava joj da ide dalje od bestjelesnog pogleda u dimenziju ugrađene interaktivnosti.

Dekonstruktivna predstava je trenutno glavna tema u savremenoj likovnoj umjetnosti, ali se općenito igraju sami sa sobom. Stvaranje igre ili razigrane interaktivnosti u sferi likovne umjetnosti je jako nerazvijeno. Generalno govoreći uprkos retorici koja se odnosi na „umjetnost u život“, „društvenu skulpturu“ ili „relativnu estetiku“, likovna umjetnost ostaje posvećena tradiciji „velikog umjetnika“, a uloga gledatelja ostaje u tome da se divi pojačanoj senzibilnosti i domišljatosti takvih umjetnika. Likovna umjetnost je mnogo uspješnija kada se radi o vizualnoj percepciji gledatelja: razina bestjelesnog pogleda.

⁷² *Ibid.*, str. 49. -51.

13. 4. Razmjena znanja putem mreže

Znanje predstavlja jedan od najvažnijih resursa konkurencije koje jedno poduzeće može imati. Radeći na efikasan način i održavajući ovu prednost za dugoročni razvoj i opstanak, organizacija se oslanja na svoje zaposlenike, korisnike kao i stvarne kreatore kako bi efikasno razmijenili znanje te time povećali kolektivnu inovativnost organizacije. Posljednjih decenija razmjena znanja a naročito neuspjeh sistema za upravljanje znanjem ne ukazuje direktno samo na neadekvatnost razmjene znanja preko informacionih tehnologija nego u pitanje dovodi i trenutni epistemološki pristup razmjeni znanja; da li je znanje objektivna istina, statički entitet koji ima konstantno značenje ili je dinamično stvaranje ljudi stalna društvena interakcija?⁷³

Šta se podrazumijeva pod dijeljenjem znanja? Dizajneri i istraživači ranog sistema definisali su znanje kao objektivnu istinu, a time i razmjenu znanja kao jednostavan fizički prijenos znanja putem informacijskih sistema ili komunikacijskih kanala. Ova definicija je široko kritizirana zbog ignorisanja subjektivnog znanja. Pogled na znanje kao nešto što subjektivno drže pojedinci u njihovoj glavi trenutno ima veću popularnost u nekoliko nedavnih publikacija istraživača razmjene znanja. Stoga ne iznenađuje da neki istraživači održavaju razliku između prešutne dimenzije i eksplicitne dimenzije i smatraju da je konverzija između ove dvije dimenzije ključni dio dijeljenja znanja.

Zbog različitih definicija znanja najmanje tri pristupa su evidentan u trenutnim stadijima razmjene znanja. Prvi pristup opaža dijeljenje znanja kao čin prijenosa objektivnog znanja kroz komunikacijske kanale, drugi vjeruje da je znanje sastavljeno i od prešutnih i eksplicitnih dimenzija gdje se prešutna dimenzija može lako pretvoriti u eksplicitnu dimenziju bez promjene ili gubitka smisla svojstvenog tom prešutnom biću; treća grupa definiše razmjenu znanja kao društveni proces koji uključuje pojedince koji međusobno djeluju i stvaraju zajedničko značenje.⁷⁴

Pristup 1. Znanje i fizički transfer preko sistema

Prema ovom pristupu znanje se definiše kao „opravdano vjerovanje“. Stoga na njegovu percepciju razmjene znanja u velikoj mjeri utiče komunikacijski model koji su kreirali Shannon i Weaver gdje je dijeljenje znanja čin prijenosa objektivnog znanja preko bilo kojeg komunikacijskog kanala od vlasnika do prijemnika. Zagovornici ovog pristupa tvrde da je jedini

⁷³ Shuhua, L., *Building the knowledge society on the Internet*, University of Washington, USA, 2008., str.2.

⁷⁴ *Ibid.* str. 4.

posrednik koji može uticati na kvalitet dijeljenja komunikacijskih kanala koje korisnici koriste za komuniciranje znanja ili „komunikacijske buke“. Fokusirajući se na sredstva za smanjenje komunikacijske buke, dominantan pogleda na ovaj pristup je promocija visokokvalitetnih alata, skladišta znanja ili sistema za dijeljenje znanja, za razmjenu znanja u organizaciji. Prema ovom pristupu najistaknutiji ICT alat za razmjenu znanja je Internet. Neki autori čak izjednačavaju promovisanje razmjene znanja sa izazovima i zamkama povezanim sa uvođenjem i implementacijom Interneta.

Pristup 2. Razlika između prešutne i eksplicitne dimenzije; naglašena je važnost pojedinca

Konačan rad Nonaka i Takeuchi prepoznaje važnost pojedinih zaposlenika u procesu stvaranja i dijeljenja znanja. Njihov rad tvrdi da organizacije ne mogu stvarati znanje bez pojedinaca i ukoliko se pojedinačno znanje ne dijeli sa drugim pojedincima i grupama, znanje će vjerovatno imati ograničen uticaj na organizacijsku djelotvornost. Sposobnost organizacije da efikasno iskoristi svoje znanje je veoma nezavisno od pojedinaca koji zapravo stvaraju, dijele i koriste znanje.⁷⁵

Prema ovom pristupu poznavanje se javlja samo u umu pojedinca; stoga je fokus ovog pristupa na eksternalizaciju prećutnog znanja koje pojedinci posjeduju u eksplicitnom znanju koje se može dijeliti sa drugim članovima organizacije. Mnogi protokoli konverzije i taksonomije znanja su stvoreni kako bi olakšali procesi eksternalizacije/konverzije.

Pozivajući se na teoriju govora Berends definiše tačne poteze (opise, prijedlozi, evaluacije, pitanja, akcije) koje članovi organizacije treba da preduzmu da bi eksternalizovali znanje koje drže privatno. On tvrdi da obezbjeđivanjem adekvatne reprezentacije stvarnosti, ovi potezi mogu da obezbijede prećutno znanje koje posjeduju vlasnici znanja za tražioce znanja u organizaciji. Herschel i sar. 2001. Idu korak dalje da provjere efikasnost protokola razmjene znanja procjenjujući preciznost konverzije prešutnog znanja u prezentacijama i filmovima. Snimanjem narativa učesnici se kasnije prisjećaju gledanja filmova i prezentacija nakon što su prošli obuku sa protokolom razmjene. Herschel i sar. tvrde da ako možemo strukturirati prešutno znanje u određene formate (protokole) napor da se dijeli njihova strukturirana zamjena (eksplicitno znanje) treba biti fokus razmjene znanja. Pregled taksonomija korišten za različite discipline za olakšavanje transfera tehnologije je još jedan primjer ove inicijative za eksternalizaciju. Oni tvrde da, pošto se čini da istraživači u svakoj disciplini mogu

⁷⁵ *Ibid.*, str. 5.-6.

da razumiju prenesenu tehnologiju, prešutno znanje koje je potrebno za korištenje tehnologije već je prenijeto primaocima putem artefakta eksternalizacije, u ovom slučaju taksonomije.

Ironično, iako se Polany često citira kao prvi koji pravi razliku između prešutnog znanja i eksplicitnog znanja, nedavne interpretacije njegovog djela Pritchard-a otkrivaju da Polany na kraju izgleda odbacuje ideju eksplicitnog znanja.

Pristup 3. Društveno generisano znanje i zajedničko razumijevanje stvoreno u društvenim interakcijama

Ovaj pristup smatra da je znanje utkano u društvene interakcije koje uključuju vlasnike znanja, tragače i učesnike. Također se može ugraditi u pravila organizacije, rutine, kulture, strukture i korištenje tehnologije. Za članove organizacije znanje leži u upotrebi znanja kao oruđa saznavanja unutrašnje interakcije između aktera i društvenog i fizičkog svijeta. Cook i Brown (1999.) uveliko doprinose argumentovanjem na važnost poznavanja procesa stvaranja novog znanja iz prešutnog i eksplicitnog znanja. Oni tvrde da bi centralna tema u razmjeni znanja trebala biti na procesu poznavanja, gdje su individualni i grupni, prešutni i eksplicitni povezani. Kada se znanje koristi kao sredstvo u interakciji sa svijetom, ono također daje oblik i disciplinu spoznaji. Recipročna interakcija znanja premošćuje jaz između prešutnog znanja koje posjeduju vlasnici znanja i znanja koje su primili korisnici.⁷⁶

Hoof i de Ridder (2004.) razmišljaju o važnosti komunikacijske klime organizacije u kojoj pojedinci komuniciraju. Komunikacijska klima se definiše kao „atmosfera u organizaciji koja se odnosi na prihvaćeno komunikacijsko ponašanje.“ Predložili su da komunikacijsku klimu koja ovo podržava, karakterizira otvorena razmjena informacija, pristupačnost saradnika, potvrđivanje i saradnja, te ukupna kultura razmjene znanja. Rezultati njihove studije pokazuju da konstruktivna komunikacijska klima može pozitivno uticati na doniranje znanja pojedinaca, prikupljanje znanja i efektivnu posvećenost organizaciji. Smještajni kurikulum, specifičan oblik društvenog poretka koji upućuje na socijalizaciju novaka u kontekstu tekućih radnih aktivnosti na primjer locirano učenje u organizaciji ispituje Gherardi sa saradnicima. Smatrajući da se vještine ne mogu razmatrati izolirano, oni sugeriraju da učenje na radnom mjestu treba shvatiti i kao kognitivnu i kao društvenu aktivnost. Za njih učenje na radnom mjestu je tekuća društvena aktivnost čiji je cilj otkrivanje šta treba da se uradi, kada i kako to da se uradi u skladu sa

⁷⁶ *Ibid.*, str.6.-7.

specifičnim rutinama, koje specifične predmete treba koristiti, kako dati razumno objašnjenje zašto je to učinjeno i kakva osoba treba postati da bi bio kompetentan član te zajednice.

Bez obzira što trenutno istraživanje o razmjeni znanja ističe važnost institucija u takvim okruženjima i kontekstu organizacije, nikada nisu bili u stanje da detaljno opišu tačne procese kroz koje pojedinci prolaze kako bi ostvarili svoje društvene ciljeve i ciljeve zadataka, niti su ponudili sistemski način identifikacije ključnih organizacionih faktora koji motivišu aktivnu interakciju sa ljudskim informacijama, srž razmjene znanja. Za odgovore na pomenuta pitanja neophodno je da se okrenemo utvrđenim teorijama sociologije, ponašanju organizacije i nauci o upravljanju dodatnim alatima za podršku i istraživanje.

13. 4. 1. Uticaj formalnih faktora na razmjenu znanja

Tradicionalno, menadžerski i organizacijski izbor se doživljava kao da potiče od rutinskog ponašanja. Organizacije usvajaju razrađene strukture i kanale komunikacije kako bi se nosili sa složenošću svog okruženja. Štaviše, takve organizacije o problemima koje će morati riješiti u ponašanju članova koje želi manipulirati. Tako nastale rutine su definisane kao obrasci koje organizacija treba dalje razvijati. Stoga, rutine određuju granice i formalne procese za ulogu pojedinaca u radu u organizacijama.

Pored toga, dualnost rutina ukazuje na važnost individualnog ponašanja na organizacionu operaciju kada su zvanične rutine nefunkcionalne. Rutine uvijek uključuju ljude da rade stvari, razmišljaju o tome šta da rade i mijenjaju svoje ponašanje kao rezultat razmišljanja o rutinama. Uz nagomilane promjene u svakodnevnoj praksi pojedinaca, rutine u praksi zapravo mijenjaju način na koji organizacije djeluju.⁷⁷ Obavljajući svakodnevne poslovne rutine, pojedini ljudi dijele svoje razumijevanje sa kolegama i na taj način formiraju međusobno razumijevanje o „normama ponašanja“.

Zajedničko razumijevanje može biti isto kao i prijašnje rutine pa se neki obrasci ponašanja održavaju kroz razvoj organizacije. Velike revizije mogu se napraviti na način da se zastarjeli obrasci odbacuju. Ova zajednička norma ponašanja uz dinamičan razvoj organizacije je u osnovi promijena i prilagođavanje pojedinaca novim normama. Na ovakav način

⁷⁷ *Ibid.*, str. 10.

organizacijske rutine nastaje proces organizacijskog učenja od strane pojedinaca. Funkcionalne i organizacijske rutine imaju određeni efekat na ljudsku informacionu interakciju.

Uticaj organizacijske klime (kulture) na ponašanje i motivaciju zaposlenih bio je popularna tema. Definirano je od strane Taigurija i Litwina 1968. godine kao „relativno trajni kvalitet ukupnog organizacijskog okruženja koje doživljavaju korisnici, utiče na njihovo ponašanje i može se opisati u smislu vrijednosti kao određeni skup karakteristika ili atributa okruženja . „Devet klimatskih dimenzija“ se općenito koristi za opisivanje organizacijskog okruženja koje percipiraju pojedini članovi: struktura, odgovornost, nagrada, rizik, toplina, podrška, standard, sukob i identitet.

Prema organizacijskoj klimi postoje tri vrste organizacijskih faktora blisko povezanih sa razmjenom znanja:

- Zajedničke norme pojedinih članova u vezi sa razmjenom znanja
- Povjerenje i uzajamnost
- Takmičenje i promotivne aspiracije

Pišući o zajednicama znanja („grupe ili organizacije čija je primarna svrha razvoj i proglašenje kolektivnog znanja“) Kramer misli na povjerenje kao kritički faktor koji utiče na način na koji se znanje dijeli unutar tih zajednica. Prema Krameru, barijere povjerenja proizilaze iz percepcije da drugi ne doprinose jednako zajednici ili da bi drugi mogli iskoristiti vlastite kooperativne napore. Iz te razmjene znanja pojavljuju se dileme u zajednici gdje pojedinci nerado dijele znanja u saradnji i pokušavaju da iskoriste dijeljenje napora drugih u istoj zajednici.⁷⁸ Posljednji ali ne i najmanje važan kritički organizacijski faktor je prilika za učinkovitu socijalizaciju. Dok neformalna organizacija i norme nude mogućnost generisanja znanja i potrebe za informacijskom komunikacijom, proces socijalizacije je tamo gdje te informacije i znanja efikasno komuniciraju među članovima organizacija i prenose se kroz generacije. Organizacijska socijalizacija je takav proces u kojem pojedinac stiče znanja vezana za zadatke i vještine potrebne za preuzimanje organizacijske uloge.

13. 4. 2. Razmjena znanja u virtualnim i umreženim organizacijama

Znanje je jedno od najvrijednijih strateških sredstava preduzeća i važan faktor konkurentnosti. Organizacije u novoj globalnoj ekonomiji zasnovanoj na znanju pridaje veliki značaj na stvaranje, upotrebu i distribuciju informacija i znanja fokusirajući se na unaprjeđenje

⁷⁸ *Ibid.*, str. 12.-13.

njihovog kapitala znanja. Sposobnost organizacija da uče, prilagode se i promijene postala je ključna kompetencija za njihov opstanak. Uspješne organizacije su one koje stvaraju nova znanja, šire je u cijeloj organizaciji i brzo ih uvode u nove proizvode i usluge. Informacione i komunikacione tehnologije i Internet pružili su nove mogućnosti za dijeljenje eksplicitnog znanja, ne samo unutar jedne organizacije već i između aktera globalnih partnerstava i mreža znanja.⁷⁹

Međutim, mnoge organizacije se još uvijek bore da shvate koncept upravljanja znanjem i ne obavljaju nikakve aktivnosti upravljanja znanja. U globalnom kontekstu, problem se pogoršava zbog povećane kompleksnosti globalnih organizacija i njihove ovisnosti o ljudima sa različitim temeljnim normama vrijednostima i uvjerenjima. Sa jedne strane Informacijske komunikacijske tehnologije favorizuju globalizaciju i razmjenu znanja eksplicitnih prenosivih znanja, a sa druge strane, ometaju razmjenu znanja sa implicitnim atributima omogućenom interakcijom licem u lice. Jaz između implicitnog i eksplicitnog znanja postaje sve vidljiviji, a organizacije koje mogu iskoristiti mogućnost stvaranja vrijednosti koje generiše globalno prisustvo i suočiti se sa tim izazovima će steći konkurentsku prednost. Ako se znanje shvata kao resurs kritičan za opstanak i uspjeh organizacije na globalnom tržištu, onda sredstva znanja i tokovi znanja zahtijevaju dobro upravljanje.

Upravljanje znanjem se danas pojavljuje kao posebna akademska disciplina istraživanja i prakse s korijenima u mnogim disciplinama, kao što su nauke o upravljanju, društvene nauke, ekonomija, računovodstvo, psihologija, računarstvo, psihologija i filozofija. Mnoštvo modela u upravljanju znanjem sa širokim spektrom vidljivo je u literaturi. Međutim, čini se da prevladavaju dvije razlike: analitički ili tehnološki orijentisani modeli i modeli aktera ili ljudi. Tehnološki orijentisani modeli naglašavaju važnost eksplicitnog znanja, tehnološke infrastrukture i kodifikacije znanja u ICT sistemima. Ljudski orijentisani modeli, naprotiv, naglašavaju važnost prešutnog znanja, socijalne infrastrukture i poslovnog učinka.

Upravljanje znanjem se može posmatrati kao jedan proces pretvaranja podatak u informacije u svrhu znanja ili kao organizacijski sistemski proces koji služi za organizaciju, sticanje i prenošenje eksplicitnog znanja zaposlenih u svrhu toga da ga zaposleni mogu koristiti da drugi

⁷⁹ Siakas, K., Geordiadou, E., *Razmjena znanja u virtualnim i umreženim organizacijama u različitim organizacionim i nacionalnim kulturama*, New York, 2008., str. 46.

zaposlenici koriste to znanje sa ciljem da postanu učinkovitiji i produktivniji. Upravljanje znanjem je poslovna filozofija, skup principa, procesa, tehnoloških aplikacija i organizacijskih struktura koje pomažu ljudima da dijele i iskorištavaju svoje znanje kako bi ostvarili poslovne ciljeve. Sve ovo stavlja fokus i odgovornost na pojedinca odnosno radnika znanja. Istodobno programi upravljanja znanjem naglašavaju holističku prirodu stvaranja, upravljanja i dijeljenja znanja. Organizacije na formalna način hvataju, upravljaju i eksplicitno čuvaju znanje uz pomoć kompjuterskih sistema, kao što su informacijski sistemi za upravljanje, sistemi za podršku odlučivanja i ekspertni sistemi i oni su danas sveprisutni u mnogim organizacijama.⁸⁰

Organizacije se suočavaju sa novim izazovnim okruženjem, koje karakteriše globalizaciju, dinamičnosti sve veći nivo složenosti uslijed brzih promjena u tehnologiji i povezanom znanju. Virtualni alati zasnovani na Internetu stvorili su nove mogućnosti za brz pristup poslovnim informacijama širom svijeta. Identifikovanje potencijalnih poslovnih partnera i razvijanje poslovnih veza sa organizacijama u drugim zemljama postalo je lakše za organizacije koje imaju iskustva u praćenju web baziranih izvora informacija, te su u mogućnosti kombinovati prešutno znanje sa novim izvorima znanja koje omogućavaju ICT, kao što je Internet, intranet, groupware i kompjuterski podržani rad. Eksplicitno znanje je prenosivo kroz formalne i sistematske jezike. Prešutno ili implicitno znanje je specifično za kontekst, lično i subjektivno uključujući kognitivne elemente i stoga je teško formalizovati i komunicirati.⁸¹

Razmjena znanja (transfer) je proces u kojem pojedinci međusobno razmjenjuju i prešutno i eksplicitno znanje i zajednički stvaraju nova znanja. Ovaj proces je od suštinskog značaja za prijenos individualnog znanja u organizaciono znanje. Sposobnost organizacije da kreira, prepozna, široko distribuira i utjelovljuje znanje u novim proizvodima i tehnologijama je kritična kada se suočava sa turbulentnim tržištima, visokom konkurencijom i finansijskom nestabilnošću. Neprestano stvaranje znanja zahtijeva dobrovoljne akcije, uključujući otvorenost, kontrolu, povjerenje i toleranciju prema različitim pogledima i tumačenjima. Organizacije očekuju da zaposleni budu profesionalno ažurirani, kontinuirano dobijajući interne i eksterne informacije koje se odnose na njihovu profesiju.

⁸⁰ Siakas, K., Geordiadou, E., *Razmjena znanja u virtualnim i umreženim organizacijama u različitim organizacionim i nacionalnim kulturama*, New York, 2008., str. 47.

⁸¹ *Ibid.*, str. 48.

14. DEMOKRATIJA U UMREŽENOM DRUŠTVU

Naše doba temelji se na jednom velikom paradoksu. S jedne strane, to je doba zapanjujućih inovacija na polju komunikacijskih i informacijskih tehnologija. Komunikacije su toliko povezane sa ekonomijom i kulturom da se naše doba naziva i informacijskom erom. Visoko nad zlatnom mrežom smjestila se jedna šačica ogromnih medijskih tvrtki deset puta većih od većine najvećih medijskih tvrtki od prije samo petnaest godina – koje su uspostavile globalna carstva i nagomilale golemo bogatstvo nudeći vijesti i zabavu narodima svijeta. Oslobođeni, neovisni o kontroli vlasti, ti komercijalni medijski giganti nude ogromne mogućnosti izbora, nezamislivo prethodnoj generaciji. Pritom nailazi na publiku koja sve to objeručke prihvata.⁸²

Sve veći intenzitet globalizacije krajem 20. i početkom 21. vijeka donio je radikalne promjene praktično u svakom polju ljudskog djelovanja. Na političkom planu, umjesto unutrašnje i međunarodne politike, nastaje svjetska politika uslovljena globalnim uticajem sve većeg broja aktera. Događaji od važnosti za globalne procese dešavaju se u realnom vremenu, na cijeloj planeti istovremeno, zahvaljujući tehnološkom napretku, čineći tako da stepen međuzavisnosti i uslovljenosti između procesa i aktera na globalnoj sceni, dostigne nivo bez presedana u historiji. Pomenuti period BiH zatiče u pretpolitičkom stanju, bez ikakve tradicije demokratskih oblika vladavine i potpunim institucionalnim diskontinuitetom sa prethodnim režimima.⁸³

S početkom razvoja medija ujedno je počeo i razvoj demokratskih procesa u BiH, kao i razvoj slobodnih medija. Sam proces izgradnje države i društva je po logici stvari jednostavno morao obuhvatiti medije što je od strane međunarodne zajednice bilo prepoznato na samom početku. Od ključne važnosti za kreiranje zakonske infrastrukture za razvoj medija te direktno angažovanje na stvaranju i jačanju medija je bio doprinos međunarodne zajednice. Temelji na kojima se razvijaju mediji se doimaju još uvijek veoma krhki ali i podložni reverzibilnim trendovima naročito zbog nefunkcionisanja vladavine prava, nedovoljnih institucionalnih kapaciteta državnih institucija visokog stepena siromaštva i nerazvijenog medijskog tržišta.

⁸² McChesney., *Bogati mediji, siromašna demokratija, komunikacijske politike u mutnim vremenima*“, TKD Šahinpašić, Sarajevo, 2008., str. 46.

⁸³ Topić, T., *Mediji, civilno društvo, javnost*, Transparency International BiH, Friedrich Ebert Stiftung, Bosna i Hercegovina, 2007., str. 5.

Demokratija, mir i socijalna pravda su nezamislivi bez objektivnih i profesionalnih medija. Kako bi se razumio odnos između vlasti i medija, medijskih proizvođača i korisnika, te između medija i civilnog društva, neophodno ih je posmatrati pojedinačno a onda ih i definisati. U današnjoj jezičkoj upotrebi javnost se uzima kao određenje za dostupno i vidljivo. Takvo shvatanje javnosti je nastalo u političkom jeziku krajem 18. Vijeka. Javnost se jedanput uzima kao kvalifikovano „javno mnjenje) koje se odnosi na sve oblasti kontrole državnih ustanova, a značajnu ulogu u stvaranju kvalifikovanog „javnog mnjenja“ igra kritička publika.

Na mjestu na kojem se u diskurs uvodi pojam publike, prepoznaje se direktna veza između medija i javnosti. Publika je jedna forma zajednice a posebno je značajna za opis nove građanske javnosti koja se stvara u 18. vijeku. Publika je izgrađena na labilnim psihološko – prostornim vezama. Ona se može održati kao struktura samo onda kada postoje i iscrpljujući centri kao masovni mediji, radijske i TV-stanice, te druga različita čitalačka ponuda. Ova veza između pojedinaca, koji se svrstavaju u jednu ili drugu publiku, ima psihološko porijeklo i biva konstituisana zahvaljujući aktivnostima medija.⁸⁴

Oblasti medija a naročito televizija, spadaju u najznačajnije indikatore za postojanje, odnosno nedostatak pluralizma i demokratije u jednom društvu. Za razliku od štampe, ali također i od radija, zahvaljujući svojoj snazi djelovanja, televizija je takav medij kod kojeg su država odnosno, vladajuće stranke u tradicionalnim etatičkim društvima rijetko spremne da se odreknu svoje dominacije i monopolske pozicije. Ovo se odnosi kako na kontrolu nad javnim emiterima tako i na dopuštanje emitovanja privatnih stanica. Prava na slobodu mišljenja, te slobodu izražavanja tijesno su povezana sa slobodom okupljanja i udruživanja, te sa slobodom štampe i medija. Ovo pravo spada u prvu generaciju ljudskih prava. Zajedno sa pravom na život i fizički integritet, jednakost pred zakonom i istu zaštitu pred sudom ovo pravo predstavlja jedno od temeljnih građanskih i političkih prava. Često se mediji označavaju kao „četvrti stub“ u državi (pored izvršne, zakonodavne ili sudske vlasti). U modernim državama i masovnim društvima politiku je nemoguće zamisliti bez masovnih medija. Razna udruženja i partije pokušavaju da putem PR aktivnosti dopru do javnosti i u te svrhe koriste upravo medije.

Demokratija živi u borbi protiv različitih mišljenja. Njoj je u svim društvenim oblastima – porodici i školi, te udruženjima i preduzećima, generalno potrebna određena socijalna klima koja pogoduje otvorenoj diskusiji o različitim stavovima. Zastupanje sopstvenog mišljenja mora također da bude „otrpljeno“ i unaprijeđeno, baš kao i postojanost pitanja zašto i zbog

⁸⁴ *Ibid.*, str. 8.-9.

čega. Ne davanje uputstva bez mogućnosti diskutovanja i obrazlaganja, nego razumna argumentacija bi trebala da odredi djelovanje, kojem nikada ne smije biti uskraćena kritika. Svako mora imati mogućnost da sakupi informacije i da učestvuje u obrazovanju javnog mišljenja. „U javnost se ubrajaju svi građani ili udruženja građana koji razmišljaju o opštem, te ove misli javno ispoljavaju i zastupaju u obliku kritike, odbacivanja prijedloga ili saglasnosti i na taj način da utiču na oblikovanje političke volje. Na taj način se stvara javno mnjenje. S obzirom da su u pluralističkim društvima po pravilu prisutna različita mišljenja o javnim stvarima, nikad ne postoji javno mnjenje, već samo javna mnjenja.

Moderne države teško je zamisliti bez instrumentarija sredstava masovnih komunikacija, s obzirom da se javno suočavanje bez njih ne može izvesti. Individualno pravo učestvovanja u javnom mnjenju dopunjava se zahtjevom da sredstva masovnih komunikacija budu oslobođena državne prinude. Vladajućim strukturama mora biti oduzeta svaka mogućnost da intervenišu u uređivanju novina ili radio i TV programa.⁸⁵

Demokratija predstavlja saglasnost građana sa državnim uređenjem, koje je stvoreno ustavima. Ovakav konsenzus mora opstati. Samo u slučajevima da pojedinac dobije dovoljno informacija o odlučujućim pitanjima i odlukama, on može odgovorno učestvovati u oblikovanju javne volje. Pri tome se mora spriječiti (ukoloniti) opasnost od pretvaranja rada vladajućih organa u izbornu propagandu. Na osnovu izloženog, može se utvrditi da su masovni mediji u potpunosti integrisani u moderna društva. Bez medija je funkcionisanje ovih društava nemoguće. Građani, društvene organizacije i business se oslanjaju na medije, kako bi se informisali o događajima u zajednici, naciji i svijetu.⁸⁶

Uloga medija je od životne važnosti za stvaranje kulture demokratije koja se pruža i izvan granica političkog sistema i vremenom postaje utkana u svijest jednog društva. Mediji imaju presudan značaj u javnom životu. Preduslov za bilo kakvu strukturalnu stabilnost medija – čak i samog društva jeste poznavanje pravnog okvira koji garantuje slobodu izražavanja. Postoji niz međunarodnih standarda u koje su utkani osnovni principi na kojima bi takav zakon trebao počivati. Sloboda izražavanja je jedna od najbitnijih sloboda i kao takva je zaštićena međunarodnim poveljama za zaštitu ljudskih prava, prije svega zbog njene presudne važnosti u podsticanju demokratije. Zakoni kojima se garantuje sloboda izražavanja, pomažu medijima

⁸⁵ *Ibid.*, str. 19.

⁸⁶ *Ibid.*, str. 23.

i civilnom društvu u obavljanju funkcije „psa čuvara“ demokratije i tako što definišu referentne tačke pomoću kojih možemo izmjeriti napredak nekog društva.

Mas-mediji a posebno informativni mediji, imaju jasan položaj u društvu kada se radi o uspostavljanju i širenju zajedničkih kulturnih vrijednosti. Mediji imaju uticaj na ljudsko ponašanje, kao i na dobivanje opštih informacija, ali ne uvijek na očekivan ili željeni način. Mnogobrojni faktori mogu uticati na aktivnu demokratsku ulogu medija u društvu. Način na koji se mediji predstavljaju, fokusiraju daju glas različitim učesnicima ili događajima u društvu mogu dovesti do nenamjernog jačanja rasizma, umjesto borbe protiv te pojave. Medijsko izvještavanje je posebno osjetljivo pitanje kada se radi o etničkim, kulturnim i religijskim odnosima u našem društvu. Pisana i usmena komunikacija koja sadržava predrasude u vezi sa etničkom i rasnom pripadnosti dovodi do pojave fenomena govora mržnje koji ima namjeru da degradira, zastrši ili podstiče nasilje protiv grupe ljudi na osnovu njihove rase, etničke nacionalne i vjerske pripadnosti, seksualne orijentacije ili invaliditeta.⁸⁷

Da li je Internet prijatelj demokratije? Jedan preovladavajući diskurs kaže da nije, da je Internet zapravo kraj demokratije, i da lišava sve vlade, demokratske ili ne, sposobnosti da sprovedu svoje zakone. Kakva god bila njegova korist kao politički recept, ova libertanijska filozofija je korisno usmjerila pažnju na složeno i raznovrsno institucionalno polje kroz koje je velika većina bilo kojeg društva zapravo organizirana. Marks nije imao vremena za institucije civilnog društva, koje je smatrao epifenomenima. Međutim koncept građanskog društva je sada popularan širom političkog aspekta, bilo kao protuteža pretjeranom držanju države, kao sastavni dio demokratije ili kao stvarna i jedina supstanca slobodnog društva.⁸⁸

Ipak slobodarska posvećenost civilnom društvu je nestabilna. Civilno društvo se sastoji uglavnom od posrednika organizacija koje orkestriraju i pružaju širok spektar društvenih odnosa. Civilno društvo je prvobitno bilo suprotno određenim ekstremnim oblicima protestantizma koji su svrgnuvši navodnu aritokratiju crkve, također nastojali uništiti sve posrednike i sve reprezentacije – mistični radikalizam koji je nastojao eliminisati sve prepreke za neposrednu zajednicu sa Bogom. Političke i tehničke ideje se rutinski pronalaze da potiču iz sekularizovanih verzija srednjovjekovne teologije i stoga ovdje radikalizam modernih libertarijanaca u pojedinostima odjekuje izvor koncepta civilnog društva a ne njegove pristalice,

⁸⁷ *Ibid.*, str. 26.-27.

⁸⁸ Jenkins, H., Thornburn, D., *Democracy and new media*, Massachusetts Institute of Technology, USA, 2003., str.61.

ali njegove neprijatelje, razbijače idola, ekstremistički protivnici centralizovane vlasti, militaniti koji žele da ne stvaraju svoje posredničke institucije, već da ih potpuno eliminišu.

Internet predstavlja vidljivi sloj društvenog procesa i temeljniji je od organizacija prema kojima ljudi zajedničkih interesa misle zajedno. Kolektivna spoznaja je različita i dolazi prije kolektivnog pregovaranja i u velikoj mjeri olakšavaju mehanizme izgradnje zajednice na Internetu. Ideologije je moguće formirati u umreženoj zajednici kompjuterskih programera⁸⁹. Komunikacijska tehnologija bi bez sumnje mogla imati važnu ulogu u podržavanju kritičnih odluka vezanih za okoliš i društvene sukobe sa kojima će se čovječanstvo suočiti u narednim godinama. Zbog ogromnih resursa koje korporacije mogu donijeti, nova komunikacijska tehnologija će vjerovatno pojačati i ojačati postojeće obrasce vlasništva i kontrole, ponavljajući povijesni obrazac koji smo vidjeli unutar i izvan Sjedinjenih Država sa drugim medijima.⁹⁰

Demokratija nije roba poput šampona ili hrane za pse. Čovjek je ne kupuje u tržnom centru ili otkriva da je umotan u lijep papir, poklon od vlade. Više je kao filozofija, način života i objektiv za rješavanje društvenih pitanja. Manje je kao imenica i više kao glagol, aktivan, ne pasivan glagol. Demokratija je poznata po tome što se teško definiše čak i među naučnicima ne postoji dogovor o tačnoj definiciji. Skoro svi se slažu sa svojim osnovnim atributima. To znači da svako može učestvovati i teoretski, da oni koji imaju više novca od drugih ne bi trebali biti u mogućnosti da kupuju više uticaja svojim novcem, bilo direktno ili indirektno. To također znači da društvo treba pažljivo ispitati načine na koje ljudi učestvuju u javnom odlučivanju i pomoći da se osigura da ti načini ne favorizuju privilegovane.

Sistem vlasti bez aktivnog učešća od strane naroda nije demokratija, bez obzira koliko prosvjetljeni ili dobroćudni de facto čuvari mogu biti. Ako se narod ne podržava i ostvaruje demokratijom on atrofira kao mišić koji nikad nije pod stresom. Ali koje sile promovišu učešće i koje ga obeshrabruju? Učešće građana mora biti ohrabreno a ne samo tolerantno, od strane vlade.

Tehnološki utopisti i sajberlibertarijski stručnjaci često pripisuju magičnu kvalitetu internetu. George Gilder je na primjer na konferenciji o telekomunikacijama iz Camdena 1997. godine rekao da je Internet „inherentno“ demokratski (iako, ironično, on vjeruje da bi bilo kakva intervencija vlade mogla ovo spriječiti. Sa druge strane Gilder vjeruje da je televizija inherentno nedemokratska i da ne postoji ništa što bi se moglo učiniti u tom smislu. Bez obzira na ideološki

⁸⁹ *Ibid.*, str.64.

⁹⁰ *Ibid.*, str. 70. – 71.

zamagljene fantazije, čak i površan pogled otkriva da je Internet daleko od demokratskog s obzirom na attribute demokratije. Praktično nijedna od osnovnih osobina demokratije nije prisutna.

15. ZAKLJUČAK

Najznačajnije globalne promjene koje se dešavaju danas su promjene u tehnologiji odnosno tehnološke transformacije što je okarakterisano kao informacijsko komunikacijska revolucija, zatim ekonomske promjene te društvene promjene koje se ogledaju u pojavi ekološke svijesti, promjeni položaja žena, okupljanja oko primarnih identiteta. Identitet je glavna polazna tačka u stvaranju društva općenito. Svaka nacija u svijetu želi da sačuva svoj identitet kao fundamentalni dokaz njihovog postojanja. Društvo se sve više počelo razvijati samim napretkom tehnologije, pojavom fenomena mobilnih identiteta, mogućnošću praćenja događaja „u ovom trenutku“ i brojim drugim faktorima.

Razvojem tehnologije stvara se sve veća mreža ljudi kako u poduzećima, tako i u svijetu ali i globalno. Globalno podrazumijeva da imamo umreženo društvo u svakom trenutku na svakom dijelu planete. To je i glavni cilj umrežavanja. Razvojem Interneta ali i drugih tehnoloških dostignuća omogućena je komunikacija u svakom smislu. Mobilne komunikacije omogućile su razmjenu informacija i znanja a sve u svrhu lakšeg svakodnevnog života. Međutim ono što je značajno a što smo naveli na početku rada jeste stvaranje dva paralelna svijeta koja nisu povezana na bilo koji način.

U ovakvim svjetovima decentralizirana snaga mreže vodi globalizaciji kapitala. Rad i radna snaga postaju podijeljeni na globalne i lokalne. Vrijeme koje teče podrazumijeva vrijeme mreže i vrijeme realnog sata. Prostor u kojem se obavljaju poslovi dijeli se na prostor tokova mreže i prostor mjesta gdje se obavlja rad. Svemu ovom doprinosi i moć u mrežama, novac kao sredstvo nadmoći bogatog nad siromašnim. Pojedini gradovi su uvezani sa gradovima drugih regija dok su sa gradovima a naročito ruralnim područjima svoje regije nepovezani. Takvi dijelovi regije ostaju marginalizovani i sve što se događa u njima je na lokalnom nivou. Bogata populacija je privilegovana, ima dostupnu svu novu tehnologiju, nova znanja, modernost u svakom smislu i globalnu povezanost dok siromašna populacija zaostaje jer jednostavno ne može sebi da priušti sve te pogodnosti.

Značajan faktor u umreženom društvu jeste i demokratija. Demokratija omogućuje slobodno formiranje javnog mišljenja. Svaki pojedinac može u svakom trenutku da kaže svoje mišljenje na određenu temu, prilikom čega se formira javno mnijenje. Svaki pojedinac bi prema demokratiji trebao imati pristup svim pogodnostima i mogućnostima koje nudi ovo nastupajuće novo tehnološko i informacijsko doba. Značaj demokratije je u smislu da svako može teoretski da učestvuje u umreženom društvu. To znači da ne bi trebala postojati mogućnost da oni koji imaju više novca kupuju više uticaja od onih koji ga nemaju. Demokratija u ovakvom društvu treba da omogući načine korištenja tehnoloških dostignuća i naprednih mreža na način da se ne favorizuju privilegovani članovi društva.

Rad je odgovorio na postavljena pitanja na koja se bazirao a to podrazumijeva definisanje mobilnih komunikacija, identiteta pojedinca, mobilnog identiteta, šta je umreženo društvo te njegov uticaj na ekonomiju, prostor u kojem se ostvaruje, poduzeća kao i to kako prolazi vrijeme unutra umreženog društva, koji su to novi mediji i njihov značaj te na koje načine se može širiti znanje preko mreže ali i kakav je svakodnevni virtualni život.

Postavljena teza rada koja je glasila: „*Masovnijim i naprednijim promjenama u tehnologiji stvara se paralelno nepovezano dvostruko društvo bez zajedničkih dodirnih tačaka koje ih povezuju.*“ je afirmativna što se može zaključiti iz analiziranih podataka koji su navedeni u radu. Međutim rad nije odgovorio koji su to načini koji bi omogućili povezivanje ovih paralelnih svjetova u svrhu apsolutno jednake mogućnosti korištenja svi pogodnosti koje nastaju razvojem informacija i tehnologije.

16. LITERATURA

KNJIGE:

1. Agger, B., 2004., „Virtual self“, Blackwell Publishing, Malden, USA
2. Burazer, B., 2014., „Budućnost mobilnih komunikacija i izazovi normizacije“, Hrvatski zavod za norme Zagreb, Zagreb
3. Schmidt, E.; Cohen, 2014., „Novo digitalno doba: nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i poslovati“, Profil, Zagreb
4. Ibrulj, N., 2005., „Stoljeće rearanžiranja – eseji o identitetu, znanju i društvu“, Filozofsko društvo Theoria, Sarajevo
5. Castells, M., 2003., „Galaxia Internet“, Travesera de Gracia, Barcelona
6. Castells, M., 2000., „The rise of the network society“, Golden marketing, UK
7. Bell, D., 1999., *The Coming Of Post-Industrial Society*, Basic Books, Harvard, USA
8. Hjarvard, S., 2008., „The Mediatization of Society“, A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change”, Nordic Information Centre for Media and Communication Research, god. XXIX, br. 2
9. Šijaković, I., 2008., „Sociologija – Uvod u razumijevanje globalnog društva“, Univerzitet u Banjoj Luci, Banja Luka
10. Poster, M., 2006., „Information please“, Duke University Press, Durham, London
11. Creeber, G. Martin, R., 2009., „Digital cultures – Understanding new media“, New York, USA
12. Castells, M., 2009., „Communication power“, Oxford, University Press, New York, USA
13. Čelebić, E., 2015., „Utjecaj Interneta i digitalnih medija na proces komunikacije i ljudske odnose“, Filozofski fakultet Osijek, Osijek
14. Darley, A., 2000., „Visual digital culture“, Taylor & Francis e-Library, London, UK
15. Bentkowska-Kafel, A., Cashen, T., Gardiner, H., 2006., „Visual digital culture, Intellect Bristol, Chicago, USA
16. Shuhua, L., 2008., „Building the knowledge society on the Internet“, University of Washington, USA
17. Siakas, K., Geordiadou, E., 2008., „Razmjena znanja u virtualnim i umreženim organizacijama u različitim organizacionim i nacionalnim kulturama“, New York, USA

18. McChesney, R. W., 2008., „Bogati mediji, siromašna demokratija, komunikacijske politike u mutnim vremenima“, TKD Šahinpašić, Sarajevo
19. Topić, T., 2007., „Mediji, civilno društvo, javnost“, Transparency International BiH, Friedrich Ebert Stiftung, Bosna i Hercegovina
20. Jenkins, H., Thornburn, D., 2003., „Democracy and new media“, Massachusetts Institute of Technology, USA

INTERNET IZVORI:

1. <https://slideplayer.com/slide/14089294/>
2. <http://scih.org/arpanet-became-internet/>
3. https://hr.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web
4. <https://serverfault.com/questions/475444/network-structure>
5. <http://starisajt.pedagog.rs/internet%20marketing%20Internet.php>
6. <https://www.billboard.com/articles/business/8372798/ifpi-global-report-2018-music-sales-rise-streaming-revenue>
7. <http://bsix12.com/knowledge-sharing/>
8. <https://webfoundation.org/about/vision/history-of-the-web/š>
9. <https://genius.com/Manuel-castells-the-networked-society-from-knowledge-to-policy-ch1-annotated>
10. <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/da-li-ce-proces-digitalizacije-preživjeti-sve-televizije-u-bih>
11. <https://www.hrt.hr/343356/hrt/dvb-t-odasiljanje-u-hdtv-kvaliteti-3>