

UNIVERZITET U BEOGRADU

FILOZOFSKI FAKULET

mr Dalibor M. Petrović

**NOVI OBLICI DRUŠTVENOG
UMREŽAVANJA**

Uloga Interneta u uspostavljanju
interpersonalnih odnosa u Srbiji

doktorska disertacija

Beograd, 2012

UNIVERSITY OF BELGRADE

FACULTY OF PHILOSOPHY

Dalibor M. Petrović, M.A.

NEW FORMS OF SOCIAL NETWORKING

The Internet's role in establishing
interpersonal relationships in Serbia

Doctoral Dissertation

Belgrade, 2012

Mentor: Redovni profesor **dr Sreten Vujović**, Univerzitet u Beogradu
Filozofski fakultet

Članovi komisije:

Redovni profesor **dr Slobodan Miladinović**, Univerzitet u Beogradu
Fakultet organizacionih nauka

Vanredni profesor **dr Marija Babović**, Univerzitet u Beogradu
Filozofski fakultet

Vanredni profesor **dr Slobodan Cvejić**, Univerzitet u Beogradu
Filozofski fakultet

Datum odbrane: Beograd, _____

NOVI OBLICI DRUŠTVENOG UMREŽAVANJA

Uloga Interneta u uspostavljanju interpersonalnih odnosa u Srbiji

Rezime: Cilj ove disertacije je bio da se istraži na koji način i u kojoj meri se savremene informaciono-komunikacione tehnologije, a posebno Internet, integrišu u postojeći mrežni obrazac društvenosti i kakva je njihova društvena funkcija.

Na teorijskom nivou, Internet smo analizirali kao tehnologiju za posredovanje interpersonalne komunikacije koja nastaje u krilu društva u specifičnom istorijskom trenutku kao proizvod radikalne faze modernizacije, odnosno globalne društvene transformacije koja se ubrzava u poslednjoj četvrtini dvadesetog veka. Jedno od važnih obeležja ove transformacije je to što se društveni odnosi sve više individualizuju kao posledica njihovog iskorenjivanja iz lokalizovanih konteksta društvene interakcije dok društvene mreže postaju centralna forma organizovanja društvenih interakcija u savremenom društvu. Ono što je za nas ključno je da komunikacione tehnologije, a posebno Internet igraju, veoma značajnu ulogu u procesu društvenog reukorenjivanja, pomažući da se odnosi koji su „izdignuti“ iz neposrednog konteksta interakcije reuspostave ili uspostave potpuno novi, bez obzira na prostorno vremenska ograničenja.

Na analitičkom nivou, naše polazište je bilo da Internet igra značajnu ulogu u procesu društvenog umrežavanja individualizovanih pojedinaca i to kroz dve osnovne funkcije: *transmisionu* i *prokreativnu*. Transmisiona funkcija se odnosi na upotrebu Interneta u cilju održavanja postojećih *offline* odnosa, gde se Internet upotrebljava kao *kanal* za društvenu interakciju. Prokreativna funkcija se odnosi na održavanje i kreiranje novih, *online* odnosa, gde se Internet upotrebljava kao *prostor* za društvenu interakciju. Kroz širok analitički pristup u disertaciji se pokazuje kako se ove dve komunikacione funkcije Interneta razlikuju i okupiraju različite segmente interpersonalne interakcije u društvenim mrežama korisnika Interneta.

Na empirijskom nivou, cilj je bio da verifikujemo teorijsko-analitičke pretpostavke na srpskim korisnicima Interneta, zbog čega je sprovedeno kvantitativno istraživanje na uzorku od 1063 ispitanika i kvalitativno, kroz 15 dubinskih intervjuva. Nalazi istraživanja podržali su hipoteze od kojih smo u ovoj studiji pošli tako da se može zaključiti da što su šire personalne mreže korisnika Interneta to oni više koriste Internet za održavanje odnosa u tim mrežama i da se Internet uspostavlja kao najvažniji medij za održavanje slabih ili geografski udaljenih veza. Pored toga, nedvosmisleno je utvrđeno da upotreba Interneta za uspostavljanje novih društvenih odnosa nije u vezi sa smanjenom društvenošću korisnika Interneta, kao i da Internet može biti u funkciji kreiranja društvenog kapitala.

Ključne reči: Internet, društvene mreže, umrežavanje, društveni kapital, interpersonalni mediji, transmisiona i prokreativna funkcija

Naučna oblast: Društvene nauke

Uža naučna oblast: Sociologija

UDK broj: 004.738.5:316

316.774

NEW FORMS OF SOCIAL NETWORKING

The Internet's role in establishing interpersonal relationships in Serbia

Resume: The aim of this dissertation was to explore the manner and the extent to which modern information-communication technologies, specifically the Internet, have become integrated into the existing network-based form of social behavior, as well as to determine their social function.

On a theoretical level, we analyzed the Internet as a technology that mediates the interpersonal communication which sprang to life in the midst of society at a peculiar historical moment and as a result of a radical phase of modernization, or rather, a global social transformation gathering momentum in the last quarter of the twentieth century. A major characteristic of the transformation in question is the growing individualization of social relationships due to their disembedding out of the localized contexts of social interaction which coincides with social networks increasingly becoming a central form of organizing social interaction in modern society. What we find crucial is that communication technologies, especially the Internet, play a very important role in the process of social reembedding by enabling the relationships lifted out from the immediate context of interaction to be reestablished or by generating entirely new relationships regardless of spatial or temporal restrictions.

On an analytical level, our premise was that the Internet proves highly instrumental in the process of organizing individualized persons into viable social networks, most obviously so in its two basic functions: *transmissional* and *procreative*. The transmissional function refers to the Internet's contribution to maintaining existing *offline* relationships, with the Internet acting as a *channel* for social interaction. The procreative function relates to creating and maintaining new *online* relationships, with the Internet serving as the *space* for social interaction. Having adopted a wide analytical approach, the thesis highlights the differences between these two communicational functions occupying different segments of the interpersonal interaction in (Internet users') social networks.

On an empirical level, our goal was to verify the theoretical-analytical hypotheses with Serbian Internet users. To this end, we conducted both a quantitative research, based on a sample of 1063 respondents, and a qualitative one, through 15 in-depth interviews. The findings of the research have corroborated the starting hypotheses, allowing us to deduce that the wider the personal networks of Internet users become, the more they rely on the Internet to foster relationships in these networks as well as that the Internet is positioning itself as the key medium for supporting tenuous or geographically encumbered relationships. In addition, we have offered conclusive evidence that using the Internet for establishing new social relationships does not correlate with Internet users' diminished sociability and that the Internet can help create social capital.

Key words: the Internet, social networks, networking, social capital, interpersonal media, transmissional and procreative functions.

Scientific field: Social Sciences

Narrow scientific field: Sociology

UDK number: 004.738.5:316

316.774

SADRŽAJ

Spisak tabela:	viii
Spisak grafikona:	viii
1 UVOD	1
2 INFORMACIONO DOBA I NJEGOVI ČINIOCI	10
2.1 Razvoj informacionih tehnologija i transformacija modernih društava - Od telegrafa do Interneta	19
2.1.1 Telegraf.....	20
2.1.2 Telefon	30
2.1.3 Bežične komunikacije-od bežičnog telegrafa do mobilnog telefona.....	37
2.1.3.1 Bežični telegraf.....	37
2.1.3.2 Mobilni telefoni	39
2.1.4 Nastanak i razvoj Interneta.....	48
2.2 Ka novom obrascu društvenosti-od grupa ka mrežama	54
2.2.1 Transformacija vremena i prostora-od fizičkog ka virtuelnom.....	57
2.2.1.1 Društvene studije transformacije vremena i prostora.....	58
2.2.1.2 Mobilnost.....	65
2.2.2 Transformacija zajednice-od zajednice ka personalnim mrežama	68
2.2.2.1 Dihotomija zajednica vs. društvo	69
2.2.2.2 Ka mrežnom poimanju zajednice.....	75
2.2.3 Transformacija društvenosti-od datih ka izabranim vezama.....	84
2.2.3.1 Iskorenjivanje i reukorenjivanje	85
2.2.3.2 Umreženi individualizam.....	88
2.2.3.3 Personalne društvene mreže	91
2.2.3.4 Transformacija odnosa iz datih u izabrane	93
3 INTERNET I DRUŠTVENO UMREŽAVANJE	101
3.1 Društvene mreže i društveni kapital	107
3.1.1 Razvoj mrežnog pristupa u sociologiji.....	108
3.1.2 Mrežni pristupi između teorijskih nedoumica i metodoloških potencijala	114
3.1.3 Osnovni elementi mrežne analize	119
3.1.4 Kritika mrežne analize	123
3.1.5 Klasična shvatanja društvenog kapitala.....	126
3.1.5.1 Pjer Burdje.....	130
3.1.5.2 Džordž Kolman	132
3.1.5.3 Robert Patnam	134
3.1.6 Mrežna shvatanja društvenog kapitala.....	139
3.1.6.1 Nan Lin	140
3.1.6.2 Ronald Bert.....	144
3.1.7 Specifični tipovi društvenog kapitala	146
3.1.7.1 Premošćujući i vezujući društveni kapital.....	147
3.1.7.2 Tehnološko-mrežni kapital.....	148

3.1.8 Da li je Internet u funkciji društvenog kapitala?.....	153
3.1.8.1 Internet sužava društveni kapital.....	154
3.1.8.2 Internet ne utiče na društveni kapital	159
3.1.8.3 Internet je u funkciji društvenog kapitala.....	162
3.1.8.4 Umesto zaključka-Može li društveni kapital biti virtuelan	167
3.2 Društvene posledice komunikacione upotrebe Interneta	171
3.2.1 Ka uravnoteženoj slici Interneta-uspostavljanje okvira analize.....	172
3.2.2 Transmisiona i prokreativna funkcija Interneta	175
3.2.3 Internet u funkciji održavanja personalnih mreža-transmisioni aspekt	180
3.2.3.1 Ka razumevanju funkcije interpersonalnih medija	181
3.2.3.2 Internet kao interpersonalni medij.....	183
3.2.4 Društveni odnosi na Internetu-prokreativni aspekt.....	191
3.2.4.1 Internet kao novi društveni prostor	192
3.2.4.2 Uspostavljanje interpersonalnih odnosa na Internetu- personalni aspekt.....	218
3.2.4.3 Virtuelne zajednice-ritualni aspekt.....	225
4 INTERNET U FUNKCIJI PERSONALNOG UMREŽAVANJA U SRBIJI.....	234
4.1 Uspostavljanje konteksta analize	234
4.1.1 Mrežni obrasci društvenosti u Srbiji.....	234
4.1.2 Upotreba Interneta u Srbiji	242
4.2 Istraživanje komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji.....	245
4.2.1 Osnovni ciljevi i istraživačke hipoteze	246
4.2.2 Metodologija istraživanja komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji.....	247
4.2.2.1 Socio-demografske karakterske ispitanika	252
4.2.2.2 Upotreba Interneta	253
4.2.3 Personalne mreže korisnika Interneta u Srbiji	254
4.2.4 Transmisiona upotreba Interneta u Srbiji.....	261
4.2.4.1 Upotreba e-maila	261
4.2.4.2 Upotreba instant mesindžera	268
4.2.4.3 Mesto Interneta kao interpersonalnog medija u Srbiji	273
4.2.5 Prokreativnost srpskih korisnika Interneta	276
4.2.5.1 Skala prokreativnosti	277
4.2.5.2 Uspostavljanje novih interpersonalnih odnosa srpskih korisnika Interneta..	285
4.2.5.3 Online platforme za društveno umrežavanje.....	292
4.2.6 Društveni kapital srpskih korisnika Interneta	302
4.2.6.1 Offline i online mreže društvene podrške.....	302
4.2.6.2 Virtuelni društveni kapital srpskih korisnika Interneta	307
4.2.7 Osnovni nalazi istraživanja komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji	312
5 ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	317
LITERATURA.....	325
PRILOG	347
BIOGRAFIJA AUTORA.....	356

Spisak tabela:

Tabela 2.1. Posvećenost i izbor u personalnim odnosima-dva odnosa	97
Tabela 2.2. Posvećenost i izbor u personalnim odnosima-četiri odnosa	98
Tabela 3.1. Različite percepcija posledica društvene interakcije putem Interneta.....	102
Tabela 3.2. Tipovi upotrebe računara u tri faze migracije	169
Tabela 4.1. Struktura personalnih mreža u Srbiji, Tuluzu i Sev. Kaliforniji (%).....	257
Tabela 4.2. Percepcija uticaja e-maila na interpersonalnu komunikaciju (%).....	266
Tabela 4.3. Percepcija uticaja IM-a na interpersonalnu komunikaciju (%).....	272
Tabela 4.4. Nivo prokreativnosti korisnika Interneta u Srbiji	278
Tabela 4.5. Razlozi za uspostavljanje poznanstava na Internetu	285
Tabela 4.6. Učestalost prenošenja poznanstava sa Interneta u realnost	286
Tabela 4.7. Seksualni odnos i emotivna veza nakon poznanstva na Internetu	288
Tabela 4.8. Percepcija uticaja OPDU na poboljšanje interpersonalne komunikacije (%)	295
Tabela 4.9. Virtuelna mesta Interneta gde se uspostavljaju novi društveni odnosi (%) .	301
Tabela 4.10. Odnos <i>offline</i> i <i>online</i> mreža društvene podrške korisnika Interneta u Srbiji (%)	307
Tabela 4.11. Odnos nivoa prokreativnosti sa visinom PVDK ispitanika (%)	310

Spisak grafikona:

Grafikon 3.1. Ukupan broj pretplatnika igračkih virtuelnih svetova (u milionima)	206
Grafikon 3.2. Rast broja korisnika Fejsbuka (u milionima)	214
Grafikon 3.3. Korisnici Interneta koji su preneli poznanstva iz <i>online</i> u <i>offline</i> okruženje (%)	225
Grafikon 4.1. Struktura personalnih mreža korisnika Interneta u Srbiji	256
Grafikon 4.2. Gustina personalnih mreža u odnosu na starost ispitanika	260
Grafikon 4.3. Upotreba e-maila u odnosu na godine ispitanika	262
Grafikon 4.4. Upotreba e-maila u odnosu na mesto boravka ispitanika.....	264
Grafikon 4.5. Svakodnevna upotreba e-maila u odnosu na prihode ispitanika.....	265
Grafikon 4.6. Percepcija pozitivnog uticaja e-maila na interpersonalnu komunikaciju u odnosu na godine ispitanika	267
Grafikon 4.7. Redovnost upotrebe IM-a u odnosu na mesto boravka ispitanika.....	270
Grafikon 4.8. Redovnost upotrebe Skajpa u odnosu na dužinu boravka ispitanika van zemlje njegovog porekla.....	270
Grafikon 4.9. Upotreba IM-a u odnosu na širinu personalnih mreža ispitanika	273
Grafikon 4.10. Međusobno rangiranje načina održavanja interpersonalnih odnosa.....	274
Grafikon 4.11. Nivo prokreativnosti u odnosu na pol korisnika Interneta u Srbiji	279
Grafikon 4.12. Prokreativnost u odnosu na širinu personalne mreže korisnika Interneta u Srbiji	281
Grafikon 4.13. Razlozi za upoznavanje ljudi na Internetu u odnosu na model virtuelne društvenosti.....	284
Grafikon 4.14. Emotivna veza sa osobama sa Interneta u odnosu na nivo usamljenosti	290
Grafikon 4.15. Prosečan broj prijatelja na OPDU po starosnim kategorijama.....	293

Grafikon 4.16. Povezivanje putem Interneta sa već poznatim osobama u odnosu na starost ispitanika	295
Grafikon 4.17. Percepcija uticaja OPDU na poboljšanje interpersonalne komunikacije u odnosu na veličinu mesta boravka.....	299
Grafikon 4.18. Percepcija uticaja OPDU na poboljšanje interpersonalne komunikacije u odnosu na širinu personalne mreže	300
Grafikon 4.19. Struktura <i>offline</i> mreža društvene podrške korisnika Interneta u Srbiji	303
Grafikon 4.20. Struktura <i>online</i> mreža društvene podrške korisnika Interneta u Srbiji	306

„Naši misaoni alati nisu dovoljno pokretljivi da bi adekvatno razumeli fenomen mreža, naše reči još uvek nisu dovoljno fleksibilne da izraze pravo stanje stvari jednostavno...Ipak, ni celokupnost mreže, kao ni oblici koje kreira svaka nit u njoj, ne mogu biti shvaćeni u kategorijama jedne jedine niti ili čak svih niti posmatranih izdvojeno; to se jedino može razumeti u kontekstu načina na koji su one povezane, kroz njihov međusobni odnos“ (Elias, 1939:32).

1 UVOD

U središtu naših društvenih života nalazi se jedan veliki paradoks. S jedne strane, naša dostupnost jednih drugima nikada nije bila veća, dok s druge strane, među nama nikada nije bila prisutnija bojazan od sve veće društvene izolovanosti. Kako je moguće da u društvu u kome su tehnologije interpersonalnog komuniciranja toliko razvijene da skoro ne postoje osobe ili kutak na planeti zemlji koje nije moguće trenutno dosegnuti, a da opet, većina ljudi ima osećaj sve slabije međusobne povezanosti. Jesu li ove tehnologije, kako se to često misli, krivci za ovaj osećaj ili se ispod toga nalaze neki dublji društveni procesi. Ima li, na kraju krajeva, tehnologija moć da nas odvoji od naše prirode nudeći nam surogate društvenog života?

Po našem uverenju, i to ćemo nastojati da kroz ovu disertaciju pokažemo, iako tehnologija nesporno utiče na naše živote ona je pre proizvod nego kreator naših težnji. Uostalom, da nije tako onda ne bi ni postojao paradoks o kome smo na početku govorili jer bi moćne komunikacione tehnologije učinile da se osećamo povezanima poput bezbrojnih kablova i radio-talasa koji nas fizički povezuju. Ali sve dok naša potreba za društvenošću prevazilazi surogate koje nam tehnologija nudi, mi ne moramo za nju strahovati.

Jedan od takvih surogata su popularne *online* platforme za društveno umrežavanje koje čine jasnu, vidljivu i merljivu formu onoga što kroz ovu disertaciju analiziramo ali sa jednom, ključnom, razlikom. Ova mesta na Internetu predstavljaju unapred organizovanu i planiranu formu društvenog povezivanja i kao takva samo *ospoljavaju* ono što bi trebalo da je unutrašnja logika društvenih odnosa i veza u savremenom, tehnologijom posredovanom, društvu. Kroz ovu

disertaciju nastojaćemo da pokažemo da Internet, po svojoj tehnološkoj i društvenoj arhitekturi, pomaže a često i podstiče društveno umrežavanje pojedinaca. Drugim rečima, sve i da ne postoje mesta na Internetu koja su posebno kreirana da podstiču umrežavanje, održavanje veza, upoznavanje, kreiranje prijateljskih i bračnih veza, on bi i dalje, kroz spontanu akciju svojih korisnika, vršio tu istu funkciju. Ogromna popularnost ovih mesta na Internetu samo je potvrda ove njegove funkcije, odnosno mrežnih mehanizama društvenosti kojima ćemo se kroz ovu disertaciju baviti.

Najjednostavnije rečeno, predmet ove disertacije čini će analiza upotrebe Interneta u komunikacione svrhe na interpersonalnom nivou i to kroz dva različita segmenta analize. Prvi segment se odnosi na upotrebu Interneta u cilju održavanja postojećih *offline* odnosa, gde se Internet analizira kao *kanal* za interpersonalnu komunikaciju. Drugi segment analize odnosi se na održavanje i kreiranje novih, *online* odnosa, gde se Internet analizira kao *prostor* za društvenu interakciju. Iako držimo da su ove dve komunikacione funkcije Interneta sasvim različite i da ih je bolje posmatrati odvojeno, one ipak predstavljaju, veberovski rečeno, analitičke idealne tipove, budući da u stvarnosti često dolazi do njihovog preklapanja. Takođe, na samom početku treba naglasiti da naša pretenzija nije da damo generalnu ocenu upotrebe Interneta kao sredstva za interpersonalnu komunikaciju budući da je to praktično nemoguće učiniti iz više razloga. Pre svega, komunikaciona upotreba Interneta se razlikuje u odnosu na to ko koristi Internet, koje potrebe njegovom upotrebom zadovoljava, kakve su mu životne navike, materijalni i obrazovni status i sl. Kako se broj korisnika Interneta povećava tako je i njihov sastav sve heterogeniji a mogućnost davanja generalnih ocena sve manja. Ova upotreba se takođe razlikuje i u odnosu na to kojim se društvom bavimo budući da su u društvima različitog kulturnog tipa i obrasci društvenosti svakako različiti pa se samim tim i komunikaciona upotreba Interneta manje ili više razlikuje. Međutim, bez obzira na ove razlike mi ćemo nastojati da pokažemo da postoje neki univerzalni modeli upotrebe Interneta koji proizvode njegovih komunikacijskih karakteristika.

U skladu sa predmetom ove disertacije, osnovni cilj rada je da se istraži na koji način i u kojoj meri se savremene informaciono-komunikacione tehnologije, a

posebno Internet, integrišu u postojeći mrežni obrazac društvenosti i kakva je njihova društvena funkcija.

Osnovna hipoteza od koje polazimo je da Internet igra veoma značajnu ulogu u procesu društvenog reukorenjivanja pomažući da se odnosi koji su „istrgnuti“ iz neposrednog konteksta društvene interakcije reuspostave ili uspostave potpuno novi, bez obzira na prostorno vremenska ograničenja. Nakon ove, početne, hipoteze definisane su četiri istraživačke hipoteze, koje su odredile analitički okvir ove disertacije: Hip. 1: Internet kao komunikacioni medij ima dualnu prirodu. On je s jedne strane kanal za održavanje interpersonalnih odnosa, dok sa druge strane predstavlja prostor za društvenu interakcije; Hip2: Upotreba Interneta za održavanje društvenih odnosa u vezi je sa širinom personalnih mreža njegovih korisnika; Hip3: Upotreba Interneta za uspostavljanje novih društvenih odnosa nije u vezi sa smanjenom društvenošću korisnika Interneta; Hip.4: Internet može biti u funkciji društvenog kapitala.

Postavljanje Interneta u kontekst sociološke analize u cilju dokazivanja pomenutih hipoteza predstavlja izuzetno složen i kompleksan zadatak. Prvi problem leži u činjenici da se još uvek nalazimo u ranoj fazi proučavanja Interneta pa je razumljivo da se ne možemo osloniti na integrativne sociološke teorije koje bi mogle dati okvir za sveobuhvatnu sliku komunikacione uloge Interneta. Stvar svakako ne olakšava ni činjenica da je Internet jedan multidimenzionalni fenomen koji se može proučavati iz najrazličitijih uglova i na svim nivoima analize od mikro do makro nivoa. Imajući ove poteškoće u vidu bili smo primorani da zasnujemo jednu možda i pomalo široku teorijsku analizu budući da smo u poziciji, pogotovo kada je o domaćoj sociologiji reč, nekoga ko utemeljuje ovu oblast socioloških istraživanja. To praktično znači da smo bili primorani da koristimo sve nivoe analize od mikro do makro perspektive, kompilirajući nekoliko različitih teorijskih pristupa.

Ono što se ne može prenebregnuti jeste da je Internet tehnologija i da je svaka društvena studija Interneta praktično studija odnosa i međuzavisnosti tehnologije i društva. Zbog toga, na samom početku ove disertacije, mi postavljamo našu analizu Interneta u širi tehno-konstruktivistički teorijski okvir uz modifikaciju ovog shvatanja koju daju Fenberg (Feenberg) i Bakardjieva. Ukratko, mi razumemo

Internet kao tehnologiju za posredovanje interpersonalne komunikacije koja nastaje u krilu društva u specifičnom istorijskom trenutku kao proizvod radikalne faze modernizacije, odnosno globalne društvene transformacije koja se ubrzava u poslednjoj četvrtini XX veka. Po našem mišljenju, ovaj teorijski okvir je više nego primenljiv na proučavanje komunikacione tehnologije poput Interneta jer u njenom kreiranju i usavršavanju, daleko više nego u razvoju nekih drugih tehnologija, učestvuju sami korisnici. Praktično sve ključne komunikacione komponente Interneta u njega su ugradili njegovi rani korisnici, što će se u drugom poglavlju i pokazati. Međutim, iako tehnologija Interneta, kao i svaka druga tehnologija, nastaje kao odgovor na društvene potrebe, to ne znači da ona sama u povratnom procesu ne menja društvo i potrebe koje su ga stvorile. Ovo opet dovodi do potrebe za usavršavanjem tehnologija u cilju adekvatnijeg odgovora na nove društvene potrebe i *vice versa*. Danas, na početku druge dekade XXI veka, ovaj krug (potreba i adekvatnih tehnologija) se sve više sužava i ubrzava, na taj način da sve više zamućuju uzročno-posledične veze čineći tako tehnologiju i društvo jednom fluidnom i neodvojivom celinom.

Drugi, ključan, element za postavljanje teorijskog okvira ove disertacije čine shvatanja savremenih teoretičara modernizacije, poput Gidensa, Beka, Baumana, Kastelsa. Svedene na zajednički imenitelj ove teorije pokazuju da se kroz proces modernizacije i njenu radikalizaciju u drugoj polovini XX veka društveni odnosi sve više individualizuju kao posledica njihovog iskorenjivanja iz lokalizovanih konteksta društvene interakcije. Ključni transfer se odigrava kroz sve izraženije pomeranje od prostornih zajednica ka mrežama koje postaju centralna forma organizovanja društvenih interakcija u savremenom društvu. Dok su tradicionalne zajednice bile bazirane na deljenju vrednosti i društvene organizacije, mreže su, s druge strane organizovane oko izbora i strategija društvenih aktera, bilo da su to pojedinci, porodice ili društvene grupe. Obrasci društvenosti sve više evoluiraju ka izvoru društvenosti koji se gradi oko nuklearne porodice iz koje se zatim „pletu“ različite personalne mreže u skladu sa preferencijom svakog od njenih članova. To ne znači da lokalitet i date (rođačke) veze prestaju da budu važan izvor društvenosti, već da njihova uloga u modernim društvima prestaje da bude dominantna, posebno u višim društvenim slojevima. Namesto *datih* sve važnije

mesto u personalnim mrežama zauzimaju, u skladu sa različitim afinitetima, potrebama ili životnim strategijama, *izabrani* odnosi. Naravno, ovi izbori se ne vrše u društvenom „vakumu“, već su podložni brojnim strukturnim ograničenjima, kao što su posredovani i različitim individualno-psihološkim faktorima. Transportne i komunikacione tehnologije igraju veoma značajnu ulogu u procesu društvenog iskorenjivanja, ali i povratnog reukorenjivanja budući da pomažu da se odnosi koji su „istrgnuti“ iz neposrednog konteksta interakcije reuspostave bez obzira na prostorno vremenska ograničenja, kao i da se uspostave potpuno novi društveni odnosi. Ono što je za nas ključno, i predstavlja centralni deo ove disertacije, jeste to da Internet igra značajnu ulogu u procesu društvenog reukorenjivanja zasnovanog na obrascu interpersonalnog umrežavanja individualizovanih pojedinaca.

Budući da Internet razumemo kao važno sredstvo za društveno umrežavanje, onda je razumljivo da uspostavljanje analitičkog okvira naše analize mora biti dvoslojno. Na prvom nivou analize ukazaćemo na različite mrežne pristupe koji se bave analizom društvene interakcije. Ovde pre svega mislimo na pristupe u čijem su fokusu proučavanja strukture i interakcija u *Ja mrežama* kao i one pristupe koji se bave resursima, odnosno društvenim kapitalom, koji se kroz ove mreže pribavlja. Ovaj deo analize nam je značajan zbog kasnijeg ispitivanja uloge Interneta u procesima društvenog umrežavanja i eventualnim gubicima ili dobitima koje ti procesi nose. Pored toga, u empirijskom delu naše disertacije istražiće se obrasci društvenog umrežavanja i resursi koji se zahvaljujući Internetu pribavljaju kroz personalne društvene mreže.

Na drugom nivou analize bavićemo se komunikacionim funkcijama Interneta. U skladu sa shvatanjem koje smo izneli u prethodnoj studiji (Petrović, 2008) držimo da Internet kao medij ima dualnu prirodu, odnosno da je on tehnološki *kanal* za posredovanje komunikacije na daljinu ali i virtuelni *prostor* za uspostavljanje i održavanje novih ili već postojećih društvenih odnosa. U skladu sa tim, Internet kao sredstvo za interpersonalnu komunikaciju ima dve osnovne funkcije: *transmisionu* i *prokreativnu*. Kada je o transmisionoj funkciji reč onda se pod tim Internet razume kao tehnološki *kanal* za posredovanje ciljane komunikacije na daljinu između unapred određenih subjekata interakcije. Sa druge strane, kada vrši svoju prokreativnu funkciju Internet prevazilazi ulogu kanala za posredovanje

komunikacije i pretvara se u virtuelni *prostor* za društvenu interakciju. Ovde više nije reč o ciljanim subjektima interakcije, već o ciljanom prostoru za interakciju. Značaj transmisiona funkcije Interneta ogleda se u održavanju postojećih personalnih mreža, dok se značaj prokreativne funkcije ogleda ne samo u održavanju već i obogaćivanju personalnih mreža novim društvenim kontaktima.

Kada je reč o strukturi ove disertacije, nakon prvog uvodnog u drugom poglavlju razradićemo teorijski okvir i to na nekoliko nivoa. Na početku drugog poglavlja uspostavićemo opšti okvir za analizu odnosa tehnologije i društva, kao i našeg shvatanja Interneta kao tehnologije, u skladu sa teorijskim pretpostavkama koje smo malopre izneli. U nastavku ovog poglavlja daće se istorijski okvir za analizu kroz prikaz razvoja komunikacionih tehnologija i društvenih posledica njihovog razvoja. Ovde će, pre svega, u centru pažnje biti uticaj ovih tehnologija na održavanje i uspostavljanje interpersonalnih odnosa. Potreba za jednom ovako istorijski „dubokom“ analizom posledica je našeg stava da je Internet kao tehnologija po svojim konsekvencama po interpersonalnu komunikaciju više od pukog evolutivnog nastavka na prethodne interpersonalne medije poput telegrafa i telefona. U cilju dokazivanja ove teze prinuđeni smo da našu analizu započnemo u trenutku nastanka prvih elektronskih komunikacionih sredstava, što za posledicu ima pomeranje početka ove studije u doba nastanka telegrafa, dakle u sredinu XIX veka.

Nakon toga, u drugom delu drugog poglavlja, analiziraćemo transformaciju društvenosti tokom XX veka i to na tri nivoa. Na makro nivou, bavićemo se analizom transformacije shvatanja vremena i prostora kao jednog od ključnih činilaca modernizacije, gde ćemo ukazati na to da su odvajanje i apstraktizacija vremena i prostora odigrali važnu ulogu u procesu izdizanja društvene interakcije iz neposrednog konteksta njenog odvijanja. Savremene transportno-komunikacione tehnologije praktično dovršavaju ovaj proces ukidanjem, makar i simboličkim, vremena i prostora i oslobađanjem društvene interakcije od njenih fizičkih ograničenja. Nakon toga, na mezo nivou, bavićemo se transformacijom društvenosti na nivou zajednice kroz analizu promena u njenom shvatanju tokom XX veka. Osnovna ideja je da se pokaže da klasična, alijenistička, dihotomija *zajednica vs. društvo* nije adekvatna za razumevanje transformacije zajednice

tokom prve i druge faze modernizacije. Kroz ovaj deo analize će se ukazati na to da u savremenom, visoko-diferenciranom, društvu pojedinci nužno ne ostaju usamljeni i izgubljeni, već formiraju niz *Ja mreža*, odnosno mreže interpersonalnih veza i odnosa putem kojih obezbeđuju društvenost, podršku, informacije, osećaj pripadnosti i društvenog identiteta. I na kraju, na mikro nivou, bavićemo se procesom uspostavljanja interpersonalnih odnosa i kreiranja personalnih mreža kao sve dominantnijeg obrasca društvenosti. Iako smo svedoci da se tokom modernizacije, a posebno u fazi njene radikalizacije, društveni odnosi sve više individualizuju to ne znači da je formiranje interpersonalnih mreža i odnosa oslobođeno strukturalnih ograničenja. Ono što će za nas biti jedno od ključnih pitanja u nastavku analize je to u kojoj meri tehnologija Interneta, omogućavajući probijanje strukturalnih ograničenja, doprinosi efikasnijem kreiranju i održavanju personalnih mreža.

U trećem poglavlju uspostaviće se analitički okvir ove disertacije. Nakon detaljnog prikaza i ocene mrežnog pristupa, posebno će se obratiti pažnja na mrežna shvatanja društvenog kapitala. Ova shvatanja mogu se, u širem okviru, podvesti pod resursne teorije, budući da se bave potencijalnim dobitima koje nastaju kao posledica interakcije u društvenim mrežama. U kontekstu naše analize, biće nam važno da vidimo da li, i u kojoj meri, Internet može „pojačati“ dobiti koje nastaju kao rezultat interakcija unutar personalnih mreža. Da bi došli do ovih odgovora analiziraćemo veliki broj studija koje se bave uticajem Interneta na društveni kapital i društvenost uopšte, a njihovi zaključci će biti prezentirani u tri bloka u skladu sa nalazima do kojih dolaze (pro, contra, ili neutralni nalazi).

Nakon toga u drugom delu trećeg poglavlja postavljamo naš okvir za analizu interpersonalne interakcije putem Interneta. Tu se pre svega misli na dve osnovne komunikacione funkcije Interneta-*transmisionu i prokreativnu*, kao i dva pod-tipa prokreativne interakcije-*ritualni i personalni*. Prvo će se dati detaljna analiza transmisione funkcije Interneta u funkciji održanja personalnih društvenih mreža, gde će se kroz prikaz različitih studija ispitati u kojoj meri Internet zamenjuje ili pak nadopunjuje postojeće interpersonalne medije, poput mobilnih i fiksnih telefona ili samu komunikaciju licem u lice. Kroz diskusiju i analizu velikog broja istraživanja pokazaćemo da se pre može govoriti o multipleksnosti medija, a ne o

zamjeni jednog načina komunikacije drugim. U ovom delu detaljnije ćemo se pozabaviti ulogom dva osnovna alata za ciljanu interpersonalnu komunikaciju putem Interneta - elektronskom poštom (e-mail) i instant mesindžerima. U nastavku trećeg poglavlja našu pažnju ćemo usmeriti na prokreativnu funkciju Interneta za koju držimo da je revolucionarna kada je reč o dosadašnjoj ulozi tehnoloških medija za posredovanje komunikacije na daljinu. Ova funkcija Interneta je važna jer omogućava pojedincima da se izmeste iz lokalnog konteksta življenja i povežu sa drugim, inače nedostupnim osobama i mrežama. Budući da ovde posmatramo Internet kao poseban društveni prostor, značajan deo ovog poglavlja je posvećen analizi društvenih prostora Interneta. Biće identifikovano i detaljno analizirano pet osnovnih tipova društvenih mesta na Internetu i to: forumi, pričaonice, virtuelni svetovi, blogovi i *online* platforme za društveno umrežavanje. Pored toga, u skladu sa našim shvatanjem o dva pod-tipa prokreativne interakcije na Internetu, u okviru ritualnog modela biće obrađen fenomen *virtuelnih zajednica*, dok će u okviru personalnog modela interakcije biti obrađen fenomen uspostavljanja *online* društvenih odnosa.

U četvrtom, empirijskom, poglavlju kroz analizu komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji, učiniće se provera teorijsko-analitičkog okvira datog u drugom i trećem poglavlju. Pre nego što pređemo na detaljan prikaz rezultata istraživanja ukratko ćemo osvrnuti na prethodna istraživanja društvenog umrežavanja u Srbiji, kao i na osnovne karakteristike domaćih korisnika Interneta. Potom prelazimo na prikaz istraživanja koje je, po našem saznanju, prvo istraživanje ove vrste i obima u Srbiji, pa se može reći da je pionirskog karaktera. Njegova vrednost biće utoliko veća što će se u jednom delu nadovezati na naše pređašnje studije društvene interakcije putem Interneta, što će nam dati mogućnost definisanja određenih trendova. Istraživanje je sprovedeno elektronskim putem na uzorku od 1063 ispitanika. Pored toga, u cilju dopune ovih nalaza urađeno je 15 dubinskih intervju sa korisnicima Interneta različitih socio-demografskih karakteristika. Neki od osnovnih ciljeva istraživanja su bili da se utvrdi: da li postoji veza između načina upotrebe Interneta (transmisioni i prokreativni) sa širinom društvenih mreža, kao i sa strukturom veza koje se u tim mrežama uspostavljaju; u kojoj meri se Internet koristi kao interpersonalni medij za održavanje društvenih odnosa i

koje je njegovo mesto u odnosu na već postojeće interpersonalne medije; u kojoj meri se Internet upotrebljava za uspostavljanje novih društvenih odnosa i da li se ovi odnosi prenose u realnost; da li Internet može služiti kao izvor društvenog kapitala?

Na kraju, u petom poglavlju, sumira se svo ono do čega smo u ovoj disertaciji došli i iznose se naša zaključna razmatranja.

2 INFORMACIONO DOBA I NJEGOVI ČINIOCI

Izučavanje odnosa tehnologije i društva, na prvi pogled, podseća na dobro poznatu dilemu o kokoški i jajetu. Različiti pristupi različito definišu ulogu tehnologije u društvenom razvoju svrstavajući je u rasponu svojih uloga od kokoške (tehnološki determinizam) do jajeta (društveni konstruktivizam). U kontekstu ove disertacije, prevedeno u sferu našeg interesovanja, ova dilema bi, recimo, mogla da glasi: „jesmo li otuđeni zato što sve intenzivnije rabimo tehnološka sredstva za posredovanje komunikacije ili sve intenzivnije rabimo tehnološka sredstva za posredovanje komunikacije zato što smo otuđeni“? Ili u sasvim jednostavnom obliku: „da li upotreba Interneta oblikuje društvo ili društvo oblikuje upotrebu Interneta“? Naravno, pomenuta jednostavnost se u ovom slučaju jedino može odnositi na strukturu postavljene dileme, dok su odgovori na to pitanje sve samo ne jednostavni i svakako, makar na površini, zarobljeni u nerazrešivu dilemu o kokoški i jajetu. Ipak, kada se zagrebe ispod površine postaje jasno da je moderno društvo neraskidivo uvezano sa tehnologijom koja u okviru njega raste i koja ga povratno definiše, recimo kao industrijsko ili informaciono društvo. Bez pretenzija da zagazimo u futurizam, neka nam bude dozvoljeno da ustvrdimo da ako je nekada i bilo moguće razmišljati o tehnologiji kao nečemu stranom ili spolja nametnutom društvu u nadolazećim vremenima sve savršenijih tehnoloških sredstava komunikacije, genetskog inženjeringa i dalje automatizacije i robotizacije proizvodnog procesa, teško da će iko moći da odredi gde završava tehnologija a počinje društvo i *vice versa*.¹

Zbog toga je razumljivo da savremeni pristupi razumevanju odnosa tehnologije i društva uglavnom prevazilaze tehnološki determinizam, koji je bio daleko primereniji proučavanju rane faze modernizacije, odnosno u vremenu dramatičnih društvenih promena tokom XIX veka, kada je tehnologija doživljavana kao jedna

¹ Kastels je mišljenja da tehnologija ne određuje društvo niti društvo zacrtava put tehnološke promene, te da je dilema tehn-determinizma lažni problem, budući da tehnologija jeste društvo a društvo se ne može shvatiti ili prikazati bez svojih tehnoloških alata (Castells, 2000:41). Za Fenberga, tehnologija je medijum svakodnevnog života u modernim društvima, a svako dalje odvojeno posmatranje tehnologije i društva ima za posledicu nemogućnost uočavanja važnih aspekata našeg postojanja (Feenberg, 1999: vii).

nova, često autonomna, sila koja nepovratno menja društvo po nekim samo sebi svojstvenim i predeterminisanim zakonima. Jedan od tipičnih predstavnika ranog tehnološkog determinizma bio je Ogburn (1968) koji je, 30-tih godina XX veka, poredio uticaj tehnologije na društvo sa efektom sudarajućih bilijskih kugli koje vrše linijski uticaj od jedne na drugu, zatim na treću i tako redom. U skladu sa tom metaforom Ogburn (1968:55) je mišljenja da se u:

“... mnogo značajnih slučajeva u prošlosti promena najpre dogodila u tehnologiji koja je izmenila ekonomske situacije, one su pak izmenile društvenu organizaciju i organizaciju javne vlasti, a ove su konačno izmenile društvena verovanja i filozofije.“

U nastupajućim godinama ova, nazovimo je, tvrda varijanta determinizma, biva zamenjena mekšim oblicima ali ostaje i dalje vrlo prisutna u definisanju odnosa, odnosno uticaja, tehnologije na društvo.²

U drugoj polovini XX veka razvijaju se pristupi koji drže da je tehnologija specifičan sistem, koji je sve samo ne vrednosno neutralan (Hajdegerov substantivizam), te da ona predstavlja sredstvo ultimativne moći i društvene kontrole (Markuzeova kritička teorija tehnologije). Međutim, sa sve intenzivnijim „srastanjem“ tehnologije i društva, tokom poslednjih decenija XX veka, sve su zastupljenije teorije koje svoju pažnju usmeravaju prema akterima, naglašavajući njihov refleksivan odnos prema tehnologiji. Danas, jedno od najaktuelnijih stajališta u proučavanju odnosa tehnologije i društva jeste ono koje se razvija u okviru teorije društvenog konstruktivizma, odnosno u njegovoj pod-varijanti pod nazivom *društvena konstrukcija tehnologije* (The Social Construction of Technology-SCOT). Najznačajniji predstavnici ovog pravca su Kolins (H.M.Collins), Pinč (Pinch),

² Zaista je puno autora koji se bave odnosom tehnologije i društva kod kojih provejava manje ili više izražen tehno-determinizam ili su makar „optuživani“ zbog toga. Kao što je malopre rečeno postavlja se pitanje da li je uopšte moguće analizu savremenog, tehnologijom posredovanog društva, u potpunosti lišiti tehno-determinizma. Pošto ovde nemamo prostora za širu raspravu na ovu temu kao i zbog toga što će ovaj problem biti sporadično pominjan i u nastavku ovog poglavlja, ovde koristimo priliku da navedemo neke od autora koji su ujedno važni i sa stanovišta ove disertacije a u čijim shvatanjima provejava tehno-determinizam. Pa tako, ovakva argumentacija se može naći kod teoretičara medija poput Makluana (1971) i Mejroviza (Meyrowitz, 1997), teoretičara društvenih mreža Velmana (Wellman, 2001) i Kastelsa (Castells, 2000) ili kod teoretičara društvenog kapitala Roberta Patnama (2008).

Bajker (Bijker), kao i predstavnici akter-mreža pristupa Latur (Latour),³ Kalon (Callon) i Lou (Law).⁴ Rani predstavnici pristupa društvene konstrukcije tehnologije (DKT), Pinč i Bajker (Pinch and Bijker, 1987:17), zalagali su se za svojevrsnu fuziju sociologije nauke i sociologije tehnologije u društveno konstruktivističkom ključu. Ovi autori, derivirajući pojedine elemente pristupa empirijskog programa relativizma“ (The Empirical Programme of Relativism - EPOR), pre svega ideju *interpretativne fleksibilnosti* i DKT pristupa, iz kojeg uzimaju ideju *multi-direkcionog razvoja tehnologije*, grade svoje shvatanje društvene recepcije tehnologije. Čuveni primer kroz koji Pinč i Bajker (Pinch and Bijker, 1987) demonstriraju osnovne elemente svog tehno-konstruktivističkog pristupa tiče se izuma bicikla. Kao što je opšte poznato prvi prototipovi bicikala (70-te i 80-te godine XIX veka) su se značajno razlikovali od verzije koja se kasnije proširila čitavim svetom. Osnovna karakteristika prvih bicikala ogledala se u izrazito velikom prednjem točku i daleko manjem zadnjem. Ovi bicikli su bili veoma nestabilni i zahtevali su posebnu sposobnost vozača, ali su zato bili daleko brži od kasnije razvijenog bicikla sa dva ravnomerna točka. Pinč i Bajker ističu da je istorijski neutemeljen i netačan prikaz razvoja bicikla kroz evolucionističku perspektivu u vidu postepenog izjednačavanja veličine oba točka, već da je posredi bila sasvim drugačija, izrazito dinamična, „borba“ različitih interesnih grupa u cilju promovisanja njihove verzije bicikla. Zbog toga je jedan od najvažnijih zadataka DKT pristupa u razumevanju procesa apsorpcije tehnologije je da definiše relevantne interesne grupe koje zastupaju različite stavove.⁵ U slučaju razvoja bicikla, Pinč i Bajker identifikuju konflikte u pogledu: različitih tehničkih potreba različitih društvenih grupa (npr. brzina vs. bezbednost), različitih rešenja istih problema (bezbednosti raznih bicikala), kao i moralnih normi (žene koje nose suknje ili pantalone na visokotočkašima). U sledećoj fazi apsorpcije tehnologije

3 Latura većina autora smešta u tehno-konstruktiviste (Fenberg, Bakardjieva) ali ima i onih autora koji ističu da on tamo ne pripada (Stump, 2000:219)

4 O akter-mreža pristupu više ćemo govoriti u poglavlju o društvenim mrežama

5 Pinč i Bajker ističu da interesne grupe mogu biti institucije i organizacije (poput vojske ili neke kompanije) ali i organizovane i neorganizovane grupe pojedinaca. Ono što je ključno je to da svi članovi određene društvene grupe dodeljuju isto značenje koje je vezano za određeni artefakt (proizvod).

dolazi do stabilizacije, odnosno dominacije jednog artefakta, u ovom slučaju sporijeg i bezbednijeg bicikla. U poslednjoj fazi dolazi do retoričkog zatvaranja problema kroz definitivnu potvrdu dominacije jednog tehnološkog modela, odnosno bicikla sa dva jednaka točka. Na osnovu svega navedenog ovi autori zaključuju da su koristeći DKT pristup uspeli da pokažu da izum modernog bicikla nije spontani proizvod tehnološke evolucije već rezultat 19-godišnjeg procesa pregovaranja (Pinch and Bijker, 1987:39).

Iz ovog primera mogu se jasno sagledati osnovni elementi DKT pristupa. Dakle, tehnologija nije nametnuta spolja, vođena nekom svojom unutrašnjom logikom već je ona proizvod dinamične interakcije relevantnih društvenih aktera. Zbog toga razvoj tehnologije nije linearan već, upravo suprotno, multidirekcionan. To u kom će se pravcu određena tehnologija razviti zavisi od složenog procesa *interpretativne fleksibilnosti* tehničkih artefakata i njihove upotrebe. Različite interesne grupe mogu davati različita značenja istom artefaktu, odnosno drugačije ga interpretirati, kao u malopređašnjem primeru bicikla. Vremenom, u procesu stabilizacije, određene interpretacije ostvaruju primat u odnosu na druge i u poslednjoj fazi zatvaranja, postaju univerzalno prihvaćene. Zatvaranje proizvodi takozvanu „crnu kutiju“, odnosno artefakt koji više niko ne dovodi u pitanje već ga uzima „zdravo za gotovo“ (Feenberg, 1999:11).

Ono što je važna osobenost DKT pristupa jeste analiziranje tehnologije iznutra u procesu njenog stvaranja i njenog uranjanja u društveni milje. Umesto „hladne“ tehnologije koja melje svojom krutom logikom u prvi plan izbijaju akteri koji rekonstruišu tehničke artefakte prilagođavajući ih svojim potrebama. U ovom slučaju Internet bi bio paradigmatičan primer budući da su upravo korisnici najzaslužniji za mnoge aspekte njegove neplanirane a danas dominantne upotrebe.⁶

Međutim, bez obzira na veliki značaj u osvetljavanju uloge aktera u kreiranju tehnologije, DKT pristupu može se uputiti više zamerki. Jedan od njegovih najoštrijih kritičara je Viner (Winner, 1993) koji ističe da je začuđen nedostatkom širine DKT pristupa. Prvi i najočigledniji nedostatak DKT pristupa, po Vineru, je

⁶ Više reči o razvoju Interneta biće u nastavku ovog poglavlja, odeljak 2.1.4

potpuni izostanak interesa za društvene posledice tehnoloških izbora što je, po njegovom mišljenju najpre, proizvod nekritičkog preslikavanja ideja i metoda primenjivanih u sociologiji nauke. Sledeći, podjednako važan, problem leži u nedosledno izvedenom konceptu relevantnih društvenih aktera. Ko odlučuje, pita se Viner, ko su relevantne društvene grupe i relevantni društveni interesi. Šta je sa grupama koje nisu učestvovala ili namerno bile isključene iz procesa konstrukcije tehnologije ali će svakako biti pogođene posledicama tog procesa. Treća zamerka koju iznosi Viner odnosi se na zanemarivanje dubljih strukturnih i kulturoloških posledica izbora ili upotrebe tehnologije poput klasnih odnosa ili nenameravanih posledica upotrebe određenih tehnologija. Tehnologije koje donose dobro s jedne strane, mogu imati štetne posledice sa druge strane. I na kraju, poslednja zamerka koju iznosi Viner, tiče se izostanka bilo kakvog značenja koje bi se pripisalo upotrebi određenih tehnologija i određenim upotrebama tehnologija. Drugim rečima, kako tumačiti nemogućnost prevladavanja neke tehnologije ili izostanak konsenzusa interesnih grupa. Problem je u tome što zagovornici DKT pristupa, zaključuje Viner, nemaju ni teorijsko ni praktično stanovište o odnosu tehnologije i dobrobiti ljudi, zbog čega se interpretativna fleksibilnost u praksi transformiše u moralnu i političku nezainteresovanost (Winner, 1993:372).

Dejvid Stamp (Stump, 2000) spori teorijsku prirodu DKT pristupa definišući ih kao deskriptivne, budući da predstavnici ovih shvatanja nisu u stanju da iznose normativne tvrdnje. Drugo, ako je tehnologija definisana lokalnim uslovima upotrebe onda se može činiti da niko ne kontroliše tehnologije i da, kao posledica toga, niko nije ni odgovoran za njene negativne učinke. Treće, ističe Stamp, ukoliko ne postoji suština same tehnologije onda se čini da su moguće samo studije pojedinačnih tehnoloških sistema što bi značilo da će kritička analiza opštih učinaka tehnologije zauvek biti izgubljena.⁷

Marija Bakardjieva (2005) koja se u društveno-konstruktivističkom ključu bavi proučavanjem domestifikacije Interneta u svakodnevnom životu ljudi ističe da se zbog dve osnovne slabosti ovaj pristup ne može koristiti kao jedini za tumačenje

⁷ Međutim ovde se može postaviti pitanje da li je generalna analiza tehnologije uopšte moguća, imajući u vidu da različite tehnologije imaju različite učinke na različitim nivoima opštosti.

odnosa tehnologije i društva. Prva slabost SCOT pristupa, po Bakardjievoj, se odnosi na nedostatak njegove osetljivosti na pitanja društvene moći i razlike između relevantnih društvenih grupa i samim tim posledičnu nemogućnost predstavnika ovog pravca da problematizuju makro-dimenzije društvene promene. Druga slabost leži u tome što se kroz ovaj pristup nije obratilo dovoljno pažnje na manje organizovane i kulturno disperzivne grupe poput „običnih“ korisnika (Bakardjieva, 2005:14).

Endrju Fenberg (Feenberg, 1999), jedan od najuticajnijih savremenih filozofa tehnologije, smatra da problem DKT pristupa leži u bavljenju pojedinačnim tehnologijama i borbama za njihovo kreiranje a ne tehnologijom kao sistemom. Dalje, ove studije se usko usredsređuju samo na specifične lokalne grupe bez uzimanja u obzir bilo kakvog političkog konteksta. Samim tim, društveni otpor tehnologijama je retko predmet analize. Odbijanje da se u analizu uključe sveobuhvatne sociološke teorije klasa ili kultura još više udaljuje ova shvatanja od političkog konteksta čineći ih praktično neprimenljivim na makro faktore koji oblikuju tehnologiju (Feenberg, 1999:11).

Imajući u vidu uočene nedostatke DKT pristupa Fenberg, pod snažnim uticajem, Hajdegera (Martin Heidegger) i Markuzea (Herbert Marcuse) gradi originalni koncept u kome ukršta elemente DKT pristupa ali i kritičke teorije tehnologije.⁸ Fenberg vidi tehnologiju kao dvostrani fenomen - s jedne strane ona je operator dok je sa druge strane, ona objekt. U slučajevima kada su ljudi u ulozi i operatora i objekta tehnička akcija postaje demonstracija moći, a tehnološka moć je primarna moć u onim društvima koja su organizovana oko tehnologije (Feenberg, 2000:228). Tehnologija nije samo efikasna sprava ili efikasni postupak, već ona u sebi sadrži njihove kontekste koji su ukorenjeni u njenom dizajnu i društvenoj interakciji. Konstruktivistička pozicija odnosa tehnologije i društva, po Fenbergu, može se sumirati kroz tri osnovna elementa (Feenberg, 1999:83-84):

1. Tehničko rešenje nije determinisano opštim kriterijumima poput efikasnosti već je određeno društvenim procesom koji razvrstava tehničke

⁸ Fenberg sam priznaje da je njegova misao pod jakim uticajem Hajdegera i Markuzea kao i da, iako sebe ne vidi kao tehno-konstruktivistu, koristi pojedine alate ove teorije (Feenberg, 2000).

alternative u skladu sa raznovrsnošću kriterijuma vezanih za specifičnosti slučaja;

2. Društveni proces se ne odvija oko ispunjavanja prirodnih ljudskih potreba, već uzima u obzir kulturno definisanje potreba i, u skladu sa tim, probleme prema kojima je tehnologija usmerena;
3. Definicije koje se bore za prevlast odraz su konfliktnih vizija modernog društva ostvarenih kroz različite tehničke izbore.

U cilju analize odnosa tehnologije i društva Fenberg razvija teoriju instrumentalizacije inkorporirajući u nju pitanja substantivista o značenju tehnologije kao i pitanja konstruktivista - ko pravi tehnologiju, zašto i kako. Imajući ova pitanja u vidu, Fenberg razlaže proces recepcije tehnologije na dva nivoa. Prvi je nivo primarne instrumentalizacije, koja se, u esencijalističkom ključu, odnosi na *funkcionalno konstituisanje* tehničkih objekata i subjekata. Drugi je nivo sekundarne instrumentalizacije koja se, u konstruktivističkom ključu, odnosi na *realizaciju* konstituisanih objekata i subjekata u postojeće mreže i uređaje. U procesu primarne instrumentalizacije tehnička praksa prolazi kroz četiri momenta funkcionalnog konstituisanja: dekontekstualizaciju, redukcionizam, autonomizaciju i pozicioniranje. Nakon ove faze dolazi do sekundarne instrumentalizacije tehnoloških praksi gde se tehnika *integriše* sa prirodnim, tehničkim i društvenim okruženjem u cilju podržavanja njene funkcije. Ova faza u sebi sadrži četiri ključna momenta: sistematizaciju, medijaciju, vokaciju i inicijativu (Feenberg, 1999:202-207).

Bakardjieva (2005) smatra da je Fenbergova kritičko-konstruktivistička teorija dobar okvir za razumevanje složenog odnosa tehnologije i društva ali i da ne obraća dovoljno pažnje na ulogu „običnog“ korisnika, odnosno na društvenu apsorpciju tehnologije od strane pojedinačnih korisnika. Nadovezujući se na semiotički pristup „tehnologija kao tekst“ Grinta i Volgara (Grint and Woolgar) kao i Akričev i Laturov (Akrich and Latour) metod „analize scenarija“, Bakardjieva kreira svoj „pragmatični pristup“ čije je centralni deo metafora „tehnologija kao jezik“. Suština ove metafore ogleda se u tome da je:

“... čin upotrebe za tehnološki sistem isto što je govor za jezik“ (Bakardjieva 2005:27).

Činovi upotrebe, kao i sam govor, su u isto vreme korišćenje sistema ali i operacije koje se nad njim izvode, što u krajnjoj konsekvenci znači da kao što se jezik kroz svakodnevnu upotrebu govora menja takav je slučaj i sa tehnologijom. Bakardjieva uspostavlja analitički model koji naziva *žanrovi upotrebe* tehnologije, koji nastaju u složenoj interakciji tehnologije i standardizovanih ljudskih projekata u tipičnim društvenim situacijama. Na ovaj način, kaže Bakardjieva, akteri, odnosno korisnici, nisu ni pasivni objekti ali ni apsolutni vladari tehnološkog procesa već se ponašaju refleksivno u svojim načinima upotrebe tehnologije što im dozvoljava da odu dalje od onoga što su njeni tvorci predvideli.⁹

Ovakva dopuna Fenbergovog shvatanja, kakvu čini Bakardjieva, posebno je korisna za analizu onih tehnologija čija je unutrašnja struktura podložna različitim intervencijama, kakav je upravo slučaj sa Internetom i zbog toga će se naše razumevanje komunikacionih funkcija Interneta oslanjati na pristup Bakardjieve. Primera radi, mi ćemo kroz analitički deo ove disertacije staviti akcenat na dva, potpuno različita, žanra interakcione upotrebe Interneta koje ćemo definisati kao *prokreativni* i *transmisioni*, a u okviru koji se, opet, mogu uočiti različiti podžanrovi.¹⁰

Klod Fišer (Fischer, 1992) koji se bavio društvenom analizom upotrebe telefona, takođe poput Bakardjieve, svoju pažnju usmerava na „običnog“ korisnika tehnologija. On smatra da je pogrešno pitanje o uticaju ili efektima telefona na društvo budući da je to mehanički jezik koji prejudicira da je ljudsko ponašanje

9 Ipak, ovde se može postaviti pitanje je kakva je primenljivost ovog pristupa na upotrebu tehnologija čija je unutrašnja struktura zatvorena i nije podložna stalnom preispitivanju načina upotrebe i tipičnih situacija. Recimo kakve su mogućnosti „običnog“ korisnika u pogledu refleksivne upotrebe automobila. Automobil predstavlja jedan prilično zatvoren tehnološki sistem na čiju sudbinu utiču pre svega različite interesne grupe. Odličan primer toga je primena motora sa unutrašnjim sagorevanjem koji je bio bez alternative tokom čitavog XX veka iako bi upotreba elektro-motora bila jeftinija za korisnika i daleko zdravija po okolinu. Tek sa jačanjem interesnih grupa koje se zalažu za očuvanje životne sredine ali i sa približavanjem kraju postojećih zaliha nafte, otvara se mogućnost upotrebe elektro automobila. Pored toga, upotreba automobila je predeterminisana postojećom putnom mrežom iza koje opet stoje različite interesne grupe a ne interes ili refleksivna apropijacija „običnog“ korisnika. To ne isključuje mogućnost da korisnici sami „probijaju“ alternativne pravce u nekom lokalnom kontekstu ali to je daleko od toga da ima bilo kakav širi uticaj.

10 Ovim žanrovima i podžanrovima upotrebe Interneta bavićemo se kroz čitavo treće i četvrto poglavlje ove disertacije.

uzrokovano spoljnim silama, koje su, u stvari, ne uzročnici već proizvod ljudskih odluka, odnosno potreba. Umesto toga, kaže Fišer, jednom kada smo ustanovili kako se tehnologija pojavila, vreme je da postavimo nekoliko ključnih pitanja: Prvo, zašto i kako pojedinci koriste tehnologiju? Drugo, kako je ova upotreba promenila druge, manje vidljive aspekte njihovih života? Treće, kako je kolektivna upotreba tehnologije i kolektivan odgovor na nju modifikovala društvenu strukturu i kulturu?

Svodeći ovaj deo poglavlja o odnosu tehnologije i društva najbliži smo stavu da tehnologija i društvo predstavljaju jedan isprepleteni kontekst koji je jedino u ovoj među-vezi moguće sagledavati. Ideja društvenog tehno-konstruktivizma o borbi interesnih grupa za prevladavanje određenih tehnologija ili tehničkih rešenja po našem mišljenju predstavlja dobru polaznu osnovu za sagledavanje ove među-veze. Međutim, daleko od toga da su akteri sputani samo jedni drugima u procesu promovisanja ovih tehnologija. Oni su svakako sputani i strukturalnim uslovima u okviru kojih deluju, a pre svega društvenom moći kojom raspolažu. Kada je reč o ulozi "običnog" korisnika, koji je u fokusu naše studije, njegov uticaj je, takođe, različita od tehnologije do tehnologije. Kao što će se kroz dalju analizu upotrebe Interneta pokazati, veliku ulogu u usmeravanju pravca njegovog razvoja imali su pre svega rani korisnici - mladi ljudi, natprosečnog obrazovanja i materijalnog statusa, ponikli u slobodarskoj kulturi novih društvenih pokreta kasnih 60-tih i 70-tih godina XX veka. Ali njegovi kreatori su i današnji, „obični“ korisnici, koji čine heterogenu grupu ali očigledno sa homogenim potrebama - da budu u vezi. Po našem sudu, upravo ova potreba, propuštena kroz sito različitih strukturalnih faktora, čini da se Internet konstituiše kao najmoćnije komunikaciono sredstvo današnjice.

2.1 Razvoj informacionih tehnologija i transformacija modernih društava - Od telegrafa do Interneta

Ma koliko da smo danas opčinjeni i fascinirani brzinom i protokom informacija postavlja se pitanje da li je ispravno početak revolucije informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) situirati u drugu polovinu XX veka, kako to, recimo, čini Kastels (Castells, 2000), a ne vek ranije, kako to čine neki drugi autori.¹¹ Iako ova tvrdnja može delovati pomalo preterano kroz poglavlje koje sledi će se videti da, kada se uzmu u obzir broj novih telekomunikacionih izuma, ljudski, naučni i finansijski napori koji su ulagani u razvoj elektronskih komunikacija, razvoj novog, veoma unosnog, biznisa u oblasti telekomunikacija,¹² društvene promene uopšte, teško je zaključiti da je druga polovina XX veka bila revolucionarnija u odnosu na drugu polovinu XIX veka. Sa druge strane, treba imati u vidu da o revoluciji IKT možemo govoriti na makro ali i na mikro nivou. To znači da se makro promene ma koliko bile snažne ne moraju odmah pa čak ni u kratkom roku odraziti na način života „običnih“ ljudi. Imajući to u vidu mi ćemo revoluciju IKT analizirati, pre svega, na mikro nivoa pokušavajući da pokažemo da devetnaestovekovni pronalasci na polju elektronskih komunikacija, ma koliko značajni bili po društva u celini, nisu ni izbliza imali tako velike posledice na svakodnevnu komunikaciju „običnih“ ljudi. Predmet naše analize u ovom poglavlju čini će ona elektronska sredstva koja su uticala na interpersonalnu interakciju na daljinu, poput telegrafa, fiksni i mobilni telefona i naravno Interneta. Budući da interpersonalna interakcija putem Interneta predstavlja suštinski predmet naše analize koja će se provlačiti čitavim tokom ove disertacija, akcenat u ovom

11 Ovaj stav o neopravdanosti postavljanja ideje revolucije u kontekst novih informaciono-komunikacionih tehnologija dele mnogi autori čije smo studije koristili za pripremu ovog poglavlja (Fischer, 1992; Standage, 1998; Winston, 2003; Krug, 2005).

12 Telekomunikacije se definišu kao svako emitovanje, prenos ili prijem poruka (govor, zvuk, tekst, slika ili podaci) u vidu signala, korišćenjem žičnih, radio, optičkih ili drugih elektromagnetskih sistema (Adamović, 2003).

poglavlju će biti stavljen na ispitivanje uloge istorijski starijih medija za interpersonalnu interakciju ili skraćeno interpersonalnih medija.¹³

2.1.1 Telegraf

Za razliku od telefona, gde je, makar za laičku javnost, nedvojbeno ko je njegov tvorac,¹⁴ istorija telegrafa, poput istorije Interneta, je malo komplikovanija. Najpribližnije istini bilo bi reći da je do glavnih izuma u telegrafiji došlo manje ili više nezavisno u različitim zemljama u jednom, može se reći, kumulativnom procesu. Iako je još u ranom XVII veku jezuit Flamianus Strada, impresioniran Gilbertovim (William Gilbert) istraživanjem magnetizma, došao na ideju da dva čoveka mogu komunicirati na daljinu uz upotrebu magnetnih igala na papiru, preteča električnog telegrafa bio je vizuelni telegraf (semafor) Francuza Kloda Šapea (Claude Chappe). Šape i njegova braća su 1790. godine uspeli da pošalju poruke na razdaljinu od pola kilometra, vremenom ga usavršavajući i prenoseći poruke na sve veće daljine. Šapeov semafor je ostao u upotrebi i tokom XIX veka, paralelno sa električnim telegrafom a bio je korišten čak i u Drugom svetskom ratu. Ipak, budući da je ovaj izum imao brojna ograničenja (komplikovan kod, slaba vidljivost po magli, itd) pojačala se svest i potreba za jednom efikasnijom napravom za prenos poruka na daljinu. Iako se ne može svrstati u neposredne izumitelje električnog telegrafa, njegov nastanak svakako ne bi bio moguć bez Amperovog (André-Marie Ampère) izuma galvanometra 1820 godine. Tek nakon toga su Britanci Kuk i Vitstoun (W.F.Cooke and Charles Wheatstone) bili u mogućnosti da 1837. godine patentiraju električni telegraf sa sistemom od pet igala (McNeil, 2002:711-714).¹⁵

Međutim, negde u isto vreme, sa druge strane Atlantika, američki slikar i amater na polju elektriciteta, Samjuel Morze (Samuel Morse) tokom 1835. godine

13 Za definiciju i analizu funkcija interpersonalnih medija pogledati, treće poglavlje, odeljak 3.2.3.1.

14 Da i ovde postoji spor videće se u nastavku kada budemo govorili o izumu telefona. Pogledati odeljak 2.1.2

15 Postoje i mišljenja da je prvi električni telegraf prezentovao Francis Ronald 1816. godine, koji je radio na principu dva satna mehanizma spojena žicom koji su se simultano okretali. Međutim, ovaj njegov pronalazak, iako je smatran za zanimljiv, ipak je bio odbijen od strane britanskog Admiralteta (Winston 2003:22, Standage,1998:20-21).

osmišljava a 1838. godine i patentira svoj izum kod Akademije nauka u Parizu a dve godine kasnije i u Americi. Morzeov telegraf je bio daleko jednostavniji od Kukovog i Vitstounovog jer je koristio samo dve a kasnije samo jednu žicu i imao relativno jednostavan mehanizam - ključ, relej i zvučnik, registar, baterija i promena kola (Brigs i Berg, 2006:191). Međutim, ono po čemu je Morzeov izum postao najpoznatiji jeste način kodiranja koji se sastojao od tačaka i linija putem kojih je moglo da se odašilje 40 reči u minuti (čuvena Morzeova azbuka).¹⁶

Najveću zahvalnost za svoju ekspanziju telegraf duguje pre svega intenzivnom razvoju železničkog saobraćaja (Standage,1998:23; Winston, 2003:23; Brigs i Berk, 2006:188). Upravo je potreba za povećanjem bezbednosti ovog vida prevoza zahtevala razvoj brzog sredstva za komunikaciju na daljinu (Stein, 2006:246), koje je omogućavalo koordinaciju vozova pa čak i daljinsko upravljanje skretnicama koloseka (Carey, 2006:226). Sa druge strane, bilo je daleko lakše i jeftinije postavljati telegrafske stubove duž već napravljenih pruga, što je još jedan razlog uzajamne zavisnosti železnice i telegrafa. Upotreba telegrafa se najbrže širila u SAD gde se od početnih 40 milja, koliko je iznosila dužina prve linije između Vašingtona i Baltimora 1846. godine, povećala na preko 2000 milja dve godine kasnije a zatim na 13000 milja 1850. godine, kojima je upravljalo oko dvadeset kompanija. Drugim rečima, od 1846. godine do 1853. godine mreža se uvećala čitavih 600 puta (Standage,1998:58-59). U Britaniji je telegraf bio čvrsto vezan za železnicu tako da je do kraja 1848. godine polovina železničkih linija bila pokrivena telegrafom, odnosno 2315 milja u 1850. godini (Standage,1998:61).

Telegrafski saobraćaj u Srbiji započinje 20. januara 1855. godine, uspostavljanjem veze između Beograda i Zemuna. Iste godine je uvedena u poštanski saobraćaj unutrašnja telegrafska služba na relaciji Beograd–Aleksinac. U periodu od 1859. do 1865. intenzivno se uspostavljaju telegrafske linije (ili kako ih tada nazivaju telegrafske žice) i otvaraju tzv. telegrafske *štacije* (stanice).¹⁷ Do 1910. godine u Srbiji je bilo 128 telegrafa.

16 Međutim, kao i u slučaju mnogih drugih izuma, ni ovaj nije oslobođen kontroverzi, pa tako postoje mišljenja po kojima tvorac Morzeove azbuke nije Morze već njegov saradnik Alfred Vaili (McNeil, 2002:715).

17 Za više detalja o istorijskom razvoju telegrafa u Srbiji pogledati sajt pošte Srbije, na sledećoj web adresi: <http://www.posta.rs/struktura/lat/o-nama/hronologija.asp>

Nakon uspeha u širenju telegrafске mreže u Americi, Britaniji i ostalim delovima Evrope, počela je trka za spajanjem starog i novog sveta. Posle nekoliko neuspešnih pokušaja da se preko Atlantika položi kabl koji će biti u stanju da odoli atmosferskim, vremenskim i drugim nedaćama, prvi kojem je pošlo za rukom da ovo učini bio je Čarls Brajt (Charles Bright), 5. avgusta 1858. godine. Iako će se kasnije ispostaviti da je kabl radio samo nepunih mesec dana ovaj događaj je imao ogroman odjek sa obe strane Atlantika. U Njujorku i Bostonu su organizovane brojne proslave, vatrometi, počasni plotuni dok je u Londonu *Tajms* ovaj događaj okarakterisao kao najveće otkriće i postignuće čovečanstva od dana kada je Kolumbo otkrio Ameriku. List *Daily Telegraph*, koji je i dobio ime u čast telegrafa, povodom tog događaja izveštava da je: "Samo vreme je odtelegrafisano u prošlost" (Standage,1998:81-83; Solymar, 1999:7; Brigs i Berg, 2006:189).¹⁸

Nakon ovog događaja više nije bilo prepreka da se krene u ambiciozan poduhvat umrežavanja svih kontinenata. Tokom 1865. godine uspostavljena je stabilna veza između Evrope i Amerike koja nikada više nije prekinuta, Malta je bila povezana sa Aleksandrijom 1868. godine, Francuska sa Njufaundlandom 1869. godine, a telegrafске žice su od 1870. godine do 1874. godine došle i do Indije, Honkonga, Kine i Južne Amerike. Za tridesetak godina ekspanzije telegrafa svet je umrežen sa preko 650,000 milja telegrafskih žica od kojih je 30,000 bilo ispod površine mora (Standage,1998:101-2). Iako smo čak i danas fascinirani činjenicom da jedna poruka gotovo istovremeno stiže sa jednog kraja sveta na drugi, onda možemo samo naslutiti koliko je 70-tih godina XIX veka nezamislivo zvućao podatak da je vreme putovanja poruke iz Bombaja u London skraćeno sa nekoliko nedelja na nekoliko minuta.

¹⁸ Naravno, nisu svi bili oduševljeni promenama koje će telegraf doneti. Recimo, u to vreme vrlo popularni satirićni nedeljnik Panč (Punch), upozorava na laži koje se šire putem telegrafa: "Kakve se samo strašne laži tom elektrićnom žicom prenose! Kakve su to klevete! O! Bolje da imamo istinu koja polako stiže poštom, nego tihu varku koja juri poput munje i nagoni nas da prihvatimo nešto što nije istina" (Brigs i Berg, 2006:207). Ovde je zanimljiv i vrednosni kontekst jednog ovakvog stava, budući da se čini da iz njega više provejava strah od ogromne brzine prenosa poruka nego što je tu reć o istinitosti same poruke.

Društveni značaj telegrafa

Zvuči pomalo paradoksalno, ali je nedvojbeno istina da je Internet glavni krivac za iznenadni porast interesovanja savremenih autora za društvene posledice upotrebe telegrafa. Ako je Internet praktično dovršio proces ukidanja vremena i prostora u procesu prenošenja poruka na daljinu, ne čudi to što su se istraživači sve češće počeli okretati unazad ne bi li dokučili nešto više o počecima tog procesa. Praktično ni kriv ni dužan, posle nekoliko decenija duboke ilegale i pažnje koju je izazivao možda jedino još kod dokonih posetilaca tehnoloških muzeja, telegraf se opet našao na meti znatiželjnika. I ne samo to, već je dobio i novo ime - ni manje ni više nego „viktorijanski Internet“, kao i šansu da zauvek sa tehno-determinističkog trona skine motor sa unutrašnjim sagorevanjem kao „glavnog osumnjičenog“ za pokretanje druge industrijske revolucije.¹⁹ Ipak, ako ostavimo po strani ovu, pomalo prenaglašenu, oduševljenost kojoj ćemo se vratiti na kraju ovog odeljaka, uloga telegrafa u konstituisanju modernog društva svakako da nije zanemarljiva.

Kao što je razvoj pisma omogućio da se komunikacija odvoji od svog neposrednog konteksta, ključni, a čini se da nećemo preterati ako kažemo i revolucionarni, događaj koji je telegraf omogućio ogleda se u odvajanju komunikacionog toka od fizičkih ograničenja prostora. Drugim rečima, telegraf je prva tehnologija kojoj je pošlo za rukom da samu poruku odvoji od do tada uobičajenih prevoznih sredstava kojima je ta poruka putovala. Posledice ove revolucije na društvo bile su široke i zadirale su u njegove različite segmente. Ipak, kao što će se iz diskusije videti većina ovih promena bila je makro karaktera i nije se brzo reflektovala na život običnih ljudi, pogotovo ne na planu uspostavljanja i održavanja interpersonalnih odnosa.

Kako je želja za savladavanjem prostora osim, što je urođena ljudskoj prirodi, bila pre svega vođena ekonomskim ali i političkim interesima, logično je da su se prve posledice telegrafa brzo osetile na ovom planu. Poput kanala, železnica i preookeanskih puteva, sada je i telegraf povezivao nacionalna i međunarodna

¹⁹ „Viktorijanski Internet“ je naziv knjige Toma Stendidža (Tom Standage) o kojoj će biti više reči u nastavku ovog poglavlja. Oksfordski profesor Laslo Solimar (Laszlo Solymar) smatra da spajanje Evrope i Amerike putem telegrafskih žica predstavlja početak druge industrijske revolucije (Solymar, 1999:72).

tržišta, uključujući i berze i tržišta roba (Brigs i Berg, 2006:190). Telegraf po prvi put donosi mogućnost da se posao vodi iz jednog centra što dovodi do jačanja velikih trgovačkih centara. Vesti sa berze se sada prenose svakodnevno potpuno menjajući dotadašnje načine vođenja poslova i unoseći do tad nezamislivu dinamiku i nesigurnost u poslovanje. Jedan njujorški biznismen je 1868. godine ovako opisivao promene sa kojima se suočava:

„Pre telegrafa, njujorški trgovci koji su se bavili međunarodnom trgovinom dobijali su novosti od njihovih inostranih partnera jednom do dva puta mesečno a informacije su do trenutka kada stignu bile stare po nekoliko nedelja. Oni koji su se bavili nacionalnom trgovinom su bili posećivani od strane svojih mušterija dva puta godišnje tokom njihovih polugodišnjih poseta i provodili su leto i zimu odmarajući se i pripremajući nove poslove za budućnost. Ali danas se sve to izmenilo...Sada se izveštaji sa glavnih svetskih tržišta objavljuju dnevno i naše mušterije su konstantno u toku putem telegrama. Umesto da napravi nekoliko velikih isporuka godišnje trgovac mora stalno da bude u pripravnosti uvećavajući svoj biznis iznova i iznova...Savremeni biznismen mora stalno biti na oprezu jer mu spori voz više ne odgovara a jadni trgovac nema drugi način poslovanja da bi obezbedio život za svoju porodicu. On mora da koristi telegram“ (Standage,1998:165 166).

Po Kerijevom (James Carey) mišljenju telegraf je bio nova i izrazito drugačija proizvodna snaga koja je zahtevala nove zakone, ekonomske teorije, političke dogovore, tehnike upravljanja i organizacije. Država je dobila mogućnost direktne kontrole i koordinacije aktivnosti u svojim kolonijama koje su bile hiljadama kilometara daleko. Ovo se pored vojne kontrole kolonija posebno odnosi na investicije koje su sada mogle da se prate svakodnevno što indirektno dovodi do povećanja njihovog obima. Rečju, velike kolonijalne sile sada dobijaju odlike carstva budući da im telegraf omogućava koordinaciju vojske i mornarice; zatim tranziciju iz kolonijalizma-gde su moć i autoritet bili u rukama lokalnih guvernera, u imperijalizam-gde moć i autoritet sada leže u centru imperija; nove forme političkog izveštavanja; i uzdizanje prvih formi međunarodnog poslovanja koji se mogu zvati multinacionalnim (Carey, 2006:232). Ipak, mora se reći da nisu sve zemlje blagonaklono gledale na uvođenje telegrafa. Primera radi, ruski Car Nikola I Romanov je zabranio instaliranje telegrafa u Rusiji, ocenjujući ga kao subverzivni instrument (Spar 2001:31, nav. prem. Bargh and McKenna, 2004:576).

Međutim, iako su se promene u domenu poslovanja ili upravljanja državom možda i mogle, doduše maglovito, i predvideti, telegrafske linije vrlo brzo dobijaju

jednu sasvim drugu, zasigurno nenameravanu svrhu.²⁰ Ono što je možda i ponajviše dovelo do toga da se telegraf za tako kratko vreme razvije jeste shvatanje njegovog značaja od strane ne samo poslovnih ljudi već i novinskih kuća (Winston, 2003:27). Do pojave telegrafa vesti su se prenosile putem štampe stavljajući akcenat na lokalne događaje, budući da su vesti iz daljih krajeva zemlje ili sveta bile stare po nekoliko dana, nedelja a često i meseci. Recimo britanski Tajms koji je imao vrlo razgranatu i organizovanu mrežu dopisnika i bio poznat po veoma brzom prenošenju novosti, 9. januara 1845. godine donosi vesti iz Kejptauna koje su bile stare osam nedelja, novosti iz Rija stare šest nedelja, iz Njujorka četiri nedelje a iz Berlina jednu nedelju (Standage, 1998:147). Imajući ovo u vidu možemo zamisliti do kakve revolucije štampanih medija je došlo nakon pojave telegrafa. Sa uspostavljanjem prvih telegrafskih linija osnivaju se i prve novinske agencije, poput Asošiejted presa (Associated press) u Americi (1848) i Rojtersa (Reuters) u Evropi (1851), grana se mreža dopisnika i nastaje nova kategorija novinara-ratni izveštači. Međutim, osim ovih, nazovimo ih tehničkim promenama, uzrokovanim pre svega ubrzanjem protoka informacija, dolazi i do još jedne značajne društvene promene koja se ogleda u izmenjenoj strukturi i sintaksi jezika kojim su se novine obraćale čitaocima. Zbog ograničenja količine informacija koje se putem telegrafa mogu preneti, sa jedne strane kao i zbog globalnih vesti koje zauzimaju sve više prostora u novinama sa druge strane, dolazi do toga da precizne reči dobijaju prednost nad dvosmislenim, kratke nad dužim, direktne forme izražavanja nad indirektnim, dok se lokalizmi sve više izbacuju. (Carey, 2006:231; Lubrano 1997:126). Mekluan smatra da je sa pojavom telegrafa revolucionisan celokupan metod, kako prikupljanja tako i donošenja vesti. Posledice po jezik, književnost i tematiku, bile su, po njemu, spektakularne. U oblasti štampanih medija telegraf ukida centralizaciju, slabi moć urednika i decentralizuje svet novina tako temeljno da su, smatra Mekluan, jednoobrazna nacionalna gledišta postala posve nemoguća (Makluan,1971:311-317).

20 Nenameravanosti u razvoju telekomunikacija vraćaćemo se puno puta kroz ovu disertaciju, pokušavajući da pokažemo da su mnoge od ovih tehnologija u velikoj meri prevazišle svoju prvobitnu svrhu. Ovo podjednako važi i za telegraf, kao što još više važi za telefon a ponajviše za Internet.

Pored ekonomskih i političkih, te na polju lingvistike, telegraf takođe donosi i određene strukturne promene u društvima s kraja XIX veka. Naravno, ove promene nisu imale tako širok ili suviše značajan domašaj ali su otvorile vrata za zametak jednog novog sloja u srednjoj klasi tadašnjih društava. U vreme kad se većina ljudi bavila radničkim ili poljoprivrednim poslovima, telegrafisti su imali druge standarde rada i oblačenja a njihov posao je percipiran kao čist i uredan. Kako kaže Lubranova:

„Telegraf je nudio zaposlenje za ljude koji su bili iznad plavih kragni, manuelnih radnika ali nešto ispod preduzetničkog rada tradicionalnih srednjih klasa“ (Lubrano:1997:130).

Može se reći da telegrafisti postaju predvodnici nižih ešalona nove srednje klase, koji sa sobom nose i nove statusne simbole nemanuelnog i kvalifikovanog rada. Pored ovoga, kad je reč o uticaju telegrafa na stratifikaciju, možda je još važnije to što je on omogućio uvođenje žena u sferu kancelarijskog rada. Iako je posao telegrafiste do američkog građanskog rata bio gotovo isključivo muški posao, Sara Bagli (Sarah Bagley) je 1846. godine postala prvi ženski operater u telegrafskoj kompaniji Vestern Junion (Western Union Telegraph Comapany). Građanski rat u SAD sredinom XIX veka, zbog koga vojska mobilise civilne telegrafiste, dovodi do toga da se sve češće mogu sresti žene koje obavljaju ovaj posao. Iako je zastupljenost žena među telegrafistima do kraja XIX veka relativno niska (12%), trend rasta je bio više nego evidentan. Stendidž iznosi podatak da je do 70-tih godina XIX veka odnos muškaraca i žena u glavnoj kancelariji Vestern Juniona bio dva naprema jedan (Standage, 1988:133), dok Solimar ističe da se žensko osoblje na telegrafskim poslovima, u periodu od 1884. do 1900. godine, u gradskim područjima povećalo dva i po puta, a čitavih četiri puta u ruralnim krajevima (Solyumar, 1999:68). Ovaj trend dolazi do punog izražaja sa uvođenjem telefonskih centrala gde će dominacija ženskog osoblja biti gotovo stoprocentna. Razlozi za feminizaciju posla tele-operatera leže u činjenici da je ženski glas bio razumljiviji pa samim tim i „primamljiviji“ korisnicima, žene su bile disciplinovanije i uslužnije i bile su jeftinija radna snaga od muškaraca (Mercer, 2006:50-52; Hanson, 2007:23; Solyumar, 1999:106).

Telegraf je veliku ulogu odigrao i u procesu standardizacije merenja vremena čime je omogućio koordiniranje različitih aktivnosti na nivou čitave planete.

Gotovo neverovatno zvuči podatak da je uoči razvoja železnice pa samim tim i telegrafa u SAD bilo preko 200 vremenskih zona, kao poledica toga što je svaka lokalna zajednica imala pravo i mogućnost da utvrdi vreme u okviru svog prostora (Carey, 2006:239; Hanson, 2007:21). Zato je u okviru SAD postojao veliki pritisak da se ovaj problem reši što je i učinjeno 1883. godine kada je uspostavljen sistem koordiniranih vremenskih zona, koji je godinu dana kasnije na Međunarodnoj konferenciji meridijana dobio globalni karakter. Uvođenje standardnog vremena u velikoj meri je olakšalo organizaciju železničkog saobraćaja ali i koordinaciju poslovnih aktivnosti izvan lokalnog karaktera.

Značaja telegrafa su bili svesni i neposredni svedoci njegovog širenja koji su, slično kao i sa pojavom Interneta bili oduševljeni ili pak skeptični prema njegovim budućim posledicama. Markiz od Solzberija opisuje telegrafiju kao:

„Čudno i zapanjujuće otkriće...koje je...okupilo čitavo čovečanstvo na jednu ogromnu uzvisinu, sa koje ono može da vidi sve što se radi i da čuje sve što se govori i da sudi o svakoj politici koja se sprovodi u trenutku u kom se ti događaji dešavaju“ (Brigs i Berg, 2006:187).

Izjava Čarlsa Dikensa je toliko savremena da kojim slučajem nije upotrebio reč telegraf već Internet, teško da bi iko pomislio da je stara preko stotinu godina:

„U doba brzih vozova, bezbolnih operacija, kristalnih palata...i stotina drugih zanimljivosti o kojima naše babe i dede nisu ni sanjali telegraf je od naših modernih čuda najlepše (nav. prem. Brigs i Berg, 2006:189).

Ali isto tako, po Makluanu, s telegrafom započinje takozvano *doba zebnje* jer telegraf predstavlja svojevrsni nervni sistem koji se ospoljava i kako takav izlaže na milost i nemilost drugima (Makluan, 1971:311).²¹

Jedina sfera gde telegraf još uvek nije mogao zaživeti ticala se održavanja interpersonalnih odnosa. Treba imati u vidu da do ekspanzije telegrafa dolazi od sredine XVIII veka kada se najveći deo stanovništva bavi poljoprivrednim i manuelnim radničkim zanimanjima, tako da praktično ne postoje realni uslovi za

²¹ Čuvena je Makluanova studija „Poznavanje opštita-čovekovih produžetaka“ (1971) u kojoj on, stojeći na svojevrsnom organicističkom stanovištu, analizira različita opštita kao produžetke različitih čovekovih čula. Ma koliko da je njegova analiza pojednostavljena a jezik kojim piše, često, teško razumljiv, nikao se ne sme prenebregnuti njegov značaj za razumevanje društvene uloge medija. Poznate su Makluanove podele medija na *tople* i *hladne*, shvatanje uloge medija kao kreatora *globalnog sela* ili njegov stav da je *opštito (medij) poruka* sama po sebi. Praktično i analiza koja se u ovoj disertaciji sprovodi se jednim delom oslanja na Makluanovu sintagmu da sam medij determiniše poruku koju odašilje.

uvođenje telegrafa u svakodnevni život običnih ljudi. Tu se pre svega radi o finansijskim razlozima, budući da je usluga slanja telegrafskih poruka bila veoma skupa tako da su je samo bogati slojevi stanovništva mogli koristiti za slanje „trivijalnih“ poruka, dok su ga svi ostali koristili samo u slučaju krajnje nužde (Fischer, 1992:23). Recimo, u SAD 80% telegrafskih poruka je bilo poslovne prirode iz čega se može zaključiti da nije ni postojala razvijena svest o upotrebi telegrafa u privatne svrhe, odnosno njegovom uvođenju u domaćinstva (Standage,1998:168). To naravno ne znači da nije bilo pokušaja da se promoviše i njegova kućna upotreba kroz upotrebu jednostavnih sistema, takozvanih kućnih telegrafa, koji su mogli služiti da se pozove policija, vatrogasci, kurir i sl. (Fischer, 1992:35). Ipak, to su bili retki pokušaji koji nisu dali zapaženije rezultate. Ovo takođe ne znači da nije bilo interpersonalnih odnosa koji su se na različite načine odvijali putem telegrafa ali daleko od toga da možemo govoriti o širokoj upotrebi telegrafa u te svrhe.²²

Ocenjujući društveni značaj telegrafa možemo reći da je njegova uloga u promenama u različitim sferama društvenog života bila izuzetno velika. Telegraf je načinio revoluciju na polju telekomunikacija jer je, za razliku od dotadašnjih vidova prenosa poruka na daljinu, bio daleko manje zavisao od prostorno-vremenskih ograničenja.²³ Komunikacija sa udaljenim kolonijama je postala gotovo trenutna, trgovina je u pravom smislu te reči postala globalna, vojska je mogla bolje da organizuje svoje trupe a vremenske zone su konačno mogle da se standardizuju. Ako je danas nesporno da je razvoj pisma omogućio razvoj antičkih civilizacija onda, sa dozom opreza, možemo reći da je telegraf bio jedan od važnih

22 Jedan mladi operater je 1880. godine izjavio da mnoge veze koje su započete preko telegrafa (a tome su posebno bili skloni operateri koji su provodili dane u samoći u zabačenim delovima sveta) završene brakom. Postoji i jedna novela iz ovog perioda koja nosi naziv *Žična ljubav* (Wired Love) i čiji je zaplet vezan za *online* odnos (Standage, 1998:136). Keri recimo navodi da se telegraf u ranim danima koristio poput kompjutera, za igranje igrice, kao što je šah na daljinu ali ipak je ova vrsta zabave bila dostupna samo retkim bogatašima ili eventualno dokonim telegrafistima (Carey, 2006:226).

23 Ovdje se pre radi o prostornom nego vremenskom ograničenju, budući da je poruka stizala na određeno mesto za nekoliko minuta ali je upotreba telegrafa prostorno bila ograničena na područja pokrivena telegrafskim žicama. Kasnije, sa razvojem bežičnog telegrafa, o čemu će više biti reči u nastavku, i sam prostor sve manje predstavlja ograničenje za komunikaciju na daljinu.

faktora za formiranje modernog društva. Ipak u sagledavanju važnosti telegrafa treba zadržati dozu kritičnosti i pokušati ga sačuvati od nasilnog uguravanja u današnje okvire razmišljanja na način na koji to, recimo, čini Stendidž u svojoj, inače vrlo informativnoj, studiji „Viktorijanski Internet“. Stendidž tvrdi da u XIX veku, iako nije bilo aviona, računara, antibiotika i sličnih modernih novotarija bilo je, ni manje ni više nego, Interneta i nastavlja:

“Za vreme vladavine Kraljice Viktorije razvijena je nova komunikaciona tehnologija koja je ljudima omogućila da komuniciraju gotovo trenutno na ogromnim razdaljinama izazivajući efekat sažimanja sveta brže i jače nego ikada pre. Globalna (worldwide) komunikaciona mreža, čiji su se kablovi protezali preko kontinenta i okeana, revolucionisala je poslovanje, dala zamajac novim formama kriminala i preplavila njene korisnike sa poplavom informacija. Romanse su cvetale preko žica. Jedni korisnici su osmišljavali tajne kodove dok su ih drugi krekovali (razbijali). Jedni su egzaltirano promovisali koristi od mreže dok su ih skeptici negirali. Vlada i regulatorna tela su bezuspešno pokušavali da kontrolišu novi medij. Stavovi prema svemu, od prikupljanja vesti do diplomatije su morali iznova da se promisle. U međuvremenu, na žicama, ustanovljavala se subkultura sa svojim običajima i rečnikom”(Standage, 1998:viii).

Iako ovde nemamo dovoljno prostora da uđemo u detaljno opovrgavanje ovako nekritički prikazane slike telegrafa, pokazujući da nema dovoljno dokaza u prilog tezi o revolucionisanju poslovanja, kriminala ili poplavi informacija, treba ukazati na jednu suštinsku razliku između Interneta i telegrafa. Već smo ranije rekli da je razvoj telegrafa bio usko povezan sa razvojem železnice, kako u smislu koordinisanja njenog rada tako i infrastrukturno, kroz podizanje telegrafskih stubova duž železničkih pruga. Budući da se železnica razvija kao odgovor na potrebu koncentrovanog vida prevoza, odnosno potrebu da se velika količina robe i ljudi istovremeno kreće u istom smeru od iste polazne do iste ciljane tačke (Adamović, 2003:84-90) i sam telegraf je predstavljao jednu vrstu koncentrovanog prenosa informacija. Sa druge strane, za razliku od telegrafa koji je centralizovan i linijski usmeren na način da povezuje samo određene usko specijalizovane tačke uz pomoć za to posebno obučениh ljudi Internet je sušta suprotnost tome. Ukoliko bi nastavili da pratimo analogiju koju smo ustanovili između koncentrovanog vida prevoza (železnica) i prenosa poruka (telegraf) zapazili bi da se sa promenama u ekonomiji od druge polovine XX veka, kada se razvija proizvodnja roba široke potrošnje a zatim i uslužni sektor, potrebe za disperzivnim vidovima prevoza (drumski saobraćaj) i prenosa poruka (telefon i Internet) počinju da dominiraju.

Ova promena sa koncentrovanih na disperzivne tokove, predstavlja jednu od ključnih promena na polju transporta ljudi i roba, kao i na polju komunikacija.

Po našem mišljenju, ocenjujući društveni značaj telegrafa, dovoljno je bilo reći da je on u nekim sferama (odvajanje poruke od sredstva prenosa, standardizacija vremena) bio revolucionaran dok je u drugim postavio zemetke novog informacionog društva (u sferi poslovanja, novinarstva, feminizaciji kancelarijskog rada). Ipak, za običnog čoveka, posebno u sferi komunikacija, on još uvek nije označavao nikakvu revoluciju koja je imala direktne konsekvence po njegov život.

2.1.2 Telefon

Zasluge za izum telefona najčešće se pripisuju Aleksandru Grahamu Belu (Alexander Graham Bell). Međutim, kako nijedan veliki tehnološki pronalazak nije lišen kontroverzi, tako bi i u ovom slučaju trebalo prići sa dozom opreza ovom podatku. Po svemu sudeći, da su se stvari samo malo drugačije odvijale istorija bi kao izumitelja telefona zapamtila Elišu Greja (Elisha Gray), koji je istoga dana (14. 02. 1876) kad i Bel, ali sa nekoliko sati zakašnjenja, podneo zahtev za patent nečega što je on nazvao „govorni telegraf“. Sa druge strane, Bel je podneo zahtev da mu se odobri patent iz „poboljšanja telegrafa“ (Mercer, 2006:33; Winston, 2003:30). Usledilo je parničenje koje će dobiti Bel, ali ta je pobeda ostala sporna do današnjih dana (Brigs i Berg, 2006:201).²⁴ Kao pronalazače koje su značajno doprineli usavršavanju telefonskog aparata neposredno nakon Belovog i Grejevog izuma treba svakako pomenuti Tomasa Edisona (Thomas Edison) i Anotnija Meučia (Antonio Meucci). Međutim, ako je možda i sporna Belova pronalazačka originalnost preduzetničkog duha mu svakako nije manjkalo. Upravo je on, uz nesebičnu finansijsku pomoć Tomasa Sandersa (Thomas Sanders) i svog budućeg tasta Gardinera Hubarda (Gardiner Hubbard), odigrao ključnu ulogu u početnom promovisanju telefona. U prvih nekoliko godina od dobijanja patentna njih trojica intenzivno promovišu Belov pronalazak, da bi nakon nezainteresovanosti za

²⁴ Mnogi ističu da je Grejev patent bio tehnički napredniji od Belovog (Day and McNeil, 2005:91; McNeil, 2002:719, Winston, 2003:30), ali kako svojim slikovitim jezikom kaže Makluan: “No slava je pripala Belu, a njegovi suparnici postadoše fusnote“ (Makluan, 1971:331).

saradnju Western Juniona, osnovali sopstvenu kompaniju na čijim će temeljima ubrzo izrasti *Američka kompanija za telegraf i telefon*,²⁵ i koja će držati monopol na američkom tržištu narednih stotinu godina (Mercer, 2006:39-44; Winston, 2003:45; Solymar, 1999:102).

Prva telefonska linija je postavljena u SAD aprila 1877. godine kada je Čarls Vilijams (Charles Williams) spojio svoju kuću u Somervilu sa svojom fabrikom u Bostonu, što je dobar pokazatelj toga da je poput telegrafa i telefon u početnoj fazi svoga širenja bio čvrsto vezan za svet biznisa. Recimo, od prvih 778 telefonskih vlasnika u Njujorku veliki broj će biti upravo berzanski brokeri. Ova dominacija biznis upotrebe telefona potrajaće narednih pedesetak godina, praktično do kraja prvog svetskog rata (Winston, 2003:53; Mercer, 2006:80).

U Evropi je širenje upotrebe telefona išlo sporije nego u SAD, pa je tako 1902. godine Tajms pisao da se u Britaniji nije shvatilo da telefon dotiče milione ljudi i da je to, pre svega, aparat bogatih a da će ga ostali tek ponekad koristiti i to iz javnih govornica (Brigs i Berg, 2006:207). Do Prvog svetskog rata evropske zemlje ubedljivo zaostaju za SAD, kada je reč o stopi penetracije telefonskih pretplatnika. Recimo, broj telefonskih pretplatnika u SAD 1914. godine je bio oko šest puta veći nego u Velikoj Britaniji ili Nemačkoj (Mercer, 2006:67). Zanimljivo je da su do Prvog svetskog rata u Evropi prednjačile skandinavske zemlje koje su takođe bile lideri i u usvajanju mobilnih telefona kao i Interneta čitav vek kasnije. Razloge za ovu sklonost ka telekomunikacijama kod Skandinavaca bi možda trebalo tražiti u kombinaciji intenzivnog ekonomskog razvoja, tržišnoj deregulaciji i životnih uslova na severu Evrope (Solymar, 1999:113).

Kada je o Srbiji reč, prva telefonska linija je uspostavljena samo osam godina posle prvog – Belovog telefona, 14. marta 1883. godine u Beogradu.²⁶ Tri godine kasnije je na postojećim telegrafskim linijama uspostavljena prva međumesna telefonska linija između Beograda i Niša.²⁷ Javni telefonski saobraćaj u Srbiji se

25 American Telephone & Telegraph Company-AT&T

26 Prvi razgovor obavljen je između tadašnjeg vojnog ministra Teše Nikolića iz nekadašnje kafane Tri lista duvana (ugao ulica Bulevar Kralja Aleksandra i Kneza Miloša) i inženjerskog kapetana Koste Radosavljevića koji se nalazio u nekadašnjoj inženjerijskoj kasarni na Paliluli (današnji Rudarsko-geološki fakultet).

27 Prvi telefonski razgovor na ovoj liniji su obavili Kralj Milan i Milutin Garašanin.

uspostavlja 1892. godine puštanjem u rad prvih telefonskih centrala. Dve godine kasnije tadašnji Ministar narodne privrede donosi raspis o otvaranju telefonske linije u celoj zemlji, a 1898. godine je izdato uputstvo za građenje telefonskih linija. Od 1901. godine uspostavlja se javni telefonski saobraćaj – prve telefonske govornice (kabine) u Beogradu i tzv. telefonske stanice (javni telefon). Do 1902. godine u Srbiji su uspostavljene telefonske linije u dužini od 876 km sa ukupno 608 telefonskih pretplatnika, da bi se, tri godine kasnije, broj pretplatnika udvostručio.²⁸

Nakon uspostavljanja prvih telefonskih linija u Americi i Evropi, sledeći važan korak je bio dosegnuti efikasnost telegrafa u prenošenju poruka na velike udaljenosti. Do 1893. godine najduži telefonski vodovi su bili oni između Bostona i Čikaga u dužini od 1200 milja, što je u narednih dvadesetak godina bila prostorna granica za telefonsko povezivanje (Mercer, 2006:63). Veliki napredak, na samom kraju XIX veka, ostvaren je zahvaljujući patentu jednog od najuglednijih naučnika sa našeg podneblja Mihajla Pupina, koji je konstruisao čuvena *pupinova kola*, čija se osnovna funkcija ogledala u pojačavanju telefonskog signala. Sam proces ugradnje pupinovih kola u telefonske vodove u cilju njihovog maksimalnog produžavanja će, zahvaljujući našem naučniku, od tada nositi naziv pupinizacija.²⁹ Nakon ovog pronalaska dolazi do značajnog produžavanja telefonskih vodova da bi do 1911. godine bila uspostavljena linija između Njujorka i Denvera u dužini od čitavih 4300 kilometara (Solymar, 1999:124). Sledeći krupan korak koji je trebalo ostvariti odnosio se na uspostavljanje telefonske veze između Evrope i Amerike ali na to će se, kad je reč o kablovskoj vezi, morati pričekati sve do 1956. godine.³⁰

28 Za više detalja o istorijskom razvoju telefona u Srbiji pogledati sajt pošte Srbije, na sledećoj web adresi: <http://www.posta.rs/struktura/lat/o-nama/hronologija.asp>

29 <http://www.statemaster.com/encyclopedia/Pupinization>

30 Iako zvuči pomalo začuđujuće činjenica je da su Evropa i Amerika prvo bile povezane bežičnom telefonskom vezom (putem radio talasa) tako da je prekoatlantska komercijalna upotreba telefona uspostavljena još 1927. godine između Njujorka i Londona, www.corp.att.com/atllabs/reputation/timeline/

Društveni značaj telefona

Za razliku od telegrafa, može se reći da je telefon na mala vrata ušao u živote ljudi kao, da se poslužimo Maklunaovim jezikom: „neodoljivi uljez u vremenu i prostoru...“ (Makluan, 1971:333). U doba njegovog patentiranja telegraf je uveliko širio svoju ulogu tako da isprva nije bilo sasvim jasno kakva će biti namena telefona. Čak je i njegov, zvanični, izumitelj Bel prvobitno očekivao da će telefon služiti kao svojevrsan aparat za emitovanja snimljenog materijala koje bi kasnije potpao u domen radija sa servisima poput muzike na dugme (Patnam, 2008:219). To je delom posledica toga što je pronalazak telefona, u stvari, bio uzgredan događaj u krupnijem naporu Bela seniora i Bela juniora, koji su se posebno zanimali za pomoć gluvim osobama, da naprave „vidljivi govor“, odnosno univerzalni jezik razumljiv svim ljudima sveta. (Makluan, 1971:330). U godinama nakon patentiranja, zahvaljujući Belovom preduzetničkom duhu, telefon je naširoko reklamiran kroz različite prezentacije, predavanja i sajmove. U njegovoj popularizaciji nije se prezalo ni od najprizemnije vrste reklama gde su novoj i do tada nepoznatoj spravi davane čudesne moći kojima čak ni nebo nije granica.³¹ Pored ovog tipa, bilo je štampano još niz drugih propagandnih materijala koji su ukazivali na veliku praktičnost telefona i davali uputstva kako pozvati doktora, policiju, vatrogasce, itd. Trebalo je da prođe pedesetak godina da bi se promenio opšti stav da je prva i osnovna namena telefona poslovna a tek, daleko iza toga praktična u smislu dobijanja osnovnih informacija o važnim događajima, vremenu, sportskim rezultatima, upozorenjima različitog karaktera. Sve do tada, ali i dugo

31 Da nebo kao granica nije bila samo zgodno sročena metafora pokazuje serija propagandnih razglednica iz tog doba koje je izdala Belova kompanija i na kojima se, između ostalog, prikazuje jedna devojčica setnog lica kako stojeći na stolici razgovara putem zidnog telefona sa, ni manje ni više, nego nebom. Na jednoj od razglednica, nazvanoj «Molim vas gospođice, možete li me spojiti sa nebom» nalazi se sledeći tekst: «Molim vas gospođice, da li biste mogli da me spojite sa nebom, jer je moja mama tamo, naći ćete je sa anđelima na zlatnom stepeniku; Biće joj drago da sam ja ta koja govori, koja je zove, hoćete li molim vas. Jer ja puno želim da joj kažem kako smo usamljeni ovde» (Levinson, 2004:2).

nakon toga, upotreba telefona u socijalne svrhe se često smatrala nekorisnom ili štetnom (Mercer, 2006:68; Fischer, 1992:78).³²

Već u prvim godinama nakon izuma telefona, štampa je bila posebno podozriva prema ovoj napravi smatrajući da bi ona mogla da joj oduzme primat javnog glasila. Pa tako, njujorški list *Daily Graphic* od 15.3.1877. godine, na naslovnoj strani kroz karikaturu unezverenog čoveka koji stoji pred mikrofonom u studiju i strastveno drži govor, donosi naslov: „Užasi telefona-besednika budućnosti“ (Makluan, 1971:331). Takođe, bile su vrlo popularne aluzije na samu reč telefon (phone) kroz njeno dovođenje u vezu sa rečju lažan (phony). Pa tako, godine 1904. njujorški list *Evening telegram* u ovom duhu piše o telefonu. „Reč phony podrazumeva da ono što se sa njome označava nema ništa više osnova od telefonskog razgovora s kakvim izmišljenim prijateljem“ (Makluan, 1971:326).³³ U Evropi je javnost takođe bila podozriva prema telefonu, pa je tako poznata francuska spisateljica, koja je živela na prelazu XIX i XX veka, Kolet (Sidonie-Gabrielle Colette) smatrala da je telefon podesan samo za poslovne muškarce i žene sumnjivog morala (Solymar, 1999:165). Posebno je zanimljiv primer koji nalazimo 1926. godine gde su na jednom od sastanka Vitezova Kolumbovog odbora za obrazovanje odraslih,³⁴ u okviru diskusije na temu „da li savremeni izumi pomažu ili kvare karakter i zdravlje“ postavljena, između ostalih i sledeća pitanja: „da li telefon čini ljude aktivnijim ili lenjijim“ i „da li telefon razbija kućni život i staru praksu posećivanja prijatelja“ (Fischer, 1992:1). Tek negde nakon Prvog svetskog rata počinje da sazreva svest o upotrebi telefona i u svrhu održavanja interpersonalnih odnosa što prepoznaju i telefonske kompanije koji sve više svoju

32 Godine 1909. jedan lokalni telefonski operater iz Sijetla slušajući brojne telefonske razgovore pretplatnika, utvrdio je da 30% razgovora otpada na „tračarenje“, 20% na naručivanje namirnica i posao uopšte, 20% na razgovore sa svojim firmama i 15% na pozive na društvena događanja. Ovaj operater je smatrao da tračarenje putem telefona predstavlja njegovu zloupotrebu te da bi više pažnje trebalo posvetiti edukaciji pretplatnika kako bi koristili telefon u njegove nameravane, dakle poslovne i praktične svrhe (Fischer, 1992:79).

33 Ne podseća li ovo na brojne karikature iz vremena nastanka Interneta, a mnoge od njih su i danas prisutne, gde se obično sa dve strane kompjuterskih ekrana prikazuju osobe koje se lažno predstavljaju jedna drugoj ulepšavajući svoj izgled do apsurdna. Klasičan primer ovoga je nadaleko poznata karikatura na kojoj je prikazan pas koji sedi ispred računara sa tekstom: „Super je što na Internetu niko ne zna da si pas“ (Gidens, 2005:474)

34 Knights of Columbus Adult Education Committee

kampanju za upotrebu telefona skreću u ovome pravcu (Mercer 2006:80). Međutim, ono što je evidentno je da iako su tehnički i ekonomski uslovi postojali i pre toga, broj pretplatnika se naglo povećava tek nakon Drugog svetskog rata (Brigs i Berg, 2006:210). Po tako, kada je reč o SAD, u periodu između 1945. i 1998. lokalni pozivi po glavi stanovnika porasli su sa 304 na 2023 godišnje, dok su godišnji pozivi na međumesnom novu porasli sa 13 na 353 (Patnam, 2008:219).

Ocenjujući uticaj telefona kao interpersonalnog medija na razvoj savremenog društva u prvoj polovini XX veka, Fišer (Fischer, 1997:114) iznosi stav da je telefon imao skroman efekat kada je reč o društvenim odnosima. Na osnovu svoje studije i istraživanja koja je obavio, on zaključuje da je širenje upotrebe telefona omogućilo da ljudi a posebno žene, bolje organizuju svoje društvene odnose, da češće međusobno komuniciraju i možda da uspeju da održe veze na daljinu, ali da sve to zajedno nije predstavljalo nikakvu revolucionarnu promenu. On je posebno skeptičan prema telefonu kao sredstvu za ostvarivanje novih društvenih kontakata već smatra da je širenje telefona u vezi sa trendom sve veće privatizacije društvenog života:

„Pod privatizmom, ne mislim na povlačenje u nuklearnu porodicu ... već mislim na vrednovanje i učestvovanje u privatnim društvenim svetovima nasuprot većoj, javnoj zajednici. Suburbanizacija je verovatno doprinela privatizmu kroz promovisanje geografski izolovanih i kulturno homogenih zajednica. Automobil je, slično, verovatno igrao ulogu, ne samo indirektno kroz suburbanizaciju već i direktno omogućavajući privatnija putovanja, privatniju rekreaciju...i češće posećivanje rodbine i prijatelja. Na nekoliko načina telefon je takođe mogao potpomoći ovaj trend. Kada je reč o praktičnim stvarima, kućni telefon je pretplatnicima omogućio sprovođenje aktivnosti iz privatnosti svojih domova koje su ranije bile javne kao što su: pozivanje doktora, naručivanje alkohola ili udvaranje. Dozvolio je ljudima, posebno ženama, da se mnogo intenzivnije angažuju u organizacijama. Kućni telefon je pretplatnicima dopustio da održavaju češće kontakte sa rođacima i prijateljima, kroz kratko ćaskanje, možda nekoliko puta nedeljno umesto u dužem razgovoru jednom nedeljno...Na kraju, u mnogim okolnostima, konverzacija putem telefona je privatnija nego konverzacija licem u lice. Na ove načine, upotreba telefona je možda doprinela razvoju još izdvojenijeg društva u prvoj polovini XX veka, društva u kome su ljudi bili aktivniji u njihovim skućenim svetovima nego u širim, javnim okvirima (Fischer, 1992:265-6).

Patnam (2008:222) je takođe mišljenja da telefon, iako je možda neutralisao neke pokidane veze, nije bio u funkciji stvaranja novih društvenih veza, što je u skladu i sa našim shvatanjem o transmisionoj i prokreativnoj funkciji medija koju ćemo izložiti u narednom poglavlju. U najkraćem, telefon predstavlja tipično

transmisiono komunikaciono sredstvo koje podrazumeva prethodno poznavanje subjekata komunikacije. Budući da telefon za razliku od Interneta, nema prokreativnu funkciju, uspostavljanje novih društvenih odnosa je, izuzev slučajnih pokušaja, praktično neostvarivo. Francuski sociolozi Gurnje (Chantal de Gournay) i Smoreda (Zbigniew Smoreda) na osnovu svojih i drugih istraživanja zaključuju da je upotreba telefona mnogo više okrenuta srođnicima i osobama koje žive u blizini, nego što služi kao sredstvo za održavanje društvenih odnosa na daljinu sa prijateljima ili poznanicima. Oni zaključuju da:

„Daleko od toga da potvrđuje tendenciju ka „globalizaciji“ ili „delokalizaciji“, što je slučaj sa ekonomskom sferom, svrha telefona (a posebno mobilnih) u sferi društvenosti van familije je prvenstveno da se organizuju blizinski položaji koji su pre toga bili organizovani putem urbanih ili lokalnih mehanizama (Gournay and Smoreda, 2003:58).

Kada je reč o funkciji telefona kao interpersonalnog medija Dimick, Sikand i Paterson (Dimmick, Sikand and Patterson, 1994), na osnovu sprovedenih istraživanja, zaključuju da upotreba telefona ima tri osnovne funkcije: *društvenu, instrumentalnu i uveravajuću*. Dok društvena i instrumentalna upotreba telefona predstavljaju standardne elemente interakcionog procesa, koji je karakterističan i za druge interpersonalne medije, uveravajuća funkcija je tipična samo za telefon (Dimmick, Sikand and Patterson, 1994:659).³⁵ Slično ovome, sintetizujući nekoliko istraživanja, Likop (Licoppe, 2003) zaključuje da upotreba telefona ima dva osnovna obrasca, *komunikativni i konektujući*. Za komunikativni obrazac su karakteristični dugi telefonski razgovori kod kojih je dužina razgovora pokazatelj međusobnog uvažavanja osoba koje su uključene u interakciju. Što su učesnici u interakciji fizički udaljeniji ovaj obrazac postaje izraženiji. Drugi, konektujući obrazac, se sastoji od velikog broja kratkih razgovora čija učestalost i kontinuitet toka ukazuju na snagu uzajamne veze komunikatora. Ovde akcenat nije toliko na samom sadržaju koliko na učestalosti interakcije koja treba da obezbedi osećaj konstantne povezanosti učesnika interakcionog procesa.

Sumirajući zapažanje pomenutih autora možemo zaključiti da je telefon bio prvo tehnološko sredstvo za interpersonalnu interakciju masovnog karaktera čiji

³⁵ Uveravajuća funkcija telefona ogleda se u njegovoj upotrebi u cilju potvrđivanja na daljinu da su rođaci i prijatelji dobro, kao i u mogućnosti da se pribavi pomoć u slučaju nužde.

se značaj ogleda, pre svega, u održavanju postojećih a ne uspostavljanju novih društvenih odnosa. Telefon je svakako olakšao komunikaciju čineći da se personalne mreže lakše održavaju na daljinu. Međutim, čini se da je telefon kao interpersonalni medij bio i još uvek jeste, upotrebljiviji za održavanje jakih nego slabih veza, budući da je njegova osnovna karakteristika sukcesivnost a ne multilateralnost interakcionog procesa. Tek sa razvojem interpersonalnih medija koji omogućavaju vođenje i kontrolu multilateralne interakcije (poput sms-a ili e-maila) postaje moguće njihovo efikasno korišćenje u cilju održavanja ne samo jakih već i slabih veza, a samim tim efikasno korišćenje u cilju održavanja širokih personalnih mreža.

2.1.3 Bežične komunikacije-od bežičnog telegrafa do mobilnog telefona

Verovatno će za one koji slabije poznaju razvoj telekomunikacija začuđujuće zvučati podatak da je i bežični prenos signala izum koji pripada XIX veku, doduše njegovim poslednjim godinama, ali opet, smešta se verovatno daleko ranije nego što bi mnogi predstavnici savremene mobilne generacije mogli i da pretpostave. Zahvaljujući bežičnom prenosu poruka Amerika i Evropa su bile povezane telefonskim saobraćajem mnogo pre nego što su fizički spojene 1956. godine kablom preko Atlantika. Kako danas stvari stoje, vrlo je izvesno da žična govorna komunikacija bude samo kratka među-faza u razvoju telekomunikacija, koja će se izvesno okončati u bežičnoj povezanosti njenih korisnika. U nastavku ovog dela kratko ćemo posvetiti pažnju razvoju i društvenim posledicama prve bežične tehnologije-bežičnog telegrafa da bi se zadržali na danas sve aktuelnijem predmetu naučnog interesa, savremenim mobilnim sredstvima komunikacije.

2.1.3.1 Bežični telegraf

Kao što se videlo iz prikaza istorije telegrafa i telefona, borba oko priznavanja prvenstva za ove velike izume bila je žestoka i često nepravedna. Ali verovatno ni jedna od već pomenutih nepravdi nije tako flagrantna kao ona koja je učinjena tvorcu bežičnog prenosa poruka, našem velikom naučniku Nikoli Tesli. Većina enciklopedija i popularne literature koja opisuje pronalazak bežične telegrafije,

odnosno iz njega proisteklog izuma radija, kao tvorca ovog značajnog izuma pamti Italijana Markonija (Guglielmo Marconi).³⁶ Budući da ovo nije mesto na kome možemo voditi složenu raspravu na ovu temu, iskoristićemo ovu priliku da ukažemo samo na dve osnovne činjenice koje sa punim pravom daju Tesli pravo na prvenstvo ovog izuma. Tesla je prvi, 1900. godine patentirao radio u SAD (Cheney, 2003:227), što je nakon toga Markoni bezuspešno pokušavao da uradi nekoliko puta da bi ipak na kraju uspeo u tom naumu 1904. godine. I drugo, nakon što je posle dugog sudskog spora patent za radio ipak pripao Markoniju, nepravda prema Tesli je ispravljena 1943. godine kad je Vrhovni sud Sjedinjenih Američkih Država izmijenio prvobitno utvrđeno Markonijevo prvenstvo te presudio da je Nikola Tesla svojim osnovnim patentima vezanim za radio preduhitrio sve ostale konkurente (Cheney, 2003:248, Lomas, 2006:152). Ono što je Markonija proslavilo i stavilo ga ispred Tesle nije bila njegova genijalnost već, poput Bela, njegov preduzetnički duh baziran na agresivnom marketingu. U vreme kada je Tesla već uveliko demonstrirao upotrebu radio talasa za prenos poruka na daljinu ili upravljanje udaljenim objektima, Markoni je 1901. godine napravio senzaciju od toga što je uspeo da preko Atlantika pošalje tri tačke koje su prevedene Morzeovom azbukom označavale slovo „S“ (Solymar, 1999:145). Mediji, koji su u to vreme već bili pomalo zasićeni sa za to vreme suviše apstraktnim Teslinim idejama, su Markonijev poduhvat okarakterisali kao senzaciju. Zahvaljujući slavi koju je stekao izumom bežičnog telegrafa Markoni pravi sopstvenu kompaniju³⁷ postajući jedan od najmoćnijih ljudi sveta na polju telekomunikacija toga doba. Sa druge strane, Tesla, koji je već nekoliko godina ranije demonstrirao osnovne principe radija (Lomas, 2006:98), imao je daleko veće planove koje je on nazivao *Svetski sistem* koji se zasnivao na globalnoj bežičnoj komunikaciji i bežičnom prenosu električne energije. Komponente *svetskog sistema* su za to doba bile nezamislive, ali gotovo je neverovatno da su se sva njegova predviđanja ostvarila i

36 Na primer, Hurdeman, 2003:207; Winston, 1998:70; Enciklopedija Britanika, <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/364287/Guglielmo-Marconi>

37 Marconi's Wireless Telegraph Co. Ltd.

da je njihov najveći deo integrisan u globalni komunikacioni sistem, poznatiji pod nazivom Internet.³⁸

Značaj bežičnog prenosa poruka je za svet na početku XX veka bio ogroman. Prostor je još jednom ali ovoga puta i zauvek bio pokoren od strane bežične telekomunikacione tehnologije, omogućavajući povezivanje do tada nepovezanih delova sveta. Za razliku od klasičnog telegrafa, sada više nije bilo neophodno krčiti puteve za žice ili ih polagati u mora i okeane. Poput neraskidive veze između železnice i žičnog telegrafa, bežični telegraf postaje ključan u vodnom saobraćaju omogućavajući brodovima komunikaciju sa kopnom. Pored toga, zbog svoje mobilnosti bežični telegraf je imao veliku primenu u vojsci posebno u periodu ratnih zbivanja. Zahvaljujući radio talasima uskoro je bilo moguće uspostaviti stalnu telefonsku vezu između Evrope i Amerike (1927. godine) tridesetak godina pre nego što će se to uraditi putem kablovskog sistema. I kao najvažnije, dolazi do rađanja prvog elektronskog medija-radija i početka fenomena masovne komunikacije i masovnog društva. Međutim slično fiksnom, ni bežični telegraf nije imao preveliki uticaj na interpersonalne odnose, pa je u tom smislu on za nas daleko značajniji kao preteča bežičnih komunikacija čije će razvoj voditi ka nastanku bežičnog, odnosno mobilnog telefona.

2.1.3.2 Mobilni telefoni

Budući da je sva naša pažnja u ovoj disertaciji usmerena na proučavanje društvenih posledica upotrebe Interneta, nismo u mogućnosti da se detaljnije

³⁸ Ako ova tvrdnja zvuči pomalo preteranom ili pristrasnom možda će Tesline reči razuveriti skeptičnog čitaoca. Na sastanku na koji je Teslu pozvao jedan od najmoćnijih industrijalaca SAD toga doba, J. P. Morgan, Tesla je: „izložio radikalnu viziju svega što bi njegov Svetski sistem dao ljudskom rodu, navodeći dvanaest glavnih univerzalnih olakšica koje bi bile dostupne čoveku ukoliko bi spojili sve svetske telegrafске urede. Taj projekat spajanja omogućio bi sigurnost i tajnost usluge slanja vladinih poruka; dao mogućnost korisniku telefona da razgovara sa drugom osobom; pružio svetskim novinama uslugu prenosa vesti; ponudio privatnim licima priliku da brzo i sigurno razmenjuju lične poruke; povezao sve berze; prenosio muziku bilo kuda; ponudio svetski automatski sistem podešavanja satova sa astronomskom tačnošću; omogućio prenos otkucanog ili rukom pisanog teksta ili čekova; osigurao sastav navigacije koji bi pokazivao svakom navigacijskom stručnjaku tačan položaj broda u bilo kom trenutku; dao mogućnost slanja štampanih poruka u bilo koje mesto na kopnu i moru; omogućio reprodukciju fotografija i crteža bežičnim putem; i osigurao prenos električne energije u bilo koji deo sveta“ (Lomas, 2006:122, slično i u Chaney, 2003:223).

bavimo ocenom društvenih posledica razvoja savremenih bežičnih komunikacija. Ipak, na narednim stranama pokušaćemo ukratko da pokažemo zašto su društvene studije koje se bave efektima mobilnih komunikacija danas u ekspanziji gotovo u istoj meri u kakvoj su bile kada je nastajao Internet. Dva su osnovna razloga za to. Prvo, mobilne komunikacije jednom zauvek dovode do raskidanja veze između mesta komunikacije i samog procesa komunikacije. Drugo, kroz pretvaranje mobilnog telefona u mini personalni računar (tzv. pametni telefoni) koji ima stalan pristup Internetu dolazi do hibridizacije ovih tehnologija čime Internet prestaje da bude vezan za fizičko mesto komunikacije.

Počeci mobilne telefonije sežu do 40-tih XX veka kada se u Belovim laboratorijama eksperimentišu sa prvim vidovima mobilne telefonije (Huurademan, 2003:519; Lacohee et al., 2003:204). U narednim decenijama upotreba mobilnih telefona se vezuje za automobile pa se i odašiljači postavljaju duž auto-puteva, pre svega u SAD. Prvi komercijalni sistem mobilne telefonije počinje sa radom 1979. godine u Tokiju (Huurademan, 2003:520, Lacohee et al., 2003:204), a tokom 80-tih godina XX veka dolazi do komercijalizacije mobilne telefonije i u SAD, Velikoj Britanji kao i skandinavskim zemljama (Solymar, 1999:245; Lacohee et al., 2003:204). Prva generacija mobilnih komunikacija, bazirana na analognoj tehnologiji, podrazumevala je samo prenos govora³⁹ a mobilni telefoni su mogli da funkcionišu samo u okviru nacionalnog sistema mobilnih komunikacija. Kako je u nadolazećim godinama broj pretplatnika višestruko nadmašio tržišna predviđanja analogni sistem nije više bio u stanju da odgovori tako velikom broju korisnika, što dovodi do njegove zamene digitalnim sistemom prenosa signala. Ovako unapređena tehnologija prenosa signala stvorila je tehničke preduslove za uspostavljanje regionalnih sistema mobilnih komunikacija, odnosno upotrebu jednog aparata u okviru više različitih država, da bi 1991. godine bili ispunjeni i regulatorni preduslovi komercijalizacijom evropskog standarda za mobilne komunikacije – GSM (*Global System for Mobile Communications*). Ovi sistemi predstavljaju drugu generaciju mobilnih komunikacija. Njihova karakteristika je i proširivanje asortimana mobilnih servisa. Pored prenosa govora mobilni sistemi

39 Analogni sistemi prenosa

druge generacije podržavaju i nove vrste usluga (SMS⁴⁰, MMS⁴¹, pristup Internetu⁴², kompatibilnost sa drugim sistemima⁴³, itd). Komercijalna upotreba sistema treće generacije je započela 2001. godine, uvođenjem sistema UMTS.⁴⁴ Osnovna unapređenja ovog sistema se odnose na globalnu kompatibilnost sistema⁴⁵ i prenos podataka.⁴⁶

Ono što nas na ovom mestu više interesuje od istorijskog razvoja mobilne telefonije jesu uzroci i posledice eksplozivnog širenja njegove upotrebe budući da je broj pretplatnika od početnih 10 miliona početkom 90-tih godina XX veka (Huurdean, 2003:524) za dvadeset godina došao do cifre od šest milijardi pretplatnika.⁴⁷

Pre svega, u skladu sa našom tezom o značaju društvene konstrukcije tehnologije, nudimo pretpostavku da do ekspanzije upotrebe mobilnih telefona praktično dolazi usled zahuktavanja globalizacijskih procesa s kraja 80-tih i 90-tih godina XX veka.⁴⁸ Ekonomija koja se sve više premešta u globalne tokove poslovanja (Castells, 2000), pad Berlinskog zida, ujedinjenje Evrope, smanjenje cene putovanja su samo neki od faktora koji dovode do nikad veće mobilnosti ljudi,

40 Short Message Service (Usluga kratkih poruka)

41 Multimedia Message Service (Usluga multimedijalnih poruka)

42 putem WAP-a - Wireless Application Protocol (Protokol bežične aplikacije)

43 ISDN – Integrated Services Digital Network (Integrirane usluge digitalne mreže)

44 Universal Mobile Telecommunication Service (Univerzalna usluga mobilnih telekomunikacija)

45 Mobilni telefoni treće generacije se mogu koristiti bilo gde u svetu

46 GPRS General Packet Radio Service (Opšta paketska komutacija podataka)

47 Prema podacima „Međunarodne telekomunikacione unije“ (ITU) do kraja 2011. godine u svetu je bilo blizu 6 milijardi pretplatnika mobilnih telefona, što predstavlja 87% ukupne svetske populacije. Naravno, stvarni broj korisnika je manji od registrovanog broja pretplatnika ali to svakako ne umanjuje značaj ovih brojki, posebno ako se recimo ima u vidu da je globalno učešće korisnika Interneta u ukupnoj populaciji 35%. Prema podacima iz 2010. godine u svetu se u svakoj sekundi pošalje čak 200 000 SMS poruka. Za više detalja pogledati izveštaj ITU na sledećoj web adresi: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/facts/2011/material/ICTFactsFigures2011.pdf>

48 Mi ovde ne ulazimo u raspravu o tome kada počinje proces globalizacije već se nadovezujemo na shvatanja onih koji smatraju da se nakon pada Berlinskog zida otvara nova era globalnog povezivanja (Gidens, 2005:56-63). Za detaljniju raspravu o počecima globalizacije videti u Vuletić (2006:119-138).

na kraju XX veka.⁴⁹ U okolnostima sve izraženije mobilnosti, prvo kod poslovnih ljudi a zatim i kod mnogih drugih, intenzivira se potreba za sredstvima komunikacije koja će biti u stanju da ih povežu i kada se nalaze van svojih domova ili radnih mesta. Naravno, u dubljoj temporalnoj ravni, može se pretpostaviti da je razvoj mobilnih sredstava komunikacije takođe i proizvod individualizacijskih procesa druge polovine XX veka, budući da se jedna od glavnih društvenih funkcija mobilnih telefona ogleda u održavanju personalnih društvenih mreža, o kojima će biti više reči u drugom delu ovog poglavlja (Ling, 2004:151, Castells et al.,2004:240).⁵⁰

Društvene posledice upotrebe mobilnih telefona

Sasvim je izvesno da će u narednim godinama, slično ranom periodu proučavanja društvenih posledica upotrebe Interneta, početi da niču sociološke teorije mobilnih telefona. Jedna od pionirskih je Gezerova (Geser, 2005:236) teorija u kojoj se ističe da, gledano iz široke evolucione perspektive, značaj mobilnih telefona leži u efektu oslobađanja komunikacije od ograničenja fizičke udaljenosti i prostorne nepokretnosti. Druga važna uloga mobilnih telefona ogleda se u prevazilaženja digitalnog jaza između razvijenih i nerazvijenih zemalja. Za razliku od drugih, daleko skupljih tehnologija, mobilna telefonija se daleko brže širi među stanovništvom nerazvijenih zemalja. Budući da se mobilni telefoni praktično integrišu sa Internetom, posledice ovakvih događaja su daleko značajnije od puke upotrebe mobilnih telefona i ogledaju se pre svega u mogućnosti hvatanja priključka sa umreženom, digitalizovanom, polovinom sveta.⁵¹ Gezer smatra da

49 O mobilnosti će više reči biti u nastavku ovog poglavlja (odjeljak,2.2.1.2) kada ćemo izneti i statističke podatke u cilju potkrepljivanja ove tvrdnje.

50 Praktično, adresar svakog mobilnog telefona odražava personalnu društvenu mrežu njenog vlasnika, dok je recimo slanje rođendanske sms poruke akt u funkciji održanja velikog broja latentnih veza.

51 Kastels smatra da je u savremenom, umreženom društvu, na snazi osnovna strukturna podela na one koji su umreženi i one koji to nisu, što predstavlja temeljnu granicu između šansi za razvoj ili trajnog tavorjenja u bespućima van-mrežnog prostora (Castells, 2000). Mi smo malopre već naveli podatak da broj registrovanih pretplatnika mobilne telefonije u svetu obuhvata blizu 90% celokupne svetske populacije. Iako ovaj procenat zasigurno ne znači da isto toliko ljudi koristi mobilne telefone, njihov broj je svakako neuporedivo veći od

sociološka teorija mobilnih telefona, umesto na posledice njihove upotrebe treba da se usmeri u sferu njihovih implikacija, odnosno specifičnih funkcionalnih kapaciteta da se održe ili spreče različiti modeli društvenog ponašanja, interakcija i odnosa i da se kreiraju novi uslovi pod kojima društveni sistemi treba da funkcionišu (Geser, 2005:237). Imajući ovo u vidu, implikacije upotrebe mobilnih telefona mogu se, po Gezeru, pratiti na individualnom nivou (izdizanje iz lokalnog konteksta, reintegrativna funkcija) na mikro nivou (razvoj „nomadske intimnosti“ i „nomadske društvene participacije“), mezo nivou (decentralizacija i bilateralizacija intrasistemskih komunikacija, sužavanje sfere autonomnog individualnog odlučivanja) i makro nivou (deregulacija intersistemskih granica i prelaz sa društvenih sistema baziranih na lokaciji na društvene sisteme bazirane na osobi).

Kastels i saradnici, na osnovu empirijskih rezultata velikog istraživanja upotrebe mobilnih telefona na tri kontinenta (SAD, Evropa i Azija), zaključuju da se može govoriti o deset ključnih aspekata upotrebe mobilnih telefona (Castells et al., 2004:239-249):

1. Autonomija - subjekt komunikacionog procesa značajno povećava svoju autonomiju (prostornu, vremensku, društveno-kulturnu) koristeći bežične komunikacione sisteme. Ključna stavka je da subjekt komunikacije povećava kontrolu nad komunikacionim procesom;
2. Mreže izbora - mobilne komunikacije u velikoj meri povećavaju šanse, mogućnosti i domašaj interpersonalnih odnosa;
3. Trenutne zajednice prakse - spontani nastanak zajednica prakse na osnovu inicijative da se nešto radi zajedno i odgovora od strane onih koji iskazuju volju za podelu neke prakse (recimo akcije okupljene oko nekog šireg društveno-političkog pitanja);
4. Zamagljivanje društvenog konteksta individualnih praksi - bežične komunikacije netranscendiraju prostor i vreme, već ih pre zamagljuju. Prostor i vreme se, u ovom slučaju ne ukidaju, već se određuju od strane učesnika u procesu komunikacije, pre svega inicijatora komunikacije. Ali, pored

broja korisnika Interneta (2 milijarde 2011. godine). Ovi podaci svakako govori u prilog Gezerovoj tezi i to je samo jedan od razloga zašto na mobilne telefone ne treba gledati samo kao puke sprave za razgovor na daljinu.

vremensko-prostornog dolazi i do organizacionog kao i do zamučivanja društvenih praksi, recimo u slučajevima simultanog korišćenja mobilnih naprava u različite svrhe ili kroz razgovore sa porodicom, kolegama i prijateljima koji se odvijaju na aerodromima ili stanicama;

5. Pristup bežičnim mrežama kao izvor personalnih vrednosti - pristup mreži, mogućnost stalne komunikacije i uključenost u mrežu postaje vrednost sama po sebi, posebno za mlade i zaposlene ljude;
6. Korisnici su proizvođači sadržaja i usluga - drugim rečima korisnici adaptiraju tehnologiju u skladu sa svojim potrebama;
7. Konzumerizam, moda, instrumentalnost i značenje - iako se često na upotrebu mobilnih telefona gleda kao na proizvod konzumerizma koji je podstaknut modom, istraživanja pokazuju da kad se upotreba mobilnih telefona jednom raširi u populaciji ovo prestaju da budu ključni faktori za upotrebu mobilnih telefona. Instrumentalnost igra značajnu ulogu u širenju upotrebe mobilnih telefona bilo da se radi o organizovanju porodičnog života, održavanju personalnih mreža ili poslovnim razgovorima. Na kraju, ono što je važno je da mobilna sprava i njene funkcije imaju značenje za korisnika u smislu njegovog ličnog izraza, konstrukcije identiteta, itd;
8. Transformacija jezika – široka upotreba tekstualnih poruka ima za svoju posledicu nepovratno menjanje jezika, kako u pogledu rečnika tako i u pogledu gramatike;
9. Da li je mobilno društvo komunikacija kulturno i institucionalno različito? - Kao i umreženo društvo, mobilno društvo komunikacija je kulturološki raznovrsno, demonstrirajući različite prakse, vrednosti, obrasce upotrebe mobilnih tehnologija. Ali sa druge strane, neki osnovni elementi mobilne kulture prisutni su u različitim kulturama;
10. Društvo mobilnih komunikacija - uzdiže se oko novih društvenih aranžmana baziranih na umreženim društvenim praksama, kulturi centriranoj na pojedinca i distributivnoj informacionoj i komunikacionoj moći. Mobilne tehnologije stvaraju mogućnost da se umreženi obrasci društvenosti mogu reprodukovati i van računarskog ili prostora definisanog žičnom komunikacijom.

Ovim nalazima bi se svakako mogao pridodati značajan doprinos upotrebe mobilnih telefona osećaju sigurnosti i bezbednosti njegovih korisnika o čemu detaljno piše Ling (2004:54):

„...mobilni telefon se ušuškao kao sprava koja obezbeđuje bezbednost i osećaj sigurnosti u različitim situacijama. Za one koji imaju hronične bolesti, ova sprava dozvoljava veću slobodu kretanja i akcije. Pored toga, mobilni telefon se percipira kao koristan kod akutnih problema, bilo da se radi o probušenoj gumi ili pretnji po život. Ovaj aspekt mobilne telefonije je izdignut do tačke da mobilni telefon simbolizuje sigurnost. Ne samo da se osećamo sigurnije kada imamo ovu spravu u džepu već nalazi pokazuju da sam način upotrebe mobilnih telefona može biti viđen kao način odbrane od potencijalnih napada.“

Još jedan aspekt koji u interpersonalnu interakciju unose mobilni telefoni jeste osećaj konstantne povezanosti. Na ovu karakteristiku upotrebe mobilnih telefona ukazuje Likop (Liccope, 2003) koji, kao što smo to već ranije pokazali, ističe da ovaj komunikativni obrazac postoji još iz vremena fiksnih telefona, ali da se on putem mobilnih telefona i pre svega putem *sms* funkcije, dodatno osnažuje. Ono na šta Likop želi da ukaže je da *sms* poruke u stvari, pored manifestne, imaju svoju latentnu funkciju, odnosno da je njihova uloga ne samo da prenesu neki komunikacijski sadržaj već da održe osećaj neprekidne povezanosti učesnika interakcionog procesa.

Sa druge strane, analiza upotrebe mobilnih telefona ne bi bila potpuna ukoliko se ne bi ukazalo i na problematične, ili u najmanju ruku, kontraverzne posledice njihove upotrebe na društveni život. Ostavljajući po strani, u skladu sa Gidensovim stavom o *an general* poverenju u apstraktne ekspertske sisteme (Gidens, 1998a:83-101), moguće medicinske negativne posledice upotrebe mobilnih telefona, ovde ćemo obratiti pažnju na drugu vrstu problema.

Brisanje granice između privatnog i poslovnog života. Mnogi koriste mobilne telefone da popune praznine u vremenu u situacijama poput čekanja i vožnje liftom ili drugim sredstvima javnog prevoza čime se stiče utisak racionalnog utroška vremena i njegove kontrole.⁵² Međutim, ova kontrola može vrlo lako postati iluzija kontrole vremena (Hanson, 2007:49) budući da te prakse popunjavanja vremena vrlo često prerastu u narušavanje slobodnog vremena. Zbog toga, jedna od

52 Kako kaže Terklova: „Zbog toga što možeš kucati poruku dok radiš nešto drugo, deluje kao da ti kucanje poruke ne oduzima vreme, već ti ga daje“ (Terkel, 2011:231).

značajnih negativnih posledica upotrebe mobilnih telefona jeste zamagljivanje ili brisanje granice između radnog i slobodnog vremena. Mobilni telefoni, koji sve više postaju „pametni“ predstavljaju pravu malu pokretnu kancelariju koja je 24 sata na raspolaganju korisniku. Uostalom, praksa velikih firmi da svojim zaposlenima darivaju mobilni telefon i plaćene račune su, daleko pre, izraz namere da ih zadrže u celodnevnoj pripravnosti, nego proizvod altruističke želje za olakšavanjem njihove komunikacije. Ovaj proces brisanja granice između poslovnog i slobodnog vremena započinje sa Internetom koji posao seli kod kuće ili u vikendice ali se završava sa mobilnim telefonom, koji po rečima Levinsona, vraća ovu homogenizaciju poslovnog i slobodnog vremena pravo u kancelariju. Proizvod tog procesa jeste sve manje i manje mesta na kojima se može samo raditi ili samo odmarati. (Levison, 2004:92).

Pritisak stalne dostupnosti. Ovaj pritisak koji je u direktnoj vezi sa brisanjem granice između poslovnog i privatnog proširuje svoj uticaj na brisanje granice između intimnog i javnog. Konstantni pritisak za stalnom uključenosti u mrežu praktično onemogućava korisnika da se iz te mreže makar privremeno isključi. Imperativ uključenosti se ne forsira samo od strane poslodavaca već ga isto tako forsiraju roditelji, bračni partneri, deca, prijatelji. Praktično, signal da neko nije dostupan se povezuje ili sa nekim velikim problemom koji je zadesio vlasnika pozivanog broja ili sa krajnjom bezobzirnošću u odnosu na druge. Ili kako to slikovito kaže Levinson (2004:64):

„Ali mobilni telefon, ovaj, prebacuje teret sa sekretarica, supružnika, ili članova porodice na vas same...Ova neizbežna činjenica je dovela do nastanka različitih strategija izbegavanja, koje se protežu od isključivanja telefona do puštanja da zvoni bez javljanja...Ono što je neispitano u ovim strategijama je pitanje zašto moramo da poričemo ili krijemo činjenicu da jednostavno ne želimo da pričamo u tom trenutku. Zašto je sloboda ne-izražavanja postala takva borba?“

Mobilni telefon kao uljez. Mobilni telefon ima sposobnost narušavanja strukture društvene interakcije na više nivoa. Na najširem nivou, mobilni telefon remeti splet društvenih konvencija na javnim mestima poput restorana, bioskopa ili sredstava javnog prevoza putnika. Ova mesta su istovremeno javna ali i privatna u okviru kojih pojedinac zauzima mesta koja postaju njegovo privremeno „vlasništvo“. Često postoji i demarkacija koja služi obeležavanju ovog prostora (paravani, ukrasi) kao i nepisani kodeks ponašanja koji se bazira na uvažavanju i neremećenju tuđe

privatnosti. Upotreba mobilnih telefona na ovim mestima dovodi do onog što Gofman naziva *zvučno ometanje* čime se narušava teritorija drugih (nav. prem. Ling, 2004:128). Drugim rečima, narušava se uspostavljeni kodeks ponašanja čime se stvara osećaj nelagode i neodobravanja od strane drugih korisnika javnih mesta. Pored toga što je uljez u širem društvenom kontekstu, mobilni telefoni mogu biti uljez i u mikro sferi društvenih interakcija, kada dovode do prinudnog „žongliranja“ između prisutne i telefonske interakcije s jedne strane ili prinudnog prisluškivanja s druge strane.

Iako se nalazimo u ranoj fazi proučavanja društvenih posledica upotrebe mobilnih telefona već sada, sa priličnom dozom sigurnosti, možemo ustvrditi da će ova komunikaciona tehnologija imati dalekosežnije posledice po održavanje interpersonalnih odnosa od njenih prethodnika telegrafa i fiksnog telefona. Tri su karakteristike mobilnih telefona zaslužne za to. Prva je, naravno, njihova *mobilitnost* čime se jednom zauvek raskidaju veze između prostora i samog čina interakcije. Druga je njihova potpuna *personalizacija*, odnosno vezanost samo za direktne subjekte interakcije, čime se komunikacija dodatno individualizuje. Treća karakteristika ogleda se u mogućnosti odložene i simultane interakcije putem tekstualnih (sms) poruka što dodatno ubrzava ali i osiromašuje komunikaciju. Ove tri karakteristike čine da je savremeni čovek bolje nego ikada povezan sa svojom personalnom mrežom ali i da je priroda ove povezanosti sve više instrumentalnog karaktera. Drugim rečima, održavanje velikog broja odnosa odvija se na uštrb njihovog kvaliteta ali to ne znači da su mobilni telefoni uzročnici ove transformacije društvenosti. Oni pre predstavljaju odgovor na sve ubrzaniji tempo života u savremenom društvu koji ostavlja sve manje prostora za *pune* društvene odnose. S druge strane, kao što ćemo pokazati u drugome delu ovog poglavlja, društveni odnosi se sve više individualizuju tokom celog XX veka a posebno u njegovoj drugoj polovini, kao i početkom XXI veka. Ovako individualizovani i sve površniji obrasci društvene interakcije predstavljaju idealno tle za razvoj onakvog vida komunikacije kakav nude mobilni telefoni i stoga je razumljivo da se njihova upotreba intenzivira upravo u periodu kulminacije individualizacijskih procesa radikalne faze modernizacije.

2.1.4 Nastanak i razvoj Interneta

Priča o nastanku i razvoju Interneta je podjednako priča o tehnologiji koliko i priča o društvenim okolnostima u okviru kojih je ova tehnologija nastajala i koje su je, posredstvom društvenih aktera, konstituisale. Sa istorijske distance od skoro pola veka od nastanka Interneta možemo konstatovati da je on proizvod: revolucionarnih tehnoloških pronalazaka (mikro-procesor, komutiranje paketa), hladnoratovske politike, kapitalističke ekonomije, sub-kulture koja je stasavala kroz otpor takvoj politici i ekonomiji, kao i maštovitosti a neretko i subverzivnosti njegovih ranih korisnika (programera amatera, studenata, hakera, itd). Pozivajući se na radove onih koji su se studiozno bavili različitim aspektima upotrebe Interneta pa i njegovim nastankom (Jordan 2000; Castells 2001; Slevin 2002; Gir 2011), možemo ukratko oslikati sled događaja koji su utrli put nastanku Interneta kakvim ga danas poznajemo.⁵³

Dakle, 1958. godine u okviru američkog ministarstva odbrane formirana je Agencija za napredne istraživačke projekte (ARPA).⁵⁴ Cilj formiranja ARPE bio je da se uspostavi i održi globalno liderstvo SAD na polju nauke i tehnologije (Selvin, 2002:28). U okviru jednog od sektora ARPE (kancelarija za tehnologiju obrade informacija) nastaje ARPANET, preteča današnjeg Interneta, kao jedan od manje važnih programa tog sektora (Castells, 2001:10).⁵⁵ Ključno za uspostavljanje ARPANET-a bio je pronalazak nove tehnologije prenosa podataka kroz sistem «preusmeravanja paketa» (paket-switching),⁵⁶ koja je sredinom 60-tih godina XX

53 Za prikaz razvoja i upotrebe Interneta u Srbiji pogledati početak četvrtog poglavlja

54 ARPA predstavlja akronim za Advanced Research Project Agency koja kasnije postaje DARPA (Defence Advanced Research Project Agency) odnosno agencija za odbranbene napredne istraživačke projekte (Gir, 2011:64).

55 Nastanak Interneta se često povezuje sa njegovim navodnim vojnim namenama upravo zbog toga što je razvijen u okviru ARPE. Međutim, Jordan zaključuje da osnovni dokaz da ARPANET nije konstruisan u vojne svrhe leži u činjenici da je uprkos tome što je Barnan tvrdio da su tri ili četiri konekcije po računaru minimum koji je neophodan za funkcionisanje mreže u slučaju nuklearnog udara, ARPANET konstruisan na svega dve konekcije. Pored toga, zbog načina na koji računari komuniciraju jedan sa drugim, jedna bomba koja bi pala na jedan grad u USA bila bi dovoljna da onespособi čitavu mrežu (Jordan, 2000:37).

56 Preusmeravanje paketa podrazumeva razbijanje digitalnih informacija u pakete ili blokove, pri čemu se svaki paket nezavisno prenosi putem mreže, da bi se na mestu prijema rekonstruisao u izvornu informaciju.

veka nezavisno razvijena u različitim istraživačkim centrima širom sveta - Nacionalnoj laboratoriji za fiziku Velike Britanije, Institutu za tehnologiju iz Masačusetsa (MIT) i Rand korporaciji (Slevin, 2002:29). Tek nekoliko godina nakon toga, istraživači u okviru informatičkog sektora ARPA, koristeći ovu tehnologiju, 1969. godine puštaju u rad ARPANET, povezujući u jedinstvenu računarsku mrežu četiri univerziteta u Americi.⁵⁷ Godine 1971. već je postojalo 15 čvorišta, pretežno u univerzitetskim istraživačkim centrima, da bi prvo javno predstavljanje ARPANET-a bilo održano 1972. godine na međunarodnoj konferenciji u Vašingtonu (Castells, 2001:11, Slevin, 2002:31). U narednim godinama mreža se nadograđuje kroz nekoliko važnih tehničkih elemenata koji su omogućili njen današnji izgled u formi Interneta. Tu se pre svega misli na ideju otvorene arhitekture umrežavanja koja je izrodila protokol za kontrolu prenosa podataka (TCP-1973. godine).⁵⁸ Uloga TCP protokola je bila da omogući nesmetano spajanje ARPANETA sa bezbroj malih lokalnih mreža i njihovu međusobnu komunikaciju. Sledeći važan korak bio je podela TCP protokola na dva dela (1978. godine), kroz dodavanje protokola unutar same mreže (IP),⁵⁹ čime nastaje TCP/IP standard na osnovu koga funkcioniše i današnji Internet (Castells, 2001:11). Do 1983. godine sve mreže povezane sa ARPANET-om morale su da koriste TCP/IP protokol čime u stvari počinje era Interneta (Slevin, 2002:32). Savremena forma Interneta u verziji *www.tačka.com* osmislio engleski programer Tim Berners Li (Tim Berners-Lee) koji je u to vreme radio u okviru CERN-a (European Organization for Nuclear Research). Berners Li je uz pomoć Roberta Kailiula (Robert Cailliau) razvio program koji je omogućavao slanje i primanje informacija između računara priključenih na Internet-http, html, url. CERN objavljuje ovaj program tokom 1991. godine, koji se narednih godina unapređuje kroz nezavisan rad naučnika, hakera i drugih entuzijasta da bi svoju, uslovno rečeno, konačnu

Osnovna prednost ovakvog načina prenosa informacija jeste neuporedivo bolje iskorišćenje kapaciteta mreže (veća brzina, veći obim i masovnost u prenosu).

57 U jesen 1969. povezana su četiri računara, poznata kao obrađivači poruka na međuvezi (Interface Message Processors-IMP), koji su se nalazili na Univerzitetu južne Kalifornije u Los Andjelesu (UCLA), Stenfordu, Univerzitetu južne Kalifornije u Santa Barbari i državnom Univerzitetu u Juti (Gir, 2011:69).

58 Transmission Control Protocol

59 Inter-network Protocol

arhitekturu, dobio do 1995. godine, koju možemo uzeti i za početnu godinu modernog Interneta (Castells, 2001:17).

Međutim, ovako hladno, činjeničko, predstavljanje istorije Interneta u stvari ne pogađa u srž onoga što Internet danas zaista jeste i onoga što ga je takvim načinilo. Iako je naravno neosporno da ovakvog Interneta ne bi bilo bez velikog doprinosa naučnih institucija i državnih „politika“ ulaganja u razvoj nove tehnologije, njega definitivno ne bi bilo bez ogromnog, spontanog i potpuno neplaniranog doprinosa njegovih korisnika, bilo da su u pitanju, programeri-amateri, studenti ili hakeri. Priča o istoriji Interneta je možda i ponajbolji argument za društvene tehnokonstruktiviste koje smo pominjali na početku ovog poglavlja i čijim je idejama obojeno i naše shvatanje razvoja Interneta. Da bismo bolje prikazali naše viđenje razvoja Interneta još jednom ćemo se pozvati na Fenberga (Feenberg, 1999:121) koji stavljajući akcenat na ulogu korisnika u kreiranju tehnologije smatra da se to dešava kroz tri različite mikro politike od kojih je za nas ovde posebno važna *kreativna apropijacija*.⁶⁰ Kreativna apropijacija bi se najjednostavnije mogla definisati kao sposobnost ili mogućnost korisnika da menjaju ili iznova stvaraju tehnička sredstva kroz njihovu kreativnu primenu. Upravo je istorija Interneta, po našem mišljenju, paradigmatičan primer razvoja jedne tehnologije kroz kreativnu apropijaciju njenih korisnika. Naravno, i korisnici su uronjeni u određeni društveni kontekst tako da se njihova uloga u razvoju tehnologije Interneta ne može pravilno sagledati bez razumevanja društvenog konteksta (struktura) koji odlučujuće oblikuje prve korisnike (aktere) Interneta. U svojoj rudimentarnoj, ARPANET, verziji Internet pravi svoje prve korake paralelno sa bujanjem velikog nezadovoljstva i otpora mladih ljudi i intelektualaca prema društvenim i ekonomskim protivrečnostima zapadnih društava s kraja 60-tih i 70-tih godina XX veka. Pošto su ti događaji detaljno obrađeni i poznati i van socioloških krugova ovde se nećemo zadržavati na obrazlaganju njihovih uzroka i posledica po društvo u celini. Ono što je za našu priču o razvoju Interneta važno jeste da kroz ove društvene pokrete raste atmosfera nove slobode i otvorenosti u različitim sferama društvenog života (pomenimo samo hipi pokret). U takvim okolnostima, jednog

60 Druge dve su: tehničke kontroverze i inovativni dijalog.

novog poleta i otvorenosti komuniciranja, mladi ljudi, pre svega na Univerzitetima, ali i ostali zaljubljenici u tehnologiju, odlučujuće oblikuju Internet. Primera radi, dva studenta iz Čikaga⁶¹ krajem 1970. godine prave program koji je omogućio komunikaciju između računara uz pomoć telefonske linije, kasnije poznat pod nazivom MODEM, a 1978. godine kreiraju i prve forume na Internetu-BBS.⁶² Godine 1979-te četiri studenta iz Severne Karoline izrađuju program za komunikaciju na bazi operativnog sistema UNIX⁶³ što omogućava formiranje USNET-a odnosno grupa za vesti⁶⁴ u okviru kojih su pod različitim temama mogli međusobno diskutovati korisnici. Tokom 1991. godine, finski student Linus Torvalds na bazi UNIX-a kreira potpuno novi operativni sistem - LINUX i besplatno ga distribuira putem Interneta tražeći od njegovih korisnika da ga slobodno i po želji unapređuju (Castells 2001:13-14). Upravo su pomenuti programi omogućili umrežavanje, odnosno stvaranje virtuelnog prostora za komunikaciju, između inače nepoznatih korisnika. Povezivanje na mreži su dodatno podspešili i izum MUD-a⁶⁵ i IRC-a⁶⁶ koji su, tokom 80-tih godina XX veka unapredili sinhronu komunikaciju korisnika širom sveta, stvarajući uslove za nastanak prvih tzv. virtuelnih zajednica.⁶⁷

61 Ward Christensen i Randy Suess

62 Bulletin Board Sistem – Za više detalja pogledati deo o web forumima o kojima smo pisali u trećem poglavlju, odeljak 3.2.4.1.

63 UNIX je operativni sistem koji je nastao u Belovim laboratorijama nakon čega je prosleđen američkim univerzitetima 1974. godine (Castells, 2001:13).

64 Usnet news-group

65 Multi User Dungeons – za više detalja pogledati deo o virtuelnim svetovima o kojima smo pisali u trećem poglavlju, odeljak 3.2.4.1.

66 Internet Relay Chat - za više detalja pogledati deo o Internet pričaonicama o kojima smo pisali u trećem poglavlju, odeljak 3.2.4.1.

67 Nastankom i razvojem virtuelnih zajednica prvi se bavio Hauard Rajngold u studiji „Virtuelne zajednice“ koja je objavljena još 1993. godine, odnosno dve godine pre nastanka komercijalnog Interneta kakvog ga danas poznajemo. Studija je bazirana na Rajngoldovom ličnom iskustvu boravka u virtuelnim zajednicama krajem osamdesetih i početkom devedesetih godina XX veka (Rheingold, 1993). Međutim, sam pojam virtuelne zajednice Rajngold upotrebljava pet godina ranije, u članku koji je objavio još 1987. godine i to je po njegovim rečima prvi put da je neko upotrebio ovaj pojam (reprint ovog članka: Rheingold, 2008). Za više detalja pogledati deo o virtuelnim zajednicama o kojima smo pisali u trećem poglavlju, odeljak 3.2.4.3.

Ovde valja posebno naglasiti da su mnogi rani korisnici Interneta videli sebe kao hakere i da hakerisanje kao takvo nije imalo negativnu konotaciju kakva mu se danas pridaje. Jedan od važnih razloga tome počiva na arhitekturi otvorenosti ranog Interneta, gde je svaka programska intervencija spolja bila ne samo dozvoljena nego i dobrodošla.⁶⁸ Kako je rana upotreba Interneta bila vezana za američke Univerzitete onda je razumljivo i da se hakeri prvo pojavljuju među studentima u tim institucijama.⁶⁹ U takvom okruženju razvila se i specifična hakerska kultura koju su sačinjavali mladi ljudi posvećeni izvođenju elegantnih *hakova*, odnosno pronalaženja načina da računar učini različite, do tad nezamislive, stvari (Gir, 2011:130).

Današnji Internet je verovatno daleko od onoga o čemu su ovi mladi entuzijasti maštali. To više nije ni subverzivni niti privilegovani način komunikacije za koji su potrebna posebna znanja, veštine i afiniteti. Ipak, rani korisnici Interneta su praktično otvorili prostor za milione drugih ljudi da kroz svoju kreativnu apropijaciju usmeravaju Internet u onim pravcima u kojima će njegova primena otvoriti nove mogućnosti ali i nove društvene dileme. Danas preko dve milijarde ljudi koristi Internet⁷⁰ što znači da, sa druge strane, postoji još bar duplo više ljudi koji nisu njegovi korisnici već su žrtve takozvane digitalne podele.⁷¹ S jedne strane, insistira se na tome da upotreba Interneta postane univerzalno pravo za sve ali se, sa druge strane, države i korporacije nadmeću za njegovu kontrolu i ekonomsku dobit koja iz ove kontrole proističe. Iako društveni prostor Interneta još uvek krase ona sloboda i nesputanost koju su mu rani korisnici udahnuili, iz ove pozicije je veoma teško predvideti u kom će se pravcu regulisanje Interneta kretati. Sve su

68 Sa pojavom Majkrosofta (Microsoft) to se iz "razumljivih" razloga menja time što se operativni sistem Windows zatvara za bilo kakve legalne intervencije spolja. Međutim, i dalje postoje operativni sistemi poput Linuksa koji se zasnivaju na arhitekturi otvorenog koda.

69 Šeril Terkl u više svojih studija piše o ranim hakerima među studentima na MIT. Za ove mlade ljude upotreba računara nije bila samo neka vrsta obaveze već i način života koji ih je u potpunosti određivao (Turkle, 2005:183-218). Za više detalja o hakerima i njihovoj etici pogledati zanimljivu studiju Peke Himanena „Hakerska etika“ (Himanen, 2001).

70 Procena broja korisnika Interneta data je prema nalazu „Međunarodne telekomunikacione unije“ (ITU): web adresi: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/facts/2011/material/ICTFactsFigures2011.pdf>

71 Za više detalja o oceni i načinu merenja digitalne podele pogledati u Petrović i dr, 2011.

glasniji oni koji smatraju da je ovakav Internet štetan i da ga treba podvrgnuti državnoj ili nekakvoj drugoj kontroli ali smo sigurni da će, kakvi god planovi moćnika bili, malo ko moći da kontroliše bezbrojne komunikacione kanale u mreži zvanoj Internet.⁷²

Sumirajući dosadašnju raspravu možemo konstatovati da razvoj interpersonalnih medija ide u pravcu sve veće personalizacije, dosegljivosti i permanentnosti komunikacionog procesa. Kao što smo pokazali, telegraf nije imao značajniju ulogu u uspostavljanju i održavanju interpersonalnih odnosa, pre svega zbog toga što njegova upotreba nije bila personalizovana, odnosno dostupna u domaćinstvima, niti je bila generalno priuštiva širim društvenim slojevima. Telefon, s druge strane, posebno nakon širenja njegove upotrebe u drugoj polovini XX veka, uspostavlja se kao najznačajniji interpersonalni medij i postaje nezamenljiv za održavanje jakih društvenih veza, ali nema značajniju primenu u sferi uspostavljanja novih društvenih odnosa. Takođe, njegova „dosegljivost“ je u dobroj meri ograničena cenom telefonskih razgovora, posebno u međunarodnom saobraćaju, pa se on nije mogao često koristiti za održavanje odnosa između osoba koje su geografski veoma udaljene. Iako je upotreba telefona u velikoj meri doprinela osećaju povezanosti, tek su savremene IKT načinile revoluciju stvarajući uslove za permanentnu povezanost ili ono što Likop i Smoreda (Licoppe i Smoreda, 2005:321) nazivaju *konektovano prisustvo*. Sa izumom mobilnog telefona, upotreba interpersonalnih medija postaje, u pravom smislu te reči, personalna budući da ova sprava nije vezana za mesto boravka već isključivo za

72 Kina je jedna od zemalja koja prednjači u Internet cenzuri sa preko 1 milion blokiranih članaka na Internetu svakoga dana. Ova praksa započeta je još 2003. godine kada je kinesko ministarstvo javne bezbednosti započelo „Projekat zlatnog štita“ čiji je cilj bio da se upotreba Interneta stavi pod kontrolu i spreči nekontrolisano širenje informacija putem njega. https://www.gplus.com/_Media/SocialMediaRevolution-L_3073.png . Takođe, dok ovo pišemo u Americi i Evropi sve vodi velika borba oko usvajanja antipiratskih zakona pod nazivom SOPA (Stop Online Piracy Act u SAD) i ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement u EU). Suština oba ova predložena zakona jeste zaštita intelektualne svojine ali mnogi izražavaju otpor usvajanju ovih zakona smatrajući da će time biti otvoren put ka cenzuri Interneta. Sadržaj predloženih zakona može se pogledati na sledećim web adresama. SOPA - <http://thomas.loc.gov/cgi-bin/query/z?c112:H.R.3261;> ACTA - http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/assets/pdfs/acta-crc_apr15-2011_eng.pdf

njegovog korisnika. Mobilni telefon je učinio da personalne mreže kroz telefonske adresare budu pohranjene na jednom mestu i praktično na jedan klik daleko. Sa druge strane, tekstualne poruke (SMS) doprinele su osećaju permanentne konektovanosti sa članovima personalne mreže. Iako su razgovori putem mobilnog telefona još uvek, za većinu njegovih korisnika, skupi, njegova upotreba se nezadrživo širi prevazilazeći digitalnu poddelu inače karakterističnu za upotrebu IKT. Kroz dosadašnju diskusiju mi smo samo nagovestili razloge ovakve popularnosti mobilnih telefona, ali je za ocenu društvenih posledica njegove upotrebe potrebno mnogo više prostora od onoga koji smo mi bili u mogućnosti da im na ovom mestu posvetimo.

2.2 Ka novom obrascu društvenosti-od grupa ka mrežama

Da bi pokazali zašto informaciono-komunikacione tehnologije igraju tako važnu ulogu u životu savremenog čoveka važno je da razumemo na koji način su se, kroz proces modernizacije, transformisali društveni odnosi.⁷³ Držimo, da se kroz transformaciju društvenosti tokom XX veka, koja je proizvod različitih strukturalnih faktora, priroda međuljudskih odnosa značajno izmenila izmeštajući

73 Modernizacija je jedan od ključnih pojmova za razumevanje društvene promene i razvoja. Gidens pod modernošću podrazumeva: "...oblike društvenog života ili organizacije koji su se pojavili u Evropi od, otprilike, sedamnaestog veka nadalje i čiji se uticaj od tada širio, manje ili više, po čitavom svetu" (Gidens, 1998a:13). Bauman početak modernizacije ne smešta u određeni vremenski period ističući da: „Modernizacija počinje kada su prostor i vreme odvojeni od načina života i jedno od drugoga i tako postali podložni da budu shvaćeni kao udaljene i uzajamno nezavisne kategorije strategija i akcije, kada prestaju da budu, kao što su dugo vremena bili, pomešani i jedva razlikovani aspekti životnog iskustva, zaključani u stabilnu i naizgled nenarušivu jedan-na-jedan korespondenciju (Bauman, 2000:8-9). Martineli modernizaciju razume kroz pojam moderne u značenju koje je ovaj pojam stekao u osamnaestom veku i definiše je kao: „...skup procesa promjena širokog opsega putem kojih određeno društvo nastoji da stekne ekonomska, politička, društvena i kulturna obilježja koja se smatraju svojstvena modernoj“ (Martineli, 2010:13). Od domaćih autora pomenućemo Karela Turzu, koji modernost definiše kao «široki idejni i praktični projekat, nastao u severnoitalijanskim renesansnim gradovima, čiji su glavni atributi – tržišna privreda, privatno vlasništvo, racionalnost i individualizam - opšta i dugo trajuća forma (i ontološki uslov njegovog postojanja), unutar koje se vrši permanentna heterogenizacija/diferencijacija delanja i, konsekvntno tome, permanentna transformacija njegovih specifičnih istorijskih varijeteta. (Turza, 1998:31).

se iz neposredovanog u posredovani model društvenosti. Savremene transportne i telekomunikacione tehnologije igraju jednu od ključnih uloga u posredizaciji društvenih odnosa, odnosno njihovom izdizanju iz lokalnih konteksta društvene interakcije i nadlokalnom restrukturiranju. Mi time ne tvrdimo, kao što smo više puta naglasili, da su ove tehnologije uzroci transformacije društvenosti tokom XX veka ali su one svakako nerazdvojni pratilac i dodatni stimulans ovog procesa. Kao što će se videti u nastavku upravo su transportne i telekomunikacione tehnologije učinile da dođe do fenomena sažimanja, neki će reći i ukidanja, vremena i prostora što je imalo najmanje dvostruku posledicu na društvene odnose. U prvoj fazi, rane modernizacije, ove tehnologije čine da se društveni odnosi izmeste iz lokalnog konteksta društvenosti čime dolazi do njihovog neizbežnog narušavanja a često i kidanja. Međutim, odmicanjem procesa modernizacije i usavršavanjem, pojedinitvenjem i omasovljenjem njihove upotrebe ove tehnologije sve više služe i da se pokidane veze globalno rekonstituišu, ali ne samo za to. Sa razvojem novih informaciono-komunikacionih tehnologija, pre svega Interneta, pojedinci su u mogućnosti da uspostave sasvim nove veze, da se kreiraju nove mreže ili nadopune stare. Čini se da je ova funkcija Interneta posebno važna u doba kada i to je jedna od osnovnih teza većine savremenih sociologa, su tradicionalne forme sigurnosti i društvenosti (država, nacija, klasa, zajednica, porodica) ozbiljno narušene (Gidens 1992, 1998; Bauman 1994, 2000, 2009; Wellman 2001; Bek 2001; Beck and Beck-Gernsheim 2002; Castells 2002). Dokaz da su narušene leži u nespornoj činjenici da se transformišu, bilo da se prevazilaze zamenjujući novima ili, nasuprot ovome, bilo da se pokušavaju ojačati u otporu prema novome. U svetu u kome je malo šta izvesno stiče se utisak da su ljudi, napuštajući ili bivajući lišeni starih izvora sigurnosti, sve više prepušteni sami sebi. Osnovna teza od koje ovde polazimo je da kroz prvu i drugu fazu modernizacije⁷⁴ društava nastaje novi tip društvenih

74 Nasuprot mišljenjima postmodernista, koji uproščeno rečeno, smatraju da je modernizacija iscrpela svoje osnove te da društva prelaze u novu fazu - postmoderne, savremeni sociolozi su uglavnom drugačijeg mišljenja. Po Beku mi smo svedoci jednog sloma unutar moderne, koja se oslobađa kontura industrijskog društva. Kao što je modernizacija ukinula staleški okoštalo agrarno društvo u XIX veku, tako modernizacija ulazeći u refleksivnu fazu briše konture industrijskog društva, a moderna nastavlja da živi kroz jednu drugu društvenu formu (Bek, 2001:19). Gidens je sličnog mišljenja smatrajući da «mi ne ulazimo sada u period

odnosa koji su sve više centrirani na pojedinca zbog čega dolazi do sve individualizovanijih formi društvenog života. Međutim, ova centralizacija nije proizvod emancipacije ili slobodnog izbora najvećeg broja ljudi već je pre neumitna sudbina kojoj se sve teže može umaći. Još pre četvrt veka Leš (Lasch, 1986) je na sledeći način opisao društvo sa kraja sedamdesetih godina XX veka:

„Danas gotovo svi žive u opasnom svetu iz koga ima malo izlaza. Terorizam, zločini, nasilje, nezaposlenost koja pogađa sve šire slojeve, opšta atmosfera nesigurnosti propagirana kroz medije. Čini se da današnja kriza stvara novu i s njom nepovezanu krizu sutra, pojačavajući osećaj istorijskog prekida-osećaj da se živi u svetu u kome prošlost ne vodi ka sadašnjosti i u kojem je budućnost postala posve nepredvidljivom“ (Lasch, 1986:77).

Danas se gotovo ništa nije promenilo u odnosu na Lešovu mračnu sliku sveta, a možemo dodati i na nešto kasniju Bekovu ili Baumanovu viziju, osim što su se društveni rizici pa samim tim i opšti osećaj nesigurnost još više radikalizovali. To dovodi do toga, kako Bek kaže, da pojedinac pod pretnjom kazne permanentne zapostavljenosti mora da nauči da sebe shvata kao centar delanja, odnosno da za potrebe vlastitog preživljavanja mora da stvori jednu egocentričnu sliku sveta, koja odnos Ja i društva okreće naglavačke, promišlja ga i čini manipulativnim za potrebe individualnog oblikovanja životne biografije. (Bek, 2001:231) Ovaj vid transformacije društvenosti će Bauman nazvati «opštom privatizacijom života», života koji ima mnoge radosti (sloboda izbora, mogućnost isprobavanja različitih načina života, mogućnost da se izgradimo u odnosu na samoga sebe) ali isto tako ima mnoge nesreće (usamljenost i neizlečiva nesigurnost u izbore koji su načinjeni i koji tek treba da budu načinjeni samo su prvi na nepreglednoj listi - Bauman, 1994:23).

U cilju razumevanja ovih procesa, a u skladu sa onim što je rečeno u uvodnom delu ovog poglavlja, u nastavku ćemo prvo, na makro nivou analizirati proces

postmodernosti već pre u period u kojem posledice modernosti postaju radikalnije i univerzalnije nego što su to bile ranije (Gidens, 1998a:15). Ovu novu fazu modernizacije Bauman naziva fluidnom (liquid) pod čime misli na: "...društvo u kome su uslovi pod kojim njegovi pripadnici deluju menjaju brže nego što je potrebno da se načini delovanja konsoliduju u navike i rutine" (Bauman, 2009:9). Turza ovu fazu razvoja moderne takođe ne vidi u postmodernističkom ključu, mada ne odričući postmodernistima pravo u određenim segmentima analize. On smatra da je njihov osnovni problem u tome što se bave pitanjima koja je modernost već stavila na dnevni red, te on ovu fazu modernizacije naziva modernost meta-društvenosti (Turza, 1998:11).

transformacije vremena i prostora i sve veću mobilnosti ljudi. Zatim ćemo, na mezo-nivou, pokazati kako se shvatanje zajednice, kao jedne od osnovnih institucija društvenosti, menjalo tokom XX veka. Na kraju, u poslednjem delu ovog poglavlja, spuštamo se na mikro nivo uspostavljanja i održavanja sve više individualizovanih društvenih odnosa.

2.2.1 Transformacija vremena i prostora-od fizičkog ka virtuelnom

Kada je Majkl Finkel (Michael Finkel), novinar časopisa „Nacionalna geografija“ (National Geographic) krenuo da istraži izolovano afričko pleme *Hadze*, bio je veoma skeptičan spram izvesnosti dogovora koji je preko posrednika napravio tri nedelje ranije, da će ga na ivici šume, kod određenog drveta, čekati jedan od pripadnika tog plemena. Stigavši na dogovoreno mesto bio je nemalo iznenađen kada je video da ga na dogovorenom mestu zaista čeka jedan Hadza. Kada je upitao mladog urođenika da li ga je dugo čekao ovaj mu je ravnodušno odgovorio: „Ne, ...svega nekoliko dana“ (Finkel, 2009:50). Verovatno da bi sličnu dozu zbunjenosti, poput one koja je obuzela Finkela, osećao i mladi Hadza da je ljubazno upitao novinara koliko je dug put prešao da bi se sa njim našao a da mu je ovaj ravnodušno odgovorio „ne predug, ...samo par hiljada kilometara“. Hadza, sve i da zna šta to označava jedan kilometar, teško da bi razumeo o čemu to ovaj čudni čovek govori.

Upravo u sve ređim susretima predmodernog i (post)modernog sveta najjasnije možemo videti snagu promena koje nas pogađaju. Nevolja je u tome što se ovi susreti sve ređe odigravaju budući da modernost ima tu nezgodnu narav da istiskuje predmodernost ostavljajući joj sve manje prostora, ponajpre u zabačenim delovima sveta. Dakako da ne mislimo da je ovaj proces ravnomeran ili podjednako slojevit za sve ljude sveta, ali mislimo da se pod modernizacijskim talasima percepcija prostora i vremena u savremenom društvu, za većinu njegovih stanovnika, nepovratno menja. Ove promene su, poput odrastanja rođenog deteta, „golom“ oku teško uočljive, ali ako se, kao što nas je Rajt Mils podučavao (Mils, 1998), koristeći sociološku imaginaciju izdignemo iznad vlastite perspektive, videćemo da se prostor ispod nas ogromnom brzinom sužava. Međutim, to neće

biti toliko posledica našeg snažno-imaginativnog uzleta, koliko posledica njegovog istinskog sažimanja pod našim nogama.

Iako su mnogi, oduševljeni razvojem informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT), skloni da transformaciju vremena i prostora posmatraju samo kao fenomen XXI veka, Stein je u pravu kada kaže da se ovaj proces mora posmatrati u istorijski „dubljoj“ perspektivi i to najmanje od kraja XVIII veka (Stein, 2006:245), ili kako kaže Eriksen, čitava istorija našeg vremena je istorija njegovog ubrzanja (Eriksen, 2003:75). Od izuma točka pa nadalje a posebno nakon novovekovnih izuma parobroda, železnice i telegrafa, kreće jedan nezaustavljiv proces sve bržeg savladavanja prostora, odnosno skraćivanja vremena koje je potrebno da bi se određena distanca savladala. Već sredinom XIX veka bilo je uobičajeno da se promene usled razvoja na polju komunikacija (telegrafa) i transporta (železnica) tumače u kategorijama poništavanja prostora i vremena. Za ljude tog vremena posebno je bila fascinantna munjevita brzina železnice, kojoj su neki smeli novinari toga doba predviđali vrtoglave brzine od 30 kilometara na sat (Eriksen, 2003:79). Ali ako je železnica učinila da se prostor i vreme sažmu, telegraf je učinio da oni u potpunosti nestanu. Mnogo godina pre Interneta, telegraf je omogućio da se poruka odvoji od neposrednog konteksta komunikacije i da gotovo trenutno stigne na svoje odredište. Nekada je to bio samo jedan mali signal u vidu tačkice, kasnije je to postalo slovo, pa zatim reč, danas su to slika i ton, simultano. Vrlo verovatno da će to u narednim godina i decenijama biti dodir, poljubac ili zagrljaj. Kako kaže Pol Virilio, videti ili čuti na daljinu je bila ideja audio-vizuelne perspektive, međutim nju sada istiskuje taktilna perspektiva. Dohvatiti na daljinu, osetiti na daljinu, to je nova perspektiva kojoj se teži. Namesto tele-komunikacija doći će težnja za tele- kontaktom (Virilio, 1995:1).

2.2.1.1 Društvene studije transformacije vremena i prostora

Kada je o društvenim naukama reč, fenomenom transformacije vremena i prostora prvi su se sistematski bavili društveni geografi (Giddens, 1984:111). Jedan od najpoznatijih je Donald Žanel (Janelle, 1968), koji je analizirajući dužinu putovanja od Londona do Edinburga, koje je 1776. godine trajalo četiri dana (kočijom) a u drugoj polovini XX veka oko 3 sata (avionom-uključujući transfer do

centra grada), zaključuje da su se , u proseku, za proteklih 190 godina Edinburg i London svake godine približavali jedno drugom za blizu pola sata (29.3 min; Janelle, 1968:5-6). Žanel je ovaj fenomen nazvao *konvergencija vreme-prostor*. Nešto kasnije, jedan drugi geograf ali i poznati društveni teoretičar Dejvid Harvi (Harvey, 2001:123) govori o sličnom fenomenu nazivajući ga *kompresija vreme-prostor*. Harvi smatra da je ovaj fenomen, koji se intenzivira 70-tih godina XX veka, posledica dva velika trenda. S jedne strane, uzročnik ubrzanja vremena jeste kapitalistički način proizvodnje i njegova nezajajljiva potreba za što bržom akumulacijom kapitala, dok je, sa druge strane, revolucija u transportu i IKT dovela do redukcije prostora. Iako se načelno možemo složiti sa Harvijevim pretpostavkama uzroka kompresije vreme-prostor ipak bi valjalo podsetiti da je i revolucija transporta i IKT takođe posledica kapitalističkog načina proizvodnje. Šta je drugo pokretač, recimo, revolucije u transportu ako ne potreba da se što veća količina robe, što brže i jeftinije prebaci sa jednog mesta na drugo, ili šta je jedan od uzročnika revolucije IKT nego potreba da se finansijski tokovi oslobode stega vremena i prostora.

Međutim, pored fenomena konvergencije i kompresije vremena i prostora geografi su uočili još jedan, pomalo drugačiji fenomen, koga Rodrig naziva *kolaps vreme-prostor*. Iako se ova ideja suštinski ne razlikuje od prethodno pomenutih, dakle svet se sve više smanjuje, ali samo do tačke kada se taj proces, makar kada je reč o transferu putnika i roba, zaustavlja. Rodrig podseća da je danas trajanje putovanja na mnogim linijama vazdušnog, železničkog, drumskog ili vodnog saobraćaja vremenski isto kao što je to bilo pre dvadeset ili čak i pedeset godina. Ono što se menja, jeste obim i cena transporta ili saobraćajna infrastruktura koja je sada daleko više usmerena da udovolji masovnosti dok sama brzina saobraćaja više nije u fokusu (Rodrigue, 1999:255-6).

Sličnog mišljenja su Larsen i Uri (Larsen and Urry, 2008) koji konstatuju da razdaljine nikada nisu značile tako malo ali i tako mnogo. Iako su mnogi, u futurističkom zanosu, skloni da proglase smrt prostora i vremena, Larsen i Uri ukazuju na to da se ovde, u stvari, radi o dvosmernom procesu. S jedne strane, ubrzavanjem transporta, a posebno prenosa poruka na daljinu, dolazi do smanjenja sveta budući da se prostor brže i lakše i jeftinije prevazilazi. Međutim,

kako se zahvaljujući ovim tehnologijama personalne mreže sve više globalno distribuiraju prostor koji treba savladati se praktično uvećava. Kompresija vreme-prostor omogućava da se održava veliki broj veza na daljinu uključujući i bliske veze ali zato postaje sve teže organizovati susrete uživo (Larsen and Urry, 2008:89). Dakle pored konvergencije, kada se sa globalne spustimo na lokanu razinu, pogotovo razinu velikih urbanih sredina, mi često postajemo svedoci suprotnog procesa, odnosno divergencije vremena i prostora.

Pomenuti Larsen i Uri, samo su deo velikog broja sociologa koji su se takođe bavili vremensko-prostornim transformacijama i konsekvencama ovog procesa na društvo u celini. Međutim, iako su se ovim fenomenom još 30-tih godina XX veka bavili Mamford, Sorokin i Merton (Mamford 1934; Sorokin and Merton, 1937), čini se da tek sa revolucijom IKT, tokom 80-tih i 90-tih godina, se pažnja savremenih sociologa u potpunosti usmerava na njihov značaj. Ovde svakako, pre svih, treba pomenuti Gidensa koji proces razdvajanja vremena i prostora tretira kao jedan od tri ključna činioca prelaska iz predmodernih u moderna društva (Gidens, 1998a:26).⁷⁵ Gidens je mišljenja da su izum mehaničkog sata i širenje njegove upotrebe (kraj XVIII veka u zapadnim društvima) imali ključan značaj za odvajanje vremena od prostora. Pre upotrebe sata, vreme i prostor su bili neraskidivo povezani i vezani za lokalni kontekst života i rada. Međutim, nakon izuma sata vreme se „prazni“ od svojih vidljivih sadržaja i postaje samo puka jedinica za organizaciju društvenog života ustanovljena naučnom konvencijom. Sa druge strane, dolazi do standardizovanja vremena njegovim unificiranjem i uređivanjem kroz vremenske zone, što sve zajedno dovodi do toga da se život više ne organizuje prema prirodnom ritmu već isključivo prema mehanički kreiranom vremenu.⁷⁶ Gidens ističe da je praznjenje vremena preduslov za praznjenje prostora koje u stvari predstavlja proces izmeštanja mesta iz prostora. U predmodernim društvima prostor i mesto se, za većinu ljudi, preklapaju budući da nad prostornom dimenzijom dominira prisutnost, odnosno najveći deo društvenih aktivnosti je lokalnog karaktera. Uspon modernosti sve više kida veze između

75 Druga dva su: iskorenjivanje društvenih sistema i reflektivno uređivanje i preuređivanje društvenih odnosa

76 Luis Mamford je mišljenja da je upravo sat a ne parna mašina tehnološki izum koji označava početak modernog industrijskog doba (Mamford, 1934:28).

mesta i prostora, podstičući, kako to kaže Kalhun (Calhoun, 1992), razvoj indirektnih društvenih odnosa. Mesto, po Gidensu postaje sve više *fantazmagorično*, jer lokalne događaje oblikuju uticaji koji su od njih veoma daleko. Razdvajanje vremena i prostora je po Gidensu, bitno za razumevanje dinamizma modernosti iz tri razloga: prvo, ono je osnovni preduslov za proces iskorenjivanja, odnosno izdizanja društvenih odnosa iz lokalnog konteksta; drugo, ono je uslov za razvoj, u Veberovoj tradiciji rečeno, racionalizovane organizacije i treće, vreme i prostor su rekonbinovani tako da čine istinski svetsko-istorijski okvir delovanja i iskustva (Gidens, 1998a:27-30). Slično Gidensu i Bauman (Bauman, 2000:8). smatra da je raskidanje veze između vremena i prostora kao i njihovo odvajanje od neposrednog konteksta življenja prelomni trenutak za otpočinjanje procesa modernizacije. U modernosti vreme ima istoriju koja počinje da teče od onog trenutka kada brzina kretanja kroz prostor postane stvar ljudske genijalnosti i mašte. Onog trenutka kada distanca savladana u jedinici vremena postane zavisna od tehnologije, što znači od veštačkih načina transporta, nasleđena ograničenja u brzini kretanja bivaju prekoračena. Nakon toga, kako kaže Bauman, samo nebo je granica a modernost postaje kontinuirana, nezaustavljiva i ubrzavajuća sila za dosezanje te granice.

Harvi (Harvey, 2001) smatra da važna posledica fenomena kompresije vreme-prostor nije samo u domenu našeg subjektivnog osećaja „malog sveta“, već i u domenu ukidanja koordinatnog sistema za formiranje našeg identiteta. Budući da su vreme u kome živimo, kao i prostor na kome odrastamo, bitni elementi u kreiranju našeg identiteta nastankom kompresije vreme-prostor dolazi do krize u njegovom formiranju (Harvey, 2001:124). Međutim, koliko se slažemo sa Gidensovom tezom o modernizaciji kao procesu izdizanja društvenih odnosa iz lokalnog konteksta, toliko se čini da bismo trebali biti oprezniji u pogledu sličnih tvrdnji kada se spustimo na nivo formiranja identiteta. Koliko god da ideja o tome da se identitet sve više formira prema nekim univerzalnim prostorno-vremenskim orijentirima deluje logično, ipak ovo shvatanje zahteva neku vrstu empirijske verifikacije. U protivnom, ono ostaje u domenu spekulacije, slične onoj da Internet doprinosi fluidnosti identiteta ili njegovoj fragmentaciji, što ubedljiva većina

empirijskih istraživanja nije uspela da potvrdi.⁷⁷ To da li identifikacija sa lokalnim kontekstom slabi otvoreno je pitanje. Mnogi događaji pokazuju da su na sceni u najmanju ruku kontradiktorni procesi jačanja globalnih ali i lokalnih uticaja.⁷⁸ Recimo, upravo nove IKT pomažu migrantima ili izbeglicama da prevaziđu prostorno vremensku barijeru i budu stalno u kontaktu sa svojim zemljacima (Hiller and Franz, 2004; Ye, 2006, Brekke, 2008; Stubbe 2010). Oni na Ju Tjubu (You Tube) slušaju domaću muziku, putem Skajpa telefoniraju rođacima, preko Fejsbuka (Facebook) razmenjuju slike, informacije, četuju, čitaju domaće novine, gledaju domaće filmove i serije, navijaju za domaće reprezentacije. U vreme kada ove tehnologije nisu bile dostupne, a imigrantske zajednice diversifikovane u prostoru, mogućnost očuvanja kulturnog i nacionalnog identiteta je bila bitno umanjena. Danas su nove IKT u funkciji suprotnog procesa od onog o kome govori Harvi. To naravno ne znači da one nisu i u funkciji stvaranja nad-lokalnih, kosmopolitskih identiteta ali to samo govori o tome da društveni procesi imaju svoje lice i naličje odnosno da nisu linearni i jednodimenzionalni.

Kastels (Castells, 2000) u svojim radovima takođe posvećuje veliku pažnju transformaciji vremena i prostora, uvodeći pojmove *prostor tokova* i *bezvremeno vreme*. Za Kastelsa je prostor materijalna podrška društvenih praksi koje dele zajedničko vreme. Kako se savremeno društvo sve više konstituiše oko tokova: kapitala, informacija, interakcije, onda mora doći i do temeljnog razdvajanja prostora mesta od prostora tokova. Mesto je prostor čiji su oblik, funkcija i značenje u njemu sadržani, unutar granica fizičkog kontigiviteta.⁷⁹ Za razliku od njega, prostor tokova je materijalna organizacija društvenih praksi koje se zbivaju istovremeno i deluju kroz tokove. Obični ljudi prostor poistovećuju sa mestom budući da je većina njihovih iskustava vezana za lokalizovani kontekst. Sa druge strane, Kastels ističe da je sa novim prostorom tokova neraskidivo povezana transformacija vremena. Pod uticajem IKT linearno, nepovratno, merljivo i

77 Za više detalja pogledati našu studiju gde smo se bavili ovim pitanjem kako kroz prikaz rezultata drugih istraživanja tako i kroz naše istraživanje (Petrović, 2008) .

78 Ovo više nego ubedljivo pokazuje Kastels u knjizi *Moć identiteta*, drugom delu svoje tromne studije *Informaciono doba* (Castells, 2002)

79 Kontigivitet se odnosi na to da prostor donosi prakse koje su istovremene

predvidljivo vreme biva uništeno u umreženom društvu, ono postaje bezvremeno. To znači da dolazi do sistemske pometnje u sledu pojava koje se odvijaju u datom kontekstu. Drugim rečima, umesto da postoji predvidljiv niz sekvenci koje se odvijaju u vremenskom intervalu sada dolazi do simultanosti sekvenci (transakcija kapitala u deliću sekunde, zamagljivanje životnog ciklusa, varijabilno radno vreme, virtuelna kultura, itd). Bezvremeno vreme pripada prostoru tokova, dok mehaničko vreme i društveno determinisan sled karakterišu prostor mesta, materijalno strukturirajući i destrukuirajući naša segmentirana društva. U našem društvu prostor oblikuje vreme i tako preokreće istorijski sled: tokovi podstiču bezvremeno vreme, mesta su ograničena vremenom. Prostor tokova rastače vreme brkanjem sleda događaja te ih čini istovremenim i tako postavlja društvo u večnu efemernost (Catells, 2000:437-491). Međutim, Virilio obrće ovaj uzročno-posledični niz smatrajući da je vreme krivac za uništenje prostora. On ističe da se savremeno društvo nalazi u vrlo dramatičnom trenutku naše istorije, kada realno vreme nadvladava prostor. Veliki izum XXI veka koji je u vezi za apsolutnom brzinom je izum perspektive realnog vremena koje istiskuje perspektivu realnog prostora. Mi danas živimo u vremenu bez kašnjenja a konačna posledica toga je sve veće smanjenje rastojanja koje će dovesti do toga da će rastojanje, odnosno prostor, u potpunosti nestati (Virilio, 1995). Ili kako kaže Bauman, ono što je važno je brzina a ne trajanje:

„Uz pravu brzinu, čovek može konzumirati čitavu večnost unutar kontinuirane sadašnjosti zemaljskog života“ (Bauman, 2009:16).

Dakle, sumirajući ono što je napred rečeno, nesporno je da svi autori slažu da se fizički prostor sve više sužava, pa čak i nestaje seleći se u virtuelne tokove sajber prostora. Savremene IKT su te koje dovršavaju ono što je još telegraf započeo u XIX veku. Realni, svima vidljivi i opipljivi prostor, kada govorimo o protoku ljudi i roba se zaista sužava, ali samo do jedne tačke. Izgleda da se danas nalazimo u fazi stagnacije ovog procesa. Kao što smo rekli, dužina putovanja se već nekoliko decenija bitno ne smanjuje a nisu retki slučajevi i da se povećava. To će zasigurno potvrditi stanovnik gotovo svake metropole ako ga zaustavite, dok se probija na posao u vreme jutarnjeg špica. Potvrdiće i oni svetski putnici, koji su se zarad *hab*

*and spoke*⁸⁰ organizacije vazdušnog saobraćaja morali odreći mnogih direktnih linija. Danas oni putuju duže nego pre ali zauzvrat putuju i daleko jeftinije. Dakle, ako ne dođe do nekog revolucionarnog pronalaska na polju transporta, recimo teleportovanja, fizički prostor će još dugo biti deo sveta koji nas okružuje. Međutim, ako izokrenemo našu perspektivu i premestimo se u virtuelne tokove, mi ćemo biti u pravu i ako ustvrdimo da se ovaj proces nastavio i da se definitivno približio svome kraju. Internet je označio kraj prostora ali samo za ograničen broj stvari. Međutim, ovaj popis stvari koje mogu putovati virtuelnim tokovima je svakim danom sve širi. Danas je to novac ali sutra to može biti roba u tradicionalnom smislu te reči.⁸¹ Danas je to slika ili reč, sutra to može biti miris, dodir pa čak i poljubac.⁸² Dakle, problem zagušenja realnog prostora će se sve više rešavati izmeštanjem onih aktivnosti, bilo da govorimo o ekonomiji ili interpersonalnim odnosima, koje je moguće izmestiti u virtuelni prostor Interneta. Kako bi Žanel rekao, više nije poenta u tome da se prostor sužava, poenta je u tome što se ljudska „rastegljivost“ neumitno povećava (Janelle, 1973:11).

80 *Hab and spoke* predstavlja takav sistem organizacije prevoza, posebno razvijen u oblasti vazdušnog saobraćaja, gde određena mesta igraju ulogu čvorišta za koja su vezani svi ostali, periferni, delovi mreže. Poznati aerodromi-habovi (čvorišta) su na primer: Londonski aerodrom Hitrou (Heatrow), Pariski aerodrom Šarl De Gol (Charles De Gaulle), Frankfurtski aerodrom, itd.

81 Ovdje se ne misli na softver i drugi vid nematerijalnih roba koja su već odavno predmet vanprostorne trgovine već se misli na fizički opipljivu robu. Već danas se u slobodnoj prodaji nalaze 3D štampači koji se mogu kupiti po ceni boljeg foto-kopir aparata ili po ceni laserskog štampača od pre dvadesetak godina. Dakle nije nerealno očekivati da će kroz proces omasovljenja proizvodnje, ovladavanja tehnologijom i materijalima ova naprava pojeftiniti u meri da će sebi moći da je priušti prosečno ili makar bolje stojeće domaćinstvo. Vrlo laički rečeno, 3D štampač jeste naprava koja iz specijalnog PVC praha, kojim se ova naprava, poput laserskog štampača tonerom, puni, može da napravi gotovo bilo koji predmet koji joj računar zada. Drugim rečima, ako iz tastature ispadne dugme i polomi se, uz pomoć 3D štampača može se „odštampati“ novo. To isto važi i za sve ostale plastične delove u domaćinstvu, na automobilu, u domenu igre ili zabave. Drugim rečima, nije nerealno očekivati da će već za deceniju ili dve biti moguće da se putem nekog sajta naruči neki od nedostajućih ili polomljenih plastičnih delova i da se kroz neko vreme taj deo podigne iz personalnog 3D štampača. Više od mogućnostima 3D štampača može se videti na sledećoj web adresi: <http://www.bbc.co.uk/news/technology-16503443>

82 Japanski naučnici iz tokijske laboratorije Kajimoto izumeli su napravu za daljinsko ljubljenje sa idejom da pomognu ljubavnicima koji održavaju svoje odnose na daljinu. Za više detalja pogledati sledeći web sajt: http://articles.cnn.com/2011-05-05/tech/computer.kiss.device_1_kiss-device-tongue?_s=PM:TECH

2.2.1.2 Mobilnost

Fenomen mobilnosti je neraskidivo vezan za naše shvatanje prostora i vremena i kao takav predstavlja jedan od konstitutivnih elemenata modernosti. Laš i Uri ističu da je moderno društvo zapravo društvo u konstantnom kretanju i da je mobilnost ključna za ideju modernosti (Lash and Urry, 1994:252). Ovu ideju razrađuje i Kesserling (Kesserling, 2008:81) koji ističe da se mogu navesti četiri argumenta da bi se pokazale strukturalne promene u mobilnosti i njihov uticaj na modernost. Prvo, mobilnost je opšti princip modernosti, budući da se moderan život ne može zamisliti bez kretanja, motilnosti i mobilnosti. Drugo, mobilnost treba razumeti kao nekonzistentan, kontradiktoran i ambivalentan princip modernosti. Treće, mobilnost treba analizirati u kontekstu prve i druge modernizacije, kao prelaz od direkcionog (linernog) ka ne-direkcionom (nelinearnom) konceptu mobilnosti. Četvrto, da bi se dali važni odgovori na pitanja mobilnosti treba imati u vidu tri perspektive: *perspektivu masa* koja se u kretanju fokusira na kvantitativne efekte linerane modernizacije mobilnosti; *subjektivnu perspektivu*, koja uzima pojedinca kao aktera u okviru ka subjektu orijentisanih politika mobilnosti; i *hibridnu perspektivu* motilnosti koja se odnosi na kompleksne relacije između aktera i struktura - ona se koncentriše na činjenicu da se pojedinci uvek kreću kroz, u velikoj meri, pred-strukturirane prostore i okruženja.

Mobilnost predstavlja kompleksan društveni fenomen kome se može prići iz različitih perspektiva.⁸³ U tradicionalnoj, pa i domaćoj sociologiji najzastupljenija je perspektiva društvene mobilnosti, odnosno *pokretljivosti* kroz društvenu strukturu. Druga perspektiva, koja je direktno vezana za savladavanje fizičkog prostora jeste perspektiva *kretanja*, odnosno prostorne mobilnosti. Međutim ove dve perspektive ne obuhvataju perspektivu *virtuelne mobilnosti* iako bi se obe, ali na različite načine mogle na nju odnositi. Recimo, društvena pokretljivost je virtuelna u odnosu na prostornu pokretljivost, budući da se kod nje pojedinac ne

⁸³ Engleska reč *mobilitas* upotrebljava se i za označavanje kretanja kroz društvenu strukturu kao i za kretanje kroz fizički ili virtuelni prostor. Mi ćemo ovaj pojam koristiti kao sinonim za kretanje, imajući u vidu savladavanje fizičkog prostora.

kreće fizički već simbolički.⁸⁴ Sa druge strane, može postojati prostorna mobilnost bez da jedna osoba fizički napusti mesto boravka.⁸⁵ Imajući u vidu ove poteškoće u definisanju koncepta mobilnosti, prihvat ćemo shvatanje Kanclera i saradnika (Canzler, et al., 2008:2-3) koji definišu mobilnost kao promenu stanja kroz tri osnovne dimenzije: kretanje, mreže i motilnost. Kretanje se striktno odnosi na geografsku dimenziju i podrazumeva kretanje u prostoru. Ovo ne isključuje kretanje poruke putem, recimo, telefona.⁸⁶ Mreže čine okvir za kretanje i kao takve se mogu podeliti na tehničke (transportne, telekomunikacione i slične infrastrukture) i društvene (grupe institucionalizovanih odnosa). Motilnost čini kapacitet aktera (mogućnosti, znanja, veštine) da se kreće kroz prostor i društvo.

Gledano u dubljoj perspektivi, možemo se složiti sa Ramlerom (Rammler, 2008) koji razlikuje dve faze u intenziviranju mobilnosti: kvantitativnu i kvalitativnu fazu. Kvantitativna faza je karakteristična za prelaz iz predmodernog u moderno društvo, dakle vezana je za ranu fazu modernizacije, dok je kvalitativna konstitutivni deo kasne faze modernizacija, koja se odvija od sredine XX veka na ovamo. Kvantitativna faza označava prelaz iz statičnih prostornih interakcija ka dinamičnim prostornim interakcijama. Ramler to objašnjava na sledeći način:

„Dok je u pred-modernim društvima, prostorna mobilnost bila povezivana sa nesigurnošću i opasnošću a društvena mobilnost bila očigledno izvan mašte, u modernosti, mobilnost oba tipa se postepeno pretvorila u opšte pravo proklamovano među jednakima“ (Rammler, 2008:61).

Sa druge strane, kvalitativna promena koja je usledila kasnije se ne ogleda toliko u promenama kvantitativnih parametara koliko u vremenskoj i prostornoj

84 Istini za volju, horizontalna društvena pokretljivost između ostalog obuhvata i prostorno kretanje, ali ovo je samo jedan od aspekata društvene pokretljivosti.

85 Tako recimo Kancler i saradnici (Canzler et al., 2008:2-3)ističu da mobilnost i kretanje ne označavaju nužno iste stvari budući da: se neko može kretati bez da bude mobilan-zato što kretanje u prostoru ne menja stanje aktera (recimo biznismen koji putuje ali odseda u istim hotelima); neko može biti mobilan bez da se kreće (recimo korisnici Interneta koji na taj način uspostavljaju nove društvene odnose); neko se može kretati i biti mobilan-ovde menja i prostorno okruženje i svoj društveni položaj.

86 U studiji Larsena i saradnika razlikuje se pet nezavisnih tipova kretanja: fizičko putovanje ljudi zbog posla, odmora, porodičnih obaveza, zadovoljstva, migracija i bekstva; fizičko kretanje objekta ka proizvođačima, potrošačima i dobavljačima; imaginativno putovanje-kroz uspomene, tekst, slike, tv, filmove; virtualno putovanje-putem Interneta u realnom vremenu; komunikaciono putovanje- osoba-do-osobe komunikacija putem, pisma, sms, tel. razglednica (Larsen, et al., 2006:47-48).

diferencijaciji u tokovima teretnog i putničkog saobraćaja, povećanoj heterogenosti i narastajućoj kompleksnosti transportnih obrazaca. U drugoj polovini XX veka izrazito raste nivo auto-mobilnosti u smislu potencijala za samo-usmereno kretanje kroz prostor.⁸⁷ Po Ramleru, postignuvši dominaciju, tehnički artefakt postaje centralni faktor društvenosti, što dovodi do toga da:

“...privatni automobil sada postaje od suštinske važnosti za društvenu integraciju pojedinaca u svakodnevnom životu, kako simbolički tako i praktički“ (Rammler, 2008:62).

Međutim, iako je Ramler u pravu da dolazi do kvalitativne promene u organizaciji i vrsti putovanja, svakako ne treba zanemariti delovanje kvantitativne dimenzije, budući da ona čini da sve veći broj ljudi bude mobilan. Primera radi, u 2010. godini bilo je 935 miliona legalnih međunarodnih turističkih dolazaka, što je skoro duplo više nego 1995 (528 miliona) i neuporedivo više u odnosu na 25 miliona dolazaka iz 1950 godine. Očekivanja su da će do 2020. broj putovanja narasti na čitavih 1.6 milijardi turističkih dolazaka.⁸⁸ Pored toga, putovanja i turizam su danas najveće industrije na svetu, donoseći 11.7% svetskog GDP-a, 8% svetskog izvoza i 8% zaposlenja (Larsen et al., 2006:49).

Svakako da je ova, nazovimo je, produžena kvantifikacija, odraz kvalitativne faze mobilnosti koja ne samo da nudi nove, jednostavnije ili jeftinije načine organizacije transporta, već čini da se društvene mreže rekonfiguriraju konektujući, diskonektujući i rekonektujući ih na kompleksan način. (Larsen et al., 2006:2). Po Ramleru, ako se modernizacija shvati kao strukturna diferencijacija onda saobraćaj služi kao sredstvo za prostornu integraciju društvene diferencijacije, ali i povratno, kao sredstvo sve veće diferencijacije, usložnjavajući transportne potrebe i mogućnosti (Rammler, 2008:67).⁸⁹

87 Pojam auto-mobilnost je dvoznačan, obuhvatajući kako čoveka kao biće koje kreira svoju autobiografiju, tako i objekte koji poseduju mogućnost kretanja i upravljanja putevima, auto-putevima, prugom. Ovde nije ključno vozilo kao takvo već sistem mnogobrojnih interkonekcija (Urry, 2005:26).

88 Za više detalja pogledati izveštaj Svetske turističke organizacije http://mkt.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_hq_fitur11_jk_1pp.pdf

89 O ulozi tehničkih sredstava u prostornoj i društvenoj diferencijaciji, koji za posledicu imaju društveno iskorenjivanje i reukorenjivanje, detaljnije ćemo govoriti u nastavku u ovog poglavlja.

Kao što je to slučaj i sa drugim sferama društvenog života u kasnoj fazi modernizacije i kada je reč o mobilnosti pojedinci su prinuđeni da se ponašaju sve reflektivnije, odnosno da sami budu menadžeri svoje prostorne mobilnosti. Povećana mobilnost ali i društveni rizici vode ka okolnostima u kojima su pojedinci prisiljeni da samostalno navigiraju i odlučuju u okolnostima sve nejasnijih situacija začinjanih kontradikcijama i obskurnošću (Kesselring, 2008:78). Za razliku od perioda od pre samo nekoliko decenija, kada je broj alternativa bio daleko suženiji, danas je pojedinac u mogućnosti da potpuno samostalno organizuje sopstveno putovanje. To svakako zahteva određene veštine i iskustvo ali za posledicu ima prostorno nikada slobodnijeg pojedinca. Međutim, ova sloboda je svakako društveno ograničena različitim faktorima i nikako je ne bi trebalo uzimati zdravo za gotovo. Ona je, pre svega, fizičko-geografski ograničena područjima u koje i iz kojih nije moguće oputovati. Ona je administrativno ograničena različitim nivoima slobode prilikom ulaska ili izlaska iz određene zemlje. Ona je tehnološki ograničena kroz raspoloživost različitih manje ili više tehnički unapređenih i razvijenijih prevoznih sredstava. Ona je ekonomski dvojako ograničena. S jedne strane, ograničena je isplativošću ili neisplativošću pojedinih transportnih ruta, dok je sa druge strane ograničena standardom građana, odnosno finansijskim mogućnostima različitih društvenih slojeva. I na kraju, ona je kulturno ograničena različitim nivoom otvorenosti ili zatvorenosti pojedinih društava ili društvenih grupa.

2.2.2 Transformacija zajednice-od zajednice ka personalnim mrežama

Kada bi postojalo neko sociološko takmičenje u broju definicija vezanih za određeni pojam fenomen „zajednice“ bi svakako bio u samom vrhu.⁹⁰ Po rečima socijalnog antropologa Koena (Cohen, 1985:11):

„Zajednica je jedna od onih reči, kao što su „kultura, „mit“, „ritual“, „simbol“, kojima se rukuje u običnom, svakodnevnom govoru, naizgled vrlo razumljivih

90 Još pre više od pola veka Džordž Hilari (Georg Hilary) je pobrojao 94 definicije zajednice. Vršeći analizu sadržaja ovih definicija, Hilari zaključuje da je samo jedan element manje više zajednički za sve definicije, a to je da se zajednice tiču ljudi. Ostali elementi, mada ne zajednički za sve definicije, mogu se svesti na – lokalitet, zajedničke veze i društvenu interakciju (Hilary, 1955: 22-3)

govorniku i slušaocu, ali koje, kada se uvedu u diskurs društvene nauke, u svakom slučaju izazivaju mnogobrojne teškoće“.

To naravno i ne treba da čudi budući da se ovaj pojam odnosi na pojedince i veze koje oni međusobno uspostavljaju, dakle na samu srž ljudskoga društva i društvenosti. Pored toga, upravo se preko „leđa“ zajednice, kako god da je vidimo, prelamaju sve one društvene transformacije koje se odvijaju na globalnom nivou. Ako se tome pridoda čest slučaj da se zajednica i potreba za njenim očuvanjem izdiže na nivo političke platforme ili različitih mera socijalne politike, onda postaje jasnije otkuda toliki interes ali i različita poimanja zajednice. Najnoviji povod za aktuelizovanje pomalo zaboravljene diskusije o zajednici jeste revolucija informaciono-komunikacionih tehnologija a pre svega silovit prodor Interneta u svakodnevni život ljudi. Zahvaljujući Internetu svedoci smo bujanja nesagledivog broja takozvanih virtuelnih zajednica a da još uvek nismo sigurni šta je to zapravo zajednica i može li se ona uopšte jednoznačno odrediti.

Analizi razumevanja zajednice ovde ćemo prići iz pozicije transformacije društvenosti u periodu modernizacije društava a ne sa pretenzijom da sagledamo sva moguća poimanja zajednica. Pre svega, želja nam je da ukažemo na to da se zajednica kao društvena ustanova transformiše poput drugih društvenih ustanova. Kao što smo više puta ustvrdili, ukoliko se društvene ustanove ne posmatraju dinamički onda bi stalno govorili o umiranju jednih i nastanku novih. Ovako, uzimajući dinamičku perspektivu mi možemo jednu pojavu sagledati u kontinuitetu i analizirati kako i zašto se ona menjala kroz vreme.

2.2.2.1 Dihotomija zajednica vs. društvo

Nastanak i razvoj sociološkog interesovanja za zajednicu seže praktično do vremena kada se sociologija konstituisala kao nauka, dakle duboko u XIX vek. Razvoj nauke o društvu bio je upravo posledica velikih društvenih promena koje su od kraja XVIII veka, prvo u zapadnoj Evropi i Americi a potom i u ostalim delovima sveta učinile da se različite društvene institucije i ustanove te oko njih izgrađeni obrasci društvenosti iz korena promene. Modernizacijski procesi a pre svega industrijalizacija i urbanizacija su doveli do nastanka novih formi su-života velikog broja ljudi na ograničenom prostoru, kao i do postepenog opadanja tradicionalnih

obrazaca udruživanja i društvenosti. Zbog toga i ne čudi što je razvoj velikih industrijskih gradova i njima prilagođenih novih obrazaca (anti)društvenosti, pobudio veliko interesovanje ranih sociologa. Kao što ćemo u nastavku videti, u ranoj fazi proučavanja zajednice dominira pesimistička slika o njenom opadanju i nestajanju, te bujanju različitih društveno-patoloških stanja koja se percipiraju kao nerazdvojni i neizbežni pratioci života u velikim gradovima, poput društvene anomalije, alijenacije, egoizma, depersonalizacije.⁹¹

Nezaobilazna tačka, od koje obično počinje svaka sociološka rasprava o prirodi i sudbini zajednice, jesu shvatanja nemačkog sociologa Ferdinanda Tenisa (Tönnies, 1887) oličena u njegovoj čuvenoj podeli na dva osnovna tipa društvene organizacije *Gemeinschaft* (zajednicu) i *Gesellschaft* (društvo). Tennis se pre svega interesuje za međuljudsku interakciju i to posebno onu koja je bazirana na pozitivnim efektima. On smatra da odnosi i društvene veze koje iz ovih interakcija proizilaze mogu biti začete ili kroz pravi organski život, što je suština *Gemeinschaft-a* ili kao čisto mehanička konstrukcija, dakle, kao proizvod *Gesellschaft-a* (Tönnies 1887:17). Sve vrste društvene ko-egzistencije koje su porodične, ugodne i ekskluzivne treba razumeti kao osobenost *Gemeinschaft-a*, dok se sa druge strane, *Gesellschaft* odnosi na život u javnoj sferi, odnosno u spoljašnjem svetu. U *Gemeinschaft-u* mi smo od trenutka kada se rodimo ujedinjeni sa našim ljudima u dobru i u zlu, dok kada idemo u *Gesellschaft* idemo u spoljni, dakle, strani svet (Tönnies, 1887:18).

Ovde je važno istaći da Tennis daje idealno-tipsku sliku ova dva modela društvene organizacije i da njih ne treba mehanički poistovećivati sa realnim oblicima njihovog ispoljavanja (Day, 2006:5). Zbog toga su njihove karakteristike prenaplašene i u jasnoj suprotnosti jedne prema drugoj. Pa tako, Tennis nostalgично opisuje *Gemeinschaft* kao inkluzivnu za sve ljude, kao totalno jedinstvo ljudskih volja koje opstaju i kada se ljudi iz zajednice razdvoje. *Zajednica po krvi*, bazirana

91 Pušić ističe da «gotovo celokupna sociološka tradicija se u pogledu oblika i funkcionisanja gradske zajednice zasniva na stereotipnoj predstavi o tome kako je velegradska zajednica izgubila ili pak ne poseduje mnoge kvalitativne pretpostavke zajednice koja postoji u malom gradu» (Pušić,1997:227). Ovakva romantizovana vizija predindustrijske zajednice, sasvim paradoksalno, ponovo oživljava sa pojavom Interneta, te novih oblika udruživanja posredovanih ovim medijom, čime ćemo se detaljno baviti u narednim poglavljima.

na osnovnoj jedinici egzistencije, vremenom se razvija u *zajednicu po mestu*, što se pre svega izražava životom na fizički maloj udaljenosti jednih od drugih. Ona zatim postaje *zajednica duha*, koja u sadejstvu sa prva dva elementa tvori ono što čini istinsku zajednicu ljudi u svojoj najvišoj formi (Tönnies, 1887:18-28).

Kada je reč o *Gesellschaft-u* tu se radi o ljudima koji žive zajedno jedni kraj drugih, ali u ovom slučaju bez suštinskog jedinstva-naprotiv, u ovom slučaju su oni suštinski razdvojeni. Kao rezultat toga, u *Gesellschaft* nema aktivnosti koja je proizvod apriornog i predeterminisanog jedinstva. Tu se ne dešava ništa što je važnije za širu grupu nego za pojedinca samog po sebi. Naprotiv, svako se bori za sebe i živi u konstantnoj napetosti prema svim drugima. Osnovni princip funkcionisanja je recipročna razmena i niko nije spreman ništa da uradi za drugog van tog principa (Tönnies, 1887:52).

Nekoliko godina posle Tenisa i Dirkem (Durkheim) iznosi sličnu podelu na dva tipa društva, što je izazvalo i određene sumnje u originalnost njegovih ideja (Ranković, 26:1962). Bilo kako bilo, čuvena je njegova podela na društva *mehaničke* i društva *organske* solidarnosti. Ovde se u stvari radi o dva tipa društvene integracije, jednom, mehaničkom, koji pojedinca vezuje za društvo neposredno i drugog, organskog koji pojedinca vezuje za društvo kroz složene procese podele rada. Suštinska razlika između ova dva tipa društvene organizacije ogleda se u stepenu individualizacije pojedinca. Što je ovaj stepen manji to su odnosi bliži mehaničkom tipu solidarnosti i što je ovaj stepen veći to je veća snaga organskog tipa solidarnosti ili Dirkemovim rečima:

„Solidarnost koja proističe iz sličnosti dostiže svoj vrhunac kada kolektivna svest tačno pokriva celu našu svest i u svakoj tački se poklapa sa njom: ali, u tome trenutku naša individualnost ne postoji.... druga (organska solidarnost - prim D.P.) je moguća jedino ako svako ima sopstveno polje delatnosti, dakle ako ima ličnost“ (Dirkem, 1893:160).

Međutim Dirkemovo poimanje individualizacije je daleko afirmativnije u odnosu na Tenisovo. Dirkem smatra da podela rada vodi ka većoj specijalizaciji koja opet vodi ka većoj slobodi i kreativnosti pojedinca:

„...jaram koji nosimo je na drugi način manje težak nego kad nas celo društvo pritisne svojom težinom i ostavlja više mesta slobodnoj igri naše preduzimljivosti“ (Dirkem, 1893:161).

Međutim, nema svaka podela rada nužno pozitivne posledice na društvo, odnosno ne javlja se uvek solidarnost njegovih članova već se, naprotiv, može proizvesti sasvim suprotno stanje, koje Dirkem naziva stanjem anomije (Dirkem, 1893:357-9).

Još jedan savremenik Tenisa i Dirkema, nemački sociolog Georg Zimel (George Simmel) je nezaobilazno ime ukoliko se pravi prikaz klasičnih teorija koje se bave transformacijom društvenosti na prelazu iz predmodernih u moderna društva. Zimel (1988) se posebno interesuje za fenomen velikih gradova i međuljudske odnose koji se u njima uspostavljaju. U poznatom eseju iz 1903. godine «*Veliki gradovi i duhovni život*» zapaža da se u velikim gradovima izdiže jedan poseban vid individualnosti čiju psihološku osnovu čini *intenziviranje nervnog života*, koje nastaje kao posledica brze i neprekidne razmene spoljnih i unutrašnjih utisaka. Budući da ljudi ne mogu emotivno da se nose sa ogromnom količinom novih društvenih odnosa oni razvijaju različite odbrambene strategije od kojih je, po Zimelu, najkarakterističnija *blaziranost*. Zimel je svojevrsni preteča ideje o refleksivnosti društvenog života budući da tvrdi da u velikom gradu dominira «intelektualistički karakter društvenog života». Osnovni interakcioni filter nisu više osećanja, što je bila karakteristika zajednica, već razum kao nejneosetljiviji psihički organ i kao takav najudaljeniji od dubina ličnosti (Zimel, 1988:104).⁹²

U poznatom tekstu „The Web of Group-Affiliations“⁹³ Zimel se bavi transformacijom društvenih odnosa iz predindustrijskih društava u odnose koji se grade u modernim društvima. Najjednostavnije bi ovaj proces mogli opisati kao postupno razdvajanje društvenih krugova u kojima se odvija društvena

92 Ideja refleksivnosti i racionalnosti kao osnovnog elementa društvenih odnosa u modernom društvu, posebno manifestovana kroz tržišne odnose i funkciju novca, uticale su i na savremene sociologe, poput Gidensa.

93 Nismo prevodili naslov ovog teksta budući da on već predstavlja unekoliko izmenjeni prevod sa nemačkog originalnog naslova “Die Kreuzung sozialer Kreise”. U bukvalnom prevodu to bi značilo “ukrštanje društvenih krugova” ali je autor prevoda, smatrajući da ovakav naslov nema previše smisla kada se prevede na engleski, odlučio da stavi naslov pod kojim je ovaj tekst široko poznat u sociološkim krugovima.

interakcija.⁹⁴ U predmodernim društvima praktično su se različiti društveni krugovi preklapali da bi se kroz proces modernizacije ovi krugovi počeli razdvajati do tačke samo letimičnog preklapanja. U skladu sa tim, kako se društvo razvija svaki pojedinac uspostavlja sve više veza sa osobama koje žive van njegovog primarnog društvenog kruga ali koje su mu bliske po pitanju različitih interesa, talenata, aktivnosti (Simmel, 1922:128). Interakcija u ovim društvenim krugovima ne zahteva poznavanje kompletne ličnosti već je ograničeno samo na one aspekte koji doprinose ostvarivanju interesa tog kruga.⁹⁵ Zimel to ovako obrazlaže:

„Sve veća objektivizacija naše kulture, koja se bazira na sve većem broju impersonalnih elemenata i sve manjem apsorbovanju subjektivnog totaliteta pojedinca, takođe utiče na sociološke strukture. Zbog toga, krugovi u koje je raniji čovek ulazio u svom totalitetu i individualnosti i koji su, zbog toga, zahtevali recipročno poznavanje daleko iznad trenutnog, objektivnog sadržaja odnosa –ovi krugovi se sada baziraju isključivo na tom objektivnom sadržaju, koji je valjano proizveden iz celog odnosa“ (Simmel, 1950:318).

Ovakve asocijacije su daleko slobodnije od onih koje su date zato što ih pojedinac dobrovoljno bira pa može iz njih po želji i istupiti. Osnov formiranja primarnih grupa je organske prirode dok je osnov formiranja interesnih grupa racionalne prirode. Zimel zapaža da u što više grupa pojedinac ulazi on više predaje svoju slobodu i individualnost. Ali takodje, sa brojem društvenih krugova raste njegova posebnost budući da se smanjuje šansa da je i neki drugi pojedinac član istih ovih krugova.⁹⁶ Zimel smatra da pojedinac napuštajući svoju poziciju u okviru jedne primarne grupe on zauzima drugu poziciju na mestu gde se mnogi društveni krugovi presecaju. Međutim, zbog toga se pojedinac sreće sa novim problemima. Namesto nekadašnje sigurnosti i izvesnosti sada se pojedinac nalazi u situaciji nesigurnosti i neizvesnosti. I mada ovo može imati negativne posledice po

94 Zimel je i svojevrsni preteča interakcionizma budući da kod njega društvena interakcija figurira kao temeljna sociološka kategorija koja ima četiri osnovna vida: takmičenje, sukob, prilagođavanje i asimilacija. (Vujović, 1988:19).

95 U originalnom tekstu na nemačkom jeziku Zimel koristi termin *krug* ali u prevodu na engleski kao sinonim koristi se i termin *grupa*. Zbog naglašavanja formalističkih elementa u Zimelovoj sociologiji mi smo se odlučili za upotrebu originalnog pojma društvenih krugova.

96 Ovo shvatanje predstavlja i svojevrsan zametak teorije društvenog kapitala

ličnost pojedinca (šizofreni karakter) isto tako može poslužiti i kao sredstvo integracije i jačanja ličnosti (Simmel, 1922:141).⁹⁷

Zimel je aktuelan i kada je reč o promeni prirode prijateljskih odnosa, budući da pored interesnih grupa, kao i totalnih odnosa, identifikuje i odnose koji se mogu označiti kao „poznanstva“. Međusobna poznanstva, ističe Zimel, ni u kom slučaju ne znače istinsko poznavanje ili znanje o onom drugom budući da ona nisu bazirana na stvarnom pogledu u nečiju individualnu prirodu ili ličnost. Poznanstvo je u stvari neka vrsta modernog derivata nekadašnjeg prijateljstva koje je, za Zimela, predstavljalo totalni odnos. Međutim, takav odnos postaje sve teže ostvariti u savremenom društvu, budući da se ljudi sve teže u potpunosti otkrivaju. Osim toga, ličnosti su u modernom društvu toliko jedinstveno individualizovane da je nemoguće pronaći dve osobe koje se u potpunosti recipročne. Zbog toga, u savremenom društvu se sve više razvijaju diferencirana prijateljstva koja pokrivaju samo jednu stranu ličnosti bez zalaženja u njene druge aspekte. Pa se tako pojavljuju posebne vrste prijateljstva bazirane na privlačnosti, na intelektualnoj bliskosti, na religioznim interesovanjima ili na zajedničkim iskustvima. Ipak ova diferenciranost za Zimela ne znači da ova prijateljstva nemaju dubinu i snagu nekadašnjih, već da je samo princip njihovog formiranja drugačiji:

„Ali odnos koji je ograničen i okružen diskrecijom, može ipak izvirati iz centra nečije ličnosti. Može ipak dosegnuti do pravih korena ličnosti iako se hrani samo delovima ličnosti“ (Simmel, 1950:326).

Ideje Tenisa, Dirkema i Zimela posebno su inspirisale predstavnike čuvene čikaške škole sociologa koja se bavila proučavanjem razvoja modernih gradova u SAD. Pa tako Robert Ezra Park i Luis Virt (Wirth) iznose slična zapažanja o odnosu zajednice i društva po kojima se sa razvojem modernih gradova i velegradskog načina života drastično menjaju tradicionalni obrasci društvenosti dovodeći do sve hladnijih i distanciranih odnosa žitelja velikih gradova. Park (1988) smatra da su moderna sredstva gradskog transporta i komunikacija (el. železnica, automobili, telefon i radio) uticale na promene u navikama, osećanjima i karakteru gradskog

⁹⁷ I ovo Zimelovo shvatanje je aktuelno i u skladu sa Gidensovim, Bekovim ili Baumanovim shvatanjem modernizacije. Međutim sva tri pomenuta teoretičara neizvesnost, nesigurnost i rizike povezuju sa drugom fazom modernizacije druge polovine XX veka, dok, kao što možemo videti Zimel ove elemente modernizacije smešta već u vreme njene rane faze.

stanovništva. On zaključuje da je rast gradova praćen prevladavanjem indirektnih, *sekundarnih*, veza koje dolaze na mesto nekadašnjih *primarnih*, direktnih, veza (Park, 1988:131). Po ugledu na Dirkema, Park u slabljenju i gubitku lokalnih veza pod uticajem gradske sredine, traži uzroke za porast različitih poroka i kriminala.

Mračnu sliku, depersonalizovanih odnosa koji vladaju u velikim gradovima dodatno je razradio Virt (1998). Već u prvim rečenicama poznatog eseja iz 1938. godine «*Urbanizam kao način života*» Virt nagoveštava svoju pesimističku perspektivu zaključujući da:

“Čovečanstvo nije nigde bilo udaljenije od organske prirode kao što je to uslovima života karakterističnim za velike gradove“ (Virt, 1988:158).

Pod uticajem Dirkema i posebno Zimela, Virt smatra da je cena za postignutu individualnu slobodu koju donose moderni gradovi gubitak spontanosti, morala i nastanak anomije. Međuljudski odnosi koji se uspostavljaju u gradovima karakteriše bezličnost, izveštačenost, prolaznost i segmentiranost. Upravo je segmentiranost odnosa, odnosno to što ljudi u gradovima ne ulaze u društvene odnose kao celokupne ličnosti već kroz svoje specijalizovne uloge, po Virtu, glavni krivac za nastanak «šizoidnog» karaktera gradske ličnosti (Virt, 1988:166).

2.2.2.2 *Ka mrežnom poimanju zajednice*

U godinama nakon Drugog svetskog rata, popularnost čikaške škole počinje da opada kako zbog novih tendencija urbanog razvoja koje je iznova trebalo analizirati (suburbanizacija i decentralizacija industrije) tako i zbog kritike kojoj su predstavnici čikaške škole bili izloženi. Jedna od značajnijih kritika usledila je od strane američkog urbanog sociologa Herberta Gansa (1988), koji u svom tekstu „*Urbanizam grada i predgrađa kao način života*“ iznosi neslaganje sa različitim Virtovim shvatanjima, a pre svega sa onim o dihotomiji zajednica vs. društvo. Gans smatra da se Virtov opis urbanog načina života odnosi pre svega na život stanovnika centralnih delova grada i da je stoga neopravdano njegovo preslikavanje na život gradova u celini. Međutim, u ostalim delovima gradova kao i u gradskim predgrađima ne vladaju sekundarni društveni odnosi već, kako ih Gans naziva, „kvaziprimarni“, misleći pritom na odnose koji su intimniji od sekundarnih ali opet manje intimni od primarnih. Pored toga, Gans među prvima ističe značaj

društvenih veza koje mogu biti važnije od same činjenice života na zajedničkom prostoru:

„Kada ljudi koji žive zajedno imaju društvene veze koje su zasnovane na drugačijim kriterijumima od zajedničkog mesta življenja, mogu da ustanove socijalne barijere bez obzira na fizičku bliskost ili heterogenost svojih suseda“ (Gans, 1988:180).

Ovo se pre svega odnosi na različite etničke grupe (Gans ih naziva etničkim seljacima), koje čak i ako žive u centralnim delovima grada su često izolovane od važnih elemenata gradskog života, ali izolovane i jedne od drugih. Osnovni činilac uspostavljanja društvenih odnosa jesu rođачke veze dok se ostali tretiraju kao pretnja i prema njima se ove grupe zatvaraju. Gans zaključuje da je za društvenost važnija homogenost stanovnika nego prostorna blizina čime otvara vrata za vanprostorno definisanje zajednice.

Kritiku klasične alijenističke paradigme iznosi i Kalhun (Calhoun, 1992:207-8) koji smatra da je za razumevanje modernizacije i društvenih promena ključno napraviti razliku između direktnih i indirektnih veza, koja će mnogo jasnije od Tenisove podele na zajednicu i društvo omogućiti empirijsku proveru. Jedan od konstitutivnih elemenata modernog doba je jeste dominacija i povećavanje indirektnih društvenih veza, odnosno veza konstituisanih kroz medijaciju tržišta širokih razmera, administrativnih organizacija i informacionih tehnologija. Ovo ne znači da direktne veze nestaju ili gube svoj emotivni potencijal za pojedince, već samo to da one postaju podeljene i ograničene na uska polja i samim tim izmenjene sociološke važnosti. Gotovo sve predmoderne forme društvene organizacije zavisile su pre svega od direktnih interpersonalnih odnosa gde se, bilo da govorimo o rođачkim odnosima ili životu u zajednici, sve odvijalo licem u lice. Ali domašaji ovih mreža iako su mogle okupiti veliki broj ljudi su bili simbolični. Osnovni problem je bio u tome što se odnosi moći nisu mogli efikasno preneti na veliku daljinu. Direktne veze koje su postale uključivale su i primarne i sekundarne veze. Kalhun smatra da Kulijeva podela na primarne i sekundarne grupe ne odlikava prelaz iz predmodernih u moderna društva zato što modernost nije konstituisana kroz prisustvo sekundarnih ili odsustvo primarnih veza budući da obe vrste postoje kako u modernim tako i u predmodernim društvima. Međutim, ono što odvaja modernost od ranijih društvenih formi ogleda se kroz povećanu

frekvenciju, obim i važnost indirektnih društvenih veza. Velika tržišta, organizacije i informacione tehnologije su proizvele daleko više mogućnosti za ove veze nego što je to bio slučaj u predmodernim društvima. Direktne veze se ne smanjuju ni u broju ni u značaju već imaju tendenciju deljenja u uže oblasti gde opstaju kao deo neposrednog života pojedinaca, kao sredstvo instrumentalnih aktivnosti koje olakšavaju poslovne transakcije i kao sredstvo organizacije privatnog života. Sa druge strane, direktne veze su sve manje uključene u organizovanje javnog života i sve manje kontrolišu ključne institucije moći (Calhoun, 1992: 211-2). Međutim, Kalhun je mišljenja da u kasnoj fazi modernizacije, pre svega uz pomoć tehnologije, dolazi do razvoja dva nova tipa veza: tercijarnih i kvatrijarnih. Dok tercijarne ne zahtevaju nikakvo fizičko prisustvo za njihovo održavanje dotle se kvatrijarne dešavaju bez pažnje i svesti bar jedne od strana u vezi. One su proizvod nadgledanja i postoje svugde gde tehnička sredstva to omogućavaju (Calhoun, 1992: 218-9).⁹⁸

⁹⁸Pored Kalhuna ideju o tercijarizaciji društvenih veza nalazimo i kod Kastelsa i Patnama. Po Kastelsu, kao što je u predindustrijskom društvu društvenost bila bazirana na primarnim vezama, dok su izvor ukorenjenosti bili porodica i zajednica, u industrijskom društvu društvenost bila bazirana na sekundarnim vezama, kroz ukorenjenost u organizacije, tako je danas društvenost bazirana na tercijarnim vezama i ukorenjena u prema sebi centriranim mrežama (Castells, 2001:125-8). Tercijarne odnose, nekoliko godina pre Kastelsa pominje i Patnam, govoreći o opadanju značaja klasičnih na sekundarnim vezama baziranih organizacija. On smatra da je danas u usponu novi tip organizovanja i udruživanja ljudi za koje kaže da bi ih možda trebalo nazvati «tercijarnim organizacijama». Za razliku od sekundarnih organizacija koje su uključivale daleko veći angažman i posvećenost njenih članova (političke partije, sindikati, profesionalna udruženja) danas su u ekspanziji organizacije u kojima je učešće članova uglavnom posredno. «Za većinu njihovih članova, jedini akt članstva se ogleda u plaćanju članarine i možda povremenog čitanja brošura. Malobrojni posećuju po neki sastanak ovih organizacija i većina nema (svesnu) želju da ikada sretne bilo kog drugog člana. Veza između bilo koja dva člana Kluba Siera je mnogo manje slična vezi između bilo koja dva člana kluba baštovana a mnogo više nalik vezi između bilo koja dva navijača Red Sox-a: oni navijaju za isti tim i dele nešto zajedničkih interesa, ali su nesvesni postojanja onog drugog. Njihove veze su, u najkraćem, zajednički simboli, zajednički lideri i možda zajednički ideali, ali ne u odnosu jednog prema drugom» (Putnam, 1995:71). Kao što se iz ovog citata moglo videti, iako upotrebljavaju isti pojam tercijarnih odnosa, sva tri shvatanja su donekle različita ali se sa druge strane može napraviti veza među njima. Iako govore o različitim nivoima odnosa, sva tri autora manje ili više eksplicitno ističu da se tercijarne veze više ne zasnivaju na fizičkoj prisutnosti aktera (Patnam i Kalhun) odnosno da su mrežno organizovane (Kastels). Međutim, ono što razlikuje ova shvatanja je Patnamov stav da ovo razdvajanje veza nije samo prosto fizičkog karaktera već da se ono odnosi na suštinski prekid društvenih odnosa.

Antropolog Koen (Cohen, 1985:28-9), takođe kritikuje stav čikaške škole i njenih prethodnika da je po definiciji život u modernom društvu komplikovaniji od života u ruralnim zajednicama. Koen smatra da umnožavanje odnosa u velikim gradovima koje nastaje kao posledica interakcije velikog broja ljudi i sve većeg broja visoko specijalizovanih uloga koje oni nose, znači samo kvantitativnu ali ne i kvalitativnu razliku u odnosu na život u preindustrijskim društvima. On smatra da je možda čak i teže održavati odnose ili rešavati krize u situaciji gde se većina odnosa uspostavlja među ljudima koji su blisko povezani, što je karakteristika ruralnih zajednica. Ideju da u takvim društvima ljudi komuniciraju kao „totalne ličnosti“ dok se u modernim segmentiraju na uloge koje vrše, Koen vidi kao simplifikaciju smatrajući da nema čvrstih dokaza za takvu tvrdnju. Koen ističe da postoji međusobna veza između vršenja uloge i nečije ličnosti te stoga smatra da je nemoguće da se neko može percipirati samo u odnosu na ulogu koju vrši bez uplitanja njegove ličnosti. Inače, sam Koen, koji se može svrstati u predstavnike društvenog konstruktivizma (Kayahara, 2006:137) spada u onu grupu autora koji zajednice određuju, pre svega, simbolički. Lokalitet kao takav za njega ne igra nikakvu ulogu u kreiranju zajednica već se one sastoje od dva osnovna, simbolička elementa: osećaja zajedništva i osećaja različitosti u odnosu na druge zajednice. Ključni element u konstituisanju zajednice, po Koenu, jesu granice ali simboličke, koje se uspostavljaju između različitih zajednica budući da one određuju domen suverenosti i posebnosti jedne zajednice (Cohen, 1985:12-3).

Važnost Koenovog shvatanja ogleda se upravo u ukidanju *prostora* kao konstitutivnog elementa zajednice. Ova ideja posebno dolazi do izražaja u mrežnim poimanjima zajednice koja u teorijski diskurs ulaze 70-tih godina XX veka, kada se, posebno zahvaljujući istraživanjima sociologa Marka Granovetera (Granovetter, 1973; 1983), mrežna analiza uspostavlja kao značajan teorijsko-analitički pravac u sociologiji. Njegov doprinos u proučavanju zajednice se, pre svega, ogleda u otkrivanju značaja «slabih veza» kao modela društvenog povezivanja, koje su, za razliku od "jakih veza" - rodbinskih, prijateljskih i sličnih, često od presudne koristi za pojedinca koji želi da dođe do važnih informacija, pronade zaposlenje ili napreduje. Pored toga, Granoveterova istraživanja su posebno značajna za razumevanje odnosa tradicionalnih zajednica i modernog

društva jer prevazilaze alijenacijsku paradigmu klasičnih teoretičara društva, dokazujući da se putem "slabih veza" izgrađuju mostovi između tradicionalno zatvorenih grupa i segmentiranog modernog društva, te da slabe veze donose pomak ka modernoj društvenoj strukturi i organizaciji postajući vitalne za integraciju pojedinaca u moderno društvo.⁹⁹

Prednost ovog novog, mrežnog, pristupa razumevanju zajednice ogledao se upravo u tome što je bio u stanju da odgovori na izazov koji smo pominjali na početku ovog poglavlja, odnosno da «uhvati» «dinamički karakter zajednice koji je imanentan savremenom društvu» (Pušić, 1997:228). Primenjujući mrežni pristup istraživači su bili u stanju da pokažu da namesto tradicionalne, prostorno bliske zajednice, koja je po pravilu obuhvatala i ograničavala celokupnu ličnost, u visokodiferenciranom društvu, a veliki gradovi su najčešće služili kao prirodna laboratorija za takva proučavanja, pojedinci nužno ne ostaju usamljeni i izgubljeni, već formiraju niz Ja mreža (*ego-centred social networks*) kroz koje grade svoj identitet i zadovoljavaju mnogobrojne lične i društvene potrebe.

Najveća zasluga za afirmisanje koncepta mrežnih, odnosno personalnih zajednica pripada, pre svega, kanadskom sociologu Beriju Velmanu (Barry Wellman) a potom i grupi njegovih mlađih kolega i saradnika koji zajedno sa njim i danas razrađuju Velmanove ideje.¹⁰⁰ Sprovodeći istraživanja tokom 70-tih godina XX veka u Torontu (East York), Velman (Wellman, 1979) pokazuje da se većina međuljudskih odnosa ne odvija u okviru susedstva, već kroz društvene mreže koje se grade na daleko većem prostoru. Analizirajući detaljnije transformaciju zajednice i odnosa u njoj, Velman zaključuje da su one pretrpele značajne promene

99 Koliki je bio uticaj Granoveterovog članka "The Strength of Weak Ties" (1973) na savremenu sociološku, a pre svega mrežnu, teoriju možda ponajbolje govori činjenica da je on danas jedan od najcitiranijih socioloških članaka sa preko 15000 citata. U svetlu te činjenice još zanimljivije zvuči podatak da je postojala velika šansa da ovaj članak nikada ne ugleda svetlo dana budući da je u prvom pokušaju da ga objavi 1969. godine u Američkoj sociološkoj reviji, Granoveter bio odbijen od strane oba recenzenta (Barabasi, 2002:42). Broj citata videti na http://scholar.google.com/scholar?q=the+strength+of+weak+ties&hl=sr&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar

100 Ovo nije prva upotreba koncepta personalnih zajednica. Američki antropolog Džul Henri u članku iz 1958. godine govori o personalnim zajednicama ali ih ne definiše kao mreže već kao grupe koje imaju određen broj partipicpanata, konstantnost u vremenu i određenu međusobnu involviranost (Henry, 1958).

u načinu na koji ljudi međusobno uspostavljaju kontakte, interaguju ili pribavljaju dobra:

- Jedna promena, koja se odigrala tokom XIX i XX veka jeste prelaz sa *vrata-do-vrata* na *mesto-do-mesto* odnosa a osnovni uzrok ove promene, po Velmanu, leži u revolucionarnom razvoju transporta i komunikacija;
- Druga promena se odvija upravo sada i ona označava prelaz sa na mestu baziranih veza, koje se uspostavljaju među domaćinstvima, na *osoba-do-osoba* i specijalizovanih, *uloga-do-uloga* interakcija (Wellman, 2001: 231).

Prvi tip uspostavljanja odnosa u zajednici, karakterističan za predindustrijsko društvo Velman naziva, *vrata-do-vrata* (door-to-door), misleći pritom na to da se odnosi uspostavljaju na određenoj uskoj teritoriji, između ljudi koji na njoj žive i koji se međusobno poznaju. Takva zajednica je bila i još uvek je karakteristična za seoska područja, varošice ili gradska predgrađa u formi susedstva. Tokom XIX i XX veka dolazi do transformacije tradicionalnog, *vrata-do-vrata* tipa zajednice u *mesto-do-mesto* (place-to-place) zajednice. Ovu transformaciju je omogućio revolucionarni razvoj transporta, a potom i komunikacionih tehnologija. To je bio pomak od bliskih grupa koje su delile isto mesto boravaka, ka odnosima između ljudi na različitim mestima kroz mnogobrojne društvene mreže. U *mesto-do-mesto* zajednicama centralna jedinica društvenosti postaje domaćinstvo, dok se komunikacija odvija između različitih domaćinstava koja su sve manje blisko teritorijalno povezana. Iz domaćinstva se rasprostiru mnogobrojne društvene mreže članova, kako one koje su zajedničke, recimo rođачke, tako i one koje su individualno izgrađene. Mesto, dakle, sve više gubi značaj, a zajednica se gradi kroz društvene mreže.

Međutim, po Velmanu tu nije kraj transformacije zajednice, budući da se ona, na prelazu iz XX u XXI veka počinje transformisati iz *mesta-do-mesta* ka *osoba-do-osobe* (person-to-person) tipu odnosa. Za transformaciju u ovaj tip odnosa, glavni „krivac“ po Velmanu je razvoj bežičnih sredstava komunikacije u prvom redu mobilnih telefona. Pojedinci u smislu komunikacije više nisu vezani za domaćinstvo kao centralnu jedinicu uspostavljanja društvenih kontakata budući da im mobilna sredstva komunikacije omogućavaju da na svakom mestu budu dostupni. Tako pojava mobilnih telefona označava potpuno oslobađanje od mesta

kao okvira komunikacije. Dok komunikacija od mesta-do-mesta dovodi do disperzije i fragmentacije zajednice, komunikacija od osobe-do-osobe ide korak dalje i dovodi do disperzije i fragmentacije domaćinstva. Velman se pita da li će to značiti da će čak i muševci i žene iz stabilnih brakova sada biti u odvojenim zajednicama. Ipak, mobilne komunikacije imaju i pozitivan efekat na nuklearnu porodicu jer omogućuje da njeni članovi iako fizički odsutni mogu međusobno biti u stalnoj vezi, što ranije nije bio slučaj.

I na kraju, *uloga-do-uloga* tip uspostavljanja odnosa zasniva se na, već dobro poznatom, shvatanju da ljudi u savremenom društvu sve više uspostavljaju odnose kroz uloge koje obavljaju a sve manje kao „cele“ osobe. Velman ističe da je ovaj tip odnosa već bio široko zastupljen u mesto-do-mesto zajednicama ali da će pravu eksploziju doživeti zahvaljujući novim tehnologijama komuniciranja a pre svega, Internetu koji će više nego i jedna tehnologija pre omogućiti interakciju između ljudi istih afiniteta, potreba ili društvenih uloga. Za razliku od osoba-do-osoba odnosa gde se ljudi još dublje individualizuju, po Velmanu, problem uloga-do-uloga odnosa može biti dekonstrukcija celine individualnog identiteta, što može dovesti do toga da osoba bude ništa drugo do prosti zbir njegovih uloga (Wellman, 2001:245).

Iako Velmanovo viđenje zajednice predstavlja značajan doprinos razumevanju transformacije društvenih odnosa u savremenom dobu, njemu se mogu uputiti i određene zamerke. Prvo i najvažnije, njegovo razumevanje transformacije zajednice je u određenoj meri tehno-determinističko. On u svakom transformacijskom koraku veliki značaj stavlja na razvoj tehnoloških sredstava komunikacije dajući im primat u objašnjavanju novonastalih društvenih odnosa. Pa tako kao što smo videli, ispada da je glavni uzrok prelaska sa vrata-do-vrata tipa odnosa na mesto-do-mesto tip odnosa razvoj telekomunikacija i transporta, dok je glavni uzrok fragmentacije domaćinstva i prelaska na osoba-do-osoba tip odnosa razvoj bežičnih sredstava komunikacije. To nas dovodi do druge zamerke. Ako Velman pravilno razume da se zajednica sve manje može definisati samo prostorno a sve više relaciono i tu transformaciju naziva prelazom od vrata-do-vrata ka mesto-do-mesto načinu uspostavljanja društvenih odnosa, nije li onda problematično taj novi, od prostora oslobođen oblik udruživanja, nazvati

zajednicama od mesta-do-mesta. Zar to nije takođe prostorni način definisanja zajednice, koja doduše više ne počiva na jednom mestu ali se opet vezuje za prostorni kontekst življenja. Jednom, kada zajednica počne da se mrežno formira, prevazilazeći mesto kao okvir organizovanja, bilo da se radi o lokalnoj zajednici, susedstvu ili domaćinstvu nju više ne bi trebalo prostorno definisati. Treća važna zamerka odnosila bi se na to da odnosi od-osobe-do-osobe, osim što imaju još jedno novo sredstvo individualizovane komunikacije, onako kako ih Velman definiše se suštinski ne razlikuju od mesto-do-mesto odnosa. Tako Velman govoreći o karakteristikama mesto-do-mesto odnosa zapaža da:

«Ljudi se više ne identifikuju kao pripadnici jedne grupe; oni se mogu prebacivati između mnogobrojnih mreža» (Wellman, 2001:237).

Potom, kada govori o odnosima od-osobe-do-osobe, kaže:

«Pre nego što su ukorenjeni u jednu društvenu mrežu, oni koji komuniciraju po principu osoba-do-osobe se uvek prebacuju između mreža» (Wellman, 2001:238).

Lako je uočiti da su ove dve definicije suštinski iste. U prvoj se jasno kaže da pojedinci više ne pribavljaju identitet iz jedne društvene grupe, već sada na raspolaganju imaju mnogobrojne mreže iz kojih se on može graditi, a u drugoj da nisu više ukorenjeni u jednu društvenu mrežu (a šta je to nego grupa) i da se sada ukorenjuju kroz mnogobrojne mreže. Tim pre što on domaćinstvo, kao centralnu jedinicu komunikacije u zajednici koju zove od-mesta-do mesta, ne razume kao kolektivitet ili društvenu grupu već kao mesto susreta članova različitih domaćinstava i kao mesto iz kojeg se rasprostiru lične društvene mreže njenih članova. Međutim, ključno je to da ako se domaćinstvo u zajednicama od-mesta-do-mesta ne definiše kao društvena grupa koja je za njihove članove osnovni ili bar važan izvor podrške, brige i identiteta, onda je teško održiva tvrdnja da prelaz na osoba-do-osobe zajednice predstavlja suštinski pomak u transformaciji društvenosti. Ovde se po našem mišljenju radi samo o tehničkom osnaživanju personalnih odnosa koji ionako već čine osnovu društvenosti u mesto-do-mesto zajednicama. To što su se nekada ti odnosi dogovarali ili održavali putem fiksnog telefona, osim što ih sada, mobilni telefon olakšava, suštinski se ništa ne menja, zato što je ključni proces transformacije započeo mnogo ranije nego što je to sa razvojem mobilnog telefona. Ovo je u vezi i sa četvrtom kritikom koju na ovom mestu možemo uputiti Velmanu a tiče se uloga-do-uloga odnosa. Kao što smo već

ranije pokazali, klasični teoretičari zajednice su o ovoj transformaciji i formiranju interesnih grupa, asocijacija ili zajednica govorili pre više od jednog veka pa zaista čudi da Velman ove procese ne stavlja u kontekst prve modernizacije već ih aktuelizuje sada i to pre svega u kontekstu informacionih tehnologija.

Značaj umrežavanja kao nove forme društvenosti ističe i Kastels (2001). Dovodeći u pitanje istorijsko postojanje kulturno homogenih i prostorno vezanih zajednica, on smatra da mreže sve više oduzimaju primat mestu kao izvoru društvenosti. To naravno ne znači da nestaje na mestu bazirana društvenost jer društveni razvoj, a to smo i mi više puta naglasili, ne sledi lineranu putanju. Pozivajući se na Velmanova zapažanja, Kastels ističe da se ključni transfer odigrava kroz sve izraženije pomeranje od prostornih zajednica ka mrežama koje postaju centralna forma organizovanja društvenih interakcija. Tradicionalne zajednice su bile bazirane na deljenju vrednosti i društvene organizacije. Mreže su organizovane oko izbora i strategija društvenih aktera, bilo da su to pojedinci, porodice ili društvene grupe, dok obrazac društvenosti sve više evoluirao ka izvoru društvenosti koji se gradi oko nuklearne porodice u domaćinstvu iz koje se zatim grade različite mreže u skladu sa preferencijom svakog od članova domaćinstva. Iako se Kastelsu ponekad pripisuje tehno-determinizam (Van Dijk, 1999; Ganrham, 2004) on, za razliku od Velmana, jasno ističe da nova sredstva komunikacije, odnosno Internet nije taj koji kreira novi obrazac društvenosti zasnovan na umreženom individualizmu, već da Internet obezbeđuje pogodnu materijalnu podršku za širenje umreženog individualizma kao dominantne forme društvenosti (Castells, 2001:130-1).

Završavajući ovaj deo možemo konstatovati da je pitanje nestanka ili transformacije zajednice zapravo pitanje teorijske perspektive. Ako se zajednica definiše prostorno, grupno ili delatno onda svakako možemo govoriti o njenom opadanju, posebno u razvijenim društvima. Ako je sa druge strane definišemo funkcionalno, kao mrežu veza kroz koje teku podrška, briga ili informacije onda je zajednica življa nego ikada. Ipak, veliko je pitanje da li zaista možemo govoriti o personalnim mrežama kao zajednicama budući da se one formiraju oko jedne osobe, gde se jedan broj poznanika te osobe međusobno ne poznaje. Čini se da kod

personalno-mrežnog poimanja zajednice nedostaje suštinski konstitutivni element zajednice a to je zajedništvo. Drugim rečima, ne postoji nijedan integrativni element ovakvih zajednica osim samog pojedinca koji se nalazi u njihovom centru. Zbog toga je, čini se, ispravnije govoriti o personalnim mrežama koje nisu isto što i zajednice. Međutim, personalne mreže ne treba posmatrati kao antipod zajednice. Zajednice i personalne mreže mogu postojati zajedno, ali, i to je ono što je ključno, personalne mreže preuzimaju neke funkcije koje su vršile tradicionalne zajednice. Dakle dolazi do funkcionalnog transfera. Koje od tih funkcija i u kojoj meri ih personalne mreže preuzimaju od zajednica zavisi od brojnih faktora poput: odmaklosti procesa modernizacije, tipa društva koje se posmatra, neposrednog životnog okruženja (urbane ili ruralne sredine) kao i od različitih individualnih karakteristika (nivo obrazovanja, profesija, interesovanja, itd).

Zbog toga, u nastavku ovog poglavlja, mi nećemo govoriti o personalnim zajednicama, kako to čine Velman i saradnici (Wellman, et al., 2001, 2003), već isključivo o personalnim mrežama. Smatramo da je ovakvo shvatanje novog obrasca društvenosti lišeno problema koje određenje zajednica sa sobom nosi a opet sasvim adekvatno za razumevanje transformacije društvenosti kojom ćemo se na mikro nivou u nastavku ovog poglavlja baviti.

2.2.3 Transformacija društvenosti-od datih ka izabranim vezama

Kroz prethodno poglavlje pokušali smo da pokažemo kako se, kroz proces modernizacije, transformiše organizacija društvenih odnosa, od grupa ka mrežama, odnosno od datih ka izabranima odnosima. U centru ove transformacije društvenosti nalaze se pojedinci koji slobodnije nego ikada formiraju svoje društvene odnose što je, pre svega, posledica individualizacijskih procesa koji su nerazdvojni pratilac modernizacije. Druga, ili kasna, faza modernizacije, za sobom povlači redefinisane konstitutivnih formi industrijskog društva (država-nacija, klasa, zajednica, profesija, porodica, uloga polova) što za posledicu ima i radikalizaciju individualizacijskih talasa.¹⁰¹ Koordinatni sistem industrijskog

¹⁰¹ Na drugom mestu (Petrović, 2008) smo pokušali da pokažemo da su se do sada odigrala tri glavna udara individualizacijskih talasa, nastalih kao posledica velikih društvenih promena od kraja srednjeg veka na

društva sve više slabi ostavljajući pojedince potpuno ili delimično van ovih koordinata i primoravajući ih da se okreću novim izvorima sigurnosti, preživljavanja i uspostavljanja identiteta, na sličan način kao što su ljudi na ulazu u industrijsko društvo bili oslobođeni tradicionalnih formi društvene sigurnosti. Naravno, ovi procesi nisu linearni i ne zahvataju sva društva i sve segmente društva na podjednak način, o čemu će više reći biti u nastavku ovog poglavlja.

Kao osnovni uzrok radikalizacije individualizacijskih procesa, najčešće se ističu promene na tržištu rada koje nastaju kao posledice strukturalne transformacije kapitalizma od 70-tih godina XX veka (Castells, 2000). Pored toga, kroz krizu patrijarhalnost koja je povezana sa transformacijom uloga polova, najjasnije se mogu pratiti konsekvence individualizovanih obrazaca društvenosti (Bek, 2001). Proces individualizacije reprodukuje se i kroz nove obrasce urbanizacije, širenja predgrađa, individualizovanjem i fragmentizovanjem prostornog konteksta življenja (Wellman, 1979). Domašaj individualizacije se takođe može pratiti kroz promenjene obrasce društvenog udruživanja, opadanja poverenja u državne institucije i u uzdržavanju od učešća u političkom životu, bilo kroz glasačku apstinenciju, bilo kroz opadanje učlanjenja u političke partije (Patnam, 2008). Na kraju, individualizam se promovise i kroz različite životne stilove bazirane na samoostvarenju, samopromociji, samoaktualizaciji (Gidens, 1992).

2.2.3.1 *Iskorenjivanje i reukorenjivanje*

U kontekstu naše studije individualizaciju možemo definisati kao *proces, uglavnom prinudnog, napuštanja tradicionalnih formi društvene sigurnosti i*

ovamo. Prvi, po svom domašaju najuži talas individualizacije može se smestiti u period XV i XVI veka, započinjući u doba renesanse i dalje se osnažujući kroz proces reformacije katoličke crkve koji je za njom usledio. Drugi talas se aktivira sa nastankom industrijskog društva kroz poznate procese industrijalizacije, urbanizacije i širenja kapitalističkog načina proizvodnje. Najteži zadatak je odrediti početak trećeg talasa individualizacije jer za razliku od prva dva, koja su u svojoj osnovi imala temeljnu društvenu transformaciju suštinski menjajući oblik društvene reprodukcije života, u savremenom dobu takvi procesi imaju «puzajući» karakter. Oni izvire svuda oko nas i mi ih kao takve prepoznamo, ali njihovi uzroci ne leže u revolucionarnoj ili eksplozivnoj transformaciji društvenih sistema i njihovih institucija (sa izuzetkom sloma socijalističkih društava). Ono što je izvesno, kao što je prvi talas individualizacije neodvojiv od začetka modernizacije, drugi od njenog širenja u formi industrijskog društva, tako je i treći talas neizbežni pratilac druge (kasne, radikalne, fluidne ili refleksivne) faze modernizacije (Petrović, 2008).

staranja koji za sobom povlači i proces podružvljavanja na novim ili redefinisanim starim osnovama udruživanja. Drugim rečima, individualizacija, kako je mi razumemo, najbolje se može analizirati kroz međusobno smenjjuće procese društvenog iskorenjivanja i reukorenjivanja.¹⁰²

Ovaj mehanizam, iskorenjivanja i reukorenjivanja nije osobenost samo novog stadijuma individualizacije, karakterističnog za kasnu fazu modernizacije, već je on postojao i kod ranijih talasa individualizacije. Upravo zahvaljujući ovom mehanizmu kontrole i reintegracije posledica procesa individualizacije nije nužno bila društvena dezintegracija, mada su neki segmenti društva bivali i bivaju zahvaćeni ovim procesima. Odgovor na iskorenjenog pojedinca srednjeg veka, u onim društvima i segmentima društva koji su bili na udaru individualizacije, bila je u prvom redu (protestantska) vera. Iako je uloga vere vremenom slabila još uvek daleko od toga da je ona izgubila svoj ukorenjujući potencijal u modernom društvu. Pored vere, od XVII veka dolazi do značajnih promena u poimanju uloge i značaja porodice, te sada ona postaje sve jači izvor intimnosti i podrške novonastajućeg građanstva. Kako je proces individualizacije napredovao, posebno osnažen društvenom transformacijom nakon industrijske revolucije, nove osnove ukorenjivanja, kao odgovor na iskorenjenog pojedinca tradicionalnog društva, postaju pored porodice i država, nacija, klasa, lokalna zajednica, profesija. Mi se danas, kao što je više puta rečeno, nalazimo u periodu kada se čini da tradicionalne institucije industrijskog društva sve teže vrše svoju ukorenjujuću funkciju, zbog čega se u periodu naglašenih rizika, straha i osećaja usamljenosti postavlja pitanje novog ukorenjivanja i reintegracije u fazi kasne moderne.

Gidensova je teza da postoji uzajamno delovanje između svih mehanizama iskorenjivanja i konteksta delovanja koji omogućuju ponovo ukorenjivanje a koji mogu te mehanizme podržavati ili podrivati. (Gidens, 1998a:84). Po njemu postoje

102 Uporište za ovakvo shvatanje individualizacije, pored Gidensa na čije ćemo se ideje u nastavku nadovezati, nalazimo i kod Leša (Scot Lash) ali i kod Beka (Ulrich Beck). Leš, smatra da generalno postoje dve faze u procesu individualizacije, faza, dirkemovski rečeno, anomičnog individualizma i, gidensovski rečeno, faza usvajanja i rutinizacije novih obrazaca ponašanja, te da se ovi procesi kroz vreme ponavljaju i smenjuju (Lash, 2002:VII). Sličnog mišljenja je i Bek koji ističe da modernizacija vodi u trostruku individualizaciju – izdvajanje (oslobađanje), gubitak stabilnosti, ponovna integracija, te da to čini jedan opšti, neistorijski, model (Bek, 2001:220).

dva osnovna mehanizma iskorenjivanja: *simbolički znakovi* (na primer novac) i *ekspertske sistemi*. Oni su mehanizmi iskorenjivanja jer udaljuju društvene odnose od neposrednog konteksta u kome su se, mahom, ovi odnosi odvijali. Drugim rečima, posreduju ih. Osnovu novog ukorenjivanja čini poverenje, koje se prvo, uspostavlja u društvenim vezama oblikovanim u okolnostima zajedničkog prisustva, pa tako prijateljstvo postaje važan element ukorenjivanja i drugo, poverenje se uspostavlja kroz razvoj verovanja u apstraktne sisteme (simbolički znakovi i ekspertske sistemi-Gidens, 1998a:87). Dakle, po Gidensu apstraktni sistemi imaju dvostruku ulogu, u prvoj fazi iskorenjuju da bi kasnije, kroz prihvatanje i usvajanje njihovih prednosti postali sredstvo novog ukorenjivanja.¹⁰³ Važno je naglasiti da apstraktni sistemi ne ukorenjuju sami po sebi već njihova uloga dolazi do izražaja na mestu gde se sreću potrebe društvenosti i apstraktni sistemi koji ih podržavaju. Primera radi, transportna sredstva, koja pomažu da se raspadnu veze između lokaliteta i srodstva, iznova pružaju mogućnost za ponovo ukorenjivanje tako što omogućavaju da se ovi odnosi održe na daljinu. Još bolji primer predstavljaju osobe koje su udaljene hiljadama kilometara ali zato uz pomoć apstraktnih sistema, recimo uz pomoć Interneta, mogu biti daleko bliže i intimnije nego dve osobe koje sede u istoj prostoriji. Zbog toga se Gidens suprotstavlja alijenacijskoj paradigmi smatrajući da jednostavno nije istina da u uslovima modernosti sve više živimo u svetu stranaca i da se od nas zahteva da sve više i više u kontaktu sa drugima intimnost zamenimo impersonalnošću (Gidens, 1998:137), kakvo je recimo mišljenje Kristofera Leša. Po Lešu, u savremenom je društvu sve teže ostvariti duboka i trajna prijateljstva, ljubavi i brakove. Kako društveni život postaje sve više ratnički i varvarski, lični odnosi - poprimaju obeležje bitke (Lasch, 1986:34). Sličnog mišljenja je i Bek, koji smatra da je jedan od sukoba koji obeležava kasnu fazu modernizacije upravo sukob između polova te da je „osoba koja živi sama“ arhetip potpuno razvijenog društva tržišta rada (Bek, 2001:213). Međutim, Bek ne misli da je u ovoj fazi modernizacije nemoguće razviti

103 Naravno, Gidens je svestan da razvoj poverenja u apstraktne sisteme ne protiče bez skepticizma i otpora prema njima, ali prihvatanje ovih sistema, tehnologije u prvom redu, praktično postaje uslov opstanka u modernom društvu.

prijateljstva, već da, naprotiv, intenziviranje mreže prijateljstva ostaje nezamenljiv obrazac društvenosti u odnosima koji su centrirani na jedinku.

Ono što Gidens pokušava da ustvrdi je da kontakti sa poznatima u tradicionalnim zajednicama, posebno u pogledu ličnih ili seksualnih odnosa, nisu imali onu vrstu intimnosti koja je karakteristična za savremeno doba, zbog toga što modernost karakteriše transformacija intimnosti. I to je osnovni izvor nesporazuma između teoretičara alijenacije i pobornika samoaktuelizacije. Ovde se naprosto radi o različitim idejnim polazištima. I jedni i drugi smatraju da tradicionalni izvori intimnosti nestaju. Razlika je u poimanju različitih ishodišta ovog procesa. Problem teoretičara alijenacije je u tome što intimnost razumeju statično, te sa smatra da sa nestajanjem njenih tradicionalnih izvora, nestaje i ona sama, dok su iskorenjeni pojedinci ostavljeni da lutaju izgubljeni i dezorijentisani u novome dobu. Gidens, nasuprot njima intimnost razume kroz dinamičnu prizmu smatrajući da sa slabljenjem tradicionalnih izvora intimnost ne nestaje već se kroz modernost transformiše, okrećući se ka unutra, odnosno ka različitim strategijama reflektivnog pojedinca.

2.2.3.2 Umreženi individualizam

Dakle, kao što smo videli sa opadanjem značaja zajedničkog mesta življenja i prostorne bliskosti ne nestaje i zajednica, već se ona transformiše i sve češće gradi kao «mreža interpersonalnih veza koje obezbeđuju društvenost, podršku, informacije, osećaj pripadnosti i društvenog identiteta» (Welman, 2001:228). Umesto ukorenjenosti u koherentne i sveobuhvatne zajednice, kraj XX veka obeležava sveopšta *privatizacija života* (Bauman, 1994) gde se na istom prostoru prepliće bezbroj društvenih mreža ili *personalnih zajednica* (Welman, 2001) izrastajući na novom obrascu *mrežne društvenosti* (Wittel, 2001)-*umreženom individualizmu* (Welman 2001, Kastels, 2001, Van Dijk, 2006¹⁰⁴).

Društveni rizici i iz njih proistekla osećanja straha i nesigurnosti pojačavaju potrebu za ukorenjivanjem u neki širi, društveni, kontekst. Porodica se svakako menja, ali se izgleda njena starateljska ili ukorenjujuća uloga ne menja tako

104 Van Dijk koristi termin mrežna individualizacija (network individualization) ali pod njim podrazumeva suštinski isti fenomen kao Velman i Kastels.

radikalno kako se menja njena struktura.¹⁰⁵ I drugi, tradicionalni izvori sigurnosti kao što su nacija, religija ili zajednica takođe mnogo sporije gube svoj ukorenjujući potencijal nego što su teoretičari individualizacije predviđali. I tamo gde tradicionalne institucije gube svoj značaj ili nestaju nošene talasom promena ideja, vrednosti ili objektivnih uslova života, nastaju novi, turbulentnom društvu prilagođeni, oblici društvenog opštenja i udruživanja. Međutim, bilo da tumačimo posledice društvenih okolnosti koje dovode do širenja individualizacije kroz prizmu onih koji smatraju da oni vode otuđenju, egoizmu, narcizmu, povlačenju i moralnom padu ljudi (Bauman, C. Lasch, i nešto ranije From, Adorno, Horkhajmer), ili da ih tumačimo kroz refleksivno-samoaktuelizacijsku paradigmu¹⁰⁶ (Gidens, i nešto umerenije Bek), teško da možemo poreći da se značajne promene zaista događaju. Ono što je različito u odnosu na ranije talase individualizacije, upravo zbog faktora koje smo opisali, jeste da se danas očekuje od svih ono što se nekada očekivalo od samo nekih - da sami upravljaju svojim životom (Beck, 2002:8). Bauman smatra da se sadašnji proces individualizacije sastoji u transformaciji ljudskog identiteta iz «datog» u «zadatak» - odnosno punjenjem aktera odgovornošću za izvođenje zadataka i za posledice njihovog izvođenja (Bauman, 2002:XV). Ova potreba da se upravlja vlastitim životom jeste proizvod sve veće diferenciranosti društvenih funkcija usled koji se društvo lomi na odvojene funkcionalne sfere. Moderna društva ljude ne integrišu kao „cele osobe“ u jedinstveni funkcionalni sistem, već pre parcijalno i privremeno u odvojene funkcionalne svetove kao: majke, očeve, menadžere, glasače, poreske obveznike, sindikalce, članove različitih pokreta i zajednica, itd. Da bi se snašao u sveopštem metežu zahteva sve nesigurnijeg društva, pojedinac je prinuđen da, kako Bek kaže, bude menadžer vlastitog života balansirajući između različitih, često oprečnih uloga koje se pred njega postavljaju (recimo da se bude supruga, majka, domaćica i poslovna žena). Turza smatra da je ovo najdublji temelj procesa individualizacije i on ga naziva «heterogenizacija delanja». Pod time on ima u vidu sve veću

105 Ovim aspektima smo se detaljnije bavili u prethodnoj studiji. Pogledati (Petrović, 2008:45-48)

106 Refleksivnost modernog društvenog života sastoji se u činjenici da se društvene prakse neprestano ispituju i menjaju u svetlu novih informacija o samim tim delatnostima, tako da se njihove karakteristike sadržinski menjaju.

diferencijaciju sveta ljudske međuzavisnosti, kroz stvaranje različitih, relativno autonomnih, delatnih sfera društva kao i heterogenizaciju, usložnjavanje individualnih društvenih ekonomija što omogućava pojedincu da svoj identitet više ne utvrđuje kroz ovu ili onu opštost, nego kroz svest o sopstvenoj neponovljivosti (Turza, 1998:22). Ovo se takođe uklapa i u Gidensovo shvatanje novih «životnih stilova». On zaključuje da u savremenom društvu ljudi napuštaju predmoderna središta poverenja i ontološke sigurnosti (srodnički odnosi, lokalna zajednica, religiozne kosmologije i tradicija) te da oni nemaju ni približnu važnost u životu pojedinaca kakvu su imali nekada. Tako po njemu pojedinca u doba kasne modernosti karakterišu: koncentracija na sebstvo kao reflektivni projekat; nastojanje na samoaktuelizaciji; formiranje ličnih i erotskih veza kao odnosa koji se vode uzajamnošću samootkrivanja; briga za samoostvarenjem, koja nije samo izraz narcizma već je predstavlja prisvajanje okolnosti u kojima globalizovani uticaji prodiru u život (Gidens, 1998b:108,121). Ipak, čini se da je jedan od osnovnih problema Gidensovog shvatanja reflektivnog pojedinca kasne modernosti nedovoljno isticanje strukturnih činilaca koji ograničavaju ili potpuno onemogućavaju reflektivno ponašanje pojedinaca. Recimo Kastels je mišljenja da sa razvojem umreženog društva dolazi do sistemskog razdvajanja globalnog i lokalnog. Na taj način, reflektivno planiranje života postaje nemoguće, osim za elitu koja obitava u bezvremenom prostoru tokova globalnih mreža i njihovih lokalnih pomoćnika (Castells, 2002:20). Ili Baumanovim rečima (2009:12):

„Najviše šansi za pobedu imaju ljudi koji cirkulišu blizu vrha globalne piramide moći, kojima prostor ne znači mnogo, a daljina ne predstavlja problem; ljudima koji su na mnogim mestima kao kod kuće, ali bez neke posebne matične baze“

Suština je u tome da se individualizacija upravo odvija naspram strukturne pozadine koja determiniše ili često sputava slobodan razvoj ličnosti u nekim od ključnih aspekata ljudske egzistencije. U tom smislu Bekovo tumačenje je sadržajnije od Gidensovog jer on ukazuje na to da je individualizaciju pogrešno razumeti kao emancipaciju, zbog toga što se ona odvija u opštim uslovima koji u sve većoj meri čine nemogućim individualna oslobađanja. Drugim rečima, tačno je da se pojedinac odvaja od tradicionalnih veza i odnosa staranja, ali ih menja za prinude tržišta rada i potrošačke egzistencije i u njima sadržane standardizacije i

kontrole.¹⁰⁷ Zbog toga Bek ovaj fenomen i naziva paradoksom individualizacije (Bek, 2001:225). Upravo strah, neizvesnost i društveni rizici dovode do toga da se pojedinac okreće sebi te njegovo refleksivno planiranje života, ako ga uopšte može biti, je pre strategija opstanka nego put u samoostvarenje. Lešova (Lasch, 1986) studija «Narcistička kultura» je odličan pokazatelj toga da je mahnita potreba za samousavršavanjem često izraz patološkog straha od propasti u kompetitivnom društvu, oličan u sve većem narcizmu modernih ljudi.

2.2.3.3 *Personalne društvene mreže*

Kada je pak reč o predmodernim izvorima sigurnosti i staranja njihov značaj je tokom XX veka nesumnjivo opadao. Međutim, to nikako ne znači da je njihovo vreme zauvek prošlo, kao i da njihova ukorenjujuća uloga neće ponovo rasti sa porastom društvenih kriza, odnosno sa nagomilavanjem društvenih rizika, kako bi to Bek rekao. Drugim rečima, iako srodničke veze nisu više razgranate kao nekada one i dalje, pogotovo kroz nuklearnu porodicu, ostaju važan, izvor intimnosti, poverenja i sigurnosti u doba kasne modernosti i zajedno sa prijateljskim vezama postaju konstitutivni elementi personalnih mreža.

Osnovno polazište ideje o personalnim društvenim mrežama jeste da svaki pojedinac tokom života gradi jedinstvenu mrežu društvenih odnosa. To ne znači da se rađamo u društvenom «vakumu» budući da su nam osnovne, pre svega roditeljske i rođачke društvene veze date, dok su nam mnoge od naših veza

107 Istini za volju Gidens u studiji «Modernost i samo-identitet» uzima ove faktore u obzir kada kaže da «modernost otvara projekt sopstva ali pod uslovima na koje snažno utiču standardizujući efekti robnog kapitalizma» (Gidens 1998b:201). Ali i dalje ostaje optimista spram mogućnosti individualnih otpora ovim efektima, pa tako tvrdi da «pojedinci aktivno razlučuju između tipova dostupnih informacija i tumače ih na vlastiti način» (Gidens, 1998b:204). Ovde se postavlja pitanje koja znanja i veštine trebaju da imaju pojedinci da bi aktivno tumačili obilje najrazličitijih informacija kojima su usled eksplozije informaciono-komunikacionih tehnologija bombardovani. Ispravnije bi bilo reći da pojedinci tumače između obilja analiza eksperata koje im te informacije prevode na razumljivi jezik, pa i onda njihov izbor pre zavisi od poverenja u samog eksperta, dakle prevodioca, a ne od same informacije. To bi dalje moglo otvoriti pitanje toga, kojim ekspertima su mediji otvoreniji i za koji tip informacija, te da li su informacije koje su dostupne i one koje presudno utiču na kvalitet života. Ono što je karakteristika našeg vremena je da su informacije svakako dostupnije, ali ako ih pojedinac ne želi dobiti u prevedenom i samim tim neautentičnom obliku, to znači da treba da bude spreman na mukotrpnu i dugotrajnu potragu za istinom.

kontekstulano nametnute (susedi, kolege, rodbina supružnika). Međutim, kroz vreme mi postajemo odgovorni za svoje mreže, postupno ih gradimo birajući koga ćemo uključiti a koga ne ili koga ćemo isključiti iz njih. Naravno ova izbornost se dešava u okviru različitih ograničenja na koja ćemo se osvrnuti malo kasnije. Fizička bliskost nije uslov za formiranje i održavanje društvenih veza iako to ne znači da ona nije važna faktor u formiranju makar jednog dela naših personalnih mreža.

Kada je o strukturi personalnih mreža reč, one su predeterminisane različitim faktorima, od širih strukturalnih, preko kulturnih, sve do individualnih. Tako, personalne mreže mogu biti dominantno sačinjene od rođaćkih veza ili nasuprot tome od prijateljskih veza, od lokanih susedskih do poznaničkih veza, od organizacijskih do kolegijalnih veza, što za posledicu ima da su personalne mreže labavo strukturirane ali uključuju i čvrsto povezane grupe. Odnosi se lako uspostavljaju ali lako i napuštaju, dok se personalne mreže mogu formirati i održavati na lokalnom ali i nadlokalnom nivou. Iako homofilija¹⁰⁸ i dalje prisutna, sve češće se odnosi uspostavljaju sa ljudima različitog društvenog statusa (Boase and Wellman, 2006:12).

Naravno, svaka personalna mreža je sačinjena od različitih vrsta veza koje variraju po svojoj: prirodi, jačini, blizini centru ili trajnosti. Neki autori, imajući u vidu njihovu funkciju, ukazuju na dva osnovna tipa veza u personalnim mrežama – ekspresivne i instrumentalne. Ekspresivne veze su one koje pre svega obezbeđuju prijateljstvo i društvenu potporu i po intenzitetu se svrstavaju u jake veze. S druge strane, instrumentalne veze su bazirane na nekoj obostranoj koristi, često vezane za poslovne uloge dok su odnosi slabijeg intenziteta (Ibarra and Andrews, 1993:281). Sličnu podelu daje i Fišer (Fischer 1982:35) koji koristi malo drugačije nazive, razlikujući tri tipa veza - formalne, sentimentalne i interakcione. Suštinski, ove veze se mogu svesti na pomenuta dva osnovna tipa: sentimentalne veze su ekspresivnog karaktera dok su formalne i interakcione veze instrumentalnog karaktera.

108 Homofilijaska veza znači da ljudi stupaju u interakciju sa sebi sličnima po klasnoj i socio-kulturnoj (verskoj i etničkoj) pripadnosti.

Verovatno je najvažnije pitanje ono koje se tiče društvene funkcije personalnih mreža. Po Velmanu, kao što smo već pomenuli, osnovna funkcija personalnih mrežnih zajednica jeste obezbeđivanje društvenosti, podrške, informacija, osećaj pripadnosti i društvenog identiteta svojim članovima (Welman, 2001:228). To se postiže tako što personalne mreže čine okvir za obezbeđivanje protoka različitih resursa poput (Di Nicola et al., 2011:2):

1. Materijalnih resursa;
2. Reputacije i društvenih zasluga;
3. Kontakta sa poznanicima poznanika;
4. Simboličkih i ekspresivnih resursa;

Kako ćemo se i kroz teorijski i kroz empirijski deo ove disertacije baviti održavanjem i uspostavljanjem personalnih mreža, osobito nam je važno da se u nastavku pozabavimo faktorima koji utiču na formiranje odnosa u personalnim mrežama. Ovo nam je važno i zbog toga što ćemo kroz empirijski deo ove studije pokušati da odgovorimo na pitanje da li Internet kao kanal za društvenu interakciju pomaže održavanju postojećih personalnih mreža i da li Internet kao prostor za društvenu interakciju pomaže probijanju strukturalnih ograničenja i uspostavljanju društvenih odnosa koji inače ne bi bilo. Jedna od naših bazičnih pretpostavki je da Internet, sa obe svoje funkcije, dodatno ojačava transfer u pravcu izbornosti kao jednom od ključnih konstituenata personalnih mreža.

2.2.3.4 Transformacija odnosa iz datih u izabrane

Kada se govori o transformaciji načina na koji se formiraju društveni odnosi u modernim društvima ima se u vidu da dati, dakle odnosi sa rođacima, sve više ustupaju svoje mesto izabranim, dakle odnosima sa prijateljima. Iako je nesporno da je kroz proces modernizacije došlo da značajnih promena u obrascima društvenosti, mnogi autori ukazuju na to da ne bi trebalo olako tvrditi da su ovi procesi doveli do toga da rođачke veze izgube na važnosti. Različita istraživanja pokazuju da rođачke veze ostaju važan izvor podrške čak i kod društveno mobilnih osoba ili visokoobrazovanih osoba u zapadnim društvima dok je posebno u društvima u razvoju kao i kod nižih društvenih slojeva učešće rođaka u

personalnim mrežama srazmerno veće u odnosu na razvijena društva ili više društvene slojeve (Pešić, 1977; Fischer, 1982; Welman, 1999; Chua et al., 2011).

Osnovna osobenost rođaćkih mreža je da su guste i sa dominacijom jakih veza, dok su prijateljske mreže daleko disperzivnije i labavije povezane (Ibarra and Andrews, 1993; Kadushin, 2004). Razmene koje se kroz ovakve mreže vrše takođe se baziraju na različitim normama, gde je kod prijateljskih veza direktan reciprocitet visoko vrednovan, dok kod rođaćkih on nema takav uticaj budući da se razmena često vrši u širem rođaćkom krugu. Takođe i resursi koji se kreću kroz ova dva tipa odnosa su često različiti budući da su rođaćke veze daleko čvršće i jače povezane i resursi koji se kroz njih pribavljaju mogu biti različiti. Tako će rođaćke veze pre biti ekspresivnog tipa i služiti kao izvor solidarnosti, poverenja i kohezije, dok će prijateljske mreže pre biti instrumentalnog tipa i služiti za pribavljanje informacija različitog tipa. Međutim, ova razlika između ekspresivnih i instrumentalnih veza ne mora biti, niti je jasno razdeljena na rođaćke i prijateljske veze budući da i prijatelji često služe kao izvor emotivne podrške ili rođaci kao izvor instrumentalne podrške (Chua et al., 2011). Slično ovome, Alan smatra da ono što razlikuje familijarne odnose, posebno partnerske i roditeljske od prijateljskih jeste različit tip posvećenosti i obaveze. Pre svega za razliku od rođaćkih, prijateljske veze su nehijerarhijske, odnosno češće se grade na principima uzajamne recipročnosti. Iako se rođaćke veze, još uvek kulturno determinišu kao važnije, za neke pojedince u specifičnim strukturnim lokacijama, prijateljstvo može igrati veoma značajnu ulogu u njihovom životu do nivoa isključivanja nekih ili svih članova familije (npr. kod homoseksualnih osoba). Takođe, za neke će prijateljske veze dominirati tokom jednog perioda života ali kako se strukturni činoci njihovog života menjaju tako i se menja i odnos prijateljskih i familijarnih veza (Allan, 2008).

Pored rođaćkih, prijateljske veze u modernom društvu predstavljaju jedan od osnovnih konstitutivnih elemenata personalnih društvenih mreža. Međutim, poput svih drugih društvenih ustanova i prijateljstvo predstavlja dinamičku kategoriju koja se menja sa promenom društvenih okolnosti. Dovoljno je da pomenemo prijatelje sa popularnih *online* društvenih mreža pa da nam bude jasno o kolikoj rastegljivosti ovog pojma govorimo. Prijatelji se mogu definisati kao ljudi koji

imaju nešto zajedničko, bilo da je reč o zajedničkim interesima, smislu za humor, životu na istoj lokaciji, pripadanju istim organizacijama, sličnom poreklu, sličnim životnim stilovima, sličnim poslovima ili sličnoj životnoj fazi. Prijatelji se mogu razumeti i kao ljudi koji uživaju u međusobnom društvu, izlaze zajedno, ćaskaju preko telefona, razmenjuju e-mail-ove ili se posećuju. Spenserova i Pal (Spencer i Pahl, 2006) ističu da je suštinska odlika prijateljstva ideja o međusobnom dopadanju, slaganju na različitim nivoima jačine povezanosti. Veze između prijatelja su neformalne ali su zato oni često percipirani kao ljudi koji se međusobno pomažu, daju emotivnu podršku ili se međusobno poveravaju. Takođe postoji i narativna dimenzija prijateljstva budući da se oni katkad definišu kao ljudi koji dele zajedničku istoriju prijateljstva.

Kada je reč od dimenzijama prijateljstva Kušman i Kan (Cushman and Cahn, 1985:51), na osnovu pregleda različitih istraživanja definišu tri osnovne dimenzije prijateljstva: poverenje (odnos baziran na autentičnosti), podrška ličnosti (odnos baziran na poštovanju društvene i psihološke ličnosti) i podrška (odnos baziran na recipročnoj pomoći). Na osnovu ovih dimenzija mogu se razlikovati i tipovi prijatelja koji su poređani po rastućem intenzitetu veze-poznanici, neobavezni prijatelji, dobri prijatelji i najbolji prijatelji.¹⁰⁹

Spenserova i Pal (Spencer i Pahl, 2006:60) pokušavaju da naprave tipologiju prijateljstava razvrstavajući ih na osnovu rastuće posvećenosti i višedimenzionalnosti odnosa na četiri jednodimenzionalna i četiri višedimenzionalna odnosa. U prvu grupu spadaju: kolega, korisni kontakt, prijatelj za uslugu, prijatelj za zabavu, dok u drugu grupu, kompleksnijih prijatelja spadaju: prijatelj za pomoć, tešitelj, poverljivi prijatelj, srodna duša. Sva ova prijateljstva su bazirana na različitim vrstama interakcije ali i različitom, u ovoj tipologiji – rastućom, emocionalnom povezanošću i posvećenošću. Naravno, ovi odnosi nisu čisti i ne znače linearno povećanje emocije ili posvećenosti i mogu varirati u zavisnosti od faze u kojoj se prijateljstvo nalazi, odnosa sa određenom ličnošću,

¹⁰⁹ Interesantno je pomenuti da je najstarija poznata tipologija prijateljstva ona koju u svojoj Nikomahovoj etici daje Aristotel, koji deli prijateljstva na ona koja se baziraju na: zadovoljstvu, koristi i vrlini. (Helm, 2009:5).

energije koja se ulaže u održavanje odnosa, itd. Kvalitet prijateljstva takođe varira i u odnosu na vreme (dužina poznavanja i učestalost druženja) koje prijatelji provedu drugujući. Pa tako, Spenserova i Pal definišu tri glavne putanje prijateljstava: *fiksna* prijateljstva-baza odnosa je ostala ista kroz vreme; zatim *progresivna* prijateljstva - osnov odnosa se menja pojačavajući međusobnu podršku i intimnost; i na kraju postoje i *varijabilna* prijateljstva - podrška i intimnost se povećavaju i smanjuju kroz vreme (Spencer i Pahl, 2006:72-3).

Kada je reč o transformaciji odnosa iz *datih* u *izabrane* iako naizgled govorimo o jednosmernim i neupitnim procesima gde, naizgled, prijateljski odnosi sve više preuzimaju funkciju rođaćkih u stvarnosti stvari nisu tako jednostavne. Alan (Allan, 2008) zaključuje da iako kasna faza modernizacije donosi mnoge promene u personalne odnose, pre svega u vidu veće fleksibilizacije kreiranja veza i dalje se uočavaju jasne kulturno uslovljene granice između prijateljskih i familijarnih veza.

Sličnog je mišljenja i Fišer (Fischer 1982:5) koji smatra da iako su pojedinci u savremenom društvu naizgled slobodni u izboru članova svojih mreža oni su zapravo ograničeni nizom unutrašnjih i spoljnih faktora. Kada je reč o unutrašnjim faktorima ograničenja tu pre svega možemo govoriti o psihološkim karakteristikama pojedinca koje utiču na odabir i mogućnost da se bude odabran u mrežu odnosa. Na individualnom planu su takođe važni i faktori poput obrazovanja, interesovanja, veština, itd, Na širem društvenom planu možemo govoriti o strukturnim ograničenjima u smislu dostupnosti ljudi, informacijama koje su na raspolaganju, idejama, vrednostima i normama ili jednostavnije kulturi u koju su pojedinci i njihovi interpersonalni odnosi uronjeni. Po Fišeru, ono što u najvećoj meri određuje sastav personalne mreže jeste društveni kontekst u kome pojedinci svakodnevno participiraju. Rođaćke veze koje su date rođenjem, lokani kontekst u kom se odrasta i živi, posao koji se obavlja, organizacije u kojima se učestvuje, itd.

Adamsova i Alan (Adams and Allan, 1998) takođe ističu da iako su sami ljudi važni za razumevanje prijateljstva suština je u tome da oni svoja prijateljstva ne grade u vakumu već se odnosi dešavaju unutar širokog skupa uticaja koji međusobno interaguju i koji pomažu da se svakom odnosu da oblik i struktura. Zato je važno istražiti kontekst u koji su veze ukorenjene. Pod kontekstom autori

misle na spoljne faktore koji utiču na razvoj, održavanje i raspad prijateljstava. Međutim, ovde veliki problem predstavlja odvajanje relevantnih od manje relevantnih faktora, odnosno uvođenje konteksta u određene granice. U svakom slučaju i najšire govoreći, kako ističu Adamsova i Alan, centralni uticaji su vezani za društvenu strukturu i kulturni kontekst kao i za prostorno vremensku organizaciju. Pored toga, važno je naglasiti da kontekstualni elementi nisu statični već da se stalno menjaju. Imajući sve ovo u vidu, prvi nivo analize predstavlja personalno okruženje onih koji su prijatelji, odnosno neposredne karakteristike nečijeg života koje utiču na karakter i oblik prijateljstva (ekonomski faktori, kućne obaveze, poslovno okruženje, provođenje slobodnog vremena). Drugi je nivo mreže i on je blisko povezan sa personalnim okruženjem a tiče se mreže personalnih odnosa koji pojedinac uspostavlja.

Pal i Spenserova (Pahl and Spencer, 2003) baveći se transformacijom odnosa iz *datih* u *izabrane* prave razliku između odnosa baziranih na visokoj posvećenosti i onih baziranih na niskoj posvećenosti. Na osnovu toga prave četiri idealno-tipska modela interpersonalnih odnosa (Tabela 2.1).

Tabela 2.1. Posvećenost i izbor u personalnim odnosima-dva odnosa

	<i>Visoka posvećenost</i>	<i>Niska posvećenost</i>
<i>Dati odnosi</i>	A	B
<i>Izabrani odnosi</i>	C	D

Izvor: Pahl and Spencer, 2003:4

Odnos A je tipičan primer tradicionalne porodice. Odnos B je neobavezujući *dati* odnos koji po njima nastaje kao produkt individualizacije i opadanja zadataka i obaveza tradicionalnog društva. Odnos C predstavlja bliske prijatelje u koje se mogu uključiti i familijarni odnosi ako se percipiraju kao prijateljski. D odnosi su tipični za ideje o modernom otuđenom društvu (Pahl and Spencer, 2003:4-5). Međutim, kako su istraživanja pokazala da je priroda uspostavljanja personalnih veza daleko kompleksija od jednostavne podele na *date* i *izabrane* odnose, Pal i Spenserova u novijoj studiji (Pahl and Spencer, 2010), uvode dva dodatna, prelazna, modela čiji je cilj da ukažu na preklapanja između ovih tipova veza (Tabela 2.2). Prvi prelazni model predstavlja tip veza koje autori nazivaju *date-*

kao-izabrane (given-as-chosen) i koje se odnose na prelivanje rodbinskih u prijateljske veze (kad je neki rođak ujedno i dobar prijatelj). Pored njih, postoji i obrnuti prelazni model *izabranih-kao-datih (chosen-as-given)* veza, gde prijateljske veze preuzimaju funkcije rođaćkih (gde su prijatelji tokom vremena postali toliko bliski da se doživljavaju kao deo porodice – čest je slučaj da se prijatelj naziva bratom ili sestrom).

Tabela 2.2. Posvećenost i izbor u personalnim odnosima – četiri odnosa

Priroda veze	Nivo posvećenosti	
	<i>Visoka posvećenost</i>	<i>Niska posvećenost</i>
<i>Date</i>	Čvrste /temeljne	Nominalne
<i>Date-kao-izabrane</i>	Bonus	Odbačene/napuštene
<i>Izabrane-kao-date</i>	Usvojene	Obeshrabrene
<i>Izabrane</i>	Skovane	Fluidne

Izvor: Pahl and Spencer, 2010:17

Kao što se iz tabele može videti *date* veze se mogu kretati od čvrstih veza (sa najbližim članovima porodice) do nominalnih veza sa udaljenim članovima porodice. S druge strane, drugi čisti oblik, prijateljskih odnosno *izabranih* veza se proteže od onih koji su kroz zajedničko iskustvo skovane kroz vreme do onih koje su više tranzitivne i fluidne. Između ova dva tipa smeštaju se prelazni oblici. *Date-kao-izabrane* se mogu kretati od nivoa gde se oseća prijateljska povezanost sa rođacima, pa ovo prijateljstvo čini svojevrsan bonus do nivoa kada se familijarni odnos negira ili napušta (prelazi ka ne-prijateljskom odnosu). *Izabrane-kao-date* veze mogu varirati od veza koje su toliko jake da poprimaju karakteristike familijarnih do veza koje imaju određenu predistoriju i gde postoji neka vrsta obaveze za njihovim održavanjem ali one su u silaznoj putanji.

U skladu sa datom tipologijom interpersonalnih odnosa a na osnovu istraživanja koje su sproveli, Pal i Spenserova identifikuju šest osnovnih tipova personalnih mreža: one koje su bazirane na dominaciji prijateljskih veza – *nalik prijateljskim i prijateljski obavijene*; one koje su bazirane na dominaciji familijarnih veza – *familijarno orijentisane i familijarno zavisne*; one koje su bazirane na

partnerskim vezama - *partnerski centrirane* i na kraju one koje su bazirane na profesionalnim vezama - *profesionalno zavisne* (Pahl and Spencer 2010:12-14).

Ključno je, zaključuju Pal i Spenserova, da veze sa nižim nivoom obaveze ne zamenjuju ove sa visokim novom, već bi se pre moglo govoriti o njihovoj fuziji. U tom smislu, teško da se može govoriti o nekoj jednoznačnoj transformaciji već pre o tome da su ljudi uronjeni u kompleksne odnose satkane od familijarnih i prijateljskih veza. Tipične familijarne veze uključuju neupitnu lojalnost čak i kad su ljudi u familiji otuđeni. Pored toga, ove veze se vide kao važne zato što postoji očekivanje da će trajati. Postoji generalna pretpostavka voljenja familije zato što je familija, dok se dopadanje dodaje kao bonus na to. Kod prijateljskih veza dopadanje je uslov njihovog postojanja i opstanka dok je ljubav rezervisana za posebne prijatelje sa kojima se bliskost gradi kroz zajedničku istoriju i iskustvo.

Zaključujući ovaj deo, kao i kompletno poglavlje o promenama društvenih odnosa u doba kasne modernosti, pokušali smo da pokažemo da se trend individualizacije društvenih odnosa, koji se neumitno odvija, ne završava nužno atomizacijom društva ostavljajući za sobom otuđenog i iskorenjenog pojedinca. Pojedinac, svakako može biti iskorenjen iz tradicionalnih društvenih veza i odnosa, ali isto tako se iznova ukorenjuje kroz nove odnose, bazirane na transformisanim starim ili novim obrascima društvenosti. Do ovakvog zaključka, kroz svoje istraživanje dolaze i Pal i Spenserova:

„Zapravo naše vlastito istraživanje, koje je bilo usmereno na prirodu i kvalitet personalnih odnosa, je pokazalo da, daleko od izolovanosti, anomičnosti ili narcističke samo-orijentisanosti, ljudi se i dalje mogu osećati povezano i posvećeno drugima, kroz njihove personalne zajednice, na značajan i smislen način“ (Pahl and Spencer 2010:16-18).

Da bi se snašao u sveopštem metežu zahteva sve nesigurnijeg društva, pojedinac je prinuđen da bude menadžer vlastitog života balansirajući između različitih, često oprečnih uloga koje se pred njega postavljaju. Igrajući svoje uloge ljudi grade različite mreže društvenih odnosa iznova se ukorenjuju u njima. Međutim, koegzistirajući zajedno, u rizičnom vremenu kakvo je naše, tradicionalni, retradicionalizovani i individualistički obrasci ponašanja, zajedno sa nizom prelaznih oblika, uslovljenih kulturom i društveno-ekonomskim uslovima života, iznova stvaraju mutacije koje je teško jednoznačno odrediti. U tom smislu, a to smo

i na početku naglasili, mi ne tvrdimo da umreženi individualizam predstavljala dominantnu formu društvenog organizovanja u današnjim društvima. Pogotovo je diskutabilno govoriti o ovakvom obrascu društvenosti kada je reč o zemljama koje su samo delimično bile zahvaćene modernizacijskim procesima.¹¹⁰ Ipak, kao što ćemo u drugom delu rada pokušati da pokažemo, umreženi individualizam kao forma društvenog organizovanja svoju punu snagu i manifestaciju dobija usled razvoja informaciono komunikacionih tehnologija. Polazeći od Gidensove teze o reukorenjujućoj funkciji apstraktnih sistema, čini se da se Internet, više nego i jedna druga komunikaciona tehnologija ima ovaj ukorenjujući potencijal, dozvoljavajući svim njenim korisnicima, bez obzira u kom se delu sveta nalazili, da međusobno nesmetano komuniciraju, uspostavljaju društvene odnose i grade nove ili održavaju postojeće društvene mreže. U trenutku dok ovo pišemo u virtuelnom svetu Interneta sreću se stotine miliona njegovih korisnika, koji održavaju kontakte sa rođacima, prijateljima, emotivnim partnerima, ali isto tako uspostavljaju sasvim nove kontakte, u skladu sa svojim potrebama, željama, interesima. Do sada nije postojao medij koji je ujedno bio i prostor, mesto, makar i virtuelno, gde su se ljudi mogli sresti, upoznati i družiti i zbog toga je Internet, iznad svega, društveni fenomen, fenomen bez koga će biti nemoguće zamisliti život u veku čije prve decenije živimo.

110 Srbija se često karakteriše kao zemlja prepolovljene ili nedovršene modernizacije, o čemu će biti više reči na početku četvrtog poglavlja.

3 INTERNET I DRUŠTVENO UMREŽAVANJE

Jedna od najaktuelnijih tema danas, kada je reč o transformaciji savremenog društva, svakako je ona vezana za društvene posledice upotrebe novih informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT). Gotovo da ne prođe dan, a da se u medijima (bilo elektronskim, bilo štampanim) ne pojavi neki prilog ili kolumna koja se bavi upravo ovom tematikom. Ono što je u svemu tome paradoksalno je to što je većina ovih tekstova obeležena tehno-skepticizmom, često ironijom ili brigom za sudbinu modernog čovečanstva, a da je, sa druge strane, malo onih, počev od samih novinara čiji tekstovi nastaju na računarskoj tastaturi, koji su spremni da se odreknu upotrebe računara i Interneta. Čak i u svakodnevnom razgovoru čini se da većina ljudi izražava pesimizam a neretko i strah od novih tehnologija, sa nostalgijom se sećajući nekadašnjih vremena kada su se ljudi više družili a deca bezbrižno igrala napolju. Dakle, bilo da se radi o korisnicima ili nekorisnicima možemo konstatovati da postoji jedna široko rasprostranjena i duboko uvrežena predrasuda o štetnim efektima komunikacione upotrebe Interneta.¹¹¹

Razloge nastajanja negativnih predrasuda valjalo bi tražiti u kombinaciji inherentnih i proizvedenih faktora. Inherentni faktori se mogu svesti na: 1) urođeni straha od nepoznatog koji je pomešan sa otporom prema novim i samim tim nedovoljno istraženim tehnologijama; 2) specifičnost Interneta kao nesagledivog fenomena koji prevazilazi sve prethodno poznate tehnologije društvenog opštenja.¹¹² Proizvedene faktore čine: 3) senzacionalistička uloga medija koji, u potrazi za većim tiražima ili gledanošću, skoro isključivo obraćaju pažnju na «mračnu» stranu Interneta; i 4) najčešće empirijski neutemeljeni stavova različitih, manje ili više, uvaženih naučnika i intelektualaca o društveno-razarajućim posledicama interakcije putem računara. Ostavljajući inherentne

111 Kažemo predrasuda budući da se, najčešće, radi o stavovima koji nisu empirijski potvrđeni. Sasvim suprotno, naučne studije koje smo proučavali (Petrović, 2008) i one koje će biti prikazane i kroz ovu disertaciju, u ogromnoj većini ne potvrđuju nalaze o štetnim posledicama komunikacione upotrebe Interneta.

112 Ovde se pre svega misli na anonimnost i dezinhibiranost njegovih korisnika koja za posledicu ima generalni osećaj nepoverenja.

faktore psiholozima i filozofima tehnologije, u nastavku ćemo se posebno osvrnuti na pesimističke stavove naučnika i intelektualaca. Ovo svakako ne znači da smatramo da su mediji manje krivi za kreiranje negativističke predstave Internetu, upravo suprotno. Međutim, kako se mediji često oslanjaju upravo na stavove ovih naučnika mislimo da je, sa stanovišta prirode ove disertacije, svrsishodnije ukazati na ideje onih koji svojim naučnim autoritetom ili popularnošću koju uživaju, kreiraju sliku o računarski posredovanoj komunikaciji. U tabeli 3.1 mogu se videti dve suprotstavljene perspektive u odnosu na očekivane posledice komunikacione upotrebe Interneta.

Tabela 3.1. Različite percepcija posledica društvene interakcije putem Interneta

Distopijska perspektiva	Utopijska perspektiva
Otuđuje, povećava usamljenost	Povezuje, smanjuje usamljenost
Stvara pseudo odnose	Stvara nova prijateljstva
Fragmentira identitet	Oснаžuje identitet
Stvara zavisnost	Ne postoji zavisnost
Podstiče emotivne prevare	Omogućava nove emotivne veze
Ubija zajednicu	Vraća zajednicu korenima
Kreira pseudo zajednice	Kreira stvarne zajednice
Smanjuje participaciju	Povećava participaciju
Podstiče rasne, etničke i verske podele	Prevazilazi rasne, etničke i verske podele
Osiromašuje komunikaciju	Oslobađa komunikaciju
Smanjuje kvalitet učenja	Podiže kvalitet učenja

Današnja, kao što smo već istakli, pretežno negativna slika o društvenim posledicama komunikacije putem Interneta kreirana je već u vreme nastanka i prvim godinama širenja upotrebe Interneta, dakle u drugoj polovini 90-tih godina XX veka. Bojazan od anonimne komunikacije povezana sa strahom od gubitka kontakta sa realnošću, koja će dovesti do dalje dezintegracije zajednice i fragmentacije društvenih odnosa, trasirala je put negativističkoj percepciji Interneta.

Ranom Internet pesimizmu su u velikoj meri doprinele dve studije sa prestižnih američkih Univerziteta (Carnegie Mellon i Stanford), od kojih je prva, poznata pod

nazivom HomNet (Kraut et al., 1998.), došla do „senzacionalnog“ otkrića koje su autori krstili ne manje senzacionalnim nazivom «Internet paradox». Ovaj fenomen se po, Krautu i saradnicima, ogleda u tome što komunikacijski medij, u ovom slučaju Internet, umesto da podstiče društvenost u stvari ima suprotne efekte dovodeći do sve veće društvene izolovanosti njegovih korisnika. Uglednost institucije koja je stajala iza njihovog istraživanja, nedostatak drugih empirijskih nalaza o društvenim aspektima upotrebe Interneta i senzacionalistički interpretirani rezultati od strane medija,¹¹³ uticali su na veliku popularnost ove studije.¹¹⁴ Gotovo da nema istraživanja koja su kasnije sprovedena, a da njihovi autori nisu testirali nalaze HomNet studije. Da stvar bude zanimljivija, testirali su ih nekoliko godina kasnije sam Kraut i saradnici, ne uspevajući iznova da potvrde nalaze svoje originalne studije (Kraut et al., 2002). Drugu, popularnu studiju koja je, doduše u nešto blažoj formi, takođe ukazala na izvesnu vezu između intenziteta upotrebe Interneta i opadanja društvenosti njegovih korisnika, sproveli su Nie i Erbring (Nie and Erbring, 2002). Osnovni i najvažniji nalaz ovog istraživanja se ogledao u tome da što više vremena ljudi provode koristeći Internet, utoliko će više gubiti kontakt sa svojim društvenim okruženjem, te da ova pojava postaje uočljiva već posle upotrebe Interneta od dva do pet sati nedeljno. Iako su obe studije pretrpele značajne, pre svega, metodološke kritike (McKenna, et al., 2002; Petrović, 2008) njihov uticaj je u velikoj meri odredio atmosferu u kojoj će se interakcija putem Interneta u budućnosti percipirati.

Značajnu ulogu u kreiranju pesimističke slike Interneta odigrala je i Šeril Terkl (Sherry Turkle) jedna od najpriznatijih istraživača društvenih posledica upotrebe računara. U svojoj veoma uticajnoj knjizi (Turkle, 1995)¹¹⁵ ona ukazuje na to da se društveno već fragmentirani identiteti u sajber prostoru dodatno fragmentiraju, pretvarajući ljude u multiplikovane distributivne sisteme koji su sposobni da žive

113 Amy Harmon, novinarka New York Times-a, interpretira rezultate ovog istraživanja u članku pod naslovom "Tužan, usamljeni svet otkriven u sajberspejsu" (Sad, Lonely World Discovered in Cyberspace – Harmon, 1998).

114 Ovo je jedna od najcitiranijih studija na temu uticaja Intenreta na društvenost o čemu svedoči i 2532 citata do januara 2012. http://scholar.google.com/scholar?cluster=6342641991789407033&hl=en&as_sdt=0,5&sciodt=0,5.

115 Knjiga «Život na ekranu-identitet u doba Interneta» (Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet – Turkle, 1995) do januara 2012. godine imala je više od 6500 citata.

na različite načine i da igraju različite uloge u isto vreme. Međutim, ono što je većina onih koji su citirali stavove Terklove često zaboravljala da navede jeste to da su se nalazi njene studije odnosili na mlade ljude koji su igrali *online* igre u kojima je stvaranje virtuelnih identiteta jedan od ključnih elemenata ovih igara.¹¹⁶ U najnovijoj sudiji (Terkl, 2011) indikativnog naslova „Sami zajedno“ (Alone Together) Terklova na osnovu brojnih intervjuja, opet sa mlađim korisnicima, ali ovoga puta, mobilnih telefona i *online* platformi za društveno umrežavanje, izražava veliku dozu tehno-skepticizma. Iako su njeni stavovi uglavnom utemeljeni na intervjuima koje sprovodi, Terklova je ipak sklona i načelnim stavovima poput sledećih:

„Kada su onlajn, obični ljudi su se predstavljali kao glamurozni, stari kao mladi, mladi kao stari“ (Terkl, 2011:222)

ili,

„Na društvenim mrežama poput Fejsbuka mislimo da ćemo predstavljati sebe, ali naš profil na kraju je profil druge osobe-uglavnom fantazija o osobi kakva želimo da budemo“ (Terkl, 2011:215)

Da ne bude nikakve zabune, daleko od toga da se mi zalažemo za goli empirizam ili da nekome odričemo pravo na intelektualnu diskusiju, ali se svakako protivimo onim tvrdnjama koje se mogu empirijski proveriti, a koje se bez takve provere iznose. Možda i nije toliki problem ako neko poput Terklove, koja iza sebe ima tridesetogodišnje iskustvo u proučavanju društvenih posledica upotrebe novih tehnologija, iznese neke od stavova poput malopre citiranih ali takvu vrstu uopštavanja sebi dopuštaju i oni koji nemaju iskustvo proučavanja Interneta i tu leži najveći problem. Tipičan primer su recimo stavovi američkog filozofa Džona Zerzana (Zerzan, 2009) koji na jednom mestu u svojoj knjizi „Sumrak mašina“ kaže:

„Svako novo istraživanje potvrđuje da čak i nekoliko sati provedenih na Internetu ima odložene negativne efekte“ (Zerzan, 2009:128)

Vrlo je moguće da je Zerzan ovu svoju tvrdnju bazirao na krajnje uprošćenom tumačenju malopre pomenutog istraživanja koje su sprovedi Nie i Erbring (2002)

116 Predmet istraživanje su bile takozvane MUD platforme (Multiple User Domains/Dungeons) koje oponašaju stvaran prostor i komunikaciju licem u lice. Posebno su bile popularne interaktivne igre avanturističkog tipa gde međusobno povezani igrači kreiraju različite grafičke likove, koji se mogu kretati kroz prostor, uzimati ili bacati predmete, boriti se protiv različitih neprijatelja ili rešavati zagonetke. Više reči o ovim igrama biće na kraju ovog poglavlja kod analize Interneta kao društvenog prostora.

što upravo svedoči o velikom uticaju ranih studija društvene upotrebe Interneta. Međutim, ova tvrdnja, izrečena na način kako to čini Zerzan, je toliko neutemeljena i upravo suprotna nalazima najvećeg broja istraživanja upotrebe Interneta da se u najmanju ruku može okarakterisati kao zlonamerna. Problem je u tome što se upravo kroz izjave intelektualaca koji su medijski eksponirani, kao što je slučaj sa Zerzanom, otvara prostor za „naučno“ utemeljenje inače, najčešće površnih, novinarskih članaka.

Naša intencija svakako nije osporavanje štetnih posledica interakcijske upotrebe Interneta već potreba da se zauzme jedan uravnotežen i teorijski i empirijski potkovan stav. Mi smo već u teorijskom delu ove disertacije istakli da, po našem uverenju, tehnologija nije osnovni uzrok društvenih promena, ali da ona svakako kroz širenje svoje upotrebe nije bez značajnog društvenog uticaja. Drugim rečima, svaki stav koji bi ukazivao na to da je Internet povezan sa otuđenjem, usamljenošću, opadanjem društvenog kapitala, trebalo bi dovesti u vezu sa društvenim okruženjem u okviru koga se ova stanja javljaju i utvrditi šta je njihov uzrok, a šta posledica. Recimo, studije Interneta, ponekad, imaju nalaze koji ukazuju na povezanost upotrebe Interneta i usamljenosti (Coget et al., 2002; Veenhof, 2006; Sum et al., 2008). Međutim, kako te studije, najčešće, nisu longitudinalnog karaktera one propuštaju da uhvate trendove, već samo daju presek trenutnog stanja, konstatujući recimo, da je usamljenost u vezi sa pojačanom upotrebom Interneta. Ono što predstavlja suštinski problem ovakvog nalaza je način na koji će ga autori studije interpretirati. U zavisnosti od afiniteta samih autora, istraživačkog iskustva, intuicije ili naručioca istraživanja oni mogu zaključiti da: 1. pojačana upotreba Interneta dovodi do sve veće usamljenosti i društvene izolacije korisnika; ili 2. usamljenije osobe pojačano koriste Internet u cilju prevazilaženja društvene izolacije. Kao što se može videti, različitim tumačenjem jednog istog empirijskog nalaza, uloga Interneta se može protegnuti od „ubice“ do „spasioca“ društvenosti.

Ostavljajući po strani uticaje koje smo pomenuli, čini nam se da se negativistička slika društvenih posledica interakcije na Internetu, makar delimično, može objasniti i jednim generalnim osećajem *nelagode* koja kao takva predstavlja plodno tle za *apriorni* Internet pesimizam. Ova nelagoda je pre svega povezana sa

pomenutom nesagledivošću Interneta koji se doživljava kao tehnologija, ali i kao nešto što je mnogo više od toga. Jer, da je Internet samo tehnologija za interpersonalnu komunikaciju on ne bi izazivao više polemika ili otpora nego što ih, sa stanovišta prosečnog čoveka, izaziva upotreba mobilnih telefona. Ali Internet je mnogo više od toga. Internet je otvorio jedan novi, virtuelni svet koji postoji paralelno sa realnim svetom, ali koga „naseljavaju“ realni ljudi koji tamo razmenjuju realne želje, strahove, ideje ili potrebe.¹¹⁷ I ono što je najvažnije, virtuelni svet Interneta je *neposredovan*. Za razliku od realnog sveta, koji se za prosečnog čoveka sastoji od nekoliko desetina, stotina ili hiljada veza, koje su prošle kroz sito društvenih regula i koje su kao takve ukotvljene u manje ili više poznate društvene kontekste, svet Interneta je sasvim drugačiji. Ovde fenomen malog sveta ne važi,¹¹⁸ budući da je svaka osoba u svetu Interneta samo jedan „klik“ daleko od bilo koje druge osobe. Nevolja je u tome što ova tehnogena bliskost nije praćena društvenom bliskošću, zbog čega se čini da virtuelne osobe pred nas „iskaču“ praktično niotkuda. Mi ne znamo ništa o njihovim rođacima ili prijateljima, poslovima kojima se bave, mestima gde žive i zbog toga im ne verujemo. I oni ne veruju nama.¹¹⁹ Ipak, iza ove atmosfere nepoverenja, otvara se veliko polje mogućnosti - da se reši zdravstveni problem, da se upozna srodna duša, da se zauvek otputuje u neku drugu zemlju, da se zaradi novac, itd. Rastrzani između, s jedne strane, straha od neposredovanosti i sa druge strane, potencijalnih mogućnosti, ljudi moraju sami da balansiraju na tankoj žici (ne)poverenja. Ili, kako bi Bek (2011) rekao, da budu menadžeri svojih života u rizičnom društvu današnjice.

Pomenute promene, njihov obim, domašaj i društvene funkcije, predstavljaju srž izučavanja ove disertacije. Kako bi našu analizu postavili u valjani okvir, štiteći je, s jedne strane od neutemeljenog skepticizma, ali i od površnog afirmativizma s

117 Bek (Bek, 2001:228) kaže da preko medija mi vodimo neku vrstu prostorno i socijalno dvostrukog života, u specifičnoj bilokalnosti koja ukazuje na individualno-institucionalnu šizofrenu strukturu.

118 Ovaj fenomen je opisan u narednom odeljku.

119 Prema rezultatima istraživanja koje smo sproveli u srpskim Internet pričaonicama 2004. godine, pokazalo se da iako većina posetilaca ovih virtuelnih prostora na Internetu za sebe tvrdi da je delimično ili potpuno iskrena u komunikaciji sa drugim osobama, s druge strane, oni ne veruju u iskrenost svojih sagovornika (Petrović, 2008).

druge strane, opredelili smo se za zasnivanje jednog širokog i sistematičnog pristupa. Ovo smatramo neophodnim s obzirom da proučavanje društvenih posledica upotrebe Interneta još uvek predstavlja jedno novo i teorijski nedefinisano polje naučnog delovanja. Nakon uspostavljanja, šireg, teorijskog okvira u prethodnom poglavlju, cilj ovog poglavlja je da se da opšti okvir analize kroz uvođenje dva ključna analitička koncepta kroz koje će se proučavati društvene posledice interakcijske upotrebe Interneta.

Prvi element analitičkog okvira se odnosi na *mrežnu logiku* uspostavljanja i održavanja društvenih odnosa, zbog čega ćemo se osvrnuti na razvoj i osobnosti mrežnih pristupa u sociologiji. U okviru ovih pristupa posebnu pažnju posvetićemo i teorijama društvenog kapitala, budući da ćemo se u empirijskom delu ove studije baviti potencijalnim gubicima i dobitima koji nastaju kao posledice interakcijske upotrebe Interneta.

Drugi element našeg analitičkog okvira jeste shvatanje o dve osnovne funkcije Interneta: *transmisionoj* i *prokreativnoj*. Za potrebe ove disertacije detaljnije ćemo razložiti osnove ovog shvatanja koje smo prvi put izneli u našoj prethodnoj studiji (Petrović, 2008) i temeljno ih analizirati kroz prizmu brojnih fenomena i istraživanja interakcijske upotrebe Interneta.

3.1 Društvene mreže i društveni kapital

Jedna od brojnih posledica velike popularnosti *online* platformi za društveno umrežavanje na Internetu ogleda se u tome da je danas pojam *društvena mreža* verovatno jedan od planetarno najprepoznatljivijih i najupotrebljavanijih pojmova koji pored laičke ima i naučnu primenu. Naravno, iako njegova svakodnevna upotreba nema mnogo veze sa naučnim korenima ovog koncepta, čini se da za prosečne Internet korisnike nema mnogo misterije o tome šta se iza ovog fenomena krije. Ono što oni ne znaju i što bi verovatno iznenadilo najveći broj njih je to da se sociolozi i antropolozi društvenim mrežama bave bezmalo ceo vek unazad i da taj fenomen praktično nema puno veze sa Internetom. Naravno, to ne znači da Internet nije odigrao i ne igra snažnu ulogu u osnaživanju ovog obrasca

društvenosti, koji se razvija, kao što smo u prethodnom poglavlju mogli videti, praktično od početka modernizacije. Internet uz mobilne telefone predstavlja poslednju u nizu komunikacionih tehnologija koje su, pored transportnih, odigrale važnu ulogu u izdizanju interpersonalnih odnosa iz lokalnog konteksta društvene interakcije. Ali Internet nije samo puka karika u evolucionom razvoju tehnološki posredovanih interpersonalnih odnosa. Internet je otvorio jedan sasvim novi prostor za društvenu interakciju, podvrgavajući je novim, ili transformisanim starim, obrascima društvenosti i povratno menjajući društvenost u *offline* okruženju.

3.1.1 Razvoj mrežnog pristupa u sociologiji

Iako je sociološka primena mrežnih pristupa svoju ekspanziju doživela tek pred kraj XX veka, njihove korene možemo tražiti u različitim istraživačkim tradicijama koje se protežu nekoliko decenija unazad. Generalno, mogu se rekonstruisati tri najvažnija izvora iz kojih se kasnije razvijaju mrežni pristupi u sociologiji (Scott, 1991:7).¹²⁰ Jedan od prvih izvora mrežne analize čini snažna tradicija kvantitativnog pristupa u američkoj sociologiji na čelu sa Morenovom (Jacob Moreno) sociometrijom, koja je proizvela različite matematičke analitičke alate bazirane na teoriji grafova.¹²¹ Drugi izvor se može identifikovati u radu harvardskih istraživača 30-tih godina XX veka koji su se, inspirisani Redklif-Braunovim (Alfred Radcliffe-Brown) istraživanjima, bavili proučavanjem obrazaca interpersonalnih veza i formiranjem klika.¹²² Još jedan, podjednako važan i direktan izvor čine radovi grupe britanskih antropologa okupljenih oko

120 Za detaljniji osvrt na istoriju mrežnog pristupa u društvenim naukama videti u Scot (1991:7-38).

121 Veliki je značaj teorije grafova u razvoju mrežne analize. Ovaj, pre svega matematičko-analitički model, razvija se već od kraja XVIII veka da bi svoj procvat doživeo sredinom XX veka. Veliku popularnost duguje mogućnosti primene u različitim, ne samo prirodnim naukama, poput ekonomije, psihologije, etnologije, lingvistike, arhitekture, sociologije (Harary, 1969). Naravno, veliki je uticaj teorije grafova i na proučavanje društvenih mreža, pa tako većina analitičkih pojmova koju koriste savremeni sociolozi potiče iz teorije grafova – npr. mrežni mostovi, gustina veza, zavisnost jačine veze, klike, itd (Newman et al., 2006; Degenne and Forsé, 1999).

122 Ovde je dovoljno pomenuti čuvene Hotornske (Hawthorne)studije koje je sproveo Elton Mejo (Mayo) ili Varnerove (Lloyd Warner) studije o Jenki Sitiju (Yankee City).

mančesterskog Univerziteta od koji su najistaknutiji Džon Barns (John Barnes), Klajd Mičel (Clyde Mitchell) i Elizabeta Bot (Elizabeth Bott). Barns je prvi koji je počeo da koristi pojam „društvena mreža“ primenjujući ovaj koncept na proučavanje jednog ribarskog sela u Norveškoj. Nakon završetka istraživanja, Barns je zaključio da ne samo što mu je ovaj pristup pomogao da mnogo bolje opiše društvenu strukturu sela, već je bio i mnogo korisniji od normativnog pristupa za objašnjenje ključnih društvenih procesa, kao što su pristup poslu ili politička aktivnost (Wellman, 1988:22). Kada je reč o pretečama svakako ne bi trebalo zaboraviti radove nemačkih formalnih sociologa, pre svega Zimela (Georg Simmel) čiji su radovi nakon prevođenja na engleski jezik (pedesetih godina XX) izvršili snažan uticaj na razvoj mrežnih pristupa.¹²³ Ovde svakako treba pomenuti i drugog, nešto manje promovisanog, nemačkog sociologa Norberta Eliasa.¹²⁴ Na ovim temeljima, 60-tih i 70-tih godina XX veka, zahvaljujući, pre svega, radovima harvardskog profesora Harisona Vajta (Harrison White) i grupi tada mladih

123 Zimel se može smatrati jednim od preteča mrežnog poimanja društvenosti. Baveći se transformacijom društvenih odnosa na prelazu XIX u XX veka on aktuelizuje relacionistički pristup u proučavanju društvenih odnosa. Budući da uočava da se tradicionalno društvo sve više dezintegriše, Zimelu je jasno da su društvene veze koje se uspostavljaju između, bilo geografski bilo emotivno, sve udaljenijih pojedinaca, ono što zaista drži društvo na okupu. Zbog toga, odnosi koji se uspostavljaju više ne moraju biti totalni (prijateljski) ili prazni (interesni), već delimični (poznanstva) bazirani na poznavanju samo određenih elemenata nečije ličnosti. Rezultat ovakvih odnosa više nisu grupe i zajednice već različiti krugovi interesno povezanih pojedinaca (Simmel, 1950; Simmel, 1955, Zimel, 1988).

124 Pored Zimela, Norbert Elias se takođe može smatrati začetnikom mreže analize u sociologiji. Iako je njegova studija „Društvo pojedinaca“ (Society of Individual) napisana još pre Drugog svetskog rata, Eliasova shvatanja ostaju aktuelna do današnjih dana. Elias među prvima upotrebljava termin mreža (network), nazivajući je ljudskom i na više mesta u svojoj studiji govori o „fenomenu“ mreža (Elias, 1991:24,32). Za njega je društvo, mreža funkcija koje poput nevidljivih lanaca povezuju ljude jedne sa drugima. Mreže su strukture. Svaka osoba, kaže Elias, koja se na ulici mimoide sa drugom očigledno nepoznatom osobom, je sa njom povezana nevidljivim lancima drugih ljudi. Individua živi čitav svoj život, od detinjstva pa nadalje, u mreži zavisnosti, odnosno u tkivu mobilnih odnosa (Elias 1991:14). Elias takođe prepoznaje dinamički značaj mrežne analize što se može videti iz sledećeg citata: „U svakom slučaju, odnosi između ljudi se nikada ne mogu izraziti u jednostavnoj prostornoj formi. I to je statični model. Bolje služi svojoj svrsi ako zamislimo mrežu koja je u konstantnom kretanju kao stalno pletenje i raspletanje veza“ (Elias, 1991:32). Ovde još valja dodati da Elias daje prednost mrežama kao strukturama u odnosu na autonomnu akciju pojedinaca tvrdeći da ni jedna osoba, ma koliko bila važna, moćna, inteligentna, ne može prekinuti autonomne zakone ljudske mreže iz koje se njegova akcija uzdiže i ka kojoj je ona usmerena.

saradnika okupljenih oko njega, među kojima su neki od danas najpriznatijih mrežnih teoretičara poput Marka Granovetera (Mark Granovetter), Berija Velmana (Barry Wellman), Kloda Fišera (Claude Fischer), Edvarda Lumana (Edward Laumann), nastaju prve sociološke mrežne teorije.¹²⁵ Tokom 80-tih godina XX veka mrežni pristup se, posebno u američkoj sociologiji, uspostavlja kao značajan deo strukturalne analize, posebno na području proučavanja društvene i ekonomske akcije. Na to su posebno uticale teorija strukturalne akcije Ronalda Berta (Burt), i teorija društvenih resursa Nan Lina (Lin), s obzirom na to da se obe ove teorije u velikoj meri oslanjaju na mrežnu analizu.¹²⁶

Krajem 80-tih godina XX veka u Evropi se, ali u nešto drugačijoj tradiciji, pojavljuje novi mrežni pristup, koji u središte analize stavlja mrežu kao osnovni dinamički faktor društvenog organizovanja. Ova teorija, poznata kao akter-mreža teorija (Actor Network Theory-ANT), nastala je oko kruga sociologa povezanih sa Centrom za sociologiju inovacija pri Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris. Poznatiji predstavnici ANT su Bruno Latur (Latour), Mišel Kalon (Michel Callon), Džon Lou (John Law) i drugi. U epicentru ovog shvatanja nisu globalne mreže, kao ni individualni akteri, već ono pokušava da funkcioniše na meta nivou, interesujući se isključivo i jedino za mrežu, koja po prirodi stvari objedinjuje aktere i strukturu kroz njihovo konačno ukidanje. Ono što je ključno jesu interakcije i kako neki tipovi interakcija uspeavaju, manje ili više, da se stabilizuju i reprodukuju, kako prevazilaze otpor i naizgled postaju makro društvene (Law, 1992:2). Po ANT logika uređene heterogene mreže leži u osnovi svega. Primera radi, da bi se došlo do nekog saznanja u bilo kojoj nauci, potrebno je kompilirati mnogobrojne čestice i delove-mikroskope, reagense, skenere, kompjutere, znanje, obučene ljude i još mnogo toga, i uprkos različitostima spojiti u jedno, odnosno u uređenu mrežu koja nadvladava međusobne otpore. Tako nauka, kroz ovu teoriju, postaje proces heterogenog inženjeringa u kome su čestice i delovi društvenog, tehničkog,

125 Kroz ovu disertaciju više puta ćemo se pozivati na radove ovih sociologa tako da ovde nećemo davati poseban osvrt na njihova shvatanja.

126 Više reči o ovim teorijama će biti u nastavku ovog poglavlja, u odeljku 3.1.6.

pojmovnog i tekstualnog, spojeni zajedno i tako prevedeni¹²⁷ u skup jednako heterogenih naučnih proizvoda. Ista logika vlada u čitavom društvenom životu jer porodica, organizacija, ekonomija, tehnologija su ništa drugo do uređene mreže heterogenih materijala čiji je otpor savladan. Ukratko, suštinsko obeležje ANT pristupa je pokušaj prevazilaženja razlike između društva i prirode, objekta i subjekta, ljudi i mašina, kroz njihovo svođenje na jedan univerzalni model koji je podčinjen istim zakonima mrežno-dinamičkog strukturiranja.

Naravno, prikaz razvoja mrežnog pristupa u sociologiji svakako ne bi bio kompletan bez osvrta na teoriju umreženog društva Manuela Kastelsa (Castells, 2000), za koga možemo reći da je prvi sociolog koji je izgradio celovit teorijski sistem za analizu savremenog društva u čijoj osnovi leži mrežna logika. Kastels smatra da je naziv koji najprikladnije opisuje aktuelni stadijum društveno-ekonomsko-političkog razvoja savremenog društva *umreženo* a ne *informaciono* društvo. Razlog je u tome što digitalne mreže prožimaju čitavu društvenu strukturu, pretvarajući različite segmente društva (ekonomiju, kulturu, politiku) u zasebne mreže koje se međusobno, u ključnim tačkama, prepliću i globalno povezuju. Usled toga su glavne aktivnosti koje oblikuju i kontrolišu ljudski život, bilo gde na planeti, međusobno povezane i organizovane u prostor tokova, bilo da su u pitanju finansijska tržišta, transnacionalna proizvodnja, menadžment i distribucija dobara i usluga, ili da su u pitanju internacionalne institucije koje upravljaju ekonomskim i političkim tokovima, komunikacijski mediji, kultura, sport, umetnost.¹²⁸

Na kraju ovog kratkog osvrta na razvoj mrežnog pristupa u sociologiji treba reći da se poslednjih godina XX veka sa prodorom matematičke, zatim i ekonomske teorije kompleksnih sistema naziru obrisi jedne nove, izrazito "prirodnjačke" teorije društva. To, možda ponajbolje, ilustruje Urijeva reminiscencija na Ogista Konta ponovnim uvođenjem u sociološki diskurs pojma nove "socijalne fizike" (Urry, 2004:2). Ovde, pre svega, mislimo na sve popularniju „novu nauku o mrežama“ (New science of networks) u čijoj osnovi leži pretenzija da se otkrije

127 Otuda se ovaj pristup još i naziva sociologija prevođenja (prelaza) (sociology of translation), naravno ne u bukvalnom smislu prevođenja već u smislu prelaza jednog, neuređenog, u drugo, uređeno stanje.

128 Za više detalja o Kastelovoj teoriji, pogledati našu studiju (Petrović, 2008).

univerzalni zakon mrežnog strukturiranja putem koga bi se moglo razumeti ne samo društveno ponašanje, već i ekonomski odnosi, širenje zaraznih bolesti, organizacija saobraćaja, funkcionisanje Interneta, organizacija terorističkih mreža, itd (Newman et al., 2006). Iako se ova teorija bazira na nekim od shvatanja koja nisu potpuno nova i nepoznata u savremenoj nauci, „novi mrežni teoretičari“ su ih vešto aktuelizovali i medijski plasirali na taj način da su njihove studije stekle široku popularnost kako unutar tako i izvan naučnih krugova. Jedan od osnovnih elemenata ove paradigme jeste princip mrežnog *hab-a*, aktuelizovan od strane fizičara Lasla Barabašija (Barabási, 2002). Istražujući na koji način su web strane na Internetu međusobno povezane (linkovane), Barabaši je došao do iznenađujućeg zaključka da umesto očekivane, normalne, raspodele broja linkova po jednoj web strani, u praksi postoji sasvim suprotna, eksponencijalna, raspodela gde izrazito mali broj web strana ima ogroman broj ka sebi usmerenih linkova, dok ogroman broj web strana ima izuzetno mali broj takvih linkova. Dakle, nasuprot teorijskom stanovištu o nasumičnosti i slučajnoj raspodeli veza (linkova) unutar jedne mreže (što predstavlja osnovu teorije mrežne nasumičnosti - random network theory) Internet mreža je zasnovana na sasvim suprotnom principu. Stranice koje imaju ogroman broj linkova (www.google.com, www.yahoo.com, www.amazon.com) su mrežni *habovi* (čvorišta) kroz koje se povezuju sve druge web stranice na Internetu. Zaintrigiran ovim otkrićem, Barabaši otkriva sličan princip i kod: organizacije saobraćaja (npr. aerodromi kao *habovi*); širenja zaraznih, seksualno prenosivih, bolesti (legendarni NBA košarkaš Vilt Čembrlen (Wilt Chamberlain) kao svojevrsan seksualni *hab*¹²⁹); distribucije električne energije (nekoliko ključnih centrala kao *habovi*) itd. Paralelno ali nezavisno od Barabašijevog rada, mladi matematičar Dankan Vots (Duncan Watts), koji je zahvaljujući svojim istraživanjima uspeo da postane i profesor sociologije na prestižnom Univerzitetu Kolumbija, počinje da se zanima za takozvani fenomen malog sveta (small world phenomenon). Ovaj fenomen je tokom šezdesetih godina XX veka otkrio američki socijalni psiholog Stenli Milgram (Stanley Milgram), eksperimentalno pokazujući da je prosečno potrebno samo šest direktnih veza za

129 Ovaj čuveni NBA košarkaš tvrdi da je imao seksualne odnose sa preko 20 000 ženskih osoba.

uručivanje poštom poslate poruke od jedne osobe bilo kojoj drugoj osobi na svetu (Milgram, 1967). Zbog toga se ovaj fenomen još naziva i „šest stepeni udaljenosti“ (six degrees of separation) ili teorija o šest rukovanja. Vots je kroz svoja istraživanja ponovio Milgramove eksperimente i potvrdio postojanje ovog fenomena (Watts, 2003). U poznatom i široko citiranom radu iz 1998. godine, zajedno sa svojim mentorom Stivenom Strogacom (Steven Strogatz), razvija koeficijent grupisanja (clustering coefficient) pomoću koga se može izračunati koliko su blisko povezani prijatelji u nečijoj društvenoj mreži. Što je koeficijent grupisanja niži (kreće se od 0 do 1) to su veze prijatelja u grupi slabije i obrnuto (Watts and Strogatz, 1998).

Takozvanoj novoj nauci o mrežama moglo bi se uputiti niz primedbi, kao što bi joj se, u velikoj meri, mogla osporiti i originalnost, ali se zbog nedostatka prostora na ovom mestu nećemo time šire baviti. Recimo samo da su mrežni habovi i njihov potencijal otkriveni daleko pre Barabašijevog istraživanja Interneta (Rodrigue et al., 2006).¹³⁰ Pored toga, društvene mreže su analizirane od strane brojnih društvenih teoretičara koji su već ukazali na fenomene jakosti slabih veza (Granovetter, 1973.) ili fenomen strukturalnih pukotina (Burt, 2002.) koji su od velikog značaja za razumevanje mrežnih resursnih tokova. Dalje, iako su Milgramovi eksperimenti zaista pokazali da je prosečan broj veza za uspostavljanje direktnog kontakta između bilo koje dve osobe približno šest, ti isti eksperimenti su pokazali da je to bio slučaj samo sa 20% pokušaja, dok u ostalih 80% uopšte nije došlo do uspostavljanja veze između zadatih subjekata. Drugim rečima, pretpostavka funkcionisanja fenomena malog sveta jeste da su tokovi komunikacije u mreži otvoreni i da su, pre svega, sve jedinice uključene u mrežu. Ali onda se postavlja pitanje šta je sa jedinicama koje nisu u mreži ili sa neumreženima, kako bi ih Kastels nazvao (Castells, 2000)? Kako se može govoriti o nekakvom *ultima ratio* mrežnom principu ako se on praktično odnosi na fenomene samo jednog i to lepšeg lica savremenog društva?

¹³⁰ Koncept habova je poznat u teoriji transportnih mreža od 70-tih godina XX veka, posebno u vazдушnom saobraćaju i ekspres poštanskoj industriji.

3.1.2 Mrežni pristupi između teorijskih nedoumica i metodoloških potencijala

Perspektiva društvenih mreža, shvaćena u najširem smislu, obuhvata različite teorije, metode i statističke alate koji imaju za cilj da objasne, opišu ili naprosto izračunaju relaciju prirodu društvenih odnosa. Dakle, namesto pojedinaca ili sistema u centru analize mrežnih pristupa se nalaze *odnosi*, koje nastaju kao proizvod akcije pojedinaca ili organizacija. Važno je naglasiti da još uvek ne postoji saglasnost o tome da li je mrežna analiza samo alat za jasnije mapiranje društvenih odnosa ili se može govoriti o društvenim mrežama kao strukturama ili o mrežnoj logici organizovanja društvenih aktera (Babović, 2005:352). Prva upotreba mrežne analize, od strane ranije pomenutih britanskih antropologa, nije proistekla iz neke generalne teorije mreža već je nastala kao rezultat analize sirove građe koja je prikupljena na terenu. Ovi teoretičari nisu smatrali da je mrežna analiza nešto više od sredstva za sređivanje i tumačenje podataka. Ovo se najbolje može videti iz shvatanja tvorca pojma društvena mreža Barnsa, koji kaže da ne postoji niti će verovatno ikada postojati mrežna teorija. Ono što, po njemu, postoji je mrežni pristup koji jedino omogućava da se uoči da je konfiguracija međusobno isprepletenih interpersonalnih veza na neki, neodređen, način uzročno povezana sa ponašanjem tih ljudi i sa društvenim institucijama njihovog društva. Drugi britanski pionir na polju mrežne analize, Bot (Bott) takođe smatra da nema ničega revolucionarnog u vezi sa idejom društvenih mreža budući da je to pojam koji se može koristiti u okviru mnogih teorijskih okvira (nav. prem. Mitchell, 1974:282). Sličnog mišljenja je jedan od rodonačelnika mrežnog pristupa u američkoj sociologiji Fišer (Fischer et al., 1992:48), koji smatra da mreže ne predstavljaju teoriju već specifičan heuristički aparat za razumevanje društvenih odnosa. Predstavnici akter-mreža teorije Lou i Latur su, različitim prigodama, takođe istakli da nisu imali nameru, niti su pokušavali, da naprave sociološku teoriju mreža. Ono što je bio njihov cilj, jeste pokušaj razvijanja skupa procedura, pre metodologije nego metoda ili teorije, putem kojih bi bili u stanju da izdvoje i analiziraju kompleksne društvene fenomene (nav. prem. Cavanagh, 2007:33).

Međutim, bez obzira na ovaj mrežni skepticizam, tokom 80-tih i 90-tih godina XX veka sve je izraženija ideja o mrežnoj logici organizovanja društvenog života, bilo da se radi o mikro ili makro strukturama. Jedna od osnovnih karakteristika ovih shvatanja jeste to da se, recimo kroz Tilijevu analizu (Tili, 1997), suprotstavljaju sagledavanju društava kao autonomnih sistema, nadkolektivnih entiteta koji usmeravaju društveno ponašanje, pledirajući za interaktivističko shvatanje društva, zasnovanog na mnogostrukosti društvenih odnosa, od kojih neki imaju lokalne a drugi globalne razmere. Tili ističe, da je društvena struktura sačinjena od niza interakcija koje se ponavljaju u približno istom obliku, da individualne orijentacije treba razumeti kao društvene veze, a da umesto shvatanja o društvenim atomima treba uvesti shvatanje o društvenim mrežama. Dakle, kroz mrežnu perspektivu društvo se više ne sagledava kao rigidan, čvrst, sistem već pre kao meko polje odnosa. Društvena realnost je inter-individualna realnost, a ono što postoji među ljudima su mreže veza, odnosa, zavisnosti, razmene, lojalnosti. Dinamičku i interakcionističku prirodu mrežnog pristupa ističe i Štomka (Sztompka, 1993) dajući prikaz najznačajnijih teorija društvene promene. On ističe da je tek nedavno doveden u pitanje organicističko-sistemska model društva, kao i sama podela na socijalnu statiku i dinamiku. U tom smislu, on izdvaja dva intelektualna trenda kao najvažnija. Kod prvog akcent je na očuvanju dinamičkih kvaliteta društvene realnosti, a kod drugog, izbegavanje da se društvo (grupa, organizacija) tretira kao objekt. Ono što je najvažnija osobina ovakvih mreža jeste njihov dinamički karakter. Po Štomkinim rečima:

“Ovakvo inter-individualno polje je u stalnom pokretu; ono se širi i skuplja, ojačava i slabi, integriše se i dezintegriše, povezuje se i odvaja se od drugih segmenata polja” (Sztompka, 1993:10).

Interakciono-dinamički pristup do punog izražaja dolazi u Kastelsovoj teoriji umreženog društva (Castells, 2000, 2004). Za Kastelsa je savremeno društvo, ili makar njegov razvijeniji deo, novonastala društvena struktura (organizacioni oblici ljudske delatnosti koji nastaju kroz odnose proizvodnje, potrošnje iskustva i moći) koju on naziva umreženo društvo. To je struktura sačinjena od mreža, koje svoju moć duguju, pre svega, na mikroelektronici baziranim, informaciono-komunikacionim tehnologijama. U najkraćem, za Kastelsa su mreže:

„...samo-rekombinujuće, kompleksne strukture komunikacije, koje u isto vreme omogućavaju jedinstvo svrhe i fleksibilnost svojih radnji, kroz kapacitet da adaptiraju okruženje u kome funkcionišu“ (Castells 2004:3).

Borgati i Lopez-Kidvel (Borgatti and Lopez-Kidwell, 2011) ne samo da ne dovode u pitanje postojanje mrežne teorije, već smatraju da se može napraviti razlika između dva tipa mrežnih teorija. Pa tako, jedne nazivaju *teorijama mreža* dok druge nazivaju *mrežnim teorijama*. Razlika je u tome što se kod teorija mreža sama mreža tretira kao zavisna promenljiva (recimo u teorijama društvenih veza) a kod mrežnih teorija kao nezavisna promenljiva (recimo kod teorija društvenog kapitala). Borgati i Lopez-Kidvel dekonstruišu mrežnu teoriju na tri nivoa analize kojima se mogu obuhvatiti najvažniji mrežni pristupi poput Granoveterovog, Bertovog ili Kolmanovog. Na najdubljem nivou definisane su osnovne teorijske pretpostavke, na srednjem su iz osnovnih premisa izvedene teoreme a na površini se analiziraju varijable u kontekstu različitih empirijskih pokazatelja. Autori identifikuju dva osnovna teorijska modela koji služe kao okvir za analizu i to: *model mrežnog toka* (network flow model) i *model mrežne arhitekture* (network architecture). Teorije koje su bazirane na modelu tokova bave se količinom i učestalošću onoga što kroz mrežu teče (recimo informacije ili neki drugi resursi), dok se teorije bazirane na modelu arhitekture bave tačkama u mreži i strukturama njihove međuzavisnosti i saradnje.¹³¹

Peskosolidova i Rubinova (Pescosolido and Rubin, 2000:62) smatraju da mrežna teorija može biti svojevrsan most između postmodernističke brige za neponovljivosti individualnog iskustva i sociološke potrebe da se bavi strukturama. Po njima, moć mrežne teorije leži u sposobnosti rekonstruisanja

131 Ovde, međutim, valja podsetiti da je još Mičel (Mitchell) u svom članku iz 1974. godine napravio sličnu podelu mrežnih pristupa što unekoliko umanjuje originalnost Borgaitjeve i Lopez-Kidvelove podele. Naime, u pomenutom članku Mičel navodi da se sve veći broj radova na temu društvenih mreža i analize interpersonalnih veza kojima se oni bave mogu grubo svrstati u dve velike grupe. U jednoj grupi su one analize koje za predmet imaju opisivanje morfologije društvenih mreža u čijem su fokusu pitanja oblika ili obrazaca koji se uspostavljaju u mreži, gustine veza u mreži, centralnosti, dosegljivost i naravno broja tačaka u mreži. Sa druge strane, imamo one radove koje se bave interakcijom u mreži gde su u centru pažnje pitanja sadržaja komunikacija, razmena i normi (Mitchell, 1974:288-94). Kao što vidimo Mičelova podela na morfologiju mreža i interakciju u njima gotovo se u potpunosti može preslikati na Borgaitjeve i Lopez-Kidvelove modele mrežne arhitekture i mrežnih tokova.

tradicionalnih kategorija sociološke analize u stvarnu prirodu društvenih kontakata koje pojedinci grade. Iako ove autorke ne tvrde da je mrežna analiza jedini način za konceptualizovanje društvenog života ona, po njima, predstavlja značajno sredstvo za razumevanje novih društvenih formacija.

Ostavljajući teorijske nedoumice iza nas, čini se da je u ovom trenutku najmanje sporno tretirati mrežni pristup, u skladu sa onim što kažu Degen i Forse (Degenne and Forsé, 1999:1), kao skup analitičkih metoda za sistemsko proučavanje društvene strukture. Na taj način, putem mrežne analize, društvena struktura se posmatra kao mreža sačinjena od aktera, koji su povezani direktnim ili indirektnim vezama. Akteri mogu biti pojedinci, grupe, organizacije ili čitave nacije-države dok odnose među njima predstavljaju tokovi resursa kroz koje se manifestuju relacije kontrole, zavisnosti ili saradnje. Osnovna svrha mrežne analize jeste da pokaže ili objasni kako društvene strukture omogućavaju ili ograničavaju šanse, ponašanja ili saznanja (Tindal and Wellman, 2001:266). Za razliku od klasičnih metoda sociološke analize, koji polaze od unapred datih kategorija društvene strukture poput, pola, starosti, klase, i nekih drugih atributa, mrežna analiza polazi od toga da se ne može unapred znati kako se grupe ili društveni položaji pozicioniraju (White, et al., 1976:731-2). Drugim rečima, mrežna analiza polazi od utvrđivanja relacija u pokušaju da se identifikuju obrasci ponašanja i društvene grupe koje koreliraju ovim obrascima ponašanja (Berkwitz, 1988:480). Nakon toga, grupe se razvrstavaju i utvrđuju se određena strukturna ograničenja koja utiču na društveno ponašanje, dok se istovremeno otkrivaju načini na koje grupna interakcija utiče na ograničavanje strukture (Degenne and Forsé, 1999:3). Drugim rečima, struktura se kroz društvene odnose iznova proizvodi ali ta proizvodnja se odvija pod stalnim strukturalnim ograničenjima.

Primena mrežnog pristupa, po Velmanu, ima tri konkretne prednosti nad ostalim pristupima:

1. Izbegava perspektivu grupe, tj. perspektivu po kojoj ljudi prevashodno ulaze u interakciju sa susedima, rođacima ili drugim oivičenim grupama solidarnostima. Mrežni pristup stavlja fokus na daleko širi splet društvenih veza;

2. Mrežni pristup omogućava lako prenošenje nivoa analize sa mikro na makro razinu, od interpersonalnih odnosa do svetskih sistema;
3. Razvijen je skup tehnika i metoda, kako kvantitativnih tako i kvalitativnih, za otkrivanje, opisivanje i analiziranje prisustva, sastava, strukture i funkcija interpersonalnih mreža (Wellman, 1999:18).

Ono što je još jedna od ključnih karakteristika mrežne analize jeste to da predmet istraživanja nisu formalne ili neformalne grupe kao zatvoreni društveni sistemi sa jasno uspostavljenim granicama, već *odnosi* koje ljudi grade. Istraživač prateći mrežu odnosa sam ustanovljava u kojoj meri one prelaze granice grupa. Dakle, grupa nije apriorna kategorija već se ona posmatra kao jedna od analitičkih varijabli. I sama grupa se takođe može posmatrati kao mreža, koja je sačinjena od gusto isprepletenih direktnih veza i jasno definisanih granica (Welman, 1999:16). Međutim, kada je reč o neformalnim odnosima, ljudi u savremenom društvu se uglavnom kreću u grupama koje nisu tako jasno strukturirane, te mrežni pristup u njihovom izučavanju dolazi do punog izražaja. Recimo, ako posmatramo grupu prijatelja koja se okuplja u nekom kafiću, oni mogu biti analizirani i kao grupa i kao mreža, ali će onda biti različiti i pristupi istraživača. Istraživač grupe bi se interesovao za ulogu grupe u životu njenog člana, dinamiku grupnih odnosa, vođstvo u grupi, uslove izlaska i ulaska u grupu i slično. Mrežnog analitičara će, sa druge strane, interesovati jačina i gustina veza koje postoje u mreži, koji ljudi su čvorišta mreža a koji su mostovi ka spoljnom okruženju, isprepletanost sa drugim mrežama, resursi koji su ukorenjeni u mrežu kao i njihov protok kroz mrežu, itd.

Sumirajući sve što je napred izloženo može se zaključiti da su osnovne karakteristike mrežne analize sledeće:

1. Ponašanje se interpretira kroz perspektivu strukturalnih ograničenja aktivnosti, pre nego kroz perspektivu unutrašnjih snaga unutar jedinica koje ih pokreću da deluju ka željenom cilju (Wellman, 1988:20, Cavanagh, 2007:29);
2. Analiza se fokusira na odnose između jedinica, umesto pokušaja sortiranja jedinica u kategorije razvrstane po nekom spoljnom ili unutrašnjem

atributu tih jedinica (Wellman, 1988:20; Degenne and Forsé, 1999:1; Berkowitz 1988:480);

3. Mreže su u principu univerzalne a posvećenost analizi ego-centriranih mreža pre je metodološka neophodnost nego ontološki princip (Cavanagh, 2007:29);
4. Osnovno pitanje je kako obrasci društvenih odnosa koje akteri međusobno uspostavljaju utiču na ponašanje članova mreže (Wellman, 1988:20);
5. Struktura se tretira kao mreža sačinjena od mreža koje mogu ali i ne moraju biti podeljene u posebne grupe. Ne smatra se, *a priori*, da su čvrsto povezane grupe gradivni elementi društvene strukture (Wellman, 1988:20);
6. Analitički metodi direktno se bave izučavanjem relacionih obrazaca društvene strukture u želji da dopune ili čak i zamene uobičajene statističke metode koji zahtevaju nezavisne jedinice analize (Wellman, 1988:20).

3.1.3 Osnovni elementi mrežne analize

Postoje dva osnovna pristupa u analizi strukture društvenih mreža. Prvi je pristup *cele mreže* (whole networks), dok se drugi pristup zasniva na analizi personalnih zajednica, odnosno pristup *Ja-mreže* (ego centred network). Pristup analize celih mreža se dalje može podeliti na dva podtipa: na društveno-centrične mreže (socio-centric networks) i otvorene mreže (open-system networks) (Kadushin, 2004:4). Društveno-centrične su one mreže koje su zatvorene u okviru jedne grupe (đaci u razredu, zaposleni u firmi, ljudi iz susedstva itd), dakle imaju jasno definisane granice. Otvorene mreže su one koje nemaju jasne granice budući da opisuju veće društvene asocijacije, poput elite u nekom društvu, ekonomske mreže, lance uticaja kod donošenja odluka, usvajanja novih politika. U slučaju društveno-centričnih mreža, dakle kada su poznate granice mreže, sve tačke u mreži, kao i skup svih odnosa (relacija) među tačkama, može se uz pomoć različitih softvera a na osnovu odgovora ispitanika, prikazati mreža sa postojećom strukturom odnosa u njoj. Kroz manipulacije matrice analitičari mogu uočiti različite obrasce povezanosti ili razdvajanja unutar društvenih sistema, promene u

odnosima kroz vreme, direktne i indirektne veze, kako se resursi prenose kroz mrežu i sl. (Wellman, 1999:18-19). Pristup *celih mreža* se, zbog preduslova koje smo ranije naveli, ne može primenjivati za analizu otvorenih mreža, odnosno velikih društvenih sistema, pa se on najčešće koristi za proučavanje odnosa u radnim organizacijama, ili manjim zajednicama, susedstvima, razredima i sl.

U *Ja-mreže* tipu analize polazi se od pojedinca putem čijih se odgovora, oko njega postavljenog u centar, „plete“ mreža odnosa.¹³² Nakon toga, pristupa se mapiranju i analizi ovih odnosa koji mogu biti: po intenzitetu - jaki ili slabi; po blizini smeštanja uz centralnog pojedinca - centralni ili umereno značajni; po gustini - manje ili više gusti (što zavisi od stepena interkonekcija članova nečije personalne mreže - što je više članova međusobno povezano to je mreža gušća); po stepenu specijalizacije - manje ili više specijalizovani ili nasuprot tome multidimenzioni. Koji tip veza i koji tip njihove funkcije će istraživati, analitičar odlučuje sam. Najčešće se istražuju mreže društvene podrške bilo da se radi o informacijskim, instrumentalnim ili ekspresivnim tipovima podrške. Naravno, mogu se analizirati isključivo prijateljske, zatim familijarne, susedske, poslovne ili druge mreže. Kad je reč o granicama analize (odnosno sistema), u pristupu *Ja-mreže* je teško odrediti ove granice budući da bi ispitanik morao dati podatke o nekoliko stotina do nekoliko hiljada ljudi. Zbog toga se analitičari fokusiraju na

132 Dva najkorišćenija alata za identifikovanje personalnih mreža su generatori imena (name generator) i generator položaja (position generator). Generator imena je prvi i najšire korišćeni alat kojim se prikupljaju podaci o jakim ili centralnim vezama u personalnoj mreži. Iako ima različitih verzija generatora imena najšire korišćena je ona gde se od ispitanika traži da imenuju osobe sa kojima razmenjuju neke važne resurse ili društvenu podršku. Nakon navođenja ovih imena (obično pet) popunjavaju se takozvani interpretatori imena gde se daju bliži podaci o svakoj od navedenih osoba (relacija sa egom, zatim pol, obrazovanje, nacija, rasa, itd). Za razliku od generatora imena, generator položaja se sastoji od unapred datih zanimanja koja se nalaze na različitim pozicijama društvene strukture a gde su raspoređena na osnovu prestiža samih zanimanja (prestiž zanimanja se dobija kroz anketna istraživanja stavova građana). Od ispitanika se traži da identifikuje ona zanimanja kojima se bave njihovi poznanici. Svaki od ovih alata ima svoje prednosti jer se fokusira na različite delove personalne mreže. Generator imena je zahtevniji i zbog toga ispitanik obezbeđuje podatke o manjem broju veoma bliskih tačaka u mreži ali su ovi podaci detaljniji. Sa druge strane, generator pozicija nam ne govori puno o jakim vezama ali zato identifikuje veći broj slabih veza, njihov raspon na skali zanimanja, kao i strukturni domašaj mreže (poznavanje osoba na visokim pozicijama). Zbog toga je najbolje, ukoliko je moguće, koristiti oba ova alata u cilju dobijanja što sadržajnije slike personalnih mreža.

istraživanja nekoliko najbližih osoba ili grupu društveno bliskih osoba, odnosno broj aktivnih članova mreže (Wellman, 1999:22).

Model analize *Ja-mreže* je došao do punog izražaja u proučavanju transformacije zajednice tokom XX veka, o čemu smo govorili u prethodnom poglavlju. Upravo menjajući perspektivu od susedstva kao zajednice ka zajednici kao mreži i putem *Ja-mrežnog* pristupa istraživači su dobili mogućnost da ispituju u kojoj su meri velike društvene transformacije dovele do stvaranja novih obrazaca društvenosti koji su zamenili tradicionalne odnose bazirane na rođaćkim i susedskim vezama.

Sumirajući prikazane aspekte mrežne analize sada smo u mogućnosti da sagledamo njene osnovne elemente. Na samom vrhu napravićemo razliku između mrežnih tokova, interakcija odnosno domašaja mreža i, sa druge strane, mrežne arhitekture, morfologije ili jednostavno njenog sastava. Kada je o mrežnim tokovima reč oni su predmet različitih teorija razmene, racionalnog izbora ili društvenog kapitala i njima ćemo se baviti u nastavku ovog poglavlja. S druge strane, glavni aspekti mrežne arhitekture su veličina mreže, njena gustina, heterogenost, centralnost itd. Kako su svi ovi elementi već odavno predmet opsežne naučne analize, možemo služeći se Kadušinovom analizom (Kadushin, 2004), prikazati njihove očekivane strukturne karakteristike.

Veze

Na svim nivoima analize, tačke u mreži će pre biti spojene (kada se kontrolišu ostali faktori) što su geografski bliže jedne drugima.

Homofilija

Što je homofilija veća, veća je i šansa da dve tačke u mreži budu povezane. Na individualnom nivou pojedinci će pre imati kontakte, graditi prijateljstva i asocijacije, ako imaju zajedničke atribute. Na organizacionom nivou, da li će homofilija voditi većim izgledima za veze, zavisi od vrsta kontakata kao i od industrije u kojoj organizacija deluje. Ukoliko *pojedinci i grupe imaju homofilne relacije* postoji i veća verovatnoća da će deliti slične stavove.

Distanca

Broj osoba u personalnoj mreži varira između 300-5000 zavisno od načina merenja i tipa društava gde je merenje vršeno. Da nema preklapanja u personalnim

mrežama, cela populacija bi se mogla dosegnuti kroz dva ili tri koraka, dok su, ranije pomenuta, Milgramova istraživanja pokazala da je u praksi moguće spojiti bilo koje dve tačke u mreži preko šest direktnih veza. Efektivna distanca između tačaka zavisi od tipa mreže u kome se tačka nalazi. Ukoliko je mreža istog nivoa onda je i dostupnost svih tačaka u mreži veća. Ukoliko je mreža podeljena na klasterne, u slučaju da nema mostova između klastera i domašaj relacija u mreži je ograničen.

Odnosi i pozicije u mreži

Neke tačke iskazuju *centralnost* odnosno imaju mnogostruko više relacija u odnosu na druge tačke u mreži. Atributi koje poseduju centri se najviše vrednuju u mreži. Neformalni odnosi imaju tendenciju da koreliraju sa formalnim odnosima, dok uloge, statusi ili pozicije koje imaju svoj naziv, imaju veću verovatnoću trajanja od uloga, statusa ili pozicija koji su pripisani strukturi kao rezultat mrežne analize.

Jakost slabih veza

Slabe veze omogućavaju protok informacija iz inače udaljenih delova mreže, što znači da će pojedinci sa malo slabih veza biti uskraćeniji za informacije iz udaljenih delova društvenog sistema i biće više podložni lokalnim vestima i mišljenjima bliskih prijatelja. Pored toga, slabe veze pomažu integrisanje pojedinaca i grupa u društveni sistem.

Društveni krugovi

Članovi društvenih krugova, a posebno njihovi centralni članovi, imaju neke karakteristike primarnih grupa: društvenu podršku i bezuslovno poverenje. Što je veći broj presecajućih društvenih krugova jedne tačke, to je veći i njen društveni kapital.¹³³

133 Ideja o društvenim krugovima kao okviru društvene interakcije potiče još iz Zimelovih radova da bi kasnije bila dorađena i jasnije povezana sa mrežnom teorijom kroz pristupe poput Feldove teorije o fokusnoj organizaciji društvenih veza (Feld, 1981). Njegova teorija je bazirana na ideji da se važni elementi društvenog okruženja mogu razumeti kao fokusi oko kojih pojedinci organizuju svoje društvene odnose. Feld definiše fokus kao društveni, psihološki, pravni ili fizički entitet oko koga su organizovane zajedničke aktivnosti. Kao posledica interakcije koja je proizvod zajedničkih aktivnosti ljudi u okviru nekog od fokusa, dolazi do uspostavljanja interpersonalnih veza i povezivanja kroz fokus povezanih ljudi. Uloga mrežne analize je da ispita one strukturalne karakteristike koje su u funkciji organizovanja aktivnosti i da posebno obratiti pažnju

3.1.4 Kritika mrežne analize

Budući da mrežni pristup svoje začetke ima još u Zimelovoj formalnoj sociologiji osnovna kritika koja bi mu se mogla uputiti kreće se na liniji generalnih kritika formalističkoj sociologiji. Drugim rečima, mrežna analiza se često završava mehaničkim opisom neke forme (oblika, obrasca) društvenih veza bez uzimanja u obzir specifičnih karakteristika pojedinaca, s jedne strane, ili društvenih struktura sa druge strane (Feld, 1981:1015-16). Mizruči (Mizruchi, 1994:333) primećuje da se jedna od glavnih zamerki mrežnom pristupu odnosi na to da je on daleko uspješniji u prikazivanju elegantnih matematičkih opisa društvene strukture nego što je bio u stanju da dokaže da te strukture utiču na ponašanje aktera. Primera

na društvene veze u mreži. Osnovna Feldova ideja je da putem svoje teorije fokusa kontekstualno obogati mrežnu teoriju. Mrežna teorija obraća pažnju na veze između aktera ali često nije u mogućnosti da u analizu uključi kompleksnost društvenog konteksta u okviru koga se odnosi uspostavljaju a što može biti od velike važnosti za razumevanje tih odnosa. Po Feldovom shvatanju, društveni kontekst se sastoji od mnogobrojnih fokusa i pojedinaca, gde su pojedinci vezani samo za neke od fokusa. Pretpostavka je da pojedinci koji se nalaze u okviru istog fokusa imaju bolje izgleda za zajedničke aktivnosti nego pojedinci koje se ne nalaze u okviru istog fokusa. Društvo je, poput ogromnog satnog mehanizma, sačinjeno od bezbroj manjih i većih, manje ili više čvrsto povezanih fokusa, koji iznova nastaju i nestaju kroz interakciju pojedinaca ali isto tako utičući na te interakcije. Da bi se razumeli obrasci interakcije koji postoje u društvenim mrežama važno je istražiti: 1) sociološku prirodu fokusa, 2) distribuciju veza pojedinaca prema fokusima i 3) stepen do koga fokusi organizuju vrednovanu društvenu interakciju između pojedinaca. Ključna ideja teorije fokusa je da bez obzira na udeo veza koje nastaju kroz fokuse, fokusna organizacija ima strukturalni značaj. Fokusi mogu aktivno podsticati ili ograničavati interakciju ljudi. Za one fokuse gde su svi prisiljeni da mnogo i često učestvuju u interakciji (recimo u okviru porodice) posledica će biti da će svi pojedinci tog fokusa biti vezani jedni za druge, ali za fokuse koji su manje interakciono obavezujući (poput gradskih komšiluka) samo će malo veći broj ljudi biti povezan nego što je recimo slučaj u opštoj populaciji. Rečju, što jedan fokus ima više ograničenja to je veća mogućnost da će pojedinci koji su povezani sa tim fokusom uspostaviti neki vid veze. Sa povećanjem fokusa smanjuju se ograničenja ali tamo gde nema nikakvih ograničenja nema ni fokusa.

Takođe inspirisane Zimelovom predstavom društvenih krugova, Pescosolidova i Rubinova (Pescosolido and Rubin, 2000) razvijaju svoju teoriju društvenih krugova. Po njima, individue se ne nalaze upletene unutar društvenih krugova već stoje izvan njih dok su njihove veze sa krugovima često multidimenzione i retko traju čitavog života. Individue tokom života imaju kontakte sa različitim radnim mestima, različitim porodicama, neki i sa različitim religijama. Društveni život je organizovan tržištima sa vidljivim ugovorima koji strukturiraju zapošljavanje, poslovanje i bračne odnose i putem nevidljivih ugovora usmeravaju i organizuju te iste društvene odnose. Temelj ovakve mrežne strukture savremenog društva ogleda se u privremenosti, prolaznosti i površnosti kratkoročnosti kontakata što znači da dolazi do povećavanja indirektnih društvenih veza na račun kontakata licem u lice i dramatičnog ubrzanja i omasovljenja komunikacija i transporta.

radi, teorija mreža može uspešno da objasni da ako nečiji prijatelji imaju liberalne političke stavove da će i ta osoba vrlo verovatno imati takve iste stavove. Ali mrežna teorija ne može da objasni zašto određene grupe prijatelja uopšte imaju takve političke stavove.

Borgati i Lopez-Kidvel (Borgatti and Lopez-Kidwell, 2011:15-16) ističu da je jedan od izvora zabune kod mrežnih pristupa taj što se često ne vidi gde teorija završava a gde metodologija počinje. Po njima, uzrok ove zabune leži u tome što je mrežni pristup veoma pogodan za matematičke formalizacije pa su zbog toga istraživačka pitanja podložna različitim empirijskim i matematičkim simulacijama. Međutim, to sa druge strane, smatraju ovi autori, stvara pogrešnu sliku da se tu radi „samo“ o metodologiji. Upravo je ova „pogodnost“ za matematičke simulacije dvosekli mač mrežnog pristupa. On, s jedne strane, zaista dopušta slikovito iscrtavanje društvenih relacija i time olakšava njihovo tumačenje ali se, sa druge strane, rezultati istraživanja ponekad svode na malo kome razumljive formule i grafikone koji prikazuju na stotine ili hiljade relacija između tačaka.

Blau (1997:xii) ističe da pretpostavka mrežne teorije o tome da društvena struktura (odnosno relacije između aktera) utiče na uloge aktera, iako možda primenljiva na nižem nivou analize nije delotvorna na nivou makro struktura. Društvene relacije (odnosi) među stanovništvom, iako mogu modifikovati neke razlike između ljudi, retko utiču na promene u njihovim najistaknutijim ulogama koje su, pre svega, pod uticajem osnovnih razlika u populaciji. Blau smatra da su razlike u glavnim položajima najistaknutijih dimenzija poput religije, rase, porekla, klase ili pripisane ili pod jakim uticajem porodičnog porekla i prema tome, ne mogu se promeniti ili su izuzetno otporne na promene iako imaju jak uticaj na društvene odnose. Ovo Blauovo stanovište je na liniji onih koji mrežnom pristupu zameraju aistoričnost i akulturalnost u tumačenju društvenog ponašanja (Brint, 1992).

Po Mariji Babović (Babović, 2005:353-4), jedan od osnovnih problema sa kojima se suočava metodologija mrežnih analiza jeste utvrđivanje granica sistema aktera. Za razliku od analize „celih“ mreža koje se formiraju u ograničenim grupama, na primer, u razredu, gde nije teško utvrditi relacije koje se uspostavljaju između tačaka u mreži, daleko veći problem je to učiniti sa širim društvenim

sistemima gde granice nisu jasno uočljive. Mi bismo dodali da ovaj problem može postojati i kod definisanja *Ja-mreža* pa se mrežni analitičari najčešće opredeljuju samo za analizu jakih veza, čiji je broj veza manji a njihov uticaj lakše merljiv. Međutim, Babovićeva ističe da mrežna analiza, upravo kod sistema čije granice nisu transparentne, može biti korisna kroz njihovo ispitivanje putem pozicionog i odmotavajućeg uzorkovanja.¹³⁴ Ova metoda, smatra Babovićeva, je značajna ne samo zbog toga što pomaže kod definisanja sistema aktera u situaciji nedovoljne transparentnosti i koherentnosti sistema, već i zato što pruža mogućnost sagledavanja obrazaca interakcije između datog sistema aktera i drugih sistema sa kojima se nalazi u nekom odnosu. Sledeći nedostatak mrežne analize, koji ističe Babovićeva, a koji je u tesnoj vezi sa problemom definisanja granica, jeste problem kriterijuma za odmotavanje (lančano širenje) uzorka. Budući da su odnosi koji se uspostavljaju između društvenih aktera i po formi (intenzitet, snaga, formalizovanost) i po sadržaju (srodnički, prijateljski, interesni) kompleksni i višedimenzionalni, postavlja se pitanje odabira pravilnog definisanja i odabira dimenzija na kojima se temelji odmotavanje uzorka u cilju dobijanja relativno konzistentnog sistema aktera.

Ovaj pregled kritičkih stavova u odnosu na potencijale mrežne analize završićemo sa Kalhunovim (Calhoun, 1992) zapažanjem, koji smatra da je mrežna analiza donela novi duh u savremenu sociološku teoriju popunjavajući slaba mesta klasične teorije. Međutim, problem je u tome što studije društvenih odnosa nisu uspele da unaprede naše razumevanje društvene integracije. Usmeravanje pažnje na strukturalnu analizu nije uspeo da pokaže kako obrasci društvenih odnosa konstituišu društveni život i drže društvene institucije i stanovništvo na okupu. Stoga Kalhun metaforično zaključuje da su mrežni teoretičari:

„...izbacili problematiku društvene integracije kao bebu iz prljave funkcionalističke vode za kupanje“ (Calhoun, 1992:205)

Bez obzira koje stanovište da zauzmemo to nikako ne znači da se može odreći značaj mrežnih pristupa u analizi savremenih društvenih procesa. Bilo da se radi o

134 Početni skup jedinica analize odabira se na osnovu istaknute „pozicije“ u sistemu, dok se putem «odmotavanja» utvrđuje niz lanaca interakcije sa drugim nosiocima pozicija u sistemu, odnosno tačkama u mreži.

logici organizovanja čitavih društava ili samo o obrascima uspostavljanja interpersonalnih odnosa, mrežna analiza će nastaviti da igra značajnu ulogu u sociološkoj nauci. Njen značaj posebno dolazi do izražaja kod istraživanja fenomena poput onih kojima se u ovoj disertaciji bavimo. Iako je mrežni obrazac društvenosti postojao i pre eksplozivnog razvoja informaciono-komunikacionih tehnologija, one su danas nerazdvojni činilac procesa društvenog umrežavanja. I možda nam ovi pristupi neće pomoći u otkrivanju razloga za nezadrživo širenje upotrebe ovih tehnologija ali će nam svakako pomoći da bolje razumemo obrasce njene upotrebe i načine na koje se one koriste u razmeni resursa putem društvenih mreža.

3.1.5 Klasična shvatanja društvenog kapitala

Ako neko traži posao ili traži nekog da zaposli, traga za pouzdanim zubarom ili lekarom specijalistom, majstorom za krečenje ili opravku veš mašine, za očekivati je da će taj neko pre posegnuti za svojom ličnom mrežom kontakata nego što će se pouzdati u institucionalno utvrđene puteve za pronalaženje ovih vrsta pomoći. Razlozi za ovakvo društveno ponašanje su brojni i u različitim društvima svakako različiti, ali su u velikoj meri vezani za diskusiju iz drugog poglavlja o transformaciji društvenih odnosa i procesu individualizacije. Stoga, nije slučajno da teorija društvenog kapitala¹³⁵ svoj uzlet i puni zamah doživljava upravo u periodu

135 U srpskoj društvenoj nauci ne postoji saglasnost oko prevođenja termina "social capital". Iako se većina autora opredeljuje za upotrebu termina „socijalni“ kapital, mi ćemo koristiti pojam „društveni“ kapital. Razlozi za ovakvo opredeljenje su višestruki. Iako držimo da su oba prevoda ispravna, mišljenja smo da upotreba termina socijalni, makar za širu javnost, može biti zbunjujuća zbog duge istorije upotrebe ovog pojma u polju socijalnog staranja i pomoći deprivilegovanim društvenim grupama. Recimo, zbog srodnosti polja analize opravdano je engleski termin *social inclusion* prevesti kao socijalnu inkluziju jer se on i odnosi pre svega na uključivanje članova deprivilegovanih grupa u širu društvenu celinu, ali ćemo zato termin *social integration* radije prevesti kao društvenu a ne socijalnu integraciju, zato što se odnosi na društvo kao zajednicu. Izvorište društvenog kapitala su društveni odnosi, a ne socijalni odnosi, društveni kapital je u tesnoj vezi sa društvenim poverenjem a ne socijalnim poverenjem ili je proizvod društvene kohezije a ne socijalne kohezije, odnosno važan činilac društvenih pokreta a ne socijalnih pokreta. Povrh svega, „rodno“ mesto društvenog kapitala jesu društvene mreže, za koje takođe snažno verujemo da su pojmovno ispravnije određenje od socijalnih mreža (šire obrazloženje je dato u poglavlju o društvenim mrežama). Naravno, mi ne plediramo na pravo da

koji koincidira sa radikalnom fazom modernizacije, bez obzira sa koje teorijske pozicije da njeni predstavnici dolaze.¹³⁶

Iako će neki sociolozi i dalje odbijati da prihvate pojam kapitala u eksploraciji interpersonalnih, kao i društvenih odnosa uopšte (Fischer, 2005:157),¹³⁷ mi smatramo da svaki pojam koji može doprineti boljem razumevanju društvenog ponašanja pojedinaca i grupa, organizacija ili čitavih društvenih sistema je koristan i dobrodošao u društvenu nauku. Naravno, svaki transfer analitičkog aparata iz jedne u drugu nauku mora biti pažljivo urađen vodeći računa o specifičnostima predmeta istraživanja. Osnovna ideja koja leži iza spajanja pojma kapital sa društvenim, neekonomskim, odnosima počiva na shvatanju čoveka kao racionalnog bića koji svoje društvene odnose gradi, između ostalog, i na bazi neke koristi koju mu ti odnosi mogu doneti. Ovde je analogija sa kapitalom vrlo jasna. Ja investiram u određeni društveni odnos sa idejom da mi se moja investicija kroz duže ili kraće vreme može isplatiti. Krajnje pojednostavljeno to bi značilo da snabdeвам nekoga manje ili više važnom informacijom (ili pružam neku vrstu pomoći, usluge, uticaja, itd) sa idejom da će mi ta osoba ili osoba koju ta osoba

uspostavimo naše tumačenje kao jedino ispravno već naprosto iznosimo argumente u prilog našeg opredeljenja. Takođe svesni smo da i termin društveni kapital ima svoja ograničenja (pre svega u smislu primedbe koju daje Ignjatovićeва (2011:12) a u vezi sa mogućim brkanjem sa društvenim kapitalom kao zajedničkom svojinom u socijalističkim društvima) ali mislimo da su oni u manjini u odnosu na razloge koje smo ovde izrekli.

136 Kao što ćemo u nastavku videti prve značajne teorije društvenog kapitala nastaju tek sredinom 80-tih godina XX veka.

137 Fišer (Fischer, 2005) je posebno nezadovoljan zbog uvođenja paradigme društvenog kapitala u sociološku teoriju. On smatra da je ova paradigma već na nivou metafore zbunjujuća budući da nije jasno šta je to društveni kapital. Fišer se, ne bez cinizma, pita gde se to pozajmljuje društveni kapital, kolika je kamata na njega i može li se preneti „of šor“. Suštinski, Fišer ne vidi potrebu za uvođenjem ovakve paradigme jer se njome opisuju već poznate i naširoko analizirane društvene pojave poput članstva u organizacijama, društvenosti, porodičnih odnosa ili poverenja, pa bi zato i bilo logično da se one nazivaju svojim pravim imenom. Slično Fišeru, Portes takođe tvrdi da, uprkos svojoj popularnosti koncept društvenog kapitala ne unosi ni jednu ideju koja je nova za sociologe (Portes, 1998:2). Jedno od mogućih objašnjenja za rastuću popularnost koncepta društvenog kapitala Fišer vidi u želji sociologa da se izbore za veći pristup novčanim fondovima budući da istraživanje društvenog kapitala zvuči zavodljivije od istraživanja članstva u organizacijama ili prijateljstva. Još jedan problem Fišer vidi u tome što kroz upotrebu ovog pojma sada sve više ekonomista može sasvim legitimno pisati o društvenim fenomenima a što opet može imati negativne posledice po sociološku nauku.

poznaje ili neka potpuno druga osoba ali koja pripada mojoj društvenoj mreži jednom, kada meni to bude potrebno, uzvratiti na sličan način.¹³⁸ Što je veći broj osoba u koje sam investirao, odnosno što je razgranatija moja društvena mreža to je veća potencijalna dobit koja će mi se kroz mrežu vratiti. Još važnije od toga, što je veći broj mojih kontakata sa teško dostupnim ili retkim resursima bogatim pozicijama i što je manje ljudi iz mog okruženja koji imaju kontakt sa takvim pozicijama to je vrednost moje društvene mreže, odnosno društvenog kapitala koji se kroz moju mrežu ovaploćuje, veći. Drugim rečima, i ovo je ključno, društveni kapital se, za razliku od finansijskog ili ljudskog kapitala ne nalazi u neposrednom vlasništvu pojedinca već leži u *odnosima* koje pojedinac gradi sa drugim pojedincima. Dakle počiva ukorenjen u društvenoj mreži.

Međutim, ako za većinu društvenih teoretičara nije sporno da iza različitih paradigmi društvenog kapitala stoji ideja o ostvarivanju neke dobiti iz investiranja u društvene odnose, kada je reč o društvenoj mreži tu stvar postaje malo složenija. Naime, iako većina teoretičara društvenog kapitala ističe značaj društvenih mreža kao gradivnih elemenata društvenog kapitala, što će se kroz diskusiju i videti, razumevanje društvenih mreža i njihovog značaja za kreiranje društvenog kapitala se značajno razlikuje. Najupštenije govoreći možemo napraviti razliku između onih teoretičara kod kojih je društvena mreža koja se plete oko pojedinca glavni nosilac društvenog kapitala i ostalih, kod kojih je ona jedan od elemenata (pored poverenja, normi i vrednosti, itd) u proizvodnji društvenog kapitala. Imajući u vidu, između ostalog, i različit odnos prema ulozi društvene mreže, uopšteno govoreći možemo razlikovati dva osnovna shvatanja društvenog kapitala koja se međusobno suštinski razlikuju (Portes, 2000; Wellman et al., 2001; Lin, 2001; Li et al., 2005; Pichler and Wallace, 2007; Tomanović, 2008). Jedno shvatanje je prevashodno individualističko gde se društveni kapital definiše kao, pre svega, individualno kreirani resurs, dok je drugo prevashodno kolektivističko gde društveni kapital postaje kolektivno kreirani resurs, bilo da govorimo o susedstvu,

138 Da ova analogija nije samo pusti teorijski konstrukt dokazuje i činjenica da se u našem narodu često kaže „zadužio“ sam ga ili „zadužio“ me, misleći na određenu uslugu koju je neko nekome učinio i obavezu da se ta usluga vrati. Ovaj pojam je potpuno ekvivalentan ekonomskom pojmu zaduživanja gde se jedna osoba zadužuje kod banke ili nekog poverioca i ima obavezu vraćanja zadužene sume novca.

gradu pa čak i o čitavim državama. U skladu sa tim, a u cilju jasnijeg sagledavanja dve dimenzije društvenog kapitala, možemo prihvatiti Velmanovu distinkciju između: *mrežnog* i *participativnog* društvenog kapitala pri čemu mrežni kapital ukazuje na odnose sa prijateljima, susedima, rođacima i kolegama koji su značajni u obezbeđivanju društvenosti, emotivne pomoći, dobara i usluga, informacija i osećaja pripadnosti, dok se participativni kapital odnosi na uključenost u političke i volonterske organizacije koje stvaraju mogućnost da se ljudi povežu, ostvare zajedničke ciljeve kao i da objedine i artikulišu svoje zahteve i želje (Wellman et al., 2001:437).

Imajući ove teorijske razlike u vidu, paradigmi društvenog kapitala u ovom poglavlju prići ćemo kroz dva diskursa. Prvi je diskurs *dominantnih* teoretičara društvenog kapitala, bez kojih ni jedna ozbiljna analiza na ovu temu ne može proći, dok je drugi *mrežni* diskurs, budući da nam je on posebno važan za postavljanje teorijsko-analitičkog okvira naše studije.¹³⁹ Kada je reč o teoretičarima koji su postavili osnove za svako dalje proučavanje koncepta društvenog kapitala, tu su svakako nezaobilazni Pjer Burdje (Pierre Bourdieu), Džejms Kolman (James Coleman) i Robert Patnam (Robert Putnam), dok su najznačajniji predstavnici mrežnog diskursa društvenog kapitala Mark Granoveter (Mark Granovetter), Nan Lin i Ronald Bert (Ronald Burt). Ova podela se u velikoj meri poklapa sa podelom na kolektivistu i individualistu, gde se dominantni teoretičari pretežno vezuju za participativnu,¹⁴⁰ a mrežni teoretičari za individualističko-mrežnu paradigmu društvenog kapitala, o čemu će se detaljnije govoriti u nastavku ovog poglavlja.¹⁴¹

139 Ova podela je preuzeta od S. Ignjatović koja pored dva pomenuta diskursa razlikuje još ekonomski i praktično politički diskurs (Ignjatović, 2011).

140 Ovde je izuzetak Burdje koga pojedini autori (Portes, 2000:2, Tomanović, 2008:3) svrstavaju u individualističku, a pojedini (Lin, 2001:22) u kolektivističku paradigmu društvenog kapitala.

141 Ovde je važno napraviti jednu distinkciju. Kada kažemo kolektivističke teorije tu se ne misli na „uživaoc“ društvenog kapitala već na „proizvođače“ društvenog kapitala. Dakle, kod kolektivističkih paradigmi društvenog kapitala uživaoci mogu biti pojedinci podjednako kao i uže ili šire društvene grupe i u tom smislu se i one mogu podvesti pod individualističke ali je ključ u tome u okviru kakve društvene strukture se društveni kapital proizvodi. Ako se proizvodi u okviru relativno zatvorene, integrisane, jasno normativno uređene društvene strukture onda je to shvatanje karakteristično za kolektivističke paradigme. Ako se društveni kapital proizvodi kroz procese interakcije u otvorenim strukturama, odnosno individualno

3.1.5.1 Pjer Burdje

Burdje je prvi sociolog koji se studiozno bavio društvenim kapitalom i mnoge kasnije analize počivaju na temeljima koje je on postavio. Po njemu, kapital je bilo koji resurs ili sredstvo koje je efektivno u određenom društvenom polju i koje obezbeđuje specifičan profit kao posledicu učestvovanja ili takmičenja u njemu. U zavisnosti od polja u kome deluje i od troškova manje ili više ekspanzivne transformacije, koja je preduslov njegove efikasnosti u datom polju, kapital se može pojaviti u tri osnovna oblika i to kao: ekonomski, kulturni i društveni kapital.¹⁴² Burdje definiše društveni kapital kao: „skup resursa, postojećih ili potencijalnih, koji su povezani sa posedovanjem pouzdane mreže manje ili više institucionalizovanih odnosa međusobnog prepoznavanja i priznavanja-ili, drugim rečima, sa članstvom u grupi-koja snabdeva svakog od njenih članova podrškom kolektivno posedovanog kapitala, „uverenjem“ koje im daje pravo na kredit, u različitim značenjima te reči“ (Bourdieu, 1986:248). Dakle, Burdjeovo shvatanje društvenog kapitala sastoji se iz dva ključna elementa, društvenih odnosa koji daju pojedincima pravo na pristup resursima koje poseduju njihovi poznanici i količine i kvaliteta tih resursa (Portes, 1998:3-4). Mreže društvenih odnosa kao izvorišta društvenog kapitala mogu biti proizvod individualne akcije kroz uspostavljanje različitih društvenih odnosa razmene (materijalnih ili nematerijalnih dobara), ali i proizvod određene šire celine u koju je pojedinac ukotvjen (porodice, plemena, škole, partije). Kao što se iz ovog određenja može videti, Burdje je postavio osnovne elemente za analizu društvenog kapitala (mreža društvenih odnosa, članstvo u grupi, individualna, odnosno grupna proizvodnja društvenog kapitala)

kreiranim društvenim mrežama koje nisu homogenizovane i integrisane onda govorimo o individualističkim perspektivama.

142 Dok Burdje ekonomski kapital definiše kao novac ili vlasnička prava njegovo određenje kulturnog kapitala je složenije. Kulturni kapital se manifestuje u tri forme: kao oformljeno stanje u vidu dugotrajnih dispozicija duha i tela; kao objektizovano stanje u vidu kulturnih dobara; i kao institucionalizovano stanje u vidu stručnih kvalifikacija (Bourdieu, 1986:242). Ovde valja pomenuti i simbolički kapital, koga Burdje uvodi još ranije u svoju teoriju kapitala i koji se može naći u sve tri forme kapitala. U tom smislu, simbolički kapital nije posebna vrsta kapitala već se on odnosi na posrednu vrednost, koja nastaje priznavanjem „statusnih odlika“ (npr. titula za društveni kapital, diploma za kulturni kapital i novca za ekonomski kapital) ove tri forme kapitala (Ignjatović, 2011:21).

koji će se u različitim oblicima ponavljati u većini kasnijih shvatanja društvenog kapitala. Burdjeovo određenje društvenog kapitala se može čitati i u individualističkom i u kolektivističkom ključu pa je stoga razumljivo da od njegovih shvatanja polazi većina teoretičara bez obzira na međusobna razlikovanja. Sa jedne strane, on društvenu mrežu definiše u kontekstu odnosa koji se uspostavljaju u okviru određene društvene grupe (i to pre svega onih iz viših društvenih slojeva), koja služi kao „kreditna“ podrška pojedincu. Dakle „proizvođač“ društvenog kapitala nije pojedinac već grupe u koje je on ukotvljen, što se približava kolektivističkom određenju društvenog kapitala. Sa druge strane, Burdjeu se ne mogu odreći individualistički elementi u shvatanju društvenog kapitala budući da, kao što smo videli, ostavlja mogućnost da društvena mreža kao izvor društvenog kapitala može biti i proizvod individualne akcije. Pa tako, on ističe da mreža društvenih odnosa nije prirodno niti društveno data već je ona proizvod kolektivnih i individualnih strategija ulaganja, svesnih ili nesvesnih, u društvene odnose koji će na kraći ili duži rok doneti neku dobit (Bourdieu, 1986:249). Ono što je još jedna važna osobenost Burdjevog shvatanja društvenog kapitala ogleda se u tome da ga on uvek posmatra u relaciji sa ekonomskim i kulturnim kapitalom. Iako se društveni kapital razlikuje od ekonomskog i kulturnog, on nikada nije nezavisan od njih i može se reći da predstavlja najkrhkiju formu kapitala. Količina društvenog kapitala koju poseduje dati akter, prema tome, zavisi od veličine mreže kontakata koju on može efektivno da mobilise i od količine kapitala (ekonomskog, kulturnog i simboličnog) koju može da aktivira kroz datu mrežu (Bourdieu, 1986:250).

Rezimirajući Burdjeovo shvatanje društvenog kapitala može se zaključiti da iako su društvene mreže od ključne važnosti za proizvodnju društvenog kapitala ono što njegov pristup suštinski razlikuje od savremene mrežne teorije ogleda se u tome da se mreže posmatraju, pre svega, kao strukture u okviru kojih pojedinac može delovati ali ih ne može „probiti“. Burdje se fokusira uglavnom na društveni kapital viših klasa (Lin, 2001:24 Ignjatović, 2001:23) i čvrsto ga uvezuje sa njihovim ekonomskim i kulturnim kapitalom. Drugim rečima, za razliku od drugih kolektivističkih teoretičara društvenog kapitala, pre svega Patnama i Kolmana, Burdje ne doživljava društveni kapital kao javno dobro koje se može iskoristiti na

dobrobit celokupne zajednice već u neomarksističkom ključu reprodukcije postojećih odnosa klasne zavisnosti.

3.1.5.2 Džordž Kolman

Kolmanova teorija društvenog kapitala nastala je tokom 80-tih godina prošlog veka, praktično paralelno sa Burdjeovom, ali sa druge strane Atlantika, i u drugačijem teorijskom ključu. Kolmanova želja je bila da svoju teoriju društvenog kapitala postulira kroz pokušaj prevazilaženja sociologizma ali i ekonomizma u analizi društvene akcije. Nastojeći da izvuče najbolje iz ova dva pristupa, odnosno da u analizu uvede aktera koji racionalno dela ali unutar zadanog društvenog konteksta, Kolman kreira, kako sam kaže, pojmovni alat koji naziva društveni kapital (Coleman, 1988:96). Osnovna ideja ovog polazišta sastoji se u tome da se, ako se pođe iz perspektive teorije racionalnog izbora gde se podrazumeva da svaki akter ima kontrolu *nad* ili učesće *u* određenim resursima,¹⁴³ društveni kapital može razumeti kao posedovanje određenih resursa. Kolman ističe da se društveni kapital definiše preko svoje funkcije te da on ne predstavlja jedan entitet već raznovrsnost više različitih entiteta koji imaju dve zajedničke karakteristike. Svi oni se: (1) sastoje od nekih delova društvene strukture, i (2) omogućavaju određene akcije aktera, bilo da se radi o pojedincima ili organizacijama, unutar strukture (Coleman, 1988:98). Portes je mišljenja da je ovakvo definisanje društvenog kapitala prilično neodređeno i da, kao takvo, otvara put povezivanju različitih često i kontradiktornih procesa sa društvenim kapitalom (Portes,

143 Kada su u pitanju teorije racionalnog izbora teško da se može govoriti o jednom koherentnom teorijskom pravcu već pre o više različitih shvatanja koja imaju neke zajedničke elemente. Zajedničko svim varijantama teorije racionalnog izbora jeste stanovište metodološkog individualizma, odnosno pretpostavka da se složeni društveni fenomeni mogu objasniti kroz individualnu akciju aktera od kojih su ti fenomeni sastavljeni, kao i stanovište da se društvena interakcija može shvatiti kao specifična vrsta društvene razmene (odobrenja i drugih cenjenih ponašanja), što za uzvrat donosi nagrade ili troškove. Ove teorije su posebno poznate po upotrebi tzv. društvenih dilema koje potiču iz teorije igara od kojih je svakako najpoznatija i najšire korišćena igra „zatvorenikova dilema“. Osnovne zamerke koje se upućuju ovim teorijama su: nejasnost u objašnjenju kolektivne akcije aktera, problem ocene funkcije društvenih normi i problem razumevanja društvene strukture u individualističkom ključu (Za detaljniji prikaz teorija racionalnog izbora videti: Scott, 2000; Heckathorn 2001).

1998:5). Poput ekonomskog i ljudskog kapitala¹⁴⁴ i društveni kapital je po svojoj prirodi orijentisan na dobit, koja ne bi bila moguća u slučaju njegovog odsustva. Ono što ga suštinski razlikuje od druge dve vrste kapitala jeste njegova relациона priroda, budući da on ne leži u akterima ili objektima već isključivo u strukturi odnosa između aktera. Akteri mogu biti pojedinci ali isto tako i organizacije koje kroz mrežu odnosa sa drugim organizacijama takođe tvore društveni kapital. Elementi na kojima se tvori društveni kapital su:

1. *Međusobne obaveze i očekivanja* koja su regulisane pouzdanošću društvene strukture. Drugim rečima, ako osoba A pomogne osobi B onda osoba A ima očekivanja da će joj osoba B uzvratiti uslugu, odnosno osoba B ima obavezu da uzvрати uslugu. Sve to ne bi bilo moguće bez pouzdanosti društvene strukture koja služi kao neka vrsta garanta ovog odnosa međusobne „kreditne“ zavisnosti;
2. *Informacije*, koje mogu nastati kao uzgredna dobit iz odnosa koje ljudi uspostavljaju. Ovde vrednost društvenih veza nije regulisana obavezama i očekivanjima već se prosto gradi na informacijama koje se razmenjuju a koje mogu poslužiti kao osnov za ostvarivanje određene dobiti;
3. *Norme i delotvorne sankcije*. Ovde se pre svega misli na norme koje preveniraju ili sprečavaju društveno-patološko ponašanje i time stvaraju atmosferu društvenog poverenja i sigurnosti.

Pored toga, društveni kapital se posebno generiše kroz različite *dobrovoljne asocijacije* i kroz proces *zatvaranja* društvene strukture. I dok nije sporno da različite dobrovoljne organizacije svakako doprinose kreiranju društvenog kapitala ova druga teza, koja se odnosi na poželjnost zatvaranja društvene strukture može imati sasvim suprotne efekte na kreiranje društvenog kapitala u zavisnosti od toga koju teorijsku perspektivu uzmemo u obzir. Iz kolektivističke

144 Ljudski kapital (human capital) je koncept koji se pojavljuje u ekonomskoj literaturi tokom 60-tih godina XX veka. Prvo Teodor Šulc (Theodore Schultz) a za njim Geri Beker (Gary Becker) postavljaju temelje za sva dalja shvatanja ljudskog kapitala definišući ga u kontekstu ostvarivanja dodatne vrednosti rada u procesu proizvodnje. Ljudski kapital je vlasništvo pojedinca i manifestuje se kroz stručnost i veštine koje je radnik stekao kroz proces obrazovanja ili nagomilano iskustvo tokom radnog veka. Jednostavno rečeno, u kontekstu marksističke teorije, ljudski kapital je investicija u radnika koja mu omogućuje da skuplje proda svoj rad na tržištu radne snage.

pozicije, nesumnjivo da zatvorenost strukture doprinosi efikasnijoj normativnoj uređenosti i većoj pouzdanosti neke društvene strukture, što u ovoj teorijskoj perspektivi znači i veći društveni kapital. Sa druge strane, Kolmanov pa donekle i Burdjeov stav o poželjnosti zatvaranja društvenih mreža u cilju očuvanja društvenog kapitala je u direktnoj suprotnosti sa poimanjem društvenog kapitala individualno-mrežnih teoretičara i dobro ilustruje različitost ovih pozicija. Iz pozicije mrežne teorije najlošija stvar po jednu mrežu jeste njeno zatvaranje budući da se «dodata vrednost» upravo proizvodi na onim delovima mreže gde se ona spaja sa drugim mrežama (Granoveter, 1973; Burt, 2002). Što su ti mostovi uži to se vrednost društvenog kapitala, za one koji omogućavaju te prelaze, povećava. U tom smislu, zatvorenost mreže bi jedino mogla biti dobra za očuvanje postojećih resursa privilegovanih društvenih grupa (Burdje) ili porodičnih grupa (Kolman) (Lin, 2001:27). Po našem sudu, nije sporna tvrdnja da zatvaranje grupe može dovesti do jačanja njenog normativnog poretka i time služiti kao garant određenih procesa koji se odvijaju u toj grupi. Međutim, kroz raniju diskusiju smo pokazali da su danas uveliko na snazi procesi koji dovode do razbijanja normativnog poretka ustanova industrijskog društva poput tradicionalno shvaćenih zajednica, pa čak i porodica, tako da bi ovakvo Kolmanovo shvatanje možda bilo primenjivo na neke getoizirane ili na neki drugi način izolovane kolektivitete ili porodice u tradicionalističkim društvima, ali se kao takvo teško može primeniti kao model za razumevanje društvenog kapitala u savremenom, umreženom i disperzivnom društvu. Pored toga, a u skladu sa stavovima Fišera (Fischer, 2005) i Portesa (1998) postavlja se pitanje zašto već poznate sociološke paradigme vrednosnog konsenzusa ili društvene integracije treba sada zamenjivati pojmom društvenog kapitala ako se tu ne radi u suštinski različitom shvatanju.

3.1.5.3 Robert Patnam

Harvardski profesor Robert Patnam je verovatno najzaslužniji za popularizaciju koncepta društvenog kapitala u akademskim ali i širim javno-političkim krugovima (Field, 2008; Ignjatović, 2011). Patnam je verovatno i najzaslužniji za dominaciju kolektivističkih shvatanja društvenog kapitala (Portes, 2000). Ali Patnam je zasigurno i najosporavaniji teoretičar društvenog kapitala što je verovatno i

logično s obzirom na ogromnu pozornost naučne javnosti koju je svojim radovima na sebe privukao. Iako se Putnam društvenim kapitalom bavi od početka 90-tih godina XX veka, veću pažnju naučne ali i šire javnosti skreće na sebe, prvo člankom a potom i obimnom studijom pod intrigantnim nazivom „Kuglati sam“ (*Bowling Alone*, 2000; u prevodu na srpski, 2008). Bez namere da umanjimo naučni značaj Putnamovih studija ipak možemo pretpostaviti da dobar deo njihove popularnosti leži u zgodno smišljenoj paraleli koju Putnam povlači između široko rasprostranjenog hobija - kuglanja i široko rasprostranjenog opadanja društvenog angažovanja američkih građana. Ili sasvim jednostavno, dok broj američkih građana koji kuglaju raste (radi se o zaista začuđujućih 80 miliona Amerikanaca koji su otišli na kuglanje makar jednom tokom 1993. godine) broj onih koji kuglaju organizovano drastično opada (Putnam, 1995:70). Ono što je isprva bila zgodna metafora potkrepljena načelnim argumentima pretvorilo se, verujemo velikim delom i zbog širokog interesovanja javnosti, u obimnu studiju koja je u velikoj meri odredila buduću diskusiju o društvenom kapitalu.¹⁴⁵

Ukratko sumirano, osnovni nalazi njegovih istraživanja pokazuju snažan trend opadanja političkog i društvenog aktivizma i povezivanja Amerikanaca u razne forme društvenih organizacija u drugoj polovini XX veka. Ova svojevrsna pasivizacija i povlačenje američkih građana iz javne sfere iako se najjasnije očitava kroz smanjenu izbornu izlaznost,¹⁴⁶ prisutna je i u mnogim drugim sferama udruživanja i društvenog angažovanja. Po Putnamovim pokazateljima posećivanje javnih skupova u opštinama ili školama, posećivanje političkih mitinga, učestvovanje u nekoj lokalnoj ili partijskoj organizaciji i mnogi drugi vidovi organizovanja i udruživanja građana konstantno opadaju od Drugog svetskog rata

145 Sam Putnam vrlo iskreno u pogovoru svoje studije *Kuglati sam* piše sledeće: „Do januara 1995. (kada je objavljen članak-prim. D.P.) bio sam...“opskurni intelektualac“. Iako sam objavio desetine knjiga i članaka tokom prethodne tri decenije...ni jedna nije privukla ni najmanju pažnju javnosti. A onda su usledili pozivi, gostovanja u TV emisijama u statusu zvezde i fotografija sa mojom suprugom Rouzmari (Rosemary) na stranicama *Pipl* (People) magazina. Objašnjenje toga, kaže Putnam, nije zakasneli procvat genija, već prosta činjenica da je nesvesno artikulisao jednu formu nelagode koja je već počela da se formira kod velikog broja običnih ljudi u Americi (Putnam, 2008:674-5).

146 Pa tako u periodu od 60-tih do 90-tih godina XX veka broj glasača opada gotovo za četvrtinu (Putnam, 1995:67).

na ovamo. Pitajući se šta se desilo sa građanskim i društvenim životom američke zajednice Patnam kreće u obimnu i široku analizu različitih faktora koji su doveli do transformacije društvenosti u pravcu povlačenja američkih građana iz javnih sfera društvenog života. U stvari, moglo bi se reći da je kompletna Patnamova teorija društvenog kapitala jedna široko zamišljena istraga uzroka dezintegracije američke zajednice.¹⁴⁷ U skladu sa tim, Patnam se prvenstveno interesuje za kolektivne manifestacije društvenog kapitala iako ne poriče da pored kolektivnog društveni kapital sadrži i individualni aspekt, odnosno da istovremeno može predstavljati privatno i javno dobro (Patnam, 2008:22). Međutim, ono što je posebno zanimljivo u Patnamovom slučaju jeste geneza shvatanja društvenog kapitala koja je, makar u definiciji, doživela značajne promene kroz vreme. Svoje prvo shvatanje društvenog kapitala Patnam iznosi 1993. godine u studiji „Učiniti da demokratija funkcioniše“ (*Making democracy work*), u kojoj zapaža da se:

„Društveni kapital...odnosi na one karakteristike društvene organizacije, kao što su poverenje, norme i mreže, koje mogu poboljšati efikasnost društva omogućavajući mu koordinisane akcije“ (Putnam, 1993:167).

Nakon toga u glasovitom članku iz 1995. godine daje slično određenje:

„Društveni kapital se odnosi na one karakteristike društvene organizacije, kao što su poverenje, norme i mreže, koje olakšavaju koordinaciju i kooperaciju radi uzajamne koristi“ (Putnam, 1995:67).

I na kraju, u studiji iz 2000. godine Patnam izvodi donekle izmenjenu definiciju gde se ukazuje na to da:

„društveni kapital upućuje na veze između pojedinaca-društvene mreže i norme uzajamnosti i poverenja koje proizilaze iz njih“ (Patnam, 2008:20).

147 Nakon opsežne analize kao glavnog krivca za opadanje društvenog kapitala u američkom društvu Patnam identifikuje-tehnološku transformaciju slobodnog vremena, pre svega razvoj masovnih medija, u prvom redu, televizije. Masovni mediji su učinili da vesti i zabava postanu sve više individualizovani a savremena tehnologija je omogućila da ljudi konzumiraju sadržaje masovnih medija sami. Na osnovu opsežnih analiza Patnam zaključuje da više gledanja televizije znači smanjenje svih oblika građanskog učešća i društvenog angažovanja. Analizirana u kombinaciji sa mnogo drugih faktora koji predviđaju društveno učešća, zavisnost od televizije radi zabave nije samo značajan predznak građanskog neangažovanja, ističe Patnam već je to: „...jedini najdosledniji predznak koji sam ja otkrio“ (Patnam, 2008:303). Zbog toga, smatra Patnam: „Najvažnija posledica TV revolucije je bila da se vratimo kući“ (Patnam, 2008:294). Kada je reč o načinima na koji televizija smanjuje građansko angažovanje, Patnam identifikuje tri osnovna mehanizma: 1. televizija se takmiči za slobodno vreme; 2. televizija ima psihološke uticaje koji inhibiraju društvenu aktivnost i 3. specifični programski sadržaji koji se emituju na televiziji narušavaju građansku motivisanost.

Prvo što se zapaža prilikom analize geneze Patnamovog shvatanja društvenog kapitala jeste promena analitičkog fokusa. Društveni kapital na početku definisan uopšteno i holistički kao fenomen koji se „odnosi na karakteristike društvene organizacije koje, koordinišući ga, pomažu efikasnost društva“, već se u definiciji iz 1995. godine blago transformiše. Nakon što je prvi deo definicije identičan u njenom drugom delu, namesto jednog opšteg cilja (poboljšavanja efikasnosti društva), uvodi se instrumentalnost (radi uzajamne koristi). Razlog za uvođenje instrumentalnosti naspram generalne vrline je verovatno u vezi sa samom upotrebom koncepta kapitala koji kao takav pretpostavlja određenu instrumentalno shvaćenu dobit. Međutim, pet godina kasnije, definicija doživljava još izraženiju transformaciju budući da Patnam sad uvodi jednu individualističko-minimalističku definiciju u kojoj kaže da se društveni kapital zapravo odnosi na veze među pojedincima (dok drugi deo te definicije naprosto opisuje uslove za njegovo kreiranje-društvene mreže i norme uzajamnosti i poverenja). Dakle sada se u potpunosti napušta određivanje svrhe društvenog kapitala dok se akcent stavlja na njegovu prirodu (veze između pojedinaca). Druga važna transformacija definicije odnosi se na postepeno povećavanje značaja društvenih mreža gde one od jednog od tri ravnopravna faktora društvenog kapitala (uz poverenje i norme) u prvoj definiciji, postaju ključni faktor u poslednjoj definiciji. To se najbolje može videti u rečenici koja joj direktno prethodi, gde se kaže da je: „suštinska ideja društvenog kapitala ta da „društvene mreže imaju vrednost“ (Patnam, 2008:20). Ono što je, međutim, problematično je to što, iako je došlo do transformacije u definisanju društvenog kapitala, suštinski se predmet Patnamovih istraživanja nije promenio. Tako se on i dalje predominantno drži kolektivističkog shvatanja društvenog kapitala o čemu najbolje svedoče pokazatelji putem kojih analizira opadanje društvenog kapitala¹⁴⁸ kao i osnovna tema studije „Kuglati sam“, koja se odnosi na opadanje zajednica u američkom društvu.¹⁴⁹

148 Pa tako u poglavlju pod nazivom „Trendovi u građanskom angažovanju i društvenom kapitalu“ Patnam se između ostalog bavi: političkom participacijom, građanskom participacijom, religioznom participacijom, vezama na radnom mestu, altruizmom volontiranjem i filantropijom, itd.

149 Da je on suštinski blizak svom prvom određenju društvenog kapitala vidi se recimo i iz tvrdnje da su društveni pokreti i društveni kapital tako blisko povezani da je nekada teško videti šta je kokoška a šta jaje.

Još jedan važan elemenat, pored društvenih mreža, koji je po Patnamu ključan pri stvaranju preduslova za akumuliranje društvenog kapitala jesu norme i to pre svega norma *generalizovanog reciprociteta* (Patnam, 2008:23). Postojanje ove norme obezbeđuje „altruističko“ delanje bez direktne koristi od takvog delanja. Međutim, u njegovoj pozadini ne stoji „urođena dobrota“ ljudi već očekivanje da će pružena usluga biti vraćena u nekoj drugoj situaciji od nekog drugog člana društva, odnosno zajednice. Društvo koje karakteriše generalizovani reciprocitet, smatra Patnam, je daleko efikasnije nego nepoverljivo društvo iz istog razloga iz koga je novac efikasniji od razmene dobara. Međutim ovde se, može postaviti pitanje nije li to klasičan slučaj idealizovanja tradicionalno shvaćene zajednice. Jer gde, ako ne u tenisovskim zajednicama se može očekivati visok nivo generalizovanog reciprociteta budući da su međuljudski odnosi prevashodno uređeni kroz niz običajno utvrđenih normi. Sa modernizacijom, koja rastače tradicionalne obrasce društvenosti i gde se odnosi sve više uzdižu izvan lokalnog konteksta, postavlja se pitanje šta su granice sistema u okviru kojeg se definišu norme generalizovanog reciprociteta.

Pored popularizacije paradigme društvenog kapitala, Patnam je zaslužan i za popularizaciju dva podtipa društvenog kapitala – *vezujućeg* (bonding) i *premošćujućeg* (bridging).¹⁵⁰ Iako on sam nije tvorac ove podele samo navođenje u njegovoj studiji u velikoj meri doprinelo je tome da se i ovi podtipovi društvenog

150 I ovde moramo učiniti jednu terminološku napomenu. Dok je prevod pojma bridging (premošćavanje) na srpski jezik potpuno u duhu onoga što se ovim pojmom i na engleskom želi izraziti, stvar je malo suptilnija sa prevođenjem pojma bonding. Iako su u domaćoj sociologiji u ravnopravnoj upotrebi dve varijante prevoda i to kao - povezujući (recimo-Ignjatović, 2011) i kao - vezujući (recimo-Bobić, 2009) mišljenja smo da je jedino opravdana upotreba pojma vezujući kapital. Pre svega, kada Patnam želi metaforički da objasni funkcije bonding kapitala on kaže da ova vrsta kapitala predstavlja neku vrstu sociološkog „super lepka“ što znači da je osnovna funkcija ovog tipa kapitala slepljivanje, spajanje, vezivanje. Drugo, u srpskom jeziku kada kažemo da su dve osobe međusobno povezane to ima sasvim drugačije značenje od toga da kažemo da su dve osobe međusobno vezane. Prvi termin jednostavno označava postojanje nekog kontakta između dve osobe ali nam ništa ne govori o prirodi te povezanosti, dok je u drugom slučaju jasno da se tu osim povezanosti ukazuje i na određeni intenzitet te veze. Treći, praktičan razlog je taj što se u teoriji društvenog kapitala pojavljuje i treća vrsta kapitala koja se naziva linking (uvodi ga Vulkok (Woolcock) nav. prem. Ignjatović, 2011:61) čiji bi prevod na srpski mogao glasiti povezujući. Koristeći ove prevode sve tri vrste društvenog kapitala bi imale svoje adekvatne prevode na srpski jezik-vezujući, premošćujući i povezujući.

kapitala počnu široko analizirati i dalje razvijati. Ovde se nećemo dalje baviti ovom podelom budući da smo joj više pažnje posvetili u nastavku diskusije o društvenom kapitalu.

Kao što smo na početku diskusije o Patnamovoj varijanti teorije društvenog kapitala rekli, iako je njegov doprinos u popularizaciji ovog koncepta možda i najveći, njegova shvatanja su bila izložena brojnim kritikama. Budući da na ovom mestu nemamo prostora za širu diskusiju na ovu temu uputićemo čitaoca samo na neke od ovih kritika. Možda i najoštriji u svojim kritikama bio Bogs, koji zapaža da je Patnamova knjiga toliko teorijski nedosledna i istorijski pogrešna da bi trebalo napisati još jedan novi tom samo da bi se ovo greške ispravile (Boggs, 2001:282). Bogs iznosi niz kako epistemoloških tako i metodoloških primedbi na Patnamovu studiju, ukazujući da nije jasno koji su kriterijumi po kojima se Patnam odlučivao za izbor indikatora, zatim na proizvoljnost u tumačenju podataka, izostavljanje analize važnih političkih procesa u Americi, itd. Od umerenijih kritičara možemo pomenuti Fišera koji, iako nije pobornik teorije društvenog kapitala, ne odriče veliki značaj Patnamovih analiza. Ipak, Fišer smatra da postoji nekoliko veoma problematičnih tačaka u njegovoj raspravi, od kontradiktornih tumačenja indikatora društvenog kapitala i retoričkog preterivanja u tim tumačenjima, do konceptualnih poteškoća u definisanju pojma društvenog kapitala (Fischer, 2005). Naposletku, pomenućemo i domaću autorku Suzanu Ignjatović, koja ukazuje na to da Patnam na nekim mestima ne uzima u obzir da se društveni kapital transformiše a ne nužno opada, ili da u njegovoj analizi različitih tipova društvenog kapitala često dolazi do preplitanja različitih shvatanja i nivoa analize. Pored toga, Ignjatovićeva (2011) ukazuje i na izraženi politički angažman Patnamovih naučnih stavova.

3.1.6 Mrežna shvatanja društvenog kapitala

Krajem poslednje decenije XX veka, nakon popularizacije paradigme društvenog kapitala od strane dominantnih teoretičara, granaju se različiti teorijski pristupi ovom fenomenu, ali to ne znači da oni tada i nastaju. Kao što smo već rekli paradigma društvenog kapitala obuhvata različite društvene pojave koje

su bile predmet proučavanja sociologa praktično od nastanka sociologije kao nauke. Ono što je novo je to da autori sada jasno identifikuju pojave kojima se bave nazivom društveni kapital, kao i to da se on, manje ili više čvrsto, povezuje sa njihovim ranijim teorijskim paradigmama. Recimo, Nan Lin i Ronald Bert (Burt) čijim ćemo se teorijama u nastavku detaljnije baviti, društveni kapital analiziraju u mrežnom ključu koristeći se svojim teorijama (Bert-strukturalna teorija akcije; Lin-teorija društvenih resursa) koje su razvili deceniju ili dve pre popularizacije paradigme društvenog kapitala. Ovde svakako valja pomenuti i Marka Granovetera (1973) čija je teorija iz 70-tih godina XX veka o «jakosti slabih veza» otvorila vrata mrežnim teorijama društvenog kapitala.¹⁵¹ Ono što je osnovna odlika shvatanja autora kojima ćemo se nastavku baviti jeste njihov pokušaj da se društveni kapital razume na temeljima jedne nove, mrežne teorije, društvene strukture i društvene akcije.

3.1.6.1 *Nan Lin*

Postavljajući svoju teoriju društvenog kapitala Lin ističe da se u njenoj osnovi nalazi jednostavna premisa da je *društveni kapital zapravo ulaganje u društvene odnose sa očekivanom dobiti na tržištu* (gde tržište može biti ekonomskog karaktera ali i politička arena ili društvo uopšte). Motivi koji pokreću aktere na ulaganje, odnosno delanje, jesu dvojaki-čuvanje postojećih resursa ili borba za nove resurse. U skladu sa pokretačima razlikuju se i delanja aktera. Društveni kapital je rezultat ovih akcija budući da se nalazi ukorenjen u strukturi društvenih odnosa, drugim rečima ukorenjen je u društvenu mrežu, koju akteri kroz svoje odnose tvore. Ovako kreirana društvena struktura može ograničiti ali i pojačati proizvodnju društvenog kapitala ali, i to je ono što je ključno za Lina, akteri svojim izborima mogu obezbediti različite ishode svojih akcija. Iako to ne znači da Lin izdiže aktere iznad strukture on ipak želi da naglasi značaj izbora koji se mogu napraviti. (Lin, 2001:XI).

Četiri su osnovna razloga zbog čega resursi ukorenjeni u društvene mreže proizvode dobit, odnosno društveni kapital. Oni omogućavaju: 1. bolji protok

¹⁵¹ Budući da smo se na Granoveterov rad (Granovetter, 1973, 1983) više puta tokom ove disertacije pozivali, na ovom mestu se nećemo osvrnati na njegov doprinos teoriji društvenog kapitala

informacija, 2. lakše prenošenja uticaja, 3. potvrđivanje društvenih zasluga pojedinaca, i 4. osnaživanje identiteta i prepoznatljivosti kroz društvenu mrežu (Lin, 2001:20).

Po Linu, interakcije u mreži ne bi trebalo analizirati samo kroz uspostavljene odnose, već i kroz obrasce povezivanja resursa u interakcije. Ključno pitanje je koji oblici povezivanja resursa mogu biti očekivani kroz proces interakcije i umrežavanja i tu su po Linu važna dva principa kao osnova interakcije. Jedan je Homansov (1950) princip *sentimenta*¹⁵² dok je drugi princip *homofilije*.¹⁵³ Smatrajući da se iz principa homofilije može zaključiti da postoji sklonost ljudi da interaguju sa onima koji imaju sličnu količinu i tipove resursa na raspolaganju Lin, zaključuje da postoji triangularna recipročnost između osećanja, resursa i interakcija koje usled toga povezuju interakcije, ne samo na osnovu deljenja osećanja, već i na osnovu sličnosti u resursima (Lin, 2001:39).

Kada je o resursima reč Lin razlikuje *lične* i *društvene* resurse. Lični resursi se zapravo odnose na ljudski kapital, što znači da se nalaze u posedu pojedinaca koji ih prema tome mogu koristiti ili prenositi bez da im je za to potrebno nečije odobrenje. Društveni resursi, sa druge strane, ne nalaze se u ličnom posedu pojedinaca već su im dostupni kroz društvene veze. Dakle, društveni resursi predstavljaju društveni kapital koji sadrži resurse (bogatstvo, moć i ugled, kao i društvene mreže) jednog pojedinca do koga drugi pojedinac ima direktan ili indirektan pristup. Osnovni motivi za pristup resursima mogu se svesti na želju da se zaštite postojeći resursi ili želju da se pribave neki novi resursi. Potrebe da se zaštite postojeći resursi proizvode *ekspresivno* delanje pojedinaca, dok se pribavljanje novih resursa vrši putem *instrumentalnog* delanja. Osnovna razlika

152 Homans se bavio analizom interakcije u malim primarnim grupama i zaključio je da što ljudi međusobno više interaguju to je veća verovatnoća da će međusobno deliti osećanja i više se upuštati u zajedničke aktivnosti i vice versa. (Nav. prem. Lin, 2001: 39)

153 Princip homofilije znači da ljudi stupaju u interakciju sa sebi sličnima po klasnoj i socio-kulturnoj (verskoj i etničkoj) pripadnosti. Lin se ovde poziva na istraživanje obrazaca prijateljstva koje su sprovedeli Lazarsfeld and Merton (1954) kao i asocijacija kojima se bavio Loman (Laumann, 1966). Ovde treba dodati da je princip homofilije u analizi klasnih odnosa isticao i Blau koji je smatrao da su prijateljske veze među donjim klasama čvršće i trajnije, slične rodbinskim dok su u gornjim klasama, pak, veze površnije (Nav prem. Lin, 2001:39; Katunarić, 1999:4).

između ova dva tipa delanja je u tome što princip homofilije važi za ekspresivno ali ne i za instrumentalno delanje. Drugim rečima, ukoliko se radi o pribavljanju novih resursa onda je verovatnoća da se postigne uspeh proporcionalna mogućnosti da se prevaziđu strukturalna ograničenja nečije pozicije u društvenoj hijerarhiji (Lin, 2001:45). Naravno, to je lakše za one koji se nalaze na višim delovima društvene hijerarhije u odnosu na one na dnu.

Lin društvenu strukturu shvata kao: 1. skup društvenih pozicija koje poseduju različitu količinu jednog ili više resursa i 2. koji su međusobno hijerarhijski povezane u skladu sa autoritetom (kontrola i pristup resursima), 3. koji se pridržavaju određenih pravila i procedura vezanih za upotrebu tih resursa i 4. koji su povereni nosiocima tih pozicija (akterima) koji se ponašaju u skladu sa tim pravilima i procedurama (Lin, 2001:33). Ono što je ključno i što obezbeđuje stabilnost društvene strukture je to da su resursi vezani za pozicije u hijerarhijskoj strukturi a ne za nosioce tih pozicija i to je ono što Lin naziva ukorenjenost resursa u društvenu strukturu. Dalje, pozicije u društvenoj strukturi se međusobno razlikuju u odnosu na količinu moći kojom raspolažu odnosno u odnosu na količinu i vrste resursa koje kontrolišu ili kojima imaju pristup. Što je hijerarhija društvene strukture izraženija to su međusobne razlike u količini raspoloživog autoriteta među nosiocima pozicija veće. Pravila i procedure služe da bi se obezbedila stabilnost društvene strukture usmeravajući pozicije (i njihove nosioce) da deluju i međusobno interaguju na predvidiv i uniforman način u skladu sa količinom autoriteta kojim raspolažu. Od nosilaca pozicija se očekuje da se ponašaju u skladu sa ovim pravilima i procedurama, što je po Linu ključan ali istovremeno i paradoksalan princip. Sa jedne strane, poštovanje pravila i procedura je ključno za opstanak društvene strukture i nosioci se biraju tako da se obezbedi očuvanje te strukture. Sa druge strane, nosioci kada jednom zauzmu pozicije sami interpretiraju ta pravila i procedure i ponašaju se u skladu sa tim interpretacijama što može dovesti do zloupotreba ili njihove pogrešne primene. Dakle, po Linu ovo su četiri ključna elementa društvene makro strukture-*pozicije, autoritet, pravila i akteri*.

Društvene mreže predstavljaju manje formalnu društvenu strukturu budući da u njima nema formalnog dodeljivanja pozicija, pravila ili autoriteta članovima

mreže. Odnosi i pozicije u mrežama se pre određuju dogovorima ili pregovorima nego autoritetom i prinudom. Kako su mreže sačinjene od tačkama to znači da je svaka tačka direktno ili indirektno povezana sa drugima tačkama u mreži. Resursi koji su ukorenjeni u ovim tačkama postaju individualni društveni kapital. Kako su pojedinci ukorenjeni u više društvenih mreža oni u tačkama preseka sa drugim mrežama otvaraju prostor za pristup svojim resursima iz tih drugih mreža. Ovde se može navesti veliki broj primera, od recimo toga kad neko od kolege sa posla dobije informaciju ili pristup lekaru, do prijateljica sa fitnesa koje razmenjuju informaciju o otvaranju novog radnog mesta.

U cilju teorijskog povezivanja društvenog kapitala i akcije, Lin daje sedam teorema od kojih se jedna odnosi na *dobitke* društvenog kapitala a ostalih šest na *pristup* društvenom kapitalu (Lin, 2001:55-77).

1. Teorema društvenog kapitala-uspeh akcije je u pozitivnoj vezi sa društvenim kapitalom. Drugim rečima, pristup i upotreba boljeg društvenog kapitala vodi uspešnijoj akciji-prihodu od društvenog kapitala. Suština ove pretpostavke je vrlo jednostavna. Što je *viša* tačka u društvenoj hijerarhiji dosegljiva to akter ima veće šanse da ispuni svoj cilj. Samim tim, od dva aktera koji zauzimaju isto mesto u društvenoj strukturi veću šansu za uspeh imaće onaj čiji se posrednik nalazi na višoj društvenoj poziciji, zato što će putem njega akter moći da aktivira bolji društveni kapital koji je ukorenjen u strukturu.

Tri su osnovna kriterijuma na osnovu kojih se može analizirati nečiji društveni kapital: Domašaj društvenih veza; heterogenost društvenih veza; i rastegljivost društvenih veza. Kad je reč o pristupu društvenom kapitalu važno je imati u vidu sledeće faktore. 1) poziciju ega u hijerarhijskoj strukturi; 2) prirodu veze između ega i ostalih aktera; 3) lokaciju ovih veza u mrežama. Ova tri faktora vode prema šest teorema vezanih za pristup društvenom kapitalu:

2. Teorema snage pozicije – što je bolja pozicija porekla verovatnije je da će akter imati pristup i koristiti bolji društveni kapital;
3. Teorema snage jake veze –što je jača veza veća je verovatnoća da će društveni kapital do koga se došlo imati pozitivan efekat na uspeh ekspresivne akcije;

4. Teorema snage slabe veze – što je slabija veza verovatnije je da će pojedinac imati pristup boljem društvenom kapitalu za instrumentalne akcije;
5. Teorema snage lokacije-što su pojedinci bliži mrežnim mostovima imaće pristup boljem društvenom kapitalu za instrumentalne akcije;
6. Teorema lokacija puta pozicija- snaga lokacija (u odnosu na most) za instrumentalnu akciju, zavisi od raznovrsnosti resursa koji su dostupni preko mosta;
7. Teorema strukturalne zavisnosti-efekti umrežavanja (veza i lokacija) su hijerarhijskom strukturom ograničeni za aktere koji se nalaze pri ili na vrhu i dnu hijerarhije.

Postavljajući Linovu teoriju u kontekst naše disertacije osnovno je pitanje da li i na koji način interakciona upotreba Interneta omogućava ekspresivno delanje u cilju zaštite postojećih resursa, odnosno instrumentalno delanje u cilju pribavljanja novih resursa. Takođe, u skladu sa Linovim shvatanjem pristupa društvenom kapitalu, za nas će biti važno pitanje u kojoj meri interakciona upotreba Interneta može pomoći širenju domašaja društvenih veza, zatim povećanju heterogenosti društvenih veza, kao i povećanju njihove rastegljivosti. Sva ova pitanja biće predmet empirijskog dela naše analize.

3.1.6.2 *Ronald Bert*

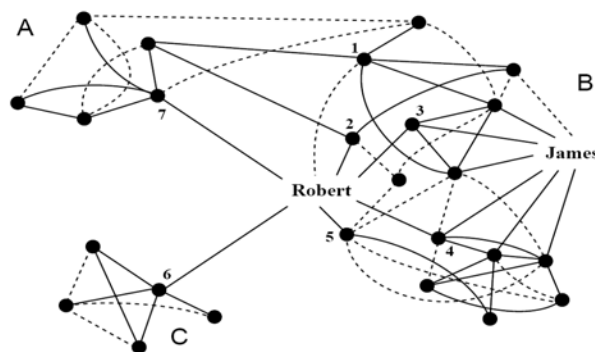
Bertovo shvatanje se uklapa u većinu već prikazanih ideja društvenog kapitala, budući da ga on vidi kao *prednost koju imaju pojedinci ili grupe zbog svoje pozicije u društvenoj strukturi*, odnosno izražava kroz stav da *ljudi koji bolje prolaze u životu i radu su, na neki način, bolje povezani od drugih* (Burt, 2002:150). Međutim, Bert ističe da neslaganje teoretičara društvenog kapitala nastaje u fazi operacionalizacije mrežnih mehanizama, koji obezbeđuju funkcionisanje društvenog kapitala. Bert razlikuje tri mrežna modela funkcionisanja društvenog kapitala: mrežne modele *inficiranja*, mrežne modele *uglednosti* i mrežne modele *raspona*, s tim što se poslednji dele na dva ključna podtipa: *zatvaranje* i *posredovanje*. Prva dva mrežna modela (inficiranje i uglednost), budući da se kod njih ne radi o manipulisanju informacijama, nisu klasični primeri društvenog kapitala ali se mogu i na taj način posmatrati. Oni se aktiviraju u slučaju kada

informacije nisu dostupne članovima mreže ili ih ima previše pa se ne može razlučiti koje su prave a koje ne. U tom slučaju akteri mogu pribеći mehanizmu imitacije ponašanja drugih aktera, koji se potom, po istom modelu, širi dalje kroz mrežu, ili mehanizmu ugledanja na najbolje u svojoj mreži.

Ono što definitivno spada u domen mehanizma društvenog kapitala odnosi se na mrežne modele raspona, odnosno na mehanizam *zatvaranja* društvenih mreža i na mehanizam *posredovanja* među njima. Prvi mehanizam je, kao što je već ranije rečeno, definisan od strane Kolmana a njegovom analizom se bavio i Patnam. Bert se, poput njih, slaže da zatvaranje mreža donosi određene koristi za njene članove i da se osnovna prednost ovog mehanizma ogleda u smanjenju rizika saradnje, time što se povećava poverenje i funkcionisanje normi koje su praćene odgovarajućim sankcijama. Međutim, ako zatvaranje mreža dovodi do prednosti kroz smanjivanje rizika saradnje, osnovna karakteristika četvrtog mehanizma, koji Bert naziva posredovanje, ogleda se u povećanju vrednosti saradnje.¹⁵⁴ Osnovna ideja je da između mreža postoje praznine u komunikaciji koje Bert naziva *pukotine* unutar društvene strukture ili jednostavnije, *strukturnalne pukotine*, čija je uloga da:

“... stvaraju kompetitivnu prednost za onog pojedinca čija se mreža proteže iznad pukotina“(Burt, 2002:155).

Da bismo jasnije prikazali Bertovo shvatanje strukturalnih rupa možemo se poslužićemo njegovom ilustracijom tri mrežna klastera i dve osobe (Robert i James), koje ih međusobno povezuju(slika br. 1).



Slika 1. Bertov prikaz organizacije društvenih veza

¹⁵⁴ Bert ističe da su osnovu za ovo shvatanje kroz svoje radove postavili Granoveter, Freeman, Cooc, Emerson a kao preteče prepoznaje Zimela i Mertona.

Kao što se na slici može videti, iako i Robert i James imaju isti broj jakih i slabih veza Robert je taj koji ima strukturalnu prednost budući da on jedini ima kontakt sa mrežom C. Veza koju Robert uspostavlja sa mrežom C se u teoriji grafova naziva mrežni most a u teoriji društvenog kapitala premošćujući kapital. Budući da jedini u prikazanoj mrežnoj strukturi ima ovakvu vezu Robert postaje mrežni broker budući da je on taj koji kontroliše protok informacija kroz mrežu. Bert za Roberta kaže da je on tipičan primer preduzetnika jer je on osoba koja stvara vrednost posredovanjem između mreža. Zbog toga su društvene strukture koje su pune strukturalnih rupa preduzetničke mreže, a mrežni preduzetnici su ljudi koji grade interpersonalne mostove preko strukturalnih rupa. Po Bertu, ono što čini jednu osobu mrežnim preduzetnikom jesu sledeće veštine: sposobnost komuniciranja u okviru različitih mišljenja, rezonovanje iz pozicije drugih, uspostavljanje mehanizama koji obezbeđuju poverenje i ugled, kao i restrukturiranje organizacije ili tržišta gde trenutna struktura predstavlja problem (Burt, 2002: 175).

U kontekstu ove disertacije može se postaviti pitanje da li Internet dovodi do redistribucije društvenog kapitala, omogućavajući mnogima ono što je nekada bila privilegija samo nekih ili pak on postaje dodatni izvor društvenog kapitala za one koji već imaju široke i otvorene kanale komunikacije. Drugim rečima, ako je neka osoba strukturalno izolovana od svojih istomišljenika može li Internet poslužiti kao kanal za prevazilaženje te strukturalne izolovanosti, odnosno pukotine u Bertovoj terminologiji. Takođe, u situaciji kada se dve osobe nalaze u istoj društvenoj poziciji da li će ona osoba koja koristi Internet *prokreativno* biti u boljoj poziciji u smislu probijanja strukturalnih ograničenja od osobe koja koristi Internet samo *transmisiono*. Ovo su takođe, neka od pitanja na koje ćemo pokušati da damo odgovor u empirijskom delu ove disertacije.

3.1.7 Specifični tipovi društvenog kapitala

Kao što smo već ranije istakli, kako paradigma društvenog kapitala obuhvata njegove različite manifestacije, razumljivo je da su se vremenom iskristalisali određeni analitički tipovi društvenog kapitala. Pošto nam ovde nije namera da detaljno ulazimo u različite tipologije, mi ćemo obratiti pažnju samo na one

aspekte društvenog kapitala koji su nam zanimljivi sa stanovišta predmeta ove disertacije. Stoga će nešto više reči biti o premošćujućem i vezujućem, tehnološko-mrežnom i virtuelnom tipu društvenog kapitala.

3.1.7.1 Premošćujući i vezujući društveni kapital

Među različitim tipologijama društvenog kapitala svakako da je najpoznatija ona koja razlikuje dva osnovna tipa društvenog kapitala: premošćujući i vezujući. Kao što smo već rekli, iako Patnam nije tvorac ove tipologije¹⁵⁵ njemu pripada najveća zasluga za njeno popularizovanje (Patnam, 2008:26). Premošćujući društveni kapital je okrenut ka spolja i njegova uloga je povezivanje ljudi iz različitih društvenih sfera. Patnam ističe da je ovaj tip kapitala dobar za pojačavanje specifičnog reciprociteta i mobilisanje solidarnosti. S druge strane, vezujući društveni kapital se odnosi na, kako Patnam kaže, etničke i bratske organizacije a njegov osnovni cilj jeste ojačavanje identiteta i homogenosti grupe. Dakle on je okrenut ka unutra.

Razlika između ova dva tipa društvenog kapitala može se donekle poistovetiti i sa njegovom participativnom i individualističko-mrežnom perspektivom. Dok participativna paradigma više insistira na društvenom kapitalu koji je vezan za koheziju i ispomoc članova određene grupe što bi odgovaralo karakteristikama vezujućeg društvenog kapitala, individualističko-mrežna paradigma više insistira na stvaranju vrednosti kroz povezivanje pojedinca u različite društvene mreže, što su osobenosti premošćujućeg društvenog kapitala. Iako se o periodu uvođenju samih termina u teoriju društvenog kapitala može raspravljati, svakako da su fenomeni ne koje ovi tipovi društvenog kapitala odnose poznati duže od same teorije društvenog kapitala. Interes za fenomen (dez)integracije društvenih grupa postoji od kad postoji i moderna sociologija tako da je vezujući kapital samo nova metafora za već poznata shvatanja društvene alijenacije i atomizacije, opadanja zajednice, itd. S druge strane, ideja društvenih mostova je takođe stara bar nekoliko decenija. U teoriji grafova se već decenijama pojam mosta upotrebljava

155 Zasluga za ovu tipologija pripada Rosu Gitelu (Ross Gitell) i Avis Vidal (nav. prem. Patnam, 2008:590)

kada se ukazuje na postojanje jedne jedine veze između dve mreže.¹⁵⁶ Kada je reč o društvenoj nauci ovaj koncept je doživeo popularizaciju kroz već pominjanu Granoveterovu teoriju *jakosti slabih veza* koje upravo služe kao mostovi prema drugim mrežama. Bertov koncept strukturalnih rupa se takođe uklapa u ideju o važnosti mrežnih mostova. Lin se ne koristi ovom podelom ali njegova podela na instrumentalno i ekspresivno delanje je komplementarna konceptu premošćujućeg i vezujućeg kapitala. Instrumentalno delanje bi se baziralo na premošćujućem kapitalu budući da je ono orijentisano na sticanje novih resursa i nije bazirano na homofiliji. Sa druge strane, ekspresivno delanje je bazirano na ojačavanju već postojećih resursa nekog pojedinca ili grupe, i kao takvo vezano je za pravilo homofilije.

3.1.7.2 Tehnološko-mrežni kapital

Kao što smo mogli videti iz prethodne diskusije, shvatanje društvenog kapitala je neodvojivo od mrežne analize. Personalne mreže su izvor društvenog kapitala. Ali isto tako na nivou grupe, odnosno zajednice, mreža odnosa među njihovim članovima takođe čini izvor društvenog kapitala. Međutim, mi ovde imamo u vidu ona shvatanja koja društveni kapital ne vezuju samo za interpersonalne odnose već i za tehnička sredstva koja se upotrebljavaju za njihovo kreiranje i održavanje. Ovde možemo razlikovati užu pristup, gde su ova sredstva vezana za upotrebu informaciono-komunikacionih tehnologija i širi pristup gde se u obzir uzimaju sve tehnologije. Autori na čija se shvatanja ovde osvrćemo nazivaju ovu vrstu kapitala mrežni kapital, što po našem mišljenju može doprineti zabuni kod ionako teorijski i metodološki široko postavljenih shvatanja društvenog kapitala. Kako je svaki društveni kapital u svojoj suštini mrežni kapital mi smo se, u cilju jasnijeg sagledavanja različitih paradigmi, opredelili da ovim shvatanjima dodamo pridev „tehnološki“ budući da se ovde mreže pre svega i razumeju u tom smislu. Ipak, u samom prikazu ovih shvatanja nećemo menjati originalan naziv kojim su se služili sami autori shvatanja o mrežnom kapitalu.

Acevedo (Acevedo, 2007) zapaža da se mrežni kapital može razumeti kao mera različitih vrednosti u informaciono doba, koje zajednice strukturisane kao

¹⁵⁶ Za više detalja o teoriji grafova pogledati odeljak (3.1.1.) o razvoju mrežnog pristupa u sociologiji.

društvene mreže stvaraju na bazi elektronskih mreža za sebe same, za druge i za društvo u celini. Dakle, ovaj kapital je neodvojiv od elektronskih mreža. Dalje, mrežni kapital može biti shvaćen kroz kombinaciju elemenata, od kojih obično samo neki mogu biti zastupljeni istovremeno u datoj zajednici:

- On je rezultat saradnje putem elektronskih mreža;
- U velikoj meri se proizvodi volonterskim akcijama i priložima;
- Kreiraju ga zajednice bazirane na interesu;
- U velikoj meri se proizvodi kroz sredstva asinhronne komunikacije koja obezbeđuju veću fleksibilnost komunikacije;
- Posebno je povezan sa generacijama koje su visoko obrazovane;
- Favorizuje širenje participacije ljudi koji dele zajedničke interese.

Dakle, kao što se može videti Aćevedo ovde ima u vidu, pre svega, interesno organizovanje različitih grupa i organizacija zarad ostvarivanja određenog cilja, na bazi upotrebe informaciono-komunikacionih tehnologija. Ono što se iz ove analize jasno ne vidi to je šta čini izvor mrežnog kapitala o kome Aćevedo govori. Drugim rečima, na koji to način mrežni kapital stvara vrednost. Jesu li to elektronske mreže koje ovim grupama sada daju neku stratešku prednost nad onim grupama koje ih ne koriste. Ili je izvor vrednosti u tome što elektronske mreže koriste obrazovani mladi ljudi čime je i njihovo organizovanje na nekom višem nivou. Ili je u pitanju nešto treće?

Po našem mišljenju originalniju dopunu shvatanja društvenog kapitala daju Larsen i Uri (Larsen and Urry, 2008), koji u skladu sa već pominjanom akter-mreža teorijom, govore o mreži koja je sačinjena kako od ljudskih interakcija tako i od svih tehnoloških sredstava koja su u funkciji kreiranja i održavanja tih mreža. Po Larsenu i Uriju, pojam mrežnog kapitala obuhvata pristup komunikacionim tehnologijama, transportnim sredstvima, mestima susreta, ali i društvene i tehničke veštine umrežavanja. On je ključan za karakter modernih društava zato što: 1. predstavlja kapacitet da se začnu i održavaju društveni odnosi sa pojedincima za koje nije neophodno da su blizu i, 2. zbog toga što stvara emotivne, finansijske i praktične koristi. Mrežni kapital se odnosi na olakšavanje, bilo da se radi o pojedincima grupama ili društvu, samo-usmerenih realnih kretanja i

komunikacija na daljinu i one neodvojiv je od usađenih mrežnih navika. Automobili, mobilni telefoni, kompjuteri su sve neophodniji za društveni život ali ono što je ključno su hibridne performanse kao što su pričanje, voženje, telefoniranje, pisanje poruka, e-mailova, blogovanje - one su te koje stvaraju mreže. Umesto usmeravanja na formalne strukture mreža ili priuštivost mobilnosti, potrebno je ispitati usađene, hibridizovane konstrukcije mreža i različitih tehnika umrežavanja. Imajući sve ovo u vidu, mrežni kapital se, po Larsenu i Uriju (Larsen and Urry, 2008:94), sastoji od osam nezavisnih elemenata:

1. *Mnoštva odgovarajućih dokumenata, viza, novca kvalifikacija*, koje omogućavaju bezbedno kretanje nečijeg tela iz jednog mesta, grada ili zemlje drugde;
2. *Drugih (kolege, prijatelji, članovi, familija) koji su udaljeni*, koji nude pozive, ljubaznost i susrete tako da mesta i mreže mogu biti održavani kroz isprekidane posete i komunikacije;
3. *Kompetencija za kretanje i komunikaciju* – sposobnosti korišćenja naprednih tehničkih sredstava, gedžeta, prevoznih sredstava;
4. *Mesta za informisanje i kontakte koja su oslobođena prostora*-mogu biti fiksni ili pokretni;
5. *Uređaja za komunikaciju*;
6. *Odgovarajućih, sigurnih i bezbednih mesta za umrežavanje i susrete*;
7. *Fizičkog pristupa*-automobilima, putevima, avionima, Internetu, telefonu;
8. *Vremena i ostalih resursa za održavanje i koordinisanje prethodnih tačaka*.

Dakle, mrežni kapital predstavlja kompleksni spoj tehničkih, kognitivnih i društvenih veština i zavisi od pristupa tehničkim, kulturnim, društvenim i ekonomskim resursima. On nije svojstvo pojedinca već je proizvod mogućnosti povezivanja ljudi sa drugim ljudima i priuštivostima okruženja (uslov za mrežu je da je dostupna i da su i drugi u mreži dostupni, bez toga nema umrežavanja). Po Larsenu i Uriju, problem Patnamovog shvatanja društvenog kapitala je njegova pretpostavka da samo lokalizovane, male zajednice mogu proizvoditi društveni kapital. Po njima Patnam ne uspeva da razume značaj putovanja i umrežavanja na daljinu u proizvodnji društvenog kapitala u mobilnim umreženim društvima (Larsen and Urry, 2008:95). Društveni kapital se rasteže duž mnogo širih

geografskih područja i ne mora biti vezan za poverenje u malim zajednicama, kao što intimne i bliske veze ne zahtevaju neophodnost fizičke prisutnosti. Zato što su ljudi fizički udaljeni putovanje i umrežavanje je neophodno za porodični i društveni život.

Završavajući ovaj pregled različitih teorijskih perspektiva, možemo zaključiti da ne postoji jedinstvena teorija društvenog kapitala, čak naprotiv, da je raznovrsnost pristupa toliko velika da se teško može izvući i minimalna definicija društvenog kapitala.¹⁵⁷ Ova različitost pristupa umesto da doprinese boljem sagledavanju koncepta češće je dovela do dodatnih, kako teorijskih tako i metodoloških nedoumica. Pogotovo kod kolektivistički orijentisanih teoretičara (pre svega, kod Patnama ali i Kolmana) nekada je teško razlučiti šta je društveni kapital a šta recimo društveni konsenzus ili društveno poverenje ili društvena zajednica *an general*¹⁵⁸ (Pichler and Wallace, 2007:3). Za nas je od posebne važnosti bilo da ukažemo na razliku između individualističko-mrežne i participativne perspektive, budući da su one u svom prilazu društvenom kapitalu suštinski različite. Sasvim je jedna stvar tvrditi da je društveni kapital kolektivno dobro i da je to veći što je jedna zajednica integrisanija a mreža odnosa među članovima zajednice gušća (Coleman, 1988; Patnam, 2008) ili tvrditi da je društveni kapital individualno dobro i da on nije u vezi sa integrativnim elementima zajednice, već da zavisi od personalnih društvenih mreža koje se protežu daleko izvan lokalnih pa i nacionalnih zajednica (Lin, 2001; Wellman et al., 2001; Larsen and Urry, 2008). Čak bi se moglo ustvrditi da je individualni društveni kapital utoliko manji ukoliko je zajednica integrisanija a mreža odnosa gušća, budući da su u tom slučaju resursi zajednice dostupni velikom broju ljudi, u kratkom roku, na jasno definisan način. Zbog toga se mi, opredeljujući se za individualističko-mrežnu perspektivu ne možemo složiti sa Patnamovom tvrdnjom da:

„Pojedinaac sa dobrim vezama u loše povezanom društvu nije produktivan kao pojedinac sa dobrim vezama u dobro povezanom društvu. Čak i loše povezan

157 Feld na početku svoje studije daje najminimalniju definiciju društvenog kapitala rečima: odnosi su važni (Feld, 2008:1). Sa našeg stanovišta najbolja minimalna definicija bila bi ona koju je dao Patnam: društvene mreže imaju vrednost (Patnam, 2008:20).

158 Patnamova studija predstavlja tipičan primer (2008). Takođe ovaj aspekt ističu

pojedinaac može da izvuče nešto od viška koristi u dobro povezanom društvu“ (Patnam, 2008:22).

Mi, baš nasuprot, tvrdimo da pojedinac sa dobrim vezama u loše povezanom društvu poseduje retki resurs koji mu daje kompetitivnu prednost u odnosu na druge članove datog društva. Drugim rečima, u loše povezanom društvu većina članova društva ima nizak društveni kapital ali zato mali broj pojedinaca ima veoma visok društveni kapital. Sa druge strane, Patnamova tvrdnja je tačna ako je posmatramo iz kolektivističke vizure. U dobro povezanom društvu, veze prestaju da bivaju retki resursi, te se niko od pojedinaca ne može preterano izdvojiti po količini društvenog kapitala kojim raspolaže, kao što niko ne može preterano izdvojiti po nedostatku društvenog kapitala. Drugim rečima, budući da je društvo dobro povezano i osoba koja ima malo kontakata može očekivati da će joj neki od tih kontakata otvoriti put ka određenom resursu.¹⁵⁹ Međutim, ono što je za nas problematično je to da ako se izdignemo iz mikro-perspektive (porodice ili neke izolovane zajednice) postavlja se pitanje u kojoj meri danas možemo govoriti o dobro povezanim društvima. Upravo smo kroz raspravu u prethodnom deliu pokušali da pokažemo da u modernim društvima, gde su ljudi upravo umreženi putem personalnih mreža, uticaj lokane ili šire zajednice postupno opada. Upravo u takvim okolnosti individualni društveni kapital dolazi do punog izražaja budući da su mreže individualno formirane i održavane¹⁶⁰ i kao takve donose manju ili veću društvenu dobit.

U svakom slučaju, paradigma društvenog kapitala obuhvata različite fenomene na različitim nivoima analize pa nije ni realno očekivati da se samo jedan od ovih nivoa uzme kao verodostojan. U nastavku naše analize mi ćemo u skladu sa temom ove disertacije posebnu pažnju obratiti na ulogu Interneta u kreiranju premošćujućeg, odnosno instrumentalnog društvenog kapitala.

159 Participativna perspektiva može biti korisna za analizu odnosa između grupa. Pa tako, grupe koje imaju veći društveni kapital kao takve mogu imati prednost u odnosu na druge grupe sa nižim društvenim kapitalom.

160 Ovde mi nikako ne tvrdimo da ove mreže nastaju u društvenom vakumu, oslobođene od strukturnih ograničenja individualne društvene pozicije datog pojedinca (upravo suprotno), ali zbog jasnoće razlike o kojoj govorimo, ne ističemo ovaj element u prvi plan.

3.1.8 Da li je Internet u funkciji društvenog kapitala?

Jedna od najvećih debata koja se vodi praktično od dana kada se Internet pojavio vezana je za društvene posledice njegove upotrebe (DiMaggio et al., 2001). Najranija istraživanja upravo su bila usmerena u pravcu analize uticaja Interneta na društveni kapital njegovih korisnika ili zajednica u celini. Iako se jedan broj ovih studija, a posebno one iz rane faze, ne poziva direktno na teorije društvenog kapitala, teme kojima se one bave mogu se, u širem smislu, podvesti pod ovu problematiku. Kao i kod dominantnih paradigmi društvenog kapitala i ovde se izdvajaju dva osnovna pristupa analizi uticaja Interneta - individualistički i kolektivistički. Naravno, ove pristupe nije uvek moguće jasno odvojiti budući da su i u jednom i u drugom slučaju predmet analize pojedinci koji uspostavljaju i održavaju društvene odnose putem Interneta. Međutim, ono u čemu se ovi pristupi razlikuju jeste fokus njihove analize. Kada je reč o individualističkoj perspektivi, koja je predmet i naše analize, dominantne su teme poput uticaja upotrebe Interneta na: *offline* društvene odnose, kreiranje novih *online* društvenih odnosa, obogaćivanje *offline* društvenih mreža novim *online* kontaktima, resurse koji se pribavljaju kroz *online* društvene mreže ili resurse koji teku kroz *offline* društvene mreže, itd. Autori koji društveni kapital posmatraju kroz participativnu perspektivu interesuje za koristi i štete koje zbog upotrebe Interneta imaju šire društvene celine poput, lokalnih zajednica ili organizacija različitog tipa, pa su ovde u centru pažnje pitanja poput građanskog aktivizma, organizacionog delovanja, političke participacije, itd.¹⁶¹

161 Iako se, kao što smo već naglasili, ovde ne interesujemo za vezu između upotrebe Interneta i participativnog društvenog kapitala, ipak treba naglasiti da se kroz većinu istraživanja, makar onih u koje smo mi imali uvid, ističe pozitivna veza upotrebe između upotrebe Interneta i participativnog potencijala njegovih korisnika. U jednom od prvih velikih istraživanja odnosa upotrebe Interneta i društvenosti (Katz and Rice, 2002), koje je sprovedeno u SAD u četiri talasa (1995., 1996., 1997., 2000. godine), pokazalo se da nema razlike između korisnika i nekorisnika Interneta po pitanju učešća u religioznim, različitim dobrovoljnim ili organizacijama koje se tiču dobrobiti zajednica. Pored toga, prema podacima koji su tokom ovog istraživanja prikupljeni 1996. godine, pokazalo se da po svim ispitivanim dimenzijama političkog aktivizma (posećivanje mitinga, telefoniranje u ime kandidata, davanje donacija, čitanje i praćenje novina, magazina, političkih emisija i glasanja na izborima 1996. godine) postoji određena razlika koja je išla u prilog većeg aktivizma korisnika Interneta (Katz and Rice, 2002). Niz drugih studija, u različitim delovima sveta, takođe je pokazao da Internet

Već smo na početku ovog poglavlja ukazali na to da se veoma rano formirala jedna pretežno negativistička slika o uticaju upotrebe Interneta na društvenost. Zbog toga je cilj ovog dela naše analize da se osvrnemo na osnovne debate vezane za uticaj komunikacije putem Interneta na društvenost njegovih korisnika. Ove debate ćemo postaviti u široko shvaćeni okvir individualno-mrežne teorije društvenog kapitala ukazujući na tri dominantne vizure uticaja Interneta na društveni kapital: vizuru o opadanju društvenog kapitala, vizuru o nepromenljivosti društvenog kapitala i vizuru o jačanju društvenog kapitala.

3.1.8.1 *Internet sužava društveni kapital*

Osnova gledišta da Internet sužava društveni kapital mogla bi se sažeti u stavu da ljudi, upotrebljavajući Internet za komunikaciju, sve manje imaju potrebu da se međusobno viđaju uživo što dovodi do toga da se njihove društvene mreže vremenom sužavaju, a odnosi postaju „plići“ i jednodimenzionalni. Kao što smo na početku trećeg poglavlja istakli, dve studije iz rane faze proučavanja upotrebe Interneta su svojim nalazima o opadanju društvenih veza korisnika Interneta u dobroj meri trasirale put ovakvim viđenjima posledica Internet komunikacije. Budući da smo ove studije već kritički obradili u ranijim radovima (Petrović, 2008) ovde ćemo samo podsetiti na njihove najvažnije nalaze. Prvu i jednu od najpoznatijih studija društvenih posledica upotrebe Interneta uopšte, sprovedi su

ne utiče negativno na participativni društveni kapital, te da ga često može i nadopunjavati. Recimo, Lin (Lin, 2001) pokazuje na primeru velikog religijsko-meditacijskog kulta koji je bio zabranjen od strane vlasti Kine tokom 90-tih godina kako je upotreba Interneta, uprkos represiji zvaničnika, dovela do široke saradnje njegovih pristalica; U Švedskoj, Ferlanderova i Tims (Ferlander and Timms, 2007) pokazuju da je posećivanje lokalne *online* zajednice pozitivno povezano sa većim poverenjem i većim brojem *offline* prijatelja, dok je Internet bio korišćen za umrežavanje, razmenu podrške i traženje Informacija; Beker i de Vres (Bakker and de Vreese, 2011) pokazuju da kod mladi ljudi u Holandiji (između 16-24 godine) Internet, za razliku od tradicionalnih medija, daleko više doprinosi njihovoj političkoj participaciji te da je za političku participaciju daleko važnije kako se Internet koristi (*online* komunikacija i neinformaciona upotreba), a ne koliko se koristi. Ovde valja svakako ukazati i na ulogu koju su društveni mediji na Internetu odigrali tokom takozvanog *Arapskog proleća* (građanske revolucije u arapskim zemljama tokom 2010. i 2011. godine) o čemu se detaljno govori u „Izveštaju o arapskim društvenim medijima“ škole za upravu iz Dubaija. U ovom, drugom po redu, izveštaju se ističe da su društveni mediji odigrali jednu od ključnih uloga u organizovanju revolucionarnih zbivanja u arapskim zemljama. Izveštaj se može pogledati na sledećoj web adresi: <http://www.dsg.ae/NEWSANDEVENTS/UpcomingEvents.aspx/asmr3>

Kraut i saradnici (Kraut et al., 1998), u dve faze, tokom 1995. i 1996. godine na uzorku od 93 američke porodice iz Pitsburga. Najvažniji zaključak do kog su Kraut i saradnici došli može se sažeti kroz sledeći stav:

„Intenzivnija upotreba Interneta je u vezi sa malim, ali statistički značajnim opadanjem društvene interakcije unutar porodice i veličine lokalne društvene mreže, kao i sa povećanjem usamljenosti...Intenzivnija upotreba Interneta je takođe povezana sa povećanjem depresije“(Kraut et al., 1998:1028).

Kao što smo rekli, ova studija je izazvala brojne reakcije i pretrpela značajne kritike (Castells, 2001; Katz and Rice 2002). Osnovni problem koji je doveo u pitanje valjanost rezultata i mogućnost njihove generalizacije je to što su za potrebe ovog istraživanja korišćene osobe kojima je po prvi put uveden Internet, namesto da su se posmatrani redovni korisnici (Castells, 2001:124). Drugo, i sam uzorak je bio problematičan, budući da se razlikovao od tipičnih korisnika Interneta u to doba, što priznaju i sami autori u ponovljenoj studiji koju su sprovedeli nekoliko godina kasnije (Kraut et al., 2002:4). Ono što je najzanimljivije ponovljeno istraživanje, sprovedeno 1998. godine, imalo je sasvim suprotne nalaze, što se jasno može videti iz sledećeg navoda:

„...sve u svemu, svi prethodno uočeni negativni efekti koji su bili povezani sa povećanom upotrebom Interneta su nestali, izuzev povećanog stresa...U istraživanju iz 1998.-1999. više upotrebe Interneta je bilo povezano uglavnom sa pozitivnim efektima kroz niz zavisnih varijabli koje su merile društvenu uključenost i psihološku dobrobit, lokalni i udaljeni društveni krug, komunikaciju licem u lice, uključenost u zajednicu, poverenje u ljude, pozitivno osećanje, računarske veštine“ (Kraut et al., 2002:10).

Drugo, skoro podjednako uticajno istraživanje koje je za nalaz imalo upozoravajuće rezultate sprovedeli su Nie i Erbring (Nie and Erbring, 2002), krajem 1999. godine na uzorku od 4113 ispitanika iz 2689 američkih domaćinstava. Osnovni i najvažniji nalaz ovog istraživanja je bio da:

„Što više vremena ljudi provode koristeći Internet, utoliko će više gubiti kontakt sa svojim društvenim okruženjem“ (Nie and Erbring, 2002:278).

Nalazi ovog istraživanja su takođe bili izloženi kritikama, pre svega, zbog načina na koji su tumačeni dobijeni rezultati (McKenna, et al., 2002; Petrović, 2008). Gledajući kroz ukupan uzorak korisnika Interneta koji su bili predmet istraživanja, dobija se prilično drugačija slika u odnosu na onu koju su Nie i Erbring predstavili. U ukupnom uzorku samo 8,6% ispitanika je izjavilo da se smanjilo vreme koje provode sa porodicom nakon početka upotrebe Interneta. Nasuprot

njima, 6% ispitanika smatralo je da provodi više vremena sa porodicom, dok se za čitavih 85.5 % ništa nije promenilo sa uvođenjem Interneta u njihove živote. Slična je situacija bila i kada je reč o odnosima sa prijateljima, gde je samo 9,2% korisnika Interneta zapazilo smanjenje provedenog vremena sa njima, u odnosu na 4,3% koji su smatrali da provode više vremena i 86,5% za koje se ništa nije promenilo od početka upotrebe Interneta. Pored toga, broj onih koji po ovom istraživanju koriste Internet duže od 10 sati nedeljno a kod kojih je uočeno opadanje društvenosti, iznosio je samo 13.5% ispitanika od kojih je, opet, samo 15% imalo percepciju smanjenja društvenih kontakata. Ovako predstavljeni rezultati istraživanja pokazuju da se uočeni negativni trendovi teško mogu preslikati na ukupnu populaciju korisnika Interneta.

Pored ove dve, izuzetno uticajne, studije iz rane faze proučavanja upotrebe Interneta, i u nekoliko istraživanja iz kasnijeg perioda uočavaju se negativne posledice upotrebe Interneta po društveni kapital. U jednoj od novijih studija, sprovedenoj 2005. godine u Kanadi (Veenhof, 2006), došlo se do sličnih zapažanja onima koje su izneli Nie i Erbirng. Ovim istraživanjem je u periodu od godinu dana obuhvaćeno 19600 ispitanika (59% - stopa prihvatanja učešća) koji su popunjavali dnevnik sa ciljem opisivanja utroška vremena za sve aktivnosti koje su obavljali okviru jednog dana (24 sata). Nalazi istraživanja su pokazali da se u nekim segmentima percepcija potrošnje vremena veoma razlikuje između korisnika i nekorisnika Interneta. Najizraženija razlika ogleda se u tome da intenzivni korisnici Interneta beleže da provode manje vremena u druženju u odnosu na druge kategorije ispitanika, s tim što nije isključeno da oni ovu aktivnost obavljaju i putem Interneta. Pored toga, ova kategorija ispitanika provodi najviše vremena u samoći - jedan do jedan i po sat duže od prosečnih korisnika Interneta. Razlika između korisnika i nekorisnika značajna je i u pogledu vremena koje se provodi na poslu i u kućnim aktivnostima gde se pokazuje da nekorisnici Interneta provode značajno više vremena u okviru pomenutih aktivnosti. I ovde se pokazuje da su intenzivni korisnici najmanje poslovno aktivni. Takođe, generalno uzev, korisnici Interneta manje spavaju, manje odmaraju i provede manje vremena u razmišljanju od nekorisnika. Sa druge strane, ono što u velikoj meri može uticati na zapažene razlike u odgovorima je to što se ove grupe međusobno značajno razlikuju prema

nekim socio-demografskim obeležjima (prosečna starost nekorisnika - 45.1 godina, srednjih korisnika 39.7 godina i intenzivnih korisnika, 37.4 godina; zatim studenti se nalaze pretežno u grupi intenzivnih korisnika, te ova grupa ima i najveći broj nezaposlenih lica - 6.1% u odnosu na 2% kod nekorisnika). Ove razlike u strukturi poduzoraka ukazuju na to da se razlike u trošenju slobodnog vremena ne moraju samo objašnjavati upotrebom Interneta, već je moguće da su one, uostalom kao i sam način upotrebe Interneta, posledica različitih životnih stilova ovih ljudi.

Kada je reč o posledicama upotrebe Interneta po stariju populaciju, autori jednog australijskog istraživanja (Sum et al., 2008) koje je sprovedeno na korisnicima Interneta starijim od 55 godina pokazuju da je upotreba Interneta u komunikacione svrhe dvojako povezana sa usamljenošću. Oni koji više koriste Internet za komunikaciju sa rođacima i prijateljima iskazuju manji nivo društvene usamljenost, nasuprot onima koji koriste Internet pretežno za komunikaciju sa nepoznatim ljudima. Autori studije objašnjavaju ovaj nalaz mogućnošću da vreme provedeno sa nepoznatim ljudima na Internetu utiče na smanjenje kontakata sa poznanicima iz realnog života, što povratno doprinosi osećanju usamljenosti. Međutim, ovde valja ukazati i na drugu mogućnost, koju autori i sami pominju, a to je da oni koji su već usamljeni koriste Internet za uspostavljanje novih društvenih kontakata, bilo prijateljske ili emotivne prirode.

U sličnoj dilemi su bili i autori studije (Coget et al., 2002) sprovedene od strane UCLA¹⁶² Centra za politiku komunikacija, na uzorku od 2096 američkih ispitanika. Iako su nalazi ovog istraživanja uglavnom potvrdili istraživačke hipoteze o nepostojanju veze između upotrebe Interneta i društvene izolacije, jedna od hipoteza – da društvena interakcija, bilo uživo, bilo putem Interneta, smanjuje usamljenost nije u potpunosti podržana. Pokazalo se da zaista, što više jedna osoba ima kontakata uživo i što više vremena provodi sa njima to se manje usamljeno oseća. Ono što je iznenadilo Kogeta i saradnike je to što se ovaj obrazac nije ponovio kada su u pitanju bili *online* kontakti, već se pokazalo da je virtuelna društvenost povezana sa suprotnim trendom- povećanim osećajem usamljenosti. Situacija je bila tim nejasnija što se pokazalo da opšte gledano upotreba Interneta

162 University of California, Los Angeles

ima pozitivan uticaj na smanjenje osećaja usamljenosti. Međutim, kao i u slučaju prethodno prikazanog istraživanja (Sum et al., 2008), i ovde nije do kraja jasno šta je uzrok, a šta posledica povećanog osećanja usamljenosti.

Ovde ćemo ukazati na još jedan negativni fenomen kome, po mišljenju nekih autora, doprinosi komunikacija putem računara i koji u literaturi nosi naziv *sajberbalkanizacija*. Na mogući problem balkanizacije sajber prostora prvi su ukazali još 1996. godine Van Alstin i Brinjolfson (van Alstynne and Brynjolfsson, 1996) podrazumevajući pod tim fenomen atomizacije sajber prostora na veliki broj specijalizovanih, ali međusobno diskonektovanih virtuelnih grupa. Osnovna pretpostavka koja stoji iza ove ideje je da ako Internet omogućava da ljudi zadovoljavaju svoje potrebe, bez obzira na ograničenja fizičkog prostora, onda to može dovesti do sve većeg i preciznijeg zadovoljenja tih potreba u sajber prostoru, što će u konačnici imati za posledicu sve suženiju međuljudsku komunikaciju. Konsekvence toga mogu biti takve da pojedinci jednom kada su osposobljeni da dođu do materijala koji su do tada bili izvan njihovih dometa mogu formirati virtuelne klike izolujući se od suprotstavljenih pogleda i ojačavajući svoju pristrasnost. Drugim rečima, korisnici Interneta se mogu povezivati samo sa istomišljenicima sve više se odvajajući i gubeći poverenje u ljude čije se vrednosti razlikuju od njihovih.

Na mogući problem *sajberbalkanizacije* ukazuje i Patnam (2008:233), nadovezujući se na ideje Van Alstina i Brinjolfsona. Patnam upozorava na mogućnost totalne specijalizacije ili usitnjavanja virtuelnih grupa po vrlo uskim interesnim sferama. Po njemu, to je jedna od prikrivenih pretnji društvenom kapitalu jer zajednice koje se baziraju na mestu mogu zameniti zajednice koje se baziraju na interesima. To predstavlja problem zbog toga što su interakcije u sajber prostoru tipično jednodimenzionalne što čini i ove zajednice takvim. Da bi ilustrovaio ovu ideju Patnam uzima za primer virtuelnu grupu za američku istoriju XIX veka ukazujući da su članovi ove grupe povezani isključivo u okviru te teme, za razliku od, na primer, naše povezanosti sa susedima koje možemo sresti i u supermarketu, crkvi ili na sportskom terenu. Međutim, pitanje je koliko je ovakav primer adekvatan. Čini se, da bi daleko svrsishodnije bilo da je Patnam uporedio ovu virtuelnu grupu sa njenim pandanom u realnom okruženju. Po našem

mišljenju, makar kada je reč o jednodimenzionalnosti interakcije, čini se da nema suštinske razlike među ovim grupama.

U jednom od retkih empirijskih istraživanja (Williams, 2007) koje je, između ostalog, za temu imalo i fenomen sajberbalkanizacije, zaključuje se da hipoteza o postojanju ovog fenomena nije potvrđena. Umesto toga, podaci pokazuju upravo suprotno - veći stepen upotrebe Interneta povezan je sa diversifikovanim interakcijama *online*, ali ne i sa manje *offline* interakcija, kao što bi se u skladu sa ovom hipotezom moglo očekivati (Williams, 2007:401).¹⁶³

Sumirajući rezultate ovih studija, posebno onih iz rane faze proučavanja Interneta, možemo reći da je njihova uloga bila važna budući da su one otvorile niz tema koje su služile kao orijentiri za kasnija istraživanja društvene upotrebe Interneta. Sa duge strane, njihov najveći nedostatak bi bio u tome što nisu dale jasan uvid u uzročno posledične veze između upotrebe Interneta i opadanja društvenog kapitala. Drugim rečima, iz ovih istraživanja se često ne vidi u kom pravcu teče korelacija, da li recimo od usamljenosti ka upotrebi Interneta u svrhu druženja ili obrnuto. Zbog toga, može doći do potpuno različitog tumačenja istih rezultata. Iz naše pozicije, čini se logičnim da će veću potrebu za novim izvorima društvenih kontakata na Internetu imati oni čiji su realni društveni kontakti siromašniji, ali je isto tako moguća i pretpostavka da virtuelna društvenost podstiče osećaj usamljenosti.

3.1.8.2 *Internet ne utiče na društveni kapital*

U odnosu na studije koje su ukazale na negativan uticaj Interneta na društveni kapital, nešto veći broj studija pokazuje da se ne može uspostaviti jasna veza između interakcijske upotrebe Interneta i društvenog kapitala ili da je, pak, postojeća povezanost statistički zanemarljiva.

Uslaner (Uslaner, 2004) je tipičan predstavnik ovog shvatanja koji nudi treću perspektivu ističući da ni utopijska ni distopijska perspektiva ne pogađaju u metu, kada je reč o uticaju Interneta na društveni kapital. Po njegovom mišljenju Internet

¹⁶³ Ipak treba imati u vidu da uzorak ove američke studije nije bio reprezentativan. Istraživanje je sprovedeno putem *online* upitnika, a uzorak se sastojao od 884 ispitanika, pretežno bele (83%) i muške (86.5%) populacije.

niti stvara niti uništava društveni kapital. On se, s pravom, pita zašto bi ljudi koji koriste Internet imali više poverenja od ljudi generalno, smatrajući da tehnologija niti doprinosi niti oduzima poverenje. On tu svoju tezu testira na nekoliko istraživanja i zaključuje da nema dokaza da je poverenje na bilo koji način povezano sa upotrebom Interneta. Svoja zapažanja zaključuje rečenicom:

„Ako želite da napravite revoluciju potrebno ja da se diskonektujete“ (Uslaner, 2004:239)

Međutim, ono što se pokazuje kao manjkavost Uslanerove analize jeste to što on praktično čitavu svoju tezu o nepostojanju veze između upotrebe Interneta i društvenog kapitala zasniva na jednom jedinom indikatoru društvenog kapitala – poverenju. Iako u uvodnom delu nagoveštava da je društveno angažovanje takođe važan pokazatelj društvenog kapitala, u empirijskom delu rada ni na jedan način ne testira vezu između upotrebe Interneta i društvenog angažovanja. Koliko su njegova analiza i zaključak koji smo maločas izneli, površni možda najbolje svedoče revolucije koje su se proteklih godina odigrale upravo uz veliku pomoć *online* društvenih mreža.¹⁶⁴ Uslaner je u jednom svakako u pravu - da bi se sprovele revolucije zaista je potrebno otići u realnost. Međutim, ono što Uslaner propušta da zapazi je da za njihovo organizovanje, a upravo je to manifestacija društvenog kapitala, Internet može sasvim dobro da posluži.

U slovenačkoj studiji iz 2006. godine (Hlebec et al., 2006) centralna tema istraživanja bio je uticaj Interneta na personalne mreže za pružanje društvene podrške i komunikaciju unutar tih mreža. Podaci su dobijeni na osnovu dva istraživanja sprovedena 2002. (5013 ispitanika) i 2004. godine (1009 ispitanika). Osnovni nalazi ukazuju na to da je prosečna veličina personalne mreže korisnika Interneta veća od veličine mreža nekorisnika, ali da je ta razlika mala i da ona opada ako se kontrolišu socio-demografske varijable. Korisnici Interneta u odnosu na nekorisnike imaju mreže koje su distribuirane na širem geografskom području, više se oslanjaju na prijatelje nego na rođake i susede. Ljudi koji češće koriste Internet za druženje, traženje zabave i informacija dobijaju i više društvene podrške. Kada je reč o upotrebi Interneta za komunikaciju sa članovima

164 Pogledati već pomenuti „Izveštaj o arapskim društvenim medijima“ škole za upravu iz Dubaija (fusnota 161).

personalne mreže, prema ovoj studiji, nisu nađeni dokazi u prilog tezi da Internet doprinosi češćem komuniciranju sa članovima mreže, ali ni da smanjuje nivo komunikacije.

Holandska studija iz 2005. godine (Vergeer and Pelzer, 2009) kojom je obuhvaćeno 810 ispitanika (ali sa samo 96 u poduzorku onih koji se umrežavaju putem Interneta) pokazuje da su *online* i *offline* mrežni kapital pozitivno povezani, što ukazuje na to da se nadopunjavaju, pre nego što se zamenjuju. Međutim, nalazi takođe pokazuju da *online* društvene mreže ne doprinose većoj društvenoj podršci ili manjoj usamljenosti što su, sa druge strane, karakteristike *offline* društvenih mreža.

U nizu američkih studija dolazi se takođe do rezultata koji ne ukazuju na statistički značajnu vezu između upotrebe Interneta i kreiranja ili opadanja društvenog kapitala. U jednoj od manjih studija (Lee and Lee, 2010:721) sprovedenoj među studentima (327 ispitanika, *online* anketa) nakon istraživanja različitih ponašanja na Internetu, autori ističu da se vrlo pouzdano može zaključiti da Internet niti pospešuje niti narušava društveni kapital. Iako ovi autori zapažaju da virtuelne zajednice mogu poboljšati šanse za komunikaciju, pre svega zbog tehnoloških pogodnosti, oni zaključuju da je komunikacija licem u lice u formi klasične zajednice od suštinske važnosti za osiguravanje kvaliteta života u zajednici. Do sličnih nalaza dolaze i Svikert i saradnici (Swickert et al., 2002) koji su sprovedli istraživanje na 206 američkih studenata ne nalazeći vezu između upotrebe Interneta i percipirane dostupnosti društvene podrške.

U već pomenutoj američkoj studiji koja nije potvrdila fenomen sajberbalkanizacije (Williams, 2007), dolazi se do zaključka da Internet ima dvojak efekat po društveni kapital. S jedne strane, rezultati istraživanja pokazuju da upotreba Interneta doprinosi *online* društvenom kapitalu, ali sa druge strane, povećana upotreba Interneta može biti negativno povezana sa *offline* društvenim kapitalom. Takođe, u ovoj studiji se nije pokazalo da je upotreba Interneta povezana sa većom usamljenošću njegovih korisnika.

Ovde svakako, treba pomenuti i meta-analizu 16 studija sprovedenih u periodu 1995.-2003. godine koju su uradili Skolovska i saradnici (Shkolovski et al., 2006). Svih 16 odabranih studija su imale jedan zajednički element, a to je da su se sve

interesovale za to kako Internet utiče na bliske kontakte njegovih korisnika. U skladu sa tim sve studije su imale pitanja koja su se ticala interpersonalnih interakcija sa rođacima i prijateljima. Naravno, u ovim istraživanjima su korišćene različite metodologije i različiti indikatori što predstavlja ozbiljno ograničenje za uporednu analizu. U zbiru, ovih 16 studija obuhvatalo je ukupno 35578 učesnika, ali su se uzorci studija drastično razlikovali (od nacionalnih reprezentativnih do malih, prigodnih). Osnovni nalaz ove uporedne analize je da je uticaj Interneta na komunikaciju sa bliskim osobama (rođacima i prijateljima) gotovo zanemarljiv. Ono što je bio drugi važan nalaz je to da su longitudinalne studije davale stabilnije rezultate i ukazivale na blagu pozitivnu vezu između ispitivanih pojava, dok su analize koje su se bavile presekom trenutnog stanja davale mnogo nestabilnije rezultate koji su imali daleko veće oscilacije.

3.1.8.3 Internet je u funkciji društvenog kapitala

Ubedljivo najveći broj studija, makar onih do kojih smo mi došli, pokazuje da postoji pozitivna veza između različitih upotreba Interneta i društvenog kapitala. Zbog velikog broja studija na ovom mestu nećemo detaljno prikazivati svaku od njih, već ćemo se, tamo gde je to moguće, pozvati na više njih u okviru različitih segmenata ove veze.

Jedna od najznačajnijih ranih studija (Katz & Rice, 2002), koja je pokazala da se upotreba Interneta ne može povezati sa smanjenom socijabilnošću jeste «Projekat Sintopija - društvene posledice upotrebe Interneta» (Syntopia Project). Metodološka prednost ovog istraživanja ogleda se, pre svega, u njegovoj longitudinalnosti budući da je sprovedeno u četiri različita talasa (1995., 1996., 1997., 2000). U inicijalnom izveštaju iz 1995. godine zaključeno je da nema indicija da upotreba Interneta vodi ka društvenoj izolaciji. Nasuprot tome, pokazalo se da je Internet često izvor građanske inicijative i novih prijateljstava. U onom delu u kome su se autori bavili društvenom interakcijom i novim formama izražavanja, pokazalo se da su oni koji su najduže koristili Internet imali i najviše kontakata sa prijateljima u realnom životu, za razliku od onih koji u to doba nisu ni znali za Internet. U skladu sa tim, društvene mreže korisnika Interneta su prostorno

disperzivnije od mreža koje imaju nekorisnici, koje se u većem broju oslanjaju na rođачke i susedske odnose.

Još jedan značajan prilog razumevanju veze upotrebe Interneta i društvenosti dali su Nojštatl i Robinson (Neustadtl and Robinson, 2002) sa Univerziteta Merilend, koji su koristili podatke iz nacionalnog istraživanja američkih građana (General Social Survey-GSS) za 2000. godinu. Budući da se ova istraživanja kontinuirano sprovode još od 1972. godine, bilo je moguće longitudinalno praćenje pokazatelja. U istraživanju iz 2000. godine prvi put su ubačena pitanja vezana za upotrebu Interneta, kao i za kanale komunikacije sa bliskim kontaktima, što je otvorilo mogućnost poređenja intenziteta društvenih kontakata u odnosu na prethodna istraživanja kada ispitanici nisu koristili Internet, kao i mogućnost poređenja korisnika i nekorisnika Interneta. Kada je reč o korisnicima Interneta dobijeni rezultati pružili su malo dokaza u prilog teze da oni koji intenzivnije koriste Internet ili šalju više e-mail-ova vode manje aktivan ili ograničeniji društveni život. Nasuprot tome, autori ove studije ističu da postoji više dokaza u prilog teze o pojačanom društvenom životu korisnika Interneta. Oni koji na godišnjem nivou više koriste Internet, ostaju u kontaktu sa 50% više prijatelja i rođaka nego nekorisnici i za 15% više od onih koji manje koriste Internet. Naravno, pošto nema uporednih podataka za korisnike Interneta iz prethodnog perioda, ovaj podatak ne mora, nužno, da ukazuje na to da intenzivnija upotreba Interneta dovodi do intenzivnijih društvenih kontakata, već pre, da su oni koji imaju razgranate društvene mreže iskoristili Internet za njihovo održavanje. To potvrđuje i podatak da oni koji šalju najviše e-mail-ova, održavaju i najviše kontakata putem drugih komunikacionih medija (telefonom, klasičnom poštom i kroz sastanke), ali i da, kada se kontroliše veličina društvene mreže, ne postoje značajne razlike između korisnika i nekorisnika kada je reč o kontaktima uživo. Jedino gde intenzivniji korisnici Interneta zaostaju za nekorisnicima jeste u broju kontakata sa rođacima i susedima, ali ni ovde razlike nisu statistički značajne.

Kada je reč o istraživanjima koja se bave uticajem Interneta na društveni kapital u užem smislu (preko indikatora društvenog kapitala) nalazi su takođe pozitivni iako donekle različiti. Norrisova (Norris, 2002), na osnovu rezultata koji su

prikupljeni u okviru istraživanja PEW centra¹⁶⁵ tokom 2001. godine, na poduzorku od 1697 korisnika Interneta, zaključuje da Internet doprinosi i vezujućem (produbljuvanje kontakata sa ljudima sličnih verovanja ili interesa) i premošćućem (proširivanje kontakata sa ljudima različitog profila) društvenom kapitalu. Istraživanje je pokazalo da su kontakti u okviru *online* grupa za nijansu izraženiji u domenu ojačavanja vezujućeg društvenog kapitala u odnosu na povezujući. S druge strane, u nešto kasnijem istraživanju (2003. godine, 1006 ispitanika) o vezi *online* interpersonalnih interakcija i *offline* društvenog kapitala, Best i Kuger (Best and Krueger, 2006) pokazuju da su indikatori društvenog kapitala u pozitivnoj vezi sa interakcijom sa ljudima koji se sreću na Internetu. Međutim, ovi odnosi ne proizvode jake veze već se koriste za proširivanje personalnih mreža i generalizovanog poverenja. Drugim rečima, Internet pre doprinosi spajanju ljudi koji inače ne bi bili u kontaktu u realnosti nego što povezuje istomišljenike.

Kada su u pitanju evropske studije već je Francen (Franzen, 2000) u velikom istraživanju iz 1998. godine, sprovedenom na 15852 ispitanika u Švajcarskoj, pokazao da Internet nema nikakav uticaj na smanjenje *offline* društvenih mreža, niti na količinu vremena koje se provodi sa prijateljima. Štaviše, rezultati ovog istraživanja su pokazali da oni koji koriste Internet u komunikativne svrhe imaju šire društvene mreže od onih koji koriste Internet samo za pretraživanje informacija.

Ovde valja pomenuti i «Home-on-Line» studiju, Instituta za društvena i ekonomska istraživanja, Univerziteta u Essexu (Gershuny, 2002). Ova studija je zanimljiva zato što je obavljena u dva talasa 1999. i 2000. godine, pa su se kroz nju mogle pratiti promene u društvenom ponašanju onih koji su koristili Internet u oba perioda, onih koji su između perioda postali korisnici, kao što su se generalno mogli porediti korisnici i nekorisnici Interneta. Specifičnost ove studije je bila u tome što ispitanici nisu analizirani kroz klasičnu kvantitativnu metodologiju već je pristup bio više kvalitativan. Uzorak je činilo 1000 slučajno izabranih domaćinstava u Velikoj Britaniji, a od ispitanika se tražilo da vode detaljan dnevnik

165 Poznati američki centar za istraživanje javnog mnjenja. Za više detalja pogledati www.pewinternet.org

za period od jedne nedelje. Oko 740 ispitanika je završilo oba talasa istraživanja te su oni činili finalni uzorak za analizu. Podaci ne potvrđuju tezu da upotreba računara i Interneta utiče na društvenu izolaciju korisnika. Čak naprotiv, novi korisnici su povećali vreme koje provode u izlascima, kao i posećivanju i primanju poseta od strane prijatelja i rođaka. Još jedan nalaz koji je zanimljiv jeste da oni koji su koristili računar u oba perioda troše gotovo isto vreme na njega (samo 0.1 sat više) s tim što je došlo do preraspodele vremena tako što sada manje igraju igrice i rade na računaru, ali zato tri puta više koriste e-mail i Internet.

Međutim, ovde se može uputiti jedna generalna primedba nalazima, pre svega, ranih studija Interneta. Kako su u ranoj fazi širenja Interneta njegovi korisnici bili malobrojniji i po svojim socio-demografskim karakteristikama specifični (mladi, urbani, visokog obrazovanja, natprosečnih prihoda i profesija) onda se postavlja pitanje da li su ova istraživanja uspevala da «izmere» posledice upotrebe Interneta ili su njihovi nalazi u mnogo većoj meri govorili o samim korisnicima. Drugim rečima, ako je poznato da mlađe, bolje obrazovane ili ekonomski bolje stojeće osobe i inače imaju šire društvene mreže (Mardsen, 1987), onda je problem ako se to povezuje sa upotrebom Interneta. Tek sa masovnim širenjem upotrebe Interneta, kakva je danas na snazi i *uproščavanjem* njegovih korisnika, mogu se jasnije ocenjivati društvene posledice njegove upotrebe.

Budući da se može navesti još puno studija koje pokazuju generalno pozitivnu vezu između upotrebe Interneta i društvenog kapitala, te da bi njihovo navođenje u nedogled samo zamaralo čitaoca, mi smo se opredeli da u nastavku ukažemo na jedan konkretan aspekt veze društvenog kapitala i Interneta, kroz analizu upotrebe Interneta od strane migranata. Ova populacija nam je posebno interesantna zbog toga što su društvene mreže možda i od presudnog značaja u procesu donošenja odluke da se migrira, zatim kod izbora područja na koje se migracija usmerava, kao i za snalaženje u novom prostoru, nakon obavljene migracije (Babović, 2005).

U zanimljivoj studiji koju su sproveli Hiler i Franc (Hiller and Franz, 2004) cilj je upravo bio da se vidi na koji se način Internet kao nova tehnologija komunikacije koristi u različitim migracionim fazama. Autori su, ispitujući migrante kroz dubinske intervjuje (uzorak je činilo 350 migranata u dve pokrajine u Kanadi), identifikovali četiri osnovna načina upotrebe Interneta - pretraživanje informacija,

e-mail, forumi i pričaonice. Dok je pretraživanje imalo osnovnu ulogu da obezbedi relevantne informacije vezane za mesto migracije, ostala tri načina bila su komunikacionog karaktera, odnosno vezana za ostvarivanje različitih društvenih kontakata. Ono što je zanimljivo, različiti modeli upotrebe bili su karakteristični za različite faze migracionog procesa, koje su istraživane kroz tri grupe migranata - pre-migranti (oni koji još nisu migrirali, ali su u fazi pripreme), post-migranti (sa manje od 5 godina boravka u novoj sredini) i udomljeni migranti (oni koji borave duže od 5 godina u novoj sredini). Pre-migranti koriste sve komunikacione servise Interneta, pre svega u cilju prikupljanja neophodnih informacija i uspostavljanja veza koje će im olakšati proces imigracije. S druge strane, post-migranti i udomljeni migranti koriste Internet za čuvanje veza sa maticom. Osnovna razlika je u tome što post-migranti čuvaju aktivne veze dok udomljeni migranti koriste Internet u svrhu oživljavanja veza sa matičnom zemljom kroz potragu za rođacima, prijateljima, itd (Hiller and Franz, 2004). Ovde valja dodati da, kada je reč o kanadskim migrantima, da je još jedno istraživanje pokazalo da u istoj starosnoj grupi (između 25 i 54 godine) veći broj ljudi koristi Internet za komunikaciju sa prijateljima ako su imigranti u odnosu na one koji nisu imigranti (Chua, et al., 2011).

Dva istraživanja kineskih migranata takođe pokazuje koliko je važna uloga Interneta u procesu integracije u novu sredinu. U istraživanju sprovedenom na uzorku od 135 kineskih studenata koji borave na američkim Univerzitetima, pokazuje se da studenti koriste različite *online* etničke grupe kao izvor podrške. Posebno se na ovaj vid podrške oslanjaju mlađi migranti kao i „novopečeni“ migranti (Ye, 2006). Drugo istraživanje (Chen and Choi, 2011) sprovedeno je nad kineskim migrantima u Singapuru, gde je uzorak činilo 543 korisnika Interneta. Rezultati su pokazali da 90% ispitanika koristi Internet kao izvor četiri tipa podrške-informacione, emotivne, fizičke i socijabilne. Najkorišćeniji tip podrške je onaj koji obezbeđuje informacije i njega koristi 80% migranata. S druge strane, najmanji broj koristi veze na Internetu kao izvor emotivne podrške (16%), zatim za druženje (33%) i fizičku pomoć (62%). Autori zaključuju da je ovako pribavljen društveni kapital pre dodatak nego zamena za onaj koji se pribavlja kroz tradicionalne mreže podrške.

Ovde ćemo ukazati na još dva evropska istraživanja od kojih se prvo odnosi na upotrebu Interneta od strane mladih afričkih izbeglica (od 17 do 20 godina) u Norveškom gradu Tromsu. Na osnovu sprovedenih intervjua autor prve studije (Brekke, 2008) zapaža da ovi mladi ljudi imaju poteškoća da se uklope u norveški način života i komunikacije, tako da u velikoj meri koriste mobilne telefone i Internet za održavanje postojećih društvenih veza ili izgradnju novih. Iako se mlade izbeglice sreću sa mladim Norvežanima, i to pre svega u gradskoj biblioteci gde se postoji slobodan pristup Internetu, oni, svako za svojim računom, održavaju vlastite personalne mreže i stvaraju nove društvene kontakte ali, pre svega, sa ljudima sličnim sebi u virtuelnom prostoru nego sa onima koji sede do njih u realnosti.

Druga studija (Stubbe, 2010) urađena je u okviru velikog evropskog istraživanja upotrebe komunikacionih tehnologija. U jednom od segmenata ove studije, obuhvaćeni su mladi migranti (20-29 godina starosti) iz tri nove članice EU (Bugarska, Litvanija i Letonija). Većinu ispitanika su činili studenti koji žive u Nemačkoj najmanje dve godine. Rezultati ovog istraživanja pokazuju da za mlade ljude Internet često ima ulogu instrumenta koji se koristi za kreiranje i upotrebu društvenog kapitala. Kad je reč o kreiranju društvenog kapitala Internet se koristi kao neka vrsta „pojačavača“ koji podržava produžavanje društvenih mreža novim kontaktima kao i njihovo konsolidovanje. Pored toga, Internet se koristi i za nadopunjavanje društvenog kapitala kroz različite aplikacije koje Internet nudi, poput *online* platformi za društveno umrežavanje, foruma, pričaonica i sl. Ovim načinom upotrebe, zaključuju autori, se prevazilaze informacione praznine i to pre svega u predmigracionim ali i u kasnijim fazama migracionog procesa.

3.1.8.4 Umesto zaključka-Može li društveni kapital biti virtuelan

Kroz prethodnu diskusiju smo mogli zapaziti da postoje različita viđenja uticaja Interneta na društveni kapital. Ovde nam nije želja da plediramo za bilo koje od iznetih viđenja već smo isključivo vođeni idejom da na najadekvatniji način sagledamo vezu komunikacione upotrebe Interneta i društvenog kapitala. Ključno pitanje koje ovde možemo postaviti je da li društveni kapital može biti virtuelan, odnosno može li Internet igrati ključnu ulogu u proizvodnji društvenog kapitala?

Po našem viđenju *virtuelni društveni kapital* predstavlja jednu verziju mrežnog kapitala o kome je ranije bilo reči, ali sa jednom suštinskom razlikom- virtuelni kapital ne može postojati bez tehnologije Interneta. Naravno, ne može postojati ni bez ljudi, koji *mogu* (imaju pristup), i *znaju* (poseduju potrebne veštine) da ga koriste. Ali ne može postojati ni bez virtuelnog prostora koji se na Internetu, kroz računarski posredovanu komunikaciju njegovih korisnika, kreira.¹⁶⁶ Drugim rečima, virtuelni društveni kapital nastaje kroz društvene odnose koji se uspostavljaju i održavaju zahvaljujući Internetu i nije u vezi sa upotrebom Interneta u cilju realizovanja društvenog kapitala koji već postoji ukorenjen u *offline* društvenim odnosima. To je ključna tačka razlikovanja virtuelnog i tehnološko-mrežnog kapitala. U slučaju virtuelnog društvenog kapitala Internet je jedan od *faktora* njegovog nastanka dok je kod tehnološko-mrežnog kapitala Internet jedan od tehnoloških *alata* za njegovu aktivaciju. Virtuelni društveni kapital je ukorenjen u virtuelnim društvenim mrežama dok je tehnološko-mrežni kapital ukorenjen u realnim mreža. Zbog toga što je ukorenjen u virtuelnim društvenim mrežama virtuelni društveni kapital se ne proizvodi samostalnim pretraživanjem sadržaja na Internetu već isključivo kroz uspostavljanje društvenih odnosa na Internetu. Virtuelni društveni kapital može biti i vezujućeg i premošćujućeg karaktera i obe ove funkcije su podjednako važne. Kao što smo već ranije naglasili, vezujući društveni kapital se odnosi na one elemente koje doprinose grupnoj integraciji (poverenje, saradnja, kohezija i sl) dok se premošćujući društveni kapital odnosi na one odnose koji pomažu u prevazilaženju strukturalnih ograničenja koja se ispred pojedinaca i grupa postavljaju. Jednostavnije rečeno, vezujući društveni kapital je proizvod društvenih zajednica a premošćujući društveni kapital je proizvod društvenih mreža. Shodno tome, virtuelni vezujući kapital je ukorenjen u odnose koji se uspostavljaju u virtuelnim zajednicama na Internetu, dok je premošćujući virtuelni kapital ukorenjen virtuelnim personalnim mrežama koji se uspostavljaju zahvaljujući Internetu.

166 Za analizu Interneta kao društvenog prostora pogledati nastavak ovog poglavlja, odeljak 3.2.4.1.

Da bismo ilustrovali kako se Internet koristi za proizvodnju virtuelnog društvenog kapitala, bilo da je reč o premošćujućem ili vezujućem, vratićemo se istraživanju koje su Hiler i Franc (Hiller and Franz, 2004) sprovedi nad kanadskim migranatima. Da podsetimo još jednom predmet analize su bili migranti u Kanadi (uzorak je činilo 350 migranata u dve pokrajine u Kanadi) koji su bili podeljeni u tri grupe: pre-migranti (oni koji još nisu migrirali, ali su u fazi pripreme), post-migranti (sa manje od 5 godina boravka u novoj sredini) i udomljeni migranti (oni koji borave duže od 5 godina u novoj sredini). Kao što se iz tabele 3.2. može videti, osnovna razlika između pre-migranata i onih koji su već migrirali ogleda se u različitim interakcijskim potrebama koje putem Interneta zadovoljavaju.

Tabela 3.2. Tipovi upotrebe računara u tri faze migracije

Sredstvo komunikacije	Tip migranata		
	Pre-migranti	Post-migranti	Udomljeni migranti
E-mail	Formalni i neformalni kontakti sa poznatim i nepoznatim osobama Funkcija: oceniti migracione izgleda i mobilisati pomoć. Uspostavljanje novih veza	Prvenstveno se koristi za održavanje kontakta sa maticom i za uspostavljanje i odražavanje kontakata sa drugim migrantima Funkcija: održavanje veza sa maticom, ali i pomoć u građenju veza među migrantima	Za komunikaciju sa ljudima iz matice i posebno za razmenu životnih storija i genealogija Funkcija: ponovo uspostavljanje kontakata sa rođaćkim i vezama matične zajednice
Forumi	Pribaviti informacije u vezi sa kontaktima, zaposlenjem, smeštajem i drugim osnovnim potrebama Funkcija: sakupljanje informacija kroz formalna pitanja	Pravljenje saopštenja koja povezuju ljude kod kojih je migracija prekinula veze Funkcija: odgovor na gubitak realnih veza kroz proaktivno delovanje sa ciljem da se veze uspostave	Potruga za prijateljima i rođacima iz matice i oživljavanje kulture matice Funkcija: Ponovo otkrivanje, ponovo uspostavljanje kontakata i potraga za novim vezama
Pričaonice	Pribaviti savete od ranijih migranata i razgovarati o osećanjima i razmišljanjima Funkcija: neformalna interakcija u svrhu pripreme za migraciju	Održavanje kontakta i čuvanje veza sa maticom Funkcija: traženje zamene za realno prisustvo	Potruga za starim prijateljima i stvaranje novih prijateljstava baziranih na zajedničkom poreklu Funkcija: Potraga za toplinom ličnih razmišljanja i ocenjivanja drugih

Izvor: Hiller and Franz, 2004:739

Pre-migranti, bilo da koriste e-mail, forume ili pričaonice, tragaju za kontaktima koji im mogu pomoći u procesu pripreme i realizacije migracije. Drugim rečima, oni tragaju za premošćujućim virtuelnim kapitalom u cilju njegove upotrebe za premošćavanje različitih strukturalnih pukotina (Bert, 2002) između sadašnjeg i budućeg mesta boravka. Sa druge strane, već ostvareni migranti tragaju za vezujućim virtuelnim kapitalom da bi nadomestili emotivnu prazninu koja je nastala usled gubljenja veza za zemljom porekla.

Možda se ponajbolje virtuelni vezujući kapital ovih pričaonica može ilustrovati putem opisa jednog ispitanika koji govori o virtuelnoj „kuhinji“ gde se sastaju migranti:

»Njufoundlend kuhinja je oduvek bila mesto za sastajanje gde rođaci i prijatelji mogu razmeniti misli i vesti, organizovati bilo kakav društveni događaj, pevati ili praviti žurku. Mi bi smo želeli da koristite kuhinju da bi ste stekli nove prijatelje ili ostali u kontaktu sa starima...Dakle, samo napred, skuvajte sebi šolju čaja, udobno namestite stolicu i uživajte u društvu». (Hiller and Franz, 2004:742)

Ovaj opis pričaonice, a bezbroj je takvih na prostoru zvanom Internet, jasno prikazuje vezujuću funkciju virtuelnih zajednica na Internetu. Na ovakvim mestima ljudi stiču nova poznanstva, ali i više od toga. Pričaonice ovog tipa se koriste da bi se oživeo osećaj zajednice, odnosno pripadništva nečemu zasnovanom bilo na zajedničkom poreklu kakav je slučaj kod migranata, bilo na zajedničkim idejama, potrebama ili interesima kakav je slučaj sa milionima drugih pričaonica na Internetu.

Budući da je ovo istraživanje sprovedeno 2002. godine, njime nisu bile obuhvaćene *online* platforme za društveno umrežavanje (OPDU), budući da se tada još nisu ni pojavile. Pojava OPDU otvorila je nove mogućnosti za kreiranje premošćujućeg i vezujućeg virtuelnog kapitala, o čemu će biti više reči u nastavku kada budemo detaljnije govorili o društvenim funkcijama OPDU. Ipak, nekoliko istraživanja koja su se bavila odnosnom društvenog kapitala i upotrebe Fejsbuka dolazi do nalaza da je upotreba OPDU češće povezana sa kreiranjem premošćujućeg nego vezujućeg društvenog kapitala (Ellison, et al., 2007; Valenzuela et al., 2009; Burke, et al., 2011). Ovakvi istraživački nalazi ne iznenađuju budući da OPDU predstavljaju svojevrsno „spremište“ za personalne mreže. Kako su u pitanju društvene mreže, a ne grupe onda se ni komunikacija,

osim vrlo retko, ne odvija grupno već personalno, jedan na jedan. Naravno, postoje izuzeci u vidu različitih društvenih grupa i pokreta koje otvaraju svoje profile na OPDU, ali je osnova korišćenja OPDU bazirana na personalnim profilima. Dakle, kako nema (tj. vrlo malo ima) grupne komunikacije logično je da nema ni značajnije proizvodnje vezujućeg kapitala, koja je karakterističnija za druge društvene prostore na Internetu poput foruma, blogova ili pričaonica. Ali ma koliko da ne služe kao izvor vezujućeg društvenog kapitala toliko su OPDU idealne za proizvodnju premošćujućeg društvenog kapitala. Bezbroj je primera upotreba Fejsbuka za pronalaženje emotivnih partnera, novih prijatelja, različitih vrsta pomoći, od onih najbanalnijih, u vidu neke jednostavne informacije, do onih, može se reći zapanjujućih, poput pronalaženja organa za transplantaciju.¹⁶⁷

Premošćujućoj funkciji Interneta posvetićemo posebnu pažnju i kroz našu empirijsku studiju kada ćemo pokušati da utvrdimo da li srpski korisnici upotrebljavaju Internet u cilju prevazilaženja strukturalnih ograničenja njihovog svakodnevnog života.

3.2 Društvene posledice komunikacione upotrebe Interneta

Kroz diskusiju u prvom poglavlju pokušali smo da ukažemo na značaj informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) u procesu reuspostavljanja, iz lokalnog konteksta društvenosti, izdignutih društvenih veza. Ovaj novi obrazac, na mrežnim osnovama izrađene društvenosti, dobija na zamahu, između ostalog, i zahvaljujući novim IKT. Uz njihovu snažnu podršku, mrežna društvenost, kako je Vitel (Wittel, 2001:70) naziva, postaje delokalizovana, društvenost u pokretu, društvenost na daljinu koja je bazirana na tehnogenoj bliskosti. Zbog toga smo, u cilju temeljnog sagledavanja procesa razvoja mrežnog obrasca društvenosti, posebnu pažnju obratili na razvoj onih tehnoloških sredstava čija je osnovna

167 Po izveštavanju dnevnog lista Blic, (1.1.2012) Amerikanac iz Sijetla Dejmon Braun, kome se zdravlje ozbiljno pogoršalo zbog bolesti bubrega, pronašao je donatora preko društvene mreže Fejsbuk, <http://www.blic.rs/Vesti/Svet/299322/Nasao-donatora-za-bubreg-preko-Fejsbuka>

funkcija omogućavanje uspostavljanja interpersonalne komunikacije na daljinu, poput telegrafa, fiksnih i mobilnih telefona.

Zadatak ovog pod-poglavlja je da se uspostavi okvir za analizu društvenih posledica interpersonalne komunikacione upotrebe Interneta. Nakon pregleda različitih analitičkih okvira mi ćemo definisati naš okvir za koji smatramo da će nam omogućiti da na valjan i jasan način prikažemo osnovne funkcije Interneta kao komunikacionog medija. Zbog toga će se naša analiza, posle definisanja osnovnih pojmova, računati u dva osnovna pravca ili nivoa. Na jednom nivou, analiziraćemo Internet kroz njegovu transmisionu funkciju dakle, posmatramo Internet kao interpersonalni mediji. Nakon toga, na drugom nivou analiziramo Internet kroz njegovu prokreativnu funkciju, odnosno posmatramo Internet kao prostor za interpersonalnu interakciju. Držimo da su ovo dve sasvim različite komunikacione funkcije Interneta i da je njihovo razdvajanje preduslov za uspešnu analizu Interneta kao komunikacionog medija.

3.2.1 Ka uravnoteženoj slici Interneta-uspostavljanje okvira analize

Kada je o društvenom proučavanju Interneta reč, neophodno je, pre svega, definisati okvir analize. Ovo je važno zbog toga što praktično svi segmenti društvenog delovanja i organizovanja danas fluktuiraju između *offline* i *online* okruženja. Reći da se zanimamo za društvene posledice upotrebe Interneta može da pokriva sfere interesovanja od Interneta kao alata za interpersonalnu i masovnu komunikaciju, preko Interneta kao prostora za društvenu podršku, do Interneta kao novog sredstva tehnološke dominacije razvijenih nad nerazvijenima. Da bi smo napravili preglednu sistematizaciju različitih pristupa izučavanju društvenih posledica upotrebe Interneta krenućemo od širih ka užim analitičkim okvirima. Nakon toga, uspostavićemo sopstveni okvir za analizu interakcijskih funkcija Interneta.

Brajnan i Kraut (Brynin and Kraut, 2006) smatraju da se generalno mogu razlikovati četiri široka pristupa onome što društveni istraživači (psiholozi, sociolozi, komunikolozi) proučavaju u sferi društvenih posledica upotrebe IKT. U prvom pristupu, koji je ujedno i najuži, ovim tehnologijama se prilazi kao *alatima*

koji omogućava ljudima da na jednostavniji način ostvare već postojeće ciljeve. Tehnologije kao takve, osim što olakšavaju postizanje ciljeva, ne utiču na njihovo menjanje ili reformulisanje. Drugi pristup, prevazilazi proučavanje tehnologije kao pukog alata već se ona sagledava u svjetlu *podstrekača* kvalitativnih promena u svakodnevnom životu. Sada, ljudi koriste ove tehnologije ne samo da bi sebi olakšali postizanje starih ciljeva već i da bi dosegli nove ciljeve. Kod trećeg pristupa, fokus se pomera sa aspekta upotrebe ka sagledavanju kako promene u ponašanju ljudi, nastale kao rezultat upotrebe IKT, utiču na dobrobit ljudi (primera radi, kroz unapređenje kvaliteta njihovi društvenih veza). Četvrta, poslednja oblast je po svom domašaju i najšira. U okviru ovog pristupa analizira se veza između novih IKT i društvenih transformacija na makro planu, u maniru Katelsovih analiza (Castells, 2000).

Kevanah (Cavanagh, 2007), osvrćući se, pre svega, na interesovanja sociologa smatra da se u centru njihove pažnje, kada je reč o društvenim posledicama upotrebe Interneta, nalaze tri velike teme. Prva se bavi *Internetom kao društvenim prostorom* stavljajući u prvi plan teme poput: virtuelnog prostora za društvenu ili političku akciju, interpersonalnu interakciju u virtuelnom prostoru, obrasce društvenosti i slično. Druga, velika oblast interesovanja, vezana je za *Internet kao medium*, sa temama kao što su: dinamika protoka informacija, vlasništvo i kontrola informacija, vrste kanala komunikacije i njihova kontrola, itd. Treća, velika tema, se odnosi na proučavanje *Interneta kao tehnologije* i odnosi se na: faktore razvoja i širenja nove tehnologije, ulogu Interneta u globalnim društvenim procesima, promene prirode društva pod uticajem nove tehnologije, itd. Međutim, iako ovakva podela pokriva većinu društvenih polja proučavanja Interneta čini se da je opravdanije bilo prvu i drugu oblast (Internet kao društveni prostor i Internet kao medium), pre svega, identifikovati kao oblast društvene interakcije putem Interneta. Time bi se, uz Internet kao tehnologiju, adekvatnije ukazalo na dva velika polja društvenih proučavanja Interneta. Prvo polje, bi spadalo u domen komunikacijskih studija Interneta koje se, pre svega ali ne isključivo, sprovode na mikro i mezo nivou analize, dok bi se druga oblast odnosila na globalni, društveno-razvojni, domen makro analize.

Pored ovakve podele društvenih polja proučavanja Interneta, njegovoj analizi se može prići i sa aspekta upotrebe Interneta, što po Kacu i Rajsu (Katz and Rice, 2002), takođe otvara tri velike teme - *pristup, društveno angažovanje i društvenu interakciju*. Pristup se odnosi na postojanje mogućnosti za upotrebu IKT, kako kroz potrebnu infrastrukturu i opremu, tako i kroz posedovanje neophodnih znanja. U okviru ovog aspekta upotrebe Interneta najaktuelnija su istraživanja tzv. digitalne podele, odnosno različitih aspekata jaza u upotrebi digitalnih tehnologija kako na nacionalnom, tako i na regionalnom ili globalnom nivou. Tema društvenog angažovanja se odnosi na različite aktivnosti iz domena građanskih inicijativa, različitih dobrovoljnih udruženja, rešavanja praktičnih pitanja u lokalnoj zajednici itd. Ovde su aktuelna pitanja uticaja Interneta na društveni kapital, javnu sferu, participaciju građana, itd. Tema društvene interakcije se odnosi pre svega na uspostavljanje i održavanje interpersonalnih i grupnih odnosa putem Interneta. Ovde je analiza spuštena na mikro nivo iako se prave veze sa mezo i makro nivoom. U centru pažnje su pitanja uspostavljanja društvenih odnosa putem Interneta, ali i njihovo prenošenje u realno okruženje, formiranje virtuelnih zajednica, održavanje prijateljskih i familijarnih veza, ali i pitanja identiteta, jezika, kulture i slično.

Na kraju, pomenućemo i Dimada i saradnike (DiMaggio et al., 2001:307) koji daju nešto diferenciraniju sliku polja interesovanja sociologa kada je reč o proučavanjima Interneta. Po njihovom mišljenju mogu se izdvojiti sledeći domeni analize: nejednakost (digitalna podela); zajednica i društveni kapital; politička participacija; organizacije i druge ekonomske institucije; kulturna participacija i kulturna raznovrsnost.

Naravno, moglo bi se izređati još puno podela nižeg ili višeg nivoa apstrakcije, ali su nam prikazane teme dovoljne da odredimo naše shvatanje osnovnih polja društvenog proučavanja Interneta, te da pokušamo da smestimo našu studiju u dati okvir analize. Generalno, kada je reč o proučavanju društvenih posledica upotrebe Interneta čini se da se izdvajaju dve velike oblasti proučavanja koje bi mogli nazvati *Internet kao tehnologija* i *Internet kao društvena interakcija*.

Kada je reč o Internetu kao tehnologiji, onda se ovo polje proučavanja vezuje za sociološke teorije društvenog razvoja i promene koje u centar svoje analize

stavljaju međuzavisnost novih tehnologija i globalnih procesa transformacije društava, bilo da govorimo političkom, ekonomskom ili kulturnom podsistemu. Analiza se pretežno odvija na makro nivou. Drugo, veliko polje proučavanja društvenih posledica upotrebe Interneta obuhvata različite aspekte društvene interakcije putem Interneta. Naravno, kako je praktično svaka upotreba Interneta vezana za komunikaciju onda je korisno oblast društvene interakcije podeliti na dva različita segmenta. Jedan bio se odnosio na upotrebu *Interneta kao alata za interpersonalnu interakciju na daljinu*, dok bi se drugi odnosio na *Internet kao društveni prostor*. Držimo da su ovo dva sasvim različita fenomena i da je važno naglasiti razliku između njih. Naravno, ovde govorimo o idealno-tipskim kategorijama koje se razdvajaju isključivo u analitičke svrhe. U analizi svakodnevnice interakcijske upotrebe Interneta nekada je teško ili čak i nemoguće napraviti razliku između ove dve dimenzije zbog različitih varijanti njihove hibridne upotrebe. Recimo, kada neko u okviru svog profila na Fejsbuku šalje poruku (preko funkcije *message*) nekom sa liste svojih prijatelja koji trenutno nije *online*, dešava se to da se Fejsbuk, koga mi inače definišemo kao virtuelni društveni prostor, praktično transformiše u medij za interpersonalnu interakciju.

Imajući u vidu gore navedena polja proučavanja društvenih posledica upotrebe Interneta možemo reći da naša studija spada u oblast proučavanja *Interneta i društvene interakcije* i da ćemo se kroz ovu disertaciju baviti analizom oba vida komunikacijske upotrebe Interneta, dakle Internetom kao prostorom za društvenu interakciju i Internetom kao interpersonalnim medijem.

3.2.2 Transmisiona i prokreativna funkcija Interneta

Shvatanje o dve osnovne komunikacione funkcije Interneta razradili smo još za potrebe prethodne studije (Petrović, 2008) i njega ćemo koristiti kao osnovu za postavljanje analize i za potrebe ove disertacije. Osnovna uloga ovog analitičkog koncepta je da nam, u skladu sa prethodnim napomenama, pomogne da jasnije sagledamo različite aspekte interpersonalne komunikacione upotrebe Interneta. Zbog toga će i naša analiza društvenog umrežavanja putem Interneta praktično biti dvoslojna. Na prvom nivou analize Internet se razume kao tehnološki kanal za

posredovanje interpersonalne komunikacije na daljinu, dok se na drugom nivou razume kao prostor za interpersonalnu interakciju.¹⁶⁸

Sve do pojave Interneta, uloga komunikacionih tehnologija se svodila na usavršavanje prenosa poruka na daljinu. Svako novo sredstvo, kao što smo pokazali u drugom poglavlju, dalo je svoj doprinos obogaćujući, ubrzavajući, omasovljujući i pojedintujući taj proces. Sa nastankom Interneta se praktično ne razvija nijedan novi, prethodno nepoznati, način prenosa poruka na daljinu.¹⁶⁹ Već je telegraf učinio da se poruka oslobodi fizičkih ograničenja prostora, radio i telefon, da se omogući prenos audio, a televizija i video signala. Međutim, ključna karakteristika Interneta ogleda su tome što je on u sebi integrisao sve prethodno poznate vidove prenosa poruka, dodatno ih personalizujući. Pojedinač sada po prvi put, ili makar lakše nego ikada, iz svog doma može slati tekstualne, audio ili video poruke, povezujući se na taj način sa drugim ljudima bez obzira na prostorno-vremenska ograničenja realnog sveta. Međutim, Internet nije samo puka agregacija već poznatih komunikacionih medija. Spajajući postojeće medije u jedan hibridni od menja prirodu svakog od njih. Menja prirodu masovnih medija ukidajući njihovu jednosmernost kroz omogućavanje reakcija publike, koja je pre Interneta, sem uz velike napore javnih okupljanja, bila lišena mogućnosti za reakciju. On takođe menja i prirodu interpersonalne komunikacije, pretvarajući na primer klasično pismo koje je putovalo danima ili nedeljama u elektronsko, odmah dostupno, ili pretvarajući telefon, putem aplikacija poput Skajpa, u audio-vizuelno sredstvo za interpersonalnu interakciju. Međutim, ono što je po nama ključno, *Internet prevazilazi transmisionu funkciju tehnoloških medija za komunikaciju. Za*

168 Iako smo proanalizirali veliki broj studija koje se bave komunikacionim funkcijama Interneta na interpersonalnom nivou, retko smo nailazili na autore koji su jasno prepoznavali ovu, po nama, suštinsku razliku u načinima komunikacione upotrebe Interneta. Jedan od malobrojnih je Zhao (Zhao, 2006:15), koji ističe da je kod analize društvene upotrebe Interneta ključno napraviti razliku između korisnika e-maila i korisnika pričaonica, smatrajući da su to dva sasvim drugačija modaliteta komunikacione upotrebe Interneta. Njegovo mišljenje je sasvim u skladu sa našom podelom, jer kao što će se u nastavku naše diskusije videti e-mail je klasičan komunikacioni kanal, dok su pričaonice tipični društveni prostori na Internetu.

169 Napominjemo da ovde govorimo o *načinu prenosa poruka na daljinu* a ne o samoj tehnologiji koja je svakako usavršena i postavljena na sasvim druge osnove u odnosu na ranije komunikacione tehnologije. Pomenimo samo digitalizaciju podataka, nastanak satelitskih komunikacija, pojavu optičkih kablova, itd.

razliku od svih prethodnih medija Internet je otvorio novi, paralelni prostor, ali ono što je još važnije, Internet nam je omogućio da u njega stupimo i da ga sami proizvodimo. Pre Interneta može se reći da je i televizija donela novi hiper-realni prostor. Međutim za razliku od Interneta televizija nam je samo omogućila da budemo njegovi nemi svedoci. Prostor koji kreira televizija je za većinu nedostupan, već oblikovan i prezentovan u okviru zaključenih slika. Nasuprot televizijskom kvazi-prostoru, koji se proizvodi u centrima i odašilje prema mnogima, virtuelni prostor Interneta nema centar već se, kao i svaki drugi društveni prostor, proizvodi kroz interakciju njegovih posetilaca. U skladu sa ovim, a polazeći od shvatanja da Internet kao medij ima dualnu prirodu, odnosno da je on transmisioni kanal za komunikacijsko posredovanje, ali i virtuelni prostor za uspostavljanje i održavanje društvenih odnosa, možemo razlikovati dve osnovne interpersonalno-komunikacione funkcije Interneta: *transmisionu* i *prokreativnu*.

Internet vrši svoju *transmisionu funkciju* kada se upotrebljava kao tehnološki *kanal* za posredovanje ciljane interpersonalne komunikacije na daljinu, između unapred određenih subjekata komunikacionog procesa. Dakle, uslov transmisione funkcije Interneta jeste *ciljanost subjekata komunikacije*. Kad kažemo subjekata mislimo ili na osobu sa kojom se komunicira ili na njenu pristupnu tačku (bilo da je u pitanju njena e-mail adresa ili korisničko ime na Skajpu). Transmisiona upotreba Interneta može biti podjednako sinhronog kao i asinhronog karaktera, odnosno trenutna ili odložena.¹⁷⁰ Tipičan servis koji je karakterističan za transmisioni model komunikacije asinhronog tipa je e-mail, dok se za sinhronu komunikaciju koriste različiti instant mesindžeri.¹⁷¹

Internet vrši svoju *prokreativnu funkciju* kada se upotrebljava kao *prostor* za društvenu interakciju. Dakle, uslov prokreativne funkcije jeste *ciljanost prostora* za

170 Moris i Ogan (Morris i Ogan, 1996., nav. pr. Kim and Waver 2002:520) su na osnovu brojnih istraživanja komunikacije na Internetu zaključili da se ona može podeliti na četiri osnovna tipa: 1. asinhronu komunikaciju jedan na jedan (e-mail); 2. asinhronu komunikaciju od mnogih ka mnogima (konferencije, forumi); 3. sinhronu komunikaciju jedan na jedan, jedan ka nekoliko i jedan ka mnogima (pričaonice ili virtuelne igraonice); 4. asinhronu komunikaciju zasnovanu na potrebama korisnika (web strane ili FTP fajlovi).

171 Instant mesindžeri su programi za interpersonalnu komunikaciju putem Interneta, od kojih su najpoznatiji Windows Live Messenger, Yahoo Messenger i Skype. U nastavku ovog poglavlja će detaljnije biti objašnjena njihova uloga kao interpersonalnih medija.

interakciju. Iako smo kod prvobitnog definisanja zauzeli stav da je preduslov prokreativne funkcije Interneta početna nepoznatost subjekata interakcije (Petrović, 2008), evolucija Interneta kao društvenog prostora učinila je da unekoliko redefinišemo ovaj stav. Ovde pre svega mislimo na eksplozivan razvoj *online* platformi za društveno umrežavanje (OPDU), a u prvom redu Fejsbuka, do kog dolazi nakon što smo prvi put izneli naše shvatanje prokreativne funkcije Interneta.¹⁷² Ono što se pojavom OPDU suštinski izmenilo je to da anonimnost prestaje da bude ključno obeležje interpersonalne interakcije na Internetu. Pre nastanka OPDU prostori za društvenu interakciju na Internetu su bili, pre svega, pričaonice, forumi i blogovi, čiji su se posetioци obično identifikovali proizvoljno izabranim nadimcima. To je praktično značilo da se najveći broj interakcija na ovim mestima odvija između anonimnih osoba, zbog čega smo i mi naše shvatanje prokreativnosti povezali sa ovom aspektom interakcije. Međutim, sa pojavom OPDU anonimnost sve više ustupa mesto javnosti subjekata interakcije. Drugim rečima, kada neko danas poseti svoj ili tuđi profil na Fejsbuku on tamo sreće razne poznate i nepoznate osobe ali je njihova zajednička karakteristika da one više nisu anonimne.

Imajući sve ovo u vidu, dva osnovna obrasca prokreativnog ponašanja su: (1) uspostavljanje novih društvenih odnosa na Internetu i (2) održavanje društvenih odnosa u virtuelnim prostorima Interneta. U skladu sa ova dva obrasca virtuelne društvenosti razlikujemo dva tipa prokreativnosti na Internetu: *personalnu prokreativnost* i *ritualnu prokreativnost*. Smatramo da je ova podela izuzetno važna u cilju jasnijeg identifikovanja različitih vidova *online* društvenosti.

Kod analize ritualne prokreativnosti polazi se od Kerijevog (Carey, 1989) shvatanja komunikacije kao ritualnog čina, koje je sasvim primenljivo i na virtuelne obrasce interakcije. Prema Kerijevom viđenju ritualni obrazac komunikacije se odnosi na:

„...proces kroz koji se zajednička kultura stvara, modifikuje i transformiše...Ritualno viđenje komunikacije nije usmereno u pravcu većeg domašaja poruka kroz prostor već u pravcu održanja društva u vremenu“ (Carey, 1989:43).

172 O OPDU će takođe više reči biti u nastavku ovog poglavlja, u odeljku 3.2.4.1.

Samim tim, ritualno shvatanje komunikacije je vezano za pojmove kao što su razmena, participacija, zajedništvo, drugarstvo i posedovanje zajedničke vere. Ova definicija se naslanja na etimološku vezu pojmova komunikacija i komuna, odnosno zajednica. Kao što ćemo u nastavku videti, kroz ritualnu interakciju na Internetu formiraju se *virtuelne zajednice*, fenomen kojim ćemo se detaljnije baviti u nastavku kada budemo analizirali prokreativnu funkciju Interneta.

Međutim, nisu svi oblici interakcije na Internetu *ritualnog* tipa već se oni često odvijaju u izolovanim interakcionim *nišama* između ciljano ili nasumično odabranih osoba, jedan na jedan. Zbog odsustva bilo kakvih grupnih elemenata ovaj vid interakcije na Internetu smo nazvali *personalnom prokreativnošću*. Za razliku od obrazaca komunikacije u *offline* društvenom okruženju gde se ritualni i personalni interakcijski obrazac obnašaju zajedno, u virtuelnom prostoru Interneta oni mogu biti odvojeni. Svaku ritualnu interakciju prati i personalna, ali svaku personalnu interakciju ne mora pratiti ritualna. Drugim rečima, značajan broj posetilaca virtuelnih prostora Interneta uzdržava se od bilo kakvog oblika ritualne, dakle grupne, interakcije (Petrović, 2008). Oni u sajberprostor odlaze da bi ostvarili interpersonalne kontakte u najrazličitije svrhe bilo da su instrumentalnog ili ekspresivnog karaktera, ali se ove potrebe ne zadovoljavaju kroz grupnu interakciju. Najrasprostranjeniji vid prokreativno-personalne funkcije Interneta je uspostavljanje individualnih interpersonalnih odnosa na Internetu i njihovo prenošenje u realnost bilo zarad pribavljanja nekog resursa, produženja prijateljskog odnosa ili zasnivanja emotivnih veza. Ovom funkcijom Interneta ćemo se takođe detaljnije baviti u nastavku kada budemo analizirali prokreativnu funkciju Interneta.

Poput transmisione i prokreativna interakcija na Internetu može biti sinhronog i asinhronog tipa. Četovanje (od engleske reči chat-ćaskati) koje se odigrava u pričaonicama ili na OPDU predstavlja tipičan vid sinhrono interakcije, dok interakcija koja se odvija na forumima, blogovima ili takođe na OPDU (recimo kroz komentare) predstavlja asinhroni tip prokreativne interakcije na Internetu.

Kroz naredna dva poglavlja detaljno ćemo analizirati komunikacione funkcije Interneta služeći se analitičkim okvirom koji smo ovde prikazali. Rasprava koja sledi kretaće se kroz dve različite perspektive budući da i fenomeni kojima ćemo se

baviti pripadaju različitim oblastima društvenih proučavanja. Stavlajući akcent na transmisionu funkciju mi ćemo analizirati Internet kao interpersonalni medij, dakle u maniru komunikacionih studija. Nakon toga, prelazimo na analizu prokreativnog aspekta gde će u fokusu naše analize biti Internet kao društveni prostor, zbog čega ćemo analizi prići iz sociološke, mikro, perspektive. U okviru prokreativne funkcije Interneta posebnu pažnju ćemo obratiti na njen ritualni aspekt, kroz analizu virtuelnih zajednica, kao i personalni aspekt, kroz analizu uspostavljanja interpersonalnih odnosa na Internetu.

3.2.3 Internet u funkciji održavanja personalnih mreža-transmisioni aspekt

U modernom društvu komunikacione tehnologije postaju važnije nego ikada, omogućavajući ljudima da se brzo, lako i efikasno međusobno povezuju i održavaju svoje personalne mreže. Po Likopu i Smoredi (Licoppe and Smoreda, 2005:319), jedan od osnovnih elementa društvenosti su upravo tehnološka sredstva za posredovanje interakcije na daljinu. Sa razvojem novih informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) svaka osoba je sad u mogućnosti da izgradi *personalni komunikacioni sistem* koji se sastoji od različitih interpersonalnih medija (Boase, 2008). Hejtorntvejtova (Haythornthwaite, 2005:130) ovaj fenomen naziva multipleksnost medija pokazujući da što su dve osobe jače povezane to više interpersonalnih medija za održavanje odnosa koriste. Poput masovnih medija nekada, čini se da sada i interpersonalni mediji ulaze u međusobnu borbu za prevlast u organizovanju našeg društvenog života. Telegraf je učinio da postanemo svesni mogućnosti efikasnog održavanja društvenih veza bez potrebe fizičkog prisustva. Zahvaljujući telefonu navikli smo da komuniciramo iz naših domova, kad god to poželimo, dok nas je mobilni telefon učinio dostupnima na svakom mestu u svako doba. I na kraju, Internet je sve ove funkcije objedinio ukidajući, jednom za uvek, prostorno-vremenske barijere među nama i otpočinjući, tako, novu eru permanentne konektovanosti.

3.2.3.1 *Ka razumevanju funkcije interpersonalnih medija*

Pre nego što pređemo na analizu transmisiona funkcije Interneta, ukratko ćemo prikazati najvažnije teorijske pristupe razumevanju uloge interpersonalnih medija u procesu društvene interakcije. Kroz predstojeću analizu koristićemo koncept interpersonalnih medija imajući u vidu određenja koja su dali Dimick (Dimmick, et al., 2011) i Ludersova (Lüders, 2008). Dimick, bez ulaženja u teorijsku raspravu o razlici između interpersonalnih i masovnih medija, određuje deskriptivno interpersonalne medije, kao komunikacione kanale koji dozvoljavaju osoba-ka-osobi tip komunikacije, poput telefona, tekstualnih poruka ili e-maila. Sa druge strane, Ludersova je svesna da je razlikovanje ove dve vrste medija u doba Interneta složeniji posao od pukog opisa onoga što ovi mediji čine. Ispravno primećujući da je teško uspostaviti jasne granice između interpersonalnih i masovnih medija, budući da jedan medij može služiti u obe svrhe, ona ih diferencira po dve ose. Na horizontalnoj osi, interpersonalni mediji su simetričniji u obezbeđivanju posredovane interakcije, dok su masovni mediji više asimetričnog karaktera. Na vertikalnoj osi, interpersonalni mediji su bliži deinstitutionalizovanom ili deprofesionalizovanom sadržajnom polu, dok su masovni mediji bliži institucionalnom ili profesionalnom polu. Interkacione uloge kao i korisničke mreže takođe se suštinski razlikuju između ove dve vrste medija.

Dakle, imajući u vidu ove napomene mi ćemo odrediti interpersonalne medije kao medije kod kojih je: 1. transmisiona funkcija dominantna, 2. proizvodnja i recepcija sadržaja individualna i 3. interakcija pretežno, ali ne isključivo, sinhrona i dvosmerna. Pored toga, kada je o domenima upotrebe interpersonalnih medija reč, Petrič i saradnici (Petric et al., 2011), pozivajući se na Habermasovu tipologiju društvene akcije, definišu četiri osnovna načina upotrebe interpersonalnih medija: 1. informaciono-sarađivački; 2. socijabilni; 3. ekspresivni; i 4. strategijski. Imajući ova određenja u vidu, tipični interpersonalni mediji su telegraf, fiksni i mobilni telefon, kao i različiti servisi koje omogućava Internet, u prvom redu e-mail i različiti instant mesindžeri poput Vindovs Lajv (Windows Live) i Jahu (Yahoo) mesindžera ili Skajpa.

Kada je reč o teorijama interpersonalnih medija one su daleko manje razvijene od teorija masovnih medija. Razlog ovome leži u činjenici da se interpersonalnim

medijima praktično nije pridavalo mnogo pažnje sve do naglog razvoja novih IKT. Pre toga, zaista su bile retke studije koje su se bavile upotrebom interpersonalnih medija, o čemu smo više govorili u prvom delu drugog poglavlja. Praktično ni pristupi koje ćemo u nastavku ukratko prikazati ne predstavljaju zaokružene teorijske sisteme već pre adaptaciju ideja koje su već razvijene u okviru sličnih ili opet, potpuno različitih domena naučnog proučavanja. Ne treba sumnjati da će se u vremenu koje dolazi, a koje će svakako obeležiti razvoj interpersonalnih medija i ove teorije razvijati zajedno sa predmetom njihovog proučavanja.

Teorija o upotrebi i dobiti (Uses and Gratification Theory) je originalno razvijena za potrebe analize načina upotrebe masovnih medija (Katz et al., 1973). U osnovi ove teorije, kada se transferiše u sferu interpersonalne komunikacije, je shvatanje da pojedinci biraju određeni interpersonalni medij u skladu sa očekivanom dobiti koju će im upotreba datog medija doneti. U skladu sa tim, interpersonalni mediji se razlikuju u nivou i obimu zadovoljenja ljudskih potreba, a pre svega, zadovoljenja potreba za društvenošću.

Teorija sadržajnog bogatstva medija (The Media Richness Theory) se zasniva na shvatanju da komunikacioni mediji imaju različit kapacitet procesuiranja sadržajno bogatih informacija (Daft and Lengel, 1986:560). Sadržajno najbogatiji medij je komunikacija licem u lice (LuL), zatim telefon, pa pisma i dokumenti, i na kraju, brojčani podaci. Ono što čini jedan medij sadržajno bogatijim jeste njegova sposobnost trenutnog odgovora (dakle sinhronost), količina signala i kanala koji se u procesu interakcije koriste, stepen personalizacije i raznovrsnost. Sadržajno najbogatiji medij je LuL zato što obezbeđuje raznovrsne, verbalne i neverbalne signale komunikacije i odvija se prirodnim jezikom. U vreme kada je nastajala ova teorija Internet u savremenom obliku još uvek nije postojao pa zato nije ni uvršten u ovu tipologiju. Kao što ćemo u nastavku videti, komunikacioni servisi Interneta se mogu kretati od onih koji su sadržajno siromašni, poput e-maila, do onih koji su sadržajno veoma bogati, poput Skajpa. Ono što je posebna karakteristika Interneta je to da jedan isti medij u zavisnosti od načina njegove upotrebe, može biti i sadržajno siromašan i sadržajno bogat, što je slučaj sa instant mesindžerima. Sa jedne strane, oni se mogu upotrebljavati za razmenu kratkih tekstualnih poruka, ali sa druge strane, putem njih se mogu obavljati audio i video pozivi.

Teorija interpersonalnih medijskih niša (The niches of interpersonal media) se oslanja na ekološki koncept *niše*. Kada je reč o medijskim nišama, poput specifičnih kanala ili organizacije medija, one predstavljaju združenost medijskih formi sa okruženjem u okviru koga deluju. Ova združenost je strukturirana oko resursa neophodnih za opstanak date medijske forme (Dimmick, et al., 2000, 2011). Tri osnovne mere medijskih niša su: obuhvat niše, preklapanja niša i takmičarska nadmoć niše. Interpersonalni mediji u okviru svojih niša teže da donesu dobit svojim korisnicima kroz obezbeđivanje kontakta sa članovima njihove personalne mreže. U skladu sa tim, interpersonalni mediji se takmiče da zauzmu uloge unutar personalnih mreža slično kao što se masovni mediji takmiče da zauzmu mesto na medijskom tržištu. Teorija niše tvrdi da postojeći mediji pokazuju razlike u odnosu na ključne kontakte (resurse) koji se kroz društvenu mrežu ostvaruju, poput familijarnih, supružničkih, prijateljskih, poznaničkih, itd.

Teorija društvene priuštivosti medija (The Theory of Social Affordance of Media) predstavlja svojevrsnu adaptaciju originalne Gibsonove (Gibson, 1986) teorije priuštivosti životne okoline životinjskih vrsta. U osnovi ove teorije jeste interes za način na koji životinjske vrste iskorišćavaju okruženje koje zauzimaju. Polazeći od Gibsonovog shvatanja, Velman i njegovi saradnici (Wellman, et al., 2003; Boase, 2008) primenjuju koncept priuštivosti na upotrebu interpersonalnih medija, gradeći teoriju društvene priuštivosti medija. U osnovi ovog shvatanja je stav da će pojedinac izabrati da koristi određeni interpersonalni medij kada postoji saglasnost između mogućnosti koje dati medij pruža i karakteristika odnosa koji se putem tog medija održavaju. Jednostavan primer bio bila upotreba e-maila za održavanje poslovnih ili veza sa geografski udaljenim osobama.

3.2.3.2 *Internet kao interpersonalni medij*

Ipak, medij kome ćemo posvetiti najviše pažnje u nastavku i koji je, po našem uverenju, napravio revoluciju među interpersonalnim medijima jeste Internet. Njegova jedinstvenost ogleda se u tome što je on zapravo hibridni medij koji u sebi objedinjuje masovne i interpersonalne medijske funkcije. I ne samo to, on prevazilazi tradicionalne interpersonalne medije spajajući funkciju kanala za interakciju sa novim prostorom za interakciju. Na taj način Internet unosi velike

promene ne samo u oblasti održavanja društvenih veza i mreža već i u oblast uspostavljanja sasvim novih društvenih odnosa. Osnovna teza od koje u nastavku diskusije polazimo jeste da se Internet, svojom arhitekturom koja je bazirana na logici decentralizovane interakcione mreže, idealno nadovezuje na već postojeći obrazac mrežne društvenosti koji smo opisali u drugom delu drugog poglavlja. Internet dodatno podstiče razvitak mrežnog obrasca društvenosti time što ljudima omogućava da interaguju sa bilo kim bilo kad i bilo gde, pribavljajući informacije kada god to žele, na način koji oni sami odaberu. Međutim, u skladu sa našim shvatanjem o društvenoj konstrukciji tehnologije, koje smo izneli na početku ove studije, Internet kao interpersonalni medij nije uzrok već posledica novih potreba na mrežnom obrascu formirane društvenosti. Potreba svih potreba je da se ostane u permanentnom kontaktu u inače fluidnom i mobilnom društvu. Koliko god da se, pod naletima kasne modernizacije, društvo transformiše potreba za povezanošću i ukorenjenošću i dalje ostaje jedna od osnovnih društvenih potreba i to je ono što nagoni ljude da makar putem tehnologije čuvaju svoje male niše društvenosti.

Osnovni alati za interpersonalnu komunikaciju putem Internet su elektronska pošta (e-mail), zatim različiti instant mesindžeri (Vindovs Lajv, Jahu, Skajp) kao i *online* platforme za društveno umrežavanje (OPDU). Budući da OPDU predstavljaju hibridnu komunikacionu formu koja u sebi objedinjuje masovna i interpersonalna sredstva interakcije, o njima će se detaljnije govoriti u nastavku, kada budemo analizirali društvene prostore Interneta. Ovde samo treba reći da OPDU same po sebi nisu interpersonalni medij, ali budući da se u okviru platformi mogu razmenjivati sinhrono (putem čet funkcije) i asinhrono (putem funkcije message) poruke, onda njih takođe, u širem smislu, možemo uvrstiti u interpersonalne medije Interneta.

U nastavku ćemo se baviti komunikacionim funkcijama e-maila i instant mesindžera kao interpersonalnih medija. Međutim pre nego što krenemo u detaljnu analizu Interneta kao interpersonalnog medija treba reći da većina istraživanja na koje ćemo se u nastavku pozvati pokazuje je da, bez obzira na sve veći izbor i lakoću upotrebe novih interpersonalnih medija, odnos licem u lice (LuL) ostaje i dalje nezamenljiv kada je reč o održavanju interpersonalnih odnosa (Baym, et al., 2004; Flanagin, 2005; Boase, 2008; Hlebec, et al., 2006). Ova

pravilnost se jedino narušava kod održavanja veza na daljinu, zbog fizičke nemogućnosti čestog sretanja uživo. Sa druge strane, druga pravilnost koja se u velikom broju istraživanja uočava je da oni koji imaju više društvenih veza ili pokazuju veću društvenost, češće i koriste servise Interneta za održavanje personalnih mreža (Chen et al., 2002; Baym, et al., 2004; Zhao, 2006; Boase, 2006; Hampton, et al., 2011).

Upotreba e-maila kao interpersonalnog medija

Elektronska pošta (e-mail) je praktično prva funkcija koju je preteča Interneta, ARPANET, ponudio pre više od 40 godina, ali je, uprkos tome, do danas ostao najrasprostranjeniji servis za održavanja interpersonalnih odnosa putem Interneta.¹⁷³ Osim za održavanje ličnih odnosa, e-mail ima široku primenu i u oblasti poslovanja, marketinga, obrazovanja i u svim drugim sferama života kod kojih slanje tekstualnih poruka ili dokumenta čini sastavni deo tih aktivnosti. Najjednostavnije rečeno, e-mail predstavlja servis za trenutno slanje tekstualnih poruka elektronskim putem. Pored toga, uz e-mail se mogu poslati i dokumenti, slike, video zapisi i sl.

Po Boasu (Boase, 2006:50-53) e-mail ima sledeće osnovne karakteristike:

1. *Asinhronost*-komunikacija se ne odvija u realnom vremenu;
2. *Trenutnost*-za razliku od klasičnog pisma, elektronsko stiže istog trenutka kada se pošalje;
3. *Kontrola vremena*-za razliku od drugih medija (LuL, telefon) e-mail ne oduzima puno vremena za interakciju i sa ovim vremenom se može kalkulirati u skladu sa drugim obavezama;
4. *Snimanje informacija*-jedna od osnovnih karakteristika e-maila je da svaka interakcija ima svoju istoriju;

173 Prema podacima za 2010. godinu e-mail je koristilo 96% korisnika Interneta u Britaniji (Dutton and Blank, 2011:34); 92% korisnika Interneta u SAD (Pew Internet & American Life Project Tracking surveys (May 2011) pewinternet.org/Static-Pages/Trend-Data/~/_/media/Infographics/Trend%20Data/May%202011/Online_Activities_-_all_May2011.xls). Prema podacima za 2008. godinu za članice EU, e-mail i instant mesindžere za slanje poruka je koristilo od 80% korisnika Interneta u Grčkoj, do 96% u Sloveniji. (ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_241_en.pdf).

5. *Osmišljenost*-budući da je interakcija asinhrona i tekstualna, to otvara mogućnost njene kontrole i korekcije;
6. *Malo društvenih signala*-budući da nema neverbalne komunikacije broj signala koji se odašilju je sužen;
7. *Izbor partnera za interakciju*-ovaj vid interakcije je diskretan, budući da članovi interakcionog procesa odlučuju koga će u nju uključiti ne samo kao direktnog sagovornika već i onoga ko će biti upućen u interakciju;
8. *Niski troškovi komunikacije*-podjednak je utrošak novca ako se e-mail šalje nekom u susedstvu ili na drugom kraju sveta, što je suštinska razlika u odnosu na troškove drugih vidova interakcije koji ne uključuju Internet.

Analizirajući karakteristike e-mail komunikacije možemo zaključiti da se ona u nekim segmentima interpersonalne komunikacije nameće kao osnovno ili, makar, važno sredstvo za njeno posredovanje. Pre svega, istraživanja pokazuju da e-mail dominira kao sredstvo održavanja interpersonalnih odnosa na većim udaljenostima. Do ovog zapažanje recimo dolaze Čen i saradnici (Chen et al., 2002), na osnovu istraživanja sprovedenog putem sajta časopisa Nacionalna Geografija (National Geographic) tokom 1998. godine, u kome je učestvovalo oko 22000 ljudi iz celog sveta. Oni zaključuju da e-mail kao interpersonalni medij dominira kada su u pitanju kontakti sa prijateljima koji žive na udaljenosti većoj od 50 kilometara, što je i logično s obzirom na troškove komunikacije. Do sličnih nalaza se došlo u još nekoliko različitih studija koje ovde nećemo detaljno predstavljati (Baym, et al., 2004; Boase, 2006; Wang and Andersen, 2007).

Kada je reč o tipu i jačini interpersonalnih veza kod kojih je e-mail značajno sredstvo za održavanje odnosa pokazuje se da se on više koristi za održavanje prijateljskih i poslovnih veza nego što se upotrebljava za rođačke veze (Boase, 2006; Hlebec, et al., 2006). Po Boasovim (Boase, 2006) nalazima, s jedne strane, e-mail se pre koristi za *jake* (core) nego za *značajne* (significant) veze ali sa druge strane ovo pravilo ne važi za prijateljske veze. Po Dimiku (Dimmick, 2011:1278) e-mail se koristi za sve vrste kontakata osim za kategoriju „ostali važni“ i posebno se ističe u odnosu na druge interpersonalne medije za održavanje odnosa sa poznanicima.

Što se tiče socio-demografskih karakteristika korisnika e-maila, oni koji su bolje obrazovani, imaju bolje poslove i srednjih su godina, češće koriste e-mail od onih koji nemaju te karakteristike (Boase, 2006). Kaming i saradnici (Cummings et al., 2006) na osnovu svojih istraživanja zaključuju da je pored instant mesindžera, e-mail posebno pogodan za održavanje društvenih veza među mladima. U jednom od ranih istraživanja koje je vršeno u nekoliko talasa krajem 90-tih godina XX veka, Boneva i saradnici (Boneva, et al., 2001) zaključuju da su žene naklonjenije upotrebi e-maila. Za razliku od muškaraca one putem e-maila više komuniciraju sa rođacima i prijateljima koji žive daleko. Takođe, njihovi e-mailovi se ekspresivniji od muških, koji su češće instrumentalnog karaktera.

Sumirajući ulogu e-mail kao interpersonalnog medija, možemo zaključiti da on ne predstavlja sadržajno bogat medij, ali da to ne mora biti njegova mana. Budući da ovaj medij nije previše zahtevan ni u smislu intenziteta upotrebe ni u smislu vremena koje oduzima, on je najpogodniji za održavanje latentnih odnosa (Haythornthwaite, 2005). S druge strane, sve brži tempo života traži sve brže medije, pa je pitanje koliko će mladi ljudi ostati verni ovom vidu interakcije. Čini se da će se upotreba e-maila sigurno održati kod poslovne komunikacije ali da, kada je reč o interpersonalnoj komunikaciji, zlatno doba e-mail lagano prolazi.

Upotreba instant mesindžera kao interpersonalnog medija

Instant mesindžer (IM) je specijalizovan servis za sinhronu interpersonalnu komunikaciju putem Interneta. Ova aplikacija omogućava korisniku da u realnom vremenu, direktno komunicira sa osobama koje se nalaze na listi njegovih kontakata. Kod prvih IM interakcija se obavljala putem razmene tekstualnih poruka, dok noviji IM imaju mogućnost emitovanja slike i tona sagovornika čime se pretvaraju u jednu vrstu video telefona. Prvi popularni IM, koji je ušao u upotrebu sredinom 90-tih godina XX veka bio je ICQ (I seek You-tražim te), da bi nakon njega sledili i ostali popularni IM poput MSN mesindžera (koga kasnije zamenjuje Vindovs Lajv), Jahu mesindžera i danas sve popularniji Skajp. Broj korisnika IM u

Evropi i Americi stabilizovao se negde između 40% i 50% od ukupnog broja korisnika Interneta.¹⁷⁴

Po uzoru na Boasovu (Boase, 2006:50-53) analizu karakteristika e-maila ovde ćemo napraviti pregled osnovnih karakteristika IM:

1. *Sinhronost*-komunikacija se odvija u realnom vremenu uz mogućnost zadržske;
2. *Trenutnost*-kao i kod elektronske pošte poruka stiže istog trenutka kada se pošalje;
3. *Relativna kontrola vremena*-za razliku od e-maila IM nudi delimičnu kontrolu vremena, budući da kada je korisnik *online* u svakom trenutku može biti kontaktiran od svih osoba na svojoj listi prijatelja;
4. *Snimanje informacija*-poput e-maila i IM omogućava trajno arhiviranje komunikacije;
5. *Umerena osmišljenost*-budući da je interakcija pretežno sinhrona smanjuje se mogućnost njenog osmišljavanja. U tekstualnoj varijanti interakcije postoji prostor za njenu umerenu kontrolu, ali kad se interakcija odvija razmenom audio ili video signala onda se mogućnost njene kontrole bitno smanjuje;
6. *Umerenost društvenih signala*-i ovde postoji razlika u odnosu na vid interakcije koji se izabere. Kod tekstualne interakcije nema neverbalnih signala pa je i interakcija siromašnija. Međutim kod audio, a posebno video varijante broj signala se značajno umnožava čime i interakcija postaje sadržajno bogatija;
7. *Izbor partnera za interakciju*-kao i kod e-maila ovaj vid interakcije je diskretan, budući da članovi interakcionog procesa odlučuju koga će u nju uključiti;
8. *Niski troškovi komunikacije*-takođe kao i kod e-maila podjednak je utrošak novca ako se komunicira sa nekim iz susedstva ili na drugom kraju sveta. Međutim, ono što je velika prednost IM u odnosu na e-mail to je pomenuta mogućnost audio i video komunikacije čime ovi mesindžeri (recimo Skajp) sve više zamenjuju upotrebu telefona, posebno kod razgovora na većim geografskim razdaljinama.

174 Prema podacima za 2010. godinu od ukupnog broja korisnika Interneta broj korisnika IM u Americi iznosi 46% (Pew Internet - pewinternet.org/Static-Pages/Trend-Data/~/_media/Infographics/Trend%20Data/May%202011/Online_Activities_-_all_May2011.xls) i 45.3% u Evropi (Međunarodna telekomunikaciona unija (ITU) - http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2011/Material/MIS_2011_without_annex_5.pdf)

Po nalazima istraživanja na koja ćemo se osvrnuti, zapaža se da IM kao interpersonalni mediji „pokriva“ drugačiji prostor za interakciju nego što to čini e-mail. Budući da je IM sadržajno bogatiji mediji od e-maila mogućnost njegove upotrebe za opsluživanje velikog broja ljudi u personalnoj mreži je bitno sužena. S druge strane, ova karakteristika čini da se ovaj interpersonalni medij vrednuje skoro podjednako visoko kao i LuL komunikacija pa je samim tim pogodan za održavanje odnosa sa bliskim prijateljima i emotivnim partnerima (Ramirez and Broneck, 2009).¹⁷⁵ Imajući to u vidu ne iznenađuje nalaz da se ovaj medij, pre svega, upotrebljava kod kuće i to najčešće u večernjim satima (Dimmick, 2011:1278). Slično ovome, Boneva i saradnici (Boneva et al., 2006) na osnovu rezultata istraživanja zaključuju da se IM kod tinejdžera pretežno koristi za prijatelje u lokalu, a ne za udaljene veze kao što je slučaj sa e-mailom. Iako se i kod tinejdžera pokazuje da IM zadovoljava dve osnovne potrebe – za održavanje individualnih prijateljstava i pripadnost grupi parova, oni ipak partnere za IM komunikaciju ocenjuju kao manje psihološki bliske od onih sa kojima se čuju telefonom ili uživo. Autori objašnjavaju ovaj nalaz neselektivnošću tinejdžera u izboru partnera za razgovor. Oni praktično razgovaraju sa bilo kim ko je *online* od osoba sa njihove kontakt liste, od kojih se samo manjina doživljava kao zaista bliska. Još jedan zanimljiv nalaz ovog istraživanja je da iako mladi koriste IM za primanje podrške, ipak ovi tinejdžeri ističu kako je to vid interakcije u kojoj manje uživaju u odnosu na razgovore LuL ili telefonom. U skladu sa ovim je i nalaz istraživanja Hua i saradnika (Hu et al., 2004) nad američkim studentima, koji zapažaju da posle upotrebe IM raste želja da se interakcija prenese sa Interneta na susret uživo.

¹⁷⁵ Nojštater and Grinberg (Neustaedter. and Greenberg, 2011) su sproveli interesantno istraživanje nad 14 parova, u cilju istraživanja uloge video komunikacije putem IM u kod održavanja emotivnih veza na daljinu. Jedan od osnovnih nalaza je bio da su ovi parovi prihvatili IM kao sredstvo koje omogućava permanentnu konekciju između dve lokacije. Ovo je zauzvrat imalo posledicu stvaranja osećanja deljenja zajedničkog životnog iskustva, pre svega zbog stalne „otvorenosti“ ovog komunikacionog kanala. Na taj način parovi su mogli nezavisno obavljati svoje aktivnosti, ili obavljati zajedničke aktivnosti, međusobno razgovarajući ili ne. Ova mogućnost da neko samo bude tu, putem video linka, stvarala je osećaj jače povezanosti nego kad je ovaj vid komunikacije izostajao.

Kada je reč o društvenim potrebama koje se zadovoljavaju upotrebom IM Flanaginovo (Flanagin, 2005) istraživanje nad američkim studentima je pokazalo da se od 26 ponuđenih potreba, četiri, na prvom mestu zadovoljavaju upotrebom IM i to: zabava, ostvarivanje ciljeva, pažnja i upoznavanje novih ljudi. Ovo istraživanje je takođe pokazalo da je komunikacija LuL nezaobilazna za zadovoljenje najvećeg broja potreba, dok fiksni telefon postupno gubi svoju tradicionalnu ulogu. Posle komunikacije LuL, mobilni telefon i IM zadovoljavaju najveći broj potreba, dok se e-mail u tom pogledu vrlo loše kotira.

Kamings i saradnici (Cummings et al., 2006) su takođe sproveli zanimljivo istraživanje nad američkim studentima sa ciljem analize upotrebe telefona, e-maila i IM u održavanju veza nakon odlaska na fakultet. Istraživanje je bilo longitudinalnog karaktera budući da su studenti bili posmatrani tokom tri godine. Najvažniji zaključci do kojih su Kamings i saradnici došli je da se protokom vremena smanjuje psihološka bliskost ispitanika kako sa osobama iz srednje škole tako i sa osobama koje su upoznali na početku studija. Ipak, ovo opadanje bliskosti je manje među onima koji češće komuniciraju. Ono što je sa stanovišta ove disertacije posebno zanimljivo je to što, iako se telefon percipira kao najvažniji za održavanje bliskih odnosa, samo komunikacija putem računara (putem e-mail i IM) usporava opadanje bliskosti kroz protok vremena. Razlozi za to leže u činjenici da se, verovatno zbog smanjenih troškova, veze daleko češće održavaju putem računara, a ova učestalost je važnija za čuvanje bliskosti od samih sadržaja razgovora koji se obavljaju.

Završavajući analizu transmisiona funkcije Interneta možemo zaključiti da je ovo daleko najrasprostranjenija funkcija Interneta uopšte budući da gotovo i nema korisnika Interneta koji nije poslao e-mail ili komunicirao putem Skajpa. Međutim, daleko od toga da je ovde kraj širenju ove funkcije Interneta budući da samo trećina ljudi na svetu koristi ovu tehnologiju. Dakle, sa širenjem upotrebe Interneta, širiće se na prvom mestu njegova interpersonalno-transmisiona funkcija. Drugim rečima, sve više ljudi će svakoga dana biti bolje povezano sa članovima svojih personalnih mreža.

Daljim razvojem Interneta kao interpersonalnog medija može se očekivati njegova sve izraženija hibridizacija. *Online* platforme za društveno umrežavanje verovatno predstavljaju zametak nečega što bi mogli nazvati *personalnim komunikacionim centrima*, iz kojih će polaziti sve personalne interakcije na daljinu. E-mail adrese, Skajp nalozi, profili na raznim društvenim mrežama (osim onih tajnih) biće integrisani najednom mestu i služiće za komunikaciju na različitim nivoima-od intimnog, preko prijateljskog i poznaničkog, do poslovnog. Ono što je ključno ovi komunikacioni centri će svojim vlasnicima biti dostupni u svakom trenutku i na svakom mestu, zahvaljujući pametnim mobilnim telefonima. Ideal permanentne konektovanosti biće jednom za svagda postignut. Da li će to doneti više bliskosti ili više lažnog osećaja bliskosti pokazaće vreme koje je pred nama. Ipak, slobodni smo da tvrdimo da, ma koliko razvijene postojeće komunikacione tehnologije bile, one još zadugo neće supstituisati naše susrete uživo.

3.2.4 Društveni odnosi na Internetu-prokreativni aspekt

Iako je Internet kao interpersonalni medij učinio da ljudi održavaju svoje društvene veze lakše nego ikada, ono što je u najvećoj meri podstaklo razvoj interesovanja za fenomen interakciju putem Interneta jeste jedan potpuno novi fenomen koji je Internet stvorio. Nijedna komunikaciona tehnologija, do Interneta, nije uspela da stvori novi, van realni, odnosno virtuelni prostor koji je omogućio njegovim korisnicima da se u njemu masovno susreću, upoznaju i komuniciraju. Svi prethodni tehnološki načini posredovane komunikacije bili su transmissionog karaktera, odnosno imali su ulogu omogućavanja, odnosno posredovanja ciljane komunikacije na daljinu. Međutim, specifičnost Interneta ogleda se u tome što je on omogućio novi tip direktne masovne društvene interakcije mnogih sa mnogima u bezbrojnim virtuelnim prostorima. Ovde više nije reč o ciljanim subjektima interakcije, već o ciljanom prostoru za interakciju. Nije sporno da osnovna svrha upotrebe Interneta ostaje komunikaciona ali je razlika u tome što se Internet sada ne koristi samo kao komunikacioni kanal, već kao prostor za društvenu interakciju. Suštinska razlika između ovakva dva vida komunikacione upotrebe Interneta ogleda se u mogućnosti slučajne i neplanirane interakcije. Kod upotrebe Interneta

kao kanala za interakciju ova slučajnost je praktično isključena. Zbog toga i kažemo da je osnovna svrha ovakve upotrebe Interneta transmisiona. Međutim kada odlazimo u prostore Interneta (bilo da se radi o pričaonici, forumu ili Fejsbuku) interakcija je podložna slučajnosti i neizvesnosti. Kako bilo koji odlazak na prostor Interneta može da oživi neki stari kontakt ili stvori sasvim novi, kažemo da je svrha ovog načina upotrebe Interneta-prokreativna.¹⁷⁶ Drugim rečima, svaki odlazak u virtuelni svet Interneta, poput kretanja u realnom okruženju, može izroditi neki neočekivan i neplaniran susret.

U nastavku ovog poglavlja bavićemo se društvenim odnosima na Internetu. U skladu sa tim naša analiza će se odvijati u tri pravca. Prvo ćemo detaljno obraditi Internet kao društveni prostor kroz analizu njegovih najvažnijih virtuelnih prostora. Nakon toga prelazimo na dva modela društvenosti u virtuelnim prostorima Interneta, koje smo definisali kao prokreativno-personalni i prokreativno-ritualni. U skladu sa tim, u okviru personalne funkcije Interneta bavićemo se interpersonalnim *online* društvenim odnosima, dok ćemo, u okviru ritualne interakcije na Internetu, obraditi njen najvažniji produkt - virtuelne zajednice.

3.2.4.1 *Internet kao novi društveni prostor*

U drugom poglavlju videli smo da Internet, iako spada u savremene tehnologije koje su tek u povoju, u stvari ima bogatu i burnu četrdesetogodišnju istoriju. Važno je naglasiti da ovo nije samo tehnološka istorija jednog medija već i društvena istorija njegove upotrebe i njegovog permanentnog re-izumljivanja. Ovde mislimo na sve one aspekte upotrebe Interneta koji posreduju interpersonalne odnose na način koji nije postojao pre njegovog nastanka. Ili još jednostavnije rečeno, mislimo na Internet kao novi, virtuelni, prostor društvenosti.

Kao što svako mesto ima svoju manje ili više poznatu istoriju nastanka i razvoja, tako i virtuelna mesta Interneta imaju svoju.¹⁷⁷ Prva takva mesta nastaju

¹⁷⁶ Po Oxfordovom rečniku imenica prokreativnost izvedena je od latinskog glagola procreare (pro+creare) koji znači stvoriti, kreirati, reprodukovati (<http://oxforddictionaries.com>).

¹⁷⁷ Mi razlikujemo termine virtuelni prostor i virtuelno mesto u tom smislu da kad govorimo o virtuelnom prostoru mislimo na neograničen prostor za društvenu interakciju na Internetu. Kada govorimo o virtuelnom

početkom 80tih godina XX veka, što će reći da najstarija od njih imaju istoriju dugu skoro 30 godina.¹⁷⁸ Ipak, pošto mnoga od njih, u prvobitnom obliku, danas više ne postoje, ispravnije bi bilo reći da se može govoriti od 30-godišnjoj istoriji virtuelnih, sajber, odnosa.

Ovde treba pojasniti da pod virtuelnim prostorima Interneta razumemo ona mesta na Internetu koja imaju svoju virtuelnu lokaciju i čija je osnovna ili dominantna svrha da omoguće međusobnu interakciju njihovih posetilaca. Imajući to u vidu kao virtuelna prostore na Internetu identifikovali smo: *forume, pričaonice, virtuelne svetove, blogove i online platforme za društveno umrežavanje*

Prikaz virtuelnih prostora na Internetu, koji sledi, biće ograničen na njihovu istoriju i osnovne činioce. Svaki od ovih prostora je predmet mnogobrojnih studija i predstavlja fenomen *per se*. Ono što nas, pre svega, interesuje jeste njihova interakcijska komponenta, pa će u skladu sa tim i naša analiza usmeriti u tom pravcu. Nakon prikaza ovih mesta bavićemo se fenomenom virtuelnih zajednica koje nastaju kao posledica interpersonalne interakcije posetilaca društvenih mesta Interneta.

Forumi

Današnjim pasioniranim korisnicima web foruma verovatno malo znače pojmovi kao što su *Buletin board sistem* (BBS) ili *newsgroups* (grupe za vesti). Ono što bi za većinu njih verovatno bila novost jeste da fenomen *online* diskusija traje preko 30 godina i da *onilne* forumi predstavljaju najraniju formu virtuelnog okupljanja ljudi. Kao što smo već pomenuli u delu o istoriji Interneta, prva virtuelna mesta za diskusiju, odnosno *online* forumi, nastaju daleke 1978. godine

mestu onda govorimo o konkretnom mestu koje ima svoju jasno definisanu lokaciju, bilo kroz web adresu bilo kroz arhitekturu nekog šireg virtuelnog mesta. Recimo kada govorimo o pričaonicama na Internetu mi govorimo o virtuelnom prostoru, ali kad govorimo o pričaonici „Beograd“ koja se nalazi u okviru portala „Krstarica“ na web adresi www.krstarica.com/cir/pricaonica, onda govorimo o virtuelnom mestu.

178 Prvu on line oglasnu tablu pušta u rad Verd Kristensen (Ward Christensen) 16.02.1978 pod nazivom CBBS (Computerized Buletin Board Sistem) koja je bila preteča BBS koje su se širile tokom osamdesetih godina XX veka.

pod nazivom BBS,¹⁷⁹ što je bio naziv za neku vrstu oglasnih tabli gde su učesnici postavljali različite teme i međusobno, u okviru njih, diskutovali. Važno je razumeti da je BBS, uostalom kao i mnoge druge društvene komponente Interneta, nastao kao proizvod entuzijazma ranih ljubitelja računarske tehnike koji su bili vođeni žarom osvajanja novog prostora i idealima otvorene i slobodne komunikacije. Verovatno su i oni sami imali samo maglovitu predstavu revolucije čiji su začetnici bili. Prvi BBS-ovi su započinjali svoj život kao mala ostrvca od svega nekoliko ljudi koji bi okretali telefonski pozivni broj njihove oblasti i nakon čekanja spajali se sa BBS-ovima (Rheingold, 1993:10) Nekoliko godina kasnije Tom Dženings (Tom Jennings) kreira svoj BBS program pod nazivom FIDO koji je omogućio povezivanje BBS-ova u zajedničku mrežu, koja je postala poznata pod nazivom FIDONET (Castells, 2001:13). Paralelno sa BBS-om razvija se i USNET platforma u okviru koje je korisnicima bilo omogućeno da objavljuju svoje i čitaju tuđe tekstualne poruke, koje su bile organizovane u okviru tematskih celina koje su se zvale njuz grupe (newsgroup).¹⁸⁰ Iako u tehničkom smislu postoje neke manje razlike između BBS-ova i njuz grupa,¹⁸¹ možemo smatrati da su obe aplikacije na podjednak način utemeljile put za širenje web foruma koji će se razviti tek nekih 15-tak godina kasnije. Za razliku od BBS-a i njuz grupa, web forumi su fenomen koji je vezan za razvoj modernog Interneta i osim što je njihova upotreba danas krajnje jednostavna oni se suštinski ni po čemu ne razlikuju od svojih prethodnih *online* formi. U okviru foruma na Internetu učesnici otvaraju različite teme u okviru kojih se individualne poruke vezuju u sinhroni lanac koji se otvara čitanjem najnovije,

179 Prvi poznati kreator BBS bio je Vard Kristensen (Ward Christensen) koji je uz pomoć Rendija Suesa (Randy Suess) 1978. godine smislio program za konektovanje na mrežu koji je i danas poznat pod nazivom MODEM. Ova program je omogućio slanje tekstualnih poruka na jedno zbirno mesto putem spajanja računara i telefonske linije, nazvano CBBS (Computerized Bulletin Board System). <http://www.zdnet.co.uk/news/it-strategy/2003/02/17/online-communities-turn-twenty-five-2130537/>

180 Svaka njuz grupa je bila označena na takav način da je zajedno sa drugim grupama bila razvrstana u okviru različitih hijerarhija koje su nosile prefikse poput: sci. (science), rec. (recreation), soc. (society), itd. Njuz grupe postoje i danas ali njihova prevashodna svrha ogleda se u razmeni muzike, video zapisa, fotografija i sl. (Turner et al., 2005; Choi and Danowski, 2002).

181 Jedna od njih se sastojala u tome da za razliku od BBS-ova i web foruma, njuz grupe nisu bile pohranjene na glavnom serveru i bile su bez administratora.

odnosno poslednje poruke u nizu. Korisnici se identifikuju putem samostalno odabranih nikova¹⁸² dok se anonimno postovanje (objavljivanje) generalno ne ohrabruje na forumima. Uglavnom je samo registrovanim korisnicima dozvoljeno da koriste sve funkcije foruma pa i onu najvažniju koja podrazumeva diskutovanje, dok neregistrovani korisnici imaju status gosta i njima mogu, ali i ne moraju biti dostupni tekstovi ranijih diskusija. Svaki forum poseduje svoja pravila ponašanja i od učesnika foruma se očekuje da ih se pridržavaju. Pravila se odnose na rečnik koji se upotrebljava, zabranu rasne, verske, seksualne i drugih diskriminacija, zabranu trolovanja,¹⁸³ zaštitu privatnosti korisnika, pitanja reklamiranja proizvoda ili usluga, itd. Važnu ulogu u očuvanju normi nekog foruma igraju moderatori koji mogu biti iz reda korisnika ili formalno zaposleni u cilju obavljanja tog posla. Pored moderatora, forumi imaju i svoje administratore, koji su najčešće zaduženi za tehničko opsluživanje foruma. Sankcije za kršenje pravila se kreću od opomene prekršioca, preko zabrane posećivanja foruma na određeno vreme (banovanje), do trajnog brisanja korisničkog naloga.

Međutim, pored formalnih postoje i neformalna pravila ponašanja koja su ređe opšteg karaktera, već su pre vezana za prirodu i strukturu samog foruma.¹⁸⁴ Za očekivati je da kod foruma sa velikim brojem učesnika ili diskusijama u okviru opštih tema, dominiraju formalna pravila ponašanja. Kod uže tematskih i foruma sa manjim brojem međusobno poznatih učesnika, do izražaja dolaze specifična neformalna pravila ponašanja. Ona se mogu odnositi na rečnik koji se upotrebljava, na pristup temi foruma, odnos prema drugim učenicima u diskusiji, odnos prema novim članovima, itd.¹⁸⁵

182 Nik znači nadimak. Detaljnije ćemo objasniti ovaj pojam u nastavku ovog odeljka, u delu o pričaoenicama na Internetu.

183 Trolovanje se odnosi na ubacivanja neke nove teme tamo gde ona sadržajno ne pripada.

184 Slično ovome, Gurau (Gurāu, 2006) razlikuje eksplicitna i implicitna pravila ponašanja na web forumima ali pravi i detaljniju podelu na pet grupa pravila. Prva su ona koja se odnose na tehničko obezbeđivanje funkcionalnosti foruma, druga na pravila vezana za sadržaj samih poruka, treća su ona koja se odnose na svrhu i način korišćenja foruma, četvrta za pitanja identiteta učesnika, do su peta vezana za stil pisanja poruka.

185 Pa tako, na srpskom web forumu posvećenom ribolovu (www.varalicar.com) neformalna pravila podrazumevaju da se prijavljeni ulovi većih riba dokumentuju i objave na forumu, što služi kao neka vrsta verifikacije, stručnosti i iskrenosti učesnika foruma, a da se ne prikazuju ulovi koji su ispod propisanih

Iako učesnici foruma mogu međusobno komunicirati i putem privatnih poruka, gde u tom slučaju sadržaj diskusije ostaje poznat samo njima, ono što čini bit foruma jeste javna diskusija u okviru unapred datih ili novootvorenih tema. Upravo njihova javnost je i zaslužna za veliku popularnost foruma i njihove različite društvene funkcije. Međutim ovo ne znači da se u okviru svake teme koja je na forumu otvorena uvek vode diskusije i da su forumi po pravilu živa mesta. Štaviše, teme sa širokim diskusijama su retke a često se dešava da u okviru neke teme stoji samo pitanje ili neka konstatacija onoga ko je otvorio datu temu, ali da na nju nikada nije odgovoreno. Po nekim istraživanjima, većinu korisnika foruma čine oni koji postavljaju pitanje, dobiju odgovor i nikada se više ne vrata (Morzy, 2009, Joyce and Kraut, 2006).

Teško da je moguće dati jednostavno objašnjenje popularnosti Internet foruma ali se odgovor svakako može potražiti u činjenici da stotine miliona ljudi svakodnevno razmenjuje informacije najrazličitijih vrsta (od zdravstvenih, preko poslovnih, do onih vezanih za razonodu), pružaju jedni drugima podršku i razumevanje. Takođe, forumi služe kao izvor novih društvenih odnosa, bilo virtuelnih bilo onih koje će se preneti realno društveno okruženje (Ridings and Gefen, 2004). U skladu sa tim možemo zaključiti da forumi na Internetu ispunjavaju tri važne funkcije:

1. Instrumentalnu;
2. Ekspresivnu;
3. Diskusionu.

Kada je reč o instrumentalnoj funkciji ona je verovatno i najzastupljenija budući da kao što smo već konstatovali većina ljudi dolazi na forume ne bi li pribavili neku informaciju, uputstvo, tehnički savet, razmenili muziku, filmove, knjige, itd. Kada vrše instrumentalnu ulogu forumi su neka vrsta globalne baze podataka i uputstava koji ljudi međusobno dobrovoljno razmenjuju.

Pored instrumentalne široko je zastupljena i ekspresivna funkcija foruma kroz najrazličitije tipove društvene podrške koju članovi foruma međusobno

standarda veličine ili iznad propisanih standarda o količini ulovljene ribe, da se ohrabruje CeR (Catch and Release-uhvati i pusti) stil pecanja, da se pomaže novopečenim ribolovcima, itd.

razmenjuju. Ovde su tipični primeri forumi koji okupljaju obolele od teških bolesti, bivše alkoholičare, one koji su izgubili nekog bliskog i sl.

Diskusiona funkcija je najbliža originalnom značenju reči „forum“, kao javnom mestu za otvorenu razmenu ideja i mišljenja. Kroz ovu svoju funkciju forumi se pretvaraju u neku vrstu virtuelne javne sfere. Teme oko koji se diskutuje pokrivaju široko polje od političkih, preko umetničkih, do sportskih.

Pričaonice

Najdinamičniji društveni prostori na Internetu, sve do buma *online* platformi za društveno umrežavanje, bile su Internet pričaonice (chat rooms). Iako su web forumi nešto stariji od pričaonica, upravo su one važne za popularizaciju interesovanja za fenomen virtuelnih zajednica jer se, usled međusobne sinhronne interakcije posetilaca, još više približavaju realnim zajednicama. Ovo ne znači da ovaj vid virtuelne interakcije nije bio moguć i ranije,¹⁸⁶ ali je ona bila ograničena samo na dva korisnika. Međutim, kada je 1988. godine Finac Jarko Ojkarinen (Jarkko Oikarinen) napisao program pod nazivom IRC (Internet Relay Chat) to je otvorilo vrata za masovnu sinhronu komunikaciju na Internetu. Već posle nekoliko godina postojalo je na stotine kanala na kojima je hiljade ljudi iz svih delova sveta međusobno komuniciralo dvadeset četiri sata, svakoga dana (Rheingold 1993:155).¹⁸⁷

Uobičajeni naziv za interakciju koja se odvija unutar pričaonica je *četovanje*,¹⁸⁸ koje možemo definisati kao *sinhronu interakciju, između dve ili više osoba, koje u realnom vremenu razmenjuju tekstualne poruke putem Interneta*. Poput interakcije

186 Program Talk je bio u upotrebi već sedamdesetih godina XX veka (Rheingold, 1993:155)

187 Korisnici se okupljaju na različitim „kanalima“ u okviru kojih kreiraju mnogobrojne grupe u okviru kojih međusobno interaguju. Pored grupne, korisnici mogu učestvovati i u privatnoj, jedan na jedan interakciji. Jedna od najpoznatijih aplikacija za ovaj vid interakcije jest program po nazivom *mIRC* putem koga i danas brojni korisnici Interneta međusobno četuju.

188 Do ovog izraza dolazi se lingvističkim prilagođavanjem engleskog termina chat, odnosno chat-ing. U bukvalnom prevodu na naš jezik to bi značilo ćaskanje, ali kao što smo već rekli, kako za mnoge termine vezane za sam Internet i njegovu upotrebu, ne postoje adekvatne zamene u našem jeziku onda se oni koriste u izvornom ili našem jeziku prilagođenom obliku. Sa druge strane, kada je reč o virtuelnim mestima za četovanje, koja u originalu nose naziv chat-rooms, njih prevodimo kao virtuelne ili Internet pričaonice, mada ćemo ponekada radi jasnoće koristiti i termin *sobe za četovanje*.

licem u lice i četovanje se može odvijati između dve osobe ali se, takođe, može odvijati i u grupi. Za prvi tip četovanja mogu se koristiti brojni instant mesindžeri koji korisnika obaveštavaju koji je od njegovih prijatelja trenutno na mreži. Interakcija jedan na jedan se takođe odvija i u virtuelnim pričaonicama, gde je dovoljno kontaktirati bilo koju osobu izlistanu na spisku posetilaca pričaonice nakon čega se otvara zasebni prozor za njihovu privatnu komunikaciju. Drugi tip četovanja, koji je grupnog karaktera, odvija se na zajedničkom ekranu pričaonice i predstavlja neku vrstu njenog javnog mesta. Ova interakcija je vidljiva svim posetiocima pričaonice i svako ko želi može se u nju i uključiti. Način pristupanja ovim sobama je krajnje jednostavan. Dovoljno je povezati se na Internet, otići na neku od za to predviđenih Internet adresa, izabrati nik¹⁸⁹ i jednim klikom «ući» u jednu ili više tematskih soba.¹⁹⁰ Posle toga, na posetiocu je da odluči da li će se uključiti u grupni razgovor koji se odvija na zajedničkom ekranu ili će klikom na neki od proizvoljno izabranih nik-ova započeti privatni razgovor u dvoje. Pričaonice su tematski razvrstane što se jasno vidi iz njihovog naziva koji može ukazivati na određenu poželjnu starost posetilaca („18+“, „25+“, „33+“, „44+“), geografsku lokaciju („Beograd“, „Niš“ „Novi Sad“ ili „Srbija“, ako se radi o internacionalnim pričaonicama) ili različita interesovanja posetilaca („Delije“, „Housemusic“, „Ufolozi“). U najposećenijim srpskim pričaonicama koje su locirane

189 Nadimak ili kako se češće među Internet populacijom kaže nik (od engleskog nickname). Jedino ograničenje za izbor nik-a jeste mašta samog korisnika. Oni mogu biti u formi ličnog imena, ponekad sa pridodatim godištem ili geografskom odrednicom, pa sve do najrazličitijih i često besmislenih pojmova. U zanimljivoj studiji iz 1995. godine, Behar-Izraeli, na osnovu istraživanja u izraelskim pričaonicama, daje svoju tipologiju nik-ova koja se, po njemu, deli na šest plus jedan osnovnih tipova. U prvi tip spadaju oni koji koriste lično ime, pa se oni samo uslovno mogu nazvati nik-ovima, a u ostalih šest kategorija spadaju nik-ovi: 1. koji se odnose na self, bilo da je reč o opisu neke fizičke ili psihičke osobine ili da se odnose na profesiju, hobi, zemlju boravka, itd; 2. inspirisani medijima, tehnologijom ili njihovom prirodom; 3. inspirisani florom i faunom ili različitim fizičkim objektima; 4. nastali kroz igru reči ili opisom zvukova; 5. inspirisani filmovima, televizijom, literaturom ili poznatim ličnostima; 6. koji imaju provokativnu ili eksplicitno seksualnu konotaciju. Od ovih sedam vrsta samopredstavljanja u pričaonicama ubedljivo su najzastupljeniji nik-ovi koji se odnose na self sa 45%, dok svi drugi ubedljivo zaostaju. Tipični nik-ovi ove vrste su: stidljiva, zanimljiv, slatka, zgodan, visok, plavuša, itd (Bechar-Israeli, 1995).

190 Naravno ima i onih pričaonica koje zahtevaju da platite ovu uslugu, kao i onih gde su postojeći članovi vrlo restriktivni po pitanju prijema pridošlica.

na Krstarici,¹⁹¹ najviše posetilaca uvek ima opšta soba pod nazivom „krstarica“,¹⁹² potom sobe koje su generacijski određene, zatim one koje u sebi sadrže neku geografsku odrednicu, za kojima slede sobe koje okupljaju posetioce različitih interesovanja, bilo da je u pitanju neki tip muzike, određeni fudbalski klub ili politička opcija. Kojoj će pričaonici korisnik pristupiti zavisi, pre svega, od njegovih interesovanja a u manjoj meri i od informatičke opismenjenosti. Drugim rečima, pričaonicama se može pristupiti tako što će korisnik otići na neku od web adresa, poput one gde se nalazi Krstarica, ali i putem specijalizovanih programa koji otvaraju vrata hiljadama pričaonica širom sveta.¹⁹³

Kao i kod web foruma i u pričaonicama postoje slična pravila ponašanja korisnika koju neki nazivaju i *čet-etika* (chatiquette).¹⁹⁴ Specifična pravila, osim onih koje smo već pomenuli kod web foruma, odnose se na najstrožu zabranu korišćenja velikih slova, jer se pod tim podrazumeva vikanje, zabranu flodovanja (flooding) odnosno zatrpavanja javnog kanala sa puno teksta, uljudno pozdravljanje i otpozdravljanje na ulasku i izlasku iz pričaonice, itd. Naravno, ova pravila su manje ili više stroga u zavisnosti od tipa pričaonice kojoj se pristupa.

Još jedna od specifičnosti komunikacije u pričaonicama Interneta jeste i jezik koji se u njima koristi. Kako se interpersonalna interakcija odvija isključivo u tekstualnoj formi često dolazi do prilagođavanja ili modifikacije standardnih lingvističkih obrazaca i pravila i to iz najmanje dva razloga. Prvo, postoji stalna želja za ubrzavanjem tekstualne interakcije, što neminovno dovodi do narušavanja lingvističke strukture reči i rečenica, njihovim redukovanjem, razbijanjem, te

191 Po podacima Google s kraja 2009. godine Krstarica je najposećeniji sajt u Srbiji sa 1 600 000 poseta mesečno <http://info.krstarica.com/l/mediji/krstaricacom-najposeceniji-sajt-u-srbiji/>

192 Broj može dosezati i do hiljadu posetilaca u jednom trenutku, što zapravo znači da je posetilaca neuporedivo više, ali budući da oni stalno fluktuiraju, ulazeći i izlazeći iz pričaonica, ovo je jedina konkretna brojka na koju se možemo pozvati.

193 Samo jedan od specijalizovanih statističkih softvera koji se bavi praćenjem IRC mreža, kanala i korisnika pokazuje da je u svakom trenutku i svako doba dana u preko pola miliona pričaonica aktivno između 700 000 i 850 000 korisnika <http://irc.netsplit.de/networks/summary.php>

194 Za više detalja posetiti sledeće web adrese: education.qld.gov.au/learningplace/communication/chat/chatiquette.html i www.livinginternet.com/r/ru_chatq.htm

spajanjem na nove, često gramatički nekorektne, načine.¹⁹⁵ Sa druge strane, budući da je tekstualna konverzacija lišena neverbalnih elementa, koji su vrlo važni u interakciji licem u lice, postoji snažna potreba za obogaćivanjem tekstualne interakcije tzv. emotikonima,¹⁹⁶ koji imaju funkciju imitiranja neverbalnog aspekta komunikacije u realnom svetu.¹⁹⁷ Jezik nastao u pričaonicama je masovno popularizovan kroz jedan novi medij koji u široku upotrebu ulazi par godina kasnije, a to je komunikacija putem mobilnih telefona, pre svega putem SMS-a.

Kao što je već rečeno, na IRC kanalima postoji na stotine hiljada pričaonica koje variraju kako po temama tako i po broju, nacionalnosti, starosti, seksualnom opredeljenju njihovih posetilaca. Ilustracije radi, na Krstarici postoji preko 300 pričaonica od kojih njih oko pedeset, u svakom trenutku, broji više od 20 članova, dvadesetak više od 50 članova i samo nekoliko više od 100 članova.¹⁹⁸ Najveći broj pričaonica, osim moderatora, odnosno kreatora, nema ni jednog posetioca. Međutim, posećenost pričaonice je važna iz jednog drugog razloga. Brojnost posetilaca značajno utiče na tip odnosa koji se u pričaonici mogu razviti. S jedne strane, imamo masovne pričaonice sa po nekoliko stotina posetilaca koje predstavljaju neku vrstu virtuelnih okupljališta, poput onih karakterističnih za gradski korzo nekada ili kafiće i diskoteke u današnje doba. Jedan anonimni istraživač na ovakav način opisuje Internet-pričaonice:

“To se jedino može uporediti sa ogromnom žurkom, koja se odvija u nekoliko desetina hiljada soba; sa žurkom koja nikad ne prestaje, koja uključuje ljude iz svih krajeva sveta, koja je potpuno bezbedna i nenasilna, gde možete staviti bilo koju masku, biti bilo kojih godina, pola ili izgleda i pričati u nekoliko soba istovremeno” (Cyberdewd, 1997:3).

Karakteristika ovakvih javnih okupljališta je da se ređe odvija grupna interakcija, koja je karakteristična za virtuelne zajednice, a mnogo češće interakcija

195 Pored klasičnih skraćenica, jedna od zanimljivih kombinacija nastaje umetanjem brojeva koji zamenjuju delove ili cele reči – no 1(no one-niko); 4 you (for you-za tebe); me2 (me too-ja takođe); str8 (straight-pravo, čisto, heteroseksualno).

196 Različitim simbolima, koji označavaju, radost :), tugu:(, čuđenje o-;, itd). Detaljni prikaz simbola videti na <http://www.web-friend.com/help/lingo/chatslang.html>

197 Za detaljniju analizu jezika koji se koristi na Internetu, pogledati u Crystal, 2001.

198 Još jednom ističemo da je broj posetilaca pričaonica veći, dok ovi brojevi označavaju koliko je posetilaca prisutno u jednom trenutku.

u parovima van javnog i vidljivog prostora (Petrović, 2008). Slično kao u diskotekama i klubovima gde posetioци prilaze jedni drugima i stvaraju nove kontakte tako i u pričaonicama realne osobe, skrivene pod dobrovoljno izabranim maskama (nik-ovima), klikom miša takođe kontaktiraju jedni druge uspostavljajući međusobne odnose. Ono što je ključno je to da ovakva virtuelna okupljališta ne ispunjavaju osnovne elemente koji tvore virtuelne zajednice, kao što su: definisana struktura odnosa posetilaca, zajednički sistem vrednosti, međusobna komunikacija, solidarnost. Zbog toga takva mesta možemo okarakterisati kao virtuelna *okupljališta*.¹⁹⁹

S druge strane, pored virtuelnih okupljališta, na Internetu postoje pričaonice koje se sa pravom mogu nazvati virtuelnim zajednicama. Njihova osnovna karakteristika je da imaju daleko manji broj članova, koji se međusobno poznaju i redovno komuniciraju, deleći slične sisteme vrednosti, razvijajući interpersonalne odnose i gradeći specifične podkulture.²⁰⁰

U skladu sa tipom pričaonice razlikuju se i njihove društvene funkcije. Pričaonice koje imaju karakteristike okupljališta služe, pre svega, za uspostavljanje novih društvenih veza, bilo instrumentalne ili ekspresivne prirode. Značajan broj novouspostavljenih veze produžava se prenošenjem kontakta u realnost. Druga funkcija interakcije u ovim pričaonicama je ispunjavanje slobodnog vremena putem neobavezne razonode, ćaskanja, „ubijanja“ vremena i sl. Sa druge strane, ako su u pitanju zatvorenije pričaonice, gde se isti ljudi redovno okupljaju, onda je njihova funkcija složenija i njome ćemo se detaljnije baviti pri kraju ovog poglavlja kada budemo govorili o virtuelnim zajednicama. Recimo, samo ukratko, da ovakav tip pričaonica svojim posetiocima može putem grupne interakcije obezbeđivati različite tipove društvene podrške, od instrumentalne do ekspresivne, ali i služiti za ojačavanje osećaja pripadnosti i društvenog identiteta.

199 Sličan stav po ovom pitanju ima više autora koji zaključuju da zbog prevelike fluktuacije korisnika i neredovnosti u posećivanju nisu sve pričaonice automatski i virtuelne zajednice (Džouns, 2001; Ridings and Gefen, 2004).

200 Više o virtuelnim zajednicama videti u nastavku ovog poglavlja, u odeljku 3.2.4.3.

Virtuelni svetovi

Od svih društvenih prostora na Internetu, virtuelni svetovi najvernije oponašaju stvaran život ljudi. Virtuelni svet je trajna *online* predstava, koja u sebi sadrži mogućnost sinhronne interakcije, kako između samih korisnika, tako i između korisnika i virtuelnog sveta, unutar prostornog okvira koji je dizajniran kao upravljivi univerzum (Klastrup, 2003:101). Virtuelni svetovi su, dakle, trodimenzionalni (3D) prostori kroz koje se korisnici²⁰¹ mogu kretati, voziti, teleportovati, međusobno ćaskati u kafićima, zaljubljavati se i voditi ljubav, oponašati porodičan život u virtuelnim kućama, zarađivati i trošiti virtuelni novac.²⁰² Za razliku od pričaonica, blogova i foruma, posetioci virtuelnih svetova su reprezentovani ne samo nadimkom, već i pokretnom grafičkom predstavom poznatijom pod nazivom *avatar*.²⁰³ Avatari su najčešće antropomorfni, ali korisnici mogu uzeti i obličja poput robota, mutanta, zmajeva i drugih životinja.

Kada govorimo o virtuelnim svetovima na Internetu²⁰⁴ važno je napraviti razliku između dve osnovne virtuelne platforme. Jedna je, uslovno je nazovimo, društvena (MMOW),²⁰⁵ dok je druga igračka (MMOG).²⁰⁶ *Društveni virtuelni svetovi* su oni prostori na Internetu čija je osnovna svrha stvaranje smisla kroz manipulaciju samim svetom ili kroz međusobnu interakciju sa drugim stanovnicima virtuelnog sveta. U tom pogledu se ovi virtuelni svetovi razlikuju od

201 Sve češće se za korisnike virtuelnih svetova koriste sinonimi kao što su posetioci, stanovnici, igrači tako da ćemo ih i mi u zavisnosti od konteksta birati.

202 Virtuelni novac u poznatoj platformi Second Life (Drugi život) pod nazivom Linden Dollar ima svoju realnu vrednost koja se izražava u US Dolarima (250:1) i virtuelni zarađeni novac se može pretvoriti u US Dolare kao i vice versa. <http://secondlife.com/whatis/currency.php>

203 Sam pojam *Avatar* je uzet iz Hindu mitologije i odnosi se na predstavu boga ili božanstva na zemlji. Kada je reč o virtuelnim računarskim svetovima, prvi put je u tom kontekstu upotrebljena od strane Čipa Morningstera (Chip Morningstar) u cilju opisivanja predstave igrača u jednom od najranijih 2D virtuelnih svetova pod nazivom Habitat (Pearce, 2009:21). Danas je ovaj termin globalno poznat zahvaljujući istoimenom filmu Džejmisa Kamruna (James Cameron) iz 2009. godine, koji je postao jedan od najuspešnijih filmova u istoriji kinematografije.

204 Ograničavamo se na Internet pošto postoje i mišljenja da su virtuelni svetovi postojali mnogo pre pojave Interneta (Bittarello, 2008; Ikegami, and Hut, 2008)

205 *Massively multiplayer online world*

206 *Massively multiplayer online game*. Najrazvijenija varijanta ovih platformi su takozvane MMORPG-*massively multiplayer online role-playing games*, kakva je, recimo, čuvena igra World of Warcraft.

igračkih virtuelnih svetova gde, iako postoji komunikacija između igrača, osnov njihovog boravka tamo je definisan samom strukturom igre (Damer, 2008:2; Schroeder, 2008:2; Spence, 2008:5). Ipak, u praksi su ovi virtuelni žanrovi često isprepleteni na način da društveni svetovi imaju neke elemente *online* igara, dok je sa druge strane, društvena komponenta, manifestovana kroz međusobnu interakciju igrača, neizostavni deo igračkih svetova (Klastrup, 2003:101).

Istorija *društvenih virtuelnih svetova* započinje već sredinom 70-tih godina XX veka kroz jednostavnu platformu *Maze* (lavirint), da bi sredinom 80-tih nastao prvi grafički društveni virtuelni svet pod nazivom *Habitat*. U *Habitatu* su učesnici bili predstavljeni kroz jednostavne avatare, imali su mogućnost tekstualne (čet) interakcije, kretanja kroz prostor i izgradnje okoline. Početkom 90-tih godina XX veka lansirana je nova platforma *Lambda MOO*, dok je prvi moderno-internetski virtuelni svet nastaje nekoliko godina kasnije pod nazivom *Worlds Chat*. Ova virtuelna platforma predstavljala je 3D svemirsku stanicu gde su se korisnici mogli teleportovati, kretati kroz okruženje i međusobno komunicirati. Odmah za ovom, nastaje nova virtuelna platforma pod nazivom *Alphaworld*, u okviru koje su korisnici mogli graditi različite elemente tog prostora slažući već napravljene objekte. Prva, značajna, virtuelno-društvena platforma pod nazivom *Avatar 98* ambiciozno je pokrenuta 21. novembra 1998. godine a taj događaj je dan ranije najavio i CNN (Damer, 2008:9). Nakon toga svake godine je izlazila nova verzija Avatara da bi se 2002. godine pojavila poslednja verzija. Naredna, 2003. godina, verovatno će ostati upamćena po lansiranju beta verzije dve platforme *The There* i *Second Life* (SL), danas najpopularnijeg društvenog virtuelnog sveta.²⁰⁷

Istorija *igračkih virtuelnih svetova* započinje sa takozvanim MUD platformama (Multiple User Dungeons or Domains). Ove rane MUD platforme bile su tekstualne prirode kroz koje se kreirala virtuelna stvarnost, odnosno osećaj prostora kroz povezivanje (linkovanje) različitih virtuelnih soba gde su igrači mogli pokreirati tekstualne avatare, kretati se kroz prostor, uzimati ili bacati predmete, boriti se protiv različitih neprijatelja ili rešavati zagonetke. Ipak, tek sredinom 90-tih godina XX veka, sa razvojem računarskog hardvera i softvera kao i sa širenjem upotrebe

207 Procenjuje se da je u 2008. godini bilo oko 15 miliona jedinstvenih pretplatnika SL (Spence, 2008:11).

Interneta, MMOG ulaze na velika vrata u masovnu upotrebu postajući jedan od najzastupljenijih sektora video igara. Poznate igre ovog tipa su, od najranijih kao što je *Meridijan 59*, *Ultima Online*, preko *EverQuest*, *Dark Ages of Camelot*, *Asheron's Call*, do danas već čuvenog *World of Warcraft*²⁰⁸ (Pearce, 2009:10).

Kao što smo već rekli, virtuelni svetovi, bilo da su društveni ili igrački, su specifična mesta na Internetu koja imaju svoje osobenosti po kojima se razlikuju od drugih društvenih prostora na Internetu. Iako smo već pominjali njihove osnovne osobenosti, ovde ćemo, pozivajući se na Pirsovu, dati detaljniji pregled konstitutivnih elemenata virtuelnih svetova (Pearce, 2009:18-20):

Prostornost – Virtuelni svetovi uvek egzistiraju u okviru nekog prostora. Da li je taj prostor 2D ili 3D, jednostavno grafički ili tekstualno reprezentovan, manje je važno od činjenice da se oni uvek predstavljaju u okviru specifičnog prostornog konstrukta;

Graničnost – virtuelni svetovi se uvek prezentuju kroz geografsku ograničenost emitujući osećaj prostornog kontinuiteta. Drugim rečima, virtuelni svetovi su podložni mapiranju;

Istraživost – budući da poseduju osobinu prostornosti, virtuelni svetovi se, poput stvarnih, mogu istraživati. Posetioци mogu ići gde god žele, osim ako to nije ograničeno nivoom same igre ili statusom posetilaca u tom svetu;

Perzistentnost – virtuelni svetovi su trajni i postoje čak i kada igrač nije u njima, dok su akcije koje su u njima preduzete kumulativnog karaktera, što znači da posledice po igrača mogu nastupiti i u njegovom odsustvu;

Otelotvoreni trajni identiteti – avatari. Svaki posetilac ima virtuelno telo koje može manje ili više usavršavati kako igra odmiče ali ono što je ključna uloga avatara je to da omogući vidljivu reprezentaciju igrača;

Naseljivost – virtuelni svetovi su naseljivi i participativni u smislu da neko može ući u svet, živeti u njemu i doprinostiti mu na različite načine;

208 Prema podacima sa zvaničnog sajta World of Warcraft iz maja 2009. godine broj pretplatnika se stabilizovao na oko 11,5 miliona jedinstvenih korisnika: <http://www.wow.com/2009/05/07/activision-conference-call-wow-still-at-11-5-million-subscriber/>

Posledična participativnost – ovo znači da sama činjenica nečijeg prisustva u virtuelnom svetu nosi posledice po taj svet i postaje deo je iskustva ostalih učesnika;

Populus – virtualni svet je po definiciji društveni svet i to je ono što ga razlikuje od pojedinačnih svetova u igricama poput Age of Empires ili Civilization;

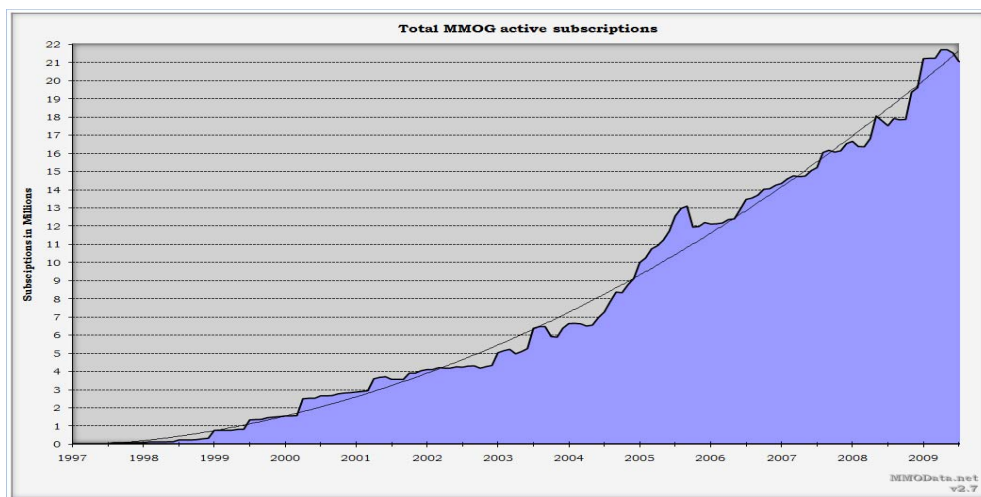
Svetskost (Worldness)- je suštinska odrednica virtuelnog sveta koju je pak najteže opisati. Ovo bi trebalo da znači da je virtuelni svet jedna koherentna celina sklopljena od svih gore navedenih elemenata koji su uklopljeni u određena jasno definisana pravila. Da bi održao osećaj *svetskosti* virtuelni svet mora kreirati sopstvenu estetiku ili poetiku (Klastrup,2003).

Zanimljivu tipologiju virtuelnih svetova daju Mesindžer i saradnici (Messinger, et al., 2009:207-8) koji, u skladu sa osnovnom svrhom određenog virtuelnog sveta, razlikuju pet osnovnih vrsti virtuelnih društvenih platformi:

1. *Usmerene na obrazovanje* – su platforme koje omogućuju vežbanje iz oblasti dizajna i arhitekture, učenje stranih jezika ili savladavanje različitih veština. Osnovne tehničke pretpostavke obrazovnih virtuelnih svetova su: realistično prikazivanje, veoma izražajni avatari, visoke performanse, alatke koje je lako koristiti u edukativne svrhe (primer je jedna od ranih virtuelnih platformi *Active Worlds* iz 1995. godine);
2. *Usmerene na temu* – su platforme koje su tako dizajnirane da promovišu određeni sadržaj u okviru zajednice. Njihova svrha je da članovima zajednice omoguće potpuniji pristup sadržajima vezanim za osnovnu temu i da im omoguće diskusiju i izražavanje u vezi sa tom temom (primer je platforma *vSide*, koja promoviše muziku, kreiranje pesama, video spotova, itd);
3. *Usmerene na određenu zajednicu* – su platforme čija je osnovna tema vezana za članove određene zemlje ili regiona. Zbog toga su one jezički i kulturalno prilagođene samo članovima tih zemalja/regiona (primeri su platforme *HoPiHi* koja je namenjena korisnicima iz Kine ili *Cyworld*, namenjena korisnicima iz Južne Koreje);
4. *Usmerene na decu* – su platforme prilagođene deci različitog uzrasta pa u skladu sa tim mogu sadržavati određene edukativne a ne samo zabavne elemente (primeri su: *Webkinz*, *Club Penguin*, *Whyville*, *RuneScape*);

5. *Samo-usmerene* – su platforme koje ne tretiraju ni jednu specifičnu temu, već sami korisnici, kroz međusobnu interakciju, stvaraju smisao. Ove platforme spadaju među najpopularnije virtuelne svetove (Primeri su: *Second Life*, *Keneva*, *Entropia Universe*).

Po dosadašnjim istraživanjima korisnici virtuelnih svetova su uglavnom mladi ljudi, većinom ispod 20 godina (Spence, 2008:9), što je i logično imajući u vidu da se virtuelni svetovi uglavnom percipiraju kao računarske igrice. Popularnost ovih platformi iz godine u godinu raste o čemu svedoči i grafikon 3.1, sa koga možemo videti jasan trend rasta broja registrovanih pretplatnika društvenih virtuelnih svetova. Procenjeni broj registrovanih korisnika virtuelnih svetova svih vrsta iznosi čitavih 194 miliona²⁰⁹, ali je važno naglasiti da jedna osoba može imati više korisničkih naloga pa ove brojeve ne treba automatski povezivati sa brojem korisnika. Primera radi, iako SL broji oko 15 miliona korisničkih naloga tu igru dnevno igra 50 000 do 100 000 igrača (Spence, 2008:11).



Izvor: <http://www.mmodata.net/>

Grafikon 3.1. Ukupan broj pretplatnika igračkih virtuelnih svetova (u milionima)

Međutim, danas virtuelni svetovi sve više prevazilaze svoju zabavljačku ulogu i postaju predmet edukativnih (Campbell 2009; Papargyris and Poulymenakou, 2009), ekonomskih (Jin and Bolebruch, 2010) i drugih interesovanja. Ovakve ideje,

²⁰⁹ Ovaj broj iznosi neverovatnih 330,5 miliona ako tu zbrojimo i slične projekte koji integrišu tehnologiju virtuelnih svetova (Spence, 2008:11).

o praktičnoj primeni ovog tipa virtuelnih prostora, su se razvile, pre svega, zahvaljujući društvenim virtuelnim svetovima poput SL, čiji je osnovni smisao oponašanje svakodnevnog života. Onog trenutka kada se pokazalo da korisnicima nije potreban neki određen igrački cilj, već da je dovoljno napraviti okvir u kome će oni sami proizvoditi smisao kroz interakciju sa virtuelnim okruženjem, kao i jednih sa drugima, postalo je jasno da su mogućnosti ovih prostora na Internetu, daleko veće od puke zabave njegovih posetilaca.²¹⁰

Blogovi

Prvobitno zvani web-logovi (web-logs), vremenom poznatiji pod skraćenim nazivom - blogovi (blogs), predstavljaju specifičnu formu, pre svega, ličnih samoprezentacija na Internetu. Generalno govoreći, blog je jednostavna web stranica koju vlasnici (urednici, autori)²¹¹ sami pripremaju stavljajući na nju različite tekstualne, audio ili video zapise. Iako ih ima najrazličitijih vrsta blogova, oni se najčešće poistovećuju sa specifičnim *online* dnevnicima u kojima autori bloga beleže svakodnevne događaje, misli, utiske ili osećanja. Osim u svrhu dnevnčkih beleški, pojedinci ih koriste i za afirmaciju svojih literarnih sposobnosti, afirmisani ili samoproklamovani novinari za publikovanje svojih analiza različitih društvenih događaja, nosioci različitih ideja i pokreta za njihovo promovisanje, naučnici ili ljubitelji nauke za razmenu znanja, itd. (Schiano, et al., 2004; Adar et al., 2004; Herring et al., 2005; Stefanone and Jang, 2007). Još jedna važna, strukturna, osobenost blogova jeste izokrenuta hronološka forma, što znači da čitalac prvo vidi autorov poslednji unos pa tek naknadno, ukoliko želi, može „odmotavati“ hronologiju autorovih zapisa unapred.

210 Mi smo, naravno, svesni i mogućih negativnih posledica prekomerne upotrebe ovih prostora na Internetu, ali nam u ovom odeljku namera nije bila da ulazimo u pozitivne i negativne posledice upotrebe na socijalno-psihološkoj razini, već da opišemo njihove prostorne karakteristike.

211 Iako se ovi pojmovi najčešće koriste kao sinonimi oni se u stvari razlikuju u zavisnosti od toga koju dimenziju odnosa pojedinca i bloga želimo opisati. Jedna osoba je vlasnik bloga zato što on jedini ima pristup unutrašnjosti platforme na kojoj se nalazi dati blog. Osoba je autor bloga jer na njemu objavljuje svoje tekstove, fotografije, video zapise. Osoba je urednik bloga zato što je samo ona odgovorna za konačni izgled bloga, od toga da li će dozvoliti ili ograničiti ili potpuno ukinuti komentarisane svog bloga, do toga kako će taj blog vizuelno urediti. Mi ćemo koristiti ove termine u skladu sa tim koju dimenziju bloga želimo opisati.

Međutim, nisu samo vlasnici bloga oni koji čine blogosferu, već vrlo važnu ulogu igraju njihovi čitaoci koji putem svojih komentara praktično postaju ko-autori blogova. Ova otvorenost je od presudnog značaja jer upravo interakcija između autora i čitalaca bloga (koji su najčešće i sami autori svojih blogova) predstavlja samu suštinu ove forme izražavanja. Na taj način se granica između autora i čitalaca zamućuje ili čak i gubi, pretvarajući autora u čitaoca (komentara na svom blogu) a čitaoca u autore (komentara na nečijem blogu).²¹²

Naravno, u nepreglednom šarenilu najrazličitijih blogova teško je napraviti smislenu sistematizaciju, ali jedan takav pokušaj čini Blad (Blood) koji razlikuje tri osnovna tipa blogova: *filtere, dnevnike i beleške*. Za filtere je karakteristično da se bave javnim događajima koji nemaju veze sa privatnim životom dotičnog blogera, već ih on, na sebi svojstven način, sažima i prezentuje javnosti. Dnevnici predstavljaju najzastupljeniju formu blogova koji po nekim istraživanjima obuhvataju 70% svih blogova (Herring et al., 2005:153). Na kraju su beleške, odnosno duži eseji koji se bave nekim opštim, javnim ili pak, nasuprot tome privatnim, ličnim temama blogera.

Iako su neke žanrovske varijante nalik blogu verovatno postojale i ranije (Winer, 2002; Antonijević, 2007), smatra se da prvi blogovi nastaju 1997. godine, kada Dejv Viner (Dave Winer) pokreće ličnu stranicu *Scripting News*, beležeći svoja zapažanja u vezi sa brojnim temama (Schiano et al., 2004), odnosno kada Džorn Barger (Jorn Barger) počinje da koristi termin weblog²¹³ (Herring, et al., 2005). Međutim, pravu ekspanziju blogovi doživljavaju nakon 1999. godine sa pojavom jednostavnih softvera koji su ovaj vid upotrebe Interneta učinili jednostavnima i za obične, softverski nepismene, korisnike.²¹⁴ Broj blogova se iz godine u godinu vrtoglavo povećavao tako da je danas praktično nemoguće utvrditi njihov broj, ali

212 Dešava se ponekad da se na blogu nekog „nedužnog“ domaćina zapodene rasprava između komentatora koja naposljetku nema veze ni sa domaćinom bloga ni sa temom koju je postavio (objavio).

213 Skraćeni termin „blog“ ulazi u upotrebu dve godine kasnije nakon što Peter Merholz reč „weblog“ počinje da piše kao „we-blog“ (Herring, et al., 2005)

214 Radi se o aplikacijama *Pitas, Blogger i Groksoup* (Herring, et al., 2005:2)

sa sigurnošću možemo reći da se on izražava u desetinama pa i stotinama miliona.²¹⁵

Naravno, najteže je dati odgovor na pitanje otkud tako velika popularnost ove forme Internet opštenja. U pokušaju da razumemo prirodu ovog fenomena nabrojaćemo neke od mogućih razloga koji su blog učinili nezaobilaznim delom društvenog prostora Interneta:

1. *Rast broja korisnika Interneta* - broj blogova se uvećava paralelno sa intenzivnim povećanjem broja korisnika Interneta kojih krajem 2011. godine ima preko dve milijarde;
2. *Jednostavan softver* - druga važna stvar je, kao što smo već pomenuli, razvoj jednostavnih aplikacija za kreiranje blogova koje su omogućile praktično svakom ko je bio na nivou elementarne računarske pismenosti mogućnost da kreira svoj blog;
3. *Osvajanje sajber neba* - uzimajući u obzir sve veći broj ljudi na Internetu, koji su sada dobili i mogućnost kreiranja sopstvenih web prezentacija što je praktično značilo mogućnost osvajanja svog „parčeta“ sajber neba, ne čudi što su mnogi pohitali da iskoriste tu mogućnost. U tom smislu blog je bio preteča današnje fejsbukomanije koja je praktično bazirana na istoj formuli. Ogroman broj ljudi, plus jednostavna aplikacija za kreiranje web prezentacije plus jedinstveno i stalno mesto, odnosno personalizovan web prostor;
4. *Anonimni personalni prostor* – upravo je ovo ključna karakteristika bloga koja je privukla milione korisnika a to je mogućnost da slobodno uređuju svoj virtuelni prostor iznoseći svoja osećanja, ideje, percepciju sveta oko sebe i generalno svega što im padne na pamet;
5. *Interpersonalni prostor* – ovo je druga ključna karakteristika bloga a to je da on nije samo privatni već i javni prostor za interpersonalnu interakciju pisaca i čitalaca bloga;

215 Prema podacima specijalizovanog pretraživača blogova „Technorati“ s kraja 2007. godine kada je poslednji put data procena broja blogova ta cifra je iznosila preko sto miliona blogova, bez uračunavanja većine kineskih blogova čiji je broj tada procenjivan na 80 miliona (<http://technorati.com>; <http://www.blogherald.com>)

6. *Javna sfera* – ovo je još jedan od važnih aspekata bloga jer se uz pomoć njega reafirmiše javna sfera kao prostor za društvenu akciju, za iznošenje ideja, stavova.

Koliko su prva tri razloga velike popularnosti blogova samorazumevajuća toliko ostala tri predstavljaju kompleksno polje naučnog proučavanja, ne samo prirode bloga već i Interneta kao društvenog prostora *an general*. Međutim, jedan fenomen je izrazita specifičnost bloga zbog čega ćemo se na ovom mestu njime detaljnije pozabaviti. Naime, s jedne strane, blog je privatni prostor gde pojedinci iznose svoje, često intimne ili skrivene druge misli i osećanja koja nisu, kao kod klasičnih dnevničkih zabeleški, namenjena sebi samima, već se *ob-javljuju*, odnosno vraćaju se autoru kroz sito komentara, bilo afirmativnih ili kritičkih, čitalaca tog bloga, dakle postaju javne. Kroz taj proces, kao što smo već rekli, praktično se gubi granica između autora i čitalaca koji kroz međusobnu interakciju stvaraju jednu, gotovo, bezobličnu pisanu formu. Drugim rečima, a to je ovde ključno, briše se granica između privatnog i javnog na taj način da se privatno pretvara u javno. Ovde se takođe postavlja i pitanje motivacije onoga ko, najčešće pod velom anonimnosti, iznosi svoju intimu pogledima hiljada čitalaca, s jedne strane, kao i motivacije čitalaca, da se bave tuđom intimom sa druge strane. Upravo navedene kontradiktornosti bloga često dovode do njegovog nerazumevanja, koje po Antonijevićevoj proističu iz toga što se blogovi posmatraju kao pisani objekti a ne kao komunikativni događaji (Antonijević, 2007:96). Posmatrani na ovaj način, kaže Antonijevićeva, blogovi gotovo automatski izazivaju utisak voajerizma i egzibicionizma, što je po nama iako tačna, pomalo preterana konstatacija. Naime, iako se slažemo da se odnos autor-čitalac bloga često može objasniti u velikobratovskom maniru savremenog, medijima „zagađenog“ društva, koje briše granicu između privatnog i javnog, ipak ne bi trebalo prenebregnuti činjenicu da su blogovi kao pisani objekti, takođe izrodili jednu novu književnu formu (Pavlović, 2007), te da se, imajući to u vidu, motivacija autora bloga i njegove manje ili više verne čitalačke publike, suštinski ne razlikuje od drugih književnih formi. Isto tako, svesni smo da književne forme bloga čine tek manji deo u opštoj dominaciji, već pominjane, dnevničke forme bloga.

Ipak, sa stanovišta prirode interesovanja ove studije nama je daleko zanimljivija ova druga, komunikativna priroda bloga. Blog je, zaista, kako kaže Antonijević, dvostruki komunikativni događaj. S jedne strane, to je događaj „pisanja sebe“ kroz kontinuirano beleženje prošlih i sadašnjih iskustava. S druge strane, blog je događaj „preispitivanja sebe“ kroz kontinuiranu interakciju sa čitalačkom publikom (Antonijević, 2007:97). Ali blog je i više od okvira za samo-preispitivanje. Kroz podnošenje svoje intime na komentare drugima, dakle, kroz proces pretvaranja privatnog u javno, stvara se mreža međusobnih odnosa i veza korisnika blogova koji tako grade virtuelne zajednice (Efimova et al., 2005:2; Ali-Hasan and Adamic, 2007:10; Antonijević, 2007:95, Schmidt, 2007:1410, Stefanone and Jang, 2008:135). Za razliku od Internet pričaonica ili web foruma, virtuelne zajednice na blogovima nemaju neki određen zajednički prostor već se njihovi susreti, slično *online* platformama za društveno umrežavanje, odigravaju na blogovima članova te zajednice. Ugledniji članovi uvek imaju najviše komentara i po pravilu diskusija na njihovim blogovima je najintenzivnija, dok neku vrstu prihvatanja u blogersku zajednicu predstavlja komentarisanje novopridošlog člana od strane popularnih i iskusnih blogera.

Načini na koje nastaju ove zajednice su različiti ali većina se slaže da se taj proces odigrava putem: 1) međusobnog komentarisanja i 2) citiranja blogova, kao i 3) blogrolova²¹⁶ (Ali-Hasan and Adamic, 2007:10), dok Furukawa i saradnici (Furukawa et al., 2007:2), pored ova tri, identifikuju i *trekbekovanje*²¹⁷ kao četvrti model uspostavljanja odnosa među blogerima. Čin i Činjel (Chin and Chignell, 2007:360) su na osnovu svog istraživanja utvrdili postojanje tri tipa zajednica na blogu. Prvi tip su *direktne* zajednice gde se zajednica razvija oko određenog bloga. Drugi tip su *razvijene* zajednice koje su proizvod komunikacije određenog bloga sa njemu bliskim blogovima. Treći tip su *produžene* zajednice koje se sastoje od susednih zajednica koje nisu trenutno povezane.

Interpersonalni odnosi se ne odvijaju samo u virtuelnom prostoru blogova već se oni često prenose u realnost. O tome govore, kako javni susreti uživo koje

216 Lista omiljenih blogova na naslovnoj strani ličnog bloga

217 Kada se sa blogu osobe A može, preko *trackback* funkcije, otići na blog osobe B

blogeri povremeno organizuju tako i brojni personalni susreti koji se odvijaju u mikro svetu nekih blogera²¹⁸ (Ali-Hasan and Adamic, 2007:7).

Na kraju, treba dodati da je još jedan važan proizvod blog fenomena, a to je aktuelizovanje interesovanja za sudbinu javne sfere, koja je dominacijom jednosmernih, pasivnih medija, bila gotovo potpuno obezvređena. Brojne studije se, polazeći od Habermasovog shvatanja javne sfere, bave potencijalom blogova u procesu veće demokratizacije i šireg uključivanja građana u javne poslove društva (Jordan, 2000; Dahlberg, 2001; Sitarski i dr.,2007).²¹⁹

Online platforme za društveno umrežavanje

Nakon pojave specijalizovanih *online* platformi za društveno umrežavanje (OPDU) kao što su Fejsbuk (Facebook), Maj Spejs (My Space), Tviter (Twitter), Linktin (LinkedIn), Orkut, Bebo,²²⁰ pojam društvenih mreža ulazi u široku upotrebu, kako stručne tako i laičke javnosti, te postaje neraskidivo vezan za Internet. Iako smo mi i pre nastanka popularnih OPDU, tvrdili da je osnovna društvena funkcija Interneta upravo umrežavanje pojedinaca (Pantelić i Petrović, 2002; Petrović, 2008, 2009) virtuelni prostori poput Fejsbuka i njihova ogromna popularnost danas nedvosmisleno svedoče o tome.

218 Dovoljno je u neki od pretraživača na Internetu ukucati „druženje blogera“ i videti pozive na zabave, konferencije ili neke druge hepeninge koje blogeri organizuju.

219 I ovde naravno imamo optimiste i pesimiste koji sučeljavaju različite stavove. Tipičan proponent sajber-javnosti je Fenbank koji smatra da je «Sajberprostor (je) ipak postao nova arena za učešće u javnom životu. Unutar njegovih granica, korisnici mogu delovati kao medijska publika...ali korisnici su takođe autori, javni govornici, državnici, erudite (Fenbank 2001:63). Nasuprot njemu Mekliland tvrdi da: «Pre nego što će obezbediti zamenu za propadajuće javno carstvo, virtualne zajednice u stvari doprinose ovom opadanju. One su još jedna stvar koja drži ljude iz vrata i van ulica. Kao što tv producenti stvaraju «ležeće krompire», tako *online* kultura kreira «mišije krompire», ljude koji se kriju od stvarnog života i provode ceo svoj život gluvareći u sajberspejsu» (Nav. pr. - Fernban i Thompson 1995:10). Sa različitih pozicija pitanjem virtuelne javnosti se bave i Rheinghold (1993), Džouns (2001), Papacharissi (2002), Slevin (2002). Kada je o srpskim Internet korisnicima reč, primećujemo da se ova vrsta javne debate sve više odvija na Internet stranicama elektronskih i pisanih medija. Pa tako, sve više javnih ličnosti otvara svoje blog stranice promovišući kroz njih svoje stavove, ali što je još važnije, u ove diskusije se sada masovno uključuju i sami čitaoci blogova kroz komentare koje mogu dati.

220 Spisak OPDU se može naći na http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites kao i nawwww.alexa.com

Prvi OPDU nastaju još krajem 90-tih godina XX veka ugledajući se na sajtove za upoznavanje odraslih koji su takođe bili bazirani na kreiranju korisničkih profila.²²¹ Osnovna razlika između sajtova za upoznavanje odraslih i OPDU leži u tome što su prvi bazirani na ostvarivanju veza između ljudi koji se ne poznaju u *offline* životu a drugi, upravo suprotno, promovišu veze između ljudi koji se već poznaju. Prva *online* platforma koja je imala karakteristike OPDU formirana je 1997. godine pod nazivom *SixDeegres.com*. Iako su mnogi elementi onoga što čini OPDU već postojali i pre toga,²²² *SixDeegres.com* postaje prva *online* platforma koja objedinjuje ove elemente (Boyd and Ellison, 2008:214). U sledećih nekoliko godina kreiranje novih OPDU se još uvek sporadično odvija da bi prava ekspanzija usledila od 2003. godine na ovamo, dostižući svoju kulminaciju sa kreiranjem Fejsbuk platforme.²²³

Danas je nemoguće je precizno izračunati broj korisnika Interneta koji posećuju OPDU ali najgrublje procene govore da bi se moglo raditi o jednoj polovini svih korisnika Interneta, što bi značilo da, u ovom trenutku, govorimo o cifri od preko milijardu korisnika OPDU.²²⁴ Dok ovo pišemo, sinonim za društveno umrežavanje na Internetu je platforma Fejsbuk sa preko 850 miliona aktivnih profila, dok se trend enormnog porasta broja njegovih korisnika može videti na grafikonu br 3.2.

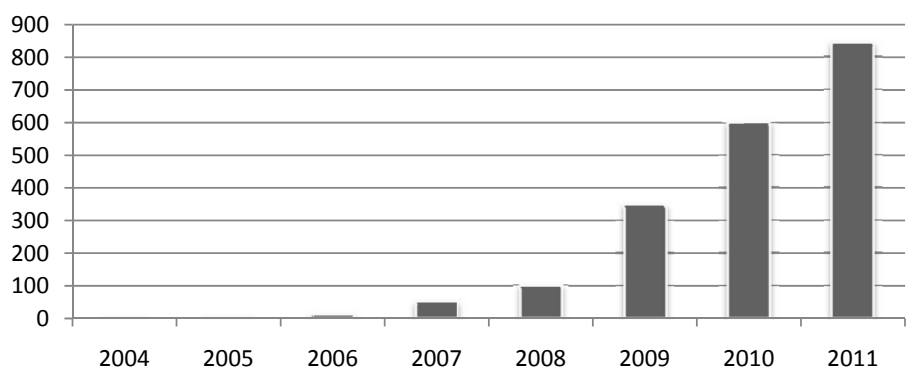
Poput drugih društvenih prostora na Internetu i OPDU predstavljaju virtuelne prostore za interakciju njihovih korisnika. Iako postoje razlike između mnogobrojnih OPDU, ipak se može reći da one u svojoj suštini predstavljaju krajnje uprošćene platforme koje omogućavaju korisniku da za kratko vreme i na jednostavan način personalizuje određeni prostor na Internetu. Ove *online* platforme omogućavaju kreiranje javnih ili polujavnih profila unutar definisanog web prostora, organizovanje liste drugih korisnika sa kojima su korisnici u vezi i pregledavanje njihovih veza, kao i onih koje ostali prave u okviru date *online* platforme (Boyd and Ellison, 2008:211).

221 Dobar primer je dejting sajt www.match.com

222 Profili na sajtovima za upoznavanje odraslih, liste prijatelja na različitim instant mesindžerima, povezivanje sa drugima u okviru virtuelnih zajednica.

223 Za detaljniji prikaz istorijskog razvoja OPDU pogledati u Boyd and Ellison, 2008.

224 www.pewinternet.org/Data-Tools/Explore-Survey-Questions/Roper-Center.aspx?t=312&sdate=mm/dd/yy&edate=mm/dd/yy&k=facebook



Izvor: <http://www.facebook.com/?ref=logo#!/press/info.php?timeline>

Grafikon 3.2. Rast broja korisnika Fejsbuka (u milionima)

Restrikcije za otvaranje ličnog profila, ako i postoje, uglavnom se odnose na minimalnu starost korisnika određenog OPDU (najčešće 13+ godina).²²⁵ Procedura otvaranja profila toliko je pojednostavljena da nije neophodno gotovo nikakvo informatičko predznanje za njihovu kreaciju. Dovoljno je samo dati nekoliko osnovnih podataka o sebi, čiju autentičnost niko ni ne proverava i profil je kreiran.²²⁶ Nakon toga, korisnik ima svu slobodu uređivanja svog profila, doduše u zadatom okviru same aplikacije, postavljanjem osnovnih podataka o sebi, mestu rođenja ili boravka, bračnom statusu, obrazovanju, zaposlenju, hobijima, itd. Takođe, korisnici na profil mogu staviti svoju fotografiju,²²⁷ kreirati foto albume, postavljati video zapise, pisati blog, itd. Upravo blogovi predstavljaju svojevrsnu preteču OPDU što se može videti po mnogim zajedničkim elementima. Poput personalne blog strane korisnici OPDU imaju personalne profile, kao i na blogu objavljuju različite tekstove, slike i video zapise, komuniciraju sa posetiocima svog profila, uređuju njegov izgled i slično. Ono što predstavlja razliku je to da je za uređivanje bloga potrebno malo više kreativnosti nego za uređivanje OPDU profila.

²²⁵ Za pregled OPDU pogledati na ovoj adresi: en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites#cite_note-245

²²⁶ Činjenica da svako može otvoriti profil na bilo čije ime dovodi do postojanja velikog broja lažnih profila, posebno osoba iz javnog života. Sa druge strane, da bi se ovaj problem rešio bilo bi neophodno uvesti neku vrstu verifikovanja autentičnosti profila što bi, opet, otvorilo drugu vrstu problema vezanih za narušavanje privatnosti korisnika OPDU.

²²⁷ Prema istraživanju koje su sproveli Gros i Akusti blizu 90% profila sadrži sliku, od kojih je 80% validno (Gross and Acquisti, 2005). Do sličnih nalaza dolaze i Jang i Kvan-Has po čijim nalazima čak 98,7% studenata postavlja svoje slike na profil (Young and Quan-Hasse, 2009).

Zbog toga su lične strane na blogu originalnije i pogodnije kao umetničke forme, dok su OPDU profili, makar po svojoj tehničkoj organizaciji, manje više uniformni. Ono što je ključna razlika između blogova i OPDU jeste anonimnost bloga, odnosno javnost koja je praktično uslov korišćenja OPDU. Ova razlika dovodi do suštinske razlike pretvarajući anonimni prostor nesputane interpersonalne interakcije bloga u javni prostor društveno uređene interakcije OPDU. Sve ono što čini suštinske elemente bloga a to su anonimnost, iskrenost, intimnost, na OPDU pada u drugi plan usled javnosti vlasnika profila. Blog i OPDU su dve strane jednog lica. Blog je ekspresivan, OPDU je instrumentalan, Blog je anoniman OPDU je javan, urednik bloga je, frejdovski rečeno, ego koga vodi ID, dok je urednik OPDU ego koga vodi super ego.

Kada je reč o osnovnim elementima OPDU oni bi se na primeru Fejsbuka mogli svesti na sledeće: profil korisnika, lista prijatelja, kanal vesti, statusi i komentari na njih, različite aplikacije, funkcija slanja poruka, kao i funkcija četovanja preko koje korisnici direktno (jedan na jedan) komuniciraju jedni sa drugima. Po Bojdovoj i Elisonovoj (Boyd and Ellison, 2008:213), javno prikazivanje liste prijatelja predstavlja ključni element OPDU. Prijatelji se stiču tako što korisnici, nakon zahteva i odobrenja, dodaju jedni druge na svoje liste prijatelja. Njihov izbor se vrši na osnovu prethodnog poznanstva iz *offline* života ali i ostvarivanjem kontakata, po različitim osnovama, između osoba koje se nikada do tada nisu srele. Same OPDU takođe podstiču širenje mreže prijatelja tako što na korisnikov profil, manje ili više nasumično, postavljaju predloge za buduće prijatelje. Kada korisnici postanu prijatelji njihovi profili su jedni drugima od tog trenutka potpuno otvoreni za „prelistavanje“ svih sadržaja koje je neko postavio na svoj profil.²²⁸ I ne samo to,

228 Profil može biti otvoren za sve bez obzira da li su prijatelji ili ne, ali sve više korisnika, zbog problema bezbednosti podataka zatvara svoj profil za one koji nisu na listi prijatelja. Ovde dodatni problem predstavlja i to što su osnovna (difoltna) podešavanja profila na PDU uglavnom takva da su podaci dostupni svima, te je potrebno samostalno podesiti nivo privatnosti vlastitih podataka. Problem je u tome što mnogi korisnici, a među njima je najviše mladih, nemaju svest o potrebi zaštite svojih podataka ili ne znaju kako to da učine. Dodatni problem, na koji ukazuje većina analitičara koji se bave problemom zaštite privatnosti podataka na Internetu, predstavlja to što korisnici samoinicijativno i dobrovoljno pružaju informacije o sebi (ime i prezime, adrese, brojeve telefona, fotografije, itd) a da pritom malo razmišljaju o posledicama takvog činjenja. Primera radi, Gros i Akuisti (Gross and Acquisti, 2005) u svom istraživanju pokazuju da čak 82% aktivnih korisnika

od tog trenutka korisnik će preko kanala *Vesti (news feeds)* biti trenutno obaveštavan o svim promenama na profilima njegovih prijatelja, čime se stvara utisak stalne uključenosti u njihove živote. Ono što daje dinamiku društvenim prostorima na OPDU su komentari koje, na za to predviđenim mestima (wall-zid) na profilu, korisnici ostavljaju jedni drugima. To je javni prostor za komunikaciju koji je za razliku od privatnog (četa) vidljiv svim prijateljima na listama onih koji komentarišu i onih koji su komentarisani.

Vlasnici profila, takođe, komuniciraju sa svojim virtuelnim okruženjem putem statusa na svom profilu. Ažurirajući svoje statuse oni upoznaju svoju društvenu mrežu sa aktuelnim događajima iz njihovog života, raspoloženjima u kojima se nalaze ili naprosto o svojim stavovima vezanim za najrazličitija pitanja. Funkcija statusa jeste da pokaže da je vlasnik aktivan „stanovnik“ OPDU, ali i da izazove reakciju njegove mreže.

Velika popularnost OPDU otvorila je brojna sociološka, psihološka, pravna, ekonomska, politikološka i mnoga druga pitanja čije bi raspravljanje na ovom mestu svakako zahtevalo mnogo više prostora. Kao i kod mnogih drugih Internet fenomena stavovi po pitanju OPDU su žestoko suprotstavljeni. Mediji posebno apostrofiraju negativne posledice upotrebe OPDU bilo da je u pitanju strah od zloupotrebe dece i tinejdžera, stvaranja lažnog osećaja društvene prihvaćenosti, poremećaja ličnosti itd., do onih koji ističu praktične strane OPDU u smislu jednostavnog i lakog održavanja kontakta, deljenja informacija, pronalaženja izgubljenih veza, podsticanja javnih debata, mogućnosti za biznis, itd. Jedan od svakako najvećih problema koji su svoju konkretizaciju dobili i kroz brojne primedbe korisnika, udruženja pa čak i vladinih tela, jeste problem zaštite

Fejsbuka otkriva poverljive informacije o sebi kao što su, datum rođenja, broj mobilnog telefona, adresu, političku i seksualnu orijentaciju i ime partnera. Do sličnih rezultata dolaze Jang i Kuan-Has (Young and Quan-Hasse, 2009) istražujući ponašanje studenata u Kanadi. Rezultati pokazuju da 99,35% studenata koristi pravo ime u svojim profilima; 97,4% navodi ime škole koju su pohađali; 92,2% datum rođenja; 83,1% e-mail adresu; 80% ime grada u kome žive. Pored ovoga, gotovo svi studenti na profile postavljaju svoje slike (98,7%) i slike svojih prijatelja (96,1%). Ipak, studenti su nešto oprezniji kada je u pitanju davanje prave adrese (to čini samo 7,9%), ili broja mobilnog telefona (10,5%).

privatnosti i bezbednost podataka koje korisnici pohranjuju na OPDU.²²⁹ Razlog ovako velikom interesovanju za pitanja bezbednosti na OPDU leži u sve većem broju, pre svega mladih, korisnika koji, manje ili više, dobrovoljno dele informacije različitih nivoa poverljivosti kroz OPDU. U svom izveštaju iz 2008. godine, "Međunarodna radna grupa za zaštitu podataka u telekomunikacijama", takozvana Berlinska grupa, objavila je svoj izveštaj i vodič o zaštiti privatnosti, poznatiji pod nazivom *Rimski memorandum* u kome je pobrojala sledeće opasnosti po privatnost podataka korisnika OPDU, (2008:2):²³⁰

- Na Internetu nema zaborava-podaci ostaju zauvek sačuvani;
- Obmanjujuće poimanje „zajednice“- stvara se lažna slika sigurnosti;
- Besplatnost usluge-koja se plaća time što se lični podaci, bez znanja korisnika, kasnije upotrebljavaju u marketinške svrhe;
- Skupljanje podataka o kretanju na Internetu od strane provajdera usluge umrežavanja;
- Rastuće potrebe da se refinansiraju usluge i ostvari profit mogu dalje ohrabrivati prikupljanje, obradu i upotrebu podataka o korisnicima;
- „Odavanje“ više ličnih podataka nego što korisnik misli da je dao;
- Zloupotreba podataka iz ličnih profila od strane trećih lica;
- Rizik krađe identiteta i moguće „otmice“ profila od strane neautorizovanih trećih lica;
- Upotreba veoma nesigurne infrastrukture.

Razlozi ogromne popularnosti OPDU su svakako višestruki. Jedan od glavnih uzroka svakako leži u globalnoj društvenoj transformaciji koja u velikoj meri rastaće društvene institucije industrijskog društva poput tradicionalnih zajednica, porodice, susedstva, ne stvarajući njihove realne alternacije. U društvu globalnih

229 Više o ovim sporovima može se videti na sledećim adresama: <http://www.cippic.ca/uploads/CIPPICFacebookComplaint-29May08.pdf>; www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-1215470/Facebook-turns-controversial-advertising-Beacon.html; www.cnn.com/2009/TECH/02/18/facebook.reversal/index.html. Ovde nemamo mesta da šire obrazložimo ovaj problem, stoga za više detalja upućujemo čitaoca na našu studiju (Petrović i Tomić, 2010).

230 Dokument je dostupan na sledećoj web adresi: http://www.datenschutz-berlin.de/attachments/461/WP_social_network_services.pdf

tokova, fizičko mesto boravka postaje sve manje i okvir lociranja pojedinaca koji sada svoja fiksna staništa sve češće sele u virtuelni prostor Interneta. Ma koliko to paradoksalno zvučalo, čini se da u doba opšte fluidnosti jedinu izvesnost nude dva tehnička pomagala. Jedno poput verne senke prati čoveka kroz globalne tokove a drugo služi kao surogat fizičke ukotvljenosti. Naravno, reč je o mobilnom telefonu i virtuelnim prostorima Interneta, poput Fejsbuka. Oba ova pomagala služe da ispune ideal permanentne konektovanosti na mrežu i oba su na jedan klik/poziv daleko od svakog pojedinca globalne društveno-tehnološke mreže.

Međutim, OPDU imaju i drugu vrlo važnu funkciju. Oni su finalni produkt medijskog terora prelomljenog preko kičme malog čoveka. Od radija koji nas ujutru budi, do televizija se na njega nadovezuje, preko Interneta na koji se čim uđemo u kancelariju neizbežno kačimo, do mobilnih telefona koji su ujedno i foto aparati i video kamere spremne da zabeleže svaki delić našeg života, mediji su svuda oko nas. Oni su nas naučili da se ništa se ne sme prepustiti sećanju i neizbežnom zaboravu, ništa se ne sme prepustiti sumnji koju naracija sobom nosi, već da samo ono što je prikazano postaje istinito, dok sve ostalo zauvek nestaje u medijskom mraku. U strahu od zaborava, mi mahnito beležimo svaki delić naših života. Rođenja nije bilo ako nema dokaza osvedočenih u hiljadu slika od prvog plača, preko prvog koraka, do prvog dana škole. Ali ni tada novog člana društva još uvek nema, sve dok se kroz foto album na Fejsbuku to ne objavi medijskim prijateljima koji će istinu o novom članu preneti svojim prijateljima a oni svojim. Ako to nije zabeleženo jednostavno nije se desilo, ne postoji. Ako nismo na Fejsbuku nema nas i nikada nas nije ni bilo. I zato moramo biti što življi, kačiti što više fotografija i video zapisa, koje su jedini izvesni dokaz našeg postojanja u medijski posredovanom društvu. Biti što lepši i izazovniji jer nam je samo tako popularnost zagantovana, imati što više prijatelja koji će vest o nama širiti do rubova mreže i nazad osiguravajući da istina o našem životu nikada neće prestati da postoji.

3.2.4.2 Uspostavljanje interpersonalnih odnosa na Internetu- personalni aspekt

Uspostavljajući naš analitički okvir za razumevanje komunikacione funkcije Interneta konstatovali smo da se prokreativna funkcija Interneta može podeliti na

personalnu i ritualnu. Personalna funkcija se odnosi na uspostavljanje interpersonalnih odnosa na Internetu, dok se ritualna odnosi na upotrebu Interneta u cilju održavanja grupne interakcije, druženja, formiranja osećaja zajedništva, itd. U skladu sa tim, u nastavku ovog poglavlja prvo ćemo govoriti o iniciranju i uspostavljanju interpersonalnih kontakata na prostorima Interneta, odnosno o personalnoj funkciji, da bi potom prešli na analizu ritualne funkcije, odnosno virtuelnih zajednica.

Jedna od osnovnih funkcija društvenih prostora na Internetu koje smo upravo opisali jeste mogućnost uspostavljanja interpersonalnih odnosa između njegovih posetilaca. Iako su neki od ovih prostora pogodniji od drugih, ne postoji virtuelni prostor na Internetu u okviru kojeg se ne uspostavljaju interpersonalni odnosi. Kada kažemo da su neki virtuelni prostori pogodniji od drugih pod time mislimo na njihovu osnovnu namenu. Recimo, osnovna svrha pričaonica jeste anonimno druženje, tako da je razumljivo da su ovi prostori upravo kreirani zarad uspostavljanja novih interpersonalnih odnosa.²³¹ S druge strane, u okviru *online* platformi za društveno umrežavanje, interpersonalni odnosi se uspostavljaju sa već poznatim osobama, dok ređe služe za uspostavljanje novih društvenih veza (Ellison et al., 2007; Boyd and Ellison, 2008; Mayer and Puller, 2008; West, et al., 2009).²³²

Sam proces uspostavljanja i održavanja interpersonalnih odnosa, po Kušmanu i Kanu (Cushman and Cahn, 1985:49-50), uključuje afektivnu i praktičnu komponentu. Afektivna komponenta se odnosi na neki element dopadanja osobe

231 U istraživanjima koje smo 2002. i 2004. godine sproveli u srpskim Internet pričaonicama, pokazalo se da preko 80% posetilaca svaki put ili jednom u nekoliko puta kada posete pričaonicu uspostavljaju novi interpersonalni kontakt (Pantelić i Petrović, 2002; Petrović, 2008).

232 Ovde je važno napraviti jednu napomenu. Kako se broj posetilaca OPDU vremenom enormno uvećao i kako je putem njih lako napraviti novi kontakt (prostim dodavanjem prijatelja), onda se OPDU pojavljuju kao mesta gde najveći broj korisnika Interneta stiže nove interpersonalne odnose iako im to nije osnovna funkcija. Po velikom istraživanju Oxfordovog instituta za Internet pokazuje se da su upravo OPDU mesta gde je najveći broj ljudi (55.4%) stekao kontakte koje je preneo u realnost (Hogan et al., 2011:22). Ovo nije u koliziji sa malopredašnjim zaključkom da upoznavanje nije osnovna svrha OPDU jer ovde ne govorimo o broju ljudi koji se upoznaju na OPDU, već o procentu onih koji su svoja poznanstva preneli u realnost a da su ih pre toga ostvarili na OPDU.

sa kojom se kontakt uspostavlja, dok se praktična komponenta odnosi na proces filtriranja potencijalnih osoba sa kojima se uspostavljaju interpersonalni odnosi. Autori razlikuju tri faze u procesu filtriranja, koje predstavljaju kroz specifična, koncentrično sužavajuća polja: Najšire je *polje dostupnih interakcija*, koga čine osobe sličnih socio-demografskih karakteristika; unutar njega formira se *polje poželjnih*, podgrupa onih osoba koje su zanimljive na jedan ili drugi način; i na kraju, unutar prva dva je najuže, *polje recipročnih*, odnosno onih osoba koje, u datim okolnostima, po svojim karakteristikama predstavljaju najbolji izbor za formiranje interpersonalnog odnosa.

Međutim, uspostavljanje odnosa u *online* okruženju, unosi određene promene u ovaj model koji daju Kušman i Kan. Budući da je prostor Interneta oslobođen fizičkih a često i drugih strukturalnih barijera (rasnih, etničkih, kulturnih), *polje dostupnih Interakcija* se značajno proširuje i praktično postaje globalno (bilo u smislu jednog društva ili u bukvalnom značenju obuhvatanja celog sveta). Pojedinaac, stoga, ima daleko šire inicijalno polje koje mu omogućava i veću širinu druga dva polja interakcije. U zavisnosti od virtuelnog prostora u kome se odnosi uspostavljaju i načini sužavanja polja su drugačiji. Recimo u pričaonicama gde su odnosi anonimni, inicijalno *polje društvenih interakcija* je praktično ograničeno samo jezičkim barijerama. Nakon toga, sužavanje na *polje poželjnih interakcija* se može vršiti kroz tematski odabir pričaonice, recimo po osnovu godišta, grada ili nekog drugog elementa koji stoji u nazivu pričaonice (na Krstarici bi to bile sobe koje nose nazive poput: 33+; Beograd; Romantika, itd). Zatim, sledi finalno sužavanje kruga na *polje recipročnih* koje se vrši kroz kratku inicijalnu interakciju putem postavljanja nekoliko ključnih selekcionih pitanja (pol, godišta, mesto boravka, zanimanje, itd).²³³ Čitav proces se završava razmenjivanjem fotografija, brojeva telefona, uključivanjem web kamera i finalnim upoznavanjem uživo sa izabranim osobama. Za razliku od pričaonica, na OPDU je situacija drugačija i približava se obrascima iz *offline* života, pre svega zato što se izbori vrše između javnih a ne anonimnih osoba. Ova javnost, unapred sužava *polje dostupnih*

233 U globalnim pričaonicama na Internetu, uobičajeno prvo pitanje glasi: „asl?“ (age, sex, location-godine, pol, mesto).

interakcija na osobe koje su društveno ili fizički prijemčljive. Ipak, iako suženo u odnosu na pričaonice, ovo polje je i dalje daleko šire nego ono u *offline* okruženju, budući da je na jednom mestu dostupno neuporedivo više potencijalnih kontakata. Selekcija potencijalnih kontakata se vrši izborom prijatelja iz grupa poželjnih (bilo da su u pitanju kolege sa posla, fakulteta ili škole, ljudi koji se bave određenim hobiem, članovi organizacija, pokreta, religijskih grupa i sl.). Nakon uzajamnog prihvatanja i uvrštavanja na listu prijatelja, a u skladu sa nekim ličnim preferencijama, vrši se odabir onih sa kojima će se uspostaviti direktan kontakt.

Kada je reč o motivima za uspostavljanje *online* interpersonalnih odnosa, onda se oni ne razlikuju od onih koji podstiču *offline* odnose, ali se zato razlikuju okolnosti koje posreduju ova upoznavanja. Kada je o motivima reč, Po Hilu (Hill, 1987:1010), postoje četiri osnovna motiva za povezivanje među ljudima: *pozitivna stimulacija*-mogućnost povezivanja zarad obezbeđivanja prijatne afektivne i kognitivne stimulacije; *pažnja*-mogućnost uvećanja osećaja lične vrednosti i važnosti kroz pohvalu i fokusiranje tuđe pažnje na sebe; *društveno upoređivanje* – mogućnost za umanjeње nejasnoća kroz pribavljanje sebi relevantnih informacija; i *emotivna podrška ili saosećanje*. Pored toga, pretpostavlja se da je želja za kontaktom sa drugima povećana u situacijama koje pojačavaju dostupnost određenih vrsta interpersonalnih odnosa, posebno za pojedince koji vrednuju specifične podsticaje. Upravo ova zadnja napomena je važna za razumevanje uloge virtuelnih prostora Interneta, imajući u vidu da oni upravo pojačavaju dostupnost određenih vrsta interpersonalnih odnosa i da je to posebno slučaj sa određenim društvenim grupama. Treba napomenuti da kada je reč o virtuelnim prostorima na Internetu ovde u prvom redu mislimo na pričaonice budući da je njihova osnovna svrha uspostavljanje novih interpersonalnih odnosa. Različita istraživanja pokazuju naizgled kontradiktorne podatke zaključujući, s jedne strane, da je uspostavljanje virtuelnih interpersonalnih odnosa pogodnije za izrazito društvene osobe, dok nalazi drugih istraživanja pokazuju da su virtuelni odnosi veoma pogodni za osobe koje se lošije snalaze u svakodnevnoj, licem u lice interakciji. Na osnovu ovih nalaza moguće je razlikovati dve suprotstavljene perspektive: *perspektivu društvenog obogaćivanja* i *perspektivu društvene kompenzacije* (Van Zalk et al., 2011:1204-5).

Kada je reč o *perspektivi obogaćivanja*, nekoliko istraživanja uključujući i naše od pre nekoliko godina (Petrović, 2008) pokazuju da pričaonice na Internetu posebno pogoduju pojedincima koji su i inače društveni. Pa tako, Mekkaun i saradnici (McCown et al., 2001:596) na osnovu istraživanja interpersonalnih stilova interakcije u pričaonicama, zaključuju da ljudi koji koriste Internet u ove svrhe iskazuju jake verbalne sposobnosti, empatiju prema drugima i želju za bliskim i iskrenim odnosima, te da ne pokazuju tendenciju ka rigidnosti, pasivnosti i zatvorenosti. Peris i saradnici (Peris et al. 2002:49), u članku indikativnog naslova «*Pričaonice: Virtuelni prostor za interakciju društveno orijentisanih ljudi*», na osnovu svog istraživanja zaključuju da ljudi koji posećuju pričaonice ne samo što su potpuno sposobni da zadovolje svoje društvene potrebe u realnom svetu, već oni svoje *online* odnose vrednuju podjednako kao i *offline*, te pokazuju želju da grade duboke i široko postavljene veze sa svojim sagovornicima. Kako ističu autori ove studije, odnosi u pričaonicama ne samo da su za njih prijatni, već ih oni doživljavaju kao duboke i bogate. U istraživanju koje smo mi sproveli u srpskim Internet pričaonicama došli smo do sličnih nalaza (Petrović, 2008). Za potrebe potvrde/odbacivanja hipoteze da pričaonice pre svega posećuju društveno izolovane osobe konstruisali smo skalu društvenog aktivizma. Gledajući skorove koje su na pomenutoj skali ostvarili ispitanici, kao i njihovo slaganje sa nekim od izdvojenih stavova, zapazili smo da većinu posetilaca pričaonica odlikuje pretežni ili visoki društveni aktivizam (njih preko 85% u zbiru). Samo zanemarljivo mali broj ispitanika iskazao je slaganje sa stavovima koji ukazuju na osećanje usamljenosti, nesigurnosti, pasivizma i socijalne neadaptiranosti (ispod 4%).

S druge strane, jedan broj istraživanja potvrđuje suprotnu, *perspektivu društvene kompenzacije*. U jednom holandskom istraživanju, koje su nad uzorkom od 194 studenta sproveli Van Zalk i saradnici (Van Zalk et al., 2011), perspektiva društvene kompenzacije je donekle podržana, budući da se pokazalo da je četovanje sa *online* prijateljima dovelo do podizanja samopouzdanja i opadanja depresije kod introvertnijih osoba. Peter i saradnici (Peter et al, 2005), nakon istraživanja koje su takođe sproveli nad studentima u Holandiji (uzorak 493), dolaze do zaključka da iako oni koji su ekstrovertniji češće prenose svoja poznanstva iz virtuelnog u realno okruženje, introvertnije osobe su motivisanije za

online komunikaciju i pritom lakše iznose svoje stavove na taj način. McKena i saradnici (McKenna et al., 2002) nakon istraživanja sprovedenog u tri talasa na Usnetovim njuz grupama (uzorak 700 grupa-568 ispitanika) zaključuju da oni koji su introvertniji i usamljeniji su i donekle skloniji da osećaju da im je lakše da izraze „pravog sebe“ putem kontakta na Internetu nego uživo.

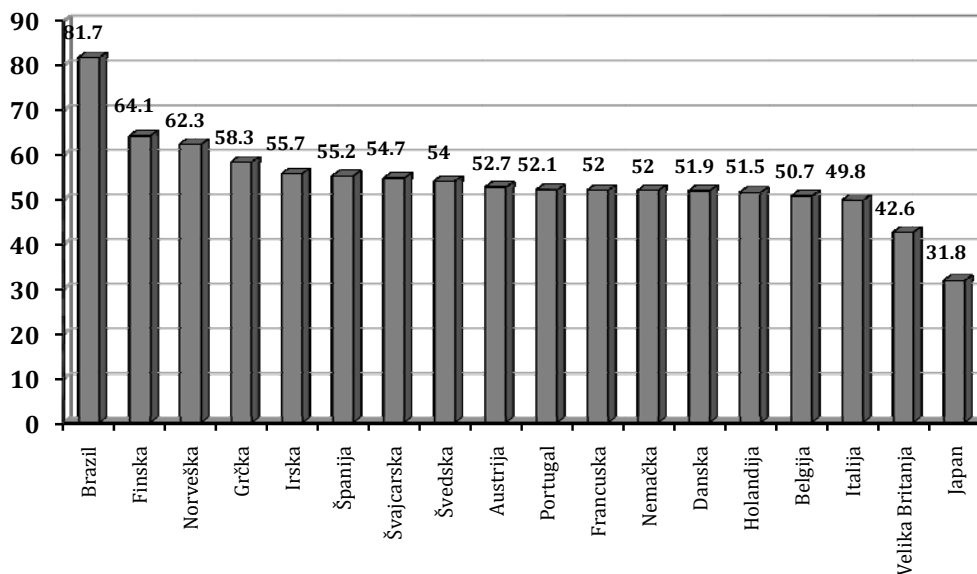
Nakon pregleda nalaza ovih istraživanja, postavlja se pitanje kako tumačiti ove, naizgled, kontradiktorne podatke. Da bi pravilno razumeli ove nalaze treba poći od toga da Internet sam po sebi ne određuje tok i način interakcije koliko to čine psihološki faktori koji je usmeravaju, tako da nije ni realno očekivati njene uniformne posledice (McKenna et al., 2002; Peter et al, 2005). Drugim rečima, ljudi različitih psiholoških profila zadovoljavaju različite potrebe na Internetu koristeći mogućnosti koje im on nudi. Otvorenim i društvenim osobama prostori Interneta nude bezbrojne kontakte koji su lako dostupni i voljni za interakciju. Nepoverljivima nudi mogućnost anonimne interakcije bez straha da njihova privatnost može biti ugrožena. Na kraju introvertnim i nesigurnim osobama nudi mogućnost usporenije, skrivenije i samim tim, manje intenzivne interakcije.

Ono što je po našem mišljenju jedna od najznačajnijih društvenih posledica uspostavljanja odnosa na Internetu, jeste mogućnost obogaćivanja *offline* društvenih mreža novim *online* kontaktima. Kao što ćemo u nastavku pokazati, u značajnom broju slučajeva kontakti koji se uspostavljaju na Internetu se prenose u *offline* okruženje, bilo zarad emotivnih ili prijateljskih odnosa, ili zarad određene obostrane koristi koju će novouspostavljeni odnos doneti. Ova pojava primećena je još u ranoj fazi istraživanja društvenih posledica upotrebe Interneta. Kac i Rajs su među prvima dali jednu procenu 1995. godine kada se po njihovim istraživanjima pokazalo da se 17% američkih korisnika Interneta srelo uživo sa osobama koje su prethodno upoznale putem Interneta. Taj procenat do 2000. godine pada na 10% (Katz & Rice, 2002:174) ali apsolutni broj onih koji se upoznaju uživo višestruko raste, budući da se i broj korisnika Interneta u međuvremenu nekoliko puta uvećao. U jednom od prvih istraživanja sprovedenih među osobama koje posećuju Usnet-ove njuz grupe, Parks i Floyd (Parks and Floyd, 1995), dolaze do podatka da je više od 60% posetilaca ovih grupa uspostavilo neku vrstu interpersonalnih odnosa a da je 33% njih prenelo tu vezu u *offline* okruženje. I u nekoliko kasnijih

istraživanja pokazuje se da se učešće onih koji uspostavljaju interpersonalne odnose na Internetu i kasnije prenose ta poznanstva u realno okruženje stabilizuje negde između 30% i 40% posetilaca virtuelnih prostora (McCown et al., 2001; Rumbough, 2001). U istraživanjima koje smo mi sproveli u dva navrata u srpskim Internet pričaonicama (Pantelić i Petrović, 2002; Petrović, 2008.) daleko veći broj posetilaca (75%) se upoznao uživo u odnosu na američke pričaonice. Razlozi za ovakvu razliku u procentima između našeg i američkih istraživanja mogao bi da leži u daleko manjoj geografskoj površini Srbije u odnosu na Ameriku, jer je za očekivati da sa povećanjem geografske distance između osoba koje su se virtualno upoznale pada broj onih osoba koje se upoznaju uživo. Drugi razlog je može biti taj što smo mi naša istraživanja sproveli u pričaonicama Interneta, dok su druga istraživanja rađena u njuz grupama, odnosno forumima, gde upoznavanje učesnika nije osnovna svrha ovih mesta na Internetu. Treći razlog može biti odraz drugačijih obrazaca društvenosti između našeg i zapadnih društava gde su odnosi distanciraniji i gde se interpersonalne barijere teže prelaze velikim delom i zbog toga što je u tradicionalnijim društvima, kakvo je naše, lakše kontekstualizovati novi društveni odnos, bilo putem zajedničkog lokaliteta ili ukrštajućih personalnih mreža.

Ipak, čini se da je najdetaljniju sliku o broju osoba koje se upoznaju uživo nakon prethodno uspostavljenog poznanstva na Internetu, dao projekat (Hogan et al., 2011:21) sproveden pod pokroviteljstvom Oxfordovog instituta za Internet. Ovo veliko istraživanje, koje je imalo za cilj da istraži one koji zasnivaju emotivne veze putem Interneta, obuhvatilo je 15 evropskih zemalja, plus Brazil i Japan. Ukupno je njime obuhvaćeno preko 25000 ispitanika a uzorci su se kretali od 241 ispitanika u Danskoj do 3515 ispitanika u Italiji. Kao što se sa grafikona 3.3 može videti, učešće onih koji su svoja *online* poznanstva preneli u *offline* okruženje kreće se od 81.7% u Brazilu do 31.8% u Japanu. Ovde još jednom treba napomenuti da su ovi procenti odnose na one koji uspostavljaju nove interpersonalne odnose *online* a ne na ukupan broj korisnika Interneta. Autori ovog projekta nam, na žalost, ne daju ove podatke po zemljama osim što na jednom mestu u izveštaju konstatuju da ukupno oko 55% korisnika Interneta ostvaruje poznanstva na Internetu (Hogan et al., 2011:21). To bi dakle značilo da je, grubo računajući, broj korisnika Interneta koji

prenose poznanstva iz *online* u *offline* okruženje otprilike duplo manji u odnosu na procenete prikazane na grafikonu 3.3.



Izvor: Hogan et al. 2011:23

Grafikon 3.3. Korisnici Interneta koji su preneli poznanstva iz *online* u *offline* okruženje (%)

Međutim ono što je daleko važnije od licitiranja procentima, jeste to da je ogroman broj interpersonalnih veza širom sveta nastao upravo zahvaljujući Internetu. Internet je prva tehnologija koja je omogućila masovno uspostavljanje novih društvenih odnosa i u tom pogledu je ova tehnologija revolucionarna, jer se na taj način Internet uspostavlja kao svojevrsan *rezervoar* za obnavljanje fonda društvenosti. U narednom poglavlju, kada se budemo bavili analizom ponašanja srpskih korisnika Interneta, poseban deo analize biće upravo posvećen uspostavljanju novih društvenih odnosa.

3.2.4.3 Virtuelne zajednice-ritualni aspekt

Kada je Hauard Rajngold (Rheingold, 1993) još krajem 80-tih godina XX veka po prvi put konceptualizovao jedan novi društveni fenomen koji je nazvao *virtuelnim zajednicama* njegovo poimanje te pojave bilo je jednostavno, jasno, ali

iznad svega-utopijsko.²³⁴ On je smatrao da zahvaljujući Internetu nastaje jedna nova forma (virtuelne) društvenosti koja nas može vratiti idealima druženja, narodne tradicije i kulturne homogenosti Tenisovog Gemeinschaft-a. Sada je već čuvena njegova definicija virtuelnih zajednica kao:

„društvenih agregacija koje nastaju na Mreži kada dovoljan broj ljudi vodi javne debate dovoljno dugo, i sa dovoljno ljudskih osećanja, da stvori mreže ličnih odnosa u sajber prostoru“ (Rheingold, 1993:6).

Ipak, čuvenje ove definicije pre proističe iz toga što je prva i kao takva citirana nebrojeno puta²³⁵ a manje iz njene naučno-saznajne vrednosti. Svakako da odrednice kao što su „dovoljno ljudi“ ili „dovoljno dugo“, a posebno „dovoljno ljudskih osećanja“, osim što ukazuju na potrebu postojanja istih, ne govore puno o njihovom sadržaju. To svakako ne umanjuje Rajngoldove zasluge u tome što je polazeći iz svog iskustva pokušao i uspeo da svoje lično zapažanje pretvori u jedno sasvim novo polje naučnog proučavanja. I mada je, kao što smo rekli, domašaj same definicije više nego upitan, nastajuća paradigma virtuelnih zajednica je bila dovoljno provokativna da probudi interesovanje mnogih teoretičara Interneta u nastajanju, s jedne strane, i dovoljno jeretička da izazove salve neodobravanja konzervativnijih autora, sa druge strane.

Međutim, koncept virtuelnih zajednica je bio suviše atraktivan i zvučan da bi mu se dozvolilo da ostane ništa više od bačene koske za gloženje na maglovitom polju sociološke teorije. I dok su se novostasali društveni teoretičari Interneta nadmudrivali radi li se tu o realnom ili kvazi-fenomenu, marketinški gurui, programeri i stručnjaci iz drugih naučnih polja, kao i korisnici Interneta, nisu imali nikakve dileme. Pa tako nastaju virtuelne zajednice: kao e-learning okruženje,²³⁶ kao biznis modeli (Leimeister and Krcmar 2004), kao modeli u sektoru turizma (Petter et al., 2007), kao marketinški alati (Valck et al., 2009), u oblasti medicine

234 Iako je Rajngold pojam virtuelna zajednica skovao 1987. godine ovaj fenomen široj javnosti postaje poznat tek nakon objavljivanja Rajngoldove knjige „Virtual communities“ (Rheingold, 1993).

235 Gotovo da nema studije koja se bavi virtuelnim zajednicama a da se ne pominje Rajngoldova definicija. Blizu 7000 citata za nekoga ko i nije naučnik već samo jedan insajder koji je preneo svoje iskustvo je više nego respektabilan podatak.

236 Postoji veliki broj sajtova koji nude ovakve platforme, npr: <http://www.brandon-hall.com/publications/virtualelearningcommunities/learningcommunities.shtml>.

(Demiris, 2006), kao modeli u oblasti osiguranja (Kardaras et al., 2003), kao softveri (Casaló et al., 2010) itd.

Sasvim paradoksalno, Rajngold ne samo što je zaslužan za ukazivanje na jedan novi fenomen društvenosti, već je verovatno i najveći „krivac“ zbog toga što rasprava o tom fenomenu još uvek traje i nema izgleda da će se u skorije vreme okončati. Nemajući puno iskustva na polju društvene teorije Rajngold je nesrećno izabrao i spojio dva višeznačna pojma, opterećena brojnim kontradiktornostima i time, ne samo što je otvorio jedno novo polje naučnog proučavanja, već ga je osudio na večno preispitivanje. Da se recimo kojim slučajem, kao što nije, opredelio da fenomen koji je zapazio nazove *sajber grupama* namesto virtuelnim zajednicama, duboko verujemo da bi mnoge diskusije koje su usledile kasnije bile predupređene. Međutim, Rajngold se, želeći da ukaže na to da novi fenomen društvenosti nastaje u prostoru koji je kreiran kroz umrežavanje računara, opredelio da ovaj prostor definiše pojmom virtuelan. Za razliku od pojma sajber kod koga je akcenat na tehnološkom aspektu prostora,²³⁷ kod pojma virtuelan akcenata je na prirodi, i to veštačkoj, van-realnoj, nad-realnoj tog prostora. Kako kaže Vitel (Wittel, 2001:62) ovaj pojam vodi na pogrešan trag jer implicira udvostručavanje realnosti čime čitavu raspravu o virtuelnim zajednicama usmerava u pogrešnom pravcu dihotomije *offline* - *online* ili realnog-virtuelnog sveta. Tako se virtuelne zajednice tumače kao kvalitativno bolje ili gore od onih u realnosti, dok se odnosi tumače kao iskreniji i otvoreniji ili nasuprot tome kao neiskreni i površni, a obrasci virtuelne društvenosti se suprotstavljaju idealizovanim slikama realnog sveta, koje, u stvari, više ne postoje. Virtuelne zajednice se kritikuju sa stanovišta nekadašnjih tradicionalnih zajednica (Van Dijk, 1997), dok se fluidnost identiteta tumači kao posledica tehnoloških karakteristika Internet komunikacije (Turkle, 1995). Problem je u tome što se prenebregava

237 Tvorac pojma sajber-prostor (cyberspace), je poznati SF pisac William Gibson. U sada već čuvenoj knjizi „*Neuromant*“ (Neuromancer, 1984), pisanoj deceniju pre nastanka Interneta kakvog ga danas poznajemo, Gibson ovako opisuje sajber-prostor: «Kiberprostor. Svečulna halucinacija svakodnevno doživljena od milijardi legitimnih operatera u svakoj naciji, kod dece koja uče matematičke postavke...Grafički prikaz izdvojenih podataka iz svake kompjuterske banke u ljudskom sistemu. Nezamislivo složeno. Linije svetlosti pružene kroz neprostor uma, jata i sazvežđa podataka. Poput svetlosti grada, koje gasnu...». (prevod iz srpskog izdanja, Gibson, 2008:51)

činjenica da čvrsto integrisane zajednice kao i stabilni društveni identiteti sve više ostaju nostalgična uspomena iz prošlosti, dok su njihove savremene manifestacije daleko raznovrsnije i dinamičnije, usklađujući se sa dinamičnim društvenim okruženjem koje čini okvir njihovog ispoljavanja.

Sa druge strane, upotreba pojma *zajednice* kao forme međuljudskih odnosa koji se uspostavljaju u sajber-prostoru verovatno je još problematičnija. Sasvim nesvesno, Rajngold je kroz upotrebu ovog pojma u žižu interesovanja vratio više od jednog veka staru i sociolozima dobro znanu raspravu o dihotomiji zajednica-društvo,²³⁸ stavljajući je, što zvuči gotovo paradoksalno, u centar prvih rasprava o sajberprostoru. Kao što smo mogli videti u drugom delu drugog poglavlja, koncept zajednice je jedan od najstarijih i najdiskutovanijih fenomena kojima su se sociolozi bavili od začetka moderne nauke o društvu. O različitosti perspektiva iz kojih se prilazi ovoj problematici najbolje svedoči članak američkog antropologa Hilerija, koji je još 1955. godine pobrojao 94 definicije zajednice (Hillery, 1955). Imajući u vidu razvoj sociologije kao nauke od tada na ovamo, kao i društvene transformacije koje su se odigrale, danas bi broj definicija verovatno bio višestruko veći. I kao što je nerealno očekivati da će se postići neki konsenzus u jednoznačnom definisanju samih zajednica, tako je za očekivati da će i upotreba termina zajednice u kontekstu sajber odnosa uvek biti kontraverzna. Jedan od uzroka ove kontraverznosti leži u činjenici da se veliki broj definicija zasniva na shvatanju da je jedan od osnovnih uslova nastanka i opstanka zajednice, zajedničko mesto boravka.²³⁹ Ako bi uzeli da je to tačno onda virtuelne zajednice nikada neće moći da ispune uslov da budu prihvaćene kao „prave“ zajednice. Ali opet, sa druge strane, šta zaista znači insistiranje na zajedničkom mestu boravka u doba kada se društveni odnosi, pa čak i oni najintimniji, često odvijaju na velikim razdaljinama. Pominjali smo više puta kroz ovu disertaciju migrante koji putem svojih *online* grupa održavaju vezu sa svojom nacionalnom ili lokalnom zajednicom, gde se kroz svakodnevnu komunikaciju ove veze održavaju, obnavljaju pa čak i osnažuju. Na kraju krajeva, ako se na primer, ljudi poreklom iz Srbije okupljaju na nekom

238 Za ovu diskusiju pogledati drugi deo drugog poglavlja ove disertacije, odeljak 2.2.2.1.

239 Nakon iscrpne analize Hilery zaključuje da se u najvećem broju definicija kao tri ključna elementa zajednice ističu: *zajednički prostor, zajedničke veze i društvena interakcija* (Hillery, 1982:23).

forumu ili pričaonici koja se nalazi tačno na određenoj web adresi, nije li to njihovo mesto gde se zajednica svakodnevno održava. Da bi rešili ovaj problem, neki analitičari virtuelnih zajednica pribegavaju jednom iznuđenom rešenju. U želji da pokažu kako se zajednica pre svega gradi simbolički a ne teritorijalno oni se pozivaju na koncept Benedikta Andersona (Anderson, 1998) o nacijama kao zamišljenim zajednicama (Mitra, 2003; Feenberg and Bakardjeva, 2004).²⁴⁰ Iako ovaj koncept zbog ideje o zamišljenoj, dakle simboličkoj suštini zajednica, liči da bi mogao odgovarati virtuelnim zajednicama, njegova upotreba po našem sudu, nije potpuno adekvatna. Cilj Andersonove definicije je bio da ukaže na formiranje sasvim različitog fenomena, kreiranja zajednica velikih razmera, odnosno nacionalnih zajednica, budući da one ne mogu prosteći iz međusobnih veza svih članova ili iz zajedničkog lokalnog konteksta. Anderson kaže da su ove zajednice *zamišljene* zbog toga što se članovi i najmanjih nacija nikada neće poznavati ili upoznati većinu svojih sunarodnika (Anderson, 1998). Međutim, kada govorimo o virtuelnim zajednicama mi imamo sasvim suprotan fenomen u vidu, budući da se većina njihovih članova međusobno poznaje ili je makar svesna postojanja većine, pa zbog toga one ne moraju biti, u Andersonovom ključu - zamišljene.

Kao što smo rekli, odnos klasičnih i virtuelnih zajednica okupira mnoge teoretičare Interneta koji pokušavaju da nađu zajedničke tačke između njih, ne bi li dokazali da su to samo dva lica istog fenomena. Primera radi, Nensi Bajm (Baym, 2010) uočava da postoji pet elemenata koji se ističu u mnogim definicijama zajednice a koje je, s druge strane, moguće prepoznati kod mnogih, kako ih ona zove, *online* zajednica: *osećaj prostora, zajednička praksa, deljenje resursa i podrške, zajednički identiteti i interpersonalni odnosi*. Kada je o *prostoru* reč, Bajmova smatra da ovaj element nije nespojiv sa *online* grupama budući da posetioci virtuelnih prostora upotrebljavaju geografske odrednice u smislu *mesta*. U slučaju igračkih virtuelnih svetova ta mesta zaista i imaju geografsko obličje, čime se dodatno pojačava osećaj zajedničkog mesta. Kada je o *zajedničkoj praksi* reč (naviknuta i nesvesna rutinizovana ponašanja) Bajmova smatra da su *online* grupe svojevrsne

240 Anderson smatra da su sve zajednice koje su veće od predmodernih sela ili kontakta licem u lice, zamišljene (Anderson, 1998).

„govorne zajednice“ koje dele samosvojne obrasce upotrebe jezika. U ove obrasce spadaju akronimi, žanrovi, stilovi, igra rečima itd. Poznavanje ili nepoznavanje specifičnog jezika *online* grupe pravi razliku između članova i uljeza, čime se ojačava grupni identitet i stvaraju ključne vrednosti i norme. *Deljenje resursa i podrške* predstavlja još jedan element svojstven *online* grupama. Bajmova kroz prikaz različitih istraživanja pokazuje da se kroz *online* grupe dele razne vrste resursa poput emotivne, informacione, materijalne, fizičke ili podrške u cilju podizanja samopoštovanja. *Zajednički identiteti* po Bajmovoju predstavljaju važno obeležje *online* zajednica. Ona kao tipične identitete izdvaja lokalnog eksperta, ljude za odgovore, razgovarače, fanove, diskusione umetnike, itd. Najuobičajenija uloga kod većine *online* zajednica je skrivač (eng. lurker), osoba koja čita ali nikada ne postuje (objavljuje). Pored identiteta koji se kreiraju *online*, postoje zajednice koje produžavaju *offline* identitete poput rasnih, etničkih, religijskih, itd. I na kraju, *uspostavljanje individualnih odnosa* jedan na jedan, predstavlja peto obeležje *online* zajednica, o čemu smo detaljnije govorili malopre pa se ovde nećemo duže zadržavati na objašnjavanju ovog elementa.

Bakardjeva (2003) smatra da je za pravilno razumevanje *online* društvenih odnosa daleko manje problematična upotreba koncepta *zajedništva*. Ona ističe da joj je upotreba ovog pojma omogućila da prevaziđe probleme u definisanju ovog koncepta kao zajednica, ali isto tako i da ukaže da u sajber-prostoru postoje različiti vidovi okupljanja ljudi, a da su zajednice samo jedan od njih. Ono što je karakteristično za sve forme virtuelnog zajedništva je to da njihovi korisnici proizvode neku vrednost za druge, bilo da je u pitanju-sadržaj, prostor, odnos ili kultura. Izvrćući na glavu Vilijamsovu (Raymond Williams) ideju *mobilne privatizacije*, Bakardjeva uvodi model *nemobilne socijalizacije*. Za razliku od Vilijamsove ideje o privatizaciji društvenosti u zapadnim industrijskim društvima koja nastaje kao posledica izuma privatnih sredstava prevoza i izuma koji su omogućili konzumiranje medija kod kuće, Bakardjeva uočava suprotan trend. Korisnici *online* prostora na Internetu su nepokretni, budući da ne napuštaju svoje domove ali se, s druge strane, nesmetano socijalizuju sa ljudima širom sveta što za posledicu, između ostalog, može imati i razvijen osećaj zajedništva.

Na suprotnoj strani su oni autori koji smatraju da nema puno zajedničkih elemenata između klasičnih i virtuelnih zajednica. Van Dajk (Van Dijk, 2006:166) smatra da su virtuelne zajednice labava udruženja ljudi koja se mogu raspasti svakog trenutka i da kad neki član napusti ovaj tip zajednice to drugi članovi praktično i ne primete. Pored toga članovi virtuelnih zajednica imaju samo jednu zajedničku stvar a to je neki lični interes, dok su u svemu ostalom međusobno potpuno različiti.

Džouns (2001:33-4) se takođe kritički odnosi prema zajednicama na Internetu jer se one, po njemu, osmišljavaju na dva načina koja su "neprijateljska" za ljudske zajednice. Prvo, one bujaju u "međuvremenu", koju se iz osećaja da postoje, ali mi se u njih retko kad direktno osvedočujemo. Drugo, zajednice su zamišljene više kao paralelno nego kao serijsko udruživanje, što znači da one nisu sastavljene od ljudi koji su nužno povezani, makar interesom, nego pre od ljudi koji se tokom nekog vremena kreću u istom pravcu.

Patnam (2008) smatra da je usled manjka društvenih znakova i osiromašene komunikacije učesnicima u *online* grupama teže da postignu konsenzus i imaju manje međusobne solidarnosti. Oni razvijaju osećaj depersonalizacije i manje su zadovoljni postignućima grupe. Pored toga, po Patnamovom sudu, personalne mreže imaju tendenciju da budu guste i ograničene, dok mreže računarske komunikacije imaju tendenciju da budu ređe i neograničene. Anonimnost i fluidnost virtuelnog sveta idu u prilog odnosa u koje je lako ući i iz kojih je lako izaći i ta neobaveznost je, po Patnamu, ono što je privlačno u komunikaciji putem računara, ali zato ne ide u prilog izgradnje društvenog kapitala. Ako je tako lako ući i izaći iz ovih zajednica onda se u njima ne može razvijati predanost, poverenje i reciprocitet.

Jednu od kritika koja se čini da je na pravom tragu iznosi poznati kritičar kulture i medija Nil Postman. On smatra da *online* kolektivima nedostaje osećaj rizika i međusobne odgovornosti njenih članova, što je osnov za građenje zajednica. Zajedničke obaveze a ne samo interesi su ono što po njemu obeležava pravu zajednicu a to je ono što *online* kolektivima nedostaje da bi se mogli nazivati zajednicama (Nav. pr. Votson, 2001: 194-5).

Iako bi smo mogli navesti još kritika spram fenomena virtuelnih zajednica mislimo da na ovom mestu to nije neophodno dalje činiti. Ne zato što se ove kritike ne mogu dovesti u pitanje,²⁴¹ već zbog toga što mislimo da se rasprava na koju smo ukazali vodi u pogrešnom smeru. Ako se odmaknemo od pristupa koji odvaja *online* i *offline* svet i shvatimo ih kao ogledala istog, problemu virtuelnih zajednica se na pravilan način može prići jedino ako u analizu uključimo celu perspektivu. Virtuelne zajednice nisu nus-proizvod tehnologije, odnosno Interneta iako, dakako, mogu biti tehnološki posredovane i osnažene, već su one produkt društvene transformacije koju sa sobom nosi radikalizacija modernosti, o kojoj smo raspravljali u drugom delu drugog poglavlja. Jedino u tom kontekstu, odmičući se od dualne prirode *online* i *offline* sveta, ili ako hoćemo, dihotomije između tehnologije i društva, možemo razumeti različite obrasce društvenosti koji svoju manifestaciju doživljavaju i na samom Internetu. Takođe, kada govorimo o različitim društvenim formacijama koje na Internetu tvore oni koji pribegavaju sinhronoj sajber interakciji, važno je da se odmaknemo od pristupa koji sve pojave svodi na jedno, jer kao što postoje različiti obrasci društvenosti u stvarnom životu, tako se oni reprodukuju i u virtuelno okruženje. Ostavljajući za sobom rana proučavanja Interneta, neophodno je da nove obrasce društvenosti tumačimo u širem društvenom kontekstu. Kao što su gradovi projekcije društva u fizičkom prostoru, tako su i virtuelna mesta Interneta projekcija društvenih odnosa u sajberprostoru. Upravo je analiza kojom smo se bavili u drugom i trećem poglavlju

241 Pitanje je na kojim istraživanjima Van Dajk bazira svoje zaključke o heterogenosti virtuelnih zajednica kada druga istraživanja pokazuju da su članovi ovih zajednica često slični po mnogim elementima (Baym, 2010). Kada je reč o prvoj primedbi koju Džouns iznosi, čini se da se njoj može uputiti prigovor sličan onome koji se odnosi na prostornost zajednice. Ako zajednice definišemo kao društvene mreže onda se teško možemo u njih realno osvedočiti. Budući da su one disperzivne, heterogene i preklapajuće njih zaista možemo videti samo kraičkom oka. I druga primedba, koja se odnosi na nužnost povezanosti članova zajednice čini se da uporište crpe iz poređenja sa tradicionalnim, homogenim i sveuključujućim zajednicama. Mnoge realne zajednice nisu sačinjene od nužno povezanih ljudi, već su one dobrovoljne zajednice izbora koje ne moraju biti trajnog karaktera. Problem ovakvih kritika jeste taj što se povlači paralela između virtuelnih i nekadašnjih tradicionalnih zajednica, čime se ne uvažava dinamičnost zajednice, o čemu smo ranije takođe diskutovali. Iako je ono što Postman ističe, verovatno tačno kada su u pitanju virtuelne zajednice, i ovde se može uputiti slična primedba kao i kod prethodnih kritika, odnosno ne uvažavanje činjenice dinamičnosti zajednice, koja se usled društvenih promena i sama transformiše gubeći svoja nekadašnja obeležja.

trebala da nam posluži da razumemo procese koji se sada projektuju u sajberprostor. Tek ako virtuelne obrasce društvenosti povežemo sa opštom klimom individualizacije i mrežne strukture makro i mikro društvenih odnosa, možemo na pravi način tumačiti njihove manifestacije i posledice po društvo u celini.

4 Internet u funkciji personalnog umrežavanja u Srbiji

4.1 Uspostavljanje konteksta analize

Osnovni cilj ovog poglavlja jeste da se teorijsko-analitički okvir, koji je dat u drugom i trećem poglavlju, empirijski verifikuje. Ali pre nego što uđemo u detaljnu analizu komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji posvetićemo uvodni deo ovog poglavlja kontekstualizaciji našeg istraživanja. Budući da se kroz veći deo ove disertacije bavimo društvenim mrežama s jedne strane, i upotrebom Interneta s druge strane, na narednim stranama dovešćemo ove elemente analize u vezu sa srpskim društvom. Prvo ćemo se posvetiti prikazivanju razvoja mrežnog obrasca društvenosti u poslednjih nekoliko decenija, da bi se potom okrenuli davanju slike prosečnog Internet korisnika u Srbiji. Nakon toga, naša pažnja će u potpunosti biti posvećena temeljnom analiziranju rezultata koji su proistekli iz našeg istraživanja komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji, koje smo sproveli krajem 2011. godine

4.1.1 Mrežni obrasci društvenosti u Srbiji

Proučavanje društvenih mreža u srpskoj sociologiji nema previše dugu tradiciju, posebno ako govorimo o *Ja-mrežama*, odnosno mrežama centriranim na pojedinca. Gotovo sva istraživanja na koja ćemo se u nastavku pozvati rezultat su rada sociologa okupljenih oko *Instituta za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu*, ali su se i ona sasvim posredno bavila društvenim mrežama i to pre svega u kontekstu porodice. Kako mi kroz ovu disertaciju proučavamo društveno umrežavanje jedne još uvek specifične populacije u Srbiji, svrha ovog poglavlja je da nam pomogne da razumemo kontekst u kome su se razvijali mrežni obrasci društvenosti u proteklih nekoliko decenija u Srbiji. Budući da je populacija korisnika Interneta u Srbiji, pretežno mlađa i urbanija, te višeg materijalnog i obrazovnog statusa, onda će za nas biti indikativni svi oni nalazi koji se tiču ovih kategorija stanovništva u opštoj populaciji Srbije.

Ukoliko želimo da analiziramo promene u strukturi i funkcijama mrežnih obrazaca društvenosti u Srbiji onda treba imati u vidu da su oni neodvojivi od

opštih društveno-ekonomskih promena koje su pogađale Srbiju u proteklim decenijama. U skladu sa tim, možemo izdvojiti tri faze razvoja srpskog društva koje su presudno uticale i na formiranje i transformaciju mrežnih obrazaca društvenosti: *fazu modernizacije, fazu retradiconalizacije i fazu konsolidacije*. Naravno, ove faze treba razumeti kao idealno-tipske modele a ne kao jednoznačne i čiste procese budući da oni nisu u podjednako meri i na podjednak način zahvatali sve delove srpskog društva.

Faza modernizacije

Uobičajeno se smatra da su kroz Srbiju, počev od sredine XIX veka, prošla tri i to nedovršena ili deformisana, modernizacijska talasa (Vujović, 2002:169), s tim što su neki skloni da uoče i postajanje četvrtog, koji počinje nakon sloma Miloševićevog režima (Antonić 2004:20). Kada kažemo da su ovi talasi bili nedovršeni ili deformisani, mislimo na to da se oni nisu podjednako razvijali u svim svojim elementima, odnosno da su neki od modernizacijskih činilaca bili delimično prisutni ili deformisani u svojoj primeni ili se uopšte nisu ni razvili (kvazi tržišni odnosi, opstajanje kolektivističkih i egalitarističkih vrednosti, opstajanje proširene porodice, patrijarhalizam, itd). Ipak, ma kako ova modernizacija bila, kako se to često kaže, prepолоvljena ona je svakako promenila lice Srbije pretvarajući je, u decenijama koje su nakon Drugog svetskog rata sledile, iz dominantno agrarne u industrijsku, iz izrazito ruralne u pretežno urbanu, iz neobrazovane u relativno obrazovanu. Porodica se sve više približava nuklearnom modelu, podiže se starosna granica za stupanje u brak, smanjuje se stopa fertiliteta i lagano povećava stopa divorcijaliteta. Postepeno dolazi do oslobađanja žena i njihovog sve većeg zapošljavanja van porodičnog kruga, što utiče na sve snažnije i šire napuštanje tradicionalnih oblika i struktura porodičnog života i odbacivanja autoritarnih i patrijarhalnih običaja, odnosa i ponašanja članova porodica i domaćinstava (Milić, 2004:319). Sve ovo je uticalo da, posebno sa otvaranjem jugoslovenskog socijalizma prema zapadu tokom kasnih 60-tih godina XX veka, u velikim urbanim sredinama počne stasavati mlada generacija obrazovanih, urbanih, dobro informisanih pripadnika srednje klase, koja se sve više udaljavala od principa «organskog jedinstva» karakterističnog za patrijarhalno-komunistički

kolektivizam (Lazić 2003:205). Praktično je ova generacija urbanog srednjeg sloja, koji je u naredne dve decenije bio u ekspanziji, davala osnovni modernizacijski impuls čitavom srpskom društvu.

Pomenuti širi društveni procesi uveliko su uticali i na strukturu i funkcije mrežnih obrazaca društvenosti u srpskom društvu. Pre svega, treba reći da su društvene mreže u doba socijalizma činile važan segment neformalne organizacije društvenog života i da su po nekim mišljenjima čak igrale značajniju ulogu nego u kapitalističkim društvima (Sik and Wellman 1999:228). Pored različite društvene strukture i tradicije socijalističkih društava, Sik i Velman smatraju da je veći značaj mreža u socijalizmu nastajao kao posledica zaobilaženja ili prevazilaženja društveno-ekonomskih pritisaka i rigidnih birokratskih procedura. Takođe, govoreći o funkcijama društvenih mreža u jugoslovenskom socijalističkom društvu Milićeva (1991) ukazuje da su one bile daleko više od paralelnih i spontano nastalih tokova neformalne društvene podrške i pomoći, i da su kao takve činile nerazdvojni deo ukupnog načina funkcionisanja birokratskog sistema. Posebno srodničke, ali i prijateljske mreže su imale značajnu funkciju očuvanja i reprodukcije položaja članova lokalnih mreža, tako što su služile kao kanali za zauzimanje partijskih položaja, pronalaženje posla ili privilegija koje je pružalo socijalističko društvo.

U prvoj fazi modernizacije, u periodu socijalizma, mrežni obrasci društvenosti u Srbiji se takođe razvijaju u skladu sa efektima polovične modernizacije, čineći da paralelno postoje tradicionalni i modernizovani obrasci društvenosti. U jednoj od prvih studija stilova života a između ostalog i mrežnih obrazaca društvenosti u Srbiji sredinom 70-tih godina XX veka, Vesna Pešić (1977) definiše tri zasebna stila života. *Tradicionalni stil* života poljoprivrednika, *radnički stil* života i *statusni i ekskluzivni stil* života srednjih slojeva i rukovodilaca. Ono što je za nas najvažniji nalaz ovog istraživanja je to što se pokazalo da su rodbinske veze ključni gradivni element personalnih mreža građana Srbije, bez obzira na njihov društveni položaj. Jedina razlika koja se uočava u ovoj pravilnosti se odnosi na to što se kod viših društvenih položaja ponekad dešava da bočne rodbinske veze prerastaju u prijateljske, ali i to ako su u pitanju srodnici slične generacije i društvenog položaja. Ono na šta presudno utiče društveni položaj jeste učešće suseda i

prijatelja u personalnim mrežama. Što je niži društveni položaj to je veće učešće suseda a manje je prijatelja i obratno. Naravno, ima i odstupanja od ovog modela i ona su upravo posledica ubrzanе i neravnomerne modernizacije koja ne zahvata sve delove društva na podjednak način. Tako, imamo pomalo neobičnu situaciju da se pripadnici radničkog sloja manje intenzivno posećuju sa rodbinom nego što je to slučaj sa pripadnicima srednjih slojeva, što je verovatno posledica njihovog ranog odlaska od kuće, odnosno sa sela, i samim tim otežanog održavanja rodbinskih odnosa. Ali isto tako, radnici imaju nesrazmerno mnogo suseda u svojim mrežama koji verovatno kompenzuju ovaj nedostatak primarnih rođaćkih veza. Zbog toga Pešićeva njihov stil života i naziva *pseudo-tradicionalnim*.

Ovo istraživanje je sa stanovišta naše disertacije posebno važno zato što je pokazalo da se moderan obrazac društvenosti koga karakteriše dominantno učešće prijatelja u personalnim mrežama, već formirao u Srbiji sredinom 70-tih godina XX veka, kada je reč o srednjim i višim slojevima društva. Pešićeva zapaža da se prijateljske veze formiraju prema ličnim sklonostima i interesovanjima i tu je dominantan obrazac individualističkog i ličnog kriterijuma za sklapanje i održavanje neformalnih veza. Prijateljske veze služe kao izvor, današnjom terminologijom rečeno - društvenog kapitala, ili kako bi Pešićeva (1977:171) rekla:

„...sadrže i određene elemente zatvaranja i koristi, koji se ogleda u sistemu veza pomoću kojih se obezbeđuju natprosečne usluge i privilegije u svakodnevnom životu i zadovoljavanju potreba.“

Sledeće istraživanje, i prvo u nizu *Instituta za sociološka istraživanja* na koje ćemo se u nastavku ove analize osvrnuti, sprovedeno krajem 80-tih godina XX veka, pokazuje da nema bitnijih promena u strukturi i funkcijama društvenih mreža u odnosu na protekli period. Jedina razlika je u tome što se pokazalo da srodničke veze prevladavaju u društvenim mrežama svih slojeva, dok su prijateljske veze nešto manje zastupljene. Međutim, ovaj nalaz se jednim delom može pripisati i tome što su u centru pažnje svih *Institutskih* istraživanja, pa i ovog, bile porodične a ne personalne mreže, što je svakako uticalo na dobijenu strukturu društvenih mreža. Čini se da je opravdano zaključiti da pojedinci nemaju isti model umrežavanja kao što ga ima porodica kao celina. Stoga su i različite perspektive ispitanika ako mu se postavi pitanje o osobama sa kojima se najčešće druži on kao

pojedinaac u odnosu na pitanje sa kim se njegova porodica, recimo, najčešće posećuje.

Međutim, ono što je za nas važno je to što je ovo istraživanje pokazalo da se zadržava već ustanovljena pravilnost da sa povećanjem društvenog položaja raste i učešće prijatelja u društvenim mrežama, i to na račun suseda i rođaka. Ipak, kada je reč o osobama kojima se porodice obraćaju za pomoć tu srodnici dominiraju u svim tipovima društvene pomoći iako njihovo učešće opada sa porastom društvenog položaja. Jedino kod obraćanja za pomoć kod zapošljavanja prijatelji imaju dominantnu ulogu, što pokazuje da su i u doba socijalizma prijateljske veze služile kao neka vrsta premošćujućeg društvenog kapitala.

Faza retradicionalizacije

Sa slomom socijalističkog uređenja, početkom 90-tih godina XX veka situacija u Srbiji se drastično menja. U uslovima blokirane transformacije srednji sloj kao nosilac modernizacijskih obrazaca društvenosti praktično biva sklonjen sa društvene scene Srbije zajedno sa efektima njegovog delovanja. Tržišna ekonomija, kao važan element modernizacije, stupa na snagu u svom najsirovijem obliku i to kao gola borba za opstanak, podstičući egoistički individualizam kakav je bio karakterističan za Evropu XIX veka. U uslovima kada paternalistička država gubi sve svoje konce, kada koncept sigurnog zaposlenja biva zamenjen svojim nepostojanim pandanom, oslonac na samoga sebe i sebi najbliže praktično postaje jedina garancija opstanka. Nije ni čudo što u takvim uslovima nekadašnji izvori sigurnosti, potisnuti od strane socijalističke države, ponovo izbijaju na površinu. Tradicija, nacija i religija iznova postaju utočište za unezverenog pojedinca popunjavajući prostor koji je za sobom ostavilo «komunističko društvo blagostanja» (Antonić, 2004:27). Ova potreba za popunjavanjem sigurnosnog vakuma reflektovala se i kroz povratak retradicionalizovanim obrascima porodičnog života budući da se porodica iznova percipira kao jedina, nezamenljiva i glavna potpora životu pojedinca (Milić, 2004:342). Proces sveopšte društvene transformacije ostavlja prazne prostore koje je ranije popunjavao državni aparat tako da su građani sada u velikoj meri primorani da sami rešavaju probleme sa kojima se suočavaju. U ovakvim okolnostima mrežni kapital kao alternativni način

pribavljanja resursa počinje da igra još važniju ulogu nego u doba socijalizma. Naglo se podiže značaj i inače važnih srodničkih mreža, koje praktično obezbeđuju egzistenciju velikog broja građana Srbije. Veze sa srodnicima iz sela postaju od presudne važnosti za urbano stanovništvo koje usled nezabeleženog slabljenja nacionalne valute praktično ostaje bez materijalnih sredstava za život. Kada je reč o prijateljskim vezama, posledice ekonomskog i društvenog sloma Srbije tokom 90-tih su bile posebno pogubne po ovaj ključni pokazatelj modernosti društvenih mreža. Po nalazima *Institutskog* istraživanja sprovedenog u prvoj polovini 90-tih, pokazuje se da čak jedna trećina starih prijateljstava nestaje (Milić, 1995). Međutim, njihovo istraživanje s kraja 90-tih pokazuje da se taj negativni saldo čak i uvećao tako da sad polovina ispitanika izjavljuje da su izgubili stara prijateljstva (Milić, 2002). Po Milićevoj, osnovni razlog za ovakav slom prijateljskih veza leži u fizičkom nestajanju bivših prijatelja, bilo kao posledica izrazito velike stope smrtnosti, ili kao posledica visoke stope emigracije i imigracije. Milićeva, takođe pretpostavlja da je moguće da se jedan broj prijateljstava prekinuo i zbog ideološko-političkih mimoilaženja, ali se nama čini da ovo nije mogla biti pojava koja bi se odrazila u tako velikoj meri ili koja bi pogodila samo prijateljstva a zaobišla rođачke ili susedske veze. Međutim, ono što otežava sagledavanje razornosti događaja iz 90-tih na sudbinu prijateljskih veza u Srbiji je to što autorka ništa ne govori o tome koliki je uobičajeni procenat izgubljenih prijateljstva u regularnim društvenim okolnostima, a neosporno je da personalne mreže evoluiraju tokom vremena (Bidart and Lavenu, 2005). Bez tog uporednog pokazatelja nama ništa ne znači podatak da je ranih 90-tih prekinuta trećina starih prijateljstva budući da je to možda uobičajen nalaz i u svim drugim okolnostima. Tek nam istraživanje s kraja 90-tih ukazuje na to da se nešto zaista dešavalo sa prijateljskim vezama u ovom periodu i da se to eventualno može pripisati onim faktorima na koje Milićeva ukazuje.

Faza konsolidacije

Završetkom poslednjih ratova, krajem 90-tih godina XX veka, i nakon demokratskih promena s početka 2000-tih, kreće faza blage konsolidacije srpskog društva. Nakon prvih godina neumerenog optimizma, i kao logična posledica toga,

izneverenih očekivanja, čini se da će period konsolidacije umesto da predstavlja prelaznu fazu ka stabilizaciji društveno-ekonomskih prilika, postati trajno stanje društvenog života u Srbiji, zarobljenog između prošlosti i budućnosti. Posebno brine to što su mladi ljudi, koji stasavaju pritisnuti retrogradnim procesima u porodici sa jedne strane, i snažnim strukturalnim ograničenjima sa druge strane, gotovo potpuno osujećeni u razvijanju individualizovanih stilova života, na šta su u svom istraživanju ukazale Tomanovićeva i Ignjatovićeva (2004). U takvim okolnostima, zaključuju autorke, dominantna strategija za znatan deo mladih je odlaganje: završetka školovanja, braka, rađanja, stalnog zaposlenja te bi u tom smislu, po njima, pre bilo moguće govoriti o «iznuđenoj» ili «pseudo» umesto modernističkoj individualizaciji (Tomanović i Ignjatović, 2004:63). Sa stanovišta našeg istraživanja, nama su mladi ljudi posebno zanimljivi budući da najveći broj korisnika Interneta u Srbiji spada upravo u ovu kategoriju.

Prvo istraživanje Instituta za sociološka istraživanja sprovedeno početkom 2000-tih pokazuje svu pogubnost ratova i sankcija iz 90-tih na život običnih ljudi. Potvrđuju se nalazi iz prethodnih studija o regresiji, kako prema formi tako i prema sadržaju, na predsocijalističke, tradicionalne i patrijarhalne modele ponašanja i vrednosti (Milić, 2004). Ipak, ovo istraživanje, kada je reč o jakim društvenim vezama, pokazuje i nešto drugo. Iako se i dalje beleži dominacija rođaka kao grupe sa kojima se porodice najčešće sreću (26.7%), sve su zastupljenije i prijateljske veze (19.6%). Ovde valja pomenuti još i susedske veze (15.9%), kao i one ispitanike koji kažu da se podjednako druže sa svim ponuđenim kategorijama (34.9%). Kao što smo već napomenuli Institutska istraživanja nam mogu samo posredno dati sliku kompozicije društvenih mreža građana Srbije, kako zbog toga što su usmerena na porodicu, tako i zbog samog metoda utvrđivanja strukture društvenih mreža. Naime u studiji iz 2004. godine, uostalom kao i u svim prethodnim institutskim istraživanjima, postavljeno je pitanje *sa kim se porodice najčešće druže*, što je isključilo mogućnost da se uhvate i manje jake veze. Osim toga, veliki broj ispitanika je odgovorio da se porodice najčešće druže sa svima, jer im je verovatno bilo teško da se opredele za samo jednu kategoriju odnosa. U svakom slučaju, struktura porodičnih mreža do koje se došlo u ovom talasu istraživanja govori o revitalizaciji prijateljskih veza u Srbiji. Po našem sudu,

njihovo učešće bi bilo i srazmerno veće da su se pokušale uhvatiti i slabije veze, kao i da su predmet istraživanja bile personalne mreže. Za nas je, takođe, važan nalaz ovog istraživanja koji pokazuje da mlađi i bolje obrazovani ispitanici ukazuju na otvorenije porodične mreže od starijih i niže obrazovanih. Pored toga, što je društveni položaj porodica viši to se one u traženju instrumentalnih vidova pomoći (za pronalaženje posla, pozajmice novca, administrativne prečice) češće obraćaju prijateljima, kumovima i kolegama, što je posledica veće razgranatosti njihovih mreža. Na osnovu rezultata istog ovog istraživanja, Babovićeve (2009) zaključuje da 44% domaćinstava, budući da se dominantno oslanja na rođake i susede, ima tradicionalni vid društvenog kapitala, dok 32% ima moderan tip društvenog kapitala, sačinjen dominantno od prijateljskih i poznaničkih veza. Takođe na osnovu ovog istraživanja saznajemo da je zabrinjavajuće veliki broj (više od 50%) onih koji nemaju na koga da se oslone za rešavanje važnih ličnih problema, poput zaposlenja ili lečenja, ali i to da kada se radi o provođenju slobodnog vremena na prvom mestu su prijatelji, pa tek onda rodbina i susedi (Bobić, 2004).

Poslednje *Institutsko* istraživanje na koje ćemo se pozvati obavljeno je 2008. godine na specifičnom poduzorku porodica (predmet istraživanja su bile osobe koje su sklopile brak do 5 godina pre istraživanja i u periodu od 15-20 godina pre istraživanja). Rezultati ovog istraživanja pokazuju da srodnici i dalje zauzimaju najveći deo porodičnih kontakata nakon čega slede prijatelji, pa daleko iza susedi i kolege. I ovde se zadržava pravilnost koja se ogleda u različitoj strukturi društvenih mreža onih koji imaju više i niže materijalne prihode. Ispitanici sa niskim prihodima najviše ističu susedske veze u odnosu na sve ostale kategorije, daleko više nego prijatelje, dok je sasvim obrnuta situacija sa osobama višeg materijalnog položaja (Tomanović, 2010).

Sumirajući ovaj kratki pregled geneze mrežnog obrasca društvenosti proteklih nekoliko decenija u Srbiji možemo zaključiti da, u proseku govoreći, dominantno mesto u personalnim mrežama građana Srbije zauzimaju rođaci, pa tek potom prijatelji, dok su ostale kategorije, daleko manje zastupljene. Pored toga, sva istraživanja koja smo ovde prikazala i koja su pokrila period od preko 30 godina, pokazuju da se sa porastom društvenog položaja povećava značaj prijatelja u

društvenim mrežama a opada značaj rođaćkih i susedskih veza. Za nas je ovaj nalaz važan budući da nam govori da bi mogli da očekujemo da korisnici Interneta u Srbiji, budući da zauzimaju više društvene položaje, imaju daleko više prijatelja u svojim personalnim mrežama, nego što je to slučaj sa rođacima a posebno sa susedima i da samim tim Internet igra važnu ulogu u «servisiranju» ovih mreža.

4.1.2 Upotreba Interneta u Srbiji

Kada je reč o upotrebi Interneta u Srbiji, ona započinje nedugo po komercijalizaciji Interneta u svetu.²⁴² Međutim, uprkos ranoj povezanosti na svetsku globalnu mrežu širenje upotrebe Interneta se odvija sporo i još uvek, prema podacima za 2010. godinu, nije blizu 50% korisnika (40.9% u 2010. godini), čime Srbija zauzima jedno od poslednjih mesta među evropskim zemljama.²⁴³ Iza Srbije su samo Turska sa 39.7% i Rumunija sa 39.8% korisnika Interneta, dok sve ostale zemlje iz neposrednog okruženja kao i Evropske unije imaju veću penetraciju korisnika Interneta (PKI) od Srbije. Gledajući zemlje bivše Jugoslavije, Srbija je, takođe, na začelju. Ubedljivo prednjači Slovenija sa 70% korisnika Interneta, iza nje je Hrvatska sa 60.3% a potom se ređaju Bosna i Hercegovina, Crna Gora i Makedonija sa po približno 52% korisnika. Na osnovu ovih podataka možemo zaključiti da sve zemlje bivše Jugoslavije osim Srbije, imaju natpolovičnu Internet penetraciju ili jednostavnije rečeno, da je više ljudi koji koriste Internet nego onih koji ga ne koriste. Ono što posebno zabrinjava kada je reč o Srbiji jeste sve izraženije usporavanje rasta broja korisnika Interneta u nekoliko poslednjih godina. Recimo, u periodu od 2008.-2010. godine broj korisnika Interneta u Srbiji

242 Prvi Internet provajderi u Srbiji nude usluge povezivanja na Internet već 1995 godine. (<http://www.internetprovajder.com/eunet.html>)

243 Podaci su dati na osnovu izveštaja „Međunarodne telekomunikacione unije“ (ITU) za 2010. godinu, koji se mogu naći na sledećoj web adresi: www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2010/IndividualsUsingInternet_00-10.xls. Ovde treba dodati da ITU samo objedinjava podatke koje dostavljaju nacionalna regulatorna tela za telekomunikacije. Recimo, kada je reč o Srbiji, prikazana IP je dobijena kroz godišnje istraživanje Republičkog zavoda za statistiku Republike Srbije (RZZS) (Vukmirović, i dr., 2010).

se povećao samo za nekih 5%,²⁴⁴ dok se u istom periodu u Bosni i Hercegovini ovaj broj povećao za više od 17% ili u Crnoj Gori za 11%. Od zemalja iz regiona najilustrativniji primer eksplozivnog rasta broja korisnika Interneta možemo videti u Albaniji gde se broj korisnika u ovom periodu praktično udvostručio, sa 23,86% na 45%. Tražeći uzroke ovako zabrinjavajućeg trenda u Srbiji, teško da krivicu možemo svaliti na posledice globalne ekonomske krize budući da su njima u istoj meri bile izložene i ostale zemlje regiona. Stoga, krivce treba tražiti pre svega u Srbiji. Prvi i osnovni faktor niske PKI je izuzetno loša ekonomska situacija u Srbiji, budući da su krajem 2011. godine prosečni prihodi domaćinstva u Srbiji bili ispod 500 eura mesečno.²⁴⁵ Ako pogledamo rezultate poslednjeg istraživanja upotrebe IKT u Srbiji (Vukmirović i dr., 2011), videćemo da prelomnu tačku, kada je reč o upotrebi Interneta, predstavljaju upravo mesečni prihodi domaćinstva od preko 600 eura, gde se pokazuje da skoro 84% ovih domaćinstava u Srbiji poseduje vezu sa Internetom u odnosu na nepunih 26% domaćinstava sa prihodom nižim od 300 evra. Međutim, pored loše ekonomske situacije, možda je i podjednako važan problem potpuno odsustvo „sluha“ države za razvoj IKT sektora.²⁴⁶ Iako je Srbija usvojila nekoliko strategija koje se tiču razvoja IKT²⁴⁷ one češće ostaju spisak lepih želja nego što se zaista i realizuju u predviđenim rokovima ili realizuju uopšte. Servisi e-uprave, e-trgovine, e-obrazovanja koji mogu da posluže kao pokazatelji zainteresovanosti države za razvoj IKT, praktično da ne funkcionišu ili funkcionišu u elementarnom obimu.²⁴⁸ I na kraju svakako treba

244 Ovaj nepovoljan trend se nastavio i u 2011. godini budući da je broj korisnika Interneta u Srbiji u odnosu na prethodnu godinu porastao samo za 1.3% (Vukmirović, i dr., 2011).

245 Saopštenje RZZS broj 070 - год. LXII, 15.03.2012, dostupno na sledećoj web adresi: http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/00/61/62/LP12_070_srb.pdf

246 Nezainteresovanost državnih institucija za razvoj informacionog društva u Srbiji može se videti iz činjenice da je prvo zvanično istraživanje upotrebe informaciono-komunikacionih tehnologija kod nas obavljeno punih deset godina nakon početka upotrebe Interneta u Srbiji, odnosno tek 2006. godine kada je utvrđeno da 23.9% građana Srbije koristi Internet (Vukmirović i dr, 2006).

247 Poslednja u nizu usvojenih je *Strategija razvoja informacionog društva u Republici Srbiji do 2020. godine*. Strategije i akcioni planovi su dostupni na sledećoj web adresi: <http://www.digitalnaagenda.gov.rs/dokumenti/strategije-akcioni-planovi/>

248 U to kako funkcionišu i oni rudimentarni oblici e-uprave uverio se autor ove disertacije pokušavajući da otvori elektronski nalog za proveru stanja poreza na imovinu na sajtu beogradske filijale Uprave za javne

obratiti pažnju na izrazito nepovoljne socio-demografske faktore, o kojima ćemo u produžetku reći nešto više, a koji dodatno usporavaju širenje upotrebe Interneta u Srbiji.

Kada je reč o strukturi korisnika Interneta u Srbiji, prema podacima Republičkog zavoda za statistiku (Vukmirović i dr, 2006; 2010; 2011) posedovanje računara i korišćenje Interneta značajno su povezani sa socio-demografskim faktorima, što je karakteristično za rani razvoj upotrebe Interneta (Chen et al., 2002). Upotrebi Interneta pre svega su sklone mlađe osobe, urbano stanovništvo, osobe višeg nivoa obrazovanja i većih materijalnih prihoda. Prema aktuelnim podacima Republičkog zavoda za statistiku (Vukmirović i dr, 2011), među najmlađim osobama (starim između 16-24 godine) je i najviše korisnika Interneta (86.7%). Nakon toga, u svakoj narednoj kategoriji broj onih koji upotrebljavaju Internet značajno opada do skromnih 1.9% korisnika među najstarijim ispitanicima (starim preko 65 godina). Direktna veza se jasno očitava i kada je reč o obrazovanju, gde 81.5% onih sa višim i visokim obrazovanjem koristi Internet, 68.4% sa srednjim i samo 32.2% sa nižim. Gledano samo među korisnicima Interneta, 60.8% ima srednje obrazovanje, 21.1% više ili visoko a 18.1% niže od srednjeg. Praktično svi studenti koju su obuhvaćeni istraživanjem koriste Internet (99.5%), zaposleni to čine u 61.7% slučajeva, dok je kod nezaposlenih lica upotreba Interneta daleko niže zastupljena sa nepunih 33%. Kao što smo rekli, urbano stanovništvo je duplo sklonije upotrebi Interneta od ruralnog(51% prema 27.2%), dok su po polnoj strukturi među korisnicima nešto više zastupljeni muškarci nego žene (43.9% prema 40.5%). Kako smo se materijalnim pokazateljem malopre bavili nema potrebe da ovde ponavljamo nalaze osim da konstatujemo da sa njegovim porastom raste i upotreba Interneta.

Kada je reč o modalitetima upotrebe,²⁴⁹ kao što je očekivano Internet se u Srbiji, kao i u svim drugim zemljama, pretežno koristi u komunikacijske svrhe, gde

prihode Republike Srbije (<https://lpa.begrad.gov.rs/lpa/dispatch?s=login>). Kao datum podnošenja elektronske prijave sistem je zabeležio 2.3.2012, a jedan mesec kasnije, u polju „status“, i dalje je pisalo da je prijava „neobrađena“.

249 Ovde će modaliteti upotrebe biti samo pobrojani, dok ćemo se njima detaljnije baviti u empirijskom delu disertacije

su najzastupljenije *online servisi*- platforme za društveno umrežavanje i e-mail sa blizu 70% korisnika,²⁵⁰ zatim četovanje ili diskutovanje na *online* forumima sa 52.8% i telefoniranje putem Interneta sa 42.8%. Ono što je još jedna važna karakteristika upotrebe Interneta u Srbiji jeste jako nerazvijena *online* trgovina sa svega 18.1% onih koji su kupovali putem Interneta. Po našem mišljenju razloge za ovako nizak nivo e-trgovine u Srbiji, osim u izostanku adekvatne regulative, treba tražiti i u kulturološkim faktorima, pre svega, u široko rasprostranjenom osećaju straha od moguće prevare kao posledice ovakvog vida trgovine, o čemu smo detaljnije pisali na drugom mestu (Tomić i Petrović, 2011).

Dakle, sumirajući sve što je napred rečeno možemo sklopiti sliku korisnika Interneta u Srbiji. Korisnici Interneta u Srbiji su još uvek manjina, koja je sačinjena od pretežno mlađe i urbane populacije, višeg obrazovanog i materijalnog statusa. Internet se koristi pre svega u komunikacione svrhe a *online* platforme za društveno umrežavanje i e-mail predstavljaju najkorišćenije komunikacione alate. I na kraju, korisnici Interneta u Srbiji, iz različitih razloga, nisu previše skloni alterantivnim upotrebama Interneta u cilju kupovanja i plaćanja roba i usluga, obavljanja administrativnih poslova, obrazovanja i sl.

Sve navedene karakteristike su sasvim uobičajene za zemlje koje se još nalaze u ranoj fazi širenja upotrebe Interneta, pa se može konstatovati da se širenje upotrebe Interneta u Srbiji u najvećoj meri odvija po istom onom obrascu po kome se njegova upotreba širila u razvijenim zemljama Evrope i sveta.

4.2 Istraživanje komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji

Nakon uspostavljanja teorijskog i analitičkog okvira u drugom i trećem poglavlju disertacije, u narednom poglavlju zaokružićemo našu studiju uloge Interneta u uspostavljanju i održavanju interpersonalnih odnosa, empirijskim uvidom u ponašanje korisnika Interneta u Srbiji. Možda će se činiti da je samo istraživanje nepravedno zapostavljeno stavljanjem u poslednju četvrtinu ove

²⁵⁰ Pitanje vezano za upotrebu e-mail se odnosilo na njegovo slanje sa atačmentom, tako da je za očekivati da je upotreba e-mail, ako se uračunaju i oni koji su slali e-mail bez atačmenta, još šire rasprostranjena.

disertacije, ali smo smatrali da je u okolnostima nerazvijenosti naučnih izučavanja društvene upotrebe Interneta u Srbiji, bilo važno uspostaviti širok teorijsko-analitički okvir koji može poslužiti kasnijim empirijskim studijama Interneta. Osnovna uloga našeg istraživanja je da se empirijski verifikuje teorijsko-analitički okvir i to pre svega naše shvatanje o transmisionoj i prokreativnoj funkciji Interneta. Na širem planu, uloga ovog istraživanja je da pokaže u kom pravcu treba usmeriti buduće studije komunikacionih funkcija Interneta, kao i da pruži uporedni okvir za njihovu analizu.

4.2.1 Osnovni ciljevi i istraživačke hipoteze

Ciljevi koji su nas usmeravali u razradi teorijsko-analitičkog su takođe i oni koji su usmerili tok našeg istraživanja. U skladu sa tim, ciljevi se mogu podeliti u četiri osnovne grupe:

1. Kod analize Interneta u funkciji održanja *offline* društvenih mreža: Da li postoji veza između Intenziteta upotrebe Interneta i širine društvenih mreža; Da li postoji veza između načina upotrebe Interneta (transmisioni i prokreativni) sa širinom društvenih mreža, kako i sa strukturom veza koje se u tim mrežama uspostavljaju?
2. Kod analize transmisione funkcije Interneta: U kojoj meri se Internet koristi kao interpersonalni medij za održavanje društvenih odnosa; Mesto Interneta u odnosu na već postojeće načine održavanja kontakata u personalnim mrežama.
3. Kod analize prokreativne funkcije Interneta: U kojoj meri se Internet upotrebljava za uspostavljanje novih društvenih odnosa; U kojoj meri se novi društveni odnosi sa Interneta prenose u realnost?
4. Kod analize Interneta u funkciji društvenog kapitala: Kakva je veza između društvenog kapitala korisnika Interneta i njegove upotrebe; Može li Internet služiti kao izvor društvenog kapitala?

U skladu sa ovim ciljevima postavljene su i sledeće istraživačke hipoteze:

Hip. 1: *Upotreba Interneta u transmisione i prokreativne svrhe je povezana sa širinom personalnih mreža korisnika Interneta u Srbiji;*

Hip. 2: *Internet se uspostavlja kao važan interpersonalni medij za održavanje slabih veza;*

Hip. 3: *Upotreba Interneta za uspostavljanje novih društvenih odnosa nije u vezi sa smanjenom društvenošću korisnika Interneta;*

Hip. 4: *Internet može biti u funkciji kreiranja društvenog kapitala;*

Nakon toga u skladu sa ciljevima i istraživačkim hipotezama kreiran je upitnik koji je bio podeljen u šest celina: (1) socio-demografske karakteristike ispitanika; (2) informatička pismenost i upotreba Interneta; (3) upotreba *online* platformi za društveno umrežavanje; (4) obrasci komunikacija putem Interneta; (5) uspostavljanje novih društvenih odnosa na Internetu; (6) društvenost i *offline* društvene mreže korisnika Interneta.²⁵¹

4.2.2 Metodologija istraživanja komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji

Za razliku od prvih godina širenja Interneta kada se samo naslućivala mogućnost njegove upotrebe u cilju sprovođenja anketnih istraživanja, danas *online* anketiranje postaje sve više ravnopravno sa tradicionalnim načinima sprovođenja ovakvih istraživanja. Tome je, pre svega, doprinelo intenzivno širenje upotrebe Interneta čime je sve veći broj potencijalnih ispitanika postao elektronski dostupan. Pored toga, u poslednjih nekoliko godina pojavio se veliki broj specijalizovanih web platformi koje besplatno ili za malu nadoknadu nude mogućnost kreiranja *online* upitnika.²⁵² Na ovaj način otvorio se prostor za mnogobrojne studente i istraživače da kroz upotrebu ovih platformi i bez ulaganja velikih materijalnih sredstava ili potpore institucija na kojima studiraju ili rade, ipak sprovedu željeno istraživanje i dobiju određene rezultate. Međutim, prednost *online* anketiranja danas ne koriste samo studenti i istraživači, već praktično svako, bio on stručnjak ili laik, može kreirati svoje *online* istraživanje, što po Kuperu (Couper, 2000:464-5) predstavlja svojevrsni dvosekli mač za istraživačku industriju. S jedne strane, sada svako zainteresovan može praktično preskočiti

251 Kompletan upitnik se nalazi u prilogu ove disertacije

252 Neki od mnogih se mogu videti na sledećim web adresama, <http://freeonlinesurveys.com/>
<http://www.surveymonkey.com/> <http://www.tvojstav.com/index.html>

specijalizovane agencije ili stručnjake i sam sprovesti anketu velikog obima dok, s druge strane sa porastom ovakvih istraživanja postaje izuzetno teško razlikovati loše od dobro urađenih. Zbog toga je za očekivati da će ova potencijalna opasnost po istraživačku industriju svakako doprineti tome da se specijalizovane agencije i stručnjaci još više posvete usavršavanju metodologije *online* istraživanja, ne bi li pokazali kako su podaci do kojih oni dolaze relevantniji u odnosu na mnogobrojne samo-kreirane *online* ankete.

Budući da smo na drugom mestu detaljnije pisali o prednostima i nedostacima *online* istraživanja (Petrović, 2008), ovde ćemo samo ukratko podsetiti na njih. Osnovne prednosti *online* istraživanja mogu se svesti na sledeće: populaciju koja je predmet istraživanja, istraživač zatiče na licu mesta (dakle na Internetu), čime se isključuje mogućnost da o istraživanoj pojavi govore oni koji realno ne pripadaju željenom uzorku, što se može desiti kod *offline* istraživanja upotrebe Interneta. Ovo je u vezi sa drugom prednošću, koja se odnosi na to da je istraživaču na dohvat ruke kompletna populacija korisnika Interneta, ma gde se oni fizički nalazili. Treća prednost je tehničke prirode i ogleda se u tome da se najveći broj podataka unetih u upitnik (osim otvorenih pitanja) može automatski prebaciti u SPSS matricu čime se značajno skraćuje posao šifriranja i unosa prikupljenih odgovora. Četvrta i ključna prednost, koja je, u stvari, izvedena iz malopre pomenutih, odnosi se na to što su ovakva istraživanja neuporedivo jeftinija od standardnih. Jednostavno rečeno, u odnosu na klasična *offline* istraživanja, daleko manji broj anketara može sprovesti *online* istraživanje na uzorku velikog obima, na neuporedivo većoj teritoriji, uz skraćenu proceduru obrade podataka.

Naravno, pored brojnih prednosti javljaju se i različita ograničenja sa kojima se istraživači na Internetu susreću. Ograničenja ili mogući problemi se mogu podeliti u dve osnovne grupe: *probleme uzorka* i *probleme ispitanika*. Kada je reč o problemima uzorka, tu se pre svega misli na poteškoće njegovog reprezentativnog kreiranja. Kako u Srbiji ispod 50% ljudi koristi Internet, onda se on još dugi niz godina neće moći upotrebljavati za kreiranje reprezentativne slike građana Srbije o različitim pitanjima. S tim u vezi, problem reprezentativnosti na koji ukazujemo se odnosi i na same korisnike Interneta. Kako za sada, nigde ne postoji jedinstveni ili neki drugi registar korisnika Interneta praktično je nemoguće putem slučajnog

odabira napraviti njihov reprezentativan uzorak. To praktično znači da sve dok ne bude moguće dobiti spisak korisnika od strane glavnih provajdera Internet usluga, poput belih strana kada je reč o telefonskim pretplatnicima, neće biti moguće putem *online* ankete napraviti reprezentativan uzorak. Druga grupa problema, odnosi se na subjekte istraživanja i mogućnosti da oni namerno ili slučajno „iskrive“ sliku koja se dobija putem *online* istraživanja. Kada je reč o namernom kreiranju lažne slike, ono što je specifičnost *online* anketa jeste mogućnost da ispitanik više puta popuni upitnik, namerno narušavajući strukturu uzoraka. Jedan od načina da se ovaj problem makar delimično spreči jeste da se uz pomoć određenih softverskih rešenja onemogući da se sa istog računara dva puta popuni isti upitnik. U zavisnosti od sofisticiranosti ovih softvera biće teže ili lakše „probiti“ ovo ograničenje, ali se ono uvek može jednostavno zaobići upotrebom drugog računara ili „pametnog“ mobilnog telefona. Kada govorimo o nenamernom „krivljenju“ slike tu se pre svega misli na faktore koji demotiviraju ispitanika u procesu popunjavanju upitnika ili ga odbijaju da uopšte započne sa davanjem odgovora. Ključni faktor demotivacije je svakako preobiman upitnik zbog čega ispitanici često ne žele ni da započnu davanje odgovora. Drugi faktor demotivisanosti sličan je onome koji se javlja kod popunjavanja poštanskog upitnika, budući da u oba ova slučaja ne postoji direktan (licem u lice) kontakt sa ispitanikom. To može dovesti do toga da ispitanik, budući da ne oseća nikakvu obavezu prema anketaru, prekine popunjavanje upitnika u bilo kojoj fazi. Vehovar i saradnici (Vehovar et al., 2008), navode da razloge za odustajanje tokom popunjavanja *online* upitnika možemo podeliti na: one koji nastaju usled tehničkih problema i one koji su povezani sa gubitkom pažnje, bilo zbog nerazumevanja kompleksnih pitanja ili nedostatka želje da se odgovori na „osetljiva“ pitanja.

Kada je reč o našem istraživanju ono pripada grupi samo-realizovanih (self-administered) *online* istraživanja (Couper, 2000:465). Za potrebe njegovog sprovođenja kreiran je web upitnik, kome su ispitanici pristupali na, za to posebno zakupljenoj, Internet adresi.²⁵³ Upitnik je dizajniran tako da je bio podeljen na šest

²⁵³ Za potrebe ovog istraživanja nije korišćen neki od unapred datih softvera, već je na zakupljenoj web stranici postavljen, za svrhu ovog istraživanja, programiran upitnik.

logičkih celina, koje su se popunjavale sukcesivno, jedna za drugom. Tehnička podela web upitnika na više celina je važna iz nekoliko razloga. Prvo ispitanik, popunjavajući jednu celinu za drugom, nema jasnu predstavu o tome koliko se zahtevan upitnik nalazi pred njim, što smanjuje mogućnost odustajanja tokom njegovog popunjavanja. Drugo, nakon svake popunjene celine, podaci se šalju u bazu podataka i ostaju sačuvani tako da se sprečava mogućnost gubljenja podataka ukoliko ispitanik odustane od daljeg popunjavanja. Ovo je posebno važno ukoliko do odustajanja dođe pri samom kraju popunjavanja upitnika jer se takav upitnik u velikoj meri može iskoristiti pri obradi podataka.

Nakon popunjavanja upitnika, podaci su se direktno slivali u prethodno pripremljenu SPSS matricu. Uzorkovanje je najvećim delom obavljeno *snowbaling* metodom²⁵⁴ što je uobičajeno za istraživanja koja se vrše u *online* okruženju (Witte et al., 2000). Ovim putem je ostvareno oko 70% uzroka, od čega putem e-maila 40% i kroz upotrebu društvenih mreža (pre svega Fejsbuka) 30%. Oko 10% uzorka ostvareno je nasumičnim izborom ispitanika u pričaonicama na Krstarici, dok su preostalih 20% uzorka činili studenti Beogradskog univerziteta. Istraživanje je sprovedeno tokom novembra i decembra 2011. godine.

Popunjavanju upitnika je pristupilo 1300 ispitanika od kojih je većina i popunila upitnik u celosti. Nakon pročišćavanja baze sa odgovorima u analizu je uključeno 1063 validna upitnika što ujedno i čini uzorak našeg istraživanja.²⁵⁵ Iz malopre pomenutih razloga ovaj uzorak se ne može uzeti kao reprezentativan ali se on u značajnoj meri poklapa sa slikom korisnika Interneta u Srbiji koju daju godišnja istraživanja upotrebe IKT Republičkog zavoda za statistiku (Vukmirović i dr, 2011). Bitno odstupanje u našem uzorku predstavlja prezastupljenost studentske populacije u iznosu od 36.2%, dok u ukupnoj populaciji korisnika

254 Ova metoda se primenjuje kod populacija čiji obrisi nisu jasno uočljivi ili su iz različitih razloga skriveni od očiju javnosti. U slučaju istraživanja na Internetu izabere se inicijalna skupina ljudi koji se kontaktiraju putem e-maila ili profila na *online* platformama za društveno umrežavanje koji zatim prosleđuju upitnik svojim kontaktima i tako dalje.

255 Razlika u broju onih koji su pristupili popunjavanju upitnika i broja onih koji su uvršteni u konačnu analizu odnosi se pre svega na one ispitanike koji su u nekoj fazi popunjavanja upitnika odustali od davanja odgovora.

Interneta u Srbiji njihovo učešće ne može biti veće od 10%.²⁵⁶ Još jedno odstupanje bilo je vezano za veliko učešće osoba sa visokim obrazovanjem koje čine 53,2% uzorka, dok je u ukupnoj populaciji korisnika Interneta njihovo učešće 21.1% (Vukmirović i dr., 2011). Ovde takođe treba reći da iako odnos urbanog i ruralnog stanovništva koje koristi Internet u našem uzorku korespondira podacima RZZS, u strukturi urbanog stanovništva prezastupljeni su Beograđani koji su činili 58% našeg uzorka.²⁵⁷

Pored kvantitativnog, istraživanje se sastojalo i iz kvalitativnog segmenta, budući da su sa jednim brojem ispitanika obavljani dubinski intervjui u cilju dobijanja sadržajnije slike komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji. Obavljeno je 15 intervjua sa osam ženskih i sedam muških ispitanika. Odabir osoba za intervjue je vršen kontaktiranjem onih ispitanika koji su dobrovoljno ostavili svoju e-mail adresu, a čiji su odgovori u upitniku ukazivali na određene specifičnosti koje su bile zanimljive sa stanovišta našeg istraživanja.²⁵⁸ Nakon što bi ispitanik odgovorio na inicijalni e-mail zakazivan je razgovor, koji se u najvećem broju slučajeva obavljao

256 Ovaj procenat treba shvatiti samo kao okvirnu procenu budući da RZZS u svojim godišnjim izveštajima upotrebe informacionih tehnologija u Srbiji ne daje jedinstvenu sliku strukture korisnika Interneta. Iz njihovog izveštaja za 2011. godinu (Vukmirović i dr, 2011) moguće je videti da se procenjuje da oko 2 400 000 ljudi u Srbiji redovno koristi Internet, te da 99.5% studenata spada u grupu korisnika. Kako se iz drugog dokumenta RZZS (http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/00/47/37/05_Obrazovanje.pdf) može videti da se procena ukupnog broja studenta u Srbiji za školsku 2009/2010 godine kreće na nivou od 226772 studenta, posredno možemo zaključiti da studenti čine između 9% i 10% korisnika Interneta u Srbiji.

257 Nismo u mogućnosti da damo preciznu procenu učešća Beograđana u ukupnom broju korisnika Interneta u Srbiji. Po podacima RZZS zastupljenost Internet priključaka najveća je u Beogradu, gde 51.6% domaćinstava poseduje vezu sa Internetom (ne postoji podatak za pojedince na nivou Beograda, ali na nivou Srbije su ovi procenti praktično izjednačeni-razlika je 1%). Ako ovaj procenat samo uslovno projektujemo na broj stanovnika Beograda zabeležen najnovijim popisom za 2011. godinu došli bismo do neke okvirne brojke od 850000-900000 korisnika Interneta u Beogradu. Izraženo kroz malopre pomenuti ukupan broj korisnika Interneta u Srbiji to bi značilo da Beograđani u ukupnoj populaciji korisnika Interneta u Srbiji učestvuju sa nekih 35-40%. Prvi rezultati popisa za 2011. godinu u Republici Srbiji mogu se videti na sledećoj web adresi: webrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/00/49/89/PRVI_rezultati_WEB.zip

258 Pre svega se vodilo računa da bude jednaka zastupljenost po polu, da se obuhvate i transmisioni i prokreativni korisnici, kao i da sagovornici budu što raznovrsniji po pitanju ostalih socio-demografskih osobina.

uživo i koji je trajao između 45 i 60 minuta.²⁵⁹ Autor studije nije lično, niti preko direktnih veza, poznao ni jednu od intervjuisanih osoba što je bilo važno zbog poverljivosti razgovora koji su vođeni, a koji su ponekad uključivali deljenje intimnih sadržaja.

4.2.2.1 *Socio-demografske karakterske ispitanika*

Za predmet empirijske studije uzeti su korisnici Interneta u Srbiji iako nisu samo oni uzeli učešća u ovom istraživanju.²⁶⁰ Kada je reč o polnoj strukturi uzorka u njemu su nešto više bile zastupljene ženske osobe sa 53.5% u odnosu na 46.4% muških ispitanika. Distribucija po starosti odslkava dominaciju mlađe populacije među korisnicima Interneta u Srbiji. Najveći broj ispitanika je bio mlađi od 30 godina (54.9%), zatim u kategoriji od 30-40 godina je bilo 30.2%, dok je 14.9% ispitanika bilo starije od 41 godinu. Međutim, iako je populacija koju smo obuhvatili ovim istraživanjem relativno mlada, ipak najveći broj ispitanika spada u kategoriju zaposlenih (54.5%), zatim slede studenti sa 36.2%, nezaposleni sa 5.5%, dok se sve ostale kategorije nalaze ispod 2%. Kao što smo već istakli, struktura po obrazovanju je pomerena u korist visoko obrazovanih osoba kojih je bilo 53.2%, sa srednjoškolskim obrazovanjem bilo je 45.2% i 1.6% ispitanika imalo je osnovno obrazovanje. Po mestu boravka najveći broj ispitanika je iz preko-milionskog grada 58.4%, zatim 8.7% iz grada koji ima do milion stanovnika, 9.7% iz grada do 300 000 stanovnika, 8.2% iz grada do 100 000 stanovnika, 6.4 % iz grada do 50 000 i 8.6% iz varošice ili sela. Iako je velika većina ispitanika bila iz Srbije (91.3%) jedan broj ispitanika kao mesto trajnog boravka navodi neku od bivših jugoslovenskih republika (5.2%), Evropu (1.9%) i preostalih 1.6% navode ostale zemlje sveta. Takođe, utvrdili smo da 10.4% ispitanika živi u dijaspori, odnosno van zemlje svog porekla, dok 89.6% ispitanika živi u svojoj matičnoj zemlji. Po materijalnom položaju, 14.9% ispitanika spada u kategoriju onih čija domaćinstva raspolažu sa najviše 300 evra mesečno, 29.4% u kategoriju 300-600 evra, 30.7% u kategoriju 600-1000 evra i 25% u kategoriju domaćinstava koja raspolažu sa više od 1000 evra mesečno. Ovaj podatak potvrđuje ono što smo više puta ranije istakli a to je da

²⁵⁹ Sa nekoliko ispitanika razgovor je obavljen putem Skajpa, pre svega zbog njihove geografske udaljenosti.

²⁶⁰ Pogledati socio-demografske osobine uzorka u nastavku ovog odeljka

su korisnici Interneta boljeg materijalnog položaja u odnosu na populaciju Srbije u celini. I na kraju, kada je reč o emotivnom statusu, 35.8% ispitanika živi sa venčanim (28.1%) ili nevenčanim (7.7%) partnerom, 20.5% ima partnera ali ne žive zajedno, 32.7% nije u emotivnoj vezi, dok je 10.9% ispitanika zakružilo odgovor - *ostalo*.

4.2.2.2 *Upotreba Interneta*

Još jedan važan aspekt koji je potrebno opisati pre nego što krenemo u detaljnu analizu komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji odnosi se na ocenu intenziteta njegove upotrebe i informatičku pismenost anketiranih korisnika Interneta. Najveći broj ispitanika u našem uzorku spada u kategoriju višegodišnjih korisnika Interneta, budući da ga njih 77.1% koristi duže od 5 godina (od čega polovina duže od 10 godina), 15.3% između 3 i 5 godina, 6.4% između 1 i 3 godine i 1.2% kraće od godinu dana. Razumljivo, što su ispitanici stariji to više njih ima duži staž na Internetu, ali ova razlika prestaje da bude vidljiva za ispitanike starije od 40 godine. Možda donekle može da iznenadi relativno nisko učešće onih koji u kategoriji 18-24 godine koriste Internet duže od 10 godina (13.2%), što govori da je većina njih počela da ga koristi u starijim razredima osnovne škole (48.6% ga koristi između 5 i 10 godina), dok je danas verovatno daleko veći broj mlađe dece koja koriste Internet.

Kada je reč o intenzitetu upotrebe Interneta i informatičkoj pismenosti ispitivana populacija pokazuje veći stepen aktivnosti i pismenosti u odnosu na podatke koje daje RZZS za 2011. godinu (Vukmirović i dr, 2011). Internet svakodnevno koristi 93.3% ispitanika u našem uzorku u odnosu na 80.4% ispitanika u istraživanju RZZS za 2011. godinu. Pored toga, po različitim elementima informatičke pismenosti ispitanici iz našeg uzorka pokazuju veći stepen računarskih veština u odnosu na opštu populaciju. Funkciju kopiranja koristi 97,8% ispitanika iz našeg uzorka u odnosu na 68,1% iz uzorka RZZS, instaliranje novog operativnog sistema 47.8% u odnosu na 20.8%, programiranje 35.4% u odnosu na 12.2%. Čini se da ove razlike u korist bolje informatičke opismenjenosti naših ispitanika treba, pre svega, pripisati „krivljenju“ uzorka do koga je došlo usled nesrazmerno velikog broja studenata obuhvaćenih našim

istraživanjem koji su, po prirodi stvari, primorani da natprosečno savladaju računarske veštine.

4.2.3 Personalne mreže korisnika Interneta u Srbiji

U teorijsko-analitičkom delu disertacije pokazali smo da personalne mreže predstavljaju jedan od ključnih izvora društvenosti, podrške, informacija, osećaja pripadnosti i društvenog identiteta u savremenom društvu. Iako mogu brojati i po nekoliko stotina, pa i hiljada članova, u našem slučaju su predmet analize bile samo jake veze korisnika Interneta, odnosno uže personalne mreže.²⁶¹

Uobičajen metod za analizu jakih veza u personalnim mrežama sastoji se u upotrebi generatora imena.²⁶² Međutim, zbog *online* prirode našeg istraživanja procenili smo da bi primena ovakvog metoda bila komplikovana i, pre svega, zamorna za ispitanike, budući da bi bili lišeni pomoći anketara u procesu davanja podataka o članovima svojih personalnih mreža. Pored toga, generatori imena se koncentrišu samo na nekoliko ključnih veza u mreži i zbog toga nisu pogodni za merenje širine personalnih mreža. Zbog toga smo se opredelili za metod sumiranja (summation method) koji su osmislili Mekarti i saradnici (McCarty et al., 2001). Suština ovog metoda je da umesto davanja pojedinačnih odgovora o članovima personalnih mreža, kakav je slučaj sa generatorom imena ili davanja procene ukupnog broja članova personalne mreže, ispitanik sam upisuje broj osoba koje su mu bliske u okviru različitih društvenih uloga koje ostvaruje u okviru svoje personalne mreže (član porodice, prijatelj, rođak, sused, kolega, itd). Pretpostavka je da će ispitaniku biti lakše da definiše strukturu svoje personalne mreže na ovakav način (McCarty et al., 2001:31). Budući da originalni Mekartijev model predlaže ispitivanje širine personalnih mreža kroz 16 društvenih uloga ili relacija, mi smo se opredelili za duplo užu varijantu, identičnu onoj kojom se služio Hogan u svom istraživanju personalnih mreža u jednom predgrađu Toronta (Hogan,

261 U nastavku ćemo radi jasnijeg prezentovanja istraživačkih nalaza koristiti samo termin *personalne mreže*, budući da bi upotreba prideva „uže“ mogla dovesti do zabune. Recimo, kada govorimo o širini ovih mreža, došli bi do zbunjujućih varijanti kao što su šire „uže“ personalne mreže ili uže „uže“ personalne mreže.

262 Ranije smo opisali kako funkcioniše ovaj analitički alat, za više detalja pogledati fusnotu 132.

2009). Iako je Hogan ovim metodom ispitivao obuhvat kako užih tako i širih personalnih mreža, mi smo se opredelili samo za ispitivanje jakih veza u personalnoj mreži, tako da su ispitanici trebali da pobroje samo bliske osobe.²⁶³

Međutim, ovde treba dodati da kod istraživanja personalnih mreža putem *online* upitnika postoji tendencija iskrivljavanja odgovora u pravcu biranja opcije sa maksimalnim ponuđenim brojem članova mreže u određenoj kategoriji. Ovu pojavu uočili su Lozar-Manfreda i saradnici (2004) prilikom *online* istraživanja personalnih mreža slovenačkih korisnika Interneta. Autori su se opredelili za mrežnu analizu putem upotrebe generatora imena dajući mogućnost popunjavanja maksimalno 30 polja, odnosno imena osoba na koje se mogu osloniti u domenima različitih vrsta društvene podrške. Iako ispitanici ni na koji način nisu motivisani da upisuju maksimalan broj imena, ipak jedan broj ispitanika je davao odgovore za sva predviđena polja,²⁶⁴ pa je tako dobijena širina mreže koja uveliko prevazilazi uobičajenu širinu mreža društvene podrške. Sličnu pojavu uočavaju i Vehovar i saradnici (2008) kod varijante sa 10 ili 5 imena, tako da se može zaključiti da bilo koji broj polja da im se ponudi, jedan broj ispitanika ima tendenciju da se opredeljuje za maksimalističke odgovore čime veštački povećava širinu društvenih mreža.

Budući da smo bili svesni da će se slična stvar desiti i u našem istraživanju, u cilju smanjivanja mogućnosti za nerealno povećanje obima mreža opredelili smo se za to da u okviru svake od 8 relacija od kojih je mreža sačinjena, ispitanik može izabrati maksimalno 9 osoba, što je u zbiru dalo mogućnost kreiranja personalne mreže bliskih osoba od maksimalno 72 osobe.²⁶⁵

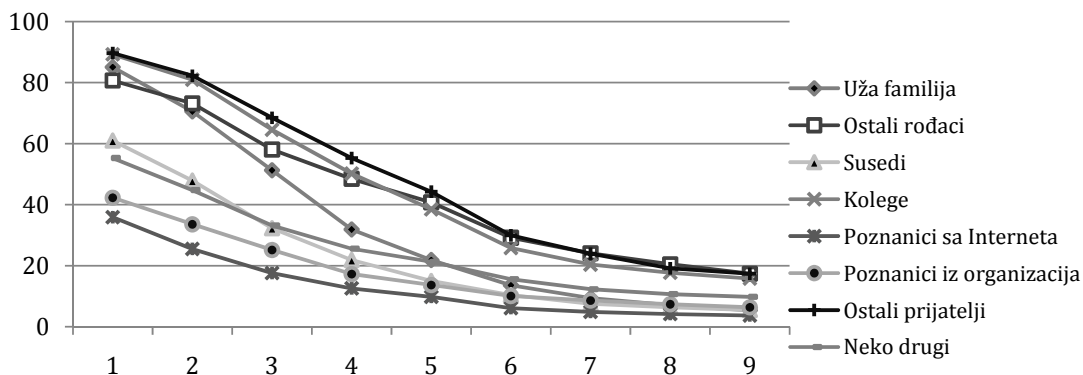
263 Ispitanici su trebali da imaju u vidu one osobe sa kojima diskutuju o važnim stvarima, sa kojima su u redovnom kontaktu i koje su tu kada im je potrebna pomoć.

264 Po određenim vrstama društvene pomoći čak je do 15% ispitanika upisivalo po 30 imena osoba na koje se mogu osloniti

265 Svesno smo isključili opciju da ispitanici sami upisuju brojeve bliskih osoba. Smatrali smo da bi im to usporilo popunjavanje tabela što bi za posledicu imalo to da bi neki ispitanici preskakali upisivanje ovih brojeva. Pored toga, želeli smo da isključimo mogućnost upisivanja nerealno velikih brojeva koji bi iskrivili sliku još više. Nakon analize rezultata istraživanja pokazalo se da je naš oprez zaista bio opravdan budući je jedan broj ispitanika davao maksimalističke odgovore, koji su se kretali čak do 17% onih koji su navodili da imaju 9 bliskih osoba među prijateljima ili među rođacima. Iako je, naravno, moguće da jedan broj ispitanika

Rezultati istraživanja pokazuju da korisnici Interneta u Srbiji, koji su bili predmet našeg istraživanja, imaju široke i raznovrsne personalne mreže bliskih veza. Ukupno 991 ispitanik je dao podatke o svojoj personalnoj mreži, tako da je pobrojano ukupno 22325 bliskih ljudi, što je dalo prosečnu širinu personalne mreže od 22.5 veze. Ovaj nalaz je značajno veći u odnosu na Hoganovo istraživanje u Kanadi (Hogan, 2009:74) koji je došao do prosečno 13.4 bliskih veza ali je, recimo, veoma blizu nalaza o personalnim mrežama u Americi gde su istim metodom nađene prosečno 24 bliske veze (Boase, 2008:12).

Kao što se sa grafikona 4.1 može videti, tri odnosa se izdvajaju kao najbrojnija i praktično se preklapaju kroz prikazani grafikon. Prosečno, najviše je prijatelja (4.3 veze) u strukturi personalnih mreža korisnika Interneta u Srbiji. Za njima slede kolege (sa nešto preko 4 veze) i ostali rođaci (sa nešto manje od 4 veze). Broj bliskih članova uže familije (prosečno blizu 3) opada naglo između 2. i 4. veze, što je i logično s obzirom na to da je ukupan broj potencijalno bliskih ljudi iz uže familije daleko manji nego kod drugih kategorija.



Grafikon 4.1. Struktura personalnih mreža korisnika Interneta u Srbiji

U Hoganovom istraživanju (Hogan, 2009:74) imamo sličan pad, s tim što se on dešava između 3. i 5. veze. Susedske veze se nalaze negde u sredini po učestalosti u personalnim mrežama (u proseku malo iznad 2 veze), budući da 61% ispitanika ima makar jednog suseda među bliskim osobama. Najmanje bliskih osoba u

zaista i ima toliko ili čak i više bliskih veza, za pretpostaviti je da su neki navodili ovaj broj znajući da je maksimalan i da odslikava njihov utisak da imaju puno prijatelja ili rođaka, bez da su zaista pobrojali te ljude. Ipak, iz navedenih iskustava drugih istraživača možemo pretpostaviti da bi bilo više štete nego koristi da smo se opredelili da stavimo veći maksimalan broj bliskih veza.

personalnim mrežama čine poznanici sa Interneta (prosečno nešto više od 1 veze) ali ipak ne treba zanemariti činjenicu da čak 36% ispitanika navodi makar jednu blisku osobu koju su stekli putem upotrebe Interneta. To samo dodatno osnažuje naše shvatanje o prokreativnoj funkciji Interneta o čemu će više reči biti u nastavku ove analize.

Ovde valja dodati da smo u intervjuima koje smo obavljali takođe analizirali širinu užih personalnih mreža naših sagovornika. Prosečan broj članova personalnih mreža za 15 intervjuisanih osoba bio oko 19 (min. 6 max. 55) što nije mnogo manje od 22,5 veze koje smo dobili kroz upitnik. Iako ni u ovom slučaju ne možemo pretendovati na reprezentativnost jednog ili drugog pokazatelja, sa stanovišta našeg istraživanja je bilo važno da se ovi brojevi, kao ni struktura analiziranih mreža, međusobno značajno ne razlikuju.

Kada je reč o strukturi samih personalnih mreža, kao što se može videti iz tabele 4.1, ona je slična strukturi personalnih mreža koje su dobijene u jednom francuskom istraživanju (Grossetti, 2007:397), kao i u jednom od prvih istraživanja personalnih mreža koje je Fišer sproveo u Americi (Fischer, 1982:41).

Tabela 4.1. Struktura personalnih mreža u Srbiji, Tuluzu i Sev. Kaliforniji (%)

Relacija	Srbija (2011)	Tuluz (Fr-2007)	S. Kalifornija (USA-1982)
Rođaci	31*	36	42
Kolege	18	14	10
Susedi	9	5	10
Organizacije	7	6	6
Prijatelji	25**	28	23
Ostali	10	4	6

* Zarad lakšeg poređenja nalaza sabrali smo kategorije uža familija i ostali rođaci

**Zarad lakšeg poređenja nalaza u prijatelje su dodati i bliski poznanici sa Interneta

Budući da su u našoj i druge dve studije primenjeni različiti metodi mapiranja personalnih mreža,²⁶⁶ podaci iz ove tabele više služe kao ilustracija strukture personalnih mreža nego njihov precizan uporedni pokazatelj. Tim pre, što se pokazatelji u ove tri studije odnose na specifične uzorke od kojih ni jedan nije

266 U prikazanim stranim studijama korišćeni su generatori imena, dok smo se mi u našoj, kao što smo već napomenuli malopre, služili metodom sumiranja. Kada smo dobili sumu bliskih osoba u svakoj od kategorija jednostavno smo ih procentualno izrazili u odnosu na druge kategorije, čime smo dobili prikazanu strukturu.

nacionalno reprezentativan. Međutim, bez obzira na pomenuta ograničenja, možemo videti da su strukture prikazanih personalnih mreža vrlo slične. Najveći broj relacija se ostvaruje sa rođacima, potom sa prijateljima i kolegama, dok je daleko manje učešće susedskih, organizacijskih i ostalih veza. Jedino značajnije odstupanje u personalnim mrežama naših ispitanika ogleda se u nešto većem broju kolegijalnih i manjem broju rođaćkih veza u odnosu na francusko i, pre svega, u odnosu na američko istraživanje. Osim širih, kulturoloških faktora, koji svakako utiču na strukturu personalnih mreža, razloge za ovo odstupanje možemo tražiti i u specifičnostima korisnika Interneta, čije su mreže, po pravilu, manje okrenute ka rođacima u odnosu na prosečnu populaciju, o čemu smo više govorili u teorijsko-analitičkom delu ove disertacije.²⁶⁷ Pored toga, već opisano krivljenje našeg uzorka u kome dominira mlađa i visoko obrazovana populacija takođe su doprineli ovim razlikama.²⁶⁸ U svakom slučaju, kako osnovna svrha našeg istraživanja nije bila da precizno utvrdimo strukturu personalnih mreža korisnika Interneta u Srbiji, već njihov uticaj na razlike u upotrebi Interneta, za nas je važno da nalazi do kojih smo došli ne odstupaju značajno od drugih istraživanja ovih mreža.

Poređenje naših nalaza sa studijama beogradskog Instituta za sociološka istraživanja, osim u nekom najopštijem okviru, zbog različite metodologije praktično nije moguće. Ono što se pokazuje kao neki zajednički imenitelj je da su, pojedinačno gledano, rođaci najzastupljeniji i u personalnim mrežama korisnika Interneta u Srbiji, što je u potpunosti u skladu sa nalazima *Institutskih* istraživanja u proteklih nekoliko decenija.²⁶⁹ Kao što smo videli i na primeru dva inostrana istraživanja personalnih mreža dominacija rođaka je osobenost i najrazvijenijih društava,²⁷⁰ pa ove nalaze ne bi trebalo posmatrati kao neku osobenost samo srpskog društva. Međutim, ako saberemo ostale kategorije, izuzev suseda koji uz

267 U teorijskom delu ovog rada smo pokazali da korisnici imaju raznovrsnije mreže od nekorisnika Interneta. Za više detalja pogledati odeljak 3.1.8

268 Sa smanjenjem učešća studenata i visokoobrazovanih osoba u našem uzorku opada broj kolega u personalnim mrežama, a ovaj pad se ravnomerno raspoređuje na porast rođaćkih, susedskih i ostalih odnosa.

269 Videti početak 4. poglavlja

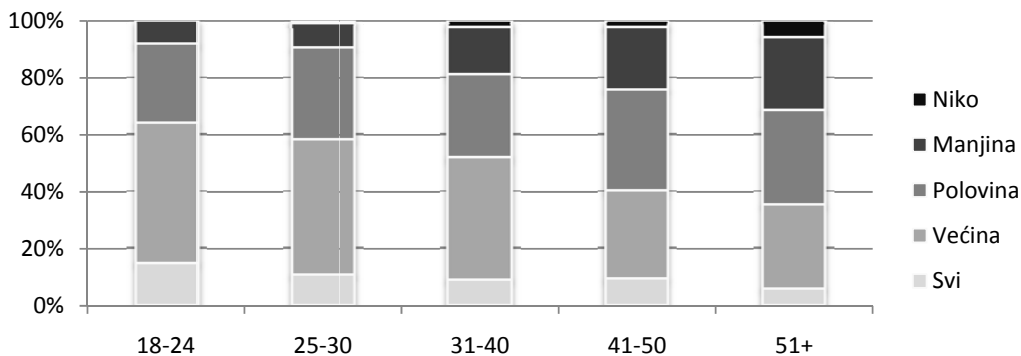
270 Ovde ipak treba imati u vidu da se radi o jakim vezama u mreži. Ukoliko bi se istraživala šira personalna mreža učešće rođaka bi bilo sve manje a poznanika sve veće. U personalnim mrežama koje mi prikazujemo nema poznanika.

rođake pripadaju tradicionalnim vezama, dolazimo do toga da većinu u personalnim mrežama korisnika Interneta, sa 60% čine netradicionalne veze. Međutim, ni ovaj nalaz nije u suprotnosti sa nalazom do koga je, pre više od 30 godina, došla Pešićeva (1977) koja je našla 54% netradicionalnih veza kod KV radnika, 47% kod službenika, 71% kod intelektualaca i 69% kod rukovodilaca. Po mnogo čemu se današnja Srbija može porediti sa Srbijom od pre 30 godina pa je to izgleda slučaj i sa strukturom personalnih mreža njenih građana.

Iako su, kao što smo više puta rekli, korisnici Interneta u ranoj fazi širenja njegove upotrebe još uvek specifična populacija to ne znači da se oni mogu posmatrati kao homogena društvena skupina. Kao što je i u opštoj populaciji struktura personalnih mreža posredovana socio-demografskim faktorima, tako ni korisnici Interneta nisu izuzetak. Ako gledamo u odnosu na pol korisnika pokazuje se da su ženske personalne mreže nešto bogatije članovima bliske familije, dok su muške bogatije kolegijalnim vezama. Zatim, kao što smo rekli, starost je važan element za konstituisanje personalnih mreža, što se vidi i u slučaju korisnika Interneta u Srbiji, budući da mladi imaju više prijatelja, dok stariji korisnici imaju više rođaka u svojim personalnim mrežama. Takođe, kao što se dalo očekivati, veličina mesta boravka takođe utiče na sastav personalnih mreža na taj način da ispitanici iz većih mesta imaju veće učešće prijatelja, dok ispitanici iz manjih mesta imaju veće učešće suseda u svojim personalnim mrežama. Na to verovatno utiču veća rezidencijalna mobilnost u velikim gradovima kao i depersonalizovani odnosi koji su karakteristični za velike urbane naseobine, poput Novog Beograda. Prihodi se takođe pokazuju prediktorima strukture mreža, budući da oni sa većim prihodima imaju više prijateljskih i kolegijalnih a manje susedskih veza u svojim personalnim mrežama i obratno. Dakle, kao što možemo videti svi strukturni faktori koji utiču na formiranje personalnih mreža u opštoj populaciji prisutni su i kod korisnika Interneta.

Kao što smo već ukazali u teorijsko-analitičkom delu ove disertacije, gustina mreža predstavlja broj ljudi koji se međusobno poznaje u nečijoj personalnoj mreži. Što se više ljudi u nečijoj mreži poznaje to je ona „gušća“ u smislu većeg broja isprepletenih relacija. Obično su gušće mreže kod osoba koje žive u manjim mestima, ali rezultati našeg istraživanja pokazuju da gustina personalnih mreža

nije povezana sa mestom boravka ispitanika. Jedina razlika koja se ovde može zapaziti je da ljudi koji žive na selu, što je i za očekivati, imaju gušće mreže od onih koji žive u gradovima, ali sama veličina grada ne utiče na gustinu personalnih mreža.²⁷¹ Međutim, kao što je i bilo za očekivati, gustina ovih mreža je statistički povezana sa starošću ispitanika ($p < 0.001$), tako što sa starošću ispitanika gustina mreža opada (grafikon 4.2).



Grafikon 4.2. Gustina personalnih mreža u odnosu na starost ispitanika²⁷²

Mlađe osobe imaju gušće mreže zbog toga što se nalaze u procesu školovanja, zbog čega se veliki broj njih međusobno poznaje. Završetkom procesa školovanja, zapošljavanjem, menjanjem poslova i mesta boravka, udajom ili ženidbom, mreže vremenom postaju sve „ređe“. Do sličnog nalaza, ali vezanog za mrežnu homofiliju, u svojoj studiji personalnih mreža u Tuluzu, dolazi Groseti (Grossetti, 2007:399) koji zapaža da su personalne mreže onih koji imaju između 46 i 65 godina mnogo manje homofilne, nego što je to slučaj sa mlađim ispitanicima. Iako se homofilija direktno ne odnosi na gustinu, ona može poslužiti kao primer obrasca „proređivanja“ personalnih mreža.

Pored starosti, gustina personalnih mreža statistički je povezana ($p = 0.01$) sa prihodima ispitanika tako što sa većim primanjima ispitanika opada i gustina njihovih personalnih mreža. Iako ova veza nije statistički jaka može se zapaziti da

²⁷¹ Ako posmatramo gustinu mreža na osnovu odgovora da se svi ili većina članova u personalnoj mreži međusobno poznaje, onda je ovakvih mreža kod osoba koje žive na selu bilo 71.1%, dok se raspon u gradovima kretao između 52% i 59%.

²⁷² Odgovori se kreću od toga da se u ispitanikovo personalnoj mreži svi poznaju (maksimalno gusta mreža) do toga da se niko ne poznaje (maksimalno retka mreža).

kod osoba sa najnižim prihodima, njih 63% ističe da se većina pripadnika njihovih personalnih mreža međusobno poznaje, u odnosu na one sa najvećim prihodima gde je to slučaj sa 49.5% ispitanika. Verovatno da razloge za smanjenje gustine personalnih mreža sa povećanjem prihoda možemo tražiti u različitim karijerama onih koji imaju bitno različite prihode. Osobe koje imaju veća primanja verovatno zauzimaju i bolje položaje i više su orijentisani na poslovne odnose, putovanja, izgradnju karijere, što svakako utiče na raznovrsnost njihovih personalnih mreža.

4.2.4 Transmisiona upotreba Interneta u Srbiji

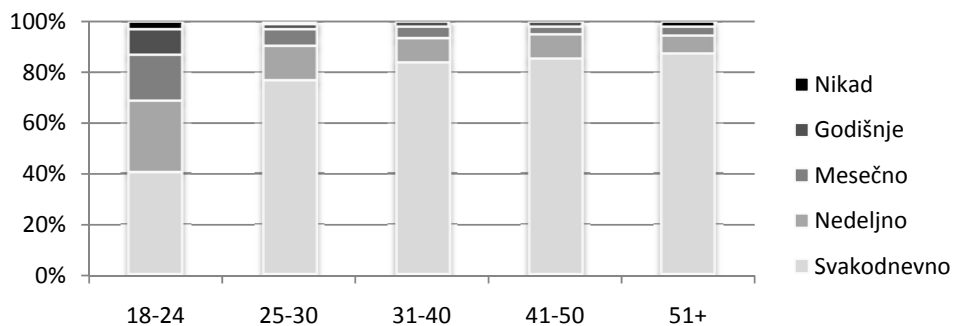
Kao što je već rečeno u teorijsko-analitičkom delu disertacije, dve osnovne komunikacione funkcije Interneta su transmisiona i prokreativna. Jedna od osnovnih hipoteza od koje smo u ovoj disertaciji pošli je da se kroz ove dve funkcije zadovoljavaju različite potrebe korisnika Interneta: za ostajanjem u vezi sa postojećim članovima personalnih mreža, kao i za kreiranjem sasvim novih društvenih veza. Kada govorimo o transmisionoj funkciji mi se, pre svega, interesujemo za upotrebu Interneta kao komunikacionog kanala između unapred ciljanih subjekata komunikacije. Preciznije rečeno, interesuje nas uloga i mesto koju zauzima Internet, u odnosu na druge interpersonalne medije u procesu održavanja postojećih društvenih mreža. Transmisiona funkcija Interneta biće analizirana kroz njegova dva osnovana komunikaciona alata, e-mail i instant mesindžere, da bi se na kraju dala generalna ocena Interneta kao interpersonalnog medija.

4.2.4.1 Upotreba e-maila

Kada je reč o učestalosti korišćenja Interneta kao interpersonalnog medija, kao i u mnogim drugim istraživanjima o kojima smo govorili u teorijsko-analitičkom delu disertacije, i naše istraživanje pokazuje da, kada je reč o korisnicima Interneta u Srbiji, e-mail ostaje najkorišćeniji interpersonalni medij Interneta sa 84.4% redovnih korisnika (makar nekoliko puta nedeljno), odnosno 67.5% onih koji ga svakodnevno upotrebljavaju. Na drugom mestu po učestalosti upotrebe nalazi se Skajp koga redovno koristi 43.8% ispitanika, uz 20.6% onih koji to čine nekoliko

puta mesečno. Potom slede ostali instant mesindžeri (MSN, Yahoo) koje redovno koristi 28.9% ispitanika, uz 9.2% onih koji to čine nekoliko puta mesečno, ali i uz 41.8% onih koji ih nikada ne koriste.

Upotreba e-maila statistički je značajno povezana sa polom, starošću, mestom boravka i prihodima ispitanika, čime se potvrđuje većina nalaza o upotrebi e-maila o kojima smo govorili u teorijsko-analitičkom delu disertacije. Boneva (Boneva et al., 2001) je u svojim istraživanjima našla da su ženske osobe sklonije upotrebi e-maila, što potvrđuju i rezultati našeg istraživanja, budući da 72.6% žena svakodnevno upotrebljava e-mail u odnosu na 61.6% muških ispitanika ($p=0.005$). Međutim, mnogo jača veza pokazala se između upotrebe e-maila i starosti ispitanika ($p<0.001$; Coef. Cntg=0.4; grafikon 4.3).



Grafikon 4.3. Upotreba e-maila u odnosu na godine ispitanika

Sa grafikona 4.3 se jasno može videti da sa porastom starosti ispitanika raste i učestalost upotrebe e-maila. Kao prelomna tačka pokazuje se starost iznad 25 godina, kada se svakodnevna upotreba e-maila naglo podiže sa 40.5% na 76.7%. Nakon toga, rast svakodnevne upotrebe se značajno usporava ali ne prestaje sa porastom godina ispitanika. Ovaj nalaz je delimično u skladu sa nalazima Boasovog istraživanja (Boase, 2006), koji je zapazio da ispitanici srednjih godina najintenzivnije koriste e-mail, ali je i u suprotnosti sa nalazom Kamingsa i saradnika (Cummings et al., 2006), koji konstatuju da je pored mesindžera, e-mail posebno pogodan za održavanje društvenih veza među mladima. Generalno govoreći, čini se da možemo identifikovati dva ključna faktora koja utiču na povećanje upotrebe e-maila sa starošću ispitanika. Prvi, indirektan razlog, možemo prepoznati u dejstvu jednog skrivenog faktora koji je važniji od same starosti

ispitanika za nagli rast upotrebe e-maila nakon 25 godine života, a to je zaposlenost. Zaposlene osobe gotovo duplo više koriste e-mail u svakodnevnoj komunikaciji u odnosu na studente (84.4%-42%). Kako su u našem uzorku osobe iznad 25 godina starosti u 92% slučajeva i zaposlene, onda je jasno zašto je zaposlenost a ne starost ključni faktor koji utiče na upotrebu e-maila. Drugi, direktan razlog, je povezan sa starošću i vezan je za, pre svega, jednu vrstu odbojnosti prema upotrebi e-maila od strane mlađih osoba. Potporu za ovu tvrdnju nalazimo u razgovorima koje smo u cilju sagledavanja dublje perspektive komunikacione upotrebe Interneta, vodili sa njegovim korisnicima. Ono što smo iz intervjuja uspjeli da zaključimo je da kod mladih sagovornika, kada je reč o poželjnim karakteristikama Internet komunikacije, prevladavaju dva ključna faktora - *brzina* i *interaktivnost*, dakle karakteristike koje e-mail kao interpersonalni medij ne poseduje. Recimo 18-godišnja studentkinja iz Beograda Vesna, na pitanje da li koristi e-mail za komunikaciju sa prijateljima odgovara:

„Pa ne, eventualno ako želim nešto da im pošaljem, tipa slike ili tako nešto, što me mrzi da kačim na Fejsbuk.“

Kao razloge za izbegavanje upotrebe e-maila Vesna navodi da e-mail nije kao čet,²⁷³ misleći na to da je komunikacija e-mailom spora, odnosno da joj nedostaje interaktivnost. 25-godišnji Lazar, koji je takođe iz Beograda, je još jasniji u svojim razlozima za nekorisćenje e-maila za privatnu komunikaciju:

„Pa iskreno to je, manje više, za lične kontakte prevaziđena tehnologija. Ja to, iskreno, koristim jedino kada na fakultetu imam da pošaljem nekome nešto pa moram da atačujem recimo neki word ili eksel (dokument) ili nešto, inače ovako, sad da bi komunicirao sa nekim ili se čujem telefonom ili na Fejsbuku ili se vidimo uživo. Mejlovi su suviše statični za tako nešto.“

Izgleda da ova potreba za dinamičnošću i interaktivnošću nastaje kao posledica brisanja razlike između interakcije uživo i putem Interneta. Mladi ljudi ili takozvani „digitalni urođenici“,²⁷⁴ koji praktično odrastaju uz nove komunikacione

273 Čet (eng. chat) je sinonim za sinhronu interakciju koja se odvija u pričaonicama Interneta, putem instant mesindžera ili u okviru profila na platformama za društveno umrežavanje

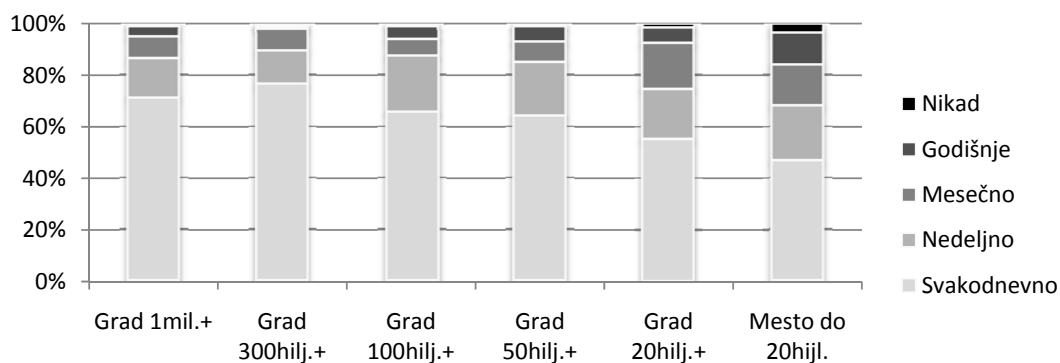
274 Ovaj pojam skovao je Mark Prenski (Prensky, 2001) imajući upravo u vidu nove generacije studenata koji su praktično odrasli uz računare, video igrice, Internet, mobilne telefone, itd. Prenski se opredeljuje za naziv *digitalni urođenici* u želji da dočara da se nove generacije mladih ljudi suštinski razlikuju od prethodnih generacija zbog toga što oni razmišljaju i obrađuju informacije na drugačiji način od svojih prethodnika.

tehnologije, „rastežu“ svoje društvene odnose kroz realni i virtuelni prostor a da nisu ni svesni toga. Za njih praktično nema razlike između realnosti i virtuelnosti, kada je o interakciji reč, i jedino što je važno je da se interakcija permanentno odvija. To se najbolje može videti kroz reči malopre pomenute Vesne, koja govoreći o načinima komunikacije sa svojim prijateljima kaže:

„Viđamo se svakodnevno i pričamo preko telefona i šaljem poruke (sms) i putem Fejsbuka...to je neka non stop komunikacija, ja sam non stop na Internetu, non stop sam na telefonu (mobilnom), nemam vremena čak ni za televiziju više. Možda mi je lakše tako (da komunicira) i brže mi je ako su oni *online* i ja, lakše mi je da otkucam to, jer ako pozovem (telefonom) onda ide taj neki uvodni deo ako nismo bliski.“

Ovo je tipičan primer obrasca *konektovane prisutnosti* o kome govore Likop i Smoreda (Licoppe i Smoreda, 2005:321), a o čemu smo šire raspravljali u teorijsko-analitičkom delu disertacije. Deluje apsurdno, ali e-mail koji je praktično preteča Interneta kakvog danas poznajemo, makar iz perspektive mladih, postaje rudiment novih komunikacionih tehnologija a da ga, sa druge strane, najveći broj ljudi na svetu nikada nije ni koristio.

Zanimljivo je da pored starosti na učestalost upotrebe e-maila utiče i mesto boravka ispitanika ($p < 0.01$; Cramer`s V=0.102). Kao što bi se moglo očekivati, što je veći grad u kome neko živi to je i učestalija upotreba e-maila, putem kojih se očigledno supstituišu otežani susreti licem u lice (grafikon 4.4).

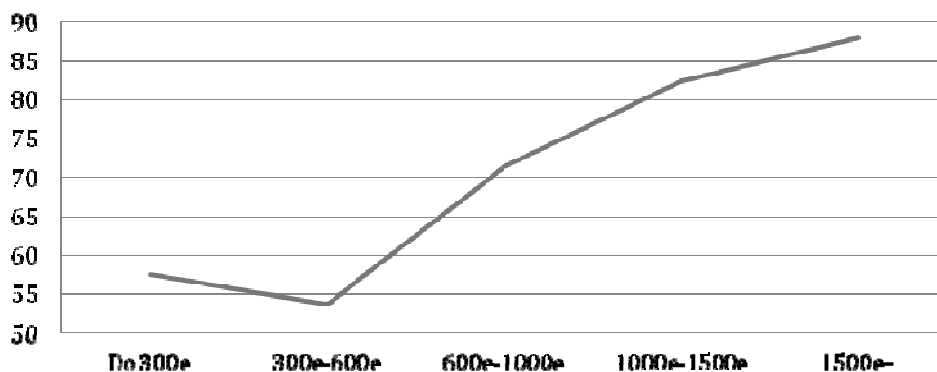


Grafikon 4.4. Upotreba e-maila u odnosu na mesto boravka ispitanika

Nasuprot *digitalnim urođenimicima* nalaze se *digitalni imigranti*, odnosno svi oni koji manje ili više vešto koriste tehnologije, ali zato što nisu „srasli“ sa njima nikada ih neće moći koristiti na način kako to čine *digitalni urođenici*.

Gledajući grafikon 4.4 s desna na levo može se zapaziti da prelomna tačka, posle koje veličina grada prestaje da bude faktor za redovnu upotrebu e-maila jeste grad od 300 hiljada stanovnika ili više. Kada su u pitanju drugi gradovi, sa opadanjem njihove veličine srazmerno opada i učestalost upotrebe e-maila. Najređe e-mail upotrebljavaju stanovnici varošica i sela što je i za očekivati budući da je u ovakvim sredinama tempo života daleko sporiji, a susreti uživo daleko češći nego u velikim gradovima. Život u velikom gradu čini da su personalne mreže daleko disperzivnije, zbog čega je teže organizovati i realizovati susrete uživo. Sa druge strane, pored lakše organizacije susreta, život u manjim sredinama nosi i daleko češću mogućnost slučajnih susreta sa članovima personalnih mreža, što je daleko ređi slučaj u većim gradovima.

Još jedan značajan prediktor učestalosti upotrebe e-maila jesu prihodi korisnika Interneta ($p < 0.001$, grafikon 4.5).



Grafikon 4.5. Svakodnevna upotreba e-maila u odnosu na prihode ispitanika

Kao što se sa grafikona 4.5 može videti ukoliko prosečni prihodi domaćinstva ispitanika rastu preko 600 evra, značajno raste i upotreba e-maila. Svakodnevno e-mail koristi 53.7% ispitanika koji imaju do 600 eura u odnosu na čak 88% onih koji imaju preko 1500 eura prihoda.

Imajući u vidu prethodno iznete nalaze, i ovaj podatak nije neočekivan i može se objasniti kroz sadejstvo nekoliko značajnih faktora. Pre svega, videli smo da je za kategoriju zaposlenih ispitanika e-mail praktično neizostavan interpersonalni medij. Kako su poslovi koji donose veće prihode većim delom vezani za nemanuelni, kancelarijski rad logično je da je i upotreba e-maila kod obavljanja ovakvih poslova daleko češća. Pored toga, istaknutije ili upravljačke pozicije u

hijerarhiji zaposlenih koje donose veće prihode, podrazumevaju komunikaciju sa većim brojem ljudi, odnosno veći nivo koordinacije poslova pa sam tim i intenzivniju upotrebu e-maila. Takođe, veliki deo bolje plaćenih poslova vezan je za više ili manje česta službena putovanja što takođe povećava potrebu za upotrebom e-maila. Na kraju, ovde imamo i jedan posredan faktor na koji ukazuju nalazi našeg istraživanja. Oni ispitanici koji imaju veće prihode češće žive u većim gradovima ($p < 0.001$), a videli smo malopre da je sa porastom mesta boravka učestalija i upotreba e-maila.

O značaju upotrebe e-maila u poslovne svrhe govori i percepcija ispitanika o vrsti društvenih odnosa kod kojih je poboljšana komunikacija zahvaljujući upotrebi e-maila. Kao što se iz tabele 4.2 može videti, od četiri vrste odnosa e-mail je, prema proceni ispitanika, u najvećoj meri uticao na poboljšanje komunikacije sa kolegama. Kada saberemo one koji su izjavili da im se usled upotrebe e-maila komunikacija sa kolegama poboljšala ili donekle poboljšala, dobijamo čak 80.6% ispitanika koji percipiraju upotrebu e-maila kao sredstva za poboljšanje interakcije sa kolegama.

Tabela 4.2. Percepcija uticaja e-maila na interpersonalnu komunikaciju (%)

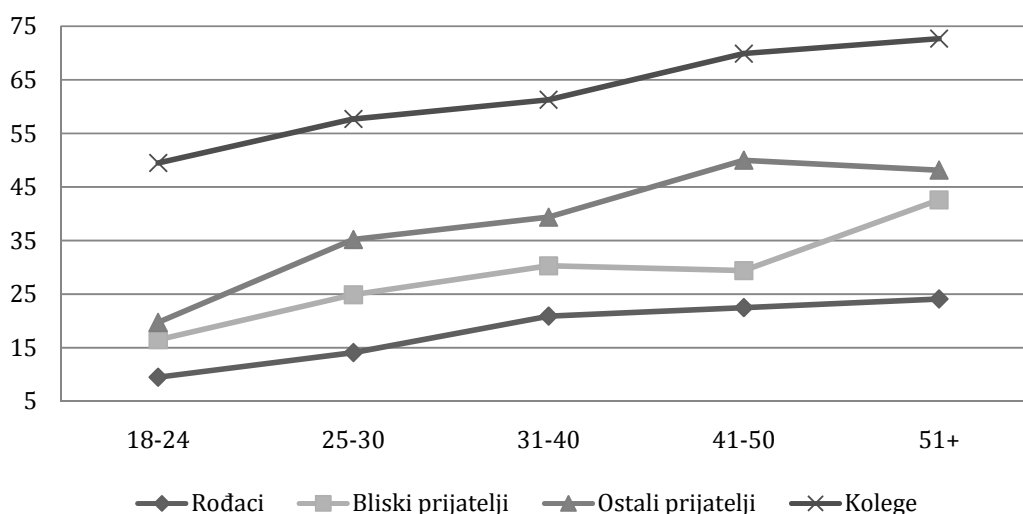
e-mail	Rodaci	Najbliži prijatelji	Dalji prijatelji	Kolege
Poboljšana	15.9	25	33.1	57.9
Donekle poboljšana	27	31.6	34.7	22.7
Nije poboljšana	45.1	37.2	26.3	13.7
Ne koristi e-mail	12	6.2	5.9	5.7

Ovi nalazi su u potpunosti u skladu sa, ranije pominjanim, nalazima Boasa (Boase, 2006) i Hlebecove i saradnika (Hlebec, et al., 2006), koji u svojim istraživanjima zapažaju da se e-mail više koristi za održavanje prijateljskih i poslovnih veza nego što se upotrebljava za rođачke veze. Ipak, ne treba zanemariti činjenicu da i kod najniže pozitivne percepcije, odnosno u komunikaciji sa rođacima, blizu 43% ispitanika ističe da im je upotreba e-maila poboljšala ili donekle poboljšala ovaj vid komunikacije. Još je više onih koji ističu da im je upotreba e-maila poboljšala ili donekle poboljšala komunikaciju sa najbližim prijateljima (56.6%). Ovi nalazi su, takođe, u skladu i sa velikim istraživanjem upotrebe IKT u Evropi za 2008. godinu (Eurobarometer, 2008:31). U proseku više

od polovine ispitanika (56%) se delimično ili potpuno slaže sa tvrdnjom da im je upotreba Interneta poboljšala odnose sa familijom i prijateljima. Najveći stepen slaganja sa ovom tvrdnjom imaju Rumuni (77%) i Mađari (73%) a najmanji u Danci (42%) i Austrijanci (40%).

Imajući u vidu malopredloženi nalaz o učestalosti upotrebe e-mail, ne začuđuje to što se pokazuje da pozitivna percepcija e-maila raste sa povećanjem prihoda ispitanika, pa tako nasuprot onima koji imaju najniže prihode, gde 50.3% njih ističe da je e-mail poboljšao komunikaciju sa kolegama, takvih je 66.7% ispitanika u kategoriji onih sa najvećim primanjima ($p=0.01$).

Od ostalih socio-demografskih osobina, jedino još starost utiče na nivou statističke značajnosti ($p<0.001$) na percepciju uloge e-maila kod poboljšanja komunikacije sa sva četiri odnosa (grafikon 4.6).



Grafikon 4.6. Percepcija pozitivnog uticaja e-maila na interpersonalnu komunikaciju u odnosu na godine ispitanika

Sa grafikona 4.6 se može videti da postoji jasan trend rasta pozitivne percepcije e-maila u odnosu na starost ispitanika, za sva četiri odnosa.²⁷⁵ U svim starosnim kategorijama e-mail se vidi kao najkorisniji u domenu poboljšanja komunikacije sa kolegama, zatim daljim i bližim prijateljima i na kraju sa rođacima. Ovaj nalaz je samo logična potvrda onoga što smo već zapazili kada smo govorili o vezi učestalosti upotrebe e-maila i starosti korisnika Interneta. Sada je jasno da se veća

²⁷⁵ Ovde je reč samo o onim ispitanicima koji su odgovorili da je e-mail *poboljšao* komunikaciju.

učestalost upotrebe e-maila povezuje sa njegovim prednostima kod održavanja različitih kategorija odnosa u personalnim mrežama ispitanika. Ovo potvrđuju i nalazi našeg istraživanja, budući da je učestalost upotrebe u statistički značajnoj vezi sa percepcijom koristi od e-mail komunikacije za sve četiri ispitivane kategorije odnosa ($p < 0.001$).

Sumirajući prikazane nalaze, možemo konstatovati da se e-mail već uspostavio kao važan interpersonalni medij za održavanje društvenih odnosa. Kao što su i nalazi ranijih istraživanja pokazali, potvrđuje se da je upotreba e-maila vezana za održavanje slabijih društvenih veza, pre svega kolegijalnih, kao i da su ovom vidu komunikacije skloniji stariji korisnici Interneta, oni koji žive u većim gradovima i oni koji više zarađuju. Nismo uspjeli da uspostavimo statistički značajnu vezu između širine personalnih mreža i upotrebe e-maila, ali to je pre svega posledica našeg načina proučavanja personalnih mreža. Kao što smo na početku analize istakli, mi smo analizirali samo uže personalne mreže, odnosno one sastavljene od bliskih osoba. Kako smo videli da e-mail nije najpogodniji za održavanje ovakvih odnosa bilo je za očekivati da se ne uspostavi statistički značajna veza između širine personalnih mreža i učestalosti upotrebe e-maila.

4.2.4.2 Upotreba instant mesindžera

Pored e-maila, instant mesindžeri (IM) čine drugi osnovni interpersonalni medij Interneta. Mi smo u našem upitniku odvojili pitanja koja su bila vezana za upotrebu Skajpa od ostalih IM-a kako bi dobili što sadržajnije odgovore. Iako je Skajp po svojoj strukturi tipičan IM bilo je opravdano očekivati da jedan broj ispitanika, posebno onih koji su manje informatički pismeni, ne zna da Skajp pripada ovoj grupi komunikacionih alata. Sa druge strane, klasični IM, poput MSN i Jahu (Yahoo) mesindžera, imaju daleko dužu istoriju od Skajpa i oni su podjednako važni za uspostavljanje ovog široko korišćenog načina komunikacije na Internetu. Za razliku od instrumentalne upotrebe Skajpa, koga mnogi korisnici uključuju tek toliko da pozovu nekog ko živi u nekom drugom gradu ili zemlji i nakon toga ga isključuju, tradicionalna upotreba IM-a je upravo suprotna. Kao što smo u teorijsko-analitičkom delu disertacije već istakli, oni predstavljaju deo personalnih komunikacionih sistema koji su non-stop *online* čineći korisnika stalno dostupnim.

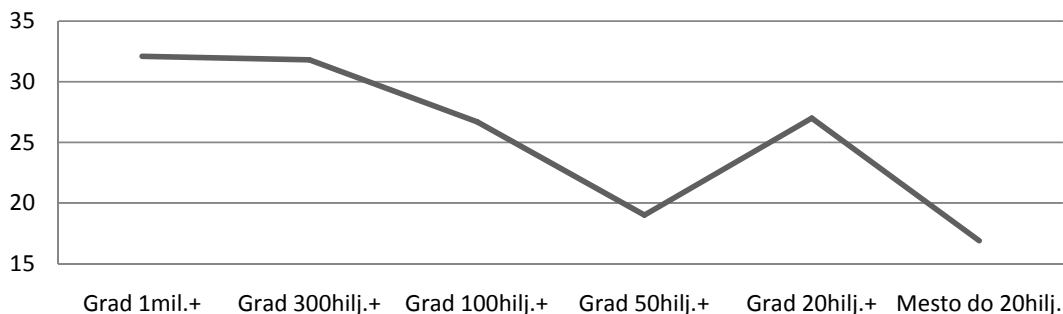
Dakle, upravo permanentna uključenost a ne sporadičnost čini osnovnu karakteristiku upotrebe IM-a kao interpersonalnog medija, bilo da je reč o Skajpu ili ma kom drugom mesindžeru.

Kao što smo i pretpostavili, Skajp je najkorišćeniji IM budući da ga makar nekoliko puta nedeljno koristi 43.8% ispitanika. Potom slede ostali IM, koje nekoliko puta nedeljno koristi 28.9% ispitanika, uz 9.2% onih koji to čine nekoliko puta mesečno, ali i uz 41.8% onih koji ih nikada ne koriste. Ovi nalazi su u skladu sa onima koje smo pominjali u teorijsko-analitičkom delu disertacije gde smo pokazali da je broj korisnika IM-a u svetu između 40% i 50% od ukupnog broja korisnika Interneta. Takođe, prema nalazima RZZS za 2011. godinu na pitanje da li su ispitanici u poslednja tri meseca koristili Internet za obavljanje telefonskih razgovora, blizu 43% ispitanika je odgovorilo potvrdno (Vukmirović i dr., 2011:53). Budući da je Skajp osnovno sredstvo za ovu vrstu Internet komunikacije onda se ovaj nalaz u potpunosti poklapa sa intenzitetom redovne upotrebe Skajpa do koga smo došli u našem istraživanju.

Iako je bilo za očekivati da su mlađe osobe posebno privržene komunikaciji putem IM, na šta ukazuju istraživanja na koja smo se pozvali u teorijsko-analitičkom delu disertacije, analizirajući odgovore naših ispitanika nismo našli statistički značajnu vezu između upotrebe Skajpa i starosti ispitanika. Razlozi verovatno leže u instrumentalnoj upotrebi Skajpa kao video telefona, kojoj su skloni svi ispitanici bez obzira na godine. Kada je o ostalim IM reč tu se već može uočiti razlika u upotrebi u odnosu na godine, budući da ga između 50% i 60% ispitanika mlađih od 40 godina koristi makar nekoliko puta nedeljno u odnosu na 10% do 14% onih koji su stariji od 40 godina.

Jedina socio-demografska karakteristika koja je u statistički značajnoj vezi sa intenzitetom upotrebe IM-a jeste mesto boravka ispitanika, ali je jačina ove veze slaba ($p=0.03$; Cramer's $V= 0.092$; grafikon 4.7). Kao što se sa grafikona može videti redovno (najmanje nekoliko puta nedeljno) IM koristi 32.1% stanovnika preko-milionskog grada da bi redovnost upotrebe postupno opadala sa smanjenjem veličine mesta boravka korisnika IM. Jedino odstupanje od ove silazne putanje dešava se u gradu veličine od 20 do 50 hiljada stanovnika, ali se ovo

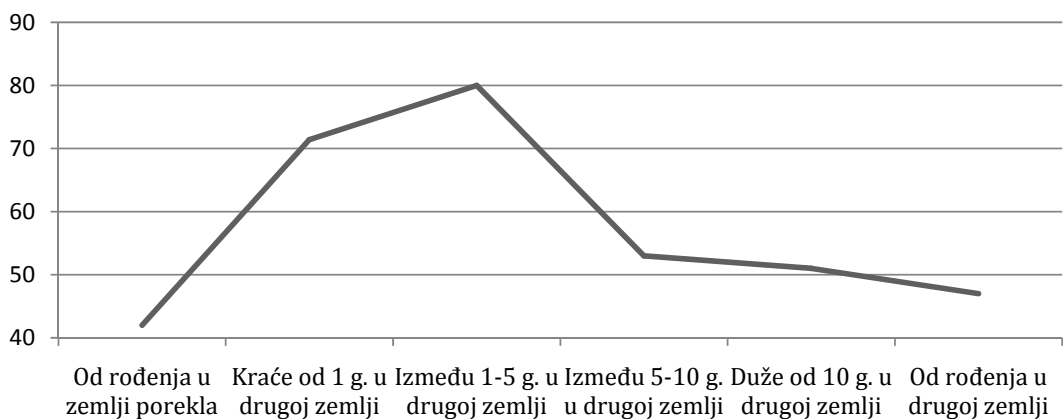
verovatno može tretirati kao posledica usitnjenog uzorka gde odgovor malog broja ispitanika može za nekoliko procenata iskriviti sliku.



Grafikon 4.7. Redovnost upotrebe IM-a u odnosu na mesto boravka ispitanika

Kada je reč o objašnjenju ove veze, čini se da se generalno možemo pozvati na iste one argumente koje smo izneli prilikom analize veze učestalosti upotrebe e-maila i veličine mesta boravka. Brži tempo života, prostorno disperzivnije personalne mreže i samim tim daleko teža organizacija susreta licem u lice u velikim gradovima doprinosi češćoj upotrebi interpersonalnih medija Interneta, poput e-maila i IM-a.

Međutim, daleko važniji pokazatelj funkcije IM od veličine mesta boravka, jeste zemlja u kojoj se boravi. Od toga da li ispitanik živi u zemlji svog porekla ili ne, i koliko dugo živi van nje zavisi i intenzitet upotrebe Skajpa ($p < 0.01$; grafikon 4.8).



Grafikon 4.8. Redovnost upotrebe Skajpa u odnosu na dužinu boravka ispitanika van zemlje njegovog porekla

Ako se obrati pažnja na početak i kraj krive na grafikonu 4.8 videće se da je upotreba Skajpa na sličnom nivou za one koji su ceo život proveli u zemlji porekla i

za one koji od rođena žive u drugoj zemlji, dakle za one koji nisu u procesu migracije. Sa druge strane, čim proces migracije započne naglo se intenzivira upotreba Skajpa, pa tako za razliku od onih koji od rođenja žive u zemlji porekla, čija je redovna upotreba Skajpa na nivou od 42%, već kod onih koji su tek započeli proces migracije redovnost upotrebe se podiže na 71.4%. Čini se da su razlozi za ovakav porast upotrebe Skajpa prilično jasni i da se, pre svega, ogledaju u potrebi da se ostane u kontaktu sa matičnom zemljom. Ovde Skajp kao, s jedne strane najjeftiniji i s druge strane, najsadržajniiji interpersonalni medij,²⁷⁶ igra veoma značajnu ulogu. U narednom periodu migracionog procesa, u trajanju od jedne do pet godina, redovna upotreba Skajpa nastavlja da raste do celih 80%. Iako bi se možda moglo očekivati da oni koji borave u inostranstvu kraće od godinu dana i oni koji su tamo od jedne do pet godina imaju iste potrebe za održavanjem kontakta sa matičnom zemljom, verovatno da dalja intenzifikacija upotrebe Skajpa nastaje kao posledica sve ređih odlazaka u zemlju porekla i sve veće nostalgije koju migranti osećaju. Naravno ove razlike u procentima nisu prevelike i mogu takođe biti posledica greške usled razbijenosti uzorka. Nakon maksimalnih 80% redovne upotrebe u srednjem periodu migracije, dolazi do značajnog pada upotrebe Skajpa za one koji su duže od 5 godina u inostranstvu (53%). Ovde se može pretpostaviti da je došlo do postepenog privikavanja na život u drugoj zemlji, što je za posledicu imalo dopunjavanje personalnih mreža novim kontaktima u inostranstvu, kao i prekid većeg broja slabijih veza sa matičnom zemljom, čime se redukovala i potreba za intenzivnom upotrebom Skajpa. Na kraju oni koji žive više od 10 godina u drugoj zemlji su već uveliko integrisani u novi život, verovatno održavaju još samo par veza sa maticom, pa je i potreba za intenzivnom upotrebom Skajpa sve manja, a njihov obrazac upotrebe sve više se približava onima koji nikada ni su ni bili u procesu migracije.

Kao dodatna potvrda važnosti uloge koju IM ima za održavanje odnosa u personalnim mrežama migranata govori i podatak da ova kategorija ispitanika znatno iznad proseka percipira da im je upotreba IM-a (uključujući i Skajp)

²⁷⁶ Podsećamo čitaoca na raspravu koju smo vodili u teorijsko-analitičkom delu ove disertacije, kada smo ukazali na teoriju sadržajnosti medija - odeljak 3.2.3.1.

pomogla u poboljšanju komunikacije sa rođacima, najbližim prijateljima i kolegama. Odgovori za ceo uzorak se mogu videti u tabeli 4.3.

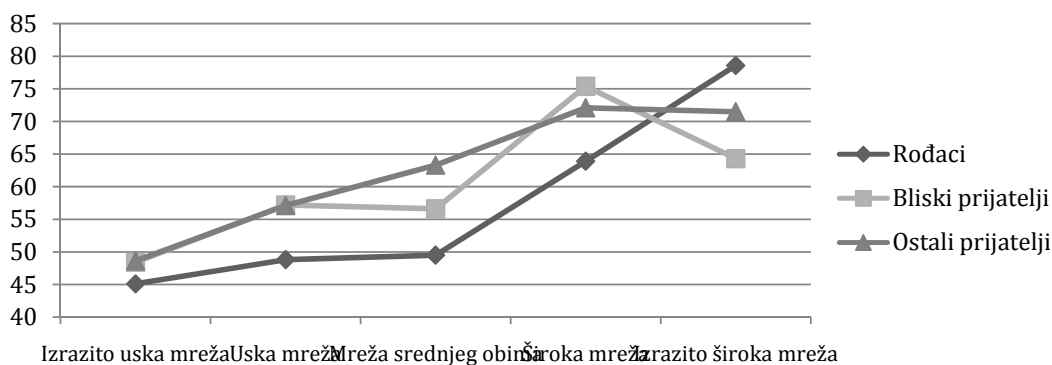
Tabela 4.3. Percepcija uticaja IM-a na interpersonalnu komunikaciju (%)

IM	Rođaci	Najbliži prijatelji	Dalji prijatelji	Kolege
Poboljšana	27.1	30.7	25	23.5
Donekle poboljšana	21.7	25.1	32.3	21.8
Nije poboljšana	29.4	25.3	23.7	31.2
Ne koristi IM	21.8	18.9	19	23.5

Generalno govoreći, ovi nalazi potvrđuju ono što je već rečeno u teorijsko-analitičkom delu disertacije, kada smo govorili o karakteristikama IM-a kao interpersonalnog medija. Za razliku od upotrebe e-maila koji se percipira kao najkorisniji kod poboljšanja komunikacija sa slabim vezama, IM se ocenjuje kao faktor poboljšanja jačih veza. Kao što smo mogli videti, e-mail je istican kao najpodesniji za održavanje kolegijalnih veza (57.9%), dok su u slučaju upotrebe IM-a kolegijalne veze najmanje ističu. S druge strane, kada je reč o rođaćkim i bliskim prijateljskim vezama, koje nisu posebno isticane kod upotrebe e-maila, situacija je potpuno suprotna kod upotrebe IM-a. Na prvom mestu se ističe poboljšanje komunikacije sa najbližim prijateljima i rođacima. Ipak, ne treba zanemariti da kada se saberu oni koji kažu da im je IM donekle poboljšao ili poboljšao komunikaciju, na vrh izbijaju odnosi sa daljim prijateljima. To znači da se IM uspostavlja kao važan interpersonalni medij kako za jake tako i za slabe veze, izuzev kolegijalnih.

Jedan od ključnih razloga pozitivne percepcije IM-a u domenu poboljšanja jakih ali i dela slabih veza jeste njegova dualna priroda. S jedne strane, on je sadržajno najbogatiji interpersonalni medij budući da poseduje mogućnost simultanog audio-vizuelnog prenosa poruka, čime predstavlja neku vrstu usavršenog telefona čija je upotreba, pritom, daleko jeftinija od klasičnog telefona. Ali, s druge strane IM je takođe nisko intenzivni interpersonalni medij koji, poput SMS, omogućava razmenu kratkih tekstualnih poruka sa velikim brojem kontakata. Ovaj element sadržajnog bogatstva daje mu preimućstvo kod održavanja jakih veza, dok je ova druga, nisko intenzivna, funkcija idealna za održavanje slabih veza.

Još jedan pokazatelj funkcije IM-a kada je reč o održavanju kontakata sa jakim vezama ogleda se u porastu pozitivne percepcije IM-a u odnosu na širinu personalnih mreža.²⁷⁷ Na grafikonu 4.9 su prikazani zbirni odgovori onih koji su rekli da je IM poboljšao ili donekle poboljšao njihovu komunikaciju sa rođacima, bliskim i daljim prijateljima (za sva tri odnosa $p < 0.01$).



Grafikon 4.9. Upotreba IM-a u odnosu na širinu personalnih mreža ispitanika

I ovaj nalaz samo potvrđuje diskusiju koju smo vodili iznad, kao i onu koju smo vodili u teorijsko-analitičkom delu disertacije. IM predstavljaju važan medij za održavanje jakih veza posebno kod onih ljudi koji imaju široke personalne mreže i kojima je teško da sve ove kontakte održavaju uživo. Kako je IM sadržajno bogat medij koji najvernije oponaša komunikaciju licem u lice, može se očekivati da će njegov značaj vremenom samo rasti. Ovaj nalaz, što je još važnije, potvrđuje našu prvu hipotezu da je upotreba Interneta kao interpersonalnog medija povezana sa širinom personalnih mreža. U nastavku prikaza rezultata našeg istraživanja videće se da nije samo upotreba IM povezana sa širinom personalnih mreža, već da je to još izraženije kod upotrebe *online* platformi za društveno umrežavanje.

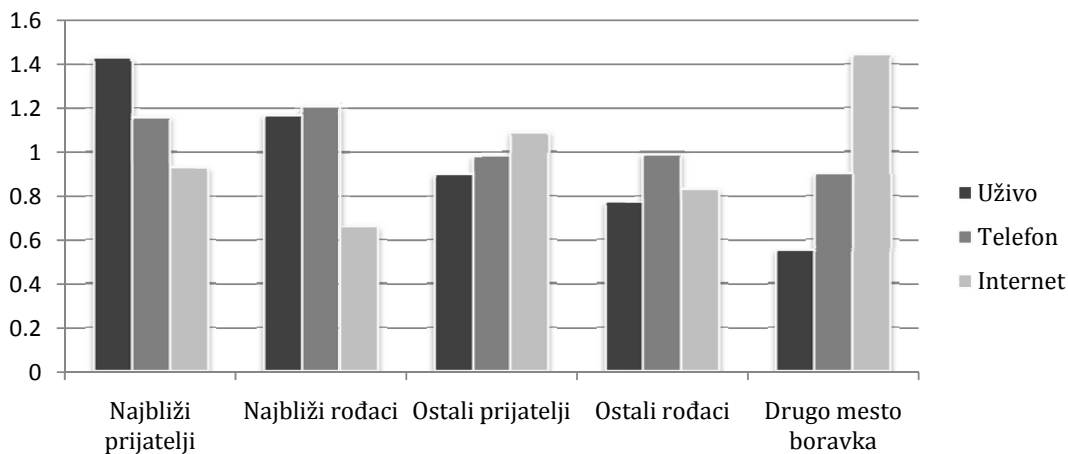
4.2.4.3 Mesto Interneta kao interpersonalnog medija u Srbiji

Nakon prikaza interakcionih funkcija dva osnovna interpersonalna medija Interneta, u mogućnosti smo da damo generalnu ocenu transmisione funkcije Interneta. Kao što smo već pokazali u teorijskom-analitičkom delu disertacije, veliki broj istraživanja ukazuje na to da, bez obzira na sve veći izbor i lakoću

²⁷⁷ Pet nivoa širine personalnih mreža određeno je na osnovu ravnomerne raspodele između minimalnog i maksimalnog raspona personalnih mreža (min 0 max 72).

upotrebe novih interpersonalnih medija, susreti licem u lice (LuL) ostaju i dalje nezamenljivi kada je reč o održavanju interpersonalnih odnosa (Baym, et al., 2004; Flanagan, 2005; Boase, 2008; Hlebec, et al.,2006;). Ova pravilnost se jedino narušava kod održavanja veza na daljinu zbog fizičke nemogućnosti čestog sretanja uživo. Sa druge strane, druga pravilnost koja se u velikom broju istraživanja uočava je da oni koji imaju više društvenih veza ili pokazuju veću društvenost češće i koriste servise Interneta za održavanje personalnih mreža (Chen et al., 2002; Baym, et al., 2004; Zhao, 2006; Boase, 2006; Hampton, et al., 2011a). U nastavku će se videti da se ove pravilnosti jasno uočavaju i kod srpskih korisnika Interneta.

U cilju davanja opšte ocene uloge Interneta kao interpersonalnog medija u Srbiji tražili smo od ispitanika da međusobno rangiraju tri osnovna vida održavanja interpersonalnih odnosa (susrete uživo, telefon i Internet) za različite tipove odnosa (grafikon 4.10).



Grafikon 4.10. Međusobno rangiranje načina održavanja interpersonalnih odnosa

Rezultati koji se mogu videti na grafikonu 4.10 predstavljaju prosečne skorove rangova za svaki od medija po odnosu za koji se koriste (min 0, max 2). Kao što se može videti, dobijeni nalazi u velikoj meri odgovaraju nalazima malopre pomenutih istraživanja. Kada je reč o održavanju bliskih prijateljskih i rođaćkih veza, susreti uživo i telefon ostaju primarni načini njihovog održavanja. Možda deluje kao malo iznenađenje to što je kod održavanja bliskih rođaćkih veza telefon dobio malo bolju prosečnu ocenu od susreta uživo, ali za to verovatno postoje dva

razloga. Prvi, jednostavniji, razlog bi mogao biti taj da neki od bliskih rođaka ne živi više u istom mestu boravka sa ostalim rođacima, pa su sami tim i susreti uživo otežani. Drugi razlog, bi mogao biti vezan za raspravu koju smo vodili pred kraj drugog poglavlja (odjeljak 2.2.3), kada smo analizirali strukturu personalnih mreža. Tada smo, pozivajući se na Pala i Spenserovu (Pahl and Spencer, 2003), pokazali da se društveni odnosi mogu podeliti na dva osnovna tipa - *date* i *izabrane*. Kako rođачki odnosi pripadaju *datim* vezama, potreba njihovog održavanja ne proističe samo iz želja pojedinaca, kakva je slučaj sa *izabranim* vezama, već je često uslovljena društvenim pritiscima za održavanjem takvih veza. Imajući to u vidu, možemo pretpostaviti da je zbog toga telefon, kao manje intenzivan medij u odnosu na susrete uživo, nekada lakši izbor za zadovoljenje ovih zahteva. To se još jasnije može videti kod održavanja odnosa sa daljim rođacima, gde pored telefona, Internet izbija na drugo mesto poželjnih načina za održavanje interpersonalnih odnosa. Naravno, kada su u pitanju dalji rođaci verovatnoća da neko od njih živi u različitom mestu boravka je još veća pa je i organizacija susreta uživo sve teža.

Da se odnosi sa bliskim prijateljima na prvom mestu održavaju kroz susrete uživo potvrđuju i intervjui koje smo sa korisnicima Interneta vodili. Svi intervjuisani, bez izuzetka, su istakli da Internet nema toliko značajnu ulogu kod bliskih odnosa i da su im susreti uživo na prvom mestu. Internet se u ovim odnosima koristi iz praktičnih razloga, za pravljenje nekih dogovora, razmenu različitih materijala, kratkih poruka, ali nije osnovno sredstvo za interakciju. Tek sa udaljavanjem odnosa, Internet počinje da igra sve važniju ulogu, što smo jasno mogli videti sa grafikona 4.10. U kategoriji održavanja odnosa sa ostalim prijateljima Internet je prvi medij, ispred telefona i susreta uživo. Čak i u komunikaciji sa ostalim rođacima, Internet prevazilazi susrete uživo zaostajući jedino za telefonom. Na kraju, kada je reč o geografski udaljenim vezama, Internet postaje ubedljivo najvažniji interpersonalni medij. Ovde je posebno važna uloga *online* platformi za društveno umrežavanje, poput Fejsbuka, koje postaju osnovno sredstvo za održavanje slabih ili fizički udaljenih veza, o čemu će više reči biti u nastavku.

Kada je reč o rangiranju interpersonalnih medija u odnosu na širinu personalne mreže, upotrebom jednofaktorske analize varijanse (ANOVA) pokazuje se da se

samo kod nekih odnosa uspostavlja statistički značajna veza kod odabira poželjnijeg medija. Pa tako, ispitanici sa širokim mrežama daleko više koriste Internet za komunikaciju sa najbližim rođacima, nego što je to slučaj sa onima koji imaju uske personalne mreže ($p=0.02$). Ali isto tako, ovi ispitanici se češće susreću uživo sa članovima personalnih mreža koji imaju različito mesto boravka od njih ($p<0.05$).

Završavajući analizu Interneta kao interpersonalnog medija možemo konstatovati da se u potpunosti potvrdila druga hipoteza da se Internet uspostavlja kao važan interpersonalni medij za održavanje slabih veza. Međutim, kao što smo videli kod upotrebe IM-a on može biti i veoma važno sredstvo za održavanje bliskih veza kada su susreti uživo otežani, bilo zbog brzog tempa života ili kada neko od bliskih osoba živi u drugom gradu ili državi. U narednim godinama verovatno ćemo biti svedoci dalje hibridizacije Interneta kao interpersonalnog medija gde možemo očekivati dva trenda. Prvo, možemo očekivati da će doći da nastavka integracije njegovih interpersonalnih svojstava, poput onoga što se dešava sa *online* platformama za društveno umrežavanje. Drugim rečima, kroz upotrebu jedne platforme ispitanici će moći da šalju e-mailove, tekstualne poruke, obavljaju telefonske i video razgovore. Praktično svako će posedovati svoj personalni komunikacioni centar. Drugi trend, će se kretati u pravcu sve intenzivnijeg integrisanja Interneta i mobilnih telefona tako da više neće biti razlike da li se koristi računar ili mobilni telefon. To praktično znači da će personalni komunikacioni centri koji su smešteni na Internetu biti istovremeno smešteni i na mobilnim telefonima, dakle biće nerazdvojni od svojih korisnika a oni opet nerazdvojni od svojih personalnih mreža.

4.2.5 Prokreativnost srpskih korisnika Interneta

Ukoliko bi Internet služio samo kao sredstvo za interpersonalnu komunikaciju na daljinu njegova uloga bi, kao što smo imali prilike da vidimo, nesumnjivo bila značajna, ali ni blizu tako revolucionarna da ne postoji jedno sasvim drugo lice Internet komunikacije. Upotrebu te druge strane Interneta kao medija nazvali smo prokreativnom. Za razliku od transmisiona funkcije gde Internet služi kao *kanal* za

interpersonalnu komunikaciju na daljinu, vršeći svoju prokreativnu funkciju Internet se pretvara u virtuelni *prostor* za društvenu interakciju. Putem transmisiona funkcije Interneta mi se lakše povezujemo sa našim personalnim mrežama, ali tek kroz prokreativnu funkciju mi stvaramo sasvim nove društvene odnose.

U cilju identifikacije korisnika koji su manje ili više skloni ovakvom načinu upotrebe Interneta konstruisali smo posebnu skalu prokreativnosti. Ova skala, kao i još dve dodatne (skala usamljenosti i skala društvenosti) su bile naši osnovni analitički alati za proučavanje prokreativnosti na Internetu. Pored toga, u skladu sa našim shvatanjem o dva modela prokreativnosti, kreirali smo i dve pomoćne skale, personalne i ritualne prokreativnosti.

4.2.5.1 Skala prokreativnosti

Budući da u osnovi shvatanja prokreativnosti leži doživljaj Interneta kao prostora za društvenu interakciju, u operacionalizaciji ovog koncepta izdvojili smo dva ključna elementa prokreativnosti: (1) personalni aspekt-uspostavljanje novih društvenih odnosa na Internetu i (2) ritualni aspekt-društvenu interakciju u virtuelnim prostorima Interneta. Kako nismo imali prostora da eksperimentišemo sa velikim brojem ajtema, opredelili smo se za šest osnovnih, koji su prema našem iskustvu iz prethodnih istraživanja trebali adekvatno da odgovore na teorijsku postavku koncepta prokreativnosti.²⁷⁸ Dakle, od ispitanika je traženo da se putem odgovora od *stalno do nikad* izjasne o svakoj od sledećih šest tvrdnji:

Personalni aspekt:

1. Upoznajem nove ljude na Internetu;
2. Uživo upoznajem ljude koje sam upoznao na Internetu;
3. Posećujem pričaonice na Internetu;

Ritualni aspekt:

4. Uključujem se u javnu diskusiju na forumima, blogovima, u pričaonicama i društvenim mrežama;
5. Družim se sa ljudima na Internetu;
6. *Povezujem se putem Interneta sa ljudima koje sam ranije poznavao.*²⁷⁹

²⁷⁸ Čitaoca upućujemo na raspravu u trećem poglavlju, odeljak 3.2.4

²⁷⁹ Iz razloga koji su niže navedeni ovaj ajtem na kraju nije uključen u skalu prokreativnosti

Kao što se može videti, prva tri ajtema je trebalo da služe kao pokazatelji personalnog elementa prokreativnosti, odnosno uspostavljanja novih društvenih odnosa putem Interneta. Možda ovde samo treba pojasniti da smo ajtem tri (posećivanje pričaonica) uvrstili u ovu kategoriju zbog toga što smo u našoj prethodnoj studiji (Petrović, 2008) zaključili da osobe koje posećuju pričaonice to čine pre svega radi uspostavljanja novih društvenih kontakata. Ajtemi 4, 5 i 6 trebalo je da posluže kao pokazatelji ritualnog aspekta prokreativnosti, odnosno interakcije u društvenim prostorima Interneta. Međutim, kada smo uradili test pouzdanosti skale pokazalo se da je ajtem 6. u negativnoj korelaciji sa ostalim ajtemima, tako da je on uklonjen iz skale. Nakon toga dobijena je skala sa pet ajtema, *Kronbahovog koeficijenta alfa 0.759*, što pokazuje dobru pouzdanost i unutrašnju saglasnost skale za ovaj uzorak (Palant, 2011).

Kako su odgovori bili vrednovani od 1 do 5 poena (1 stalno, 5 nikad) njihovim zbirom dobijen je raspon skale koji je iznosio između 5 (maksimalna prokreativnost) i 25 poena (odsustvo prokreativnosti), što znači da je aritmetička sredina između prokreativne i neprokreativne orijentacije iznosila 15 poena. Analizirajući odgovore naših ispitanika u skladu sa skalom koju smo konstruisali, zapaža se da je prosečna vrednost sume odgovora izrazito na strani neprokreativne upotrebe Interneta, budući da je iznosila 20 poena (st. dev. 3,74). Za svrhu dalje analize, ukupan rang odgovora smo podelili na četiri osnovne kategorije, koje su se kretale od visoke prokreativnosti (suma odgovora od 5 do 10), umerene prokreativnosti (11-15), blage prokreativnosti (16-20) i odsustva prokreativnosti (21-25). Dobijeni rezultati se mogu videti u tabeli 4.4.

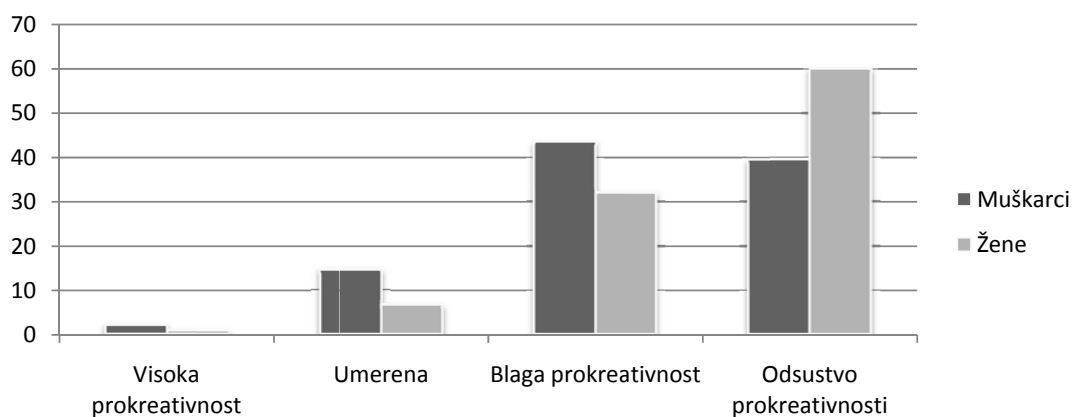
Tabela 4.4. Nivo prokreativnosti korisnika Interneta u Srbiji

Nivo prokreativnosti	N	F
Visoka prokreativnost	16	1.5
Umerena prokreativnost	110	10.4
Blaga prokreativnost	398	37.5
Odsustvo prokreativnosti	537	50.6
Suma	1061	100%

Gornja tabela jasno pokazuje da se uzorak deli tačno na pola ako imamo u vidu one koji pokazuju makar blagu prokreativnost i one kod kojih nema

prokreativnosti. Relativno mali broj ispitanika iskazuje umerenu ili visoku prokreativnost (11.9%) što ne bi trebalo da iznenađuje budući da se ovde radi o veoma aktivnom ponašanju koje podrazumeva često ili makar povremeno upoznavanje novih ljudi putem Interneta, prenošenje tih kontakata u realnost, diskutovanje na forumima itd. Budući da je ovo prvi put da koristimo ovaj tip skale nismo u mogućnosti da uporedno ocenimo njen značaj, ali možemo reći da su rezultati u skladu sa pretpostavkama koje smo izneli u našoj prethodnoj studiji (Petrović, 2008).²⁸⁰ Zbog toga je bilo posebno važno da uradimo analizu prokreativnog ponašanja u odnosu na osnovna socio-demografska obeležja ispitanika, kako bi se поближе upoznali sa ovim načinom upotrebe Interneta.

Ukrštanjem podataka pokazuje se da je prokreativnost statistički značajno povezana sa polom korisnika Interneta ($p < 0.001$; Cramer's $V = 0.218$), odnosno da su muški korisnici prokreativniji od ženskih (grafikon 4.11).



Grafikon 4.11. Nivo prokreativnosti u odnosu na pol korisnika Interneta u Srbiji

Kao što se sa grafikona 4.11 može videti muškarci dominiraju u sva tri nivoa prokreativnosti. S druge strane, čak 60% ženskih korisnika Interneta pokazuje odsustvo prokreativnosti naspram samo 39.6% muških korisnika. Ovaj nalaz nije iznenađujući i potpuno je u skladu sa rezultatima našeg ranijeg istraživanja

²⁸⁰ Tada smo na osnovu rezultata našeg i nekoliko drugih istraživanja upotrebe Interneta u Srbiji konstatovali da broj osoba koje ostvaruju nova poznanstva putem Interneta, što predstavlja osnovni element prokreativnosti, nije veći od 40% od ukupnog broja korisnika Interneta (Petrović, 2008:143). Ova pretpostavka je potvrđena i ovim istraživanjem o čemu će biti više reči u nastavku ovog poglavlja.

(Petrović, 2008), kada se pokazalo da su ženske osobe daleko uzdržanije kada je reč o uspostavljanju novih poznanstava u pričaonicama na Internetu.

Po našem sudu mogu se identifikovati dva osnovna razloga koja su zaslužna za veći nivo prokreativnosti muških ispitanika. Jedan razlog je kulturološki i tiče se obrazaca ponašanja koji su vezani za uspostavljanje novih društvenih odnosa u svakodnevnom životu, gde se, pre svega, od muškaraca očekuje da iniciraju novi kontakt. Čini se da se ovaj obrazac prenosi i u virtuelno okruženje. Drugi razlog je vezan za sam Internet i percepciju bezbednosti ovog vida interakcije. Budući da realno postoji veća potencijalna opasnost po bezbednost žena, ali i da se ova opasnost često od strane medija nekritički predimenzionira, korisnice Interneta se zbog toga teže odlučuju na upoznavanje i otvorenu komunikaciju u virtuelnim prostorima Interneta.

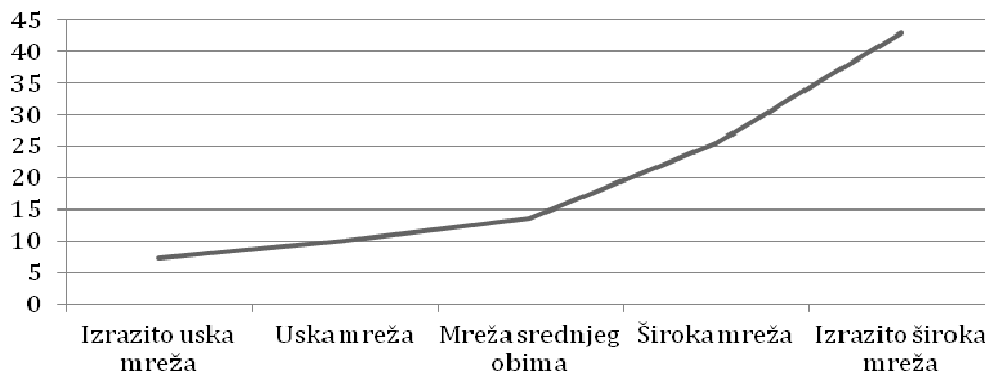
Iako se na osnovu prosečnih skorova pokazuje da sa godinama ispitanika blago opada nivo prokreativnosti ova veza se nije pokazala kao statistički značajna pa se njome na ovom mestu nećemo baviti.²⁸¹ Sa druge strane, pokazuje se da je veličina mesta boravka korisnika Interneta u vezi sa nivoom prokreativnosti iako veza nije jaka ($p < 0.05$; Cramer's $V = 0.093$). Što je manje mesto boravka nivo prokreativnosti njihovih žitelja se blago povećava. Pa tako u preko-milionskom gradu ima najviše neprokreativnih korisnika Interneta (54,2%) dok je njihov broj najmanji u malim gradovima do 50 hiljada stanovnika (37.3%) i varošici i selu (41.8%). Ovaj nalaz je na posredan način sličan nalazu do koga smo došli kada smo istraživali redovnost posećivanja Internet pričaonica gde se pokazalo da se ona povećava sa smanjenjem mesta boravka njihovih posetilaca (Petrović, 2008:127). Objašnjenje koje smo ponudili tada čini se da važi i u ovom slučaju i svodi se na to da se sa smanjenjem mesta boravka smanjuje i raznovrsnost društvenog života što pojačava ulogu alternativnih prostora društvenosti u koje spadaju i virtuelni prostori Interneta.

Prokreativnost je takođe statistički povezana i sa bračnim, odnosno partnerskim statusom gde se pokazuje da što je emotivni odnos formalizovaniji to je nivo prokreativnosti manji ($p = 0.01$). Pa tako, najveće odsustvo prokreativnosti

281 Skorovi su: 18-24 godine (prosečan skor-19.8); 25-30 (20); 31-40(20.3); 41-50(20); 51+(20.8), gde niži skor predstavljaju viši nivo prokreativnosti.

zapažamo kod osoba koje su u braku (60.2%), zatim onih koji žive sa nevenčanim partnerom (59.8%) i onih koji imaju partnera, ali ne žive sa njim (51.8%). Sa druge strane, oni koji nisu u vezi (45%), razvedeni i udovci (40%) i ostali (35.3%), daleko ređe pokazuju potpuno odsustvo prokreativnosti u odnosu na one koji su u vezama. Ovaj lagani pad prokreativnosti sa uspostavljanjem i formalizovanjem emotivnih veza donekle se može objasniti i uticajem starosti, pošto je više starijih osoba u formalnijim odnosima, a videli smo ranije da sa starošću prokreativnost blago opada. Ipak, postoji drugi faktor koji je važniji za razumevanje ove veze budući da je on direktno povezan sa prokreativnom ulogom Interneta, odnosno uspostavljanjem novih društvenih odnosa. Naime, za osobe koje nemaju partnera Internet postaje sve važniji izvor novih emotivnih veza, tako da nalazi njihovoj o povećanoj prokreativnosti ne treba da čudi. Ovim aspektom prokreativnosti još ćemo se baviti u nastavku ovog poglavlja.

Ipak, najvažniji nalaz do kog smo došli kada je reč o prokreativnosti jeste da je ona u statistički značajnoj vezi sa širinom personalnih mreža korisnika Interneta što se jasno može učiti na grafikonu 4.12 ($p < 0.001$; Cramer's $V = 0.131$).



Grafikon 4.12. Prokreativnost u odnosu na širinu personalne mreže korisnika Interneta u Srbiji

Sa porastom širine personalnih mreža korisnika Interneta u našem uzorku, raste i nivo njihove prokreativnosti na Internetu. Drugim rečima, ljudi koji koriste Internet za druženje i uspostavljanje novih društvenih veza ne pokazuju znake smanjene društvenosti u realnom životnom okruženju, već upravo suprotno.

Ovo dodatno potvrđuju i skale za merenje nivoa usamljenosti²⁸² i društvenosti²⁸³ ispitanika. Skala usamljenosti nije u statističkoj vezi sa prokreativnošću na Internetu, dok skala društvenosti to jeste ($p < 0.01$). Takođe, prokreativne osobe imaju veći stepen generalizovanog poverenja u druge ljude što takođe govori o njihovoj otvorenosti za nove kontakte ($p = 0.05$).

Jednostavnije rečeno, prokreativnoj upotrebi Interneta su sklonije društvene osobe koje imaju široke personalne mreže i veći stepen poverenja u druge ljude. Ovim nalazom u potpunosti je empirijski potvrđena naša treća hipoteza. Istovremeno, potvrđeni su i nalazi našeg istraživanja od pre nekoliko godina kada smo utvrdili da osobe koje se druže u pričaonicama Interneta i prenose poznanstva u realnost, takođe pokazuju visok stepen društvenog aktivizma (Petrović, 2008:151).

Na kraju ovog dela, posvetićemo još malo pažnje analizi dva osnovna elementa prokreativnog ponašanja na Internetu – ritualnom i personalnom modelu virtuelne društvenosti. Već smo u teorijsko-analitičkom delu istakli da je osnovna odlika ritualne interakcije na Internetu formiranje različitih, manje ili više integrisanih društvenih grupa, između ostalog i *virtuelnih zajednica*. Međutim, kako nisu svi oblici interakcije na Internetu grupnog karaktera, već se oni često odvijaju u izolovanim interakcionim *nišama* - jedan na jedan, onda smo ovaj drugi vid interakcije na Internetu nazvali personalnim modelom. Razlažući prokreativno ponašanje na ova dva modela bili smo u mogućnosti da još bolje razumemo obrasce društvenosti koje kroz međusobnu interakciju kreiraju posetioci Interneta.

282 Koristili smo malu skalu usamljenosti sa tri ajtema koju su konstruisali Hjugs i saradnici (Hughes et al., 2004). Prema njihovom istraživanju ova skala sasvim adekvatno zamenjuje poznatu R-UCLA skalu usamljenosti od dvadeset ajtema, što je za nas bilo značajno zbog uštede prostora u upitniku. Takođe, na osnovu rezultata našeg istraživanja skala je pokazala dobru pouzdanost i unutrašnju saglasnost za ovaj uzorak (Kronbahov koeficijent alfa=0.766)

283 Skalu društvenosti smo sami konstruisali birajući tri ajtema koja su imala najveću unutrašnju saglasnost. Dva od ova tri ajtema je koristio Hogan (2009) u svom istraživanju ali ih je on obrađivao na drugačiji način, treći ajtem smo mi dodali (ajtemi se mogu videti u primeru upitnika koje se nalazi u prilogu disertacije-pitanje 35, ajtemi 1,3 i4). Na osnovu rezultata našeg istraživanja skala je pokazala dobru pouzdanost i unutrašnju saglasnost za ovaj uzorak (Kronbahov koeficijent alfa=0.696)

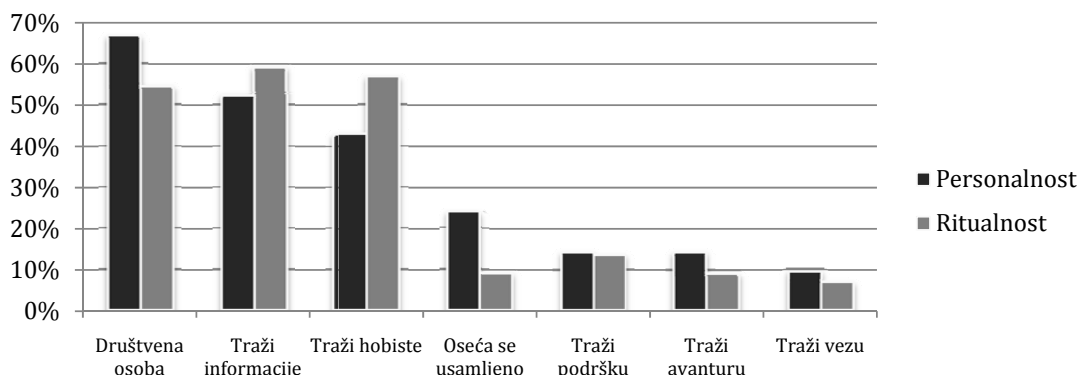
Analizi ritualnog i personalnog modela virtuelne društvenosti prišli smo na taj način što smo dekomponovali skalu prokreativnosti i napravili dve pomoćne skale-skalu *personalne-prokreativnosti* (PP) i skalu *ritualne prokreativnosti* (RP). Ovo je bilo jednostavno učiniti budući da je sama skala prokreativnosti i bila kreirana od tri personalna i tri ritualna ajtema (pogledati početak ovog odeljka). Ovde je međutim učinjena jedna mala korekcija budući da oba ova modela imaju jedan zajednički i neodvojiv element, a to je upotreba Interneta za uspostavljanje novih društvenih odnosa. Zbog toga je, u obe ove pod-skale prvi ajtem bio identičan i odnosio se na upoznavanje na Internetu, dok su druga dva bila različita.²⁸⁴

Kako su ove dve pod-skale derivirane iz skale prokreativnosti ne začuđuje da su njihovi rezultati slični, odnosno obe su pokazale relativno nisko učešće onih koji iskazuju umereno visoke i visoke skorove na ovim skalama (10% umereno ili potpuno personalno i 23.5% umereno ili potpuno ritualno). Ova razlika u korist većeg broja ritualno prokreativnih posetilaca Interneta je pre svega posledica našeg mernog instrumenta budući da se u skali personalnosti nalazi jedan vrlo delatan ajtem, a to je upoznavanje uživo svojih poznanika sa Interneta kome, kao što ćemo videti u nastavku, nije sklona većina korisnika Interneta.

Kada je reč o povezanosti ovih modela virtuelne društvenosti sa socio-demografskim karakteristikama ispitanika, treba reći da su i jednom i drugom modelu ponašanja skloniji muškarci i oni koji nisu u emotivnim vezama ($p < 0.01$), što je nalaz sa kojim smo se već sreli kada smo analizirali skalu prokreativnosti. Međutim, veličina mesta boravka korisnika Interneta je samo u vezi sa ritualnim modelom društvenosti ($p = 0.01$), što dodatno potvrđuje našu malopređašnju diskusiju kada smo konstatovali da virtuelni prostori Interneta služe kao alternativa za siromašniji društveni život u manjim gradovima.

284 Na ovaj način, pod-skala PP je bila sačinjena od sledećih ajtema-(1) upoznajem nove ljude na Internetu; (2) uživo upoznajem ljude koje sam upoznao na Internetu; (3) posećujem pričaonice na Internetu, dok je pod-skala RP bila sačinjena od sledećih ajtema: (1) upoznajem nove ljude na Internetu; (2) uključujem se u javnu diskusiju na forumima, blogovima, u pričaonicama i društvenim mrežama; (3) družim se sa ljudima na Internetu. Obe skale su agregirane na isti način kao što je to učinjeno sa skalom prokreativnosti, nakon čega je dobijeno po četiri nivoa personalnosti i ritualnosti.

Ipak, najvažnije razlike između ova dva modela virtuelne društvenosti mogu se uočiti posmatranjem razloga za upoznavanje drugih ljudi na Internetu (grafikon 4.13).²⁸⁵



Grafikon 4.13. Razlozi za upoznavanje ljudi na Internetu u odnosu na model virtuelne društvenosti

Iako se, generalno govoreći, i kod jednog i kod drugog modela jasno razlikuju tri dominantna i četiri manje važna razloga za uspostavljanje novih društvenih odnosa na Internetu, ipak se mogu uočiti i određene razlike među njima. Osobe koje su sklonije prokreativno-personalnom modelu virtuelne društvenosti češće ističu ekspresivne razloge za upoznavanje drugih ljudi (društvenost, usamljenost, podršku) kao i potragu za emotivnim partnerom ili avanturom. Sa druge strane, osobe sklonije prokreativno-ritualnom modelu virtuelne društvenosti češće tragaju za ljudima koji poseduju informacije ili dele ista interesovanja i hobije.

Na osnovu ovih nalaza možemo zaključiti da u osnovi prokreativno-personalnog modela leži potraga za ekspresivnim, a kod prokreativno-ritualnog modela potraga za instrumentalnim društvenim kapitalom.²⁸⁶ Ova razlika se još jasnije uočava kod uspostavljanja emotivnih veza i seksualnih odnosa sa osobama koje su prethodno upoznate na Internetu, gde se potvrđuje da su osobe sklone personalnom modelu češće od ritualnih u potrazi za avanturom ili emotivnom vezom. Pa tako, kada je reč o seksualnim odnosima sa osobom koja je upoznata na Internetu, to iskustvo je imalo čak 57% personalnih u odnosu na 29.5% ritualnih

²⁸⁵ Odgovori se odnose samo na one ispitanike koji iskazuju visoku ritualnost i personalnost.

²⁸⁶ Videti raspravu o društvenom kapitalu koju smo vodili u teorijsko-analitičkom delu disertacije (odjeljak 3.1)

osoba. Slična stvar je i sa emotivnim vezama u koje je ušlo 71.4% personalnih i 50% ritualnih. Ovi nalazi dodatno potrepljuju i naša zapažanja o razlikama između ova dva modela društvenosti koje smo uočili u pričaonicama Interneta tokom našeg prošlog istraživanja, kada se takođe pokazalo da su personalne osobe daleko sklonije traženju emotivnih i seksualnih partnera, dok to za ritualne osobe, iako prisutan, nije i najvažniji element virtuelne društvenosti. (Petrović, 2008).

Međutim, pored modela virtuelne društvenosti na uspostavljanje društvenih odnosa na Internetu utiču i mnogi drugi faktori zbog čega ćemo ovom važnom elementu prokreativnosti posvetiti dodatnu pažnju u nastavku ovog poglavlja.

4.2.5.2 Uspostavljanje novih interpersonalnih odnosa srpskih korisnika Interneta

Kao što smo već istakli, ključni element prokreativnosti jeste upotreba Interneta za uspostavljanje novih društvenih odnosa. Internet je prvi tehnološki medij koji je omogućio masovno i spontano uspostavljanje sasvim novih društvenih kontakata kojih, da nije Interneta, ne bi ni bilo. Zbog toga ćemo na narednim stranama ovom aspektu prokreativnosti posvetiti malo veću pažnju.

Jedna trećina korisnika Interneta koje smo anketirali (34.2%), ponekad ili često stiže nova poznanstva putem Interneta. Sa druge strane, 30.8% ispitanika to nikada ne čini. Kada je reč o razlozima za uspostavljanje poznanstava na Internetu, oni se mogu videti u tabeli 4.5.

Tabela 4.5. Razlozi za uspostavljanje poznanstava na Internetu

	N	F*
Zato što mi trebaju različite informacije	405	56.4
Zato što sam društvena osoba	300	41.8
Zato što tražim ljude koji imaju interesovanja poput mene	255	35.5
Zato što tražim partnera za neobaveznu avanturu	52	7.2
Zato što se osećam usamljeno u realnom životu	33	4.6
Zato što mi treba podrška	28	3.9
Zato što tražim partnera za ozbiljnu vezu	27	3.8

*Zbir procenata je veći od 100 zato što je ispitanicima bilo dozvoljeno da izaberu dva odgovora

Kao što se može videti dominantan razlog ostvarivanja kontakata na Internetu je instrumentalnog karaktera i vezan je za potragu za različitim informacijama. Nakon toga slede različiti ekspresivni razlozi od kojih je na vrhu onaj koji se tiče društvenog karaktera ispitanika, što bi trebalo da implicira da se kontakti

ostvaruju radi druženja i bez nekog jasnog cilja. Na trećem mestu je potraga za ljudima sličnim sebi, što takođe ukazuje na važnu ulogu Interneta u pronalaženju osoba koje su možda nedostupne ili prikrivene u svakodnevnom životu (recimo osobe homoseksualne orijentacije). Svi ostali razlozi se daleko manje ističu, ali ipak valja obratiti pažnju na 11% (u zbiru) onih koji kažu da uspostavljaju nova poznanstva na Internetu zato što su u potrazi za avanturom ili ozbiljnom emotivnom vezom. Ovim aspektom prokreativnosti ćemo se u nastavku ovog poglavlja detaljnije baviti.

Ono što je sa stanovišta ovog istraživanja još važnije od podatka o upoznavanju na Internetu, je to da se jedan značajan deo tih poznanstava prenosi u realnost (tabela 4.6).

Tabela 4.6. Učestalost prenošenja poznanstava sa Interneta u realnost

	N	F
Redovno	17	1.6
Često	52	4.9
Ponekad	148	13.9
Retko	309	29.1
Nikad	535	50.4
Suma	1061	100%

Kao što se iz tabele 4.6 može videti broj srpskih korisnika Interneta koji makar ponekad prenose poznanstva u realnost iznosi 20.4%. Može se reći da su ovi procenti na nivou onih koji su izneti u teorijsko-analitičkom delu disertacije (Hogan et al., 2011).²⁸⁷ Međutim, ako se obrati pažnja i na one koji se retko upoznaju uživo ali to ipak čine, onda se ovaj procenat podiže na blizu 50% onih koji imaju iskustvo prenošenja kontakta sa Interneta u realnost što srpske korisnike svrstava među najprokreativnije u Evropi. Ipak treba imati u vidu da pitanja u ovom i istraživanju koje su sproveli Hogan i saradnici nisu postavljena na isti način što bi moglo da utiče na razlike u odgovorima. Ovde još jednom treba podsetiti da naš uzorak nije nacionalno reprezentativan tako da je i to moglo doprineti iskrivljenju naših nalaza. Posebno je zanimljivo da su odgovori do kojih smo došli gotovo identični odgovorima srpskih korisnika Interneta u jednom

²⁸⁷ Pogledati grafikon 3.3 u trećem poglavlju, odeljak 3.2.4.2.

istraživanju sprovedenom još 2003. godine (Petrović i dr, 2004:183).²⁸⁸ U svakom slučaju, o kolikom god broju da se radi, a on je izvesno veći od 20% korisnika Interneta koji svoja poznanstva prenose u realnost, treba razumeti da se ovde radi o desetinama i stotinama hiljada novih društvenih veza koje su u Srbiji uspostavljene zahvaljujući Internetu i koje se nikada ne bi realizovale da nije bilo upotrebe Interneta. Mnoge od ovih veza su se pretvorile u manje ili više intenzivna prijateljstva, manje ili više jake ljubavi, a neretko i u brakove, što ćemo pokazati u nastavku ove analize.

Prenošenju poznanstava u realno okruženje su daleko skloniji muškarci nego žene ($p < 0.00$; Cramer's $V = 0.246$). Ponekad ili češće svoja poznanstva sa Interneta u realnost prenosi 28.6% muških ispitanika i samo 13.3% žena, dok to nikad ne čini 38.1% muškaraca i 61.1% žena. Razloge za ovako različite odgovore možemo tražiti u istim onima koje smo naveli kada smo se bavili time zašto muškarci generalno daleko češće stižu nove kontakte na Internetu. Prenošenje kulturnih obrazaca iz svakodnevnog života koji muškarcima daju aktivniju ulogu, kao i strah za svoju sigurnost su glavni faktori koji sputavaju ženske korisnike Interneta da se češće upoznaju uživo. Ovde treba razjasniti još jednu stvar, budući da neko može postaviti pitanje sa kim se ti muškarci upoznaju kada to čine duplo češće od žena. Prvo, možemo zaključiti da se jedan deo muškaraca upoznaje sa drugim muškarcima iz prijateljskih, ali i iz homoseksualnih pobuda. Naravno, možemo reći i da se žene upoznaju sa ženama iz istih pobuda, ali smo već videli da su one manje sklone upoznavanju uživo pa verovatno to ređe rade i kada je upoznavanje sa ženama u pitanju. Drugo, ako se radi o muško-ženskim susretima može se desiti da više muškaraca upozna jednu istu žensku osobu u različitim periodima njihove upotrebe Interneta. Budući da smo u ranijoj studiji (Petrović, 2008) pokazali da muškarci daleko manje pažnje posvećuju pripremama za susret uživo, već to često rade na prvu loptu čime se povećavaju šanse da se razočaraju ženskom osobom, jednom kada se vide uživo. Treće, možemo pretpostaviti da jedan broj žena ne želi da prizna da su imale iskustvo prenošenja poznanstava u realnost, pogotovo ako se

288 Tada je na pitanje: „Koliko često ljude koje upoznajete na Internetu kasnije upoznajete i uživo?“, distribucija odgovora bila sledeća: veoma često-1,9%, često-5%, ponekad-14.8%, retko-25.9% i nikad 47.8%

radilo o emotivnoj ili seksualnoj vezi, budući da to smatraju svojom intimom ili se jednostavno plaše osude javnosti.

Upravo ćemo u nastavku obratiti pažnju na uspostavljanje seksualnih ili emotivnih veza između korisnika Interneta nakon prenošenja poznanstva u realnost. Već smo ranije pokazali da 11% ispitanika navodi da je želja za neobaveznom avanturom ili emotivnom vezom glavni razlog upoznavanja uživo, ali ćemo iz sledećih podataka videti da je broj onih koji su zaista uspostavili seksualnu ili emotivnu vezu sa osobom koju su upoznali na Internetu znatno veći (tabela 4.7). Ovo je i logično budući da želju za avanturom ili emotivnom vezom najčešće ističu oni koji nisu u vezi, a ovde se uključuju i odgovori onih koji su sada u vezi, ali u različitim fazama svog života već imaju iskustvo emotivne ili seksualne veze sa nekim sa Interneta.

Tabela 4.7. Seksualni odnos i emotivna veza nakon poznanstva na Internetu

	Seksualni odnos*	Emotivna veza*
Više puta	11.5%	9.3%
Jednom	13%	20.8%
Nikada	75.5%	69.9%

*Odgovori se odnose na one koji su preneli poznanstvo sa Interneta u realnost

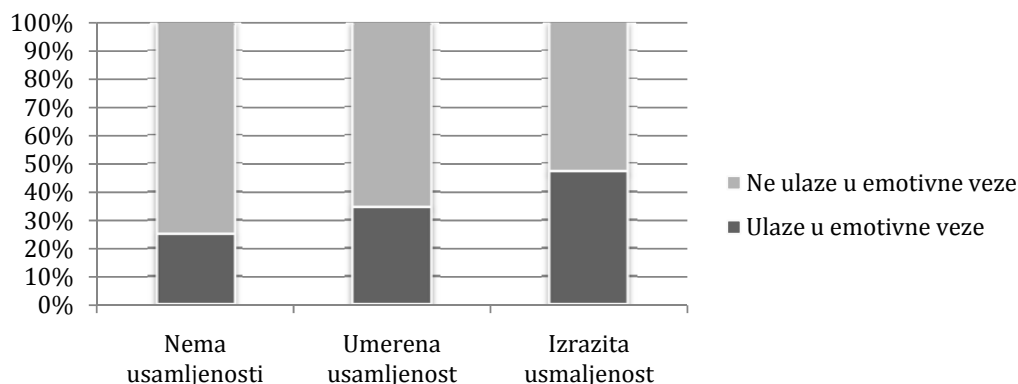
Kao što se iz tabele 4.7 može videti, blizu 30% onih koji su se upoznali sa nekim sa Interneta ušlo je u jednu ili više emotivnih veza. Ove osobe se u značajnoj meri preklapaju sa onima koji su izjavili da su imali seksualne odnose, ali ovo poklapanje nije apsolutno. Kroz ukrštanje ova dva odgovora dolazimo do podatka da je jedna trećina (34.7%) od onih koji su preneli poznanstva sa Interneta u realnost, ušla u seksualnu ili emotivnu vezu sa poznanicima sa Interneta. U ukupnom uzorku to je učešće od ravno 25% ispitanika. Takođe projektovano na ukupan uzorak, pokazuje se da je 6.5% ispitanika trenutno u emotivnoj vezi sa osobama koje su upoznali putem Interneta. Iako ova cifra ne deluje imponantno, ne treba zaboraviti da se broj redovnih korisnika Interneta u Srbiji za 2011. godinu projektuje na blizu 2.5 miliona ljudi (Vukmirović i dr., 2011:23). Kada bi se pomenutih 6.5% projektovalo na ukupan broj korisnika Interneta u Srbiji došli bismo do ne tako male brojke od oko 150 000 ljudi koji su trenutno u emotivnoj

vezi zahvaljujući Internetu. Ovo naravno ne znači da ovi ljudi inače ne bi bili u emotivnoj vezi, ali ovde je ključna uloga Interneta u probijanju strukturalnih ograničenja koja otežavaju uspostavljanje emotivnih veza u realnom okruženju. U praksi to može značiti da neko ko živi u nekom manjem i izolovanom mestu, gde je kroz migratorne procese u velikoj meri smanjen broj potencijalnih emotivnih partnera, sada uz pomoć virtuelnih prostora Interneta ima šansu da prevaziđe svoju prostornu izolovanost. Ili neko starijih godina ko, sa druge strane, živi sam u velikom gradu i ko je usled prirodne rutinizacije života sveden na redovne kontakte sa malim brojem osoba, može koristiti virtuelne prostore Interneta da se spoji sa osobama koje se nalaze u sličnoj situaciji. Ili, na kraju, neko ko je drugačije seksualne orijentacije od većinske populacije, recimo homoseksualne, može takođe koristiti virtuelna mesta Interneta za pronalaženje partnera izbegavajući tako pritiske i osudu sredine u kojoj živi.

Iako neko može reći da je procenat onih koji su zasnovali emotivnu vezu putem Interneta proizvoljan zbog toga što naš uzorak nije reprezentativan, zanimljivo je da se u jednom velikom kros-nacionalnom istraživanju uspostavljanja emotivnih odnosa na Internetu došlo do sličnih rezultata (Dutton et al., 2008:9). Po nalazima ove studije, od britanskih parova koji koriste Internet i koji su u braku, njih 6% se upoznao putem Interneta. U Australiji ovaj procenat iznosi 9%, dok se u Americi penje na čitavih 19% Internetom posredovanih bračnih veza. Kada u našem uzorku, ukrstimo one koji su u braku ili vanbračnoj zajednici sa odgovorom da su još uvek u vezi do koje je došlo nakon poznanstva na Internetu, dolazimo do 11% takvih slučajeva, što se okvirno uklapa u nalaze pomenute studije.

Još jedan važan pokazatelj koji nam pomaže da razumemo ulogu Interneta u uspostavljanju novih emotivnih veza jeste taj da su usamljene osobe sklonije uspostavljanju emotivnih veza putem Interneta, što se može videti na grafikonu 4.14 ($P < 0.01$). Ovaj nalaz je veoma značajan jer bi mogao da govori o jednom od važnih motiva za prokreativno ponašanje na Internetu, odnosno u prilog teoriji društvene kompenzacije koju su izneli Van Zalk i saradnici (Van Zalk et al., 2011:1204-5), a o čemu smo šire raspravljali u teorijsko-analitičkom delu disertacije. Tada smo, takođe, ukazali na istraživanja koja su našla vezu između usamljenosti i upoznavanja na Internetu, ali smo naglasili da u ovim istraživanjima

često nije jasno šta je uzrok a šta posledica kod ove veze (Sum et al.,2008; Coget et al., 2002).



Grafikon 4.14. Emotivna veza sa osobama sa Interneta u odnosu na nivo usamljenosti

Iako mi ne možemo tvrditi koja varijabla vrši uticaj na koju, čini se da je ipak logičnije zaključiti da što su osobe usamljenije više koriste Internet za formiranje emotivnih veza, nego da tvrdimo da u što više emotivnih veza putem Interneta ljudi ulaze to se usamljenije osećaju. Osnovni argumenti za našu tvrdnju su sledeći. Pre svega, usamljenost je u našem istraživanju statistički značajno povezana samo sa uspostavljanjem emotivnih veza, ali ne i sa upoznavanjem na Internetu ili prenošenjem poznanstava u realno okruženje. Usamljenost takođe nije povezana ni sa prokreativnošću na Internetu. Sa druge strane, kod navođenja razloga za upoznavanje uživo sa poznanicima sa Interneta, usamljenost je statistički značajno povezana sa traženjem ljudi istog interesovanja ($p=0.01$), sa traženjem podrške ($p=0,01$) i sa za nas najvažnijim odgovorom - zbog toga što se osećaju usamljeno u realnom životu ($p<0.001$; Cramer's $V=0.358$). Dakle, pomenuti nalazi čini se da dovoljno jasno prave vezu između već postojeće usamljenosti i Interneta kao sredstva za njeno prevazilaženje kroz potragu za emotivnim partnerom. Dodatno uporište za našu tvrdnju nalazimo i u intervjuima koje smo obavili u cilju dopune rezultata ovog istraživanja i koji lepše od šture igre brojki pokazuju razloge za ovakvu upotrebu Interneta kod povučenih ili usamljenih ljudi. Prvo ćemo navesti slučaj 25-godišnjeg Lazara iz Beograda koji kaže:

„Ja, da budem iskren, sve emotivne veze koje sam imao su poticale sa Interneta...i trenutna veza u kojoj sam tri godine je sa Fejsbuka ... Meni to, recimo, pomaže zato što sam ja ... karakterno introvertan i na prvu loptu kad me ljudi

upoznaju možda misle da sam zatvoreniji, a na Internetu, kad recimo vide neke moje stavove, ja njih zainteresujem da me bolje upoznaju...ja mislim da je meni (Internet) pomogao da se ostvarim i da jednostavno sebe bolje usavršim u tom polju, jer jednostavno jedna je priča kad neko pored Interneta pokušava da upozna krug ljudi koji njemu odgovora i recimo u tom krugu ljudi ne nađe bliske ljude i onda ima izbor ili da se asimiluje da postane kao oni ili da postane izolovan. A Internet prosto pruža tu mogućnost da se pronađu međusobno slični ljudi bilo koja god tema da je u pitanju i jednostavno to može pomoći ljudima da bolje sebe iskristališu u onome što oni zaista jesu...”

Iz Lazarevih reči upravo provejava ono što smo prikazali u gornjoj analizi. On je prepoznao Internet kao način da prevaziđe svoj osećaj introvertnosti i da ga praktično okrene u svoju korist. Zahvaljujući Internetu uspostavio je sve emotivne veze koje je do sad imao, ali je i pronašao ljude slične sebi, što je upravo nalaz koji smo dobili i kroz empirijski deo studije.

Slična je situacija i sa 31-godišnjim Slavkom iz Beograda, koji je homoseksualne orijentacije, a o upoznavanju na Internetu kaže sledeće:

“Ja mislim da tu možda nisam dobar primer. Ja sam to (razgovor sa ljudima na Internetu) stvarno doživljavao kao da je (pravi)razgovor, samo malo to sporije traje, imam vremena da malo razmislim, da ne kažem „eee“ i da ispravim slovne greške...Internet mi je pomogao u smislu ostvarivanja većeg broja kontakata sa ljudima i da to nisam uradio preko Interneta ne bih ni uradio ili ako bih to uradio to bi možda bilo 2-3 % od svih tih upoznatih ljudi...Plus s jedne strane je to meni pomoglo da procenim raznorazne ljude koji su tu...pa sam uspeo svoju socijalnu inteligenciju da razvijem, da protumačim kad neko nešto kaže a da ja vidim da to nije to već nešto drugo.“

Kako se iz ovog odlomka može videti, Slavko sam identifikuje nekoliko dobiti od interakcije sa nepoznatim osobama na Internetu. Pre svega, Internet mu je omogućio da prevaziđe urođenu stidljivost u interakciji, koja je verovatno bila pojačana njegovom seksualnom orijentacijom. Nakon toga, Internet mu je omogućio da uživo upozna veliki broj ljudi, za koje on sumnja da bi ih inače sreo. I na kraju, dao mu je mogućnost da usavršava svoju komunikaciju sa ljudima kroz brojne interakcije putem Interneta.

I na kraju, osvrnućemo se i na reči 33-godišnje Ive iz manjeg grada u Srbiji, čija je usamljenost više bila situaciona nego što je predstavljala neku dublju crtu ličnosti. Iva ovako opisuje razloge za upoznavanje ljudi putem Interneta:

“I onda sam negde počela da pričam (sa ljudima na Internetu) zato što sam bila usamljena, nekad sam počela da pričam zato što sam nešto istraživala o sebi pa sam se nekako ogledala možda u drugim ljudima kad pričam sa nekim. Onda sam neko vreme tražila možda nekog meni bliskog, a onda sam možda jedno vreme

posle toga tražila, kako sam više zapadala u neko posrnuće u mojoj intimnoj vezi, onda sam, nekako, *nekog* tražila.“

Iz ovog kratkog odlomka, takođe se mogu prepoznati oni elementi o kojima smo govorili ranije, a koji se tiču pronalaženja sličnih ljudi, kao i potrage za srodnom dušom. Ovde je prisutan još jedan element interakcije na Internetu o kome se u javnosti često govori a to je mogućnost pronalaženja avanture ili romanse i pored toga što je onaj koji traga u emotivnoj vezi. Iako mi nismo ulazili tako duboko u analizu emotivnih veza na Internetu svakako možemo konstatovati da među brojnim strukturnim ograničenjima koja se uz pomoć Interneta prevazilaze se očigledno nalaze i ona koja su samom sebi, u nekoj fazi života, dobrovoljno nametnuta.

4.2.5.3 *Online platforme za društveno umrežavanje*

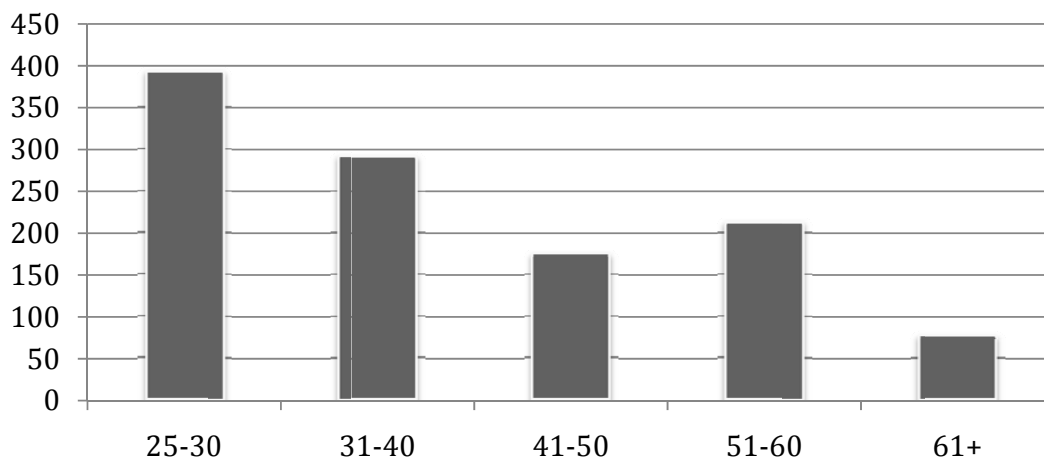
Iako smo analizu *online* platformi za društveno umrežavanje (OPDU) smestili u okviru dela o prokreativnosti ona se isto tako mogla naći i u delu gde smo analizirali transmisionu funkciju Interneta. OPDU su tipičan primer hibridizacije ove dve funkcije na Internetu. Po našem sudu, OPDU predstavljaju začetke onoga što nazivamo budućim personalnim komunikacionim centrom, odnosno jednim mestom sa koga će kretati sve naše tehnološki posredovane komunikacije prema drugima. Upravo mogućnost da se na jednom mestu objedini najveći broj članova personalnih mreža, sa posebnim akcentom na periferne delove tih mreža i da se odatle jednostavno interaguje sa tim osobama je ono što je učinilo da OPDU postanu tako popularne. Naravno to nije jedini razlog ali je sigurno među najvažnijim.²⁸⁹

Kada je reč o učestalosti upotrebe OPDU od strane srpskih korisnika Interneta, naše istraživanje pokazuje da 86.8% ispitanika ima profil na nekoj od OPDU, što je nešto više u odnosu na nalaze RZZS za 2011. godinu koji beleže, 69.8% korisnika OPDU (Vukmirović i dr., 2011). Ova razlika može poticati iz nereprezentativnosti našeg uzorka ali isto tako, bar donekle, može biti posledica toga što je naše istraživanje obavljeno najmanje šest do devet meseci posle istraživanja RZZS. Iako

289 Za diskusiju u OPDU pogledati treće poglavlje, odeljak 3.2.4.1

ovaj period nije suviše dugačak, eksplozivno širenje upotrebe OPDU (Fejsbuka pre svega) može značiti razliku od najmanje nekoliko procenata.²⁹⁰

Da je upotreba OPDU postala deo svakodnevne rutine korisnika Interneta svedoči 67.5% naših ispitanika, pri čemu 46.1% ispitanika posećuje svoje profile više puta dnevno. Najveći broj ispitanika ima između 100 i 300 prijatelja (41.7%) i između 300 i 500 (25%), dok samo 2.4% ispitanika ima preko 1000 prijatelja. Prosečan broj prijatelja je 347, što je za nekih 50% više nego 229, koliko iznosi prosečan broj prijatelja koje imaju američki korisnici Fejsbuka (Hampton et al., 2011b:5). Muškarci i žene imaju sličan prosečan broj prijatelja (354-341), dok očekivano, sa starošću ispitanika opada broj prijatelja (grafikon 4.15), što je u skladu i sa drugim istraživanjima OPDU (Hampton et al., 2011; Dutton and Blank, 2011).



Grafikon 4.15. Prosečan broj prijatelja na OPDU po starosnim kategorijama

Veličina mesta nema uticaj na broj OPDU prijatelja budući da je gotovo isti prosečan broj prijatelja i kod onih koji žive u preko-milionskom gradu, kao i kod onih koji žive na selu (351-344). Oni koji su u dijaspori imaju nešto veći broj prijatelja od onih koji žive u zemlji porekla (399-341), što bi moglo da ukaže na pojačanu upotrebu OPDU od strane migranata u cilju održavanja veza sa matičnom zemljom.

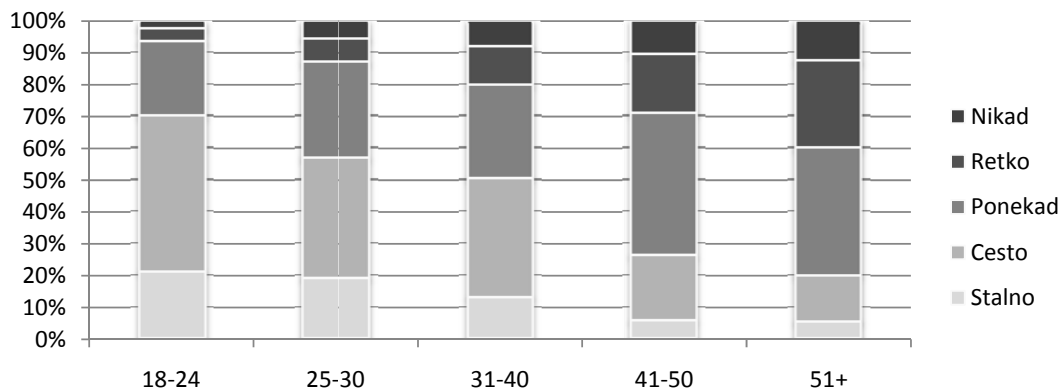
²⁹⁰ Podsećamo čitaoca na podatke o rastu broja korisnika Fejsbuka koje smo izneli u trećem poglavlju, odeljak 3.2.4.1.-grafikon 3.2. Za samo godinu dana, tokom 2011. godine broj aktivnih profila na Fejsbuku je porastao sa 600 na 850 miliona, što čini rast od bezmalo 40%.

Kada je reč o osobama koje čine prijatelje na OPDU potvrđuju se nalazi drugih istraživanja da se ovaj vid komunikacije koristi pre svega za održavanje veza sa postojećim prijateljima iz *offline* života (Ellison et al., 2007; Boyd and Ellison, 2008; Mayer and Puller, 2008; West, et al., 2009, Hampton et al., 2011). Pa tako 72.9% ispitanika od ranije poznaje najmanje 90% svojih prijatelja sa OPDU, dok samo 18.3% ne poznaje pola ili više od pola osoba sa svoje liste prijatelja. Ovde se može uočiti statistički značajna veza između pola ispitanika i poznavanja prijatelja od ranije ($p < 0.001$) gde, na primer, 39.2% žena poznaje sve svoje prijatelje sa liste u odnosu na 26.7% muškaraca. Drugim rečima, muškarci su otvoreniji za uspostavljanje novih društvenih odnosa na OPDU, što je u skladu i sa već prikazanim nalazima o njihovoj većoj prokreativnosti. Pored toga, nađena je i statistički značajna veza između starosti ispitanika i prethodnog poznanstva sa prijateljima sa OPDU ($p < 0,001$) gde se pokazalo da što su ispitanici stariji to su njihove liste prijatelja otvorenije za nepoznate osobe. Pa tako najmlađi ispitanici (između 18-24) u 73.2% slučajeva poznaju skoro sve ljude (90% i više) sa svoje liste prijatelja, u odnosu na 51.5% onih koji su stariji od 51 godine. Čini se da je ova razlika posledica toga što gotovo svi mladi ljudi koriste OPDU pa je i mogućnost povezivanja sa već poznatim osobama daleko veća nego kod osoba starosti preko 50 godina, kod kojih je učešće potencijalnih *offline* poznanika na OPDU daleko manje.²⁹¹ Ovaj nalaz se potvrđuje i kroz pitanje da li ispitanici koriste Internet da bi se povezivali sa već poznatim osobama, što se može videti na grafikonu 4.16. ($p < 0.0001$; Coef. Cntg.=0.317). Što su ispitanici stariji to se ređe povezuju sa već poznatim prijateljima Samo 6.7% najmlađih ispitanika izjavljuje da se retko ili nikada ne povezuju sa već poznatima dok je takvih daleko više među najstarijim osobama (40%).

Međutim, ovaj nalaz na drugi način ukazuje na istu stvar koju smo malopre konstatovali. Mlađi ispitanici su praktično primorani da se povezuju sa već poznatima budući da gotovo svi njihovi poznanici koriste Internet i OPDU. Sa druge strane, stariji ispitanici, pored toga što imaju manje potencijalnih poznanika iz

291 Po istraživanju RZZS za 2011. godinu 91.8% onih između 16-24 godine ima profil na OPDU, dok je takav slučaj samo sa 40% osoba starijih od 45 godina, 33.4% osoba starijih od 55 godina i 13% onih koji su stariji od 65 godina.

realnog života, nisu ni toliko izloženi pritisku povezivanja sa svima, odnosno imaju veću slobodu da se eventualno „sakriju“ od svojih *offline* poznanika.



Grafikon 4.16. Povezivanje putem Interneta sa već poznatim osobama u odnosu na starost ispitanika

Kroz intervjuje koje smo vodili sa korisnicima Interneta takođe se potvrdilo da su prijatelji na OPDU, mahom osobe koje oni poznaju iz realnog života. To su pre svega osobe koje žive u lokalnom okruženju, pa tek onda na osobe koje žive u drugim gradovima ili državama. Stariji sagovornici su skloniji da istaknu ostanak u vezi sa fizički udaljenim prijateljima kao najvažniju prednost upotrebe OPDU, dok mlađi sagovornici Interneta više upotrebljavaju OPDU kao sredstvo za svakodnevnu komunikaciju sa prijateljima sa kojima se i inače viđaju uživo.

S tim u vezi je i bilo pitanje koje se odnosilo na percepciju poboljšanja komunikacije sa različitim grupama ljudi usled upotrebe OPDU (tabela 4.8).

Tabela 4.8. Percepcija uticaja OPDU na poboljšanje interpersonalne komunikacije (%)

OPDU	Rođaci	Najbliži prijatelji	Dalji prijatelji	Kolege
Poboljšana	32.9	37.4	47.8	36.6
Donekle poboljšana	31.5	24.2	31.8	27.6
Nije poboljšana	20.6	25.1	8.1	19.2
Ne koristi OPDU	15	13.3	12.3	16.6

Na osnovu rezultata prikazanih u tabeli 4.8 mogu se zaključiti dve bitne stvari. Prvo, OPDU se generalno percipiraju kao medij koji je najviše unapredio komunikaciju, budući da ni u jednoj koloni zbir onih koji su rekli da se komunikacija poboljšala i donekle poboljšala ne iznosi ispod 60%, što je daleko

bolji skor u poređenju sa percepcijom e-mail (tabela 4.2) i instant mesindžera (tabela 4.3). Drugo, uloga OPDU se posebno ističe u domenu poboljšanja komunikacije sa daljim prijateljima.

Poredeći percepciju e-maila, instant mesindžera i OPDU, pokazuje se da korisnici jasno razlikuju ova tri interpersonalna medija i da ih upotrebljavaju za različite društvene odnose. Kao što smo videli, prednost e-maila se posebno ističe kod kolegijalnih veza, prednost mesindžera kod bliskih veza, a prednost OPDU kod održavanja kontakta sa daljim prijateljima. Ovo potvrđuju i odgovori ispitanika vezanih za redovne i povremene kontakte koje ostvaruju putem OPDU. Skoro dve trećine ispitanika (63.6%), redovno održava kontakt samo sa najviše 10% prijatelja sa svoje liste prijatelja, uz 22.8% onih koji održavaju redovni kontakt sa najviše do 25% ljudi sa svoje liste prijatelja. Broj osoba sa kojima se povremeno komunicira je očekivano veći, budući da najveći broj ispitanika (41.5%) održava kontakt sa četvrtinom svojih prijatelja, uz 20.1% koji to čini sa polovinom osoba sa liste prijatelja. Postoji statistički značajna veza između ukupnog broja prijatelja i redovnog i povremenog održavanja kontakata sa njima ($p < 0.001$), ali je zanimljivo da se ova veza kreće u dva različita pravca. S jedne strane, što neko ima više prijatelja na OPDU to se procenat onih sa kojima redovno komunicira blago smanjuje. Međutim, ovo ne treba da zavarava jer 10% prijatelja sa kojima se redovno komunicira nije isti broj kada se izrazi u odnosu na 100 ili na 1000 prijatelja. To faktički znači da uprkos smanjenju procenta osoba sa kojima se redovno komunicira, oni koji imaju više prijatelja sa više njih i održavaju redovni kontakt putem OPDU. Kada je reč o povremenoj komunikaciji tu je situacija malo drugačija budući da sa porastom broja prijatelja raste i procenat onih sa kojima se održava povremen kontakt. Dakle ovde imamo dupli rast, i u odnosu na procenat prijatelja a shodno tome posebno u odnosu na apsolutne brojeve. Drugim rečima što neko ima više prijatelja a to znači i više slabih veza, recimo na Fejsbuku, to će sa više njih održavati povremeni kontakt.

Sumirajući ove nalaze možemo zaključiti da liste prijatelja služe kao neka vrsta „skladišta“ za društvene kontakte, koji su pretežno nastali u *offline* okruženju. Ovi kontakti imaju najmanje dvostruku funkciju. Prvo, oni se skladište tako da budu na

dohvat ruke u slučaju potrebe za nekim od njih, čime imaju sličnu funkciju poput adresara u mobilnim telefonima. Ove nalaze možemo dodatno potkrepiti i intervjuima koje smo obavili. Pa tako iz razgovora sa 30-godišnjim Milošem iz Leskovca, koji ima listu od oko 350 prijatelja, jasno se vidi ova funkcija skladištenja društvenih kontakata:

„Neke veze bi se možda izgubile, u smislu onih kontakta koji su ostvareni poslovno, neka poznanstva sa nekih seminara treninga, koja nisu toliko intenzivna ali koriste, tu su i kad mi zatrebaju mogu da ih aktiviram, dok bi ih ovako izgubio iz vida“

Slično tome i 41-godišnji Mlađan iz Beograda, iako ima oko hiljadu Fejsbuk prijatelja, samo sa njih desetak redovno komunicira. Ali zato sa velikim brojem, po njegovim rečima čak trećinom, održava latentne veze kroz povremene kontakte. Mlađan posebno vodi računa da što većem broju ljudi čestita rođendan i to praktično svakodnevno čini, ali kaže da ga to ne opterećuje:

„To je mala pažnja, mnogo mi je lakše ... kontakte telefonom nemam, e-mail isto ne bih praktikovao za tako nešto, ovo je onako instant brza poruka koja može lepo da osvane“.

I zaista, međusobno čestitanje rođendana predstavlja jednu od osnovnih tehnika za održavanje latentnih kontakata a da se pritom ne mora mnogo investirati u taj odnos. To se uglavnom svede na nekoliko reči koje, kako to slikovito kaže Mlađan, mogu lepo osvanuti na nečijem profilu.

Međutim, ovi kontakti se skladište i iz sasvim drugih razloga. Što više kontakata neko ima, to na njegov profil pristiže više vesti, manje ili više važnih informacija, raznih peticija, ali i tračeva, fotografija, muzičkih spotova, igrice, itd. Kroz ovu drugu funkciju, OPDU, a pre svega Fejsbuk, zaokružuju proces stvaranja onoga što je Makluan (1971), misleći na uticaj televizije, nazivao globalnim selom. Zapravo, ideja o globalnom selu mnogo bolje odgovara prirodi OPDU nego samoj televiziji, jer i na OPDU, kao i u selu, vesti prenose isti oni koji i kreiraju događaje, a to su sami seljani. Dakle za razliku od televizije na OPDU nema urednika, nema novinara, nema naručenih i plaćenih tekstova. I upravo ta neprerađenost i neposredovanost jeste ono što čini da ove vesti deluju autentično. Upravo je to ono što OPDU čini društvenim medijem. Ovu funkciju OPDU najbolje možemo dočarati kroz reči 33-godišnje Beograđanke Jasne:

„U suštini ja Fejsbuk trenutno koristim kao neku vrstu personalizovanih vesti pošto imam dosta ljudi na listi prijatelja koje nisam uživo upoznala, koje sam upoznala preko Interneta...tako da je to jedna šarenolika grupa iz različitih zemalja i puno njih kači neke priče, vesti koje su im bile zanimljive, teme koje ih pokreću...Ja nekako, više proletim kroz linkove koje ljudi kače kao kroz neke personalizovane vesti...ja bih rekla da fejs mnogo više gledam nego što nešto radim na njemu.“

Ali isto tako, ova društveno-medijska slika, nije samo okrenuta prema spolja, kao što je to slučaj sa Jasnom, već je često okrenuta i ka unutra. Ovde se Mekluanovo globalno selo izvrće naglavačke jer dolazi do spajanja moderne tehnologije sa predmodernim obrascem društvenosti ili onime što bi Konstantinović nazvao *duhom palanke* (Konstainović, 1969). Ovde akcenat više nije na globalnosti interakcija već, upravo suprotno, na njihovom palanačkom karakteru. Reči, već pominjane, 18-godišnje studentkinje Vesne to lepo ilustruju:

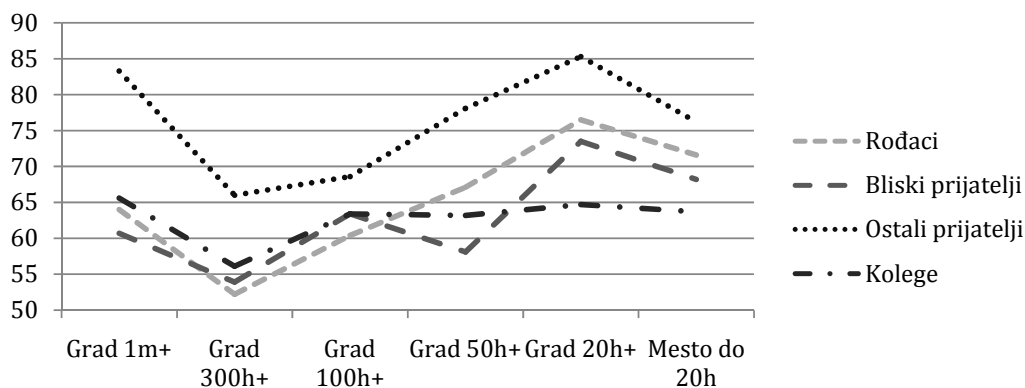
„Ljudi koji nemaju Fejs prosto više nisu u toku sa onim što se događa, jer sve se događa na Fejsu i sad ja više ne moram da kažem - *jao jesi li čula šta se ovom dogodilo*, pa videla sam na Fejsu i nekako to se proširi velikom brzinom. Ako nemate Fejsbuk vi idete na Fejsbuk“

Kao i u nekoj palanci gde se puno ljudi površno poznaje, ali bez obzira na to svako ima uvid u živote drugih, tako i na OPDU veliki broj ljudi koji se samo površno poznaju ili se ne poznaju uopšte imaju nesrazmerno puno privatnih informacija jedni o drugima. U stvari struktura komunikacionog procesa na OPDU i u manjim zajednicama je prilično slična, budući da se radi o mrežama od po nekoliko hiljada uvezanih ljudi gde informacije, tračevi i događaji brzo cirkulišu i postaju predmet interesa cele zajednice. Sa namerom ili ne, ljudi na OPDU poput ljudi u nekoj palanci, zaviruju jedni drugima u životne prostore koji su ranije bili rezervisani samo za uzak krug bliskih ljudi. Hteli oni to ili ne, u palanci kao i na OPDU sve je javno i sve je podložno sudu javnosti. Kako piše Konstantinović u čuvenoj *Filosofiji palanke* (1969:15):

„Tiranija palanke je tiranija uvida u sve, ili tiranija ove apsolutne javnosti i javnosti svega“.

Da je nekim slučajem umesto reči tiranija u ovom citatu stajala reč Fejsbuk verovatno da ne bi bilo osobe koja se sa takvom konstatacijom ne bi mogla složiti. Zbog toga nije slučajno to što rezultati našeg istraživanja pokazuju da u što manjem mestu ispitanici žive, to više zapažaju doprinose komunikaciji koje su

OPDU donele. Veza je statistički značajna za sve vrste odnosa ($p < 0.001$) mada nije sasvim linearna (grafikon 4.17).

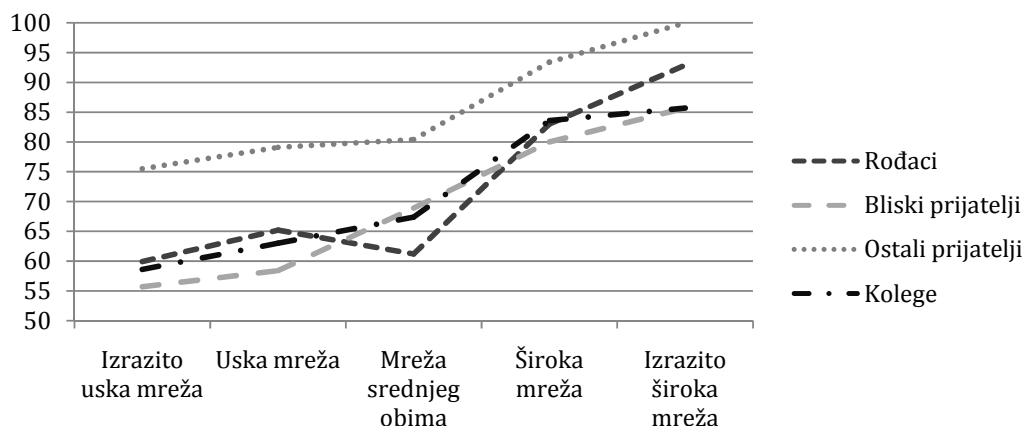


Grafikon 4.17. Percepcija uticaja OPDU na poboljšanje interpersonalne komunikacije u odnosu na veličinu mesta boravka

Na grafikonu 4.17 se mogu videti dva trenda. Prvo imamo pad pozitivne percepcije OPDU sa smanjenjem mesta boravka od najvećeg ka gradu većem od 300 hiljada stanovnika a onda imamo manje više konstantan rast do grada od 20-50 hiljada stanovnika i na kraju opet mali pad (5-10%) ka varošici i selu. Ipak, treba naglasiti da varošica i selo generalno imaju visok skor pozitivne percepcije OPDU u odnosu na druge gradove. Prvi trend je čini se, lako objasniti budući da se on uklapa u ono što smo do sada već više puta zapazili a to je da je u velikim gradovima, zbog tempa života i prostorne disperzivnosti personalnih mreža teže organizovati regularne susrete uživo. Međutim, drugi trend se jedino može objasniti time da OPDU predstavljaju svojevrsni produžetak društvenog života manjih zajednica. Drugim rečima, ovaj nalaz samo potvrđuje ono što smo već zapazili kada smo govorili o ritualnoj prokreativnosti, kada smo videli da su ovom modelu virtuelne društvenosti skloniji žitelji manjih sredina. Dakle, virtuelni prostori Interneta, poput OPDU, igraju ulogu alternativnih prostora društvenosti u situacijama kada je broj realnih društvenih prostora sužen a potreba za interakcijom prevazilazi njihovu veličinu i broj.

Ostavljajući ovu kulturološku analizu za neka druga istraživanja za nas je možda i važniji nalaz da je pozitivna percepcija komunikacije putem OPDU povezana i sa personalnim mrežama, odnosno nalaz da što su personalne mreže

ispitanika šire to se OPDU češće percipiraju kao faktor poboljšanja komunikacije (za svaki odnos je $p < 0.01$; grafikon 4.18)



Grafikon 4.18. Percepcija uticaja OPDU na poboljšanje interpersonalne komunikacije u odnosu na širinu personalne mreže

Sa prikazanog grafikona 4.18 se jasno očitavaju dve stvari. Prvo, da se najpozitivnije percipira upotreba OPDU za poboljšanje komunikacije sa daljim prijateljima i drugo, da se sa povećanjem širine personalne mreže OPDU percipiraju sve pozitivnije. Čini se da za ovaj nalaz nije potrebno previše objašnjenja budući da je on u potpunosti u skladu sa našim očekivanjima. OPDU je važan za mreže bliskih odnosa upravo iz razloga njegove hibridnosti o kojoj smo ranije govorili. On članovima personalnih mreža omogućava jednostavnu i efikasnu komunikaciju (transmisioni aspekt), ali i da budu u stalnom toku sa životom bliskih ljudi (prokreativni aspekt). Sa porastom širine mreže sve je teže biti u stalnom personalnom kontaktu tako da OPDU preuzimaju funkciju nadomešćavanja svega onog što se propušta u realnom životu.

Na kraju analize upotrebe OPDU, ukazaćemo na još jedan važan fenomen koji je vezan za njihovu upotrebu. Naime, ono što je interesantno je da su OPDU, iako im to nije primarna funkcija, postale najvažnije mesto na Internetu gde se uspostavljaju novi društveni kontakti (tabela 4.9). Ovo može naizgled izgledati nelogično budući da smo ranije govorili o tome da najveći broj prijatelja na OPDU čine ljudi koji se poznaju od ranije. Međutim, samo trećina ispitanika (33.4%) izjavljuje da sve svoje OPDU prijatelje poznaje od ranije, tako da ostaje blizu dve trećine onih koji su makar nekoliko prijatelja stekli putem samih OPDU.

Tabela 4.9. Virtuelna mesta Interneta gde se uspostavljaju novi društveni odnosi (%)

	OPDU	Forumi	Pričaonice	Blogovi	Druga mesta
Često	27.8	6.2	5.5	3.5	8.6
Ponekad	32.3	12.7	6.5	10.6	14.5
Retko	25.2	26.2	17.8	20.9	23.5
Nikad	14.8	54.9	70.1	65	53.3

Kao što se iz tabele može videti, OPDU ubedljivo prednjače među mestima za sticanje novih kontakata. Ovo nije samo specifičnost srpskih korisnika Interneta budući da se do istog podatka došlo pri analizi britanskih korisnika, koji kao ubedljivo prvo mesto na kome stiču nove kontakte ističu OPDU sa 73% (Dutton and Blank, 2011:41). Već smo konstatovali da su muškarci skloniji ostvarivanju novih kontakata putem Interneta pa ne iznenađuje da se to ponavlja i kada su u pitanju OPDU, mada ovde razlike između polova nisu toliko izražene. Posebno pogodan način za sticanje novih prijatelja putem OPDU predstavljaju *online* igrice koje se tamo mogu naći. Ovo je potvrdilo više sagovornika sa kojima smo vodili razgovore. Pa tako, 32-godišnji Đorđe iz Šapca na pitanje koliko ima prijatelja na Fejsbuku kaže da:

„Imam trenutno oko 2500 hiljade prijatelja, s tim što to nije realan broj jer sam igrao neku igru na Fejsbuku pa je tu bilo masovno dodavanje prijatelja“.

Slično njemu, ranije već pominjana 33-godišnja Jasna iz Beograda je takođe sticala prijatelje na Fejsbuku putem igranja igrice, ali namesto masovnosti ona ističe kvalitet tih novostečenih odnosa:

„Neke od najboljih drugova i drugarica koje sam stekla u poslednje vreme su bile preko jedne igrice na Fejsu... igru su u međuvremenu ugasili a mi smo sada u panici da će da ukinu forum na kome se viđamo svakodnevno već jedno tri godine. Na kraju smo se odvojili od same igre, niko to više ne igra, nikog ne zanima, ali smo ostali povezani“.

Međutim kada je generalno reč o upoznavanju do njega dolazi i kao posledica same komunikacije na OPDU. Ono što je zanimljivo upoznavanju su skloni i stariji korisnici OPDU, poput 51-godišnje Tanje iz jednog malog mesta u Srbiji, koja kaže:

“Ja sam malo specifična...ne znam šta se dešava, prosto ja uspostavljam kontakte i onda ljudi žele da se vidimo, ljudi se i autentično raduju iako smo potpuni stranci bili dok nije bilo toga, ali to je nešto što meni znači. Naravno i to je selektovano ali imala sam, da li je to sreća ili prosto nešto što je moj stav, moj pristup ljudima, da to bude posle stvarno kvalitetno“

Završavajući analizu upotrebe OPDU možemo zaključiti da one predstavljaju jednu veoma kompleksnu komunikaciona formu na Internetu kod koje se prepliću transmisioni i prokreativni elementi. Mislimo da je ova analiza dodatno ojačala tvrdnju koju smo izneli na početku naše diskusije o ovim platformama. OPDU predstavljaju zametak budućih personalnih komunikacionih centara iz kojih će se odvijati različiti vidovi društvenih interakcija, od jednostavnog transmisionog održavanja kontakta sa poznatima do kompleksnog prokreativnog umrežavanja sa poznatim i nepoznatim osobama. Analiza upotrebe OPDU dodatno je potvrdila naše hipoteze o vezi širine društvenih mreža i komunikacione upotrebe Interneta i o sve važnijoj ulozi Interneta za održavanje slabih veza.

4.2.6 Društveni kapital srpskih korisnika Interneta

Jedno od ključnih istraživačkih pitanja komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji odnosilo se na njen uticaj na društveni kapital korisnika Interneta. S jedne strane, pitanje je da li se kroz upotrebu Interneta u komunikacione svrhe, umanjuje postojeći društveni kapital njegovih korisnika. S druge strane, interesuje nas da li se komunikacionom upotrebom Interneta može uvećati postojeći društveni kapital njegovih korisnika i na koji način.

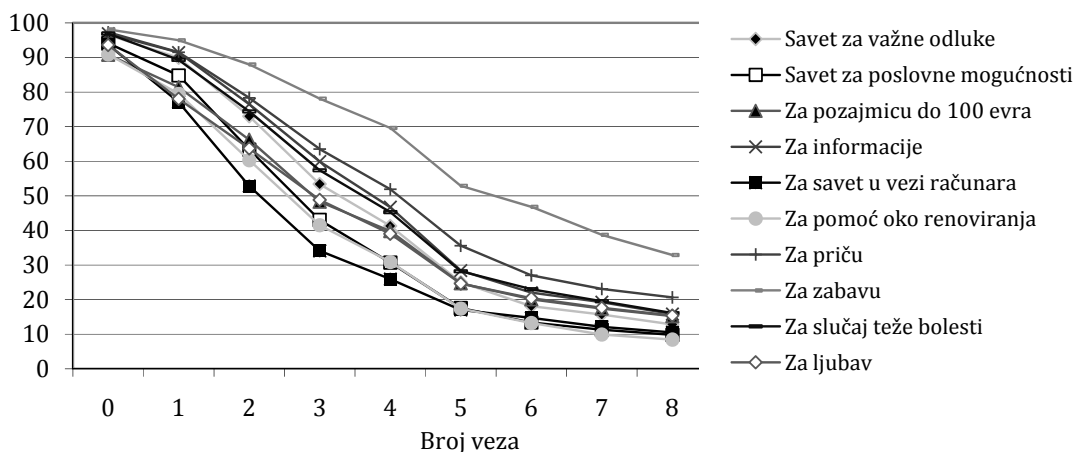
Uobičajeni način ispitivanja opadanja društvenog kapitala bio bi da se uporedi društveni kapital korisnika i nekorisnika Interneta, i da se onda u skladu sa tim izvuku određeni zaključci. Budući da se mi kroz ovo istraživanje isključivo bavimo korisnicima Interneta, u skladu sa tim i naša analiza će biti usmerena u pravcu prikaza različitih modela komunikacione upotrebe Interneta i njihovog uticaja na društveni kapital njegovih korisnika.

4.2.6.1 Offline i online mreže društvene podrške

Na samom početku, treba naglasiti da je operacionalizacija koncepta društvenog kapitala izuzetno složen zadatak oko koga još uvek ne postoji saglasnost teoretičara (Burt, 2002, Tomanović 2008, Field, 2008). Kako se kroz ovu disertaciju bavimo individualnim društvenim kapitalom za ključni indikator *offline* društvenog kapitala uzeli smo širinu i raznovrsnost mreža društvene

podrške korisnika Interneta. Imali smo nameru da merimo još jednu dimenziju društvenog kapitala a to je rastegljivost društvenih mreža, ali zbog obimnosti samog mernog instrumenta, nismo bili u prilici da ga primenimo u *online* tipu ankete.²⁹² Tipovi društvene podrške su podeljeni u dve osnovne kategorije, *instrumentalnu* i *ekspresivnu* (Ibarra and Andrews, 1993; Lin 2001, Tomanović, 2010), a od ispitanika je zahtevano da u okviru svakog od ovih vidova podrške navedu broj osoba na koje mogu računati (grafikon 4.19). Dakle, primenjen je metod sumacije u cilju lakšeg utvrđivanja širine mreža društvene podrške, kao što smo to učinili i kod analize personalnih mreža.²⁹³

Na ovaj način dobijen je ukupan broj osoba na koje ispitanici mogu računati za različite vidove društvene podrške u iznosu od 42434 osobe, što u proseku čini mrežu od oko 43 osobe za podršku po ispitaniku. Raspon mreža se kretao od 0 do maksimalnih 90 osoba.



Grafikon 4.19. Struktura *offline* mreža društvene podrške korisnika Interneta u Srbiji

Generalno uzev, među ekspresivnim vidovima podrške, pored približno 6 osoba za zabavu, nalazi se 5 osoba za priču, 4.5 osoba za slučaj teže bolesti i 4 osobe za ljubav. Sa druge strane, kada je reč o instrumentalnoj podršci na vrhu su po brojnosti, osobe od kojih se mogu dobiti informacije (4.5), zatim (4.2) osobe za savet kod važnih odluka, (4) osobe za pozajmicu do 100 evra, (3.7) osobe da daju

292 Radi se o već pominjanom Linovom generatoru položaja (Lin, 2001). Za više detalja pogledati fusnotu 131.

293 Ovde važe ista metodološka ograničenja koje smo naveli i kod analize personalnih mreža.

savet vezan za poslovne mogućnosti, (3.5) osobe za pomoć oko renoviranja kuće i (3.4) osobe za pomoć oko upotrebe računara.

Ovde je važno naglasiti da je širina mreža društvene podrške u statistički značajnoj vezi sa ostalim pokazateljima društvenog kapitala, poput generalizovanog poverenja u ljude,²⁹⁴ društvenosti i usamljenosti (za sva tri $p < 0.001$). Drugim rečima, osobe koje imaju šire *offline* mreže društvene podrške, takođe pokazuju veći nivo generalizovanog poverenja u ljude, veći stepen društvenosti i manji stepen usamljenosti. Pored toga, širina mreže društvene podrške je u statistički značajnoj vezi sa širinom personalne mreže ispitanika ($p < 0.001$, Coef. Cntg=0.334), što znači da osobe sa širim personalnim mrežama imaju i šire mreže društvene podrške. Svi ovi podaci ukazuju na to da se u ovom slučaju širina mreže društvene podrške može koristiti kao pokazatelj *offline* društvenog kapitala korisnika Interneta.

Ono što je sa stanovišta ovog dela našeg istraživanja bili najvažnije, jeste da se utvrdi priroda veze između širine mreže društvene podrške i upotrebe Interneta. Kao što smo pokazali u teorijsko-analitičkom delu disertacije, kada smo se bavili odnosom društvenog kapitala i Interneta, postoje različita i često kontradiktorna shvatanja ove veze, od toga da Internet negativno utiče na društveni kapital do toga da je ova veza pozitivna. Na osnovu niza nalaza do kojih smo kroz ovo istraživanje došli možemo konstatovati da nemaju osnova tvrdnje koje povezuju upotrebu Interneta sa smanjenjem *offline* društvenog kapitala. Ovde ćemo ukratko prikazati neke od najvažnijih nalaza.

Već smo u prethodnom delu pokazali da se OPDU percipiraju kao najkorisniji alat za unapređenje komunikacije putem Interneta. Ovo se takođe očitava i kroz

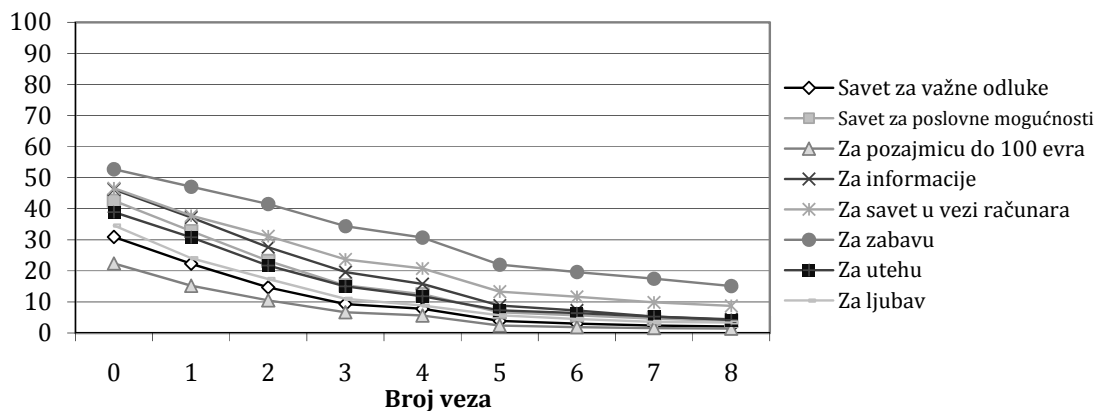
294 Kad je reč o skorovima na skali generalizovanog poverenja u druge ljude (min 0 max 10) korisnici Interneta obuhvaćeni našim istraživanjem uklapaju se u rezultate koji se odnose na nivo poverenja stanovnika Evropske unije (Eurobarometar, 2008). Pa tako srednji nivo poverenja izražen ocenom 5 ima 27,3% ispitanika iz našeg uzorka, što je, recimo, slično skorovima Nemaca (27.7%), Litvanaca(27.7%) i Mađara (27.9%). Kad je reč o onima koji ostvaruju minimalni i maksimalni nivo poverenja ni tu se naši ispitanici ne razlikuju suštinski od Evropljana, pa tako 2.8% naših ispitanika iskazuje maksimalno poverenje u druge ljude, što je više nego kod Nemaca (1.8%) i Mađara (2%) ali nešto manje nego kod Litvanaca (4%). Potpuno odsustvo poverenja iskazuje 5.6% naših ispitanika što je manje nego kod Nemaca (8.5%) i Mađara (7.1%), ali nešto više nego kod Litvanaca (4.5%).

jasnu vezu širine *offline* mreža društvene podrške sa različitim aspektima upotrebe OPDU. Pa tako, *offline* mreže društvene podrške su u statistički značajnoj vezi sa intenzitetom upotrebe OPDU ($p < 0.001$), brojem prijatelja na OPDU ($p = 0.01$), brojem ljudi za povremenu komunikaciju ($p < 0.01$), pozitivnom percepcijom OPDU za komunikaciju sa ostalim prijateljima ($p = 0.01$) i kolegama ($p = 0.03$), povezivanjem sa već poznatima ljudima na Internetu ($p = 0.01$) i druženjem na Internetu ($p = 0.05$). Budući da nemamo prostora da sve ove podatke prikazujemo detaljno jednostavno možemo reći da što su šire mreže društvene podrške u realnom životu i Internet se više upotrebljava u cilju održavanja tih veza. Ovde posebno značajnu ulogu imaju OPDU koji potvrđuju svoju ulogu *skladišta* za društvene kontakte koji se po potrebi mogu aktivirati budući da, kao što smo videli, oni koji imaju široke mreže društvene podrške intenzivnije koriste OPDU, imaju više kontakata na listi prijatelja, sa više ljudi povremeno komuniciraju, pozitivnije percipiraju ulogu OPDU u poboljšanju komunikacije sa slabim vezama, itd.

Ovde je još jedan nalaz vrlo indikativan a tiče se prokreativnog održavanja društvenih odnosa na Internetu. Kao što smo videli oni koji imaju šire društvene mreže podrške više se povezuju sa već poznatima, više se druže na Internetu, ali se zato manje upoznaju sa nepoznatim osobama ($p < 0.01$). Čini se da oni koji imaju uže mreže društvene podrške putem Interneta pokušavaju da nadoknade ono što nisu uspjeli da izgrade u *offline* okruženju, dok oni koji već imaju široke mreže podrške nemaju izraženu potrebu za daljim širenjem te mreže. Međutim, izgleda da intenzitet samog upoznavanja ništa ne govori o sposobnosti da se te veze očuvaju. Koji god faktori da utiču na to što neki ljudi imaju uže ili šire mreže društvene podrške isti ti faktori se izgleda ponavljaju i kada je reč o *online* mrežama društvene podrške. Dakle, uprkos tome što oni koji imaju uže mreže češće upoznaju nepoznate ljude na Internetu oni ne uspevaju da zadrže te kontakte i na kraju čak imaju i uže mreže tih novih kontakata na Internetu, odnosno uže *online* mreže društvene podrške (tabela 4.10).

Širina *online* društvene mreže podrške je merena gotovo identično kao i *offline* mreža s tim što je sam tip podrške donekle prilagođen odnosima na Internetu i

smanjen na ukupno osam tipova pomoći (pet instrumentalnih i tri ekspresivne). Distribucija i tipovi podrške koji su analizirani se mogu videti na grafikonu 4.20.



Grafikon 4.20. Struktura *online* mreža društvene podrške korisnika Interneta u Srbiji

Ukupno 58% ispitanika navodi makar jednu osobu u mreži podrške koja se pribavlja kroz odnose na Internetu. Prosečna širina ovih mreža sastoji se od 21 osobe, gde je prosečno najviše osoba za zabavu, po čemu su *online* mreže društvene podrške slične *offline* mrežama. Međutim, nakon toga prosečan broj veza po vidovima pomoći naglo pada da bi prva sledeća pomoć bila vezana za upotrebu računara gde ispitanici mogu prosečno računati na 3.5 osoba, što je približno isti broj kao i u *offline* mrežama. Sledeća po zastupljenosti je pomoć oko poslovnih aktivnosti putem davanja saveta, gde blizu 85% onih koji ostvaruju poznanstva na Internetu navodi makar jednu osobu u ovoj kategoriji, a prosečno ih je nešto više od 2.5. Posle toga slede dve ekspresivne pomoći, neko za utehu (nešto manje od 2.5 osobe) i neko za ljubav (nešto manje od 2 osobe). Najmanje osoba je u domenu najvažnijih instrumentalnih pomoći i to za donošenje važnih odluka, nešto više od 1.5 osoba i za pozajmicu do 100 evra, nešto više od 1 osobe. Međutim, treba reći i da kod najmanjeg broja osoba za pomoć, ipak blizu 40% ispitanika navodi makar jednu osobu koju su upoznali preko Interneta i od koje mogu pozajmiti do 100 evra. U ukupnom uzorku taj procenat iznosi oko 30% osoba koji se mogu nekome sa Interneta obratiti za savet oko donošenja važnih životnih odluka i 20% za pozajmicu manjih suma novca.

Kao što smo malo pre već pomenuli širina *offline* mreže društvene podrške je u statistički značajnoj vezi sa širinom *online* mreža društvene podrške ($p < 0.001$) što se može videti u tabeli 4.10.

Tabela 4.10. Odnos *offline* i *online* mreža društvene podrške korisnika Interneta u Srbiji (%)

Tip mreže	Uska <i>offline</i>	Srednja <i>offline</i>	Široka <i>offline</i>
Uska <i>online</i>	32.3	51.2	16.4
Srednja <i>online</i>	19.1	57.8	23.1
Široka <i>online</i>	2.4	46.3	51.2

Napominjemo da se *online* mreže podrške isključivo odnose na osobe sa kojima se odnosi uspostavljaju putem Interneta, dakle to nisu pripadnici *offline* mreža sa kojima se odnosi održavaju i *online*. Ovde valja dodati da je u statistički značajnoj vezi sa širinom *online* mreža društvene podrške i širina personalnih mreža korisnika Interneta ($p < 0.001$). Drugim rečima, nismo našli ni jedan dokaz u prilog tezi da upotreba Interneta na bilo koji način sužava društvene mreže. Oni koji imaju šire personalne mreže i *offline* mreže društvene podrške istovremeno imaju šire *online* mreže društvene podrške. Time se potvrđuje da ne samo što se Internet može koristiti za održavanje već postojećeg društvenog kapitala izraženog kroz širinu *offline* društvenih mreža, već da se on može koristiti za njihovu nadopunu sasvim novim društvenim vezama.

4.2.6.2 Virtuelni društveni kapital srpskih korisnika Interneta

U cilju još detaljnije analize kreiranja društvenog kapitala na Internetu dodatno smo usmerili našu pažnju na dva tipa virtuelnog društvenog kapitala, premošćujući i vezujući, o kojima smo govorili u teorijsko-analitičkom delu disertacije. Samo ukratko da ponovimo da po našem viđenju *virtuelni društveni kapital* nastaje kroz društvene odnose koji se uspostavljaju i održavaju zahvaljujući Internetu i nije u vezi sa upotrebom Interneta u cilju realizovanja društvenog kapitala, koji već postoji ukorenjen u *offline* društvenim odnosima. U slučaju virtuelnog društvenog kapitala Internet je jedan od *faktora* njegovog nastanka dok je kod *offline* društvenog kapitala Internet jedan od tehnoloških *alata* za njegovu aktivaciju.

Virtuelni društveni kapital je ukorenjen u virtuelnim društvenim mrežama dok je tehnološko-mrežni kapital ukorenjen u realnim mrežama. Zbog toga što je ukorenjen u virtuelnim društvenim mrežama virtuelni društveni kapital se ne proizvodi samostalnim pretraživanjem sadržaja na Internetu već isključivo kroz uspostavljanje društvenih odnosa na Internetu. Virtuelni društveni kapital može biti i vezujućeg i premošćujućeg karaktera i obe ove funkcije su podjednako važne. Virtuelni vezujući kapital je ukorenjen u odnosima koji se uspostavljaju u virtuelnim zajednicama na Internetu, dok je premošćujući virtuelni kapital ukorenjen u virtuelnim personalnim mrežama koji se uspostavljaju zahvaljujući Internetu.

Pre nego što krenemo u analizu virtuelnog društvenog kapitala podsećamo da smo se u delu o prokreativnoj funkciji Interneta praktično bavili još jednom formom društvenog kapital - ekspresivnim kapitalom i da smo zaključili da je veoma značajna uloga Interneta u pribavljanju prijateljske i emotivne podrške. Posebno je važno to što se pokazalo da usamljenost, kao indikator ekspresivnog društvenog kapitala (Tomanović, 2010:85), nije povezana sa pojačanom upotrebom Interneta u socijalne svrhe, ali jeste u svrhe pronalaženja emotivnih partnera.

Aspekt za koji se ovde posebno interesujemo jeste uloga Interneta u premošćavanju strukturalnih pukotina (Bert, 2002) odnosno njegova upotreba u cilju obezbeđivanja premošćujućeg društvenog kapitala i tome ćemo posvetiti veći deo naše analize u ovom delu. Podsećanja radi treba reći da je vezujući društveni kapital okrenut ka unutra, odnosno da se odnosi na ojačavanje identiteta i homogenosti grupa dok je, sa druge strane, premošćujući društveni kapital okrenut ka spolja i njegova uloga je povezivanje ljudi iz različitih društvenih sfera (Patnam, 2008:26).

Za analizu ove dve funkcije društvenog kapitala u kontekstu upotrebe Interneta služili smo se donekle izmenjenim skalama koje je koristila Pipa Norris (Norris, 2002). Budući da smo u našem istraživanju stavili akcenat na individualni društveni kapital, samim tim smo i težište analize usmerili na ulogu Interneta u funkciji pribavljanja premošćujućeg društvenog kapitala. Da bi dobili što sadržajnije podatke proširili smo originalnu skalu koju je dala Norrisova sa još tri

ajtema i time dobili *skalu premošćujućeg online društvenog kapitala* od šest ajtema.²⁹⁵ Ovako konstruisana skala pokazala je visoku pouzdanost i unutrašnju saglasnost (kronbahof koeficijent alfa = 0.89).

Gledano kroz ukupan uzorak, pokazuje se da je 39.8% ispitanika upotrebom Interneta ostvarilo visok ili umereno visok premošćujući virtuelni društveni kapitala (PVDK), dok je sa druge strane 27,7% ostvarilo umereno nizak ili nizak PVDK.²⁹⁶ Kod 32.5% ispitanika beležimo potpuno odsustvo PVDK budući da nisu ostvarivali poznanstva putem Interneta. Gledano pojedinačno po ajtemima, od percipiranih koristi koje im je upoznavanje preko Interneta donelo ubedljivo na prvom mestu se nalaze kontakti koji su doneli nove informacije (80%). Nakon toga, na sledećem mestu se nalazi povezivanje sa ljudima koji se bave različitim zanimanjima (u potpunosti ili donekle, 63.5%), dok se ostale dobiti ističu sa približnom učestalošću od 40% do 50%.

PVDK nije u statistički značajnoj vezi ni sa jednom od socio-demografskih varijabli osim sa polom, ali je i u ovom slučaju intenzitet veze slab. Ipak, može se zaključiti da muškarci nešto češće poseduju nešto viši PVDK od ženskih korisnika Interneta. Ovo je, čini se, pre svega posledica toga što muškarci daleko češće ostvaruju poznanstva na Internetu, o čemu smo ranije široko diskutovali, nego što je proizvod nekih socijalno-psiholoških razlika među polovima.

Međutim, PVDK je u statistički značajnoj vezi sa širinom personalnih mreža tako da se iznova potvrđuje da ljudi koji imaju više bliskih osoba u svakodnevnom životu se takođe bolje povezuju sa različitim ljudima putem Interneta ($p < 0.001$). Pored toga, još jednom se pokazuje koliko je važna uloga OPDU u pribavljanju premošćujućeg društvenog kapitala na Internetu. Već smo ranije ustanovili da su OPDU glavni izvor novih društvenih kontakata, što se sada potvrđuje i kroz povezanosti intenziteta njihove upotrebe i većeg PVDK ($p < 0.001$). Samim tim, bilo

295 Nakon osnovnog pitanja „U kolikoj meri Vam je upoznavanje ljudi na Internetu pomoglo kod sledećih aktivnosti“, ispitanicima je dato da ocene sledeće ajteme: „Da se povežete sa ljudima različitih generacija“, „Da se povežete sa ljudima različite nacionalne pripadnosti“, „Da se povežete sa ljudima različitog ekonomskog statusa“, „Da se povežete sa ljudima različitih zanimanja“, „Da pronađete nove poslovne mogućnosti“, „Da naučite nove stvari, dobijete nove informacije“. Poslednja tri ajtema smo mi dodali, na tri postojeća koje je koristila Norisova.

296 Ova skala je analizirana na isti način kao i sve prethodne. Nakon agregiranja svih odgovora napravljene su kategorije od visokog, preko umereno visokog i umereno niskog, do niskog PVDK.

je i za očekivati da oni koji imaju veći PVDK imaju i veći broj prijatelja na svojim profilima ($p=0.01$) kao i manju gustinu na listama prijatelja na OPDU (više nepoznatih ljudi iz realnog života, $p<0.001$).

Važni nalaza su i da je PVDK povezan sa generalnom društvenošću korisnika Interneta ($p=0.02$) kao i sa nivoom njihove prokreativnosti ($p<0.001$; Coef. Cntg.=0.414, tabela 4.11). Upravo tu treba tražiti faktore koji utiču na to zbog čega neki uspešno upotrebljava Internet za pronalaženje kontakata koji će im doneti neku korist, dok drugi to čini manje vešto ili ne čini uopšte.

Tabela 4.11. Odnos nivoa prokreativnosti sa visinom PVDK ispitanika (%)

Prokreativnost →	Visoka	Umerena	Niska	Odsustvo
Visok PVDK	75	36.1	18.8	5.3
Umereno visok PVDK	18.7	47.2	46.6	29.2
Umereno nizak PVDK	6.3	13	24.3	35.4
Nizak PVDK	0	3.7	10.3	30.1

Iz tabele se jasno vidi da je osnovni izvor PVDK prokreativno ponašanje na Internetu. Preko 93% onih koji su visoko prokreativni ima visok ili umereno visok PVDK, dok je to slučaj sa samo 34.5% onih koji nisu prokreativni. Ono što iz pozadine nagoni korisnike Interneta na prokreativno ponašanje pa samim tim i na više skorove na skali PVDK jeste nivo njihove generalne društvenosti, koji je povezan i sa prokreativnošću i sa PVDK.

Samim tim, Internet se ne može uzeti kao uzrok nastanka ili gubitka društvenog kapitala, on je samo okvir za njegovo kreiranje. U zavisnosti od toga kako se taj okvir koristi takve će biti njegove povratne dobiti. Ukoliko ga neko koristi samo da bi održavao svoju *offline* društvenu mrežu, onda će se dobiti ogledati u boljoj dostupnosti, povezanosti ili integrisanosti društvene mreže. Međutim, ukoliko neko taj okvir koristi prokreativno, onda će on biti u mogućnosti da svoju *offline* društvenu mrežu obogati sasvim novim kontaktima, kao što će možda kreirati i paralelnu *online* društvenu mrežu.

Na kraju ćemo još nešto reći o upotrebi Interneta za kreiranje vezujućeg *virtuelnog* društvenog kapitala (VVVK). Budući da se kroz ovu tezu nismo bavili participativnim društvenim kapitalom pa je vezujuća funkcija *online* društvenog

kapitala koju je Norisova ispitivala preko četiri tvrdnje, u našem slučaju ispitivana preko dve objedinjene tvrdnje i to: „U kojoj meri je upoznavanje novih ljudi na Internetu pomoglo da se bolje povežete sa organizacijama ili grupama kojima već pripadate“ i „U kojoj meri je upoznavanje novih ljudi na Internetu pomoglo da pronađete ljude ili grupe koje dele vaša interesovanja, uverenja, religijsku ili nacionalnu pripadnost“. Zbog malog broja ajtema nismo pravili skalu VVDK već ćemo samo ukratko pogledati kakva je veza ove dve tvrdnje uzete zajedno u odnosu na ostale aspekte komunikacije na Internetu.²⁹⁷

Kao što je to bio slučaj i sa PVDK, i VVDK je statistički značajno povezan sa intenzitetom upotrebe OPDU, sa brojem prijatelja kao i sa brojem ljudi za redovnu komunikaciju. Ono što je još značajnije VVDK je u statistički značajnoj vezi i sa prokreativnošću ispitanika, tako da možemo konstatovati da prokreativno ponašanje na Internetu doprinosi povećanju oba pod-tipa društvenog kapitala.

I na kraju i ono što je najvažnije VVDK je u vezi sa članstvom ispitanika u različitim organizacijama. Što su ispitanici aktivniji u organizacijama više prepoznaju i koriste Internet kao važan izvor vezujućeg kapitala. Blizu 90% onih koji su svakodnevno aktivni u različitim grupama izjavljuje da im je upoznavanje ljudi na Internetu donekle ili u velikoj meri doprinelo u povezivanju sa grupama u kojima su već članovi, što je slučaj samo sa 50% onih koji su aktivni na mesečnom nivou.

Sumirajući nalaze istraživanja povezanosti komunikacione upotrebe Interneta i društvenog kapitala korisnika Interneta u Srbiji, možemo zaključiti da se potvrdila i naša četvrta hipoteza da Internet može biti u funkciji kreiranja društvenog kapitala. Ovde, kao što smo već istakli, ne mislimo toliko na funkciju samog Interneta koliko na način na koji se on upotrebljava. Tehnologija Interneta je stvorila okvir ali su korisnici ti koji su kreirali društvene prostore na Internetu, oni su ti koji ostvaruju nove društven veze i kroz njih razmenjuju informacije, savete, brigu i podršku.

²⁹⁷ Kada kažemo uzete zajedno mislimo da ćemo prikazati samo one veze koje se na nivou statističke značajnosti ostvaruju za obe ove tvrdnje.

4.2.7 Osnovni nalazi istraživanja komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji

Istraživanje komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji sprovedli smo sa idejom da doprinesemo stvaranju jedne realne i uravnotežene slike interakcijskih funkcija Interneta. U skladu sa tim sebi smo postavili nekoliko osnovnih istraživačkih ciljeva, koji se ogledaju u sledećim pitanjima: da li postoji veza između načina upotrebe Interneta (transmisioni i prokreativni) sa širinom društvenih mreža, kao i sa strukturom veza koje se u tim mrežama uspostavljaju; u kojoj meri se Internet koristi kao interpersonalni medij za održavanje društvenih odnosa i koje je njegovo mesto u odnosu na već postojeće interpersonalne medije; u kojoj meri se Internet upotrebljava za uspostavljanje novih društvenih odnosa i da li se ovi odnosi prenose u realnost; da li Internet može služiti kao izvor društvenog kapitala?

Nalazi do kojih smo došli podržali su naša očekivanja oličena u hipotezama koje smo dali na početku ovog poglavlja. Pre svega pokazalo se da se Internet već izborio za svoje mesto među interpersonalnim medijama iako je istorija njegove masovne upotrebe veoma kratka. Za ljude koji ga koriste, Internet je postao najvažnije sredstvo za održavanje slabih društvenih veza kao i veza sa osobama u različitom mestu boravka od svog, ali se isto tako pokazalo da Internet ima nezanemarljivu ulogu i u održavanju jakih veza.

Postoje tri osnovna Internet servisa putem kojih se održavaju interpersonalni odnosi. Prvi i najstariji je e-mail i on se pokazao posebno podesnim za održavanje veza sa kolegama sa posla. Zbog toga, e-mail pre svega upotrebljavaju upravo korisnici koji su zaposleni, dok ostali, a tu pre svega mislimo na mlade, nisu previše skloni upotrebi ovog medija. Drugi interpersonalni medij Interneta čine različiti instant mesindžeri, među kojima je najzastupljeniji Skajp. Pokazalo se da ovaj medij ima svojevrsnu dualnu prirodu. S jedne strane, on je, zbog svoje audio-vizuelne komponente, sadržajno najbogatiji interpersonalni medij, ali s druge strane, on može biti i nisko intenzivni interpersonalni medij koji, poput SMS kod mobilnih telefona, omogućava razmenu kratkih tekstualnih poruka sa velikim brojem osoba sa liste kontakata. Ovaj element sadržajnog bogatstva instant mesindžera daje im preimućstvo kod održavanja jakih veza dok je ova druga, nisko

intenzivna, funkcija idealna za održavanje slabih veza. Njihova upotreba je posebno zastupljena kod onih korisnika Interneta koji imaju šire personalne mreže, kao i kod migranata, budući da ove kategorije korisnika mesindžera, usled različitih faktora, imaju veću potrebu za sadržajno bogatim interpersonalnim medijem. Treći servis putem koga se održavaju interpersonalni odnosi, i najvažniji medij Interneta kada je reč o slabim vezama, jesu *online* platforme za društveno umrežavanje, a pre svega Fejsbuk. Ove platforme na Internetu ispitanici generalno percipiraju kao medij koji je najviše unapredio njihovu komunikaciju sa različitim kategorijama ljudi u personalnim mrežama, a pre svega sa daljim prijateljima. Sa širenjem personalnih mreža korisnika Interneta intenzivira se i upotreba *online* platformi u cilju održavanja odnosa u ovim mrežama. Potvrdila se naša pretpostavka da ove platforme služe kao neka vrsta „skladišta“ za društvene kontakte i to iz najmanje dva razloga. S jedne strane, one služe da bi se održavale latentne veze u nečijoj društvenoj mreži, kako bi ti kontakti bili pri ruci ako nekada zatrebaju. S druge strane, kroz interakciju na *online* platformama ojačavaju se veze sa širom društvenom zajednicom, bilo da se radi o vršnjačkim grupama ili poznanicima iz lokalnog okruženja, kroz permanentno praćenje događaja iz života članova ovih zajednica.

Svodeći ulogu Interneta kao interpersonalnog medija možemo zapaziti da se ona, idealno-tipski govoreći, raspoređuje tako što se e-mail dominantno koristi za održavanje kontakta sa kolegama, instant mesindžeri za servisiranje jakih veza a *online* platforme za društveno umrežavanje za očuvanje kontakta sa slabim društvenim vezama.

Drugi, važan aspekt komunikacione upotrebe Interneta kojim smo se kroz naše istraživanje bavili, odnosio se na održavanje i uspostavljanje novih društvenih odnosa u virtuelnim prostorima Interneta. U svrhu analize ove funkcije Interneta kreirali smo skalu prokreativnosti koja je trebalo da nam ukaže na one osobe koje Internet upotrebljavaju ne samo kao interpersonalni komunikacioni kanal već i kao prostor za društvenu interakciju. Pored skale prokreativnosti, upotrebili smo još dve dodatne, skalu usamljenosti i skalu društvenosti, a sve u cilju višedimenzionalnog sagledavanja fenomena društvene interakcije na Internetu. Jedan od osnovnih nalaza je da umerenu ili visoku prokreativnost iskazuje oko

12% korisnika Interneta u Srbiji, dok je oko polovine ne iskazuje uopšte. Ovo je bilo u skladu sa našim očekivanjem budući da se skalom prokreativnosti meri veoma aktivno društveno ponašanje koje podrazumeva često ili makar povremeno upoznavanje novih ljudi putem Interneta, prenošenje tih kontakata u realnost, diskutovanje na forumima, itd. Prokreativnoj upotrebi Interneta su sklonije osobe koje iskazuju veći stepen društvenosti, koje imaju široke personalne mreže i veći stepen poverenja u druge ljude. Takođe, ustanovili smo da što je manje mesto boravka korisnika Interneta to je veći stepen njihove prokreativnosti, što verovatno ukazuje na to da se sa smanjenjem mesta boravka smanjuje i raznovrsnost društvenog života zbog čega se pojačava uloga alternativnih prostora društvenosti u koje spadaju i virtuelni prostori Interneta.

Jedan od ključnih nalaza našeg istraživanja je da jedna trećina korisnika Interneta u Srbiji, ponekad ili često stiče nova poznanstva putem Interneta. Sa druge strane, nešto manje od trećine ispitanika to nikada ne čini. Najviše novih društvenih odnosa se izgrađuje putem *online* platformama za društveno umrežavanje, dok je dominantan razlog upoznavanja vezan za potragu za različitim informacijama. Nakon toga slede različiti ekspresivni razlozi od kojih je na vrhu upoznavanje radi druženja. Na trećem mestu je potraga za ljudima sličnim sebi što takođe ukazuje na važnu ulogu Interneta u pronalaženju osoba koje su možda nedostupne ili prikrivene u svakodnevnom životu. Ono što je od ključnog interesa za nas, poznanstva koja se ostvare na Internetu se velikim delom prenose i u realnost, čime se obogaćuju *offline* društvene mreže korisnika Interneta. Oko polovine srpskih korisnika Interneta obuhvaćenih našim istraživanjem ima iskustvo prenošenja poznanstava sa Interneta u realnost, dok je jedna petina to učinila više puta. Drugim rečima, govorimo o nekoliko stotina hiljada realnih društvenih odnosa koji su nastali zahvaljujući Internetu. Kao jedna od najvažniji posledica ovih susreta uživo jeste uspostavljanje emotivnih ili seksualnih veza, u koje je ušla jedna trećina onih koji su upoznali nekog sa Interneta. U ukupnom uzorku to je učešće od 25% ispitanika koji su bili u emotivnoj ili seksualnoj vezi sa osobom sa Interneta, dok se 6.5% ispitanika u vreme istraživanja nalazilo u emotivnoj vezi sa osobama koje su upoznali putem Interneta. Ako se uzmu samo oni koji su odgovorili da su u braku ili vanbračnoj zajednici, pokazuje se da je 11%

ovih zajednica formirano zahvaljujući Internetu. Ono što smo takođe uspeli da zapazimo je to da su usamljene osobe sklonije zasnivanju emotivnih veza sa poznanicima sa Interneta. Ovde sve Internet verovatno prepoznaje kao sredstvo za prevazilaženje različitih društvenih i psiholoških barijera koje su uticale na pojavu osećanja usamljenosti.

Poslednji segment našeg istraživanja bio je usmeren na vezu između upotrebe Interneta i društvenog kapitala korisnika Interneta. Osnovni ciljevi ovog dela istraživanja su bili da utvrdimo da li se kroz upotrebu Interneta u komunikacione svrhe umanjuje već postojeći društveni kapital korisnika, i da li se komunikacionom upotrebom Interneta može uvećati postojeći društveni kapital i na koji način. Nakon analize velikog broja pokazatelja nismo našli ni jedan dokaz u prilog tezi da upotreba Interneta na bilo koji način sužava društveni kapital njegovih korisnika. Pokazalo se da osobe koje imaju šire *offline* mreže društvene podrške, koje su služile kao pokazatelj društvenog kapitala, iskazuju i veći nivo generalizovanog poverenja u ljude, veći stepen društvenosti i manji stepen usamljenosti. Ono što je ključno je to da oni koji imaju šire mreže društvene podrške u realnosti isto tako imaju šire mreže društvene podrške koje su oformljene na Internetu.

Posebnu pažnju smo obratili na upotrebu Interneta za pribavljanje premošćujućeg društvenog kapitala. Gledano kroz ukupan uzorak, pokazuje se da je blizu 40% ispitanika upotrebom Interneta ostvarilo visok ili umereno visok premošćujući društveni kapital. Ljudi koji imaju više bliskih osoba u svakodnevnom životu se takođe bolje povezuju sa različitim ljudima putem Interneta. Pored toga, *virtuelni* premošćujući društveni kapital je takođe proizvod opšteg nivoa društvenosti korisnika Interneta kao i stepena njihove prokreativnosti i tu treba tražiti ključne faktore koji utiču na to da neko uspešno upotrebljava Internet za pronalaženje kontakata koji će mu doneti neku korist, dok neko drugi to čini manje vešto ili ne čini uopšte. Nalazi do kojih smo došli omogućili su nam da zaključimo da se Internet ne može uzeti kao uzrok nastanka ili gubitka društvenog kapitala, već da je on samo okvir za njegovo kreiranje. U zavisnosti od toga kako se taj okvir koristi takve će biti njegove povratne dobiti, od

bolje dostupnosti, povezanosti ili integrisanosti već postojećih društvenih mreža, do kreiranja sasvim novih *online* društvenih mreža.

5 Zaključna razmatranja

Postavljajući sebi za cilj da istražimo na koji način i u kojoj meri se savremene informaciono-komunikacione tehnologije (IKT), a posebno Internet, integrišu u postojeći mrežni obrazac društvenosti i kakva je njihova društvena funkcija, bili smo svesni da pred sebe postavljamo jedan veoma zahtevan zadatak. Tim pre što se ovom temom u Srbiji na ovako studiozan način osim nas niko nije bavio. Praktično jedini uporedni okvir smo mogli naći u studiji koju smo sprovedi pre nekoliko godina (Petrović, 2008), ali je i taj izvor, usled drugačijeg fokusa koji je kroz ovu disertaciju postavljen, mogao samo delimično biti korišćen.

Započinjući dugačak put ka davanju odgovora na pitanje uloge IKT u održavanju i uspostavljanju interpersonalnih odnosa u Srbiji postavili smo ovu disertaciju na tri osnovna, noseća stuba: teorijski, analitički i empirijski.

Na teorijskom nivou, koji čini prvi stub naše disertacije, analizu smo započeli stavom da tehnologija i društvo predstavljaju jedan isprepleteni kontekst koji je jedino u njihovoj među-vezi moguće sagledati. Ideja društvenog tehnokonstruktivizma o borbi interesnih grupa za prevladavanje određenih tehnologija ili tehničkih rešenja, po našem mišljenju, predstavljala je dobru polaznu osnovu za sagledavanje ove među-veze. Jednu od tih interesnih grupa, heterogenu po svom sastavu i bez jasno uobličених интереса, čine „obični“ korisnici tehnologija, koji su bili u fokusu naše studije. Ali bez obzira na krajnju raznovrsnost ove grupe, oni su često ti koji presuđuju koja će tehnologija zaživeti, a koja ne. Što su „obični“ korisnici u neposrednijem dodiru sa tehnologijama to su oni više u stanju da se prema njima i opredele, da ih istiskuju ili sve više koriste, da usavršavaju njihovu namenu ili da je sasvim promene. Njihova uloga je posebno važna kod tehnologija koje ne funkcionišu na principu mistične „crne kutije“, kakav je slučaj sa Internetom. Upravo zahvaljujući ulozi ranih „običnih“ korisnika - mladih i obrazovanih ljudi ponikliх u slobodarskoj atmosferi novih društvenih pokreta kasnih 60-tih i 70-tih godina XX veka, nastaje Internet kakvim ga danas poznajemo.

Jedno od važnih pitanja koje je usmerilo tok prvog dela naše rasprave odnosilo se na faktore su uticali na to da Internet u toj meri i tako brzo zagospodari poljem

interpersonalnih komunikacija na daljinu. Da bi došli u poziciju da odgovorimo na ovo kompleksno pitanje morali smo da se vratimo u sredinu XIX veka kada se razvijaju prve elektronske tehnologije za interpersonalnu komunikaciju na daljinu, prvo *telegraf*, a ubrzo za njim i *telefon*. Iako se možemo složiti sa onima koji konstatuju da je pojava telegrafa možda bila podjednako revolucionarna za društvo XIX veka, kao što je to bila pojava Interneta za društvo krajem XX veka, pokazali smo da telegraf nije imao značajniju ulogu na mikro nivou, odnosno u domenu uspostavljanja i održavanja interpersonalnih odnosa. Osnovni razlog njegove skromne uloge kao interpersonalnog medija ogleda se u tome što njegova upotreba nije bila personalizovana, odnosno dostupna u domaćinstvima, niti je bila generalno priuštiva širim društvenim slojevima. Telefon, s druge strane, posebno nakon širenja njegove upotrebe u drugoj polovini XX veka, uspostavlja se kao najznačajniji interpersonalni medij koji je svakako olakšao komunikaciju, čineći da se personalne mreže lakše održavaju na daljinu. Međutim, izgleda da je telefon kao interpersonalni medij bio, i još uvek jeste, upotrebljiviji za održavanje jakih nego slabih veza, budući da je njegova osnovna karakteristika sukcesivnost a ne multilateralnost komunikacionog procesa, što praktično znači da ima ograničenu primenu za interakciju sa velikim brojem ljudi. Pored toga, njegova „dosegljivost“ je u dobroj meri ograničena cenom telefonskih razgovora, posebno u međunarodnom saobraćaju, tako da on nije bio efikasno sredstvo za održavanje interpersonalnih odnosa između ljudi koji žive u geografski udaljenim područjima. I na kraju, pokazalo se da telefon, poput telegrafa, nema značajniju primenu u sferi uspostavljanja novih društvenih odnosa. Iako je nesporno da je upotreba telefona doprinela osećaju povezanosti među ljudima, tek su savremene IKT načinile revoluciju stvarajući uslove za takozvano *konektovano prisustvo*. Sa izumom mobilnog telefona, upotreba interpersonalnih medija postaje, u pravom smislu te reči, personalna, budući da ova sprava nije vezana za mesto boravka već isključivo za njegovog korisnika. Mobilni telefon je učinio da personalne mreže kroz telefonske adresare budu pohranjene na jednom mestu i praktično na jedan poziv daleko. Sa druge strane, tekstualne (SMS) poruke doprinele su osećaju permanentne konektovanosti sa članovima personalne mreže. Zaokruživanje ovog procesa personalizacije medija dovršava se nastankom i razvojem Interneta koji u

sebi integriše sve prethodne interpersonalne medije, ali i koji čini i nešto više od toga. Internet je prvi medij koji je omogućio kreiranje sasvim novog prostora za društvenu Interakciju njegovih korisnika.

Pre nego što smo krenuli u detaljnu analizu komunikacionih funkcija Interneta bilo je važno da pokušamo dati odgovor na još jedno od temeljnih pitanja, a to je kako su promene koje su se zbile na planu organizacije vremena i prostora kao i društvenih veza u drugoj polovini XX veka, uticale na potrebu za povećanom upotrebom komunikacionih tehnologija. Tragajući za osnovnim pokretačem ovih promena, što je činilo drugi element naše teorijske analize, složili smo se sa velikim brojem autora, poput Gidensa, Kastelsa, Beka, Baumana i drugih, da je proces modernizacije i njene radikalizacije u drugoj polovini XX veka, glavni uzročnik široke društvene transformacije koja je temeljno izmenila savremeni društveni život. Modernizacija zapadnih društava, koja je opet neodvojiva od kapitalističkog načina proizvodnje, u jednom procesu sporog pa sve bržeg toka učinila je da se iz korena redefiniše shvatanje prostora i vremena, što je imalo svoje posledice i na polju organizacije društvenih odnosa. Složili smo se sa Gidensom i Baumanom koji su zaključili da je raskidanje veze između vremena i prostora, kao i njihovo odvajanje od neposrednog konteksta življenja, prelomni trenutak za otpočinjanje procesa modernizacije. Dakle, jedna od ključnih posledica modernizacije jeste iskorenjivanje društvenih odnosa iz lokalizovanih konteksta društvene interakcije i njihovo individualizovanje. Bitno je naglasiti da se trend individualizacije društvenih odnosa, koji se neumitno odvija, ne završava nužno atomizacijom društva ostavljajući za sobom otuđenog i iskorenjenog pojedinca. Pojedinaac, svakako može biti iskorenjen iz tradicionalnih društvenih veza i odnosa, ali se, isto tako, iznova ukorenjuje kroz nove odnose, bazirane na transformisanim starim ili novim obrascima društvenosti. Transportne i komunikacione tehnologije igraju veoma značajnu ulogu u procesu društvenog iskorenjivanja, ali i povratnog ukorenjivanja, budući da pomažu da se društveni odnosi koji su „istrgnuti“ iz neposrednog konteksta interakcije reuspostave ili da se uspostave potpuno novi, bez obzira na prostorno vremenska ograničenja. Ono što je za nas ključno i što je predstavljalo našu centralnu hipotezu, jeste to da Internet igra značajnu ulogu u procesu društvenog reukorenjivanja zasnovanog na obrascu interpersonalnog

umrežavanja individualizovanih pojedinaca. Internet, svojom arhitekturom koja je bazirana na logici decentralizovane interakcione mreže, se idealno nadovezuje na već postojeći obrazac mrežne društvenosti i time dodatno podstiče njegov razvitak omogućavajući ljudima da interaguju sa bilo kim, bilo kada i bilo gde, pribavljajući informacije kada god to žele, na način koji oni sami odaberu.

Na analitičkom nivou, koji čini drugi stub naše disertacije, pošli smo od ključne ideje da Internet igra dvostruko reukorenjujuću ulogu. S jedne strane, on potpomaže održavanje postojećih društvenih mreža, dok s druge strane, omogućava stvaranje sasvim novih veza. Ove dve funkcije Interneta nazvali smo *transmisiona* i *prokreativna* i oko njih smo koncipirali analitički deo ove disertacije. Kada je o transmisionoj funkciji reč onda se pod njom Internet razume kao tehnološki *kanal* za posredovanje ciljane komunikacije na daljinu između unapred određenih subjekata interakcije. Vršeci svoju transmisionu funkciju Internet se pretvara u interpersonalni medij i to je njegova najrasprostranjenija uloga, budući da gotovo i nema korisnika Interneta koji nije poslao e-mail ili komunicirao putem Skajpa. Nakon temeljnog analiziranja velikog broja istraživanja Interneta kao interpersonalnog medija zaključili smo da se on izborio za svoju poziciju važnog sredstva za održavanje interpersonalnih veza na daljinu. Kada kažemo da se izborio ističemo da u toj borbi nije svrgnuo sa ubedljivo prvog mesta susrete licem u lice kao najdominatnijeg načina održavanja personalnih odnosa. Pre mislimo na to da je dopunio postojeće načine interpersonalnog komuniciranja i da je okupirao one domene koji do njegove pojave nisu bili uopšte ili adekvatno pokriveni. Recimo, do pojave Interneta nije bilo medija putem kojeg bi se na adekvatan način mogli održavati latentni odnosi sa slabim vezama u personalnoj mreži. Kroz upotrebu *online* platformi za društveno umrežavanje, a u prvom redu Fejsbuka, to je sada moguće i pokazuje se da ovaj način interpersonalne komunikacije ima svoje jasne društvene funkcije. U narednom periodu može se očekivati da će doći do dalje hibridizacije Interneta kao interpersonalnog medija i to kroz dva trenda. Prvo, *online* platforme za društveno umrežavanje postaće praktično za svakog od nas, naši *personalni komunikacioni centri*, iz kojih će polaziti sve naše interakcije na daljinu. Naše e-mail adrese, Skajp nalozi, profili na raznim društvenim mrežama biće integrisani i služiće nam za komunikaciju na različitim nivoima-od intimnog,

preko prijateljskog i poznaničkog do poslovnog. Ono što je veoma važno, i to je drugi trend, personalni komunikacioni centri će nam biti dostupni u svakom trenutku i na svakom mestu zahvaljujući pametnim mobilnim telefonima. Ideal permanentne povezanosti biće jednom za svagda postignut. Da li će nam to doneti više bliskosti ili više lažnog osećaja bliskosti pokazaće vreme pred nama. Ipak, slobodni smo da tvrdimo da, ma koliko razvijene postojeće komunikacione tehnologije bile, one zadugo neće supstituisati naše susrete uživo.

Bez obzira na široku rasprostranjenost transmisiona funkcije Interneta, ono što je po nama ključno je to da Internet prevazilazi ulogu interpersonalnog medija. Za razliku od svih prethodnih medija Internet je otvorio novi, paralelni prostor, ali ono što je još važnije, Internet nam je omogućio da u njega stupamo i da ga sami proizvodimo. Ovaj vid komunikacione upotrebe koji tretira Internet kao *prostor* za društvenu interakciju nazvali smo *prokreativnom*. Da bismo bolje razumeli prokreativnu funkciju Interneta obradili smo pet osnovnih prostora za društvenu interakciju na Internetu: *forume, pričaoalice, virtuelne svetove, blogove i online platforme za društveno umrežavanje*. Kao prostor koji danas privlači ubedljivo najviše korisnika Interneta identifikovali smo *online* platforme za društveno umrežavanje, koje pored toga što postaju centralno mesto za održavanje kontakta sa slabim vezama postaju i osnovni izvor novih društvenih veza na Internetu.

Upravo ta mogućnost izgradnje novih društvenih odnosa bila je jedna od najvažnijih tema, kojom smo se u analitičkom delu disertacije bavili. Kroz diskusiju smo pokazali da veliki broj korisnika Interneta odlazi u njegove virtuelne prostore zarad uspostavljanja novih društvenih odnosa i na taj način stiže nove prijatelje, emotivne partnere, ljude koji poseduju informacije. Jedan deo tih odnosa je ritualnog karaktera i manifestuje se kroz kreiranje virtuelnih zajednica dok su drugi personalnog karaktera, odnosno održavaju se jedan na jedan. Ono što je takođe važno je to što se jedan broj ovih odnosa prenosi iz virtuelnog u realni prostor, obogaćujući na taj način *offline* društvene mreže korisnika Interneta.

Još jedan segment analitičkog dela naše disertacije odnosio se na utvrđivanje uloge Interneta u kreiranju i očuvanju društvenog kapitala njegovih korisnika. U zavisnosti od načina upotrebe Interneta zavisi i njegov odnos prema društvenom kapitalu. Transmisiona upotreba Interneta je u funkciji očuvanja *offline* društvenog

kapitala. Na ovaj način, Internet doprinosi boljoj povezanosti, dostupnosti, ili integrisanosti postojeće društvene mreže. Međutim, ukoliko se Internet koristi prokreativno, onda će korisnik biti u mogućnosti da svoju *offline* društvenu mrežu obogati sasvim novim kontaktima do kojih inače nikada ne bi došao. Drugim rečima, kreiraće virtuelni društveni kapital. Ovde Internet ima funkciju probijanja strukturalnih ograničenja društvenog života, bilo da se radi o novim prijateljstvima, emotivnim ili poslovnim vezama ili poznanstvima koja donose nova saznanja i informacije.

Treći noseći stub ove disertacije, nakon teorijskog i analitičkog, bio je empirijski. U cilju verifikacije teorijsko-analitičkog okvira sproveli smo istraživanje komunikacione upotrebe Interneta u Srbiji na uzorku od 1063 ispitanika. Pored toga, zarad produbljivanja naših nalaza obavili smo i 15 dubinskih intervju sa specifičnim korisnicima Interneta. Nalazi do koji smo došli bili su najvećim delom u skladu sa diskusijom koju smo vodili u teorijsko-analitičkom delu disertacije tako da su se potvrdile sve četiri istraživačke hipoteze od kojih smo u ovoj studiji pošli.

Pre svega, potvrdilo se ono što smo ustanovili u analitičkom delu disertacije, da se Internet već izborio za svoje mesto među interpersonalnim medijima. Za one ljude koji koriste Internet on je postao najvažnije sredstvo za održavanje slabih društvenih veza kao i veza sa osobama u različitom mestu boravka od svog, ali se isto tako pokazalo da Internet ima nezanemarljivu ulogu i kod održavanja jakih društvenih veza. Pokazalo se takođe, da se *online* platforme za društveno umrežavanje percipiraju kao medij koji je najviše unapredio komunikaciju sa različitim kategorijama ljudi u personalnim mrežama, a pre svega sa daljim prijateljima. Što su šire personalne mreže korisnika Interneta to je intenzivnija upotreba *online* platformi u cilju održavanja odnosa u ovim mrežama. Potvrdilo se da ove platforme služe kao neka vrsta „skladišta“ za društvene kontakte i to iz najmanje dva razloga. S jedne strane, one imaju funkciju konzerviranja latentnih društvenih veza u nečijoj društvenoj mreži, kako bi ti kontakti bili pri ruci ako nekada zatrebaju. S druge strane, one imaju funkciju ojačavanja veza sa širom društvenom zajednicom kroz interakciju na *online* platformama, bilo da se radi o vršnjačkim grupama ili poznanicima iz lokalnog okruženja. Ovo se ostvaruje kroz

permanentno praćenje događaja iz života članova ovih zajednica i redovno izveštavanje o događajima iz svog života.

Drugi, važan aspekt komunikacione upotrebe Interneta, kojim smo se kroz naše istraživanje bavili, odnosio se na njegovu prokreativnu funkciju. Ustanovili smo da su prokreativnoj upotrebi Interneta sklonije osobe koje iskazuju veći stepen društvenosti, koje imaju široke personalne mreže i veći stepen poverenja u druge ljude. Takođe, zapazili smo da što je manje mesto boravka korisnika Interneta to je veći stepen njihove prokreativnosti, što ukazuje na to da virtuelni prostori Interneta preuzimaju ulogu alternativnih prostora društvenosti. Ono što je od ključnog interesa za nas, poznanstva koja se ostvare na Internetu se velikim delom prenose i u realnost, čime se obogaćuju *offline* društvene mreže korisnika Interneta. Oko polovine ispitanika ima iskustvo prenošenja poznanstava sa Interneta u realnost, dok je jedna petina to učinila više puta. Drugim rečima, govorimo o nekoliko stotina hiljada realnih društvenih odnosa koji su u Srbiji uspostavljeni zahvaljujući Internetu. Kao jedna od najvažnijih posledica ovih susreta uživo jeste nastajanje emotivnih ili seksualnih veza, u koje je ušla jedna trećina onih koji su upoznali nekog sa Interneta. Pokazuje se da su usamljene osobe sklonije zasnivanju emotivnih veza sa poznanicima sa Interneta što se verovatno može tumačiti time da se Internet prepoznaje kao sredstvo za prevazilaženje različitih društvenih i psiholoških barijera koje su uticale na pojavu osećanja usamljenosti.

Poslednji segment našeg istraživanja bio je usmeren na vezu između upotrebe Interneta i društvenog kapitala njegovih korisnika. Nakon analize velikog broja pokazatelja nismo našli ni jedan dokaz u prilog tezi da upotreba Interneta na bilo koji način sužava društveni kapital njegovih korisnika. Pokazalo se da osobe koje imaju šire *offline* mreže društvene podrške, koje su služile kao pokazatelj društvenog kapitala, isto tako imaju šire mreže društvene podrške koje su oformljene na Internetu. Takođe, potvrdila se naša pretpostavka o mogućnosti kreiranja virtuelnog društvenog kapitala budući da se pokazalo da se Internet zaista može upotrebiti za stvaranje novih društvenih kontakata putem kojih se obezbeđuju informacije, kao i ekspresivna i instrumentalna podrška.

Na kraju, budući da smo ovu disertaciju započeli raspravom o odnosu tehnologije i društva dozvolićemo sebi slobodu da je u tom maniru i završimo. Po našem sudu, u pokušaju da razumemo društvene procese ne treba gajiti iluziju da je moguće doći do konačnih pa čak ni do trajnih odgovora. To posebno važi kod analize izuzetno dinamičnih odnosa kakav je svakako onaj između tehnologije i društva. Tehnologija pruža životni impuls društvu, a društvo povratno stavlja nove zadatke pred tehnologiju i zbog toga je promašena svaka diskusija o tome da li je tehnologija dobra ili loša po društvo ili je pak neutralna. Tehnologija jeste društvo i njeno odstranjivanje bi imalo po njega iste posledice kao i odstranjivanje pejsmejкера iz tela srčanog bolesnika. Društvo je zaista poput kakvog srčanog bolesnika koga je način života, njegova istorija, njegovo nasleđe, njegovo stremljenje dovelo u stanje da mu je pejsmejker sudbina od koje ne može pobeći. Zapravo može, ali njegova želja da prevari zakone prirode, da je prevaziđe i podredi sebi, u čijoj osnovi leži želja da maksimalno produži svoj život, dovela ga je u tu poziciju zavisnosti. Ista stvar je i sa društvom. Onog trenutka kada smo krenuli putem modernizacije mi smo odlučili da prirodne zakone podvrgnemo sebi. Da učinimo da se prolaznost vremena ne meri zalaskom i izlaskom sunca ili godišnjim dobima, već godinama, satima i minutima i sekundama da bi ga na kraju ukinuli. Da učinimo da se prostor ne meri koracima ili pogledom, već kilometrima i metrima i milimetrima, da bi na kraju nestao. Da učinimo da naši životi ne traju 30 ili 40 godina, već dva ili tri put duže ne bi li na kraju dosegнули samu večnost.

Internet je samo jedan od miliona tih pejsmejкера kojima varamo prirodu čineći da svi možemo biti na istom mestu, u istom trenutku, i pritom u međusobnoj interakciji. Takvim smo ga sami napravili ne sluteći kakvu moć će nam dati i ne razmišljajući o tome šta će nam oduzeti. I nije, srećom, gubitak društvenosti, cena kojom tu moć plaćamo, ali može biti nešto podjednako skupo i nenadoknadivo, nešto poput naše slobode.

Literatura

1. Acevedo, M. (2007) "Network Capital: an Expression of Social Capital in the Network Society", *The Journal of Community Informatics*, Vol3(2), pp. 1-7, pristupljeno 6.6.2011 na web adresi: <http://www.cijournal.net/index.php/ciej/article/view/267/317>
2. Adamović, M. (2003) *Uvod u saobraćaj*, Saobraćajni fakultet, Beograd
3. Adams, R. G. and Allan, G. (1998) "Contextualizing friendship" in Adams, R. G. and Allan, G. eds., *Placing Friendship in Context*, Cambridge University Press, pp. 1-17
4. Adar, E., Zhang, L., Adamic, L. and Lukose, R.M. (2004) "Implicit Structure and the Dynamics of Blogspace", *Workshop on the Weblogging Ecosystem*, 13th International World Wide Web Conference, New York, pp.1-8, pristupljeno 6.03.2010. na web adresi: <http://www.cond.org/blogspace-draft.pdf>
5. Ali-Hasan, N. and Adamic, L. (2007) "Expressing social relationships on the blog through links and comments", In *ICWSM 2007*, pp.1-11, pristupljeno 6.03.2010. na web adresi: citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.107.4956&rep=rep1&type=pdf
6. Allan, G. (2008) "Flexibility, friendship and family", *Personal Relationships*, Vol. 15(1):1-16
7. Anderson, B. (1998) *Nacija: zamišljena zajednica*, Plato, Beograd
8. Antičić, S. (2004) "Društvena osnova i sadašnji pokušaji modernizacije", u Milić, A. ur., *Društvena transformacija i strategije društvenih grupa-Svakodnevica Srbije na početku trećeg milenijuma*, ISIFF, Beograd str. 19-37
9. Antonijević, S. (2007) „Između „ja“ i „mi“ blog kao forma Internet komunikacije“, u Sitarski, Radović, Antonijević i Peković, *Internet i javna sfera u Srbiji*, Boš, Beograd, str. 90-102.
10. Babović, M. (2005) "Socijalne mreže - povezivanje društvenih aktera u sferi ekonomskih aktivnosti", *Sociologija*, Vol. 47(4):351-370
11. Babović, M. (2009) *Post-socijalistička transformacija i socio-ekonomske strategije domaćinstava i pojedinaca u Srbiji*, ISIFF, Beograd
12. Bakardjieva, M. (2003) "Virtual togetherness: an everyday-life perspective", *Media, Culture & Society*, 25(3):291-313
13. Bakardjieva, M. (2005) *Internet Society: The Internet in Everyday life*, Sage Publications, London
14. Barabási, A. L. (2002) *Linked-The New Science of Networks*, Perseus Publishing, Cambridge, Massachusetts
15. Bargh, A. J. and McKenna, K. Y. A. (2004) "The Internet and Social Life", *Annual Review of Psychology*, Vol. 55:573-590
16. Bauman, Z. (1994) *Alone Again-Ethics After Certainty*, Demos, London

17. Bauman, Z. (2000) *Liquid Modernity*, Polity Press, Cambridge
18. Bauman, Z. (2002) "Individually, Together", in Beck U. and Beck-Gernsheim E., (2002), *Individualization*, Sage publications, London, pp. XIV-XXV
19. Bauman, Z. (2009) *Fluidni život*, Mediterran Publishing, Novi Sad
20. Baym, N., Zhang, Y. and Lin, M. (2004) "Social interactions across media: Interpersonal communication on the Internet, telephone and face-to-face", *New Media & Society*, SAGE Publications, Vol. 6(3):299-318
21. Baym, N. (2010) *Personal Connection in the Digital Age*, Polity Press, UK&USA
22. Bechar-Israeli, H. (1995) "From „Bonehead to „cLoNehEAd": Nicknames, play and identity on Internet Relay Chat", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1(2). pristupljeno 17. 03. 2010. na web adresi: <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue2/bechar.html>
23. Bek, U. (2001) *Rizično društvo*, Filip Višnjić, Beograd
24. Beck U. and Beck-Gernsheim E, (2002), *Individualization*, Sage publications, London
25. Best, S. and Krueger, B. (2006) "Online Interactions and Social Capital Distinguishing Between New and Existing Ties", *Social Science Computer Review*, Vol. 24(4):395-410
26. Bakker, T and de Vreese, C. (2011) "Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation", *Communication Research*, Vol. 38(4):451-470
27. Berkovitz, S. D. (1988) "Afterword: Toward a formal structural sociology", in Welman and Berkowitz, eds., *Social Structures: A Network Approach*, Cambridge University Press, Cambridge, pp 477-497
28. Bidart, C. and Lavenu, D. (2005) "Evolutions of personal networks and life events", *Social Networks*, Vol. 27(4):359-376
29. Bittarello, M.A. (2008) "Another Time, Another Space: Virtual Worlds, Myths and Imagination", *Journal of Virtual Worlds Research*, Vol. 1(1):1-18, pristupljeno 14.03.2010., na web adresi: <http://journals.tdl.org/jvwr/article/view/282/236>
30. Blau, P (1997) „Introduction to the Transaction Edition“ in Blau, P. and Schwartz, J. E., *Crosscutting social circles: testing a macrostructural theory of intergroup relations*“, Transaction Publishers, USA
31. Brigs, A. i Berk, P. (2006) *Društvena istorija medija*, Clio, Beograd
32. Boase, J. and Wellman, B. (2006) "Personal Relationships: On and Off the Internet" in Perlman, E. and Vangelisti, A. eds., *Handbook of Personal Relations*, Cambridge University Press.
33. Boase, J. (2006) *America Online and Offline: the Relationship of Personal Networks to Email and Other Communication Media*, Ph.D. thesis, University of Toronto, Toronto

34. Boase, J. (2008) "Personal Networks and the Personal Communication System: Using Multiple Media to Connect", *Information, Communication & Society*, Vol. 11(4):490-508
35. Bobić, M. (2004) "Transformacija braka-strategija odlaganja i konzerviranja promena", u Milić A., ur., *Društvena transformacija i strategije društvenih grupa-Svakodnevnica Srbije na početku trećeg milenijuma*, ISIFF, Beograd, str. 377-404
36. Bobić, M. (2009) "Dijaspora kao ekonomski i socijalni kapital Srbije", *Sociološki pregled*, Vol. 43(3):361-377
37. Boggs, C. (2011) "Social Capital and political fantasy: Robert Putnam`s Bowling Alone", *Theory and Society*, Vol. 30(2):281-297
38. Boneva, B., Kraut, R. and Frohlich, D. (2001) "Using E-mail for Personal Relationships : The Difference Gender Makes", *American Behavioral Scientist*, Vol. 45(3):530-549
39. Boneva, B., Quinn, A., Kraut, R., Kiesler, S. and Shklovski, I. (2006) "Teenage Communication in the Instant Messaging Era", in Kraut, Brynin and Kiesler eds., *Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology*, Oxford University Press, pp. 201-219
40. Borgatti, S.P. and Lopez-Kidwell, V. (2011) "Network Theorizing". In Carrington, P. and Scott, J. eds., *The Sage Handbook of Social Network Analysis*, Sage Publications In Press. pristupljeno 24.9.2011 na web adresi: <http://www.steveborgatti.com/papers/bktheory.pdf>
41. Bourdieu, P. (1986) „The forms of capital“, in J. Richardson ed., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York, Greenwood, pp:241-258
42. Boyd, D. and Ellison, N. (2008) "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13(1):210-230
43. Brekke, M. (2008) "Young Refugees in a Network Society", in Bærenholdt J. O. and Granås B. eds., *Mobility and Place-Enacting Northern European Peripheries*, Ashgate Publishing Ltd., London, pp. 103-115
44. Brint, S.(1992) "Hidden Meanings: Cultural Content and Context in Harrison White's Structural Sociology", *Sociological Theory*, Vol. 10(2):194-208
45. Brynin, M. and Kraut, R (2006) "Social Studies of Domestic Information and Communication Technologies", in Kraut, Brynin and Kiesler eds., *Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology*, Oxford University Press, pp. 3-18
46. Burke, M., Kraut, R. and Marlow., C. (2011) "Social Capital on Facebook: Differentiating Uses and Users", *In Proceedings of the 29th ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI)*, Vancouver
47. Burkhalter, Byron (1999) "Reading race online-Discovering racial identity in Usenet discussions", in Smith, M. and Kollock, P. eds., *Communities in Cyberspace*, Routledge, London

48. Burt, R. (1980) "Models of Network Structure", *Annual Review of Sociology*, Vol. 6:79-141
49. Burt, R. (2002) "The Social Capital of Structural Holes", in. Guillen, M., Collins, R., England, P. and Meyer, M. eds., *The New Economic Sociology*, Russel Sage Foundation, New York, pp.148-193
50. Calhoun, C. (1992) „The Infrastructure of Modernity: Indirect Social Relationships, Information Technology, and Social Integration“, in Haferkamp, H. and Smelser, N. eds., *Social Change and Modernity*, University of California Press, USA, pp. 205-237
51. Campbell, C. (2009) "Learning in a different life: Pre-service education students using an online virtual world", *Journal of Virtual Worlds Research*, Vol. 2(1):1-17, pristupljeno 14.03.2010., na web adresi: <https://journals.tdl.org/jvwr/article/view/379/451>
52. Canzler, W., Kaufmann, V. and Kesselring, S. (2008) "Tracing Mobilities-An Introduction", in Canzler, W., Kaufmann, V. and Kesselring, S. eds., *Tracing Mobilities-Toward a Cosmopolitan Perspective*, Ashgate Publishing Ltd., England, pp.,1-13
53. Carey J, (1989) *Communication as Culture*, Unwin&Haman, Boston
54. Carey, J. (2006) "Technology and ideology: the case of the telegraph" in Hassan, R and Thomas, J. eds., *The New Media Theory Reader*, Open University Press, England, pp. 225-243
55. Casaló, L., Flavián, C. And Guinalíu, M. (2010) "Relationship quality, community promotion and brand loyalty in virtual communities: Evidence from free software communities", *International Journal of Information Management*, Vol. 30(4):357-367
56. Castells, M. (2000) *Uspon umreženog društva*, Golden marketing, Zagreb
57. Castells, M. (2001) *The Internet Galaxy*, University press, Oxford
58. Castells, M. (2002) *Moć identiteta*, Golden marketing, Zagreb
59. Castells, M. (2004) "Informationalism, Networks, and the Network Society: A Theoretical Blueprint", in Castells ed., *The network society: a cross-cultural perspective*, Northampton, MA: Edward Elgar
60. Castells, M., Fernandez-Ardevol,M, Linchuan Qiu, L. and Sey, A. (2004) "The Mobile Communication Society – A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology", *International Workshop on Wireless Communication Policies and Prospects: A Global Perspective*, Annenberg School for Communication, University of Southern California, Los Angeles, pristupljeno 24.10.2011., na web adresi: citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.109.3872&rep=rep1&type=pdf
61. Cavanagh, A. (2007) *Sociology in the Age of the Internet*, Open Univeristy Press, UK

62. Chen W., Boase J. and Wellman B. (2002) The Global Villagers: Comparing Internet Users and Uses around the World, in Wellman B. and Haythornthwaite C. eds., *The Internet in Everyday Life*, Blackwell, Oxford, pp.74-114
63. Chen, W. and Choi, A. S. K. (2011) "Internet and social support among Chinese migrants in Singapore", *New Media & Society*, Vol. 13(7):1067-1084
64. Cheney, M. (2003) *Tesla: čovjek izvan vremena*, Biovega, Zagreb
65. Chin, A. and Chignell, M. (2007) "Identifying communities in blogs: roles for social network analysis and survey instruments", *Web Based Communities*, Vol. 3(3):345-363, pristupljeno 6.03.2010. na web adresi: citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.84.2320&rep=rep1&type=pdf
66. Choi, J. H. and Danowski, J (2002) "Making a Global Community on the Net-Global Village or Global Metropolis?: A Network Analysis of Usenet Newsgroups", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 7(3), pristupljeno 17. 03. 2010. na web adresi: <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/choi.html>
67. Chua, V., Madej, J. and Wellman, B. (2011) "Personal Communities: The World According To Me", in Scott and Carrington, eds., *Sage Handbook of Social Network Analysis*, Sage Publications
68. Coget, J. F., Yamauchi, Y. and Suman, M. (2002) "The Internet, Social Networks and Loneliness", *IT & Society*, 1(1):180-201,
69. Cohen, P., A., (1985) *The symbolic Construction Of community*, Routledge, London and New York
70. Coleman, J. S. (1988) "Social Capital in the Creation of Human Capital", *The American Journal of Sociology*, Vol. 94:95-120
71. Couper, M.P. (2000) "Web surveys: a review of issues and approaches", *Public Opinion Quarterly*, Vol. 64(4):464-494.
72. Crystal, D. (2001) *Language and the Internet*, University press, Cambridge
73. Cummings, J., Lee, J. and Kraut, R. (2006) "Communication Technology and Friendship During the Transition from High School to College", in Kraut, Brynin and Kiesler eds., *Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology*, Oxford University Press, pp. 265-279
74. Cushman D. P and Cahn, D. (1985) *Communication in interpersonal relationships*, State Univeristy of New York Press
75. Cvejić, S. (2004) „Civic movement, social capital and institutional transformation in postsocialist Serbia", *Sociologija*, vol. 46 (3):269-282
76. Cyberrdewd (1997) "IRC on AustNe –an example of a virtual community", *Cybersociology Magazine, Issue 2.*, pristupljeno 14.03.2010. na web adresi: http://www.cybersociology.com/files/2_5_austnet.html
77. Daft, R. and Lengel, R. (1986) "Organizational information requirements, media richness and structural design", *Management Science*, Vol. 32(5):554-571

78. Dahlberg, L. (2001) "Computer-Mediated Communication and The Public Sphere: A Critical Analysis", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 7(1), pristupljeno 6.03.2010. na web adresi: <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue1/dahlberg.html>
79. Damer, B. (2008) "Meeting in the Ether: A brief history of virtual worlds as a medium for user-created events", *Journal of Virtual Worlds Research*, Vol. 1(1):1-17, pristupljeno 14.03.2010., na web adresi: <http://journals.tdl.org/jvwr/article/view/285/239>
80. Day, L. and McNeil, I., ed. (2005) *Biographical Dictionary of the History of Technology*, Taylor & Francis e-Library, Routledge, New York
81. Day, G. (2006) *Community and Everyday Life*, Routledge, New York
82. Degenne, A. and Forsé, M. (1999) *Introducing Social Networks*, SAGE Publications, London
83. Demiris, G (2006) "The diffusion of virtual communities in health care: Concepts and challenges Patient", *Education and Counseling*, Vol (62):178-188
84. DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, R. and Robinson, J. (2001) Social Implications of the Internet, *Annual Review of Sociology*, Vol. (27):307-336
85. Dimmick, J., Sikand, J. and Patterson, S. (1994) "The Gratifications of the Household Telephone: Sociability, Instrumentality, and Reassurance", *Communication Research*, Vol. 21(1):643-663
86. Dimmick, J., Feaster, J and Ramirez, A. (2011) "The niches of interpersonal media: Relationships in time and space", *New Media & Society*, Vol. 13(8):1265-1282
87. Di Nicola, P., Stanzani, S. and Tronca, L. (2011a), Personal Networks as Social Capital: a Research Strategy to Measure Contents and Forms of Social Support, *Italian Sociological Review*, Vol. 1(1):1-15
88. Dirkem, E. (1972; prv. obj.1893) *O podeli društvenog rada*, Prosveta, Beograd
89. Dutton, W. H., Helsper, E. J., Whitty, M. T., Buckwalter, G., & Lee, E., (2008) "Mate selection in the network society: The role of the Internet in reconfiguring marriages in Australia, the United Kingdom and United States", *Oxford Internet Institute*, Oxford, UK, pristupljeno 19.03.2012 na web adresi: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1275810
90. Dutton, W. and Blank, G. (2011) "Next Generation Users: The Internet in Britain", *Oxford Internet Survey 2011 Report*, Oxford Internet Institute, University of Oxford, pristupljeno 3.2.2012 na web adresi: www.oii.ox.ac.uk/publications/oxis2011_report.pdf
91. Džouns, S. (2001) "Internet i njegovo društveno okruženje", u Džouns, ur., *Virtuelna kultura, XX vek*, Beograd
92. Efimova, L., Hendrick, S. and Anjewierden, A. (2005) „Finding "the life between buildings: An approach for defining a weblog community", *Internet Research*

- 6.0: *Internet Generations*, pp.1-15, pristupljeno 6.03.2010. na web adresi: https://doc.novay.nl/dsweb/Get/Document-55092/AOIR_blog_communities.pdf
93. Elias, N. (1991, prv. obj.1939,) *The Society of Individuals*, The Continuum International Publishing Group Ltd, New York and London
 94. Ellison, N. B., Steinfield, C., and Lampe, C. (2007) "The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 12(4)
 95. Eriksen, T. H. (2003) *Tiranija trenutka*, Biblioteka XX vek, Beograd
 96. Eurobarometer (2008) "Information society as seen by EU citizens", *Analytical report*, Conducted by The Gallup Organization, Hungary
 97. Feld, S. L. (1981) „The Focused Organizations of Social Ties“, *The American Journal of Sociology*, Vol. 86(5):1015-1035
 98. Feenberg, A. (1999) *Questioning Technology*, Routledge, New York, USA
 99. Feenberg, A. (2000) "Constructivism and Technology Critique: Replies to Critics", *Inquiry*, Vol. 43(2):225-237
 100. Feenberg, A. and Bakardjieva, M. (2004) "Virtual community - no 'killer' implication", *New Media & Society*, Vol. 6(1):37-43
 101. Ferlander, S. and Timms, D. (2007) "Social Capital and Community Building through the Internet: A Swedish Case Study in a Disadvantaged Suburban Area", *Sociological Research Online*, Vol. 12(5), pristupljeno 30.01.2012 na web adresi: <http://www.socresonline.org.uk/12/5/8.html>
 102. Field, J (2008) *Social Capital*, Routledge, London
 103. Finkel, M (2009) „Hadze“, *National Geographic Srbija*, Decembar
 104. Fischer, C. S. (1982) *To Dwell Among Friends-Personal Networks in Town and City*, University Of Chicago Press, USA
 105. Fischer, C. S. (1992) *America Calling-Social History of the Telephone to 1940*, University of California Press, USA
 106. Fischer, C. S. (1997) Technology and Community: Historical Complexities, *Sociological Inquiry*, Vol. 67(1):113-118
 107. Fischer, C. S. (2005) "Bowling Alone: What's the Score?" *Social Networks*, Vol.27:155-167
 108. Fischer,C., Crews, J., Flichy, P., Lorrain, D and, Offner J, M, (1992) "From technical networks to social networks-an interview with Claude S. Fischer", *Flux n°9*, pp. 46-50., pristupljeno 22.09.2011 na web adresi: www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/flux_1154-2721_1992_num_8_9_934
 109. Flanagin, A. (2005) „IM Online: Instant Messaging Use Among College Students“, *Communication Research Reports*, Vol. 22(3):175-187
 110. Franzen, A. (2000) "Does the Internet make us lonely?", *European Sociological Review*, Vol.16(4):427-438

111. Furukawa, T., Matsuo, Y., Ohmukai, I., Uchiyama, K. and Ishizuka, M. (2007) "Social Networks and Reading Behavior in the Blogosphere" In *ICWSM 2007*, Colorado, pp. 1-8, pristupljeno 6.03.2010. na web adresi: www.icwsml.org/papers/2--Furukawa-Matsuo-Ohmukai-Uchiyama-Ishizuka.pdf
112. Ganrham N., (2004) "Information society theory as ideology", in Webster F. ed, *The Information Society Reader*, Routledge, London, pp. 165-183
113. Gans , H. (1988; prv. obj.1968) "Urbanizam grada i predgrađa kao način života", u Vujović, S., ur. *Sociologija grada*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, str. 176-194
114. Gershuny, J. (2002) "Social Leisure and Home IT: A Panel Time-Diary Approach", *IT & Society*, Vol. 1(1): 54-72
115. Geser, H. (2005) "Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone" in Zerdick, A., Picot, A., Schrape, K., Burgelman, J. C. and Silverstone, R. eds., *E-Merging Media: Communication and the Media Economy of the Future*, Springer-Verlag Berlin
116. Gibson, J. (1986) *The Ecological Approach to Visual Perception*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, New Jersey
117. Gibson, V. (2008) *Neuromant*, IPS Media, Beograd
118. Giddens, A. (1984) *The Constitution of Society-Outline of the Theory of Structuration*, Polity Press, Cambridge
119. Giddens, A. (1992) *The Transformation of Intimacy - Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*, Stanford University Press, Stanford
120. Gidens, E. (1998a) *Posledice modernosti*, Fili Višnjić, Beograd
121. Gidens E., (1998b) "Sopstvo i društvo u razdoblju", u Spasić, ur., *Interpretativna sociologija*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, str. 193-206
122. Gidens, E. (2005) *Sociologija*, Ekonomski fakultet, Beograd
123. Gir, Č. (2011) *Digitalna kultura*, Clio, Beograd
124. Gournay, C. and Smoreda, Z. (2003) „Communication Technology and Sociability: Between Local Ties and “Global Ghetto”?" in Katz, J. E., ed, *Machines that Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology*, Transaction Publishers, New Brunswick and London, pp. 57-70
125. Granovetter, M. (1973) "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*, Vol. 78(6):1360-1380
126. Granovetter, M. (1983) "The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited", *Sociological Theory*, Vol. 1:201-233
127. Gross, R. and Acquisti, A (2005) „Information revelation and Privacy in Online Social Networks", *ACM workshop on Privacy in the electronic society*, Alexandria, VA, USA, pristupljeno 25. 03. 2010. na web adresi: www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/privacy-facebook-gross-acquisti.pdf

128. Grossetti, M. (2007) "Are French networks different?", *Social Networks*, Vol. 29:391-404
129. Gurău, C. (2006) Codes of Ethics in Virtual Communities, in Dasgupta, S., ed., *Encyclopedia of Virtual Communities and Technologies*, Idea Group Reference, USA&UK, pp.22-28
130. Hampton, K., Lee, C. Her, E. (2011a) „How new media affords network diversity: Direct and mediated access to social capital through participation in local social settings”, *New Media & Society*, Vol. 13(7):1031-1049
131. Hampton, K., Goulet, L. S., Rainie, L. and Purcell, K (2011b) "Social networking sites and our lives", *Pew Internet & American Life Project*, Washington, pristupljeno 20.3.2012 na web adresi: <http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx>
132. Hanson, J. (2007) *How Cell Phones and the Internet Change the Way We Live, Work, and Play*, Praeger Publishers, Westport
133. Harary, F. (1969) *Graph Theory*, Addison-Wesley Publishing Company, USA
134. Harmon A., (1998) "Sad, Lonely World Discovered in Cyberspace", *New York Times*, 30. avg
135. Harvey, D. (2001) *Spaces of Capital-Towards Critical Geography*, Routledge, New York
136. Haythornthwaite, C. (2005) "Social networks and Internet connectivity effects", *Information, Communication & Society*, Vol. 8(2):125-147
137. Heckathron, D. (2001) „Sociological Rational Choice" in Ritzer, G. and Smart, B., eds., *Handbook of Social Theory*, SAGE Publications, London, pp 273-285
138. Helm, B. W. (2009) *Love, Friendship, and the Self- Intimacy, Identification, and the Social Nature of Persons*, Oxford Univeristy Press, New York
139. Henry, J. (1958) "The Personal Community and Its Invariant Properties", *American Anthropologist*, Vol. 60(5):827–831
140. Herring, S. C., Scheidt, L. A., Bonus, S., & Wright, E. (2005) „Weblogs as a bridging genre", *Information, Technology & People*, 18(2):142–171
141. Hill, C (1987) "Affiliation Motivation: People Who Need People...But in Different Ways", *Journal of Personality and Social Penology*, Vol. 52(5):1008-1018
142. Hiller, H. and Franz, T. (2004) "New ties, old ties and lost ties: The use of the Internet in diaspora", *New Media & Society*, Vol. 6(6):731–752
143. Hillery, G.A., Jr. (1982; prv. obj. 1955) „Definitions of community: areas of agreement" in *Developing and Testing a Community Theory-A Research Odyssey*, Transaction. Inc, USA, pp. 15-26
144. Himanen, P. (2001) *The Hacker Ethic-and the Spirit of the Information Age*, Random House, Inc., New York
145. Hlebec V., Lozar, K. and Vehovar, V. (2006) "The social support networks of internet users" *New Media & Society*, Vol. 8(1):9–32

146. Hogan, B. (2009) *Networking in Everyday Life*, PhD Thesis, Department of Sociology, University of Toronto, pristupljeno 17. 02. 2010 na web adresi: http://individual.utoronto.ca/berniehogan/Hogan_NIEL_10-29-2008_FINAL.pdf
147. Hogan, B., Dutton, W. and Li, N. (2011) "A Global Shift in the Social Relationships of Networked Individuals: Meeting and Dating Online Comes of Age", Report published by Oxford Internet Institute, University of Oxford, pristupljeno 14. 02. 2012. na web adresi: www.oii.ox.ac.uk/publications/Me-MySpouse_GlobalReport.pdf
148. Hu, Y., Wood, J., Smith, V. and Westbrook, N. (2004) „Friendships through IM: Examining the Relationship between Instant Messaging and Intimacy“ *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 10(1)
149. Hughes, M. E., Waite, L., Hawkey, L. and Cacioppo, J. (2004) "A Short Scale for Measuring Loneliness in Large Surveys", *Research on Aging*, Vol. 26(6):655-672
150. Huurdeman, A. (2003) *The worldwide history of telecommunications*, Published by John Wiley & Sons, Inc., New Jersey
151. Ibarra, H. and Andrews, S. B. (1993) "Power, Social Influence, and Sense Making: Effects of Network Centrality and Proximity on Employee Perceptions", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 38(2):277-303
152. Ignjatović, S. (2011) *Socijalni kapital-od akademske rasprave do javne politike*, Institut društvenih nauka, Beograd
153. Ikegami, E. and Hut, P. (2008) "Avatars Are For Real: Virtual Communities and Public Spheres", *Journal of Virtual Worlds Research*, Vol. 1(1):1-19, pristupljeno 14.03.2010., na web adresi: <http://journals.tdl.org/jvwr/article/view/288/242>
154. Janelle, D. G. (1968) "Central Place Development in a Time-Space Framework", *The Professional Geographer*, 20(1) pp. 5-10
155. Janelle, D. G. (1973) "Measuring Human Extensibility in a Shrinking World", *The Journal of Geography*, Vol. 72(5):8-15
156. Jin, S. A. and Bolebruch, J. (2010) "Virtual Commerce (V-Commerce) in Second Life: The Roles of Physical Presence and Brand-Self Connection", *Journal of Virtual Worlds Research*, Vol. 2(4):1-12, pristupljeno 14.03.2010., na web adresi: <https://journals.tdl.org/jvwr/article/view/867/632>
157. Jordan, T. (2000) *Cyberpower*, Routledge, London and New York
158. Joyce, E., and Kraut, R. E. (2006) "Predicting continued participation in newsgroups" *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol 11(3):723-747
159. Kadushin, C., (2004) "Introduction to Social Network Theory", pp. 1-63, pristupljeno 25. 5. 2011 na web adresi: www.communityanalytics.com/Portals/0/Resource_Library/Social%20Network%20Theory_Kadushin.pdf
160. Kardaras, D., Karakostas, B. and Papathanassiou, E. (2003) "The potential of virtual communities in the insurance industry in the UK and Greece", *International Journal of Information Management*, Vol. 23(1):41-53

161. Katunarić, V. (1999) "Informacijsko doba i homofilija: rasprava o doprinosu sociologije mreža", *Revija za sociologiju*, Vol. 30 (1-2):65-80
162. Katz, E., Blumler, J. and Gurevitch, M. (1973) "Uses and gratifications research", *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 37:509-523.
163. Katz, J. and Rice, R. (2002) *Social Consequences of Internet Use-Access, Involvement, and Interaction*, The MIT Press Cambridge, Massachusetts
164. Kayahara, J. (2006) "Community and Communication: A Rounded Perspective" in Purcell, P., ed., *Networked Neighborhoods-The Connected Community in Context*, Springer, London, pp. 127-158
165. Kennedy H., (2006) "Beyond anonymity, or future directions for Internet identity research", *New Media & Society*, Vol. 8(6):859-876
166. Kesselring, S. (2008) "The Mobile Risk Society", in Canzler, W., Kaufmann, V. and Kesselring, S. eds., *Tracing Mobilities-Toward a Cosmopolitan Perspective*, Ashgate Publishing Ltd., England, pp., 77-104
167. Kim, S. and Weaver, D., (2002) "Communication research about the Internet: A thematic meta-analysis", *New Media & Society*, Vol. 4(4):518-538
168. Klastrup, L. (2003) "A Poetics of Virtual Worlds", *Digital Arts and Culture Proceedings*, Melbourne, pp. 100-109, pristupljeno 14.03.2010., na web adresi: <http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Klastrup.pdf>
169. Konstatinović, R. (1969) *Filosofija palanke*, Treći program, Beograd
170. Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T. and Scherlis, W. (1998) "Internet paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?", *American Psychologist*, Vol. 53(9):1017-1031
171. Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. and Crawford, A. (2002) "Internet paradox revisited", *Journal of Social Issues*, Vol. 58(1):49-74
172. Krug, G. (2005) *Communication, Technology and Cultural Change*, Sage Publications, London
173. Lacohee, N., Wakeford. and Pearson, I. (2003) "A Social History of the Mobile Telephone with a View of its Future", *BT Technology Journal*; Vol. 21(3):203-2011
174. Larsen, J, Urry, J. and Axhausen, K., (2006) *Mobilities, networks, geographies*, Ashgate Publishing Ltd., London
175. Larsen, J. and Urry, J. (2008) „Networking in Mobile Societies“, in Bærenholdt J. O. and Granås B. eds., *Mobility and Place-Enacting Northern European Peripheries*, Ashgate Publishing Ltd., London, pp. 89-101
176. Lasch C. (1986) *Narcistička kultura*, Naprijed, Zagreb
177. Lash, S. and Urry, J. (1994) *Economies of Signs and Space*, Sage Publications, London

178. Lash S., (2002) "Individualization in a Non-Linear Mode", in Beck U. and Beck-Gernsheim E., *Individualization*, Sage publications, London, pp. VII-XIII
179. Law J. (1992) "Notes on the Theory of the Actor Network: Ordering, Strategy and Heterogeneity", *Centre for Science Studies*, Lancaster University, Lancaster, pristupljeno 26. 9. 2011 na web adresi: <http://www.lancs.ac.uk/fass/sociology/papers/law-notes-on-ant.pdf>
180. Lazić M., (2003) "Serbia: a part of both the east and the west?", *Sociologija*, Vol. 45(3):193-216
181. Leimeister, J .M and Krcmar, H. (2004) "Revisiting the Virtual Community Business Model", *Proceedings of the Tenth Americas Conference on Information Systems*, New York, New York, pristupljeno 29.03. 2010 na web adresi: <http://www.virtual-community.org/images/f/f2/SIGEBZ05-1654.pdf>
182. Lee, J. and Lee, H. (2010) "The computer-mediated communication network: exploring the linkage between the online community and social capital", *New Media & Society*, Vol. 12(5):711-727
183. Levinson, P. (2004) *Cellphone-The Story of the Mobile Medium and How It Has Transformed Everything!*, Palgrave Macmillan™, New York
184. Li, Y., Pickles, A. and Savage, M. (2005) "Social Capital and Social Trust in Britain", *European Sociological Review*, Vol. 21(2):109-123
185. Licoppe, C. (2003) "Two Modes of Maintaining Interpersonal Relations Through Telephone: From the Domestic to the Mobile Phone", in Katz, J. E., ed, *Machines that Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology*, Transaction Publishers, New Brunswick and London, pp: 171-187
186. Licoppe, C. and Smoreda, Z. (2005) "Are social networks technologically embedded?-How networks are changing today with changes in communication technology", *Social Networks*, Vol. 27 (4):317-335
187. Lin, N. (2001) *Social capital: A Theory of Social Structure and Action*, Cambridge University Press, New York
188. Ling, R. (2004) *The mobile connection: the cell phone's impact on society*, Morgan Kaufmann Publishers, San Francisco
189. Lomas, R. (2006) *Tesla-Čovjek koji je izumio dvadeseto stoljeće*, VBZ, Zagreb
190. Lozar Manfreda, K., Vehovar, V. and Hlebec, V. (2004) "Collecting Ego-centred Network Data via the Web", *Metodološki zvezki*, Vol. 1(2):295-321
191. Lubrano, A. (1997) *The telegraph: how technology innovation caused social change*, Routledge, New York
192. Lüders, M. (2008) "Conceptualizing personal media", *New Media & Society*, 10(5):683-702
193. Mayer, A. and Puller, S.L. (2008) "The old boy (and girl) network: social network formation on university campuses", *Journal of Public Economics*, Vol. 92(1-2):329-347.

194. Makluan, M. (1971) *Poznavanje opština-čovekovih produžetaka*, Prosveta, Beograd
195. Mamford, L. (2009; prv. obj.1934) *Tehnika i civilizacija*, Mediterran Publishing, Novi Sad
196. Marsden, P. V (1987) "Core Discussion Networks of Americans", *American Sociological Review*, Vol. 52(1):122-131
197. Martineli, A. (2010) *Modernizam-proces modernizacije*, Cid, Podgorica
198. McCarty, C., Killworth, P., Bernard, R., Johnsen, E. and Shelley, G. (2001) "Comparing Two Methods for Estimating Network Size", *Human Organization*, Vol. 60(1):28-39
199. McCown, J., Fischer, D., Page, R. and Homant, M. (2001) "Internet Relationships: People Who Meet People", *CyberPsychology&Behavior*, Vol. 4(5):593-596
200. McKenna, K., Green, A. and Gleaso, M. (2002) "Relationship Formation on the Internet: What's the Big Attraction?", *Journal of Social Issues*, Vol. 58(1):9-31
201. McNeil, I., ed. (2002) „*Encyclopedia of history of technology*“, Taylor & Francis e-Library, Routledge, New York
202. Mercer, D. (2006) *The Telephone: the Life Story of a Technology*, Greenwood Press, Westport
203. Messinger, R., Stroulia, E., Lyons, K., Bone, M., Niu, R., Smirnov, K. and Perelgut, S. (2009) „Virtual worlds — past, present, and future: New directions in social computing“, *Decision Support Systems*, Vol. 47:204–228
204. Meyrowitz, J. (1997) "Shifting Worlds of Strangers: Medium Theory and Changes in "Them" Versus "Us"", *Sociological inquiry*, Vol. 67(1):59-71
205. Milić, A. (1991) "Socijalna mreža porodičnih odnosa i društveni slojevi", u Popović, M., ur., *Srbija krajem osamdesetih-Sociološko istraživanje društvenih nejednakosti*, ISIFF, Beograd, str. 111-157
206. Milić, A. (1995) „Svakodnevni život porodica u vrtlogu društvenog rasula: Srbija 1991-1995. godine“, u Bolčić, S., ur., *Društvene promene i svakodnevni život: Srbija početkom devedesetih*, ISIFF, Beograd, str. 135-180
207. Milić, A. (2002) „Dobitnici i gubitnici u procesu tranzicije iz ugla porodične svakodnevice (1991-2001)“, u Bolčić i Milić ur., *Srbija krajem milenijuma-razaranje društva, promene i svakodnevni život*, ISIFF, Beograd,
208. Milić A. (2004) "Transformacija porodice i domaćinstva-zastoj i strategija preživljavanja", u Milić A., ur., *Društvena transformacija i strategije društvenih grupa-Svakodnevice Srbije na početku trećeg milenijuma*, ISIFF, Beograd, str. 317-347
209. Milgram, S. (1967) "The Small World Problem", *Psychology today* 1, 62-67, pristupljeno 27. 04.2011 na web adresi: measure.igpp.ucla.edu/GK12-SEE-LA/Lesson_Files_09/Tina_Wey/TW_social_networks_Milgram_1967_small_world_problem.pdf
210. Mitchell, J. C. (1974) "Social Networks", *Annual Review of Anthropology*, Vol. 3:279-299

211. Mitra, A (2003) "Cybernetic Space: Bringing The Virtual And Real Together", *Journal of Interactive Advertising*, Vol. 3(2):1-9.
212. Mizruchi, M (1994) "Social Network Analysis: Recent Achievements and Current Controversies", *Acta Sociologica*, Vol. 37:329-343
213. Morzy, M. (2009) "On Mining and Social Role Discovery in Internet Forums", *SocInfo-International Workshop on Social Informatics*, pp.74-79
214. Nicotera, A. M. (1993) *Interpersonal communication in friend and mate relationships*, State University of New York Press
215. Nie, N.H. and Erbring, L. (2002) "Internet and Society: A Preliminary Report", *IT & Society* Vol. 1(1):275-283
216. Neustadt, A. and Robinson, J. P. (2002) "Social contact differences between Internet users and nonusers In the general social survey", *IT & Society*, Vol.1(1):73-102
217. Neustaedter, C. and Greenberg, S. (2011) Intimacy in Long-Distance Relationships over Video Chat, *Research Report 2011-1014-26*, Department of Computer Science, University of Calgary, Canada, pristupljeno 09.02.2012 na web adresi: summit.sfu.ca/system/files/iritems1/10361/2011-IntimateMediaSpaces.Report2011-1014-26.pdf
218. Newman, M., Barabási, A. L. and Watts, J. D. (2006) *The Structure and Dynamics of Networks*, Princeton University Press
219. Norris, P. (2002) The Bridging and Bonding Role of Online Communities, *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 7(3):3-13
220. O'Brien, J. (1999) "Writing in the body-Gender (re)production in online interaction" in Smith, M. and Kollock, P. eds., *Communities in Cyberspace*, Routledge, London
221. Ogburn, W. F. (1968) "Nacionalna politika i tehnologija" u Walker, C. R. ur., *Moderna tehnologija i civilizacija*, Naprijed, Zagreb, str. 45-57
222. Pahl, R. and Spencer, L. (2003) "Personal Communities: Not Simply Families of 'Fate' or 'Choice'", *Current Sociology*, 52:199 - 221.
223. Pahl, R. and Spencer, L. (2006) *Rethinking Friendship: Hidden Solidarities Today*, Princeton University Press, USA
224. Pahl, R. and Spencer, L. (2010) "Family, friends and personal communities-Changing models-in-the-mind" *Working Papers of the Institute for Social and Economic Research*, paper 2003-4. Colchester: University of Essex, pristupljeno 27.5.2011., na web adresi: http://www.iser.essex.ac.uk/files/iser_working_papers/2010-01.pdf
225. Palant, Dž. (2011) *SPSS priručnik za preživljavanje-Postupni vodič kroz analizu podataka pomoću SPSS-a*, Mikro knjiga, Beograd
226. Pantelić-Vujanić, S. i Petrović, D. (2002) "Sociološko istraživanje komunikacija u cyber prostoru", *Zbornik radova IX naučnog skupa „Tehnologija, kultura i razvoj“*, Beograd, str. 270-281

227. Papacharissi Z., (2002) "The virtual sphere: The Internet as a public sphere", *New Media & Society*, Vol. 4(1):9-27
228. Papargyris, A. and Poulymenakou, A. (2009) "The Constitution of Collective Memory in Virtual Game Worlds", *Journal of Virtual Worlds Research*, Vol. 2(3):1-23, pristupljeno 14.03.2010., na web adresi: <https://journals.tdl.org/jvwr/article/view/342/431>
229. Park, R. E. (1988; prv. obj.1916) "Grad: Predlozi za istraživanje ljudskog ponašanja u gradskoj sredini" u Vujović S. ur., *Sociologija grada*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, str. 115-145
230. Parks, M. R. and Floyd, K. (1995) "Making friends in cyberspace", *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol.1(4)
231. Patnam, R. (2008) *Kuglati sam-slom i obnova američke zajednice*, Mediterran Publishing, Novi Sad
232. Pavlović, A. (2007) „Blogosfera i književni univerzum“, *e-evolucija br. 15*., pristupljeno 6.03.2010. na web adresi: <http://www.bos.rs/cepit/evolucija/html/15/blogosfera.htm>
233. Pearce, C (2009) *Communities of play: Emergent cultures in multiplayer games and virtual worlds*, MIT Press
234. Peris, R., Gimeno, M., Pinazo, D., Ortet, G., Carrero, V., Sanchiz, M. and Ibanez, I. (2002) "Online Chat Rooms: Virtual Spaces of Interaction for Socially Oriented People", *CyberPsychology&Behavior*, Vol. 5(1):43-51
235. Pescosolido, B. A. and Rubin, B. A. (2000) "The Web of Group Affiliations Revisited: Social Life, Postmodernism, and Sociology", *American Sociological Review*, Vol. 65(1):52-76
236. Pešić, V. (1977) "Društvena slojevitost i stil života" u Popović, M., Bolčić, S., Pešić, V., Janićijević, M. i Pantić, D., *Društveni slojevi i društvena svest*, Institut društvenih nauka, Beograd, str. 121-196
237. Peter, J., Valkenburg, P. and Schouten, A. (2005) "Developing a Model of Adolescent Friendship Formation on the Internet", *Cyberpsychology & Behavior*, Vol. 8(5):423-430
238. Petric, G., Petrovcic, A. and Vehovar, V. (2011) Social uses of interpersonal communication technologies in a complex media environment, *European Journal of Communication*, Vol.26(2):116-132
239. Petrović, D. (2007) „Od društvenih mreža do umreženog društva-jedan osvrt na makro-mrežni pristup u sociologiji, *Sociologija*, Vol. 49(2):161-182
240. Petrović, D. (2008) *U međumrežju-Internet i novi obrasci društvenosti*, ISI&SF, Beograd
241. Petrović, D. (2009) „Internet u funkciji personalnog umrežavanja“, *Sociologija*, Vol. 51(1):23-44
242. Petrović, D. i Tomić, N. (2010) „Sigurnost podataka na online društvenim mrežama, *XII međunarodni simpozijum - SymOrg*, Zlatibor

243. Petrović, D., Petrović, M. i Bojković, N. (2011) „Konceptualni i metodološki izazovi u oceni digitalne podele”, *Proceedings of the 3rd International Symposium - New Horizons of transport and communications*, Doboj, Bosnia and Herzegovina, pp. 685-691
244. Petrović, M., Golčevski, N. i Milovanović, G. (2004) “Osnovne odlike Internet komunikacije u Srbiji 2003”, u Golčevski, N. i Milovanović, G. ur., *Globalni građani*, Cepit-BOŠ, Beograd, str. 169-203
245. Petter, C., Helling, K. and Reich, K. (2007) “Social Software and the Establishment of Virtual Communities of Practice in the Tourism Sector”, *eLearning Papers*, no. 5, pristupljeno 29.03. 2010 na web adresi: <http://www.elearningeuropa.info/files/media/media13565.pdf>
246. Pichler, F. and Wallace, C. (2007) “Patterns of Formal and Informal Social Capital in Europe”, *European Sociological Review*, Vol. 23(4), 423–445.
247. Pinch, T. and Bijker, W. E.. (1987) “The social construction of facts and artifacts: Or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other”, In Bijker, Hughes, and Pinch, eds., *The social construction of technological systems: New directions in the sociology and history of technology*, Cambridge: MIT Press. pp. 17-50.
248. Portes, A. (1998) „Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology”, *Annual Review of Sociology*, Vol. 24:1-24
249. Portes, A. (2000) “The Two Meanings of Social Capital”, *Sociological Forum*, Vol. 15(1):1-12
250. Prensky, M. (2001) “Digital natives, digital immigrants”, *On the Horizon*, Vol. 9(5):1-6.
251. Pušić Lj., (1997) *Grad društvo prostor*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd
252. Pušić, Lj. (2006) “Socijalnoekološki okviri socijalnog kapitala u Vojvodini”, *Sociološki pregled*, Vol. 40(3):347-363
253. Putnam, R. (1993) *Making Democracy Work: civic traditions in modern Italy*, Princeton University Press, Princeton.
254. Putnam, R. (1995) “Bowling Alone: America`s Declining Social Capital”, *Journal of Democracy*, Vol. 6 (1):65-78
255. Putnam, R. (1995), Bowling Alone: America's Declining Social Capital, *Journal of Democracy*, Vol.6 (1):65-78
256. Rajt, M. (1998) *Sociološka imaginacija*, Plato, Beograd
257. Ramirez, A. and Broneck, K. (2009) “‘IM me’: Instant messaging as relational maintenance and everyday communication”, *Journal of Social and Personal Relationships*, Vol. 26(2-3):291–314
258. Rammler, S (2008) “The Wahlverwandschaft of Modernity and Mobility”, in Canzler, W., Kaufmann, V. and Kesselring, S. eds., *Tracing Mobilities-Toward a Cosmopolitan Perspective*”, Ashgate Publishing Ltd., England, pp. 57-76

259. Ranković, M. (1972) Predgovor, u Dirkem, E. „*O podeli društvenog rada*“, Prosveta, Beograd, str. 7-47
260. Rheingold, H. (1993) *The Virtual Community*, Addison-Wesley Publishing Company, Reading, MA, pristupljeno 6.03.2010. na web adresi: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.87.590&rep=rep1&type=pdf>
261. Rheingold, H. (2008) “Virtual communities - exchanging ideas through computer bulletin boards”, *Journal of Virtual Worlds Research*, Vol.1(1):1-5, pristupljeno 14.03.2010. na web adresi: <http://journals.tdl.org/jvwr/article/view/293/247>
262. Ridings, C. M. and Gefen, D. (2004) “Virtual community attraction: Why people hang out online” *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 10(1)
263. Rodrigue, J. P. (1999) „Globalization and the Synchronization of Transport Terminals“, *Journal of Transport Geography*, Vol. 7, pp. 255-261
264. Rodrigue, J. P., Contois, C. and Slack, B. (2006) *The Geography of Transport Systems*, Routledge, London and New York
265. Rumbough, T. (2001) “The development and maintenance of interpersonal relationships through computer mediated communication”, *Communication Research Reports*, Vol. 18(3):223-229
266. Schiano, D. J., Nardi, B. A., Gumbrecht, M. and Swartz, L. (2004) „Blogging by the rest of us”, *Proceedings of CHI 2004*, Austria, pp.1-6, pristupljeno 6.03.2010. na web adresi: <http://home.comcast.net/~diane.schiano/CHI04.Blog.pdf>
267. Schmidt, J. (2007) “Blogging Practices: An Analytical Framework”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 12 (4):1409–1427, pristupljeno 6.03.2010. na web adresi: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/schmidt.html>
268. Schroeder, R. (2008) “Defining Virtual Worlds and Virtual Environments”, *Journal of Virtual Worlds Research*, Vol. 1(1):1-3, pristupljeno 14.03.2010., na web adresi: <http://journals.tdl.org/jvwr/article/view/294/248>
269. Scott, J (1991) *Social Network Analysis*, SAGE Publications, London
270. Scott, J. (2000) „Rational Choice Theory“, in Browning, Halcli, and Webster eds., *Understanding Contemporary Society: Theories of The Present*, SAGE Publications, London, pp. 126-138
271. Shklovski, I., Kiesler, S. and Kraut, R. (2006) “The Internet and Social Interaction: A Meta-Analysis and Critique of Studies 1995–2003”, in Kraut, Brynin and Kiesler, eds., *Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology*, Oxford University Press, pp.251-265
272. Sik, E. and Wellman, B. (1999) “Network Capital in Capitalist, Communist, and Postcommunist Countries”, in Wellman, B., ed., *Networks in the Global Village*, Westview Press, pp.225-255
273. Simmel, G. (1950) *The Sociology of Georg Simmel*, The Free Press, New York
274. Simmel, G. (1955; prv. obj. 1922). “The Web of Group Affiliations” In *Conflict and the Web of Group Affiliations*, The Free Press, New York, pp.127-195

275. Sitarski, M., Radović, N., Antonijević, S. i Peković, D. (2007) *Internet i javna sfera u Srbiji*, Boš, Beograd
276. Slevin, J. (2002) *The Internet and Society*, Polity Press, Cambridge
277. Smith, M. and Kollock, P., ed. (1999) *Communities in Cyberspace*, Taylor & Francis e-Library, Routledge, New York
278. Solymar, L. (1999) *Getting the Message-A history of communications*, Oxford University press, UK
279. Sorokin, P. and Merton, R. (1937) "Social Time: A Methodological and Functional Analysis", *American Journal of Sociology*, Vol. 42 (5):615-629
280. Spence, J. (2008) "Demographics of Virtual Worlds", *Journal of Virtual Worlds Research*, Vol. 1(2), pp.1-45, pristupljeno 14.03.2010., na web adresi: <http://journals.tdl.org/jvwr/article/view/360/272>
281. Standage, T. (1998), *Victorian Internet: the remarkable story of the telegraph and the nineteenth century's on-line pioneers*, Walker Publishing Company, USA
282. Stein, J. (2006) "Reflections on time, time-space compression and technology in the nineteenth century", in Hassan, R and Thomas, J., eds., *The New Media Theory Reader*, Open University Press, England, pp. 244-249
283. Stefanone, M. and Jang, C. (2007) "Writing for Friends and Family: The Interpersonal Nature of Blogs", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13(1):123-140,
284. Steinkuehler, C. and Williams, D. (2006) "Where everybody knows your (screen) name: Online games as third places", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4):885-909,
285. Sztompka P., (1993) *The Sociology of Social Change*, Backwell, Oxford UK&Cambirdge USA
286. Stubbe, J. (2010) "Young Migrants' Use of the Internet - An Empirical Study", in Universität Siegen et al., *Study on the Social Impact of ICT-Final Report*, Brussels: European Commission, pp 356-376, pristupljeno dana 9.7.2011 na web adresi: ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/docs/eda/social_impact_of_ict.pdf
287. Stump, D. (2000) "Socially constructed technology", *Inquiry*, Vol. 43 (2):217-224
288. Sum S., Mathews, M., Hughes, I. and Campbell, A (2008) "Internet Use and Loneliness in Older Adults", *Cyberpsychology & Behavior*, Vol. 11(2):208-2011
289. Swickert, R., Hittner, J., Harris, J. and Herring, J. (2002) "Relationships among Internet use, personality, and social support", *Computers in Human Behavior*, Vol. 18:437-451
290. Terkl, Š. (2011) *Sami zajedno*, Clio, Beograd
291. Tili Č., (1997) *Suočavanje sa društvenom promenom*, Flip Višnjić, Beograd

292. Tindall, D.B. and Wellman, B. (2001) "Canada as Social Structure: Social Network Analysis and Canadian Sociology", *The Canadian Journal of Sociology*, Vol. 26(3):265-308
293. Tomanović, S. i Ignjatović, S. (2004) "Mladi u tranziciji: između porodice porekla i porodice opredeljenja", u *Mladi zagubljeni u tranziciji: CPA/CPS*, Beograd, str. 39-65
294. Tomanović, S. (2008) "Families and social capital in Serbia: some issues in research and policy", *Sociologija*, Vol. 50(1):1-16
295. Tomanović, S. (2010) "Socijalni kapital porodica", u Milić, A., i dr., *Vreme porodica-Sociološka studija o porodičnoj transformaciji u savremenoj Srbiji*, Čigoja štampa, Beograd
296. Tomić, N. i Petrović, D. (2011) "Pravne i kulturološke pretpostavke za razvoj elektronske trgovine u Republici Srbiji", zbornik radova - *Postel XXIX*, Beograd
297. Tönnies, F. (2001; prv. obj.1887) *Community and Civil Society*, Cambridge University Press, UK
298. Turkle, S. (1995) *Life On The Screen-Identity in the Age of The Internet*, Simon & Schuster, New York
299. Turkle, S. (2005) *Second Self*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts
300. Turner, T. C., Smith, M. A., Fisher, D., and Welser, H. T. (2005) "Picturing Usenet: Mapping computer-mediated collective action", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4)
301. Turza, K. (1998) *Luis Manford-jedna kritika modernosti*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd
302. Urry, J., (2004) "The Complexities of the Global", *Department of Sociology Lancaster University*, UK, pristupljeno 26.09.2011, na web adresi: <http://www.lancs.ac.uk/fass/sociology/papers/urry-complexities-global.pdf>
303. Urry, J. (2005) "The "System" of Automobility", in Featherstone, M., Thrift, N. and Urry, J., *Automobilities*, Sage Publications, London
304. Uslaner, E. (2004) "Trust, Civic Engagement, and the Internet", *Political Communication*, Vol. 21(2):223-242
305. Valck, K., Bruggen, G. and Wierenga, B. (2009) "Virtual communities: A marketing perspective", *Decision Support Systems*, Vol. (47):185-203
306. Valenzuela, S., Park, N. and Kee, K. (2009) "Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 14(4):875-901
307. Valkenburg, P., Schouten, A. and Peter, J. (2005) "Adolescents' identity experiments on the Internet", *New Media & Society*, Vol. 7(3):383-402
308. Van Alstyne, M., and Brynjolfsson, E. (1996) "Electronic communities: Global village or cyberbalkans?", In DeGross, Jarvenpaa, and Srinivasan eds.,

Proceedings of the 17th International Conference on Information Systems (ICIS), Cleveland, pp. 80–98.

309. Van Dijk, J.A.G.M. (1997) 'The reality of virtual communities', *Trends in Communication*, Vol.1: 39–63.
310. Van Dijk, J.A.G.M. (1999) "The One-dimensional Network Society of Manuel Castells", *New Media & Society*, Vol. 1, No. 1, pp. 127-138
311. Van Dijk, J.A.G.M. (2006) *The Network Society-Social aspects of new media*, Sage, London
312. Van Zalk, M., Branje, S., Denissen, J., Van Aken, M. and Meeus, W. (2011) "Who Benefits From Chatting, and Why?: The Roles of Extraversion and Supportiveness in Online Chatting and Emotional Adjustment", *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 37(9):1202–1215
313. Veenhof, B. (2006) "The Internet: Is it changing the way Canadians spend their time?", *Connectedness Series No. 13*, Statistics Canada Catalogue no. 56F0004MIE, pp:1-27, pristupljeno 27.1.2012 na web adresi: <http://www.statcan.gc.ca/pub/56f0004m/56f0004m2006013-eng.pdf>
314. Vehovar, V., Lozar Manfreda, K., Koren, G. and Hlebec, V. (2008) "Measuring ego-centered social networks on the web: Questionnaire design issues", *Social Networks*, Vol. 30:213-222
315. Vergeer, M. and Pelzer, B (2009) "Consequences of media and Internet use for offline and online network capital and well-being. A causal model approach", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 15 (1):189–210
316. Virilio, P. (1995) „Speed and Information: Cyberspace Alarm!“, *Ctheory*, Article: a030, pp.1-5, pristupljeno, 4.6.2011. na web adresi: <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=72>
317. Virt, L. (1988; prv. obj.1938) "Urbanizam kao način života" u Vujović, S. ur. (1988) *Sociologija grada*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd
318. Votson N., (2001) "Zašto raspravljamo o virtuelnoj zajednici: istorija slučaja psih.net" u Džouns S. ur, (2001) *Virtuelna kultura*, XX vek, Beograd, str. 161-208
319. Vujović, S. (1988) „Osnovni teorijski pravci u sociologiji grada“, u Vujović S. ur. *Sociologija grada*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, str. 14-100
320. Vujović, S. (2002) "Urbane promene u Srbiji", u Bolčić i Milić ur., *Srbija krajem milenijuma-razaranje društva, promene i svakodnevni život*, ISIFF, Beograd, str. 157-194
321. Vuletić, V. (2006) *Globalizacija*, Gradska narodna biblioteka, Zrenjanin
322. Vukmirović D., Pavlović K. i Šutić V. (2006) "Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji 2006.", *Izveštaj republičkog zavoda za statistiku*, Beograd
323. Vukmirović D., Pavlović K. i Šutić V. (2010) "Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji 2010.", *Izveštaj republičkog zavoda za statistiku*, Beograd

324. Vukmirović D., Pavlović K. i Šutić V. (2011) "Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji 2011.", *Izveštaj republičkog zavoda za statistiku*, Beograd
325. Wang, H. and Andersen, P. A. (2007) "Computer-Mediated Communication in Relationship Maintenance: An Examination of Self-Disclosure in Long-Distance Friendships", *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association*, TBA, San Francisco, pristupljeno 3.2.2012, na web adresi: citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/7/0/2/7/pages170276/p170276-1.php
326. Watts, J.D. and Strogatz, H.S. (1998) "Collective dynamics of 'small-world' networks" *Nature* 393, pp 440-442
327. Watts, J. D. (2003) *Six Degrees-The Science of Connected Age*, W.W. Norton & Company Ltd, New York
328. Wellman, B. (1979) The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers, *The American Journal of Sociology*, Vol. 84(5), pp: 1201-1231
329. Wellman, B. (1988) "Structural analysis: from method and metaphor to theory and substance", in Wellman, B. and Berkowitz, S. D, eds, *Social Structures: A Network Approach*, Cambridge University Press, Cambridge, pp 19-61
330. Wellman, B. (1999) „ The Network Community: An Introduction“, in Wellman, B. ed., *Networks in the Global Village-Life in Contemporary Communities*, Westview Press, USA, pp. 1-49
331. Wellman, B. (2001) "Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking", *International Journal of Urban and Regional Research* 25(2):227-252
332. Wellman, B., Quan Haase, A., Witte, J. and Hampton, K. (2001) "Does the Internet Increase, Decrease or Supplement Social Capital?", *American Behavioral Scientist*, Vol. 45(3):436-455
333. Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., Chen, W., Hampton, K and Dizaz, I. (2003) "The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 8(3):1-28
334. West, A., Lewis, J. and Currie, P. (2009) "Students' Facebook 'friends': public and private spheres", *Journal of Youth Studies*, Vol. 12(6):615-627
335. White, H., Boorman, S. and Breiger, R. (1976) "Social Structure from Multiple Networks. I. Blockmodels of Roles and Positions", *The American Journal of Sociology*, Vol. 81(4):730-780
336. Williams, D. (2007) "The Impact of Time Online: Social Capital and Cyberbalkanization", *Cyberpsychology & Behavior*, Vol. 10 (3):398-406
337. Winer, D. (2002) "The history of weblogs", *Weblogs.Com News*, pristupljeno 6.03.2010. na web adresi: <http://newhome.weblogs.com/historyOfWeblogs>
338. Winner, L. (1993) "Upon opening the Black Box and Finding It Empty: Social Constructivism and the Philosophy of Technology", *Science, Technology and Human Values*, Vol. 18(3):362-378

339. Winston, B. S. (2003) *Media, Technology and Society*, Taylor & Francis e-Library, Routledge, New York
340. Witte, J. C., Amoroso, L. and Howard, P (2000) "Method and Representation in Internet- Based Survey Tools: Mobility, Community, and Cultural Identity in Survey2000." *Social Science Computer Review*, Vol. 18(2):179-95.
341. Wittel, A. (2001) "Toward a Network Sociality", *Theory, Culture Society*, Vol. 18(6):51-76
342. Ye, J. (2006) "Traditional and online support networks in the cross-cultural adaptation of Chinese international students in the United States", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(3), article 9, pristupljeno 28.06.2011 na web adresi: <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue3/ye.html>
343. Young, A. L. and Quan-Hasse, A. (2009) „Information revelation and internet privacy concerns on social network sites: a case study of Facebook”, *Fourth international conference on Communities and technologies*, University Park, Pa, USA, pristupljeno 25.03.2010. na web adresi: <http://www.iisi.de/fileadmin/IISI/upload/2009/p265.pdf>
344. Zerzan, Dž. (2009) *Sumrak mašina*, Službeni glasnik, Beograd
345. Zhao, S. (2006) "Do Internet users have more social ties? A Call for Differentiated Analyses of Internet Use", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 11(3)
346. Zimel, G. (1988; prv. obj. 1903) "Veliki gradovi i duhovni život" u Vujović S. ur., *Sociologija grada*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, str. 103-114

Prilog

INTERNET I DRUŠTVENO UMREŽAVANJE

Poštovani, istraživanje koje se nalazi pred Vama obavlja se u svrhu izrade doktorske disertacije sociologa mr Dalibora Petrovića, sa Saobraćajnog fakulteta u Beogradu. Svi podaci koje budete izneli biće poverljivi i biće korišćeni isključivo u naučne svrhe. Hvala na izdvojenom vremenu i strpljenju za popunjavanje ove ankete.

I Osnovni podaci o Vama

1. Pol

- 1 Muški
- 2 Ženski

2. Starost-upisati godinu rođenja_____

3. Zanimanje

- 1 Učenik
- 2 Student
- 3 Zaposlen puno radno vreme
- 4 Zaposlen skraćeno radno vreme/povremeni poslovi
- 5 Formalno zaposlen
- 6 Neformalno zaposlen
- 7 Samozaposlen
- 8 Nezaposlen
- 9 Penzioner
- 10 Domaćica
- 11 Drugo

4. Obrazovanje

- 1 Bez škole
- 2 Završena osnovna škola
- 3 Završena srednja škola
- 4 Završena viša škola ili fakultet

5. Mesto Boravka

- 1 Veliki grad (preko 1 milion stanovnika)
- 2 Drugi veliki grad (od 300 hiljada do 1 milion stanovnika)
- 3 Grad (100-300 hiljada stanovnika)
- 4 Grad (50-100 hiljada stanovnika)
- 5 Grad (20 hiljada do 50 hiljada stanovnika)
- 6 Varošica
- 7 Selo

6. Zemlja stalnog boravka

- 1 Srbija
- 2 Druge bivše jugoslovenske republike
- 3 Druge evropske zemlje
- 4 Severna Amerika
- 5 Ostale zemlje

7. Da li živite u zemlji svog porekla

1. Da
2. Ne, od rođenja živim u drugoj zemlji
3. Ne, duže od 10 godina živim u drugoj zemlji
4. Ne, između 5 i 10 godina živim u drugoj zemlji
5. Ne, između 1 i 5 godina živim u drugoj zemlji
6. Ne, kraće od 1 godine živim u drugoj zemlji

8. Mesečni prihod Vašeg domaćinstva

- 1 do 300 eura
- 2 od 300-600 eura
- 3 od 600-1000 eura
- 4 od 1000-1500 eura
- 5 preko 1500 eura

9. Kakav je Vaš bračni/partnerski status

- 1 Živim sa venčanim partnerom/kom
- 2 Živim sa nevenčanim partnerom/kom
- 3 Imam partnera/ku, ali ne živimo zajedno
- 4 Nemam partnera/ku i nisam se udavala/ženio
- 5 Nemam partnera/ku i razveden/a udovac/ca sam
- 6 Drugo

II Upotreba računara interneta

10. Koje računarske aktivnosti ste već obavljali (može više odgovora)

- 1 Korišćenje *copy* ili *paste* funkcije u *Word*-u ili sličnim programima
- 2 Kreiranje tabela u *Excel*-u ili sličnim programima
- 3 Kreiranje elektronskih prezentacija u *Power Point*-u ili sličnim programima
- 4 Kompresovanje (zipovanje) fajlova
- 5 Priključivanje ili instaliranje novih sprava (npr. modem)
- 6 Pisanje računarskog programa uz korišćenje specijalnih programskih jezika
- 7 Prebacivanje fajlova između računara i drugih uređaja (mobilni telefon, mp3 uređaj...)
- 8 Instaliranje novog ili zamena starog operativnog sistema
- 9 Nijedno od navedenog

11. Koliko dugo koristite Internet

- 1 Manje od 6 meseci
- 2 Od 6 meseci do 1 godine
- 3 Od 1 do 3 godine
- 4 Od 3 do 5 godina
- 5 Od 5 do 10 godina
- 6 Duže od 10 godina

12. Koliko često koristite Internet

- 1 Svakodnevno
- 2 Više puta nedeljno
- 3 Jednom nedeljno
- 4 Nekoliko puta mesečno
- 5 Jednom mesečno ili ređe

13. Koliko vremena provodite na *online* društvenim mrežama (Facebook, LinkedIn, Badoo, Twitter)

- 1 Nemam profil na *online* društvenim mrežama
- 2 Proveravam svoj profil više puta dnevno
- 3 Jednom dnevno
- 4 Više puta nedeljno
- 5 Jednom nedeljno
- 6 Nekoliko puta mesečno
- 7 Jednom mesečno ili ređe

III Online društvene mreže

14. Koliko se ljudi nalazi na Vašoj listi prijatelja. Upisati okvirni broj _____

15. Sa koliko njih redovno komunicirate na društvenoj mreži (putem poruka, četa ili komentara)

- 1 Samo sa veoma malim brojem njih (do 10%)
- 2 Sa manjim brojem (oko 25%)
- 3 Sa polovinom (oko 50%)
- 4 Sa većinom (oko 75%)
- 5 Sa svima (100%)
- 6 Ni sa kim

16. Sa koliko njih povremeno komunicirate na društvenoj mreži (putem poruka, četa ili komentara)

- 1 Samo sa veoma malim brojem njih (do 10%)
- 2 Sa manjim brojem (oko 25%)
- 3 Sa polovinom (oko 50%)
- 4 Sa većinom (oko 75%)
- 5 Sa svima (100%)
- 6 Ni sa kim

17. Od ukupnog broja Vaših prijatelja na *online* društvenim mrežama koliko njih NE POZNAJETE u realnom životu

- 1 Većinu ne poznajem (oko 75%)
- 2 Polovinu poznajem, polovinu ne poznajem (oko 50%)
- 3 Većinu poznajem (oko 75%)
- 4 Izrazitu većinu/skoro sve poznajem (90%)
- 5 Sve prijatelje poznajem od ranije

IV Komunikacija putem interneta

18. Koja od sledećih sredstava za komunikaciju putem Interneta koristite i koliko često to činite (obeležite odgovarajuća polja):

	Svakodnevno	Nekoliko puta nedeljno	Nekoliko puta mesečno	Ređe od jednom mesečno	Nikad
e-mail	0	0	0	0	0
Skajp	0	0	0	0	0
Mesindžeri-MSN, gTalk i sl.	0	0	0	0	0

19. Molimo vas da u donjoj tabeli MEĐUSOBNO UPOREDITE (rangirajući ocenama od 1 do 3) načine održavanja kontakta sa ljudima iz vašeg okruženja. Za SVAKI ODNOS dajte ocenu 1 onom načinu koji koristite najčešće, ocenu 2 načinu koji koristite umereno često, ocenu 3 onom načinu koji koristite najređe ili uopšte ne koristite. Molimo Vas da popunite svako polje.

	Uživo	Telefonom	Internet
Održavate odnos sa najbližim prijateljima	[]	[]	[]
Održavate odnos sa najbližim rođacima	[]	[]	[]
Održavate odnos sa ostalim prijateljima	[]	[]	[]
Održavate odnos sa ostalim rođacima	[]	[]	[]
Održavate odnos sa ljudima koji žive u drugom gradu ili državi	[]	[]	[]
Dogovarate susrete sa prijateljima ili rođacima	[]	[]	[]

20. Da li su sledeći Internet alati poboljšali vašu komunikaciju sa ljudima koji vas okružuju. Molimo Vas da ubeležite odgovor u svakom polju:

	Rođacima	Najbližim prijateljima	Ostalim prijateljima	Kolegama
E-mailovi su poboljšali moju komunikaciju sa	Da	Da	Da	Da
	Donekle	Donekle	Donekle	Donekle
	Ne	Ne	Ne	Ne
	Ne koristim	Ne koristim	Ne koristim	Ne koristim
Mesendžeri (Skype, MSN) su poboljšali moju komunikaciju sa	Da	Da	Da	Da
	Donekle	Donekle	Donekle	Donekle
	Ne	Ne	Ne	Ne
	Ne koristim	Ne koristim	Ne koristim	Ne koristim
Fejsbuk ili slične mreže su poboljšale moju komunikaciju sa	Da	Da	Da	Da
	Donekle	Donekle	Donekle	Donekle
	Ne	Ne	Ne	Ne
	Ne koristim	Ne koristim	Ne koristim	Ne koristim

21. U kojoj meri ostvarujete društvene kontakte na Internetu (obeležite odgovarajuća polja):

SKALA PROKREATIVNOSTI	Stalno	Često	Ponekad	Retko	Nikad
Upoznajem nove ljude na Internetu	0	0	0	0	0
Uživo upoznajem ljude koje sam upoznao na Internetu	0	0	0	0	0
Povezujem se putem Interneta sa ljudima koje sam ranije poznavao, išao u školu, sl	0	0	0	0	0
Posećujem pričaonice na Internetu	0	0	0	0	0
Uključujem se u javnu diskusiju na forumima, blogovima, u pričaonicama, društvenim mrežama	0	0	0	0	0
Družim se sa ljudima na Internetu	0	0	0	0	0

V Upoznavanje putem Interneta

22. Gde upoznajete ljude na Internetu i koliko često to činite (obeležite odgovarajuća polja):

	Redovno	Često	Ponekad	Retko	Nikad
Forumi	0	0	0	0	0
Pričaonice	0	0	0	0	0
Društvene mreže	0	0	0	0	0
Blogovi	0	0	0	0	0
Druga mesta	0	0	0	0	0

23. Zbog čega upoznajete ljude na Internetu (može do dva odgovora)

- 1 Zato što sam društvena osoba
- 2 Zato što tražim (momka/devojku za dužu vezu/ brak) emotivnog partnera/partnerku
- 3 Zato što tražim partnera za neobaveznu avanturu
- 4 Zato što tražim ljude koji imaju interesovanja (hobije) poput mene
- 5 Zato što mi trebaju različite informacije
- 6 Zato što mi treba podrška
- 7 Zato što se osećam usamljeno u realnom životu
- 8 Drugo

24. Sledeća tabela se odnosi na osobe koje ste upoznali preko Interneta i sa kojima ste i dalje u kontaktu (bilo preko interneta ili uživo). Da li među njima postoje ljudi na koje možete računati za neku od navedenih vidova pomoći (Potrebno je da pomislite tačno na određene osobe i da njihov broj upišete u navedene vrste pomoći. Ukoliko ne postoje ovakve osobe onda upišite NULU.

	Broj ljudi
Neko ko će Vam dati savet u vezi sa donošenjem važne životne odluke	0 1 2 3 4 5 6+
Neko ko će Vam dati savet u vezi sa novim poslovnim mogućnostima	0 1 2 3 4 5 6+
Neko ko će Vam dati pozajmicu do 100 eur	0 1 2 3 4 5 6+
Nekog ko će Vam dati informacije da bolje sagledate određenu situaciju (u vezi sa zdravljem, poslom, hobijem)	0 1 2 3 4 5 6+
Neko ko će Vam dati savet oko upotrebe računara	0 1 2 3 4 5 6+
Neko da se sa njim šalite, zabavljate	0 1 2 3 4 5 6+
Neko da Vas uteši ili da mu Vi pružite utehu	0 1 2 3 4 5 6+
Neko da Vam pokaže ljubav ili naklonost	0 1 2 3 4 5 6+

25. Kada je reč o osobama sa kojima se pretežno ili isključivo družite putem Interneta koliko su oni slični Vama po sledećim obeležjima (obeležite odgovarajuća polja):

	Svi prijatelji	Većina prijatelja	Polovina	Manji deo	Niko
Istog pola kao Vi	0	0	0	0	0
Istog nivoa obrazovanja kao Vi	0	0	0	0	0
Sličnih godina kao Vi	0	0	0	0	0
Iste nacionalnosti kao Vi	0	0	0	0	0
Žive u istom gradu kao Vi	0	0	0	0	0
Žive u istoj državi kao Vi	0	0	0	0	0
Sličnog su materijalnog statusa kao Vi	0	0	0	0	0

26. Možete li oceniti u kojoj meri Vam je upoznavanje novih ljudi na Internetu pomoglo kod sledećih aktivnosti (obeležite odgovarajuća polja):

	U velikoj meri	Donekle	Malo	Nimalo
Da se bolje povežete sa organizacijama ili grupama kojima već pripadate	0	0	0	0
Da pronađete ljude ili grupe koje dele Vaša interesovanja, uverenja, religijsku ili nacionalnu pripadnost	0	0	0	0
Da se povežete sa ljudima različitih generacija	0	0	0	0
Da se povežete sa ljudima različite nacionalne pripadnosti	0	0	0	0
Da se povežete sa ljudima različitog ekonomskog statusa	0	0	0	0
Da se povežete sa ljudima različitih zanimanja	0	0	0	0
Da pronađete nove poslovne mogućnosti	0	0	0	0
Da naučite nove stvari, dobijete nove informacije	0	0	0	0

27. Da li ste stupili u seksualnu vezu sa osobom koju ste upoznali na Internetu?

- 1 Da, više puta
- 2 Da, jednom
- 3 Ne

28. Da li ste stupili u emotivnu vezu sa osobom koju ste upoznali na Internetu?

- 1 Da više puta
- 2 Da jednom
- 3 Ne

29. Da li je ta veza (emotivna ili seksualna) prerasla u trajnu vezu?

- 1 Da jeste i sada sam u vezi sa tom osobom
- 2 Da jeste ali više nismo u vezi
- 3 Ne nije
- 4 Nisam ulazio u vezu

VI Još nekoliko pitanja o društvenosti u svakodnevnom životu za kraj

Molimo vas da u nekoliko sledećih pitanja posvetimo pažnju osobama koje su vam izuzetno **BLISKE**. Pod njima podrazumevamo one osobe sa kojima **diskutujete o za vas važnim stvarima, sa kojima ste u redovnom kontaktu i one koje su tu kada vam je potrebna pomoć**.

30. Koliko imate BLISKIH osoba. (Ako je u pitanju jedna osoba u nekoj od ponuđenih kategorija, onda upišite broj 1, ako su u pitanju dve osobe, upišite broj 2 i tako redom. Potrebno je da pomislite tačno na određene osobe i da njihov broj upišete u navedene vrste pomoći. Za kategorije u kojima nemate bliskih osoba upišite NULU).

	Broj osoba
Članovi uže familije koji ne žive sa vama	0 1 2 3 4 5 6+
Drugi rođaci	0 1 2 3 4 5 6+
Komšije	0 1 2 3 4 5 6+
Ljudi sa kojima radite ili idete u školu	0 1 2 3 4 5 6+
Ljudi koje ste upoznali preko Interneta	0 1 2 3 4 5 6+
Ljudi iz organizacija (crkva, klub, fitnes, udruženje)	0 1 2 3 4 5 6+
Prijatelji (koji nisu uključeni iznad)	0 1 2 3 4 5 6+
Drugi, koji nisu uključeni iznad (upisati relaciju)	0 1 2 3 4 5 6+

31. Koliko su pomenute BLISKE osobe slične Vama po sledećim obeležjima (obeležite odgovarajuća polja):

	Svi	Većina	Oko polovine	Manji deo	Niko
Istog pola kao Vi	0	0	0	0	0
Istog nivoa obrazovanja kao Vi	0	0	0	0	0
Sličnih godina kao Vi	0	0	0	0	0
Iste nacionalnosti kao Vi	0	0	0	0	0
Žive u istom gradu kao Vi	0	0	0	0	0
Žive u istoj državi kao Vi	0	0	0	0	0
Sličnog materijalnog statusa kao Vi	0	0	0	0	0

32. U kojoj meri se ljudi koji su Vam BLISKI međusobno poznaju

- 1 Svi se **međusobno** poznaju
- 2 Većina se **međusobno** poznaje
- 3 Polovina se **međusobno** poznaje
- 4 Samo manji broj se međusobno poznaje
- 5 Niko se međusobno ne poznaje

33. Da li među osobama koje vas okružuju postoje ljudi na koje možete računati za neku od navedenih vidova pomoći (Potrebno je da pomislite tačno na određene osobe i da njihov broj upišete u navedene vrste pomoći. Ukoliko ne postoje ovakve osobe onda zaokružite NULU).

	Broj ljudi
Neko ko će vam dati savet u vezi sa donošenjem važne odluke	0 1 2 3 4 5 6+
Neko ko će vam dati savet u vezi sa novim poslovnim mogućnostima	0 1 2 3 4 5 6+
Neko ko će vam dati pozajmicu do 100 eur	0 1 2 3 4 5 6+
Nekog ko će vam dati informacije da bolje sagledate određenu situaciju (u vezi sa zdravljem, poslom, hobiem)	0 1 2 3 4 5 6+
Neko ko će vam dati savet oko upotrebe računara	0 1 2 3 4 5 6+
Neko da vam pomogne oko renoviranja stana ili kuće	0 1 2 3 4 5 6+
Neko da budu tu za priču (da slušate ili pričate)	0 1 2 3 4 5 6+
Neko da se sa njim šalite, zabavljate	0 1 2 3 4 5 6+
Neko da vam se nađe u slučaju teže bolesti	0 1 2 3 4 5 6+
Neko da vam pokaže ljubav ili naklonost	0 1 2 3 4 5 6+

34. Uopšteno govoreći, da li bi ste Vi rekli da: "Nikada ne možete biti dovoljno oprezni u odnosu sa ljudima ili da se većini ljudi može verovati". Molimo vas da vaš odgovor izrazite brojem od 0 do 10 gde 0 znači da nikada ne možete biti dovoljno oprezni, a 10 znači da se većini ljudi može verovati.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

35. Koliko često upražnjavate neku od sledećih aktivnosti (obeležite odgovarajuća polja):

	Svakodnevno	Nekoliko puta nedeljno	Jednom nedeljno	Nekoliko puta mesečno	Manje od mesečno	Nikad
Izlazite na mesta gde srećete ljude (kafić, diskoteka, žurke)	0	0	0	0	0	0
Posećujete sastanke neke grupe ili organizacije (klub, stranka, crkva i sl)	0	0	0	0	0	0
Svratite kod nekog nenajavljeno ili samo što ste se najavili	0	0	0	0	0	0
Viđate se sa prijateljima (van posla ili škole)	0	0	0	0	0	0

36. Sledeća pitanja se odnose na to kako se osećate u vezi sa različitim aspektima svoga života. Za svaki od navedeni ocenite koliko često se tako osećate (obeležite odgovarajuća polja):

	Skoro nikad	Ponekad	Često
Koliko često osećate da Vam nedostaje društvo	0	0	0
Koliko često osećate da ste izostavljeni	0	0	0
Koliko često osećate da ste izolovani od drugih	0	0	0

HVALA NA STRPLJENJU

Ukoliko želite da učestvujete u nastavku ovog istraživanja molimo vas da u donji prozor upišete vašu e-mail adresu.

Biografija autora

Mr Dalibor Petrović je rođen 1973. godine u Zadru u Republici Hrvatskoj. Završio je srednju elektro-tehničku školu «Nikola Tesla» u Beogradu. Diplomirao (2000) je i magistrirao (2007) na odeljenju za Sociologiju, Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu. Pored toga, školske 2000/2001. godine završio je program za postdiplomce na Alternativnoj akademskoj obrazovnoj mreži u Beogradu, pod nazivom «Politička teorija i praksa demokratije». Takođe je pohađao nekoliko stručnih seminara u zemlji i inostranstvu, a između ostalog bio je i predstavnik Ministarstva prosvete i sporta Republike Srbije na stručnom savetovanju koje je u Velikoj Britaniji organizovao British Council, pod temom - Virtual Learning Communities: Their Role in the Development of a Knowledge Economy (Cardiff, Wells, 13-18 Mart 2005). Posebno se zanima za oblast sociologije komunikacija i Interneta. U periodu od 2001. godine sproveo više istraživanja društvenih fenomena Interneta, čije rezultate je prezentovao u okviru predavanja, tribina i drugih javnih nastupa. Njegov magistarski rad pod nazivom **«Internet i društveni odnosi - uticaj Interneta na nove obrasce društvenosti - slučaj Srbije»** ušao je u najuži izbor za nagradu "Dr Zoran Đinđić" za najbolji magistarski rad iz socioloških i filozofskih nauka u Republici Srbiji, za 2007. godinu. Objavio je jednu [monografiju](#) i više naučnih radova iz oblasti sociologije Interneta. U periodu od 2002.- 2004. godine bio je prvi koordinator Nacionalnog saveta za razvoj Univerzitetskog obrazovanja u Srbiji, aktivno učestvujući u reformi univerzitetskog obrazovanja u Srbiji. Od 2001. godine zaposlen je na Saobraćajnom fakultetu Univerziteta u Beogradu, prvo kao asistent-pripravnik a potom kao asistent na predmetu *Sociologija*, a od 2007. godine drži vežbe na predmetima *Sociologija komunikacija* na osnovnim studijama, kao i *Globalne komunikacije* na master studijama. Pored toga, od 2006. godine angažovan je i na izvođenju vežbi iz predmeta *Sociologija* na Fakultetu organizacionih nauka Univerziteta u Beogradu. Od 2004. godine sekretar je i član predsedništva «Sociološkog udruženja Srbije i Crne Gore». Govori engleski jezik.

Prilog 1.

Izjava o autorstvu

Potpisani: mr Dalibor Petrović
broj upisa: _____

Izjavljujem

da je doktorska disertacija pod naslovom:

Novi oblici društvenog umrežavanja - uloga Interneta u uspostavljanju interpersonalnih odnosa u Srbiji

- rezultat sopstvenog istraživačkog rada,
- da predložena disertacija u celini ni u delovima nije bila predložena za dobijanje bilo koje diplome prema studijskim programima drugih visokoškolskih ustanova,
- da su rezultati korektno navedeni i
- da nisam kršio/la autorska prava i koristio intelektualnu svojinu drugih lica.

Potpis doktoranda

U Beogradu, 19.04. 2012.

Prilog 2.

Izjava o istovetnosti štampane i elektronske verzije doktorskog rada

Ime i prezime autora: mr Dalibor Petrović

Broj upisa: _____

Studijski program: Sociologija

Naslov rada: **Novi oblici društvenog umrežavanja - uloga Interneta u uspostavljanju interpersonalnih odnosa u Srbiji**

Mentor: Prof. dr Sreten Vujović

Potpisani: mr Dalibor Petrović

izjavljujem da je štampana verzija mog doktorskog rada istovetna elektronskoj verziji koju sam predao/la za objavljivanje na portalu **Digitalnog repozitorijuma Univerziteta u Beogradu**.

Dozvoljavam da se objave moji lični podaci vezani za dobijanje akademskog zvanja doktora nauka, kao što su ime i prezime, godina i mesto rođenja i datum odbrane rada.

Ovi lični podaci mogu se objaviti na mrežnim stranicama digitalne biblioteke, u elektronskom katalogu i u publikacijama Univerziteta u Beogradu.

Potpis doktoranda

U Beogradu, 19.04.2012.

Prilog 3.

Izjava o korišćenju

Ovlašćujem Univerzitetsku biblioteku „Svetozar Marković“ da u Digitalni repozitorijum Univerziteta u Beogradu unese moju doktorsku disertaciju pod naslovom:

Novi oblici društvenog umrežavanja - uloga Interneta u uspostavljanju interpersonalnih odnosa u Srbiji

koja je moje autorsko delo.

Disertaciju sa svim prilogima predao/la sam u elektronskom formatu pogodnom za trajno arhiviranje.

Moju doktorsku disertaciju pohranjenu u Digitalni repozitorijum Univerziteta u Beogradu mogu da koriste svi koji poštuju odredbe sadržane u odabranom tipu licence Kreativne zajednice (Creative Commons) za koju sam se odlučio/la.

1. Autorstvo
2. Autorstvo - nekomercijalno
- 3. Autorstvo – nekomercijalno – bez prerade**
4. Autorstvo – nekomercijalno – deliti pod istim uslovima
5. Autorstvo – bez prerade
6. Autorstvo – deliti pod istim uslovima

(Molimo da zaokružite samo jednu od šest ponuđenih licenci, kratak opis licenci dat je na poledini lista).

U Beogradu, 19.04.2012.

Potpis doktoranda
