

САМИР Х. ЉАЈИЋ¹

УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ, ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ
ДЕПАРТМАН ЗА КОМУНИКОЛОГИЈУ И НОВИНАРСТВО

ДРУШТВЕНА УСЛОВЉЕНОСТ РАЗВОЈА ИНТЕРНЕТА

САЖЕТАК. Технологија није самоникли продукт који настаје у друштвеном вакууму већ она настаје у одређеној релацији са друштвом, па је тако развој електронских комуникационих технологија условљен друштвеним трансформацијама које су отворале простор за развој ових технологија. Тако интернет представља одговор на одређене друштвене процесе па у нашем флуидном живљењу јединка постаје центар посредованог модела друштвености. Користећи Хабермасову типологију друштвене акције интерперсоналне медије класификујемо као информационо-сарађивачке, социјабилне, експресивне и стратегијске, а модерно друштво и употреба интернета условљавају и њихову трансмисиону и прокреативну улогу. Историчари и социолози инсистирају на поделама везаним за структуру и на оним које доносе промене. Тако се с једне стране заговара теза да рачунари нису штетни као што ни писменост није штетна, већ да постоје последице за оне који их користе. Теорија језика инсистира на томе да текст не постоји сам по себи већ га читалац обликује и интерпретира, па тако ни медији не рефлектују стварност са њеним значењима већ активно раде на томе да стварност добије значење. У ери својеврсне планетарне експлозије супкултура идентитет савремених интернет генерација постаје мултикомплексан, вишеслојан и транскултурни. Тако и наше поимање интернета као доминантног медија данашњице мора бити комплексно. Стога, иако интернет омогућава демократизацију знања које постаје доступно свима, не смемо пре небрегнути чињеницу да фундаментална друштвена улога медија

¹ ljajics@gmail.com

Рад је примљен 9. маја 2019, а прихваћен за објављивање на састанку Редакције Зборника одржаном 30. марта 2020.

извире из њихове манипулативне моћи која почива на стратегијама производње и контроле симболичких потенцијала друштва.

Кључне речи: интернет; друштво; друштвена условљеност; медији; информационо-комуникационе технологије; манипулација.

Интернет можемо дефинисати као глобалну мрежу која повезује рачунаре и рачунарске мреже коришћењем истоименог протокола (интернетски протокол = ИП). То је „мрежа свих мрежа“, док еволуција најчешће подразумева развој из нижега у више, из једноставнога у сложено, некога природног или друштвеног процеса или појма. Интернет показује сва дејства општила у убеђивању, пропаганди, индоктринацији, а све то са циљем да се изнађу технике, поступци, којим ће се та знања најоптималније применити на пољу рекламирања, изборне технике, манипулација јавним мњењем, што је, једна изразито прагматистичка оријентација (Маклуан, 1971). Маклуан даље трврди да се средства друштвеног општења појављују као најдубље детерминанте друштва и ту убраја и средство тржишног повезивања: новац и игру. Вилбур Шрам (1963, стр. 6) сматра да је „масовно општило само комуникатор код којег је однос између аутпута и инпута велики“. Интернет је изазвао конфликт старог начина размишљања са нечим новим. Ово се најбоље разуме кроз Чиконијево вулгарно-материјалистичко објашњење интернета. Он каже да нема ничег апстрактног или надреалног у светској мрежи. Она је у власништву приватног сектора и представља збир електронске опреме у коју треба улагати и за чије коришћење треба платити, што значи опет је ту новац и игра. Управо зато средства масовног општења поседују велику моћ искључиво услед тога што имају велики број потрошача.

Друштво није никад свесно свих последица које му нови тип друштвеног општења доноси. Према Маклуану „општило представља поруку“, зато што управо општило уобличије и одређује размеру људског и удруживања и делања, што је једнако тачно и данас у електронској ери имплозије (Маклуан, 1971, стр. 42–43). Интернет је савремени летећи ћилим којим путујемо просторима сазнања (Бјелица и Јевтовић, 2006). Посматрајући област новинарства Бјелица и Јевтовић тврде да „синергија комуникацијских интерактивности не значи раскид са старим (електронским) медијима, већ стварање хетерогеног, истраживачког и

непрегледног поља технолошких и новинарских конвергенција, аналогија и комбинација“ (Бјелица и Јевтовић, 2006, стр. 140). Данашња средства информисања нас не напајају формираним комадима већ „крхотинама и трептајима слика па се тако од нас тражи да идентитет саставимо из делића, да начинимо конфигуративно или модуларно ја“ (Тофлер, 2009, стр. 172). Док су остала општила била наставци органа и чула, електронска општила су наставак самог централног живчаног система. Као и говор, она повезују мисли, као и говор, садржина њихове поруке је недоречена, она пружају мали број података. Зато, као и говор, она стварају „заједницу племенског типа па су врло моћна“ (Маклуан, 1971, стр. 19). Социолошко значење и значај технолошка средства комуникације добијају захваљујући утицају који имају на друштвени поредак и друштвену стварност. Тако Питер Голдинг даје једну дихотомну поделу технологија у којој се као критеријум истиче управо њен „друштвени потенцијал“, односно могућност да утиче и мења постојеће друштвене процесе, да подстиче или узрокује потпуно нове друштвене активности и трендове. Мекензи (2013, стр. 96) указује да „умрежено друштво“ које нема „центар“ већ „прикључке“, као и идеја „виртуелне географије“ утиче на то да „више немамо корене већ антене – више немамо порекло већ терминале“.

КАКО И ЗАШТО ЈЕ НАСТАО ИНТЕРНЕТ?

Још 1946. године у Пентагону јавности је представљен електронски нумерички интегратор и компјутер – ЕНИАК. До краја 1958. године продаје се укупно 46 уређаја који су користили машинске језике: ФОРТРАН, АЛГОЛ и АПТ. Развојни закон информатичке револуције дефинисао је Гордон Мур 1965. године. Поред илузије наметања забаве и потрошње, схватило се да мрежа може својим творцима донети неслућену зараду, али и механизме којима ће „бележити и надгледати друштвени живот“ (Мекензи, 2013, стр. 143). За време трајања хладног рата, започиње развој технике и технологије за повезивање различитих компјутерских мрежа. Интернет се развио из пројекта америчког Министарства, а са циљем размене података преко жице и стварања мреже која ће функционисати и у условима делимичног уништења њене физичке структуре. Стога настанак интернета везујемо за шездесете године XX века, тачније 1969. годину када је настала прва мрежа АРПАНЕТ, која се сматра претходницом интернета. Ова мрежа

повезивала је америчке научне и академске истраживаче и састојала се из четири чвора. Тадашњи председник Америке Ајзенхауер започео је развој агенције АРПА (Advanced Research Project Agency) са циљем заштите САД-а, а замишљена је као мрежа која је требало да обезбеди комуникацију војних лабораторија, владиних бироа и универзитета, на којима се реализују бројни пројекти од интереса за армију.² На АРПАНЕТ је 1973. године спојен и први чвор изван граница САД-а и то University College of London у Великој Британији. Тих година уведен је и нови мрежни протокол (NCP – Network Control Protocol), који је омогућио лакше умрежавање. За овај период везује се још и настанак e-mail-а, mailig листе и news групе. АРПАНЕТ 1975. године у потпуности преузима Министарство одбране, претворивши га у садашњу DDN (Defense Data Network).

Због уочених недостатака, развија се нови протокол на којем се и данас базира интернет (TCP/IP, Transmission Control Protocol/Internet Protocol) – протоколи и правила за пренос података између различитих мрежа рачунара. Они представљају начин за размену информација између мрежа и коначно су дефинисани 1983. године. Године 1978. и 1979. ширио се и Usenet, конференцијски систем преко кога су студенти и професори америчких универзитета размењивали мишљења о разним стручним и неформалним темама. IBM је 1977. године основао BITNET, – „Because It’s Time Network“, мрежу на коју је прикључио универзитетске рачунаре из Сједињених Држава. У периоду од 1987. до 1998. године више од 300 различитих произвођача је подржавало TCP/IP протокол. До 1987. године Интернет је повезивао 28.000 компјутера да би већ крајем исте деценије окупљао више милиона корисника из пет хиљада центара и 26 држава. Само пет година касније услуге мреже користило је око тридесет милиона људи из 105 држава. Тако настаје привилегована „дигитална класа која ствара сопствени културно-визуелни идентитет“ са образваном корпорацијском публиком, која тежи да у новом информативном поретку пронађе свој интерес и вредности (Бјелица и Јевтовић, 2006, стр. 143). EARN је мрежа која је следила концепт повезивања малог броја великих мрежа. Национална фондација за науку (NSF) 1990. године представља пројекат умрежавања разних организација. Задатак је био да се повеже EARN који је по-

² О историјском развоју интернета видети више на: <https://fmk02808.wordpress.com/2008/11/27/istorija-i-razvoj-interneta/>

стојао у многим државама – JANET у Великој Британији, NOR-DUNET у скандинавским земљама, FUNET у Финској. Ова мрежа је укључивала 35 земаља, повезивала је 950 рачунара и преко 600 институција. Године 1989. интернет добија облик данашњег уз помоћ Тим Барнерс Лија који издаје први предлог за World Wide Web (WWW) у Институту за физику честица у Швајцарској. АРПА-НЕТ 1990. Године престаје са постојањем и све њене оригиналне везе се укидају.

Рачунар уводи нови речник који разјашњава и изнова концептуализује временске феномене и одређује ритам живота. Подаци се обрађују временом испод прага свести, па их људска чула не могу опажати. Рачунари, па и друге технологије, тако доводе до размасовљења времена. Тако тачност попут моралности постаје зависна од ситуације. У трећем таласу, наглашава Тофлер, „потрошња и производња постају конфигуративне“ (Тофлер, 2009, стр. 26). Коришћење рачунара такође следи матрицу од концентрације ка дисперзији, јер цивилизација трећег таласа брише старе конструкте стандардизације, синхронизације и концентрације који су управљали друштвеним одлучивањем. Година 1991. обележена је појавом првог WWW browser-а и први пут се јавља одређени појам за претраживање страница интернета – сурфовање. Године 1993. направљен је први графички претраживач назван MOSAIC. Године 1992. остварују се неочекивани резултати у свету интернета отварањем прве банке и најавом комерцијалног коришћења интернета. Поред овог успеха, веома битно јесте одржавање прве међународне конференције о World Wide Web-у у CERN-у где CERN (European Organization for Nuclear Research) и NCSA (National center for Supercomputing Applications) оснивају International WWW Conference Committee. Након тога се одржава и први састанак организације задужене за одлучивање о службеним стандардима интернета назване W3C (World Wide Web Consortium). Следећи корак било је представљање NETSCAPE и INTERNET EXPLORER. Године 1995. HTTP промет (WWW) постаје симбол најкоришћенијег протокола интернета. Уједно, Sun Microsystems објављује први Java browser звани Hot Java, укључујући и први програмски језик назван JAVA. Године 1997. број сервера прелази цифру од 16 милиона рачунара.

Најзначајније обележје данашњег света јесте општа медијализација. Тако брзина преноса информација постаје врло битна, далеко битнија него јачање заједништва око хуманих, еколошких и других вредности. Медијска индустрија све чешће разматра са-

времене технолошке платформе као основу новог лика живота, у коме „произвођачи и потрошачи дигиталних средстава масовних комуникација постају кључне фигуре коришћења слободног времена“ (Арачки, 2017, стр. 5–7). Наступило је време у којем се људска култура и људске вредности обликују путем електронских медија, који су у функцији максимализације профита. Тржишно прихваћеном постала је теза да је „најбрже растућа и најрентабилнија она индустрија која је објединила телефон, телевизију, компјутер и медијску уметност“ (Thurrow, 1997, стр. 82–87). Власт глобалног поретка није у економијама производње и трговине, већ економијама информација и знања. Кључ којим се отварају капије моћи налази се у „медијима, односно култури, јавном дијалогу, толеранцији и масовности, која се елитистичком деспотизму супротставља информатичком мрежом доступном свим члановима цивилног друштва“ (Бјелица и Јевтовић, 2006, стр. 145). Отуда велика улагања у нове технологије, јер се свако значајније откриће стотруко враћа.

ИНТЕРНЕТ НЕКАД И САД

Интернет се развија муњевитом брзином. Компанија Google се на глобалној мрежи појавила 1998. године, бележила је око девет хиљада претрага, што је на годишњем нивоу износило око 3,6 милиона. Следећих девет година, са растом интернета расла је и популарност Google претраживача, па је 2007. године он дневно остваривао око 1,2 милијарде претрага, што је на годишњем нивоу чинило преко 438 милијарди Google претрага. Према подацима Internet Live Stats из 2016. године, у свакој секунди Google одради импресивних 54 хиљаде претрага, што износи око 90 милијарди претрага месечно. Фебруара 2018. године 57,6% свих корисника (на било ком уређају) интернету приступа користећи Google Chrome, 14,9% Apple Safari, 7,9% UC Browser, 5,5% Mozilla Firefox и 3,7% Opera.³ Раст мобилног интернета видљив је већ из поређења података StatCounter-а из фебруара и децембра 2017. године. Док је у фебруару мобилни интернет обухватао 49% корисника, у децембру је већ порастао на 52%.

Усложњавањем социјалне и економске динамике друштва утицај садржаја медија на људе као појединце, на њихова разли-

³ Више о статистичким подацима видети на: <http://gs.statcounter.com/browser-market-share>

чита бића, на социјум у целини несумњиво је порастао. Масовни медији својим деловањем створили су ново биће, такозваног човека медија или *homo mediatas*, којег свакодневно бомбардују различитим садржајима, чији циљ није развијање његовог критичког мишљења, већ пре свега „контролисање слободног времена и анестезирање његове свести, којом би многи да манипулишу“ (Арацки, 2017, стр. 11). Роберт В. Мекчејсни каже да смо уместо обећане радикалне демократизације јавне сфере, истинског медијског плурализма, децентрализације друштвене моћи, нестанка цензуре, декомерцијализације културе и тржишта без монопола добили нешто друго. Разлоге проналази у комерцијализацији интернета због промене јавних политика током 1990-их година и последичном деловању капиталистичких сила на његов даљи развој. У својој књизи *Дигитална искљученост: како капитализам окреће интернет и проширује демократију* Мекчејсни тврди да је комуникацијски простор интернета концентрисан у „облацима“ неколицине монополистичких корпорација, „рекламирање базирано на праћењу корисника је постало доминантан пословни модел, електронске комуникације су под сталним надзором обавештајних служби, а информативни медији су у кризи без преседана“ (McChesney, 2015, стр. 94–107). Робин Мансел је анализирао литературу о интернету и поделио ауторе у два велика тabora, у поборнике и скептике. Други аутори говоре о утопистима и дистопистима. Утописти наглашавају добробити виртуелне заједнице, која најављује остварење концепта „глобалног села“ Маршала Маклуана. Интернет се тако придружује мас-медијима у функцији конститутивног чиниоца друштва и једног од водећих агенаса социјализације. Информатичко доба најављује крај масовне комуникације: уместо доминације мас-медија, све су присутнији интерактивни, демасификовани медији. На размеђи цивилизацијских „таласа“, развијају се снажне алтернативне „комуникационе магистрале“, утемељене изван друштвеног и институционалног mainstream-а. Комуникатори су све мање ситуирани у физичком, а све више у сајберпростору – који нема јединствен дизајн ни структуру, али тежи универзалности (Milutinović, 2011, стр. 31–35).

КАРАКТЕРИСТИКЕ ДИГИТАЛНОГ ДРУШТВА

По речнику законодавства ЕУ, информационо друштво је синонимно са оним што се зове „нове информационе и комуникаци-

оне технологије“ (ИКТ). Те технологије се у ствари односе првенствено на масовно коришћење информационо-комуникационе мреже „Интернет“. Подобласт информационог друштва у ЕУ обухвата аудио-визуелне и медијске политике, комуникације, дигиталну агенду за Европу, ИКТ истраживања, Интернет, медијску координацију, медијску књижевност и медијске програме. Дигитално друштво карактерише према Криберу и Мартину (2009) информисаност, брзина, пословање, глобализација и раст и развој. Дигитално друштво је заједница у којој се сва поља човековог живота и рада и целокупно окружење организују уз помоћ дигитализованих информација. Дигитално друштво истовремено ствара и читав низ сасвим нових канала и алатки за практично деловање, које су потпуно различите, знатно моћније, држе и ефективније у односу на оно што је на том плану нудило класично, преддигитално друштво.⁴

ИНФОРМИСАНОСТ

Главни покретач дигиталног друштва јесте информација. Онај ко има информацију има моћ, новац. Жеље за информацијама су неисцрпне, људи стално трагају, истражују, решавају проблеме, послују, попуњавају време, откривају нешто ново и траже забаву, јер је то у природи људског бића. Интернет као доминантна светска мрежа нуди веома брз, лак и јефтин пут до информација. Захваљујући информацијама људи се повезују, и приступ њима истовремено од стране различитог броја људи, са различитих удаљености у било којем времену је од великог значаја. Не само да је долазак до жељеног непосредан и једноставан већ и дељење информација, преузимање и размена јесу такође једноставни процеси, што нарочито има утицаја у електронском пословању. Интернет отвара широко поље дигитализацијом све већег броја података; њиховим разврставањем, укрштањем и анализом ствара се много јаснија представа о окружењу, слика о могућностима које нам стоје на располагању, као и предлози оптималних решења за конкретне проблеме.

Ипак, сам процес долажења до информација узрокује негативне последице, па тако на пример, недавно објављена студија америчких психолога показује да свакодневно коришћење друштва

⁴ Више о овоме видети на: http://www.academia.edu/9896823/digitalno_društvo_i_strukturne_promene_savremenom_u_društvu

них мрежа, у трајању од два сата, удвостручава шансе да ће се особа осећати усамљеном. Истраживање је обухватило 2.000 младих од 19 до 32 године. Шта су нам то одузеле, а шта дале нове технологије? Показало се да су ментално здравље, изолација и усамљеност повезани са друштвеним мрежама. Промене у понашању бележе се и у најранијем узрасту јер су деца сугестибилна и лако примају утицај са стране. Међутим, нове технологије су нам широм отвориле врата једног новог света па тако знање никад није било доступније. Када је лансиран „ајпед“, Стив Џобс га је описао као невероватан уређај који помаже у едукацији, омогућава људима да сурфују интернетом, гледају видео-записе и међусобно комуницирају. Друштвене мреже су нам омогућиле поседовање сопственог медија у виду профила на којем креирамо лични бренд, често провучен кроз неколико филтера. Стручњаци упозоравају да са дељењем личних информација треба поступати опрезно.

БРЗИНА

Битно својство данашњег дигиталног друштва јесте брзина одвијања услуга које нам нуди и уштеда времена. Брзина ширења информација, брзина коминукације, испоруке, брзина обављања задатака које врше апарати, брзина промена, брзина обављања посла, олакшавају нам начин функционисања у друштву и држе развијање. Свет не спава ни у једном тренутку, како кажу научници, увек се ствара нешто ново, нешто се сазнаје, нешто се открива, производи, а друштво тежи да све то испрати и буде у току. У данашњем дигиталном друштву не можете опстати ако нисте довољно брзи, јер друштво то захтева од вас. Послови за које су раније били потребни сати и дани рада сада се обављају једним кликом. У дигиталном свету мале ствари доводе до промена и великих експанзија. Све се заснива на брзини и једноставности.

ПОСЛОВАЊЕ

Информационо друштво је друштво у коме стварање, дистрибуција и манипулација информацијама постаје значајна културна и економска активност. Оно се заснива на „економији знања“ јер профит генерише експлоатацијом знања, а у мањој мери, природних ресурса. Централно место у овим друштвима заузимају

информационе технологије које директно утичу на производњу и економију. Сматрају се наследником индустријских друштава. Дигитално друштво олакшава све сфере пословања. Канали продаје, које користимо преко рачунара и клика мишем (clicks replace bricks) замењују и потискују физичке продавнице од цигала и бетона. Интернетска промоција настоји разним подстицајима да доведе потрошача на компанијски сајт, како би он сâм дошао до онога што му треба и обавио директну куповину и за ту промењену стратегију створен је нови израз „долазни (inbound) маркетинг“. Пословање путем интернета нуди нове могућности у продаји, ниже трошкове продаје, мања улагања у обраду, глобални приступ новим тржиштима као и пружање бољих услуга.

ГЛОБАЛИЗАЦИЈА

Дигитално друштво је друштво које „не познаје нације, границе држава, природне препреке и слојеве друштва“ (Палфри и Гасер, 2008), глобалног је карактера и развија се на простору целе планете. Ипак и ово новонастало интернетско друштво се исто као и Запад 90-их година увлачи у оно што су филозофи окарактерисали као „молекуларни грађански рат, умножено и споља гледано бесмислено насиље на свим нивоима, од породице и школе, па до државне врхушке“ како то сликовито описује Георгијевич Кара-Мурза 2011. године. Тврди се да пре ширења телевизије ништа није уносило такве чудовишне промене у технику убеђивања маса. Механизам је једноставан. Наши неурони огледала пресликавају истоветну информацију од онога што управо видимо на наше моторне неуроне и тако омогућава учествовање у радњама друге особе као да их сами изводимо. Тако се остварује „неуролошки, емоционални и мотивацијски синхронизитет, што напослетку кулминира координираном друштвеном акцијом, или одсуством друштвене реакције, као основном политичком функцијом процеса конструисања референтне друштвене стварности“ (Ђукић, 2012, стр. 237).

Кључни појам дигиталног друштва је умрежавање. Кад се говори о повезивању људи, онда је реч о мрежама. Кад један члан неке друштвене мреже објављује своје садржаје на увид другим члановима и целокупној јавности, онда се ради о новом медију у правом смислу те речи. Појединац, обичан човек, није више само јединка у огромној безименој гомили која се назива публиком и која упија оно што објављује екипа професионалних емитера.

Сада је сваки појединац, раније пасивни члан гомиле, у прилици да и сам објављује. То опет значи да је у суштини сваки појединац бар потенцијално и публика и медиј. Такав епохални технолошки искорак чини могућим најразличитије врсте повезивања, почев од забаве, преко заједничких пословних подухвата, па до организовања заједничких политичких и друштвених акција. Ова техничка и комуникациона унапређења чине могућом и глобалну синхронизацију друштвених и политичких активности.

РАСТ И РАЗВОЈ

Крајем 2008. године комуникација лицем у лице била је 20 пута „већа“ од оне путем интернета, а две и по године касније, она је већа само 5,5 пута. Отварањем огромног поља за пословање и комуницирање, информатичко друштво ствара и много веће могућности напредовања, а самим тим и померања на друштвеној лествици. Интернет се може сматрати новим каналом социјалне покретљивости, а пошто је релативно јефтин сервис, он је од посебне важности за ниже социјалне слојеве зато што даје квалитетније увиде и знања, омогућава већу друштвену повезаност и умреженост у односу на прединтернетску заједницу. О расту и развоју дигиталног друштва говоре чињенице да је крајем 2014. године број корисника интернета био око 3 милијарде, 2012. године регистровано је 634 милиона активних веб-сајтова, а у 2018. години преко 1,24 милијарди, најбрже растући сегмент је број мобилних корисника друштвених медија. Јужна Кореја води са 71,5% становништва који су корисници мобилног интернета. Најчешће три активности мобилних корисника у 2018. години су мапе, инстант поруке и музика. Страница Гугла је скоро троструко посећенија од другог места на листи (Facebook).

ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ

Дигитално друштво ствара читав низ сасвим нових канала и алатки за практично деловање, које су потпуно различите, знатно моћније, брже и ефикасније у односу на оно што је на том плану нудило класично, преддигитално друштво. И то такво прединтернетско друштво је добро знало да медији (негативно) обликују понашање одређених друштвених група, па тако 1995. године читамо у извештају Карнегијевог фонда да „телевизија не користи своје васпитне могућности и храни најнегативније мо-

деле социјалног понашања, а пасивно посматрање реклама може ограничити критичко мишљење малолетника и стимулирати агресивно понашање“ (Георгијевич Кара-Мурза, 2011). Георгијевич Кара-Мурза такође инсистира на важној улози новинара да се успротиве притиску манипулатора, диктатора и брисању граница између стварности и фантазије.

Нове друштвене структуре које настају у различитим подручјима људске активности и искуства указују на то да се доминантне функције и процеси у информатичком добу све више организују око мрежа. Како наводи социолог Мануел Кастелс:

„Мреже стварају нову друштвену морфологију у нашим друштвима, а ширење логике умрежавања значајно мења поступак и резултате у процесима производње, искуства, моћи и културе. Умрежени облик друштвене организације постојао је у другим временима и просторима, али нова парадигма информатичке технологије даје материјалну основу за њено продорно ширење кроз целу друштвену структуру.“ (Кастелс, 2000, стр. 493)

Друштвене мреже су групе међусобно повезаних појединаца који имају неки заједнички атрибут, могу да воле исти спорт или да се бава истим послом. На микронивоу, породице и групе пријатеља поседују карактеристике мреже. Друштвена мрежа је друштвена структура која је одређена друштвеним интеракцијама између индивидуа или појединаца, група, организација или комплетних друштава. Циљ друштвене мреже је одржање и јачање (веза) тако креираног скупа. Главне друштвене јединице у тако формираној структури су чворови, а интеракције у које спајају друштвене јединице су везе. Појединац (група, организација, друштво) може бити члан више друштвених мрежа. Развој веб-технологија омогућио је формирање друштвених заједница на интернету – online друштвених мрежа. Разлика код online и offline друштвених мрежа је у начину организације. У ИТ свету друштвена мрежа је синоним за online друштвену мрежу. Друштвене мреже се често поистовећују са веб-сајтовима друштвених мрежа, али друштвене мреже не треба мешати са сервисима за друштвене мреже као што су MySpace, Facebook или са виртуелним заједницама. Друштвеним мрежама се, на пример, бави и економија са свог аспекта и интереса, као и етика. Са друге стране, друштвене мреже се реализују и као скуп медија и њихових веб-апликација – сервиса за повезивање корисника и размену мултимедијалних садржаја. Тиме се у изучавање друштвених

мрежа укључују и рачунарство, информатика, информационе технологије.

ИНТЕРНЕТ И ВЕБ СЕРВИСИ

Интернет, појава Web 2.0 технологија и појава друштвених медија и друштвених софтвера омогућили су развој и коришћење савремених друштвених мрежа. Интернет може да се посматра са функционалног становишта, па се онда дефинише преко услуга које нуди својим корисницима. Тако посматрано, интернет је мрежна инфраструктура која омогућава рад дистрибуираним апликацијама које корисници користе. Ове апликације укључују веб који омогућава корисницима размену порука, преглед, постављање и преузимање садржаја, управљање рачунарима на даљину, друштвено умрежавање. Апликације и сервиси на интернету подељени су у три групе према времену настанка и могућностима које пружају. Тако данас разликујемо Web 1.0, Web 2.0, и тренутно актуелне Web 3.0 технологије. Web 1.0 технологија је технологија преко које је била омогућена углавном само претрага и преглед садржаја и зато се и назива „read only web“. Web 2.0 технологија или „read-write web“ може да одговори на различите захтеве корисника. Web друге генерације подразумева размену информација, колаборацију и социјализацију корисника. Фактори који мотивишу кориснике да креирају и уређују садржаје на Web-у су: технолошки, социјални, економски и институционални. Web 3.0 или „read write execute web“ другачије се зове и интелигентни или семантички Web. Ове технологије подржавају међусобне интеракције рачунара преко интернета. Чињеница је да данас садржајима на интернету много више приступају рачунари (програми) него људи. Два су главна изазова расту семантичког Web-а. Први је покушај повезивања постојећег садржаја са семантичким значењем помоћу неких врста метаподатака, а други развити скуп апликација које се користе тим новогенерисаним знањем на бази метаподатака.

ЗАКЉУЧАК

С обзиром на то што се данас производе информације у огромном броју, који превазилази моћи људског схватања постало је немогуће да процесуирамо и схватимо количину података без помоћи компјутера који процесуирају, селекутују, индексирају информације из растућих база података. Крајем 2017. године забележено је 4.156.932.140 интернет корисника. Када је реч о ин-

тернет корисницима питање је на који начин он утиче на одржавање интерперсоналних веза: „комплементарно, супституционо или неутрално“ (Петровић, 2014, стр. 18). Друштвени значај интернета као нове медијске технологије може се у том смислу разумети као основа за структурирање различитих облика друштвених искустава. Интернет технологије представљају једну од претпоставки за репродукцију постојећих и настанак нових друштвених простора комуникације и интеракције. Центар за образовно истраживање и иновације (ЦЕРИ) бави се темом ефеката технологија на развој когнитивних вештина, социјалних вредности, животног стила и образовања. Постоје чврсти докази о ефектима технологија на развој когнитивних вештина, нарочито у областима везаним за визуелно просторне вештине и невербалне форме интелигенције. Време проведено уз дигиталне технологије омогућава развијање других форми социјализације у сајбер простору. Дигитално доба донело је са собом изучавање вештина као што су процена, анализа, приступ, учествовање и креативност, а које су од значаја током решавања проблема који се јављају у свакодневном животу.

Постоје и друга сагледавања која кажу да интернет смањује наш капацитет за концентрацију и контемплацију. На основу тога настаје све већа површност и мањак критичког размишљања, односно вредновања и тумачења. Интернет утиче на то да се памти мало и не промишља дубоко али висок ниво комфора који пружа технологија понекад ствара осећај лажне способности (Берк, 2010).⁵ Морамо се стално сећати Антонија Грамшија који каже да не треба дејствовати чеоно, на базу друштва, већ преко надградње – вршећи „молекуларну агресију“ у свест и разарајући „културно језгро“ друштва. Важан услов успешне манипулације представља разарање психолошке заштите човека, оних начела на којима се држи његова способност да критички прима информације.

Интернет намеће познавање дигиталних компетенција (укупно 21) које се групишу у пет области: Информациона писменост, Комуникација и Колаборација, Креирање дигиталних садржаја, Сигурност и Решавање проблема. Дигитална компетенција се дефинише као способност критичког и безбедног коришћења тех-

⁵ Више о овоме видети у: Digitalna generacija u visokom obrazovanju: buđenje kreativnosti. Available from: https://www.researchgate.net/publication/323254569_Digitalna_generacija_u_visokom_obrazovanju_budenje_kreativnosti [accessed Jan 24 2019].

нологије на послу, у слободно време и у комуникацији. Као општа, међупредметна (трансверзална) компетенција, дигитална компетенција омогућава стицање других кључних компетенција (језичке, математичке, овладавање вештинама учења, културна освешћеност и изражавање) (Puni i Ala-Mutka, 2007, стр. 210–215). Ревидирани модел дигиталне писмености према Ешет-Ел-келеју (2012) укључује следеће вештине: фото-визуелна писменост омогућава корисницима да интуитивно и без ограничења „читају“ и разумеју инструкције и поруке које су приказане у визуелно-графичкој форми; репродуктивна писменост представља способност креирања смислених, аутентичних и креативних продуката, интегрисањем постојећих, независних делова информација; информациона писменост подразумева поседовање когнитивних вештина које омогућавају критичко процењивање квалитета и валидности информација; разграната или хипермедијска писменост представља способност претраживања информација на нелинеаран начин и развој мултидимензионалног мишљења; социјално-емоционална писменост односи се на вештине избегавања ризика и коришћења добрих страна дигиталне комуникације; мишљење у реалном времену представља способност истовременог процесуирања и евалуирања велике количине информација у реалном времену (Ешет-Ел-келеју, 2012, стр. 267–276). Можемо закључити користећи Петровићеву (2014, стр. 3) тврдњу да технологија, односно интернет, пружа животни импулс друштву, а друштво повратно ставља нове задатке пред технологију.

ЛИТЕРАТУРА Бригс, А. и Кобли, П. (2005). *Увод у студије медија*. Београд: Клио.

Георгијевич Кара-Мурза, С. (2011). *Манипулација свешћу*. Београд: Весна Инфо д.о.о.

Кастелс, М., (2000). *Информацијско доба: економија, груштво и култура*. Загреб: Голден маркетинг.

Мекчејсни, Р. (2015). *Дигитална искљученост: како капитализам окреће интјернет и прошир демократије*. Београд: Факултет за медије и комуникације – Универзитет Сингидунум.

Aracki, Z. (2017). Homo Mediatas as the Result of Media Industry Transformation. *Media dialogues/Medijski dijalozi*, 10 (2), 51–62.

Vjelica, M. i Jevtović, Z. (2006). *Istorija novinarstva*. Beograd: Megatrend.

European Commission. Digital Agenda for Europe: A Europe 2020 Initiative. The Onlife Initiative. Concept Reengineering Exercise: Rethinking Public Spaces in the Digital Transition

Digitalna generacija u visokom obrazovanju: buđenje kreativnosti. Available from: https://www.researchgate.net/publication/323254569_Digitalna_generacija_u_visokom_obrazovanju_budenje_kreativnosti [accessed Jan 24 2019].

Đukić, N. (2012). Social role of the media: Control of social reality. *Politeia*, 2 (4), 229–246.

EU economy. E-Business W@tch, European Commission, Enterprise Publications, July/August.

Eshet-Alkalai, Y. (2012). Thinking in the Digital Era: A Revised Model for Digital Literacy. *Issues in Informing Science and Information Technology*, 9, 267–276.

Kress, K. & van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.

Leburić, A. i Sladić, M. (2004). *Modeli istraživanja Interneta kao novog medija*. Zadar.

Makluan, M. (1971). *Poznavanje opština-čovekovih produžetaka*. Beograd: Prosveta.

McKenzie, J. (2013). Daniel Bell's 'Disjunction of the Realms': On the Importance of Unfashionable Sociology. *Thesis Eleven*, 118 (1), 96–104.

Mansell, R. (2002). *Inside the Communication Revolution – New Patterns of Social and Technical Interaction*. Oxford University Press.

Mayer, R. C., Davis, J. H., Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20 (3), 709–734.

Milutinović, I. (2011). Između utopije i moralne panike: o društvenoj vrednosti interneta. *CM: Communication Management: časopis za upravljanje komuniciranjem*, 6 (18), 29–57.

Palfrey, J. & Gasser, U. (2008). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York, NY, US: Basic Books.

Petrović, D. (2014). Društvena konstrukcija interpersonalnih medija – od telegrafa do interneta. *Zbornik Internet i Društvo*, Niš, Beograd.

Punie, Y. & Ala-Mutka, K. (2007). Future Learning Spaces: new ways of learning and new digital skills to learn. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 2 (4), 210–225.

Schramm, W. (1963). *The Science of Human Communication*. New York: Basic Books, p. 6.

Thurow, L. (1997). *Budućnost kapitalizma*. Zagreb: MATE.

Tofler, A. (2009). *Treći talas I i II. Jugoslavija*. Beograd.

<http://www.raf.edu.rs/citaliste/internet/3623-istorijski-razvoj-interneta-i-racunarskih-mreza>

http://www.academia.edu/9896823/digitalno-društvo_i_strukturne_promene_savremenom_u_društvu

<http://gs.statcounter.com/browser-market-share> Dostupno na: <http://gs.statcounter.com/platform-market-share/desktop-mobile-tablet/worldwide#monthly-201702-201702-bar>

SAMIR H. LJAJIĆ
UNIVERSITY OF NIŠ
FACULTY OF PHILOSOPHY

SUMMARY

SOCIAL CONDITIONING OF THE INTERNET DEVELOPMENT

Technology is not a self-contained product that arises in a social vacuum, it arises in a certain relationship with a society, thus the development of electronic communications technologies is conditioned by social transformations that have opened up space for the development of these technologies. Therefore, Internet represents an answer to certain social processes and in our fluid life an individual becomes the center of the mediated model of sociability. Using Habermas's typology of social action, interpersonal media are classified as informational-collaborative, sociable, expressive and strategic, and modern society and the use of Internet condition their transmission and procreative role. Historians and sociologists insist on the structure-related divisions and those that bring about change. Thus, on the one hand, it is argued that neither computers nor literacy are harmful, but that there are consequences for those who use them. Language theory insists that the text does not exist by itself but is a product of readers' interpretations, the same way media do not reflect reality but actively work to create it. In the era of planetary explosion, the subcultures and identities of the modern Internet generations have become multifaceted, multilingual and transcultural. Thus, our understanding of the Internet as media must be complex, too. Therefore, despite knowledge democratization and its availability through the Internet, one must not neglect that fundamental social role of media springs from their manipulative power, based on strategies of production and control of the symbolic potentials of society.

KEYWORDS: Internet; society; social conditions; media; information and communication technologies; manipulation.



Овај чланак је објављен и дистрибуира се под лиценцом Creative Commons Ауторство-Некомерцијално Међународна 4.0 (CC BY-NC 4.0 |

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

This paper is published and distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial International 4.0 licence (CC BY-NC 4.0 | <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).