

**PARADIGMA INFORMACIONOG DRUŠTVA IZAZOVI I ŠANSE...**

By: Zorana Popovic

As of: Dec 13, 2018 11:08:28 PM  
93,787 words - 981 matches - 227 sources

Similarity Index

**36%**

Mode: Similarity Report ▼

**paper text:**

Sadržaj I 1. UVOD ..... 7 1.1. Aktualnost  
istraživanja ..... 9

1.2. Zadatak i cilj istraživanja	11	150
1.3. Teorijsko-hipotetički okvir istraživanja	12	1.4.
Metodologija i instrumenti istraživanja	14	1.5.

Struktura rada ..... 14 II INFORMACIONO DRUŠTVO  
..... 16 2. SINTAGMA INFORMACIONOG DRUŠTVA  
..... 16 2.1. Pojmovna i terminološka određenja  
..... 16 2.2. Koncept informacionog društva  
..... 20 2.3. Definicije informacionog  
društva ..... 22 2.4. Karakteristike informacionog  
društva ..... 26 2.5. Informaciona era  
..... 30 2.5.1. Teoretičari informacionog društva  
..... 30 2.5.2. Informaciono doba ili doba znanja  
..... 33 III TEHNOLOŠKO DRUŠTVO I DRUŠTVENE TEHNOLOGIJE  
..... 39 3. PARADIGMA INFORMACIONO KOMUNIKACIONIH TEHNOLOGIJA ..... 39 3.1 Pojam  
tehnike i tehnologije ..... 40 3.2. Teorije tehnološkog društva  
..... 46 3.3. Društvene implikacije tehnoloških inovacija - uloga i  
prihvatanje ..... 53 3.4. Tehnoekonomska paradigma (TEP) .....  
57 3.4.1. Pojam paradigme, naučno-tehnološka i tehno-ekonomska paradigma ..... 57 3.4.2. Talasi tehnoloških  
paradigmi ..... 59 3.4.3. Karakteristike i implikacije tehnoekonomske  
paradigme ..... 61 3.4.4. Kreativna destrukcija i promjena tehno-ekonomske paradigme .....  
64 3.5. Tehnološke revolucije ..... 67 3.5.1. Informaciona  
(r)evolucija ..... 69 3.6. Sociokulturni aspekti  
tehnologije ..... 76 3.6.1. Tehnološka (ne)neutralnost  
..... 76 3.6.2. Digitalna  
kultura ..... 82 4. INFORMACIONE TEHNOLOGIJE U SLUŽBI  
KOMUNIKACIJE ..... 89 4.1. Prostorna dimenzija komunikacije kroz istoriju  
..... 90 4.2. Modeli i mehanizmi komunikacije

.....	93	4.3. Virtuelna komunikacija i mrežni mehanizmi društvenosti.....	99	4.4. Umreženi individualizam
.....	104	4.5. Zajednice, društvene mreže, društveni mediji		
.....	107	4.5.1. Pojam društvenih medija		
.....	109	4.5.2. Vrste društvenih medija		
.....	112	4.5.3. Istorijat i karakteristike društvenih mreža		
.....	114	IV FENOMENI INFORMACIONOG DRUŠTVA .....		
119	5.	INFORMATIČKA EKONOMIJA „NOVA PARADIGMA—.....	119	6. GLOBALIZACIJA – ESENCIJALNA DIMENZIJA INFORMACIONOG DRUŠTVA
124	6.1.	Pojmovne i istorijske premise		
125	6.2.	Definicija globalizacije		
129	6.3.	Aspekti i karakteristike globalizacije		
131	6.3.1.	Tehnološko-ekonomski aspekti globalizacije		
135	6.3.2.	Društveno ekonomski aspekti globalizacije .....		
142	6.4.	Uticaj globalizacije na zemlje u razvoju .....	146	V IZAZOVI DIGITALNOG OKRUŽENJA I ZEMLJE U RAZVOJU .....
152	7.	PERSPEKTIVA ELEKTRONSKE TRGOVINE		
152	7.1.	Infrastrukturne pretpostavke elektronske trgovine		
153	7.2.	Značaj indikatora ICT razvoja.....		
155	7.3.	Faktori i barijere prihvatanja elektronske trgovine .....	158	7.4. Determinante razvoja elektronske trgovine na primjeru Crne Gore.....
162	7.4.1.	Metodologija utvrđivanja determinišućih faktora		
162	7.4.2.	Rezultati analize faktora prihvatanja e-trgovine.....	163	7.4.3. Razlozi (ne)učestvovanja u elektronskoj trgovini .....
166	8.	POTENCIJALI UMREŽENOG DRUŠTVA U RAZVOJU TURIZMA .....	168	8.1. Ekonomski efekti turističkih kretanja u informacionom društvu
171	8.2.	Digitalni trendovi u turizmu .....	173	8.3. Društvene mreže i online reputacija kao izvor šansi i opasnosti .....
178	8.4.	Mogućnosti društvenih mreža u funkciji poslovnog alata u turizmu .....	182	8.5. Elektronski turizam i prepreke za zemlje u razvoju
186	8.6.	Primjena ICT u turizmu – primjer Crne Gore .....	189	9. INFORMACIONO KOMUNIKACIONE TEHNOLOGIJE I SIGURNOSNI IZAZOVI
202	9.1.	Koncept informacione bezbjednosti		
202	9.2.	Kritična infrastruktura (KI)		
206	9.3.	Pojam sajber bezbjednosti		
209	9.4.	Fenomen sajber kriminala		
213	9.5.	Vrste i izvori sajber prijetnji.....	218	9.6. Informaciona bezbjednost i demokratija u sajber prostoru .....
230	9.7.	Sajber bezbjednosne inicijative		
234	9.8.	Indikatori sajber bezbjednosti		
240	9.8.1.	Index sajber spremnosti - CRI		
242	9.8.2.	Globalni indeks sajber bezbjednosti – GCI		
244	9.9.	Izazovi sajber bezbjednosti u Crnoj Gori		
249	9.9.1.	Zakonodavni okvir		
255	9.9.2.	Primjene indikatora sajber spremnosti na Crnu Goru		
260	VI	ZAKLJUČAK .....	267	

LITERATURA..... 272 PARADIGMA

INFORMACIONOG DRUŠTVA, IZAZOVI I ŠANSE ZEMALJA U RAZVOJU 1. UVOD Težnja da se kontroliše sadašnjost i utiče na budućnost oduvijek su pokretale procese čijim su se iniciranjem, oblikovanjem i usmjeravanjem nastojali kreirati i unaprijed definisati tokovi i faktori razvoja društva. Istorijski posmatrano, nesporno je da smo dio civilizacije koja je od

**onog trenutka kada je** čovjek **počeo** svjesno **i voljno da se ponaša,** pa **do**

30

danas, u neprekidnoj tranziciji. Međutim, tek je razvoj nauke i savremene tehnologije zahvaljujući kreiranju mogućnosti da se informacije o sadašnjim strukturalno-funkcionalnim odnosima pretvore u odgovarajuće odluke o djelovanju, omogućio stvaranje naučno usmjeravane budućnosti. 1 Sa druge strane, debate i kontroverze oko uspostavljanja dijagnoza savremenog doba i društvenih pojmova, stare koliko i sama nauka o društvu, danas se uglavnom slažu oko jednog. Možemo reći da je trenutno najpopularnija tzv. dijagnoza vremena u kome živimo, obilježena etiketom - informaciono društvo, čime zapravo treba označiti jedan nepovratan razvoj u pravcu —treće silovite promjene paradigmi u istoriji čovječanstva.2 Niz otkrića i

**napredak u telekomunikacionoj i računarskoj tehnologiji pokrenuo je** jednu novu **revoluciju, čiji**  
**uticaj** može **biti bar toliko širok i dubok koliki je bio i uticaj industrijske revolucije XIX** vijeka.  
**Transformacija iz industrijskog u post-industrijsko društvo,** pomjerila **je**

30

**društveni fokus od proizvodnje materijalnih dobara ka** pružanju **usluga. Ključni simboli ovog**  
**doba su komunikacije i** računarska tehnologija, **sa otvorenim pitanjem: ko će u ovom novom dobu**  
**biti**

30

najuspješniji? Kako je jasno

**da znanje postaje centralni aspekt novog društva, mnogi** vjeruju **da će najuspješniji biti**  
**pojedinaac, grupa, zajednica, društvo ili nacija koji budu imali pristup do**

30

1 Slobodan R. Petrović, O informacionoj revoluciji u kontekstu zloupotrebe informacione tehnologije,

[http://www.itvestak.org.rs/ziteh\\_04/radovi/ziteh-20.pdf](http://www.itvestak.org.rs/ziteh_04/radovi/ziteh-20.pdf)

211

2 Majnhard Migel: Od radne snage do znanja. Karakteristika jedne revolucije; Merkur (2001), str 203

**informacija i mogućnost da ih obrade, koriste i kontrolišu.** 3 Promjene **koje izaziva**

30

informaciono komunikaciona **tehnologija** (ICT), **a koje su očigledne i vidljive, odnose se prvenstveno na način prikupljanja, skladištenja, obrade i prezentiranja informacija, pri čemu informacija postaje strateški resurs koji se u post industrijskoj eri** pokazao vrijednim **i uticajnim u** mjeri **u kojoj je to** bio **kapital u industrijskoj eri. Dakle, u novonastajućem ambijentu osnovni ekonomski resurs nije više kapital, ni prirodni resursi, ni** radna snaga. **Već**

sada je to informacija, odnosno znanje, koji postaju okosnica proizvodnih i svih ostalih ekonomskih i društvenih procesa, baš kao što su kapital i radna snaga, a zatim novootkriveni izvori energije bili dinamička snaga razvoja u industrijskom društvu. Danas, znanje i informacije preuzimaju ulogu strateških resursa koji transformišu društvo, a vrijednost se kreira produktivnošću i inovacijama, koje su bazirane na primijeni znanja.

**Ono što svakako treba uočiti je činjenica da se točak istorije značajno ubrzava.**

30

Iako možemo reći da je sjeme

**informacionog doba** posijano **još** prije **više hiljada godina, ipak je tek XX** vijek **vidljivo**

30

**označio** raćanje **ovog doba – doba**

koje će nas izložitii najznačajnijim promjenama ikad doživljenim u istoriji ljudske civilizacije.<sup>4</sup> Povlačeći paralelu između prethodnih i tekuće revolucije možemo uočiti da iako govorimo o ogromnim promjenama u prošlosti, jasno je da

**su se** one **u** porećenju **sa obimom i brzinom sadašnjih** promjena **ipak odvijale na način**

30

**i tempom** (nekada i vijekovima) **koji** je omogućavao čovjeku **da se relativno —bezbolno**  
**adaptira**

na novonastalu situaciju. Sada to nije slučaj. Transformacija, razvoj, evolucija, revolucija, samo su neki od pojmova koji govore u prilog postojeće svijesti o turbulentnom vremenu u kome danas živimo. Dramatičnost, često sadržana u snažnim metaforama kojima su se nastojale dočarati promjene svijeta na početku ovog vijeka, često je bila

**samo alibi za nauku, nemoćnu da se** snače **pred stalno rastućim izazovima**

210

sa kojima se suočavala. Društvo, bilo da se radi o poljoprivrednom, industrijskom, informacionom, društvu znanja ili nekom budućem <sup>3</sup>

**Huitt G. W.,—Success in the Information Age: A Paradigm ShiftII, Valdosta State University, Valdosta, Georgia, Last Revised: July 3, 1997, <http://chiron.valdosta.edu/whuitt> 4 Strackbein R.,—**

30

**Survive the Transition: Industrial Age to Information Agell, 1998, 2001, <http://www.strackbein.com/html/articles.html>**

30

čiji poredak još ne možemo ni naslutiti, u svojoj evoluciji traži ideje i teorije koje dopuštaju prihvatanje novog, kao faktičkog stanja u kome valja živjeti i raditi. Uticaj promjena

**koje donosi informaciono društvo na tehnološke, ekonomske, društvene, političke i kulturne aspekte jednog društva je nezaobilazan**

5

globalni fenomen koji se dešava svuda oko nas i postaje predmet mnogih savremenih istraživanja. Izgradnja novog modela društva postavlja velika društveno-politička pitanja, a njihovo rješavanje može se postići samo kroz širok dijalog između vlade, predstavnika biznisa, akademika i civilnog društva na nacionalnom, regionalnom i globalnom nivou. Široka upotreba ICT i progres informacionog društva omogućavaju održivi ekonomski razvoj uz bolju zaštitu sredine i smanjenje utroška fizičkih dobara u zamjenu za upotrebu informacija i znanja, pomjerajući težište investicija ka intelektualnom kapitalu. Informaciono društvo integriše ciljeve održivog razvoja bazirane na socijalnoj pravdi i jednakim mogućnostima, slobodi, kulturnim različitostima i inovativnom razvoju, zaštiti sredine, rekonstrukciji industrije i poslovnog okruženja. 1.1. Aktualnost istraživanja Isprepletanost socijalnih, ekonomskih, političkih i faktora kulture, kao i podsistema u procesima tehnološke difuzije i usvajanja novih tehnologija, prilično je kompleksna za analizu, posebno kada je riječ o tehnologiji koja podrazumijeva masovnu razmjenu i obradu informacija. Interakcije o kojima će biti riječi u ovom radu, zaslužne za formiranje društvene forme koju nazivamo informacionim društvom, kao i činjenica da je ovaj razvoj već društveno osviješten te da predstavlja jednu od omiljenih tema ne samo društvenih nauka već i društvene teorije, umjetnosti, popularne kulture i svakodnevnih razgovora – čini ga još težim za analizu. Međutim, upravo debata koja se vodi u relevantnim naučnim krugovima i neprestana aktualnost problematike, koja daje mogućnost za širenje fokusa istraživanja sa ekonomskih na političke i što je još značajnije, kulturalne kategorije, predstavlja osnovni motiv za istraživanje i bavljenje ovom temom.

**Informaciono-komunikacione tehnologije (ICT) smatraju se jednim od ključnih faktora, ili glavnih pokretačkih snaga promjena u savremenom globalnom svijetu. Omogućavajući nesmetani informacioni tok na svim nivoima, veliku transparentnost podataka, informacija, znanja i značajnu dostupnost svih djelova tržišta, kako velikim tako i onim srednjim i malim učesnicima, ICT otvaraju nove perspektive za vlade, kompanije i ljude pojedinačno. Sa druge strane, veća ili manja dostupnost i raspoloživost ICT potencijala vodi ka novim linijama razdvajanja između onih koji su shvatili značaj i**

64

**adekvatno počeli da primenjuju nove ICT alate i tehnologije i onih koji to nisu sagledali i nisu dali dovoljan stepen prioriteta transformaciji svojih ekonomija prema društvima zasnovanim na znanju i korišćenju ICT potencijala.**

#### Ekspanzija medjuregionalne

**proizvodnje, deregulacija trgovine, porast** međuzavisnosti između **zemalja i njihovih ekonomija-sve su to bili faktori koji su kreirali potrebu brzog i neodložnog rekonstruisanja i kreiranja političkih, ekonomskih, institucionalnih i pravnih sistema na nacionalnom i međunarodnom nivou koji će biti sposobni da odgovore zahtjevima novih globalnih fenomena.**

35

#### Najuticajnije svjetske države i međunarodne

**organizacije čine izuzetne napore da kroz svoje programe promovišu, izgrade i** usmjeravaju **processe razvoja informacionog društva, tako da u njegovim dobrobitima podjednako** utiču **sve društvene grupe.**

87

#### 5 Sagledavajući navedeni trend promjena, zemlje u razvoju, među kojima je i Crna Gora,

**su se** našle **pred velikim i teškim zadatkom paralelnog obavljanja** više važnih **i značajnih** poslova **za opstanak njihovih privreda.**

190

ICT nameće novi model organizacije preduzeća sa mrežnim obrascem poslovanja, veću autonomiju odlučivanja na operativnom nivou i uću saradnju menadžmenta i zaposlenih. Mrežni

**obrazac organizacije postaje tipičan ne samo za** unutrašnju **strukturu i** funkcionisanje preduzeća, **nego i za odnose sa drugim**

14

preduzećima, potrošačima, međusobne odnose među samim potrošačima, a samim tim i za globalnu ekonomiju. Produktivnost, konkurentnost i dinamičnost preduzeća i sektora se značajno uvećavaju, uz moguću neposrednu komunikaciju između ekonomskih aktera na bilo kojoj tački planete. 5

**Evropska komisija je 1. juna 2005. godine lansirala petogodišnju strategiju „Evropsko informaciono društvo 2010II (i2010) kako bi** osnažila **rast i otvorila radna** mjesta **u oblasti informacionog**

9

**društva i industrije.** Zapravo Evropska unija **je**

još

**2000. godine za** države **članice odredila razvojne ciljeve nazvane „Lisabonska strategija”. Ona** 9  
**obuhvata ciljeve i strategije čiji je cilj „priprema za tranziciju u privredu i društvo koji su zasnovani na**  
**znanju, uz bolju politiku rada za informaciono društvo i** istraživanja **i razvojll. Izgradnja „informacionog**  
**društva je za EU u direktnoj vezi sa** raspoloživošću **i dostupnošću** ICT građanima, **organizacijama i**  
**čitavom društvu.**

Novo tehnologije mijenjaju uslove i prirodu rada i zaposlenja, i

**zahtijevaju viši** stepen **obrazovanja i** kvalifikovanosti **radnika, ali i njihovu veću autonomiju** 14  
**u izvršavanju radnih zadataka,**

te akcije vezane za ostvarivanje informacionog društva u svim sektorima rada i privredjivanja, kroz izgradnju infrastrukture, usvajanje međunarodnih standarda, obuku i obrazovanje kadrova, kao i stalne kontakte sa stranim partnerima koji posjeduju tehnike i znanja i sa svoje strane doprinose da proces reformi i restrukturiranja tranzicionih ekonomija bude urađen brže, bolje i efikasnije. Globalizacija tokova kapitala, roba i informacija, te transfer odlučivanja o ovim globalnim procesima na međunarodne institucije, naizgled bitno smanjuje ulogu i funkcije nacionalnih država. Međutim ovdje se suočavamo sa jednim od paradoksa informacionog društva, da dok sa

**jedne strane globalizacija smanjuje moć odlučivanja nacionalnih** država, **sa druge strane** 14  
**potreba za konkurentnošću i** napretkom **jedne zemlje** kao **i zaštita i promocija** njenih  
**nacionalnih interesa zahtijevaju aktivnu razvojnu politiku.**

Činjenica je da je diskusija u ovoj oblasti neophodna jer priroda procesa zahtijeva maltene dnevno reagovanje koje bi trebalo da proizilazi iz teorijskih okvira. Na taj način bi se moglo doprinijeti razvojnim procesima našeg društva unoseći neophodnu vitalnost novonastajućim procesima. 1.2. Zadatak i cilj istraživanja

**Uključivanje u globalne tehnološke trendove i uspostavljanje javnih diskusija u okviru različitih** 87  
**društvenih sektora, čine nezaobilazne stavke u procesu formiranja informacionog društva**

a posebno kroz ekonomske efekte. Rad na ovoj problematici podrazumijeva prije svega upoznavanje sa osnovnim pojmovima i vidovima konkretne primjene pozitivnih efekata informacione tehnologije i pojave novih formi poslovanja sa

posebnim principima, pa i zakonitostima ekonomske igre. Cilj istraživanja jeste pokušaj da se kroz sistematsku obradu obezbijedi cjelovit prikaz međuzavisnosti društva i tehnologije kao i teorijskog shvatanja i praktične manifestacije modula informatičke ekonomije, i njene uloge u ekonomijama u razvoju. Kako rad ne bi imao samo opštu teorijsko hipotetičku dimenziju poseban dio će biti posvećen problematici ekonomskog razvoja u digitalnom okruženju kroz dimenziju digitalne ekonomije i informacionog društva sa posebnim osvrtom na Crnu Goru kao zemlju u razvoju. Ovo je pitanje bitno i zbog rizika i neminovnih posljedica ignorantskog stava i neuključivanja u ove tokove. Naime, iako su politike i strategije razvoja informacionog društva EU, kao dio svojih razvojnih i akcionih planova prihvatile i Crna Gora i velik broj zemalja u razvoju,

**ono što se čini** opasnim **jeste mogućnost da** se **usled velikih otpora, inertnosti,**  
**nezainteresovanosti, apatije i preokupiranosti drugim, istorijskim dilemama,**

87

informaciono društvo kod nas ne oformljuje blagovremeno na potrebnim i dovoljno visokim nivoima, te

**da tako ostanemo** negdje **na margini globalnog** umreženog **društva, bez mogućnosti da se**  
**ravnopravno uključimo u** svjetsko tržište razmjene **znanja i informacija.**

87

Šta je informatička ekonomija? Koji su njeni pojavni oblici?

**Koliko regulacija Interneta ide u prilog povlašćenoj, bogatoj,** prosvijećenoj **i** obrazovanoj  
**klasi i koliko će se učiniti na premošćavanju ekonomskih i socio-kulturnih dispariteta?** Može li se  
**pronaći modus organizacije, sistematizacije, zakonske regulacije i koordinacije globalnog upravljanja**  
**Internetom,** ili pak **ostalim poznatim i budućim oblicima prenosa informacije?**

77

**Da li treba omogućiti slobodan protok informacija, bez ograničenja i cenzure? U kojoj** mjeri,  
**kakav nivo i kvalitet informacije treba da bude besplatan i svima dostupan. Šta je dopustivo, a šta**  
**zakonima zabranjeno ponašanje u** informacionom društvu? **Da li pravo prati tehnoloski napredak**

126

odgovarajućim zakonskim aktima? ...itd., samo su neka od pitanja koja se nameću i zahtijevajući odgovore kako bi se mogao, pretpostaviti scenario budućnosti u kome će živjeti buduće generacije. 1.3. Teorijsko-hipotetički okvir istraživanja  
Teorijsko-hipotetički okvir istraživanja se prije svega zasniva na činjenici da živimo u vremenu u kome je razvoj i primjena informacionih tehnologija u punoj ekspanziji, a efekti i svi elementi globalizacije se direktno oslikavaju, tj. bivaju potpomognuti primjenom informaciono-telekomunikacionih tehnologija. Sama sveobuhvatnost i kompleksnost problematike opravdava šire pristupe i formiranje mase hipoteza, unutar kojih je moguće pozicionirati rezultate određenih studija i kontinuirano graditi „veliku sliku—. Informaciono društvo je društvo u kome stvaranje, distribucija i



manipulacija informacijom, postaju najznačajnija ekonomska i kulturna aktivnost. Međutim, uprkos tehnološkom akcentu, postaje očigledno da informatičko društvo nije samo pitanje tehnologije i infrastrukture, već tehnologija i društvo stoje u dijalektičkom odnosu jedno naspram drugog i nemoguće ih je potpuno razlučiti. Polazeći od ovog, s obzirom da je informaciono društvo ekonomsko razvojna, a ne tehničko tehnološka kategorija, u skladu sa polaznom hipotezom uticaja društvenih faktora na tehnologiju, odnosno njenu primjenu, u okviru empirijskog istraživanja (poglavlje 7.) postavljena je i podhipoteza uticaja demografskih faktora na primjenu elektronske trgovine u zemljama u razvoju. Dalje imajući u vidu ekonomsko razvoju dimenziju informacionog društva, postavlja se hipoteza/pitanje i da/ da li: zbog svoje specifičnosti, informatička ekonomija predstavlja paradigmatičnu promjenu kojoj je neophodna nova ekonomska analiza za definisanje pojava i zakonitosti. Pitanja ili hipoteze ako poćemo od pretpostavljenog odgovora na ista, koja se takoće izdvajaju su: ? da se današnja kompjuterska tehnologija ne temelji isključivo na tehničkoj logici već i na mnogim elementima vezanim uz društvenu logiku i društvene potrebe, te da je potekla iz interakcije odrećenih tehničkih shvatanja s društvenom logikom, ? da informaciono komunikacione tehnologije, a posebno Internet, igraju veoma značajnu ulogu u procesu društvenog povezivanja, nasuprot tvrdnjama da su zapravo faktor otućenja, pomaćući da se uspostave potpuno novi odnosi bez obzira na prostorna i vremenska ogranićenja, ? da u svijetu više ne vaęe podjele na Istok i Zapad, nego podjele na digitalno razvijene i one koji to nisu, odnosno na informaciona društva i ona druga, te da informisanost i uključivanje u dominantno tehnološke i inovacione trendove omogućava napredak (što se moęe sagledati sa aspekta pojedinca, poslovnih sistema i dręava), te ? da li zemlje u razvoju mogu preko veće implementacije modula informatičke/digitalne ekonomije bręe riješiti problem zaostajanja u ekonomskom rastu u odnosu na razvoj u uslovima industrijske ekonomije.

#### 1.4. Metodologija i instrumenti istraživanja

Istraživanje u ovom radu se temelji na nizu općtih metodoloških postupaka uz upotrebu odgovarajućeg analitičko-empirijskog instrumentarijuma. Na bazi teorijskih i empirijskih rezultata istraživanja, predmet istraživanja se u radu tumači u relacijama općteg i pojedinaćnog, kao i u okvirima komparativne analize. Za potrebe pisanja rada korišćene su osnovne teorijske metode, primjerene društvenim naukama: definicija, klasifikacija, indukcija, dedukcija, analiza i sinteza. Navedeni metodološki postupci su se oslanjali na: prikupljanje, sortiranje i analizu podataka i informacija iz dostupne strane i domaće literature u štampanom ili elektronskom formatu, akademskih ćlanaka i istraživanja, nacionalnih strategija, publikacija i direktiva mećunarodnih alijansi, zakonskih i pravnih akata, itd., kao i testiranju i primjeni odrećenih softvera i onlajn dijeljenih aplikacija. U dijelu rada koji se odnosi na praktićno istraživanje primjene digitalne elektronske trgovine i opcija digitalnog turizma raćena su istraživanja kvantitativnog i kvalitativnog karaktera, uz primjenu odgovarajućih metodologija koje su detaljno opisane u dijelu V, tj u 7. i 8. poglavlju, odnosno dijelu rada u kome su predstavljeni rezultati istraživanja.

#### 1.5. Struktura rada

Rad je raćunajući Uvod i Zaključak, struktuiran u 6 dijelova koji su kako bi se obezbijedio logićan prelaz sa cjeline na cjelinu podijeljeni u ukupno 9 poglavlja, sa odgovarajućim logićno struktuiranim manjim ili većim brojem potpoglavlja u zavisnosti od zahtijevnosti tretirane teme. Nakon Uvoda, u drugom dijelu rada, naglasak je prije svega stavljen na razriješenju jezićkih i pojmovnih nedoumica oko termina koji se tiću novih društveneno ekonomskih i tehnoloških pojava i procesa koji do sada nisu nalazili upliva u našem jeziku, što uglavnom i jeste razlog terminoloških neslaganja u naućnim i politićkim krugovima. Tumaće se definicije, karakteristike, pristupi i istorijski razvoj fenomena informacionog društva. Treći dio rada, stavlja u fokus odnos izmeću društva i tehnologije i utvrćuje prirodu njihove mećuzavisnosti blięe objašnjavajući pojave i fenomene koji karakterišu kako tehnološko društvo tako i tehnologije koje podrćavaju nove modele društvenosti, tretirajući dvije od postavljenih hipoteza. Ćetvrti dio rada analizira kroz teorijsko-analitićku prizmu specifićnost nove ekonomije ispitujući njenu paradigmatićnost u sklopu jedne od hipoteza rada, kao i tehnološko ekonomski i društveno ekonomski aspekt globalizacije u informatićkoj eri, sa osvrtom na poloęaj zemalja u razvoju i

preporukama za dostizanje pozitivnih efekata globalne ekonomije. Peti dio rada se bavi specifičnošću digitalne ekonomije fokusirajući se na proces i prepreke u implementaciji informacionog društva i informatičke ekonomije u zemljama u razvoju, naročito tretirajući sigurnosne aspekte, odnosno pitanje sajber bezbjednosti kao osnovnog preduslova za funkcionisanje u informacionom društvu. Ova elaboracija će biti osnov za testiranje odnosne hipoteze i u tom kontekstu će se i kroz empirijsku prezentaciju na bazi istraživanja na primjeru Crne Gore, pokazati koje sve barijere i prepreke stoje na putu zemljama u razvoju, da koristeći šanse digitalne ekonomije, izbjegnu opasnosti od ostajanja na margini globalnog umreženog društva, bez mogućnosti da se ravnopravno uključe u svjetsko tržište razmjene znanja i informacija. Rezultat ovog dijela rada, nakon svestrane analize, je i lista preporuka za nastavak procesa prihvatanja i širenja društva znanja kod nas. Šesti dio rada je Zaključak. II INFORMACIONO DRUŠTVO Prije više od jedne decenije, na Svjetskom samitu o informacionom društvu u prvoj tački Deklaracije principa izgradnje informacionog društva, predstavnici naroda svijeta su se složili da je njihova zajednička želja i obaveza da

**“...izgrade informaciono društvo koje je okrenuto ljudima, uključivo i orijentisano ka razvoju, u kojem svi mogu da stvaraju, pristupe, koriste i dijele informacije i znanje, omogućavajući pojedincima, zajednicama i narodima da ostvare svoj puni potencijal u promovisanju njihovog održivog razvoja i unapređenju kvaliteta života.”**

121

6 2. SINTAGMA INFORMACIONOG DRUŠTVA 2.1. Pojmovna i terminološka određenja Bilo da je riječ o štampi, naučnim člancima ili zvaničnim državnim izvještajima

**poslednjih nekoliko dekada suočavamo se sa pojavom novih društvenih teorija koje se bave analizom transformacija u društvu izazvanih dominantnim značajem koji preuzimaju informacije,** te premisom **da**

5

informacije vladaju modernim svijetom i da smo zahvaljujući informacionoj revoluciji svjedoci informacione ere koja kroz procese informatizacije vodi ka globalnoj informacionoj ekonomiji. (Webster F., 2006) Potenciranje sintagme da živimo u informacionom dobu je toliko opšte prihvaćeno i rasprostranjeno da skoro da je postalo banalno, a sam termin je proizašao iz prihvaćanja informacije kao simbola društva u kome živimo. Još na početku ovog vijeka naučnici su pokušavali „precizno definisati pravo značenje termina informaciono društvo, a samim 6 Prvi Svjetski

**samit o informacionom društvu (WSIS - The World Summit on the Information Society) održan je u Ženevi, u Švajcarskoj, od 10. do 12. decembra 2003. godine, gdje je 175 zemalja svijeta usvojilo Deklaraciju Principa i Akcioni Plan. Prisutni su bili**

77

državni zvaničnici,

**najviši predstavnici internacionalnih organizacija, privatnog sektora i civilnog društva, koji su pružili političku podršku ovom ambicioznom projektu.**

77

**World Summit on the Information Society. 2003., Declaration of Principles, Building the Information Society: a global challenge in the new Millennium, <http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/dop.html>**

148

tim i definisati da li mi zaista živimo u takvom društvu—. (Duff A.S., 2000:278) Iako se sam termin u međuvremenu odomaćio, njegova upotreba često nije bila jednoznačno određena, a ni univerzalno primjenjiva. Upotreba termina varirala je kroz različite konotacije i značenja i u akademskoj i u popularnoj literaturi. Čak se i kod teoretičara koji su se temeljno bavili opisivanjem prirode informacionog društva nailazi na neslaganja šta taj pojam zapravo znači i podrazumijeva i kako se odražava na samo društvo. Doba u kome živimo naziva se

**različitim imenima: digitalna revolucija, informaciono doba, digitalna ekonomija, doba diskontinuiteta, veb (web) ekonomija, ekonomija znanja, društvo znanja,**

150

treći tehnološki talas i sl.

**Teoretičari tvrde da smo ušli u novi oblik društva u kome važe zakoni tz. globalne informacione ekonomije, nazivajući ga informaciono društvo, informaciono doba ili e-društvo.**

5

Pojam informaciono doba tj informaciona era (Dordick S.H, i Wang G., 1993)

**najčešće se srijeće kod autora koji smatraju da je galopirajuća difuzija novih informacionih tehnologija sasvim siguran znak**

22

nastanka sasvim nove forme društvene organizacije, dok termin informaciono društvo implicira centralnu ulogu informacije ili se pak

**odnosi na opis društva u kome savremene informacione komunikacione tehnologije igraju sve značajniju ulogu. Informacija sa**

22

jedne, a tehnologija sa druge strane, takmiče se za primat nad konceptom informacionog društva.

**U ovoj novoj eri izvor produktivnosti se sve više nalazi u tehnologiji stvaranja znanja, obrade informacija i komunikacije.**

174

**Suštinski pokretač informacionog društva su informacije, ali informacije su oduvijek predstavljale ključni faktor u društvima širom svijeta. Razlika je u tome što sada raspoložemo sofisticiranim sredstvima u formi informaciono komunikacionih tehnologija koja omogućavaju trenutnu obradu, multiplikaciju i distribuciju informacija i znanja.**

35

**Prema nekim autorima, informaciono društvo predstavlja formu društvenog organizovanja koja je karakteristična za post-industrijski period razvoja Zapada.**

22

(Jovanić G., Bagarić I., 2009)

**Za ovo shvatanje se, veoma grubo, može reći da počiva na ideji prema kojoj je raspodjela informacija u društvenim strukturama značajnija od raspodjele kontrole nad sredstvima rada. S druge strane, upotreba termina "informaciono društvo" danas najčešće ukazuje na visok stepen u kome su savremena društva zavisna od upotrebe informaciono-komunikacionih tehnologija (među kojima, naravno, Internet zauzima centralno mjesto u raspravi). U**

22

literaturi engleskog govornog područja

**se za društvo u kome je bavljenje informacijama centralna aktivnost, najčešće koristi sintagma "information society", gdje je ključna riječ - informacija.**

12

Alternativne teorije tvrde da je sam termin „informaciono društvo— skovan u Japanu<sup>7</sup> spajajući dvije srodne teme. Japanska kovanica „joho shakai— se obično prevodi na engleski kao „information society— tj informaciono društvo, ali je interpretiran i kao informaciono-orjentisano društvo (information - oriented society), informaciono osvješćeno društvo (information - conscious society) i infocentrično društvo (information - centred society). Termin joho shakai, koji se koristi u glagolskom obliku „joho— ima smisao analogan industrijalizovanom društvu, pa su se u prevodima koristile razne varijante tipa „informised society—, „informatised society—, „informationised society— tj. informizovano, informatizovano, informacionalizovano itd. društvo ili jednostavno informaciono (information) društvo. Postojala su

neslaganja sa ovim prevodom argumentovana tvrdnjom da je termin komunikaciono društvo mnogo prikladniji, ali je ovo stanovište pobijeno samom činjenicom da su bilingvalni japanski autori i sami prevodili svoj termin „joho— kao „information— iliti informatičko tj. informaciono. Različito tj malo drugačije iznijansirano stanovište kada govorimo o Japanskom porijeklu termina informaciono društvo, može se naći kod nekih autora (Youichi Ito i Tadao Umesao) koji umjesto termina informaciono društvo (information society), radije u opisu novonastajućih promjena koriste termin informaciona industrija (infomation industries). Međutim, upravo je Tadao u članku o informacionoj industriji u originalu nazvanom „Joho sangyo ron— (eng. On information industries), objavljenom u januaru 1963. godine, prvi među japanskim teoretičarima upotrijebio termin informacionog društva. Iako Tadao nije koristio konkretno termin informaciono društvo, ipak je njegov članak sadržao pojam buma informacionog društva odnosno „joho shakai (information society) boom—, što je bilo prvi put da se ovaj termin pojavi u štampi. U svom djelu —Rast umreženog društva (Manuel Castells) takođe

**pravi razliku između "information society" i "informational society" u smislu da prvi pojam naglašava ulogu informacija u društvu a drugi da se radi o specifičnoj formi socijalne organizacije u kojoj proizvodnja, obrada i transmisija informacija postaju fundamentalni izvor produktivnosti i moći, uz podsjećanje da industrijsko društvo nije**

12

7

**Duff A. S. (2000). Information Society Studies. New York NY: Routledge,**

5

prema (Morris-Suzuki 1988:3)

**samo društvo u kome se obavlja industrijska proizvodnja već da socijalne i tehnološke forme industrijske organizacije utiču na sve sfere ljudskih aktivnosti.**

12

8 Dakle moguće je da se invencija termina „information society— dogodila zapravo u Japanu, a ne u Americi. Prva upotreba ovog termina u Japanu se desila 1964, što je cijelih šest godina prije najranijeg datuma upotrebe ovog termina od strane Američkih teoretičara. Što se tiče prve upotrebe u Engleskom jeziku svi se slažu da zasluge dijele na ravne časti japanski profesor i teoreticar informacionog društva, Yoneji Masuda i Američko društvo za informacione nauke (ASIS – American Society for Information Science), plasiravši 1970. godine u štampi termin informaciono društvo („information society—), svako sa svoje strane. (Duff A.S., 2000) U našem jeziku se ta vrsta društva naziva informacionim ili informatičkim. Neki autori smatraju da je bolji termin informatičko društvo jer kao ključnu riječ naglašava informatiku. Predmet informatike kao naučne discipline jeste prikupljanje, proizvodnja, obrada, čuvanje i deseminacija informacija, odnosno, informatičke aktivnosti. Ako je ta ljudska aktivnost u nekom društvu centralna, najvažnija, (Mrčca N., 2008) onda možemo smatrati da nije pogrešno koristiti termin informatičko društvo. U tom smislu, premda će se u ovom radu koristiti termin informaciono društvo, dajući prednost suštini nad formom, nećemo se po

svaku cijenu truditi da preimenujemo termin —informatičkoll u navodima onih autora kojima je njegova upotreba u literaturi i izrazu, bliskija u domenu bilo jezičke forme, bilo lične percepcije odgovarajuće terminologije.9 Koji god termin da koristimo, postindustrijsko, informatičko, informaciono, digitalno, umreženo, društvo znanja, društvo koje uči itd., generalni je koncenzus, da je današnje društvo suštinski drugačije od prethodnih, te da su njegove različitosti uslovile nastanak novog tipa društva, u kome su informacije zauzele novu ulogu na ljestvici 8

**Castells M., (2000), The Rise of the Network Society, Blackwell Publishers, str.**

12

21. 9 Sličan pristup biće korišćen i kada se radi o pojmovima Cyber – sajber – kiber, iako se neki autori (npr. S.R.Petrović, (2002) sa sličnog govornog područja žestoko protive bilo upotrebi engleskog oblika „cyber—, bilo njenoj fonetskoj verziji „sajber—. Bez obzira na argumente da je jedini pravilan oblik zapravo izraz „kiber— jer engleski termin „Cyber— predstavlja skraćenicu termina Cybernetics, što je ustvari pandan našem pojmu Kibernetika, budući da se u zvaničnim dokumentima i Strategiji razvoja informacionog društva Crne Gore koristi riječ sajber, to će uglavnom biti korištena i u ovom radu bez obzira na lični stav autora. značaja.

**Značaj informacija u današnjem društvu je naveo mnoge naučnike, lidere, menadžere da se slože da danas živimo u novom "informacionom društvu", u kome informacije dominiraju u**

180

novim oblicima društvene organizacije. Time

**tehnologija postaje alat u službi informacije, a informacija znanje, moć i novac.**

153

Zaživjela je upotreba termina koji opisuje novo društvo, koje eventualno zahtijeva nove socijalne analize i ekonomske paradigme, ili tz. „kišobran— termin pod čijim se okriljem dešavaju veoma važne društvene transformacije, podrazumijevajući široku lepezu različitih koncepata. (Mackay H., 2001) 2.2. Koncept informacionog društva

**Kako je već rečeno, informaciono društvo nije isključiva posledica raširene upotrebe informaciono komunikacione tehnologije (ICT), i njegova suština se ne može do kraja razumjeti ako se ono posmatra samo sa tog stanovišta.**

35

Doduše, posmatrano iz istorijske perspektive

**nikada jedna tehnologija nije toliko preobrazila društvene odnose i pospjela komunikaciju meću ljudima koliko je to učinio napredak računarskih tehnologija.**

177

Naziv informaciono društvo je po svojoj prirodi sličan pojmovima građansko društvo ili industrijsko društvo, a njime se naglašava uloga informacija u današnjem društvu, kao što se u ovim prethodnim nazivima naglašava uloga građanina, volje naroda, odnosno industrijske proizvodnje. Pojam informaciono društvo prihvaćen je u politici, pravu, sociologiji, ekonomiji, psihologiji, čime se potvrđuje značaj koji u društvu imaju informacije. (Vasković V., Kršić D., 2009).

**Informaciono društvo** pretpostavlja **novе društvene i individualne potrebe, koje tek u simbiozi** 35  
**tog društva sa ICT nalaze zadovoljenje. U zadovoljenju tih potreba, prije svega potrebe za obradom izuzetno velikih količina informacija, samo društvo nije moglo da ostane** nepromjenjeno. **Ove široke promjene koje zahvataju društveno tkivo u procesu adaptacije prema nivou informacija koje je potrebno obraditi, skladištiti, pojednostaviti i na osnovu njih doći do novih informacija da bi se** uspešno **donijele relevantne odluke, predstavljaju najširi okvir za proučavanje koncepta informacionog društva. Koncept informacionog društva** je često dovođen **u vezu sa razvojem** "treće industrijske revolucije" i **okupirao je razne političke, naučne i popularne diskurse**

poslednjih decenija.

**Kao što** primjećuju **neki autori, društvena i naučna debata o informacionom društvu rekapitulira** 22  
**evoluciju društvenih tipologija čije** korjene **nalazimo još u** osamnaestom vijeku. **Na način na koji danas govorimo o savremenom društvu kao informacionom, u prethodnim vremenima smo govorili o kapitalističkom, socijalističkom, liberalnom, potrošačkom, postmodernom društvu. Kao što je industrijsko društvo** zamijenilo **agrarno, informaciono društvo zamenjuje industrijsko, na više ili manje, revolucionaran način.**

**Sve veća uloga i** važnost **informacionih i komunikacionih tehnologija u ljudskom društvu je** 116  
**nesumnjivo jedna od najbitnijih karakteristika današnjeg** svijeta. **ICT je inkorporirana u sve nivoe ljudskih organizacionih aktivnosti i u mnogome** utiče **na komunikaciju** među **ljudima.**

Pitanje je da li se informaciono društvo može definisati kao potpuno nov oblik društvene organizacije ili prosto kao evolutivni stepenik

**koji je u kontinuitetu** sa **prethodnim modelima društvene organizacije.** Međutim, **ova razlika** 9  
**u shvatanju stvaranja informacionog društva nije jednostavna.**

**Različiti teoretičari pridaju manje ili više važnosti ulozi informacionih tehnologija i aktivnosti u oblikovanju modernog**

9

svijeta koristeći pri tome

**nedovoljno razvijene definicije tematike o kojoj pišu. Možemo diskutovati o određenim karakteristikama informacionog društva,**

9

a biti nejasani kada su u pitanju operativni kriterijumi ili pak pridavati značaj promjenama u oblasti informacija, objašnjavajući ih

**putem različitih oblika ekonomske proizvodnje, novih oblika društvenih odnosa, inovativnim procesima u proizvodnji bilo čega,**

9

a pri tome zaboraviti da objasnimo

**na koji način i zašto je informacija postala centralno pitanje danas, da li je zaista toliko kritična da nas uvodi u novu vrstu društva.**

9

Zapravo prema nekim autorima,

**teško je tvrditi da je informaciono društvo ono društvo koje proizvodi više informacija nego prethodne forme društvene organizacije, iako ono svakako procesira daleko više informacija10 u odnosu na prethodne istorijske forme.**

35

10 - Više je informacija i podataka prikupljeno u poslednjih nekoliko decenija nego u prethodnih 5.000 godina. - Period zastarijevanja informacija u oblasti informacionih tehnologija

**je šest mjeseci, a količina informacija koja se pojavi danas u toku jednog dana je veća od ukupne količine informacija od postanka svijeta zaključno sa srednjim**

157

vijekom. - Poznati američki časopis



**New York Times objavi više informacija** na nedeljnom nivou **nego što ih je**

22

čovjek sakupio tokom čitavog svog života u šesnaestom vijeku. - Cjelokupno ljudsko znanje se udvostručilo u period između 1900. i 1950. godine. Od tada se udvostručava na svakih 5-8 godina. (Jovanić G., Bagarić I., 2009)

**Razumijevanje ove razlike je suštinsko za razumijevanje koncepta informacionog društva.**

35

Zahvaljujući internetu i ICT,

**danas se brzo i lako** moće **doći do informacija o** različitim **temama**

12

uz korišćenje odgovarajućih sajtova, te prema Cortada J.W. (2002:431) postoje dvije

**vrste znanja, prva je znanje o** određenoj **temi, a druga je znanje da se o** određenoj **temi** pronađu **informacije.**

12

**To globalno rasijavanje znanja i vrijednosti je** fundamentalni **aspekt koji globalizaciju** **današnjice**

35

čini suštinski različitim od prethodnih, čime ćemo se baviti kao posebnim fenomenom informacionog društva analizirajući ga u narednim poglavljima.

**Proces nastajanja informatičkog društva je u toku i trajeće,** vjerovatno, **nekoliko decenija, za** **razliku od industrijskog društva za čije formiranje su bili potrebni** vijekovi. **Širenje informatičkih** **aktivnosti** se **odvija i odvijaće se u tri osnovna pravca** (Mrča N., 2008): ? **kroz** pretežno **informatičke privredne aktivnosti, ? putem umetanja informatičkih aktivnosti u tradicionalne industrijske,** **poljoprivredne i** **uslužne aktivnosti i ? sve većim korišćenjem informacionih tehnologija za različite** **vidove socijalne komunikacije.**

12

### 2.3. Definicije informacionog društva lako

ne postoji jedna, opšte prihvaćena definicija pojma informacionog društva, danas se u literaturi može naći mnoštvo definicija ovog pojma koje potiču od raznih autora. Informaciono društvo se može definisati kao društvo u kome kreiranje, distribucija i manipulacija informacijama predstavlja značajan dio svih ekonomskih, društvenih i kulturnih aktivnosti

5

11. Gledano prema glavnim privrednim djelatnostima u datim epohama razvoja ljudskog društva, informacionom društvu je prethodilo industrijsko, industrijskom poljoprivredno, a poljoprivrednom nomadsko. Odnosno,

informaciono društvo je postindustrijski privredni i društveni oblik u kome korišćenje informacija i znanja ima

153

11 [http://en.wikipedia.org/wiki/Information\\_society](http://en.wikipedia.org/wiki/Information_society)

centralnu ulogu i čini stalno rastući udio u društvenom proizvodu.

221

(Vasković V., Kršić D., 2009).

Irska Komisija za informaciono društvo pod terminom informaciono društvo podrazumijeva povećani uticaj ICT u savremenom društvu (Bannister & Remenyi, 2003). Prema Bannister i Remenyi, informaciono društvo je ono društvo u kome upotreba ICT ima važnu ulogu u kreiranju ambijenta u kome ljudi žive, rade, odmaraju se, značajno utičući na mnogobrojne životne aspekte. U informacionom društvu fokus se

5

pomjera ka inovativnoj produkciji i konzumiranju informacija u cilju poboljšanja kvaliteta života pojedinaca.

Rai i Lal (2000) navode da je informaciono društvo ono društvo u kome se informacije intenzivno koriste kao aspekt ekonomskog, društvenog, kulturnog i političkog života. Informaciono društvo proističe iz dva povezana oblika razvoja: prvog, dugoročnog ekonomskog razvoja i drugog, tehnološkog razvoja. U dugoročnom ekonomskom razvoju izvor ekonomske snage se mijenja, prelazeći iz primarnog sektora (poljoprivrede, šumarstva, rudarstva) najprije u rastući sekundarni sektor (zanatstvo i industrija), a zatim iz njega u tercijarni sektor (sektor usluga) koji se ubrzano širi i postaje značajan činioc bruto domaćeg proizvoda

5

(Savić D. N., 2013.).

**Iza različitih definicija** informacionog društva uglavnom se mogu identifikovati zajedničke karakteristike koje većina autora eksplicitno ili implicitno navodi: ? informacije postaju centralni strategijski resurs u industrijskom i ekonomskom razvoju, ? rapidna informatizacija ekonomije koja omogućava blitę povezivanje regionalnih, nacionalnih i internacionalnih ekonomija, ? razvoj globalnih informacionih mreža bez kojih razvoj transnacionalnih korporacija ne bi bio moguć, ? globalizacija kapitalizma koja je omogućena i zavisi od informacionih mreža, i ? smanjenje prostornih ograničenja.

12

12 Ipak, bez obzira na veliki broj definicija informacionog društva koje su nastajale tokom godina, nezaobilazna su tumačenja koja u svom djelu „Teorija informacionog društva— predstavlja Webster (Franc Webster) izdvajajući na osnovu određenih 12

**Smzytkowski D., (2003), Introduction to Information Society, Grand Rapids, Michigan, str. 15,**

205

navod prema MrČa N., (2008) kriterijuma za identifikaciju novog informacionog društva, njegovih pet definicija: tehnološku, ekonomsku, radnu/profesionalnu, prostornu i kulturnu. (Partridge H., 2007). Ovi kriterijumi ne isključuju jedni druge, premda teoretičari obično ističu određene faktore kada žele da predstave određeni scenario. Webster dalje navodi da je moguće identifikovati šest načina razlikovanja informacionog društva, od kojih pet možemo fokusirati na mjerenje neke od sledećih pojava: tehnoloških inovacija i difuzija, ekonomskih vrijednosti, profesionalnih promjena, protoka informacija i širenje simbola i znakova. Za razliku od ovih pet, šesta definicija je jedinstvena jer se ne odnosi na ekspanziju informacija već na promjene u načinu životu koje su time prouzrokovane. (Webster F, 2010) Tehnološka definicija informacionog društva, koja je zapravo i najšire prihvaćena osvjetljava enormne inovacije u oblasti tehnologija, stavaljajući u središte zbivanja inovacije i tehnologiju. Tehnološki napredak u kreiranju, procesuiranju, čuvanju i transmisiji informacija, koji je omogućio procvat informaciono komunikacionih tehnologija, zapljusnuo je sve sfere društva. Računarske i telekomunikacione tehnologije su revolucionarizovale socio-ekonomski kontekst modernog društva i napravile preokret u socio-ekonomskoj bazi modernog društva, tj. socijalnoj sferi, društvenoj praksi i strukturama društva. Ekonomska definicija kao ključni dio koncepta informacionog društva izdvaja informaciju, prateći informatičku industriju i njen doprinos bruto nacionalnom proizvodu.

**Informacije imaju izrazitu tendenciju da privredu** mijenjaju **u informacionu** ekonomiju **ili** ekonomiju **znanja i stvaraju** tz. **industrije znanja.**

9

Ekonomska definicija definiše informaciono društvo u smislu rastućeg značaja informacija u razvoju ekonomije. Definicija počiva na ideji da „jednom kad se najveći dio ekonomskih aktivnosti umjesto poljoprivredne i industrijske proizvodnje okrenuo ka uslužnim djelatnostima i toku informacija, postalo je jasno da već možemo govoriti o informacionom društvu—. Profesionalna/radna definicija kao osnovu novog oblika društva vidi profesionalne promjene.

**Raste broj i značaj profesija vezanih za informacione tehnologije i odgovarajućih radnika.**

9

Ova definicija stavlja akcenat na promjenu starih zanimanja i profesionalnih opredjeljenja novim. U skladu sa tim, informaciono društvo se pojavilo kada je većina zanimanja počela da se bazira na aktivnostima koja se umjesto na fizički rad oslanjaju na znanje i informisanost. Tačnije kada su službenici, nastavnici, advokati i zabavljači zamijenili rudare, lučke i radnike u fabrikama i na graĎevinama, tj po Websteru —Postaje oĉigledno da u trenutku kada posao koji zahtijeva fiziĉku

**snagu i** manuelnu **spretnost kao što je** vaĎenje **uglja ili** obraĎivanje **zemlje** teŕi **da** **bude** zamijenjen **sa više rada sa brojevima i slovima kao što su edukacija i ogromna birokratija, mi ulazimo u novi tip** druŕtva (Webster,

22

1996) Prostorni pristup definiciji koncepta informacionog

**druŕtva ističe ulogu i znaĉaj informacionih** mreŕa, **koje povezuju različite lokacije** ŕto znaĉajno utiče **na organizaciju vremena i prostora.** Ograniĉenja uzrokovana mjestom **i**

22

**vremenom gube smisao s rastom raĉunarskih** mreŕa, tz. **informacionog autoputa i globalnih komunikacionih**

9

mreŕa. Prostorni pristup naglašava ulogu i vaŕnost umreŕavanja u povezivanju lokacija. (satelitski prenosi, kablovska tehnologija, onlajn baze podataka). U ovoj definiciji informacija postaje kljuĉni strateŕski resurs u svjetskoj ekonomiji i telekomunikacionoj tehnologiji, koje pomjeraju granice i premoŕavaju razdaljine koje su postojale izmeĎu udaljenih geografskih lokacija. Reorganizacija prostora i vremena i efekti ovih mreŕa mogu se sagledati kroz niz povezanih elemenata u

**procesu tranzicije u** informaciono **druŕstvo: ? Informacija zauzima centralnu poziciju kao kljuĉni strateŕski resurs na kome poĉiva i od koga zavisi organizacija** cjelokupne svjetske **ekonomije. ?** Informaciono **komunikacione tehnologije** obezbjeĎuju **infrastrukturu koja omogućava da informacije budu** obraĎene **i distribuirane. ? Veoma brz porast u oblasti ekonomije prodajnog informatiĉkog sektora u** usluŕnim djelatnostima **kao ŕto su novi mediji (satelitski prenos informacija, kablovski sistemi**

22

itd.) ? Proces integracije nacionalnih i regionalnih ekonomija usled rastuće informatizacije ekonomije. (Simović, 2010)

Kulturološka definicija

**ukazuje na izuzetan porast informacija koje cirkulišu u društvu i način na koji to utiče na već uhodanu šemu naših svakodnevnih**

22

tvivota.

**Uticaj novih medija postaje sve izraženiji i sve značajniji u svakodnevnom tvivotu, pošto se kultura i stvara i koristi preko medija.**

9

Kako egzistiramo u medijima zasićenom okruženju, tvivot se

**suštinski sastoji od procesa simbolizacije, razmjene i primanja – ili pokušaja razmjene i opiranja primanju poruka o nama samima i o drugim ljudima.**

22

**Problemi koji su time stvoreni vezani su za nove dimenzije ili definicije stvarnosti u odnosu na prividnu (virtuelnu) stvarnost, simultanost, simulacije itd.**

9

Mnogi teoretičari smatraju da je priznanje ove eksplozije značenja dokaz o postojanju informacionog društva.

**Zajedničko za sve ove definicije je ubjećenje da kvantitativne promjene u informacijama dovode do uspostavljanja kvalitativno nove vrste društvenog sistema, informacionog društva. Na taj način sve ove definicije su rezultat skoro istog rasuđivanja: danas imamo više informacija, pa zato imamo informaciono društvo. Međutim, šesta definicija informacionog društva koja se razlikuje po tome što se ne tvrdi da danas ima više informacija (to je očigledno), već da je karakteristika informacija takva da je njihova ekspanzija promijenila naš način**

9

tvivota, više nego bilo koja prethodna argumentuje postojanje infomacionog društva. 2.4. Karakteristike informacionog društva Razmatrajući faze u raćanju informatičkog društva moćemo identifikovati tri faze13: ?

**informacijama bogato društvo, ? društvo bazirano na informacijama, ? društvo u kome dominiraju informacije. Prva faza trajala je do kraja sedamdesetih godina prošlog**

12

vijeka. U

**toj fazi razvijaju se informacione i komunikacione tehnologije, razvija se proizvodnja informacija kao posebna djelatnost, a dio radne snage je angažovan na informatičkim aktivnostima. Drugu fazu (osamdesete godine prošlog vijeka) karakterišu globalizacija, specijalizacija i konektivnost, a u trećoj informacije postaju i proizvod i kultura i dolazi do fuzije medija za transmisiju i upotrebu informacija.**

12

**Ključni značaj ekspanzije računarskih mrežnih tehnologija u informacionom društvu je uspostavljanje novih vrsta veza i kanala komunikacije,**

5

**koji su omogućili brisanje geografskih ograničenja u svim vrstama društvenih aktivnosti. Transformacija poslovnog okruženja u razvijenom svijetu ogleda se u liberalizaciji telekomunikacija,**

5

13 Smzytkowski D., (2003), Intruduction to Information Society, str. 20, prema MrČa N., (2008)

**eksploziji Internet servisa i rastućoj povezanosti računara, medija i telekomunikacionih kompanija. Razvoj i ekspanzija ICT omogućavaju kreiranje i upotrebu novih vrsta multimedijalnih servisa i aplikacija. Pojava novih poslovnih kanala i sredstava komunikacije postaje važan faktor koji ekonomijama zemalja širom svijeta pruža mogućnost za opstanak na globalnom tržištu. Prelaskom na inovativne poslovne modele zasnovane na primjeni ICT, uz podršku odgovarajućih organizacionih oblika i sa novom podjelom radnih mjesta, za kompanije širom svijeta otvara se sasvim nova perspektiva.**

5

Uticaj promjena

**koje donosi informaciono društvo na tehnološke, ekonomske, društvene, političke i kulturne aspekte jednog društva je nezaobilazan i postaje predmet mnogih savremenih istraživanja. Informaciono društvo predstavlja globalni fenomen koji se dešava svuda oko nas: kako u visoko razvijenim društvima, tako i u zemljama u razvoju koje ih uporno prate. Razlog za to leži u činjenici da širenje primjene novih vidova ICT minimizira značaj vremenskih i prostornih distanci, stvarajući neslućene mogućnosti za globalno povezivanje i sve oblike saradnje.**

5

To podrazumijeva

**očekivanje da u jednom informacionom društvu ljudi s lakoćom koriste nove oblike elektronskih komunikacija u svim prilikama: na radnom mjestu, u obrazovnoj ustanovi, u kući, u radno i u slobodno vrijeme, utijavajući pri tom maksimalnu korist od te upotrebe.**

5

U

**takvim okolnostima naročito se povećava šansa da slabije razvijena društva iskoriste mogućnosti koje pruža razvoj informacionog društva i preskoče mnoge stepenice približavajući se vodećim zemljama.**

5

**Industrijsko društvo, koje je prethodilo informacionom društvu, imalo je niz zajedničkih osnovnih karakteristika u većini zemalja širom svijeta, bez obzira na pojedinačne razlike proistekle iz različitih razvojnih i kulturnih pretpostavki. To se isto može reći i za**

5

informaciono društvo. Globalno posmatrano, osnovne zajedničke karakteristike informacionog društva su prema Castels M., Himanen P. (2004:3) sledeće: ?

**Bazirano je na obradi informacija i generacijama znanja koje nastaju razvojem mikroprocesora i informacionih tehnologija, ? Organizovano je u mreže, ? Sve osnovne aktivnosti u društvu odvijaju se uz podršku telekomunikacione infrastrukture i računarskih mreža, globalno i u realnom vremenu, ? Dolazi do promjene organizacionih formi društveno-tehnološke strukture, ? Umjesto vertikalnih, nedovoljno fleksibilnih formi upravljanja koje nisu pogodne za nove, globalne operativne modele, sve više se razvijaju novi oblici upravljanja na osnovama novih, moćnih izvršnih kapaciteta**

5

. Jednu od glavnih karakteristika i sastavnih elemenata informacionog društva prema Gidensu, uz masovne medije čine

**dinamizam i brzina promjena. Prvi element tog dinamizma je odvajanje prostora i vremena.**

33

**Zahvaljujući povećanim mogućnostima upravljanja prostorom i vremenom današnje organizacije mogu usklađivati veliki broj ljudi koji ne moraju nužno biti na istom mjestu, odnosno ljudske akcije mogu biti usklađene, a da ih pri tome ne spaja mjesto. Drugi element dinamizma je odvajanje**

33

društvenih **institucija od** lokalnog **konteksta. Zahvaljujući tome interakcija se odvaja od specifičnosti** svakog **mjesta.**

14 Poslednji, ali možda najvažniji

**element dinamizma je refleksivnost** koji **podrazumijeva kritičko promišljanje socijalnih** **aktivnosti i stečenih znanja. Institucije kao i pojedinci na temelju stečenog znanja i novih uvida u** **sopstveno djelovanje mogu prilagoditi svoje** akcije **i djelovati** sami **na sebe, što ih razlikuje od** **tradicionalnih institucija.**

33

(Giddens, 1991.) Osnovne karakteristike i razlike industrijskog i informacionog društva identifikovane su u nekim od ranih teorija u domenu ključnih tehnoloških inovacija, sistema vrijednosti i raznih drugih društveno- ekonomskih karakteristika i predstavljene u Tabeli: Karakteristike industrijskog i informacionog društva, koja slijedi: Tabela 1: Karakteristike industrijskog i informacionog društva KLJUČNE TEHNOLOŠKE INOVACIJE Karakteristike Ključna tehnološka inovacija Osnovna funkcija ključne tehnološke inovacije Industrijsko društvo Parna mašina (snaga) Zamjena fizičkog rada Informatičko društvo Kompjuter (memorija, računanje, kontrola) Zamjena

**mentalnog rada Produkciona snaga ključnih tehnoloških inovacija Materijalna produkciona snaga-** **povećanje** **proizv. po stanovniku Informaciona produkciona snaga - povećanje mogućnosti za** **izbor optimalne akcije**

12

14

**Primjer toga su razne** državne **institucije koje su** nadležne **i rukovode regijama u kojima se** **ne nalaze**

33

Karakteristike Industrijsko društvo Informatičko društvo

**Proizvodi Korisna dobra i usluge Informacije, tehnologija, znanje Proizvodni centri** Tržište **Moderne fabrike (mašine, postrojenja)**

12

Novi svijet, kolonije, kupovna moć potrošača Informacioni resursi (informacione mreže, banke podataka) Pomjeranje



**granica znanja, prostor informacija Vodeće industrije** Proizvođačke **industrije (industrija mašina,** hem. ind.) **Industrije informacija, industrije znanja** DRUŠTVENO EKONOMSKE KARAKTERISTIKE **Industrijska struktura Primarne, sekundarne, tercijalne industrije Matrična industrijska struktura (primarne, sekundarne, tercijalne, kvaternarne/sistemske industrije) Ekonomska struktura** Podjela **rada, odvojenost proizvodnje od potrošnje Sinergetska ekonomija (zajednička proizvodnja i upotreba) Društveno-ekonomski principi** Društveno-ekonomski subjekti **Zakon** cijena (ravnoteža ponude i

12

tražnje) Preduzeće (privatno, javno, treći sektor) Zakon ciljeva (princip sinergetskog efekta)

**Dobrovoljne zajednice (lokalne i informacione zajednice) Društveno-ekonomski Privatno vlasništvo nad** Infrastruktura, principi sistem **kapitalom, fer konkurencija,** sinergije, pretendovanje **maksimizacija profita**

12

na društvene koristi Klasno društvo Funkcionalno društvo Oblik društva (centralizovana moć, klase,

**(multi-centrično,** kontrola) **funkcija, autonomija) Nacionalni cilj Ukupno nacionalno Ukupno nacionalno** blagostanje **zadovoljstvo Oblik upravljanja**

12

**Snaga društvenih promena** Parlamentarna demokratija **Radnički pokreti, štrajkovi** Participativna demokratija Građanski **pokreti, sudske parnice Društveni problemi Nezaposlenost, rat, fašizam Šok budućnosti, terorizam,** ugrožavanje **privatnosti Najnapredniji stepen Masovna potrošnja Masovno kreiranje znanja**

12

Karakteristike Industrijsko društvo Informatičko društvo SISTEM VRIJEDNOSTI Vrijednosni

**standardi Materijalni standardi (zadovoljenje psiholoških potreba) Vremenski standardi (zadovoljstvo u ostvarivanju postavljenih ciljeva) Etički standardi** Duh vremena **Fundamentalna ljudska prava, humanost** Oslobođenje ljudi **Samo-disciplina, društveni doprinos**

12

Globalizam (simbioza čovjeka i prirode) Izvor: Masuda Y., (1990) prema MrČa N., 2014. str.46,47 2.5. Informaciona era 2.5.1. Teoretičari informacionog društva Mnogi autori

**su u svojim djelima pokušali** da sistematizuju **i** objasne karakteristike, **pojavu i učinke promjena koje su oblikovale** novo **društvo i**

33

objasne šta tačno znači tvrdnja da živimo u informacionom društvu ili da smo informatički / informacioni radnici i kako je možemo verifikovati i dokazati. Frank Webster je ukazavši na područja u kojima se promjene najviše manifestuju

**pokušao odrediti** da **li** je **moderno društvo zakoračilo u novi period, period** informacionog **društva.**

33

Polazeći

**od teze da je tehnologija glavni akter i pokretač** razvoja, **dok se istovremeno zanemaruje čitav niz drugih procesa** van domena **tehnološkog razvoja,**

33

on govori o promjenama u tehnološkoj, ekonomskoj, radnoj, prostornoj i kulturnoj sferi. Prema Websteru

**(2006), teoretičari informacionog društva** podijeljeni **su u** dvije **velike grupe. Prva grupa teoretičara smatra da smo danas** svjedoci **pojave potpuno novog oblika društva, koji je specifičan i sasvim različit od prethodnih, i koji označava prekretnicu u razvoju društva. Pri tom** među njima **ne postoji potpuna saglasnost oko naziva**

5

informaciono društvo koji mu se dodjeljuje. Ovu grupu predstavljaju teorije: post-industijalizma (Danijel Bel), postmodernizma, fleksibilne specijalizacije i informacionog kapitalizma (Manuel Kastels). Kastels je u svojoj trilogiji Informaciono doba - ekonomija, društvo i kultura, objavio nakon dvadesetpetogodišnjeg istraživanja, do tada najkompletniju teoriju o informacionom društvu. Drugu grupu kako navodi Savić D. N. (2013)

**čine teoretičari koji smatraju da su informacije u savremenom** svijetu **od izuzetnog značaja, ali koji ipak insistiraju na jednom kontinuitetu sa prošlošću kada se posmatra razvoj društva. Mada priznaju veliku važnost informacija u savremenom svijetu, oni za razliku od prethodne grupe, smatraju da su njihov oblik i funkcija** podređeni **duboko ukorenjenim principima i praksi na kojoj počiva jedno društvo. Teoretičari koji akcenat stavljaju na kontinuitetu sa prošlošću** zastupaju **teorije: neo-**

5

mraksizma, fleksibilne akumulacije, refleksivne modernizacije i javnog djelokruga.

Jedan od najznačajnijih teoretičara koji predviđa pojavu novog oblika društva zasnovanog na tehnološkim promjenama je Danijel Bel (Daniel Bell). On je za novi oblik društvenog sistema u kome znanje zauzima centralno mjesto uveo termin post-industrijsko društvo. Po Belu

5

tehnološke inovacije periodično iniciraju promjene u društvu. Tako je poljoprivredna proizvodnja bila osnova preindustrijskog društva 18. vijeka, manufakturna proizvodnja karakterisala društvene promjene u drugoj polovini 19. vijeka, dok je pojava prvih računara sredinom 20. vijeka označila ulazak u postindustrijsko doba kao novu fazu u evoluciji društva.

5

Kao osnovne segmente ovog društva posmatrao je tri značajna sektora društva: visoko obrazovanje, istraživanje i razvoj i intelektualnu svojinu.

5

Među teoretičarima informacionog društva svojim ranim radovima vezanim za proučavanje razvoja informacionog društva, kojima su postavljene osnove istraživanjima iz ove oblasti, izdvajaju se i Machlup koji

informaciono društvo naziva produkcija znanja i dijeli ga, u cilju lakšeg proučavanja, u sledeće sastavne delove: obrazovanje, istraživanje i razvoj, komunikacije i mediji, informaciona tehnologija (hardver) i informacioni servisi.

5

Slične teorije navode primjer izmjenjene podjele informacionog društva u odnosu na ovu i dijele

društvo na sledeće segmente: produkcija znanja i pronalazaštvo, distribucija informacija i komunikacije, upravljanje rizikom, pretraživanje i koordinacija, obrada informacija i usluge prenosa, industrija informacionih proizvoda, izabrane aktivnosti vlade i prateći sadržaji u informacionoj industriji.

5

(Savić D. N., 2013) Veoma važno mjesto u teoriji informacionog društva zauzimaju japanski teoretičari, kojima se kako je ranije pomenuto djelimično pripisuje i nastanak samog termina. Sredinom šezdesetih godina prošlog vijeka u japanskoj literaturi došlo je do ekspanzije naučnih članaka koji su se bavili problematikom informacionog društva. Šta više Tessa Morris-Suzuki (1988) specificira da je japanska vlada zapravo godinu dana prije ASIS konferencije 1970. godine, što se smatra prvim zvaničnim objelodanjivanjem pojma —information societyll objavila dva izvještaja sa temom informacionog društva. (Duff A., 2000) Tako će svom radu "Informaciono društvo kao postindustrijsko društvo" Masuda (Yoneji Masuda) koji se smatra jednim od najzaslužnijih za promociju termina "information society" klasifikuje

**društva u tri kategorije: preindustrijsko, industrijsko i postindustrijsko. Ovakav način** određenja **pojma** 12

informatičkog društva sličan je Belovom (Bell) i nije netačan ali kalkuliše sa već usvojenim poznatim pojmovima bez otkrivanja onoga

**što je u tom** novom **društvu** u nastajanju **centralna** djelatnost, **ako već nije sporno da su** **centralne ljudske aktivnosti** 12

u ranijim društvima, prije svega, bile poljoprivreda i industrija. Međutim, kako navodi MrČa N. (2008) —iako je lakše odrediti nešto

**pomoću nečega što to nije,** kao što se **na sličan način** može **reći da je noć ono što nije dan,** **nema razloga da se novo društvo u nastajanju ne nazove po onome što je u tom društvu centralna** 12

djelatnostll

**Kritiku kao i značajnu sistematizaciju postojećih teorija informacionog društva daje** i **Alistar** **Daf (Alistar Duff) u svojoj monografiji —Studije o informacionom društvu” (2000).** 5

Daf prezentuje argumente koji figuriraju u raznim debatama i tezama o informacionom društvu, koje govore za sebe, svaka u skladu sa tradicijom i porijeklom sopstvene discipline. Jedni govore o informacionoj ekonomiji, drugi poput Japanskih teoretičara o informacionom društvu i mjerenju komunikacionih tokova, a treći se fokusiraju na informacione tehnologije i informacionu revoluciju. U ovoj ambicioznoj metodološkoj studiji, Alistar Duff tretirajući oblast kao cjelinu, sistematično ispituje i komparira različite škole i pristupe, izlažući kroz svoju „raspravu o informacionom društvu— različita teorijsko retorička stanovišta ne bi li došao do njegove suštine.

**On smatra da se** među **teoretičarima informacionog društva teza o informacionom društvu** **pojavljuje u tri osnovna i jednom izvedenom obliku: ? verzija teze o informacionom društvu bazirana na** informacionoj tehnologiji ? **verzija teze o informacionom društvu bazirana na** informacionom sektoru, ? **verzija teze o informacionom društvu bazirana na** informacionim tokovima **i ? sintetička metodologija teze o informacionom društvu.** 5

Svakako

**jedan od najpoznatijih teoretičara modernog društva, Gidens (Anthony Giddens), savremeno društvo naziva društvom kasnog moderniteta. Za razliku od Vebstera koji je opisivao promjene u određenim područjima ljudske djelatnosti, Gidens je promjene proučavao na nešto opštijem nivou. On je u svojoj teoriji, osim na institucionalne promjene obratio pažnju i na to kako su se promjene u društvu odrazile na svakodnevni**

33

život pojedinca. Gidens citirajući grupu

**autora, daje veoma dobru sliku savremenog društva. On navodi da se „naš svijet ponovno stvara. Masovna proizvodnja, masovni potrošači, veliki grad, država Velikog brata, širenje domaćinstva i nacionalna država - propadaju, dok su fleksibilnost, raznolikost, diferencijacija, mobilnost, komunikacija, decentralizacija i internacionalizacija u usponu. U tom se procesu transformišu naši identiteti, pojam nas samih i naša subjektivnost. Nalazimo se u razdoblju tranzicije prema jednom novom razdoblju.— (Giddens, 2007:674)**

33

2.5.2. Informaciono doba ili doba znanja Ovu

**novu društvenu eru koja nastaje paralelno sa razvojem i širenjem računarskih**

5

mreža i u kojoj je razvoj informacionih tehnologija ostvario najspektakularniju evoluciju uticaja na ljudske aktivnosti, Kastels naziva informaciono doba.<sup>15</sup> Neki autori međutim ne daju eksplicitan naziv ovoj eri, te predstavljajući periode kroz koje je čovječanstvo prolazilo navode samo: kameno doba, metalno doba, poljoprivredno doba, industrijsko doba, tehnološko doba i doba znanja.<sup>16</sup> Otsustvo informacionog doba, koje se ne pojavljuje eksplicitno u ovoj podjeli može nas na prvi pogled iznenaditi, ali ono ovdje pripada i tehnološkom dobu i dobu znanja, koje je po ovoj vjerovatno prvoj konceptualnoj klasifikaciji društva znanja kroz ljudsku istoriju, superiorni dio informacionog doba. Zapravo kako autor navodi u informacionom dobu javljaju se kao sekvencionalne faze: informaciono društvo, društvo znanja i savjesno (tj društveno odgovorno ili održivo) društvo. <sup>15</sup>

**Castells, M. (1998). The Information Age: Economy, Society and Culture**

61

16

**James W. Michaels, How New is The New Economy? Forbes, October 11, 1999.**

197

prema Vlada M., Tugui A (2006:74) Na putu dostizanja globalnog informacionog društva čovječanstvo tokom informacione ere prolazi kroz četiri stadijuma koja se međusobno prepliću i preklapaju u svom vremenskom kontinuitetu (Slika Tehnološki talasi informacionog doba): ? kompjuterizacija preduzeća, period 1970-2012 - prvi talas ? dominacija umreženih radnika znanja, koja je počela 1980. godine - drugi talas ? stadijum globalno međuumreženog/mečupovezanog društva koji je počeo u 1991- treći talas ? globalno informaciono društvo koje počinje nakon 2010. godine - četvrti talas Slika 1: Tehnološki talasi informacionog doba Izvor: Balan S. G. 2012. i Tugui A., Vlada M. 2006. Kao što se vidi iz grafika, prva tri talasa se zapravo preklapaju, ukazujući na tranzicioni period sa specifičnim rizicima i prednostima. Čovječanstvo nije još završilo ni prvi talas, a naredna tri su međuvremenu počela da stupaju na scenu. Tokom prvog talasa, pažnja je okrenuta ka preduzećima kao ključnim centrima profita. Takođe podrazumijeva se da kompjuteri smanjuju vrijeme i troškove prikupljanja obrade i čuvanja informacija što redukuje proizvodne troškove. Dakle u ovoj fazi, cilj je bio i još uvijek je – kompjuterizacija preduzeća. U drugom talasu pažnja djelimično prelazi na individualne performanse umreženog radnika znanja u —nepapirnojll sredini. Skok produktivnosti u ovim uslovima obezbijećen je kroz znanje dostupno pojedincima i stepenom povezanosti i interaktivnosti među njima. Pažnja u trećem talasu okreće se ka konektivnosti u globalnom društvu čiji radnici znanja i firme funkcionišu u umreženoj povezanoj sredini i glavni cilj ovog talasa je dostizanje globalno povezanog društva / umreženog društva. Najzad, tokom četvrtog talasa, pretpostavka je da kompjuterizacija kompanija završava, što znači da računari postaju uobičajeno oruđe koje svako može sebi da priušti. Shodno tome, prethodno prezentovane ideje upućuju njihove autore na zaključak da bi sljedeći talas mogao početi i zahvatiti period 2035 - 2040 u kome bi zahvaljući razvoju nauke i tehnologije napredovao razvoj npr. vještačke inteligencije i biotehnoških sistema, a svakako bi predstavljao fazu inteligencije i znanja. (Vlada M., Tugui A., 2006) Taman kad su skoro svi prihvatili koncept informacionog doba, nešto malo drugačiju sliku daje Danijel Pink17 (Daniel H. Pink), po kome ono tokom 21. vijeka, prerasta u tzv. —konceptualno doba (Slika: Put ka konceptualnom dobu.) Slika 2: Put ka konceptualnom dobu Izvor: Pink D. (2005) prema: <https://areete.wordpress.com/tag/daniel-pink/> Konceptualno doba (doba ideja), je era koja je zapravo već nastupila i u kojoj kreativnost postaje dominantna vještina i centar ekonomske aktivnosti budući da je 17 Thinkers50 rangira ga među 50 najuticajnijih mislilaca u menadžmentu uspon radnika znanja dominirao poslednjih decenija. Kao što je industrija postala dominantan ekonomski motor u 18. i 19. vijeku, tako je razvoj tehnologije i inteligentnih mašina u 20. vijeku, postavio temelje za ekonomiju znanja i usluga, a u narednim decenijama će se prema (Pink D., 2006 i Florida R.R., 2003) vidjeti uspon i dominacija kreativnih radnika.

**To zapravo, znači da će razvoj informatičkih aktivnosti biti brži i potpuniji ukoliko u ciljeve i aktivnosti ljudi i organizacija više budu ugrađeni elementi kreacije, dizajna, sinteze, empatije, igre, razmišljanja i drugih**

12

sadržaja kao osnovnih elemenata —konceptualnog doba Ako izjednačimo kreativce i kreativnost sa inovatorima i inovacijom u svim njenim oblicima u svim disciplinama i područjima ljudske aktivnosti, onda zaista kreativnost postaje dominantna vještina i centar ekonomske aktivnosti, pa slobodno možemo reći da se u temeljima razvoja informacionog društva nalaze i kreacija odnosno inovacija i invencija jednako kao informacija, znanje i komunikacija. Bez obzira što mišljenja

da, pošto su se sva ljudska društva oslanjala na znanje i informacije, sintagma

116

informativnog društva kao društva znanja

implicitno diskredituje sposobnost ranijih društava, a prednost daje onim vrstama informacija i znanja kojima naša društva daju naročiti prioritet, možda imaju svoj smisao, svakako se može prihvatiti da bi bilo korisno razmišljati o društvu zasnovanom na znanju kao o nečemu što uključuje presjek nekoliko međusobno povezanih trendova: ? Razvoj informativnog društva zasnovanog na širokoj upotrebi novih informativnih i komunikativnih tehnologija, koji otvaraju do sada neviđene mogućnosti u prikupljanju, obradi, skladištenju i prenošenju podataka i informacija.

9

? Sve veći značaj inovacija i to ne samo u oblasti ICT, (dakle ne samo tehnoloških, već

i organizativnih), kao elementa konkurentnosti na privrednom i nacionalnom nivou i u strategijama koje za cilj imaju poboljšanje efikasnosti i efektivnosti organizacija svih vrsta. ? Razvoj uslužnih privreda i mnoštva ekonomskih aktivnosti, te se zapošljavanje i prihod, ostvaruju u uslužnim granama privrede. „Usluga— je bitan princip upravljanja u organizacijama u svim granama, dok specijalizovane usluge (naročito poslovne usluge sa značajnom ulogom znanja) postaju sve više značajne za organizacije u svim privrednim granama. f? Pojava upravljanja znanjem kao posebne stavke, jer organizacije žele da primijene formalne tehnike i nove informativne sisteme koji će im pomoći da efikasnije koriste svoje podataka (npr. rudarenje podataka), informativnu imovinu (npr. sistemi za upravljanje resursima preduzeća) i ekspertizu (npr. razvoj ljudskih resursa, umrežavanje korisnika i sistemi za saradnju). f? Ostala važna kretanja, koja su u vezi sa gore pomenutim tačkama, odnose se na globalizaciju, promjene u demografskim strukturama, kulturnoj praksi i pitanjima vezanim za životnu sredinu.

9

Postavlja se pitanje šta je to što ovu epohu čini različitom od ostalih. Kao što je ljudsko društvo kroz istoriju akumuliralo i primjenjivalo znanje raznih vrsta, tako je i stvaralo i obrađivalo široki spektar informacija. Međutim, postoji nekoliko razloga koji ukazuju da ima smisla smatrati da se svijet industrije kreće ka informativnom društvu – ili u niz informativnih društava. Kao što industrijska društva (ili čak bogate države) postoje u raznim oblicima u svijetu sa veoma različitim političkim i kulturnim ustrojstvima, vrlo je moguće da će postojati veliki broj informativnih društava. Međutim, globalizacija povećava mogućnost da raznolikost unutar nacionalnih društava može da postane značajno pitanje pored pitanja u kolikoj mjeri nacionalni kulturni identitet treba da bude zaštićen. ICT omogućava globalnu komunikaciju, omogućavajući supkulturama i interesnim zajednicama da se formiraju bez obzira na

9

nacionalne granice. Ekspanzija kompanija na svjetskim tržištima i migracija radne snage (i studenata) čini da rasprostranjenost bude veća. Elementi različitih kultura se u ogromnoj mjeri prenose širom svijeta – premda neki elementi imaju prednost (npr. globalna pop kultura). Informaciona društva mogu u svojoj suštini da budu heterogena i da ih prođimaju mnoge subkulture, kao i da imaju mnoge osobenosti.

(RS i UNDP, 2006)

Zemlje Evropske unije su još 1999. godine započele projekat e-Evropske koji uključuje dostupnost informacionog društva najvećem dijelu stanovništva bez obzira na geografske i socijalne razlike, kao i razvoj savremenog načina realizacije javnih i zdravstvenih usluga, prilagođavanje obrazovnih sistema potrebama savremenog društva i prilagođavanje poslovnih sistema savremenim uslovima poslovanja i zahtjevima poslovnog

32

okruženja.

Mnoge nacionalne ekonomije prepoznale su informacione tehnologije kao glavni faktor uticaja na ekonomski razvoj i inovativnost. Sopstvenim ekonomskim strategijama i primjenom informacionih tehnologija u svim aspektima društva, kao i promjenama koje su ovom primjenom nastale, ove zemlje nastoje omogućiti razvoj informacionog društva sa tendencijom njegovog daljeg usmjeravanja i usavršavanja ka iskorišćavanju potencijala informacionih tehnologija za povećavanje efikasnosti rada, smanjenje troškova, ekonomski rast, veću zaposlenost i podizanje kvaliteta

32

tvotva graĉana. (Pantić P., 2014:179) Meĉutim, postoji opasnost da će nekim drĉavama u razvoju informacionog društva moĉda

biti dovoljno da jednostavno koriste nove tehnologije da bi distribuirale proizvode zabave ili da ĉak uzmu uĉešća u političkom nadzoru

9

uz pomoć informacionih tehnologija, prije

nego da ih primjene da bi stvorili bolje opšte informisano stanovništvo, aktivniju demokratiju ili kreativnije poslovno

9

okruženje. Permanentno nauĉno-tehniĉko revolucionarno i/ili evoluciono



**mijenjanje društva zahtijeva da se sve podredi povećanju i produblivanju** čovjekovog **znanja.** 46  
**Stoga, ono je danas ključni i** najvažniji **činilac sveukupnog** tijela **i djelovanja (Biljan-August i**  
**Jakovac, 2009.).**

Iako se danas gotovo ni jedna moderna operacija ne može uspješno izvršiti bez upotrebe naprednih tehnologija, informacijska tehnologija je ipak samo

**potreban, ali ne i dovoljan uslov za postojanje društva zasnovanog na znanju, koje** zahtijeva **više** 9  
**od** razvoja **novih tehnologija, za**

transformaciju privrede, društva i tijela, a

**kada se govori o društvu znanja koje se** odlikuje **permanentnim učenjem, misli se na** 46  
**informaciono društvo u kojem se svaki napredak ostvaruje oplemenjivanjem, te širenjem znanja i**  
**informacija.**

III TEHNOLOŠKO DRUŠTVO I DRUŠTVENE TEHNOLOGIJE —Sve što postoji na svijetu u trenutku kada smo rođeni je normalno i prirodno. Sve što je izmišljeno u periodu kada smo imali između 15 i 35 godina je novo, revolucionarno i uzbuđujuće i vjerovatno ćemo graditi karijeru na tome. Sve što je izmišljeno nakon naše 35. godine, je protiv prirodnog poretka stvari. 18 3. PARADIGMA INFORMACIONO KOMUNIKACIONIH TEHNOLOGIJA U

**nadolazećim vremenima sve savršenijih tehnoloških sredstava komunikacije, genetskog** 2  
**inženjeringa i dalje automatizacije i robotizacije proizvodnog procesa**

postaje sve teže o tehnologiji razmišljati kao nečemu stranom ili spolja nametnutom u odnosu na samo društvo, a gotovo je nemoguće odrediti gdje završava jedno a počinje drugo. Ključnu ulogu, kako u sadržaju, tako i u brzini promjena u svakoj fazi razvoja društva,

**svakako je igrala i igra tehnologija, zbog čega je dolazak novog tehnološkog razvoja** uvijek 30  
**praćen sagledavanjem i predskazivanjem njenog i lokalnog i globalnog uticaja na društvo.**

Međutim, da li je tehnologija kao autonomna snaga dovoljno moćna da samostalno uslovi društvene promjene, kako to tvrde pristalice tehnološkog determinizma, ili je treba prihvatiti jedino

**kao —ekstenziju čovjekall koja ne** moće **ništa do nadovezati se na ono što mi već jesmo,**

151

je pitanje kojim ćemo se baviti u nastavku rada. Na prvi pogled, izučavanje odnosa tehnologije i društva, podsjeća na dobro poznatu dilemu o kokoški i jajetu. Naizgled jednostavno pitanje koje se svakodnevno nameće, a na koje ćemo pokušati da damo govor je: da li upotreba savremenih tehnologija oblikuje društvo ili društvo oblikuje upotrebu tih tehnologija, odnosno: da li sve intenzivnije koristimo tehnološka sredstva kao posrednike prilikom komunikacije zato što smo otučeni ili smo otučeni zato što sve intenzivnije upotrebljavamo tehnološka sredstva prilikom komunikacije? U ovom slučaju se doduše, jednostavnost moće odnositi jedino na strukturu postavljenih dilema, dok su odgovori sve samo ne 18 „Autostoperski vodič kroz galaksiju poslednji put“, Daglas Adams jednostavni.

**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,** bilo **kao industrijsko,** informaciono **ili** ma koje drugo **društvo.**

2

Različiti pristupi kroz istoriju

**različito definišu ulogu tehnologije u društvenom razvoju svrstavajući je u rasponu svojih uloga od „kokoške— (tehnološki determinizam) do „jajeta— (društveni konstruktivizam).**

2

3.1 Pojam tehnike i tehnologije Da bi smo razlučili logiku interakcije između sredstava i čovjeka tj. tehničkog i društvenog aspekta, za početak ćemo definisati pojmove tehnike i tehnologije. U tumačenju tehnike i tehnologije možemo koristiti različite definicije koje sriječemo u literaturi, ali ćemo najprije osnovnu definiciju ovih pojmova potražiti u višejezičnoj enciklopediji 19 slobodnog sadržaja, koja zapravo predstavlja jedan od fenomena informacionog društva i informaciono komunikacionih tehnologija. U najkraćem, prema gore navedenom izvoru, tehniku možemo posmatrati kao materijalno utjelovljenje akumuliranog

**znanja i** umijeća **koje** čovjek **ili ljudsko društvo koristi u najrazličitijim** oblastima **svoje** **aktivnosti, a** prije **svega u proizvodnji.**

43

Za analizu tehničko-tehnološkog razvoja i karakteristika razvoja ljudskog društva, bitno je i šire posmatranje proizvodne tehnike, naročito u onim oblastima čije tehnike imaju snažan povratni uticaj na procese u neposrednoj proizvodnji (nauka, kultura, zdravstvo, obrazovanje, komunikacija itd.). Tehnika (grč. τέχνη, umijeće, vještina) je skup svih oruđa i znanja proizvodnje koja su se razvijala tokom istorije i koja čovjeku omoučavaju djelovanje na prirodu u svrhu prilagođavanja prirodnih resursa sopstvenim potrebama. 19 Vikipedija (Wikipedia) je slobodna enciklopedija koju vodi i njome upravlja Wikimedia fondacija. Razvijaju je brojni korisnici uz pomoć Wiki softvera.

**Uz standardne enciklopedijske podatke, Wikipedia često prikuplja informacije koje bi se obično našle u almanasima i geografskim leksikonima ili informacije koje se tiču trenutnih događaja.**

80

**Sav originalni materijal priložen Wikipediji je otvoren, definisan GNU licencom za slobodnu dokumentaciju, što znači da se može slobodno upotrebljavati, izmjeniti, kopirati, i distribuirati, uz uslov da bilo koja kopija modifikacija ili izmjena ne smije stavljati dodatne restrikcije na sadržaj (tj. mora bit izdata pod istom dozvolom). Wikipedijin sadržaj kreiraju njeni korisnici, a administratori imaju veću kontrolu. Bilo koja stranica na Wikipediji se uvijek može izmjeniti pa nijedan članak nikada nije završen.**

Tehnologija se u ovom slučaju tumači kao

**upotreba i poznavanje alata, tehnika, zanatstva, sistema ili metoda organizacije.** Može se 106

reći da predstavlja posledicu

**razvoja nauke i inženjstva, premda su neke tehnologije napredovale i prije razvoja ova dva koncepta.**

106

**Tehnologija je termin sa etimološkim porijeklom u grčkom jeziku od riječi "technologia" ("τεχνολογία") – "techne", "τέχνη" ("vještina") i "logia", "λογία" ("nauka"). Međutim, "tehnologija" se može odnositi na materijalne objekte, kao što su mašine, hardver ili alati, ali se može odnositi i na šire teme, kao što su sistemi, metode organizacije i**

140

tehnike<sup>20</sup>. No bez obzira na rasprostranjenost upotrebe ovog izvora podataka, imajući u vidu prirodu i način kreiranja njenog sadržaja, ne možemo se zadržati samo na definicijama koje nudi Wikipedia, već ćemo naravno u daljem tekstu komparirati različite naučne poglede ovih pojmova. Različiti autori su pokušavali da daju što precizniju i sveobuhvatniju definiciju tehnologije, pa ćemo ovdje izdvojiti neke od njih: ?

**Tehnologija, u najširem smislu predstavlja korišćenje prirode u svrhu čovjekovih materijalnih dobitaka.**

16

(Mokir Dž., 2007) ?

**Tehnologija predstavlja primjenu naučnog znanja u praktične svrhe ljudskog tijela.21 ? Tehnologija se javlja kao rezultat djelovanja čovjeka na prirodu i društvo i pri tome, iznalaženja najpogodnijih oblika instrumenata, metoda i sredstava za prilagođavanje prirode i društva sopstvenim potrebama, tj. za unapređenje njegove kreativnosti i djelovanja u svojoj prirodnoj i društvenoj okolini**

16

(Bodirović D., 1978.) ? Tehnologiju određujemo

**kao skup tehnika i metoda koje proširuju mogućnost ljudskog djelovanja i pomažu njegovom upravljanju društvenim procesima, a proizvod su naučnih rješenja, ili drugačije rečeno - tehnologija se može odrediti kao skup programa, putem koga se realizuju ljudske potrebe. Program je tada skup aktivnosti koje vode ostvarenju nekog cilja, a pod aktivnostima se podrazumijeva interakcija subjekata i objekata.**

16

(Stojanović R., 1980:25) ?

**Svaka aktivnost koja stvara vrijednost koristi neku tehnologiju pomoću koje kombinuje kupljene inpute i ljudske resurse da bi proizvela neki output. Svaka aktivnost**

16

20 <http://bs.wikipedia.org/wiki/Tehnologija> 21 Encyclopaedia Britannica, <http://www.britannica.com/>

**koja stvara vrijednost uključuje tehnologiju, bez obzira da li su pitanju stručna znanja, postupci ili tehnologija ugrađena u procesnu opremu.**

16

(Porter M. E., 2007:177) U bližem određivanju postupaka i procesa, tehnologija polazi od elemenata proizvodnog procesa: sredstava za rad, predmeta rada i čovjeka, određujući im precizno ulogu koju u određenoj, konkretnoj proizvodnoj i istorijskoj situaciji imaju. U zavisnosti

**od obuhvatnosti proizvodnog procesa razlikuju se tri tipa tehnologije ? Makro tehnologija – utvrđuje globalnu organizaciju procesa reprodukcije u**

43

svjetskim razmjerama, uspostavljajući odnose određenog profila između velikih segmenata sistema globalne proizvodnje, kao i između pojedinih velikih svjetskih regiona. Principi na kojima se zasniva makrotehnologija su: normalizacija, unifikacija, standardizacija, stabilnost, pouzdanost i efikasnost. ?

**Mezzo tehnologija – utvrđuje i definiše odnose krupnih segmenata i komponenti velikih tehničko-tehnoloških sistema. ? Mikro tehnologija – utvrđuje proizvodne postupke u okviru pojedinačnih operacija i procesa,**

43

uključujući i detaljno raščlanjenje postupaka uz precizno određivanje mjesta i uloge sredstava, predmeta i subjekata radnog procesa. (Stojanović, 1980). Pojam tehnologije je sociološki moguće definisati na više načina, ali je važno istaći da se ona ne odnosi samo na materijalna sredstva već da uvijek upućuje na društvene vrijednosti i prakse koje se povezuju sa njihovom upotrebom. Tehnologija uvijek podrazumijeva neki oblik znanja, što znači da utiče i na formiranje kolektivnih društvenih predstava i pogleda na svijet<sup>22</sup>. Takođe, prema nekim autorima tehnika je osnovna dimenzija kulture u antropološkom smislu, (Uzelac, 2003.) te shodno tome tehniku i tehnologiju možemo takođe definisati polazeći od antropološke definicije. U tom smislu tehnika

**ljudima omogućava da mijenjaju svoj odnos prema prirodi, tj. predstavlja skup sredstava i znanja koji omogućavaju čovjeku da prevlada dominaciju prirode nad njim, dajući mu djelimičnu autonomiju u odnosu na okolinu**

7

(Foresta D., Mergier A., Serexhe B., 1995). Upotrebom različitih sredstava čovjek se postavlja u 22 Layton,

**Edwin T. „Technology as Knowledge—, Technology and Culture 15 (1974): 31-41,**

207

navod prema Ristić D. i dr. (2014) str. 24.

**poziciju u kojoj je on gospodar, tj. u poziciju subjekta ili onog koji djeluje (mijenja odnose).**

7

Golding (Peter Golding) tehnologiju definiše kao —mehanizme kojima ljudi manipulišu materijalnim svijetomll (Golding P., 2000:171), dajući dihtomnu podjelu tehnologija u kojoj se kao kriterijum ističe upravo njen društveni potencijal, odnosno mogućnost da mijenja i utiče na postojeće društvene procese, kao i da podstiče ili uzrokuje potpuno nove društvene aktivnosti i trendove. U prvoj grupi tehnologija se nalaze one koje omogućavaju postojećim društvenim procesima da se odvijaju na brži, efikasniji ili konvencionalniji način (uz mogućnost negativnih posledica, kao npr. zagađenja ili rizika), dok druga grupa tehnologija omogućava potpuno nove ljudske aktivnosti koje ranije nisu bile ni zamislive.<sup>23</sup>

**Kroz ovladavanje sredstvima i tehnikama čovjek je započeo proces kulturne emancipacije i evolucije svoje vrste, a što je više ljudska okolina strukturirana i tehnički organizovana tim više**

7

**postajemo** zavisni **o tim istim tehnikama.**

Teza koja se često provlači je

**da je** stepen **razvoja različitih tehnika** i tehnologija **rezultirao situacijom u kojoj one**  
**dominiraju nad čovjekom, tj. da smo dostigli nivo gdje tehnička okolina postaje za čovjeka = druga**  
**priroda' jer danas više i ne znamo** tivoti **bez** recimo **struje,** automobila **ili**

7

mobilnih telefona. Čovjek i tehnologija ostvaruju novu civilizacijsku epohu u informatičkom društvu, razvijajući interakciju koja i čovjeka i tehnologiju uvodi u graničnu fazu. Riječ je zapravo o periodu čovjekove usmjerenosti na razvoj i upotrebu tehnologije i mašina u mjeri koja ga, usled stepena te primjene čini zavisnim elementom tog odnosa, ali i o periodu u kome razvojni procesi tehnologije pokazuju znake razvojnog osamostaljivanja, ali i sposobnost da utiču na čovjekov tivot i njegove domete. Uprkos razvojnim sopstvenostima svakog ponaosob, čovjek i informaciona tehnologija stvaraju interakcije sa teško predvidivom perspektivom, što predstavlja osnov granične faze odnosa čovjeka i savremene informacione tehnologije. (Duronjić, T.T., 2014) Mečutim, ne smijemo zaboraviti da je čovjek taj koji inicira naučno-istraživački rad i stvara nove tehnologije da bi koristio rezultate njihove primjene. Ljudi su počeli koristiti tehnologiju pretvaranjem bogatih prirodnih resursa u jednostavne alate. 23 Prema Goldingu (2000) većina novih informaciono komunikacionih tehnologija, prema navedenom kriterijumu mođe se svrstati u prvu grupu. Praistorijsko

**otkriće mogućnosti kontrolisanja vatre je** povećalo **količinu** raspoloživih **izvora hrane, a**  
**otkriće točka pomoglo je ljudima u kretanju i kontrolisanju** okoline. **Otkrića**

106

počev od štamparske prese, pa sve do Interneta, slijedeći trendove tehnološke konvergencije su najprije lagano ali sigurno, a potom munjevitom brzinom rušila sve barijere u komunikaciji, nudeći sasvim nove oblike komunikacije i primjene informacija, revolucionirajući brzinu, kapacitete i kvalitet tog procesa, omogućavajući ljudima da komuniciraju na globalnoj skali. Nažalost, tehnološka otkrića, nisu uticala na društvo samo pozitivno, a tehnologije često nisu korišćene u mirovne svrhe 24. Razvoj radio tehnologije recimo, predstavljao je

**komunikacijski skok u novu tehnološku sferu elektronike i osvajanje nove komunikacijske**  
**dimenzije** omogućivši **znatno** brtji **transfer znanja, socijalizaciju ljudi itd.,**

15

a

**pojedincima, bili pismeni ili** ne, **da se uključe** svijet **informacija a time i komunikacija.**

15

—Prvi put u istoriji čovječanstva pojavila se tehnika kao komunikacijski medijum koji je

15

pružao

neslućene mogućnosti vladanja vremenom i prostoromll 25, tj. tehnologijom transfera i distribucije znanja i informacija u svim pravcima.

15

Bio je to do tada nedotčivljeni stepen masovne kolektivizacije svijesti koji je, po tvrdnjama mnogih, znatno olakšao pojavu različitih društveno ekonomskih formacija koje su prouzrokovale i vrijednosno negativne fenomene kao što je Drugi svjetski rat, ali na drugoj strani i snage, koje su djelovale suprotno

15

tome.

Mobilizacija ogromnih društvenih snaga i raspaljivanje emocija putem radio - talasa bile su specijalnosti predratnih i ratnih

15

svjetskih vođa. Međutim, sa druge strane, demokratski i progresivni mediji identifikovali su i valorizovali kao anticivilizacijske i negativne fenomene, kao što je pojava fašizma, i u mnogome pomogli u sazrijevanju građanske svijesti i

saznanja o potrebi suprotstavljanja toj pojavi u vaninstitucionalnom prostoru država i međudržavnih organizacija.

15

(Jeftić N., 2008.)

Danas je veoma teško odrediti u kom nas pravcu vodi tehnološki napredak. Nema sumnje da tehnološki napredak donosi veoma pozitivne efekte, ali ne smijemo zaboraviti da su i negativni efekti njegov sastavni dio. Zabrinjavajuće je to što ovaj

58

24 Razvoj oružja

sa sve većom destruktivnom moći tekao je kroz istoriju, od koplja do nuklearnog

106

orutja. 25

Miroljub Radojković, Stanko Crnobrnja, Sredstva masovnih komunikacija, Stručna knjiga, Beograd, 1995, str. 39.,

15

navod prema Jeftić N., 2008. str. 504 napredak, prema mišljenju nekih autora, kreira više problema nego što nudi rešenja.

Poseban faktor koji doprinosi povećanju nesigurnosti tehnološke civilizacije, predstavlja unutrašnja kontradiktornost tehničkog sistema i društva. Tako se npr. mogućnost havarija i nesreća povećava proporcionalno veličinom organizacija i njihove tehnološke složenosti, odnosno, što je tehnologija savršenija i sofisticiranija, utoliko više stvara nelagodu i nesigurnost.

58

(Davčev V., Ačkovska-Leškovska E., 2007:75-76) U svakom slučaju, izuzetan uticaj tehnologije na ljudski život je oduvijek bio paradoksalan. Bez obzira na to što tehnologija čini da budućnost izgleda neizvjesnije i što je svijet uznemireniji kako ona postaje moćnija, čovjek je oduvijek bio taj koji

djelujući na prirodu i društvo razvija tehnologiju u zavisnosti od svojih potreba i ciljeva društva,

16

—mijenjajući okruženje pomoću svojih tehnoloških prođetaka, bilo da su kamene alatke ili računari kako to predstavlja Ć. Gir (2011.) tvrdeći da —tehnologija nije proizvod ljudskih bića nego preduslov njihovog postojanja<sup>26</sup>. Iako su sredstva i naprave koje su ljudi proizvodili oduvijek bile neodvojive od ljudske prirode i kulture, često je tehnologija per se, postavljana na pijedestal determinišuće snage društva. Oba procesa, i širenje sveprisutnosti informacionih i komunikacionih tehnologija i porast moći tehnouke uopšte, jedinstvena su prema posledicama po čovjeka – smanjivanje čovjekovih kompetencija usled oslanjanja na tehnologiju i zavisnost od primjene i upotrebe tehnologije. Ovu vrstu zavisnosti čovek prihvata kao neminovnost u iskustvu svog savremenog života, određujući sebe nemoćnim u suprotstavljanju tehnouekspanziji. (Duronjić, T.T., 2014) 26

„Ljudi su ljudi samo u onoj mjeri u kojoj su tehnički. Tehnologija nije proizvod ljudskih bića. Ona je preduslov njihovog postojanja. Tehnologija je omogućila da ljudi postanu pametni ili bar da o sebi imaju takvo mišljenje. Istovremeno izgleda da ih je tehnologija dovela na ivicu samouništenja, bilo uz pomoć atomske bombe ili globalnog zagrijavanja, što uopšte nije pametno.— – Ć. Gir,

31



## Digitalna kultura 3.2. Teorije tehnološkog društva

**Zaista je puno autora koji se bave odnosom tehnologije i društva kod kojih provejava manje ili više izražen tehnološki determinizam ili su makar „optuživani— zbog toga.**

2

U teorijama društvenog razvoja često se davao primat idejama tehnološkog determinizma, pri čemu se, pod uticajem pozitivizma, ponekad nedovoljno kritički pristupalo pomenutoj ideji. Već u XIX vijeku, možemo naići na ideju tehnološkog determinizma. Tokom XX vijeka, u teorijama modernog evolucionizma, tzv. neoevolucinizma, još više je naglašen značaj tehnologije za čovjekovu adaptaciju. Brojni teoretičari isticali su da je tehnološko-ekonomski činilac najbitniji kako za kulturu, tako i za ekonomiju, pa i društvo i čovjeka uopšte, postavljajući

**pitanje da li je uopšte moguće analizu savremenog, tehnologijom posredovanog društva, u potpunosti lišiti tehno-determinizma.**

2

Tehnološki determinizam, tj.

**vjera u tehnologiju kao autonomnu snagu, dovoljno moćnu da samostalno uzrokuje društvene promjene,**

151

ima svoj teorijski antipod u konceptu socijalne konstrukcije tehnologije, tzv. socijalnom konstruktivizmu, koji ističe autonomiju čovjeka i društva u odnosu na tehnologiju, i predstavlja drugu krajnost u pokušaju spoznaje složenog determinističkog spleta tehnologije i društva. Pomenuta dva ekstremna koncepta znatno doprinose boljem sagledavanju interakcije društva i tehnologije, ali još uvijek nisu u stanju da pruže jednu objektivnu, cjelishodniju sliku te složene interakcije. Sam pojam interakcije implicira međusobni uticaj, procese, akcije i reakcije, pa samim tim i dva relativno autonomna subjekta koji stupaju u odnos i utiču jedan na drugog. Na polju razvoja informaciono-komunikacionih tehnologija, smatra se da se novi mediji moraju posmatrati u kontekstu evolucije ljudske komunikacije u kojoj se svaki novi komunikacioni kanal razvijao iz prethodnog, preuzimajući primat od njega, ali ga pritom ne ukidajući. Deterministički splet odnosa između tehnologije i društva predstavlja zbir složenih preplitanja iskazanih potreba, konkurentskih i političkih pritisaka i društvenih i tehnoloških inovacija. Potrebe stvaraju inovacije, ali i inovacije stvaraju nove potrebe. (Milovanovic G. i dr. 2005)

**Zbog toga je razumljivo da savremeni pristupi razumijevanju odnosa tehnologije i društva uglavnom prevazilaze tehnološki determinizam, koji je bio daleko primjereniji proučavanju rane faze modernizacije, odnosno vremenu dramatičnih društvenih**

2

promjena, kada je tehnologija doživljavana kao jedna

**nova, često autonomna, sila koja nepovratno mijenja društvo po nekim samo sebi svojstvenim i predeterminisanim zakonima.** 2

Do tada je mašina bila alatka, sredstvo za rad, sredstvo za pomoć u obavljanju nekih djelatnosti. U odnosu na čovjeka je bila pasivna, bez mogućnosti da ponudi više od onoga što mu je čovjek konstrukcijom omogućio. Mašine (tj. tehnologija – prim. aut.) su bile jednostavne i po konstrukciji i po namjeni. Interfejs između čovjeka i mašine se zasnivao na jednostavnim komandama od strane čovjeka koje su se na taj način „stavljale u pogon—. Mašina je bila nijema i nemoćna za samostalne transformacije i interakciju. One su u potpunosti zavisile od čovjekove sposobnosti da ih stvori i djelatno upotrijebi. I dok je mašina bila stvar, sredstvo, alatka, sfera tehne<sup>27</sup>, čovjek je bio antipod svemu ovome. Sličnosti i razlike između njih bile su jasne i diferencirane po principu odnosa živog i neživog, stvaralačkog i stvorenog, između onoga ko ima i onoga kome nedostaje stvaralačka kognicija. (Duronjić T.T., 2014)

**Jedan od tipičnih predstavnika ranog tehnološkog determinizma bio je američki sociolog Vilijem Ogburn, koji je 30-tih godina XX vijeka poredio uticaj tehnologije na društvo sa efektom sudarajućih bilijarskih kugli koje vrše linijski uticaj od jedne na drugu, zatim na treću i tako redom. U skladu sa tom metaforom Ogburn** 2

W.F. (1968) iznosi mišljenje

**da se u: —... mnogo značajnih slučajeva u prošlosti, promjena najprije dogodila u tehnologiji koja je izmijenila ekonomske situacije, one su pak izmijenile društvenu organizaciju i organizaciju javne vlasti, a ove su konačno izmijenile društvena vjerovanja i filozofije.— Ova tz. tvrda varijanta determinizma, kasnije biva zamijenjena njegovim mekšim oblicima, ali ipak ostaje i dalje vrlo prisutna u definisanju odnosa, odnosno uticaja, tehnologije na društvo.** 2

<sup>27</sup> Možda prvi korak u u tom razvojnom smislu predstavlja Platonovo i Aristotelovo uvođenje pojma „tehna—, s namjerom da se označi teorijsko otkrivanje i poznavanje pojma. Hajderger je mnogo kasnije ova starogrčka učenja, nazvao prvim skrivenim temeljima razvoja tehnokratske ideologije i prakse budućnosti, a Grčku upotrebu logosa za praktične stvari nazvao je polaznom tačkom savremenog razvoja tehnike, odnosno mjestom gdje ona suštinski počinje. Iako iz ovog ugla gledajući, to nije bilo doba mašina već ljudi, budući da mašine nisu bile sveprisutne, mobilne i svima dostupne pod jednakim uslovima. (Duronjić T.T., 2014:78,79) U

**drugoj polovini XX vijeka razvijaju se pristupi koji drže da je tehnologija specifičan sistem, koji je sve samo ne vrijednosno neutralan (Hajdegerov substantivizam), te da ona predstavlja** 2

**sredstvo ultimativne moći i društvene kontrole (Markuzeova kritička teorija tehnologije). Međutim, sa sve intenzivnijim „srastanjem— tehnologije i društva, tokom poslednjih decenija XX vijeka, sve su zastupljenije teorije koje svoju paţnju usmjeravaju 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 podvarijanti pod nazivom društvena konstrukcija**

tehnologije<sup>28</sup>. (Petrović M.D., 2012)

**Rani predstavnici pristupa društvene konstrukcije tehnologije (DKT), Pinç i Bajker (Pinch T., Bijker**

2

W.E.)

**zalagali su se za svojevrsnu fuziju sociologije nauke i sociologije tehnologije.**

2

Čuveni primjer<sup>29</sup> kroz koji Pinç i Bajker

**demonstriraju osnovne elemente svog tehno-konstruktivističkog pristupa tiče se izuma bicikla**

2

na čijem primjeru

**su koristeći DKT pristup uspjeli da pokaţu, da izum modernog bicikla nije spontani proizvod tehnološke evolucije već rezultat dugogodišnjeg procesa pregovaranja.**

2

30

**Dakle, tehnologija nije nametnuta spolja, voćena nekom svojom unutrašnjom logikom već je ona proizvod dinamične interakcije relevantnih društvenih aktera. Zbog toga razvoj tehnologije nije linearan već, upravo suprotno, multidirekcionni. U kom će se pravcu odrećena tehnologija razviti zavisi od sloţenog procesa**

2

u kome različite <sup>28</sup> The Social Construction of Tecnology-SCOT ili DKT (društvena konstrukcija tehnologije) <sup>29</sup>

Kao što je opšte poznato prvi prototipovi bicikala (70-te i 80-te godine XIX vijeka) su se značajno razlikovali od verzije koja se kasnije proširila čitavim svijetom. Osnovna karakteristika prvih bicikala ogledala se u izrazito velikom prednjem točku i daleko manjem zadnjem. Ovi bicikli su bili veoma nestabilni i zahtijevali su posebnu sposobnost vozača, ali su zato bili daleko brži od kasnije razvijenog bicikla sa dva ravnomjerna točka.

2

U slučaju razvoja bicikla, Pinč i Bajker identifikuju konflikte u pogledu: različitih tehničkih potreba različitih društvenih grupa (npr. brzina vs. bezbjednost), različitih rešenja istih problema (bezbjednosti raznih bicikala), kao i moralnih normi (tjene koje nose suknje ili pantalone).

2

30

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,

2

Cambridge: MIT Press, prema Petrović D. —Novi oblici društvenog umrežavanja, Beograd 2012

interesne grupe mogu davati različita značenja istom proizvodu, odnosno drugačije ga interpretirati, kao u gore pomenutom primjeru bicikla.

2

Definisanje relevantnih interesnih grupa koje zastupaju različite stavove u procesu apsorpcije određene tehnologije je jedan od najvažnijih zadataka DKT pristupa.

Vremenom, u procesu stabilizacije, određene interpretacije ostvaruju primat u odnosu na druge i u poslednjoj fazi zatvaranja, postaju univerzalno prihvaćene,

2

kroz definitivnu dominaciju jednog tehnološkog modela.

Zatvaranje proizvodi takozvanu „crnu kutiju—, odnosno proizvod koji više niko ne dovodi u pitanje već ga uzima „zdravo za gotovo— (Feenberg, 1999). 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 proizvode prilagođavajući ih svojim potrebama. U ovom slučaju Internet bi bio paradigmatičan

2

primjer **budući da su upravo korisnici** najzaslužniji **za mnoge aspekte njegove neplanirane, a danas dominantne upotrebe.** Međutim, **bez obzira na veliki značaj u** osvjetljavanju **uloge aktera u kreiranju tehnologije, DKT pristupu** može **se uputiti više**

zamjerki, kao što su izostanak interesa za društvene posljedice tehnoloških promjena, nedosljedno izveden koncept relevantnih društvenih aktera tj. ko odlučuje i koje su to relevantne društvene grupe i relevantni društveni interesi.

Tako će je za ovaj pristup ostalo nezanimljivo -

**šta je sa grupama koje nisu učestvovala ili** namjerno **bile isključene iz procesa konstrukcije tehnologije, ali će svakako biti** pogođene **posledicama tog procesa. Treća** zamjerka **koju**

2

iznose kritičari ovog pristupa,

**odnosi se na zanemarivanje dubljih strukturnih i kulturoloških posljedica izbora ili upotrebe tehnologije poput klasnih odnosa ili** nenamjeranih **posljedica upotrebe**

2

određenih

**tehnologija. Drugim** riječima, **kako tumačiti nemogućnost prevladavanja neke tehnologije ili izostanak konsenzusa interesnih grupa. Problem je u tome što zagovornici DKT pristupa, nemaju ni teorijsko ni praktično stanovište o odnosu tehnologije i dobrobiti ljudi**

2

(Petrović D., 2012). Imajući u vidu uočene nedostatke DKT pristupa, Finberg (Feenberg)

**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). Tehnologija nije samo efikasna sprava ili efikasni postupak, već ona u sebi sadrži njihove kontekste koji su ukorijenjeni u njenom dizajnu i društvenoj interakciji. Konstruktivistička pozicija odnosa tehnologije i društva, po** Finbergu, može **se sumirati kroz tri osnovna elementa:**

2

?

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

2

**alternative u skladu sa raznovrsnošću kriterijuma vezanih za specifičnosti slučaja; ? 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 usmjerena; ? Definicije koje se bore za prevlast odraz su konfliktnih vizija modernog društva ostvarenih kroz različite tehničke izbore. U**

2

svom djelu Internet društvo: internet u svakodnevnom životu, M. Bakardjiva se

**bavi proučavanjem domestifikacije Interneta u svakodnevnom životu ljudi i ističe da se zbog dvije osnovne slabosti ovaj pristup ne može koristiti kao jedini za tumačenje**

2

odnosa tehnologije i društva. Prva slabost

**se odnosi na nedostatak njegove osjetljivosti na pitanja društvene moći i razlike između relevantnih društvenih grupa i samim tim posledičnu nemogućnost predstavnika ovog pravca da problematizuju makro dimenzije društvene promjene. Druga slabost leži u tome što se kroz ovaj pristup nije obratilo dovoljno pažnje na manje organizovane i kulturno disperzivne grupe poput „običnih— korisnika.**

2

Centralni dio pragmatičnog prisupa koji ona kreira postaje

**metafora „tehnologija kao jezik— . Suština ove metafore ogleda se u tome da je: —... čin upotrebe za tehnološki sistem isto što je govor za jezik— (Bakardjiva**

2

M., 2005).

**Činovi upotrebe, kao i sam govor, su u isto vrijeme korišćenje sistema, ali i operacije koje se nad njim izvode, što u krajnjoj konsekvenci znači da kao što se jezik mijenja kroz svakodnevnu upotrebu govora,**

2

analogno tome mijenja se i tehnologija. Međutim, kada je riječ o ulazi —običnogll korisnika, njegov uticaj je, takođe, različit od tehnologije do tehnologije.

**Veliku ulogu u** usmjeravanju **pravca razvoja** interneta **imali su** prije **svoga rani korisnici,** 2

ali su

**njegovi kreatori** takođe **i današnji, „obični— korisnici, koji čine heterogenu grupu ali očigledno sa homogenim potrebama - da budu u vezi,** a **upravo ova potreba, propuštena kroz sito različitih strukturalnih faktora, čini da se Internet konstituiše kao najmoćnije komunikaciono sredstvo današnjice.** 2

(Petrović D., 2012) Na osnovu navedenih koncepata moţe se zaključiti

**da tehnologija i društvo predstavljaju jedan isprepleteni kontekst koji je jedino u ovoj** međuvezi **moguće** 2

ispravno sagledati. Najveći uticaj tehnološkog determinizma u medijskim studijama ostvaren je kroz teorije o informacionom društvu, kao jednoj od verzija postindustrijskog društva. Postindustrijsko društvo i s njim povezani pojmovi, kako je analizirano u prethodnom poglavlju, evoluirali su u procesu koji je od ranih šezdesetih godina prošao kroz tri faze: od —tehnološkog društva preko —društva znanja (—knowledge societyll) i/ili —društva usluga (—service societyll) do —informacionog društva. Sve one reprezentuju dugu tradiciju tehnokratskog mišljenja čija je osnovna premisa da „tehničke inovacije proizvode društvene efekte u i po sebi (Milivojević S., 2008). Moţemo

**reći da nas** određeni **tehnički nivo** oslobađa **od ograničenja onog prethodnog, npr. struja nas** 7  
**je oslobodila od ograničenja prethodno** korišćenih **mehaničkih tehnika.** Međutim **tehnika ne**  
 određuje obavezno **odnos** između **čovjeka i** određene **tehlike ili sredstva. Primjena neke tehnike**  
 zavisi **i o društvenoj logici i potrebama.** Recimo **današnja** kompjuterska **tehnologija ne temelji se**  
**isključivo** na **tehničkoj logici već i na mnogim elementima vezanim uz društvenu logiku i društvene**  
**potrebe i potekla je iz interakcije** određenih **tehničkih** shvatanja s **društvenom logikom. To nije**  
**deterministički odnos već prije proces interakcije, razmjene i povratne reakcije** između određenih  
**tehnika ili sredstava i čovjeka.**

Koncept informacionog društva zasnovan na ideji —tehnološkog društva koja pretpostavlja da je nastao novi tip društva u čijoj je osnovi stalni proces tehničkih inovacija, razvio se u okviru razmatranja odnosa tehnologije i društva. „Industrijsko društvo zasnovano je na mašinskoj tehnologiji, a postindustrijsko društvo je oblikovano intelektualnom

tehnologijom. Ono što su kapital i rad za industrijsko društvo, tj. njegove glavne strukturne odlike to su u postindustrijskom informacija i znanjell.31 Ova ideja Danijela Bela, o društvu u kome pružanje usluga čini dominantan ekonomski sektor, 31 Vilijem Lis, jedan od prvih i najstudioznijih kritičara mita o informatičkom društvu, podsjeća da se tokom šezdesetih pojavila obimna literatura i mnogo istraživanja o ovoj temi. Sva su uglavnom bila povezana sa uticajnim programom tehnologije i društva Harvardskog univerziteta sumiranom u knjizi Technological Change. (prema Milivojevic, S. 2008) kasnije je razvijena u stav o centralnoj ulozi informacije i informacionog. Moderno društvo prešlo je iz faze u kojoj dominira proizvodnja roba u fazu pod dominacijom proizvodnje informacija, a nauka i tehnologija postale centralne produktivne snage. Sve veća i sveobuhvatnija sposobnost ljudi da pomoću tehnoloških produćetaka mijenjaju svoje okrućenje, predstavlja glavni pokretać promjena.

**Posljedica brzog razvoja tehnologije, koji je eksponencijalan jer raste u srazmjeri sa svojom veličinom, jeste nemogućnost da shvatimo šta se dogaća oko nas.**

45

**U ovoj tvrdnji nalazimo analogiju sa percepcijom ljudi o odrećenim periodima u razvoju ćovjećanstva. Tako npr. ćovjek renesanse nije mogao biti svjestan doba u kome**

160

ćivi, na naćin kako je pak

**ćovjek romantizma, sa izvjesne vremenske distance, mogao percipirati period renesanse.**

45

**Nijedna korjenita promjena koju donose tehnologije ne moće se u potpunosti shvatiti u trenutku kada se**

45

dogaća, jer ljudi upadaju u klopku da o tekućim tehnologijama i medijima razmišljaju u kategorijama slićnih prethodnih promjena, te ustrojstvo svijeta shvataju pomoću postojećih tehnologija, a nove medije posmatraju samo u funkciji starih (Gir Ć., 2011.). Stvari se mijenjaju tako brzo jer se tehnologija sve brće razvija i postaje sve sloćenija, a nove tehnologije neprestano mijenjaju i nać odnos prema okrućenju. Mećutim taćnu proporciju mećusobnog uticaja i zavisnosti izmeću civilizacijske potrebe i tehnologije, odnosno u kojoj mjeri

**je tehnologija izazvala potrebu ili je potreba izazvala tehnoloćki izum, nije moguće precizno odrediti.**

17

### 3.3. Drućstvene implikacije tehnoloćkih inovacija - uloga i prihvatanje



**Zahvaljujući rezultatima nauke stvaraju se novi proizvodi, novi materijali, novi izvori energije i novi tehnološki postupci.** Većina ekonomskih istoričara i 16

istoričara tehnologije smatraju da je nauka

**imala skroman značaj za rane pronalaskе iz oblasti mehanike,** te da su 16

tehnologije industrijskog društva uglavnom

**bile rezultat bistrog uma i vještih prstiju, malo toga** dugujući **naučnom znanju.** 16

Međutim

**uslovljenost moderne tehnologije i proizvodnje razvojem nauke postaje tako velika da se** može 16  
**reći da je došlo do sjedinjavanja nauke, tehnologije i proizvodnje u procesu njihove scijentifikacije.**

Tehničko tehnološki razvoj je

nezamisliv bez prisustva i upotrebe inovacija. Inovaciju možemo

**prihvatiti kao aktivnost, posao, odnosno misaonu radnju, koja kreira ili obogaćuje resurse,** 107

dajući im upotrebnu vrijednost.

**U opštem smislu,** ona **ne mora obavezno da bude čisto tehnička,** međutim **tehničke** 107  
**inovacije mogu da doprinesu direktnom porastu društvenih inovacija i da imaju snažne socijalne**  
**implikacije. Zbog toga**

inovacija nije samo tehnički pojam već i ekonomski i društveni. Sistemska inovacija predstavlja svrsishodno i organizovano traganje za promjenama,

**kako bi u okviru sistematske analize mogućnosti ovih** promjena **one** bile prihvaćene **kao** 107  
**ekonomske ili socijalne** (društvene) **inovacije.**

**Novi proizvodi otvaraju nova** tržišta, **generišući** tražnju **za novim resursima i sirovinama i**  
**ohrabrujući inovacije proizvodnih tehnologija**

16

uz stalno podizanje tehnološkog nivoa proizvoda, procesa, opreme i materijala. Inovacije nekada

**dovode do stvaranja novog resursa koji do tada nije postojao ili je postojao ali nije imao upotrebnu**  
**vrijednost,** a nekada daju **novu mogućnost upotrebe već postojećem**

16

resursu<sup>32</sup>, te prema Drakeru (Peter Drucker) inovacije kreiraju resurse, a Šumpeter ih definiše kao novu kombinaciju postojećih resursa. U principu,

**tehnološke inovacije su prva** primjena **nauke i tehnologije u novom** smjeru **sa**  
**komercijalnim**

215

uspjehom, u „vidu 32 Glina, nafta, boksit, laporac, kaučuk, silicijum i sl. nisu bili resurs, sve dok čovjek zahvaljujući brojnim inovacijama, nije našao mogućnost da ih preradi i nakon toga upotrijebi. Sve dok čovjek ne nađe upotrebnu vrijednost nečega u prirodi i ne dodijeli mu ekonomsku vrijednost, resurs kao takav ne postoji. (Drucker P. F., 1999. str. 56) implementacije novog ili značajno poboljšanog proizvoda ili procesa, nove marketinške ili organizacione metode u poslovnim praksama, organizacijama radnog mjesta ili spoljnim odnosima." (OECD, 2013) Ono što je bitno jeste da je inovacija zapravo komercijalizacija invencije jer

**se odnosi na korišćenje novog znanja za ponudu novih proizvoda ili usluga, koji imaju bolju**  
vrijednost **za korisnike, što se** ipak **na**

43

kraju vrednuje na samom tržištu. (Freeman C., Soete L., 2005) Upravo složenost procesa prihvatanja određene inovacije ističe značaj vremenske dimenzije procesa difuzije inovacija koja se često uzima kao dobar (ponekad i dovoljan) pokazatelj stepena otvorenosti određenog društvenog sistema, tj. njegove modernizacije.

**Stvaranje i širenje inovacija** je **jedan od najsuptilnijih društveno kulturnih procesa:** veoma  
**je** značajan, ali i **veoma**

129

težak za sociološko, socio-psihološko i svako drugo istraživanje.

**Strukturno gledano, inovacije stvaraju kreativni pojedinci i grupe u povoljnim društvenim uslovima, gdje se nalazi središte kulturne inovativnosti, iz kojeg se novostvoreno širi ka drugim djelovima dotičnog društvenog sistema ili izvan njega. Istorijski gledano, stvorene inovacije šire se brže ili sporije, tako da je vrijeme veoma važna dimenzija difuzije inovacija, kao i svih drugih kulturnih procesa. Tokom vremena, pojedinci i grupe, prije ili kasnije, upoznaju se sa inovacijama, potom ih prihvataju ili odbijaju, da bi one prihvaćene počeli redovno ili povremeno da koriste.**

36

Usvajanje inovacije uvijek zahtijeva izvjesne promjene u društveno-kulturnom obrascu nekog subjekta, i širenje i prihvatanje inovacija u velikoj mjeri vezano je za razne društvene uslove koji ih podstiču ili ometaju. Dosadašnja istraživanja prvenstveno su vezana za proces difuzije inovacija i često previđaju završetke procesa difuzije, tj. usvajanje i integrisanje inovacija u životnu situaciju onih koji je prihvataju, kao i posledice prihvatanja inovacije. Ono što se često previđa jeste

**da inovacija ne mora** uvijek **da bude** adekvatan **odgovor na datu potrebu,** tj. **pored** poželjnih, može imati i neželjene **efekte,** drugim riječima, **inovacije**

129

moгу biti funkcionalne i disfunkcionalne, često i jedno i drugo. "Svaka revolucionarna tehnologija prikazuje svoje pravo lice tek nakon perioda inkubacije" (Bard & Söderqvist, 2003:27). Takoće,

**inovacije nisu** uvijek **racionalne tvorevine, niti se sve njihove posledice mogu racionalno** predvidjeti. **Neke su manifestne (vidljive i namjeravane), a neke su latentne (skrивane i slučajne),**

36

stoga je teško

**zaključiti koje su stvarne posledice neke inovacije i šta je čime izazvano.**

36

Uglavnom, stvarne posledice neke inovacije mogu se znati tek nakon što prođe neko vrijeme i mi se rijetko nalazimo u mogućnosti da sa preciznošću odredimo

**da li je** proteklo **dovoljno vremena, da bi se** ispoljile **sve bitne posledice.**

36

Veoma značajan element nastajanja, širenja i prihvatanja inovacija su i

**posebni interesi grupa koje nameću ili sprečavaju** inovacije **u svim fazama** njihove **difuzije.** 36  
 Suprotni interesi uvijek **postoje i** uvijek **se nekako** međusobno **balansiraju,**

ali za svaku inovaciju neophodno je postojanje zainteresovane strane koja je širi, prihvata i koristi.

**Uklapanje svake** važnije **inovacije u postojeće kulturne obrasce veoma je komplikovano.** 36

**Inovacije mogu da imaju različitu snagu** i da **izazivaju razne posledice po** cjelinu **u koju** 129  
**prodiru,**

stoga

**često postoji, —strah od radikalnih inovacija\_\_ i** izražen **otpor prema njima.** 36

**Već prilikom usvajanja,** ali i **tokom korišćenja neke inovacije, razvijaju se odbrambeni i** 36  
**adaptivni društveno-kulturni mehanizmi** društvenog **systema i kulturnog podsistema u koji**  
**inovacija prodire i u kojem se prihvata. Tom prilikom inovacija najpre** izaziva **„konflikt\_\_ sa postojećim**  
 socio-kulturnim obrascima, **potom se odvija njena „akulturacija\_\_,** zatim **„akomodacija\_\_,**  
**„reinterpretacija\_\_**

i „asimilacija\_\_ 33 . Svaka inovacija nužno se

**sukobljava sa nekim elementima starog** društveno **-kulturnog obrasca i sistema u koji prodire** 36  
**(sa onim** vrijednostima, **normama i interesima sa kojima je nespojiva); sa drugima (sa kojima je**  
**kompatibilna)** povezuje se **i tako se** prilagođava cjelini **(akomodacija);** slijedi preuređivanje  
**inovacije u** svjetlu **nove** cjeline **(reinterpretacija), čije crte ona prihvata i u koju se definitivno uklapa**  
**(asimiluje se).**

Relativna prednost, kompatibilnost, složenost, pouzdanost i primjećenost su pet osobina inovacije koje sugerišu da uspjeh bilo kakvog novog oblika komunikacije zavisi od toga koliko se on dobro i lako uklapa u živote ljudi. Isticanjem uloge društvenih, političkih i ekonomskih snaga u nastajanju, razvoju, širenju i prihvatanju novih tehnologija, relativizuje se autonomna snaga tehnologije u odnosu na društvene, psihološke, ekonomske, kulturne i političke uticaje. (Winston

B., 1998) Kasnije nastale društvene potrebe stvorene dejstvom akceleratora koji podstiču razvoj ili prihvatanje novih tehnologija definišu se kao dodirne tačke između društva i tehnologije. A one kasnije nastale društvene potrebe koje potiču od potreba kompanija, zahtijeva drugih tehnologija, regulativnih i pravnih mjera i društvenih snaga uopšte suprotstavljene su 33 V. Đurić (1975) , Inovacije u društvu ; navod prema Milovanović G. i dr (2005) radikalnom potencijalu i otporu prema promjenama koji usporava uticaj novih tehnologija. Savremeni čovjek polako se navikava na novu tehnologiju prihvatajući oba njena lica, njene pozitivne i negativne posljedice. Usmjerava pažnju na nove tehnike – rade li dobro i ako tako rade očekuje još bolje i više, a ako ne – nastoji ih osposobiti, usvršiti i razviti. (Munitić A., Jeličić A., 2008.) Prodori tehnoloških promjena će se uvijek lakše pojaviti, široko primijeniti i u potpunosti iskoristiti tek kada stara kombinacija tehnologija, zasnovana na ranije preovlađujućem ključnom faktoru definitivno iscrpi svoj potencijal daljeg povećavanja produktivnosti. Tek drastično smanjenje relativnih troškova i cijena, dovodi do novih paradigmi povezanih sa generalnim prodorom novih tehnika i tehnologija i odgovarajućim organizacionim i ostalim transformacijama socioinstitucionalnog okvira.

3.4. Tehnoekonomska paradigma (TEP) 3.4.1. Pojam paradigme, naučno-tehnološka i tehno-ekonomska paradigma Sam pojam paradigma pojavio se u savremenoj naučnoj literaturi zahvaljujući Kunovim (Tomas Khun) teorijskim postavkama istorijskog razvoja nauke, po kojima duge periode utabanih naučnih tokova, smjenjuju kratki periodi naučnih revolucija, predstavljenih 1970. godine u revolucionarnom djelu: Struktura naučnih revolucija (The Structure of Scientific Revolution)<sup>34</sup> Tokom poslednjih skoro pa pola vijeka, ovaj termin je često korišćen od strane velikog broja istraživača specijalizovanih u različitim naučnim oblastima, uključujući gotovo sve djelove ekonomske teorije, uz paralelu ideje paradigme u razvoju nauke kod Kuhn-a i evolucije u tehnologiji i ekonomiji. (Freeman C., Perez C., 1986) Paradigma se kao termin koristi u ekonomskim istraživanjima, da objasni dominantne reţime i oblike ekonomskih razmatranja. Koncept naučne paradigme predstavlja način gledanja na svijet, koji definiše ključne istraživačke probleme. Kada se nedostaci u okviru postojeće paradigme akumuliraju do nivoa koji dovodi u pitanje njegovu održivost, dolazi do njene zamjene novom paradigmom. Drugim riječima, paradigmu možemo shvatiti kao gledište formirano na osnovu grupe opštih metodoloških stavova i vrijednosnih orijentacija i kriterijuma. Vladajuća paradigma uvijek dominantno određuje kriterijume, na osnovu 34 Struktura naučnih revolucija je

**jedan od najznačajnijih napora u oblasti filozofije nauke i zanimljiva polazna tačka ka novim shvatanjima.**

136

**Malo koja druga knjiga je izazvala toliko plodonosnih diskusija o samoj prirodi nauke tokom XX vijeka. Kun artikuliše radikalno drugačiju paradigmu**

136

od dotadašnje.

**Tradicionalno, nauka je definisana kao akumulacija objektivnih činjenica, koja napreduje ka sve istinitijem razumijevanju prirode. Umjesto toga, Kun je izašao s vičenjem prema kojem naučna otkrića u velikoj mjeri zavise od vrste pitanja koja naučnici postavljaju, a ova pak djelimično zavise od filozofske pozicije konkretnog naučnika. Ponekad, dominantan naučni pogled na**

66

svijet **postaje pretrpan problemima na koje ne** moţe **adekvatno da odgovori. Time se stiĉu uslovi za nepovratne nauĉne revolucije,**

koje je Kun nazvao „promjene paradigme—, uvodeći u filozofiju nauka i nauĉni diskurs sintagmu koja je postala jedan od najkorišćenijih, ali i ĉesto zloupotrebljivanih pojmova u nauĉnom Źargonu. Kada doĉe do promjene

**paradigme, nauĉnici** mijenjaju **dotadašnji pogled na** svijet, **pitanja koja o njemu postavljaju,** 66  
oruĉa **koja koriste da bi ga** razumjeli. Rijeĉju, **prekida se pravac kojim se nauka do tog trenutka kretala i napredovala. Kroz ove revolucije, glasio je Kunov revolucionarni zakljuĉak, put nauke nije** nuţno **put ka istini, već udaljavanje od** preĉašnje **pogrešne vizije.**

kojih su definisana razliĉita istraţivaĉka polja, a u okviru kojih se mogu naći moguća rešenja za odreĉene probleme. Kada se pojavi nova tehnološka paradigma ona predstavlja veliki diskontinuitet ili promjenu naĉina razmišljanja, odreĉuje nova pravila igre i efikasno razgraniĉava oblast istraţivanja u kojoj se vodi potraga za inovacijama, pokazujući tendenciju ka manifestaciji jakog iskljuĉujućeg efekta. Proces istraţivanja je ograniĉen u smislu: polja istraţivanja, problema koje treba riješiti, primjenjene procedure, sveobuhvatnog zadatka na koji se primjenjuje, manifestaciju karakteristika i materijala koje koristi tehnologija (Smith D., 2010) Termin tehnološka paradigma egzistira u širokom istraţivaĉkom polju ekonomsko tehnoloških promjena, pojašnjavajući radikalne promjene u tehnologiji i njihov uticaj na materijalnu osnovu proizvodnje roba i usluga. Ona oznaĉava konkretizaciju rešavanja postojećih tehnoloških i ekonomskih problema, na osnovu veoma selektivnih principa, ali moţemo napomenuti i to da odreĉen broj autora umjesto ovog neologizma koristi termin disruptivnih inovacija<sup>35</sup>. Dakle

**tehnološka paradigma predstavlja model, obrazac za rešenja datih tehnoloških problema baziranih** 19  
**na postojećoj nauĉnoj bazi i tehnološkoj osnovi. Generiĉke tehnologije predstavljaju** srţ **svake tehnološke paradigme. Na datom nivou istorijskog razvoja moguće je** uvijek **utvrditi kljuĉne tehnologije i sektore u kojima one nastaju, a koje imaju uticaj na razvoj gotovo svih ostalih proizvodnih sektora. One** proţimaju **sve ostale sektore privrednog** Źivota djelujući **na ekonomski, tehnološki i socijalno-institucionalni sistem.**

Neraskidiva veza izmeĉu tehnologije i ekonomije objedinjena je u terminu,

**teho- ekonomska paradigma (TEP),** oznaĉavajući **skup tehniĉkih i ekonomskih karakteristika** 43  
**odreĉenog tehnološkog**

rešenja, koje se stalno unaprijeĉuje, ĉime postaje konherentno i sloţeno, sa jakim uticajem na formiranje svih djelova samog ekonomskog sistema. Taj <sup>35</sup> Posmatrajući istorijski razvoj kapitalistiĉkih naĉina proizvodnje, moţe se primjetiti

da je dinamika proizvodnje i zaposlenosti u nekim zemljama u pozitivnoj koleraciji sa ključnim inovacijama tehnoloških paradigmi. Različite vrste inovacija prethode ekspanziji određenih industrijskih sektora, čiji razvoj profiliše najveći dio ekonomskog životna. Radi ilustracije, do početka sedamdesetih godina prošlog vijeka, dominantan je bio model masovne proizvodnje na osnovu jeftine naftne. Nakon toga počinje postepeno uvođenje novog, danas dominantnog modela zasnovanog na masovnoj upotrebi informacionih tehnologija. opšti model, operativno vodi do intezivnog procesa generisanja inovacija proizvoda i procesa. U savremenim uslovima termin tehnno-ekonomske paradigme značajno obuhvata zajedničke karakteristike komplementarnosti ili mećusobne veze nekoliko parcijalnih paradigmi u oblasti visoke tehnologije inovacija (Cvetanovic S., Despotovic D., Mladenovic I., 2012. str.150). 3.4.2. Talasi tehnoloških paradigmi

**Svaka paradigma zasnovana je na ključnim faktorima, odnosno odrećenim inputima. U prvom talasu u osamnaestom i tokom devetnaestog vijeka generiĉka tehnologija bila je definisana pronalaskom parne mašine koja je našla primjenu u sektoru transporta, proizvodnji ĉelika, proizvodnji alatnih mašina, tekstilnoj proizvodnji itd. Drugi talas (poĉetak dvadesetog vijeka) karakteristiĉan je po primjeni elektriĉne energije u svim procesima, razvoju hemijskog kompleksa i velikom uticaju hemijske industrije.**

19

Povezuju se finansijski kapital i bankarske strukture, a preduzeća prerastaju u gigante. Istraĉivaĉko razvojna djelatnost se koncentriše u okvirima firme. Ulaĉe

**se u obrazovanje i stvaranje visokokvalifikovanih kadrova na univerzitetima, a saradnja izmeću nauĉnih institucija i industrije**

19

postaje prisnija.

**Ključni faktor privrednog rasta bio je kapital u fiziĉkom smislu.**

100

U periodu od drugog svjetskog rata do ranih osamdesetih, masovna proizvodnja predstavlja osnovu

**u kojoj su posebno prednjaĉile sledeće industrije: automobilska, avionska, hemijska, petrohemijska i sintetiĉka. Elektronska industrija je bila još u**

19

povoju, a istraĉivaĉko-razvojna (IR) djelatnost je obavljana

u okviru firme. Što se tiče strukture radne snage preovladavala je kvalifikovanost srednjeg nivoa. Dominantna tehnološka paradigma bila je zasnovana na visokoj energetskej zasnovanosti proizvoda, koja je bila podstaknuta niskim cijenama nafte. Otuda se mođe govoriti o elektromehaničkoj paradigmi. (Radonjic O., 2002) Najzad, u sledećem talasu staru elektromehaničku paradigmu smjenila je nova, mikroelektronska. Karakteristika nove tehnološke paradigme jeste zasnovanost proizvoda na informacionoj tehnologiji, odnosno proizvod postaje informaciono intenzivan, a sa njim i kompletna organizacija proizvodnje. Proizvodni sistemi su fleksibilniji, a stare hijerarhijske organizacije su zamenjene mrežnim i kooperativnim sistemima. Dolazi do investiranja u telekomunikacionu infrastrukturu koja obezbjeđuje niske troškove pristupa informacionom sistemu. Preovladavaju elektronski bazirane tehnologije, softveri, telekomunikacije, robotika, industrija optičkih vlakana, biotehnologija i kosmonautika. Struktura radne snage se mijenja tako što se diferencira. Raste učešće radne snage visoke kvalifikovanosti. Istovremeno se od uče specijalizacije, koja je bila karakteristična za prethodnu paradigmu, ide ka široj, multiciljnoj kvalifikaciji. Mijenja se i profil kapitalne opreme koja se koristi u proizvodnim procesima. Kompjuteri postaju sastavni dio svih vrsta opreme i prisutni su u svim proizvodnim procesima. Karakteristična je decentralizacija menadžmenta, razvijanje totalquality menadžmenta i justintime sistema dok je saradnja između vertikalno povezanih firmi prisnija. Veoma je značajna i povezanost između industrije, sa jedne, i univerziteta i drugih naučnih institucija, sa druge strane (Science and Technology Issues, 1995:13).

Stvorena je nova tehnološka paradigma, koja je pokrenula korjenito prestrukturiranje ekonomskog i društvenog sistema i otpočela oblikovanje novog modela civilizacije. M. Castells tu novu epohu u nastajanju naziva informatičkom (za razliku od prethodne industrijske epohe), jer u njoj proizvodnost, konkurentnost i opšti ekonomski napredak datog društva zavise najprije o efikasnosti obrade, prenosa i korišćenja informacija zasnovanih na znanju. Informacija postaje, dakle, okosnica proizvodnih i svih ostalih ekonomskih i društvenih procesa. Dok su u ranijoj, industrijskoj epohi dinamičku snagu ekonomskog i društvenog razvoja činili novootkriveni izvori energije (parna mašina, električna struja, motor s unutrašnjim sagorijevanjem, nuklearna energija) koji su mnogostruko povećali i zamijenili ljudsku fizičku snagu, u novoj informatičkoj epohi glavna proizvodna snaga postaju znanje i informacija. U toj novoj epohi ekonomski razvoj i opšti prosperitet nekog društva zavise u odlučujućoj mjeri o njegovom obrazovnom, naučnom, tehnološkom i inovativnom potencijalu.

(Mesarić M., 2005) Glavni oslonac nove tehno-ekonomske prdigme su visoke, bazične, generičke supertehnologije. One sublimiraju obiljetja nove TEP, a prije svega valorizuju visoku vrijednost nauke i informacije kao specifičnog strateškog inputa (—znanje kao intermedijalni proizvodll – F. Machlup), za razliku od 19. vijeka, kada je naučno znanje samo u nekoliko industrija bilo od ključne važnosti za tehnološke promjene. 3.4.3. Karakteristike i implikacije tehnoekonomske paradigme Kada



**težno-ekonomsku paradigmu definišemo kao skup meĎusobno povezanih tehniĎkih, organizacionih i menadĎerskih inovacija Ďije prednosti nisu samo u novim proizvodima i sistemima, nego najviše u strukturi relativnog troška svih moguĎih inputa u proizvodnju tj. ako za svaku novu paradigmu vaŕi pravilo da se odreĎeni input ili niz inputa moŕe opisati kao kljuĎni Ďinilac te paradigme, koga karakteriše opadanje relativnog troška i univerzalna dostupnost, onda se nova paradigma informaciono-komunikacionih tehnologija zasniva na prelasku s tehnologije bazirane prvenstveno na jeftinom inputu energije na tehnologiju koja se bazira na jeftinim inputima informacija dobijenih napretkom u mikroelektronici i tehnologiji telekomunikacija.**

61

36 Jedna

**potpuno razvijena TEP dobija na koherentnosti i sloŕenosti, a njena cjelokupna konstelacija obuhvata niz komponenti (Perez, 1985.): ? Nove koncepte efikasnosti za organizacioni model**

43

na nivou osnovne proizvodne jedinice. ?

**Novi model upravljanja, organizacije i rukovoĎenja firmom. ? ZnaĎajno niŕi input radne snage po jedinici outputa**

43

(povećanje produktivnosti rada), uz razliĎitost struĎnih i obrazovnih profila kod zapošljavanja. ? Snaŕnu orijentaciju ka tehnološkoj inovaciji, koja potencira i favorizuje upotrebu kljuĎnog faktora. ? Novi oblik investiranja kojim se prvenstveno ulaŕe u sektore koji su bliŕe i intenzivnije povezani sa kljuĎnim faktorom, naroĎito sa visokim investicijama u neku novu infrastrukturnu mreŕu. ? Konsekventnu pristrasnost u koncipiranju proizvodnog procesa i asortimana, uz brŕe stepene rasta kod proizvoda koji imaju intenzivne veze sa kljuĎnim faktorom. ? Redefinisanje optimalnih struktura i odnosa, ŕto vodi redistribuciji proizvodnih programa, u cjelini ili djelimiĎno, izmeĎu velikih, srednjih i malih firmi. 36

**Freeman, C. (1988). Introduction. In G. Dosi, C. Freeman, & R. e. Nelson, Technical Change and Economic Theory. London: Pinter Pub Ltd.,**

61

navod prema Ćosić D., Ćosić M. (2012. str. 139.) ?

**Nove kriterijume u geografskom lociranju investicija, kapaciteta, opreme, objekata i ljudi,**

43

polazeći od modifikacije komparativnih prednosti, odnosno integralne konkurentnosti kao adekvatnijeg okvira. ?  
 Restrukturisanje meĉusektorskih odnosa, tako da oni djelovi ekonomske strukture drŹave, koji proizvode ili se intenzivno sluŹe ključnim faktorom, postaju novi generatori, pokretaĉi rasta i razvoja, podstiĉući novi obim indukovanih aktivnosti, koje postaju sve masovnije kada poĉne uzlet modusa rasta. Prema Kastelsu,

**osnovne karakteristike nove tehno-ekonomske paradigme su (Castells, 1998 :94- 95): ?** 50

**Informacija postaje sirovina – ne samo Źto informacija djeluje na tehnologiju (kao Źto je to bio sluĉaj kod prethodnih tehnoloŹkih revolucija), nego i tehnologije deluju na informaciju. Sa druge strane, proizvodi novih industrija informacione tehnologije predstavljaju ureĉaje za obradu informacija, tj. informaciju koja obraĉuje samu sebe; ? Nove tehnologije imaju proŹireni uĉinak – budući da je informacija sastavni dio svake ljudske aktivnosti, novi tehnoloŹki medij neposredno oblikuje sve procese naŹeg individualnog i kolektivnog postojanja; ? Logika umreŹavanja sistema koji upotrebljavaju nove informacione tehnologije, morfologija mreŹe se dobro prilagoĉava poveĉanoj sloŹenosti interakcija i nepredvidivim obrascima razvoja koji proizlaze iz stvaralaĉke snage takve interakcije; ?**

**Fleksibilnost, na kojoj se temelji paradigma informacione tehnologije; ? Konvergencija specifiĉnih tehnologija u usko povezani sistem (npr. mikroelektronika, telekomunikacije, optoelektronika i raĉunarska industrija povezuju se u informacijski sistem).**

M. Castells smatra da poslednje dvije decenije dvadesetog vijeka predstavljaju jedan

**od rijetkih intervala istorije ĉovjeĉanstva, kada se prekida normalan razvojni kontinuitet i** 14

raĉa nova tehnoloŹka i društvena paradigma koja je potakla radikalno prestrukturiranje ekonomskog i društvenog sistema.

**Jednom pokrenut, proces ove tehnoloŹke transformacije poĉeo se Źiriti eksponencijalno,** 14  
 obuhvatajući **postepeno sva podruĉja** ljudskog **stvaralaŹtva i djelovanja** - industriju, **energetiku, transport,** finansije, menadžment, **medicinu, biologiju, medije itd. Radi se o** istorijskom **procesu, jednako vaŹnom kao**

Źto je nekad bila industrijska revolucija,

**kojom se radikalno mijenjaju materijalne osnove ekonomije, kulture i društva u cjelini. Jedna od bitnih razlika izmeĉu prethodne industrijske i ove sadaŹnje informatiĉke revolucije je to, Źto je prva stvorila nove izvore energije** (parnu maŹinu, **elektromotor, fosilna goriva, a potom i nuklearnu energiju**), a jezgro **informatiĉke revolucije ĉini nova tehnologija obrade i prenoŹenja informacija.**

14

Tapscott i Caston (1993) smatraju da je ključni tehnološki pomak u savremenoj fazi razvoja onaj koji definiše novu informaciono-tehnološku paradigmu, odnosno fundamentalnu promjenu u prirodi i primjeni informacione tehnologije u poslovanju. Zahtjevi novog, konkurentskog poslovnog okruženja sa jedne strane i značajne promjene u prirodi računara sa druge strane, bile su snage koje su omogućile evoluciju informacione ere u drugu fazu (paradigm shift), tj prelazak na novu tehnološku paradigmu u čijoj se osnovi nalazilo osam tehnoloških pomaka. (Tabela 3.1) TABELA 2 : Suštinski tehnološki pomaci ka novoj tehnološkoj paradigmi

Mrežno računarstvo	Procesiranje	Tradicionalni poluprovodnici
Mikroprocesori	Sistem Zasnovan na hostovima	Zasnovan na umrežavanju
Otvoreni sistemi	Softverski standardi	Vlasništvo prodavca
Otvoreni Informaciona forma	Odvojeni podaci, tekst, glas, slika	Multimedija
Odnos prodavac - kupac	Računska kontrola	Partnerstvo više prodavaca
Industrijska revolucija u softveru	Razvoj softvera	Zanatski
Korisnički interface	Zasnovan na inženjeringu	Set alfabetskih karaktera
Grafički Aplikacije	Pojedinačne	Integrisane

Izvor: Jovanić G., Bagarić I., 2009 Tehnološka revolucija i informaciono-tehnološka paradigma, sa kompleksom aktivnosti oko nauke, znanja i informacije kao jezgra u centru, su promjenile osnove poslovne aktivnosti u globalnim razmjerama i stvorile pretpostavke za novi privredni i društveni kontekst, koji se kao što smo ranije definisali najčešće označava kao društvo znanja, informaciono društvo, digitalna ekonomija, mrežna ekonomija, E-ekonomija i sl. Pojmovi komunikacije, savremenog društva, virtualnosti, virtuelne realnosti, digitalne kulture, zatim često spominjanje pojmova informacionih tehnologija, virtuelne komunikacije, virtuelnih organizacionih sistema itd., novi su tehnološki, naučni i društveni kompleks koji revolucionarno mijenja savremenu istoriju ljudskog društva. Savremene

**društvene promjene mogu** se shvatiti **kao pomak tehnologija koje su se temeljile na jeftinoj energiji prema** onima **koje se temelje** uglavnom **na jeftinim informacijama, što je izazvano razvojem i novim spoznajama na područjima mikroelektronike i telekomunikacija.**

7

Konvergencijom između različitih područja tehnologije determinisana je paradigma informacionih tehnologija čije su osobine sveobuhvatnost, složenost i umrežavanje (Munitić A., Jeličić A., 2008:48,53,54) 3.4.4. Kreativna destrukcija i promjena tehno-ekonomske paradigme

**Kada jedna tehno-ekonomska paradigma postane dominantna, razvija se** snažna **sklonost ka** tehničkoj **i organizacionoj inovaciji korišćenjem njenih potencijala.**

175

Sam obim mogućih izbora, prostor mogućih tehnoloških stanja sistema, je u širokom spektru tehnoloških sredstava i metoda, koji sve više obuhvataju nove ključne činioce i nove principe organizovanja i poslovanja. Za svaki tip proizvodnje i proizvoda, poželjne i očekivane nivoe produktivnosti, optimalne skale i relativne cijene postaju postepeno determinisane, zajedno sa oblicima konkurentnosti u svakom datom tržištu ili njegovom segmentu. Kako se proces propagacije i etabliranja razvija, dolazi do ekonomskog rasta zasnovanog na relativno visokim profitima i visokoj produktivnosti svih faktora proizvodnog procesa. Pri potpuno razvijenoj konstelaciji TEP u nekom društvu, postoji tendencija da ona preuzme najveći dio reprodukcionog procesa u njemu. Ona se, ipak, ne može razmahnuti svojim punim potencijalom, sve dok se i socioinstitucionalni okvir adekvatno ne transformiše i ne adaptira u međusobnom

uzajamnom prilagođavanju, tako da sa tehničko-tehnološkim potencijalom čini koherentnu i kompaktnu cjelinu. Tipični proizvodi prethodne TEP bili su tako kreirani i proizvodivani da izvršavaju jedan zadatak, funkciju ili skup zadataka koji su striktno definisani od proizvođača.

**Strategija minimalne** promjene **je karakteristična za prethodnu** TEP. Izmjena **proizvodnog procesa, asortimana proizvodnje** ili kanala distribucije **i plasmana** implicirala **je velike troškove** radi izmjene **odgovarajuće opreme i alata i velike rizike,**

95

neizvjesnosti.

**Prelaz na novu** TEP **se ne** može **obaviti direktno i bez problema,**

95

ne samo zato što implicira masovnu transformaciju i značajnu destrukciju proizvodnih potencijala,

**već i zato što su** preovlađujuća **šema društvenog ponašanja i postojeća institucionalna struktura oblikovane oko** zahtijeva, **potreba i mogućnosti** koje **je stvorila prethodna paradigma.**

168

Ranije uspješne

**regulativne ili stimulative politike nisu više adekvatne, niti efikasne u potrebnoj** mjeri **u novoj** situaciji. Čak **i**

95

sama difuzija novih tehnologija je otežavajući faktor. Nova šema,

**novi sistem i nova područja investiranja izazivaju poremećaje institucionalnog** okruženja **i neočekivana unakrsna sučeljavanja** i protivtrendove **na svim** tržištima **i**

95

u njihovim segmentima. Na teoretičare koji moderne promjene pokušavaju objasniti starim kategorijalnim aparatom industrijskog društva (uključujući i tretiranje promjene TEP kao nove industrijske revolucije), praktično bez uvažavanja suštinskog karaktera i uticaja tih promjena, može se primjeniti Šumpeterova (J. A. Schumpeter) slikovita izreka: "Oni gube vrijeme preraspoređujući sa golemom domišljatošću platnene ležaljke na palubi Titanika" 37 Jozef Šumpeter, tvorac ideje kreativne destrukcije, kao jedinog načina zamjene starih tehnologija novim bio je

**prvi naučnik koji je uočio značaj razvoja novog proizvoda za ekonomski razvoj,**

16

proglašavajući inovacije osnovnim faktorom tehnološkog progressa i ekonomskog razvoja. Njegovi radovi se

**često koriste u izvornom ili** modifikovanom **obliku kod autora koji u pristupu**

167

tehnološkom razvoju i inovacijama preferiraju koncept evolutivnog napretka. Šumpeter (1942)

**smatra da je kreativna destrukcija suštinska činjenica kapitalističkog razvoja i ogleda se u tome da** 147  
**stvaranje novih** vrijednosti (novih **potrošačkih dobara, novih metoda proizvodnje i transporta,**  
**novih** tržišta...) podrazumijeva **razaranje starih, nekada dominantnih** vrijednosti **ekonomske**  
**strukture,** odnosno **da**

je proces usvajanja novih ekonomskih, društvenih i tehnoloških vrijednosti 37 prema navodu , Jovanić G., Bagarić I., 2009. Upravljanje novim tehnologijama i inovacijama praćen uništavanjem ili značajnom modifikacijom prethodno dominantnih vrijednosti. Proces tehnološke promjene se, shodno tome, iskazuje putem inovacija, odnosno kako ih je on nazvao, novih kombinacija proizvodnih faktora i ima sledeće oblike: ? Uvočenje novih

**proizvoda ili** novih **kvaliteta** postojećih **proizvoda. ? Uvočenje novih metoda proizvodnje. ?** 170  
**Otvaranje novih tržišta. ? Osvajanje novih izvora sirovina i poluproizvoda. ?** Realizacija **nove**  
**organizacije** proizvodnje, tj. **ekonomske**

aktivnosti<sup>38</sup> Sve tehnike i tehnologije su u istorijskom redosledu u različitim stepenima povezane, zavisne jedne od drugih, uz različit intenzitet artikulacija i interakcija. Svaka nova paradigma

**kada se dovoljno razvije pokazuje da ima mnogo zajedničkih** obeljetja sa **prethodnom.**

167

U izvjesnom smislu razvoj tehnike i tehnologije se može uporediti sa razvojem, evolucijom bioloških vrsta. Postepena, mala promjena prekida se naglom mutacijom, koja za rezultat ima pojavu novih vrsta umjesto starih. 38

**http://www.** megatrend **-info.com/forum/index.php?action=dlattach;topic=** 11789  
**.0;attach=**

203

## 26985 3.5. Tehnološke revolucije

**Najznačajnija i najjača poluga savremene civilizacije je međusobna povezanost, uslovljenost i zavisnost tržišnog privređivanja i tehnološkog progressa.** 16

Zavisno od kriterijuma koji se uzimaju kao određujući u tehnološkom razvoju, vrši se odgovarajuće razvrstavanje u prvu, drugu i treću industrijsku revoluciju ili više tehnoloških revolucija.

**Veći ili manji značaj se pridaje nekom od elemenata tehnološkog razvoja: komunikaciji, pogonskom izvoru i mehanizmu,** 43

vrsti potrebnog kadrovskeg profila, resursima, vrsti upotrebljenih mašina, upravljanju, mikroelektronici,

**informacionoj tehnologiji itd. U skladu sa tim se daju i odgovarajući nazivi, pa se radikalna promjena u tehnološkom razvoju naziva komunikaciona, kompjuterska, naučno-tehnološka, treća industrijska, treća tehnološka ili mikroelektronska revolucija.** 43

**Čuveni futurolog, Alvin Tofler (Alvin Toffler), 1980. godine u svom kapitalnom djelu „Treći talas— ističe da su tokom istorije ljudsko društvo zahvatila tri talasa civilizacije: ? Poljoprivredna revolucija (prije 10000 godina), ? Industrijska revolucija (prije 3000 godina), ? Naučno-tehnološka revolucija (prije 50 godina). —Ljudska vrsta je do danas doživjela dva velika talasa promjena, a svaki od njih je zbrisao prethodne kulture ili civilizacije i umjesto njih donio načine života nezamislive za ranije čitelje. Prvom talasu promjena – poljoprivrednoj revoluciji, bile su potrebne hiljade godina da se iscrpi. Drugom talasu – usponu industrijske civilizacije, trebalo je samo tri stotine godina. Danas je istorija još ubrzaniya, tako da će treći talas vjerovatno prohujati kroz istoriju i okončati se za nekoliko decenija. Stoga ćemo mi, koji smo se u ovom eksplozivnom trenutku zadesili na planeti, još za života osjetiti svu silinu udara trećeg talasa—** 16

39 Period otpočet industrijskom revolucijom je period najburnijeg tehnološkog razvoja i njegove globalizacije, sa tendencijom ka univerzalizaciji i funkcionalnoj integraciji na 39 Tofler A. (1983). Treći talas. Beograd. Jugoslavija str.28, navod prema Lajović D., Vulić V., (2010), <http://www.preduzetnistvo.ef.ac.me/dokumenta/tehnologijaiinovacije-skripta.pdf> svjetskom planu.

**Industrijskom revolucijom i razvojem tehničkih sredstava, sistema mašina i oblika organizacije radnog procesa, fabrike,** otpočeo **je proces ubrzanog razvoja tehnologije koji traje i danas.** Ono što **je**

43

bilo odlučujuće da se ta faza u razvoju proizvodnih snaga nazove revolucionarnom, jeste to što je mašina omogućila kretanje proizvodnog procesa ka scijentifikaciji, širenjem primjene fizičkih zakonitosti u samom procesu reprodukcije. Razbijanje psihofizičkih okvira čovjekovog djelovanja u reprodukcionom procesu omogućava postizanje višeg nivoa efikasnosti i produktivnosti svih faktora proizvodnje. Istovremeno je otvoren proces napredovanja u sticanju novih, tehnološki primjenjivih znanja. Taj proces je omogućio da izmjena osnove ljudskog proizvodnog djelovanja postepeno poprими nova obilježja i karakteristike radikalne transformacije i tehnološkog restrukturiranja, obilježja procesa koji će kumulacijom svojih efekata dovesti do moderne faze njihovog razvoja, naučno-tehnološke revolucije i tehno-ekonomske paradigme informacione intenzivnosti.

**Sušтина je da jedan veliki tehnički pronalazak, sam po sebi, ne čini tehnološku revoluciju. Potrebno je da postoje drugi ili slični pronalasci kao i krupne promjene koje se dešavaju u političko-ekonomsko-socijalno-kulturnom kontekstu datog vremena. (Kranzberg**

50

M., 1985.) Tehnološka revolucija, koja je u osnovi savremene tehno- ekonomske paradigme i poslovne aktivnosti, prošla je kroz nekoliko faza. U prvoj fazi, ključni tehnološki značaj je imao radikalni uticaj mikroprocesorske tehnologije na računarsku djelatnost i komunikacije. Izuzetan rast tražnje za personalnim računarima je stvorio sredinom 1980-ih tehnološke gigante koji su razvili potpuno nove ekosisteme, uključujući i mnogo novih visokotehnoloških kompanija koje su proizvodile komplementarne proizvode. U drugoj fazi, tokom 1990-ih, porastao je značaj mrežnih tehnologija za poslovnu, obrazovnu i zabavnu aktivnost. Treća faza se odnosi na period od sredine 1990-ih i eksplozivan rast Interneta<sup>40</sup>, koji je na početku 40

**Tokom 1980-ih godina ARPAnet, nastao kao rezultat spoja nauke i potreba nacionalne bezbjednosti i odbrane SAD, prerasta u Internet, koji počinje nezadrživo da se širi, postajući mreža svih mreža, globalna računarska mreža koja u u bukvalnom smislu pokriva cijelu planetu, pretvarajući svijet u "elektronsko globalno selo", povezujući sve sa svim i svakog sa svakim. Ova mreža kreira jedan novi virtuelni – Cyber -prostor, prostor obilježen računarima, računarskim**

31

mrežama,

**informacionim tokovima i informacionim sadržajem u digitalnoj formi, a prefiks Cyber (kiber ili sajber ) ukazuje na sve složenosti i specifičnosti tog prostora i novog doba koje sa sobom**

31

**donosi informaciona tehnologija.**

**(The Internet's Coming of Age, ISBN: 0-309-50509-7, 2001, <http://www.nap.edu/catalog/9823.html>)**

31

dvadeset prvog vijeka, promijenio model razumijevanja potencijala informacione djelatnosti i poslovne aktivnosti u cjelini. (Jovanić G., Bagarić I., 2009) Razvijaju se nove ekonomske discipline, stvara se nova terminologija, formiraju se naučne i univerzitetske institucije koje se bave problematikom Interneta i informaciono komunikacionih tehnologija i informacijom kao ključnim resursom današnjice. Prema Pokrajcu (2002:9), tehnologizaciju, odnosno „treću tehnološku revoluciju— nabolje oslikava izraz „tehnobergsizam—, kao koncept tehnološkog globalizma koji pratimo u 10 magistralnih i sinhrono odvijajućih tokova, dok je sam proces „označen akronimom TEKNOBERGS— (izraz je skovao R. Petrela još 1989), a sastoji se od početnih riječi „deset pojmova koji opisuju najvažnije tehnološke tokove: telekomunikacije; elektronika (posebno mikro i nanoelektronika); kompjuter; novi materijali; optoelektronika; biotehnologija; energija; robotika; genetičko inženjerstvo i svemir (kosmos)—, koji je u međuvremenu nadopunjen s još „tri slova (I–informatizacija, S– sofisticacija i M–medikalizacija)—, pa sada glasi TEHNOBERGSISM. (Jeknić R., 2014)

3.5.1. Informaciona (r)evolucija Dakle od

**kada je u Belovoj laboratoriji izumljen tranzistor, slijedio je lančani niz izuma od programiranog računara do**

14

poluprovodnika, mikroprocesora<sup>41</sup>, integrisanog kola, pa sve do skokovitog

**napretka u mikroelektronici, naročito u sposobnosti integracije, brzini procesuiranja i u minijaturizaciji.**

14

Od 1980-ih godina, podstaknute daljim napretkom u široj primjeni poluprovodnika, računara, optičkih vlakana, celularne tehnologije, umrežavanja, poboljšanje interakcije čovjek-računar, digitalne transmisije i digitalne kompresije – informacione tehnologije su se još više razvile i počele sve više da se koriste. Ova, do tada tiha i još u povoju, naučna i tehnološka evolucija, dobija u ubrzanju i zbog brzine kojom se odvija i veličine i značaja uticaja koji vrši stiče pravo da bude etiketirana i nazvana revolucijom, nagovještavajući da će vrlo intenzivno promijeniti ljudske poslove i međunarodni sistem. 41 Pravi pocetak informacione

**revolucije M. Castells smješta u sedamdesete godine prošlog vijeka, kada je izumljen mikroprocesor, tj. računar na čipu, što je djelo Intelovog inženjera Teda Hoffa u Silicijumskoj dolini. Navedena otkrica su dovela do spektakularnog sniženja cijena poluprovodnika. U samo tri godine /1959.-1961.) te cijene su pale za 85%. Veoma je**

14



važno da razumijemo kako je ova revolucija mijenjala, mijenja i kako će nastaviti da mijenja naš svijet, dajući značaj promjenama u nauci i tehnologiji, koje i sama ima potencijal da potstakne. Prema Websterovom rečniku revolucija označava "iznenadnu, radikalnu ili potpunu promjenu ... bazično preusmjeravanje", a to je upravo ono što se dešava pod uticajem informacione tehnologije, te je sigurno da termin revolucije nije olako i nezasluženo odabran. Krajem prošlog vijeka, prekinut je normalni

**razvojni kontinuitet i dolazi do radikalnih promjena, kada se rađa nova tehnološka i društvena paradigma, koja je**

14

podstakla radikalno prestrukturiranje ekonomskog i društvenog sistema. (Castells M., 2000) Brz razvoj informaciono komunikacionih tehnologija diktirao je informacionu revoluciju u poslednjih nekoliko decenija. Ono što se trenutno događa jeste da je ona ušla u fazu zrelosti, u smislu da se tetište pri upotrebi informacione tehnologije u poslovanju pomjera sa tehnologije na informacije i na sadržaje koje IT može stvoriti. Da bismo bolje razumjeli u kojoj se fazi nalazi sadašnja informaciona revolucija, nužno je razmotriti prethodne — informacione revolucije i tok njihovog razvoja. Draker (Peter Drucker) tako navodi da je čovječanstvo tokom svoje istorije prošlo kroz četiri informacione revolucije, od kojih četvrtu upravo protivjavamo. Prvu je činio izum pisama u Mesopotamiji prije 6000 godina i nezavisno od toga nekoliko hiljada godina kasnije u Kini (Draker dakle nije uzimao u obzir postanak govora kao informacionu revoluciju već se ograničio na pisani oblik). Drugu informacionu revoluciju činio je izum knjige 1300 godina prije nove ere, a potom i nezavisno 800 godina kasnije u Grčkoj. Treću informacionu revoluciju obilježili su izumi Gutenbergove štamparske prese i graviranja (oko 1450. godine), koji su vodili izradi štampanih knjiga. O prve dvije informacione revolucije ne postoje dokumentovani dokazi (osim poneke knjige ili zapisa), ali zato na iskustvima treće informacione revolucije možemo nešto naučiti. Danas svi pričaju o poslednjoj informacionoj revoluciji kao o nečemu bez premca što je nepobitna činjenica, ali je takođe istina da tempo razvoja prethodne informacione revolucije nije bio ništa manje spektakularan od sadašnje imajući u vidu raspoložive tehnološke mogućnosti. Naime industrijska revolucija je u samo dva vijeka proizvela veće promjene od onih koje su se desile u cijeloj ljudskoj istoriji do tad. U trenutku njenog dešavanja to je bila epohalna promjena i dotad nevičena brzina transformacije društveno-ekonomskih procesa. Tako je npr. prije izuma Gutenbergove mašine u Evropi postojala informatička industrija u vidu monaha, koji su prepisivali knjige od jutra do mraka. U to doba, dobro obučen monah mogao je ispisati 4 stranice dnevno ili oko 25 stranica nedeljno, što je činilo output od nekih 1200-1300 stranica godišnje. Od 1500. godine monasi su u tom smislu, ostali nezaposleni, a na njihovo mjesto je došlo nekoliko hiljada radnika, tj timova radnika uz štamparsku mašinu, budući da je za izradu knjige bio potreban koordiniran rad od 20 ljudi. Takav tim je godišnje mogao da proizvede oko 5000 štampanih stranica ili oko 25 knjiga što je prosjeku 200 stranica. Do 1500. godine su razvijene mogućnosti štampraskih mašina, tako da se moglo štampati na hiljadu kopija pojedine stranice. To je značilo da je štamparski tim mogao proizvesti godišnje 5 miliona stranica ) oko 25000 knjiga ili oko 250 000 stranica po članu tima za razliku od 1200-1300 koje su proizvodili redovnici. Kao posledica toga cijene su dramatično pale i za razliku od situacije u 15. vijeku kad su knjige bile luksuz koji su sebi mogli priuštiti samo odabrani, sada je knjiga postala dostupna svima. 42 Osim uticaja na brzinu i troškove, značajan je i uticaj treće informacione revolucije na generisani sadržaj knjiga. (Srića V., Muler J., 2001.) Prve štampane knjige su bile na latinskom, isključivo religijskog i filozofskog sadržaja (uz ono što je ostalo još od antičkog sadržaja). Dvadeset godina

nakon Gutenbergovog izuma 43 pojavile su se knjige raznih autora i sadržaja, a 10 godina nakon toga pojavile su se i knjige na grčkom, hebrejskom i na većem broju značajnijih evropskih jezika. Do 1500 popularna literatura je bila uobičajena. Štamparska revolucija je promijenila i edukativni sistem na taj način da je kao njena posledica nikao niz latinskih univerziteta – poput prava, medicine, matematike i prirodnih nauka (u prethodnom su razdoblju postojale samo teološke sudije). Ono što još karakteriše treću informacionu revoluciju jest uzdizanje određenog broja vještih preduzetnika - štampara koji su se vrlo brzo obogatili. Oni su tokom 16 vijeka bili vrlo cijenjeni i traženi, ali već posle 1580. godine, iako i dalje cijenjeni i zaduženi za tehnologiju, definitivno više nisu. Tako je npr Bibliju Marthina Luthera izašla 1522. godine mogao nabaviti svako, a njegovih 95 teza, koje je objavio još 1517.god., bile su besplatno distribuirane po cijeloj Njemačkoj – što je jedan i od ključnih uspjeha širenja protestantizma. Izum štamparske prese iako nije ni originalan ni prvi, jer su prema Duronjić (2014) ovu tehnologiju mnogo prije Gutenberga poznavali Koreanci i Kinezi, predstavljao je epohalan izum za svjetsku komunikaciju. pripadali višoj klasi. Tehnologija izrade knjiga više nije bila toliko važna, naglasak je bio na njihovom sadržaju, što se zadržalo i do današnjih dana. U svijetlu neumitnosti promjene kao jedine konstante u razvoju ljudskog društva, došlo je do smjene traženih zanimanja i na mjesto štampara, došli su oni koje bismo danas nazvali izdavačima, a koji su stavili naglasak na informaciju i na sadržaj umjesto na tehnologiju. Detaljan opis treće informacione revolucije predstavljen je da bismo mogli uočiti određene paralele u trenutno aktuelnoj informacionoj revoluciji i pojavi novih zanimanja i djelatnosti, utemeljenih na informacionoj tehnologiji i mogućnostima koje ona pruža. Iako analogija nije jednoznačna određene je pouke sasvim sigurno moguće izvući. Sada se vjerovatno nalazimo negdje na prelazu sa tržišta od tehnologije na tržište prema informaciji i sadržaju. Sadašnja informaciona revolucija se i u

**mnogim drugim aspektima bitno razlikuje od industrijske tehnološke revolucije. Jedna od takvih razlika je radikalno ubrzanje povratne sprege između otkrivanja novih tehnoloških rješenja, njihove primjene i njihovog daljeg razvijanja i usavršavanja.** Prema M. Kastelsu, **u okviru nove tehnološke paradigme dolazi do velikoga ubrzanja kumulativnog toka povratnih informacija između procesa inovacija i procesa njihove upotrebe: korisnici inovacija ne samo da prihvataju i primjenjuju te inovacije, nego ih u procesu primjene često redefinišu i usavršavaju, čime se tehnološki napredak ubrzava i širi dosad nečuvenim tempom. Na taj način računarski i komunikacioni sistemi imaju ne samo funkcionalnu ulogu, nego posjeduju i veliku dinamičku i kreativnu moć: korisnici informatičke tehnologije imaju mogućnost i potsticaj da je dalje razvijaju, oni dakle i sami postaju inovatori.** Informacioni i telekomunikacioni sistemi **postaju na neki način produžeci ljudskoga uma.**

14

**Na taj način ljudski um postaje direktna proizvodna snaga, za razliku od industrijske epohe, kada je um zahvaljujući iskustvu, znanju i inovacijama posredno uticao na razvoj proizvodnih snaga društva. S tim obilježjem nove informatičke ili informacione revolucije povezano je, kao što je već spomenuto, planetarno širenje tehnoloških inovacija.**

14

(Castells M. 2000.)

**Kako su tehnologije evoluirale i pomogle** oblikovanje **aktivnosti** pojedinaca **i institucija** je 31  
**veoma**

značajna priča (premda smo se ovdje na nju samo ukratko osvrnuli), koja pruža razumijevanje zašto su stvari onakve kakve jesu ili kako to kaže Kranzberg „sva istorija je relevantna, ali je istorija tehnologije najrelevantnija— 44 . Neki autori smatraju da je istorija tehnologije ustvari istorija otuđivanja od nas samih. Razvojem tehnologija mi napuštamo stare vještine i način postojanja, što i nije tako loše, pošto je život svake individue beskonačni put od onoga što je bila ka onome što postaje tokom života. (Davčev V. i dr., 2008) —Da li će informaciona tehnologija imati negativne učinke na demokratizaciju društva – ili će doprinijeti razvoju novih oblika komunikacijske povezanosti i demokratizacije društva?" je pitanje koje je u poslednjoj deceniji 20. vijeka formulisao F. Vreg (France Vreg) dajući istovremeno i odgovor na isto, koji glasi: „istorijsko je iskustvo da nova tehnologija sama po sebi nikada u istoriji čovječanstva nije vodila u nove oblike političke demokratije, već razvoj demokratije i demokratskog komuniciranja ostaje zadatak čovjeka" 45 , a zbog svoje uopštenosti aktuelan je i danas.

**Informacione tehnologije u nastajanju** utiču **na buduće forme, odnose,** usmjerenja **i** 31  
djelovanja **institucija, aktivnosti** međunarodnih **aktera** kao **i** međunarodnog **systema.**  
Nema **sumnje**

da tehnologija

**po principu** "uzajamne uzročnosti" **igra značajnu ulogu u oblikovanju političkog, ekonomskog,** 31  
**socijalnog i kulturnog miljea ljudskog društva, a ti miljei, opet, igraju značajnu ulogu u oblikovanju**  
**tehnologija i načina kako će tehnološki napredak biti korišćen u društvu.**

Internet predstavlja jedan od najuspješnijih primjera beneficija proisteklih iz investicija i angažovanosti na istraživanju i razvijanju informacionih struktura. On je revolucionarizovao računarski i komunikacioni svijet na način do sada nezabilježen u praksi, svodeći ograničenja nametnuta distancom, vremenom i lokacijom na maksimalni, trenutno mogući minimum, a trendovi ukazuju da još uvijek ne namjerava da se zaustavi na dostignutom nivou, već će nastaviti da vrši tjestok pritisak na pomenuta ograničenja integracijom interneta, društvenih mreža i mobilne revolucije, čiju kombinaciju Rainie i Wellman (2011) nazivaju trostrukom revolucijom. U razmatranju političkih, ekonomskih i društvenih konsekvenci informacione 44 Peti zakon tehnologije prema Melvinu Kranzbergu, koji se odnosi na ogromne promjene koje su kroz istoriju donosili tehnološki pronalasci poput struje, stampe, interneta itd 45 Vreg France, Demokratsko komuniciranje, NUB i FPN Sarajevo, 1991. navodi prema Osmančević E. (2009). revolucije46 kao značajni faktori tehnološke difuzije interneta prema Hundley, Richard O., i dr. (2000) identifikovana su: infrastrukturna ograničenja, prihoditi po glavi stanovnika, upravljanje razvojem informacionog društva, institucionalna ograničenja i faktori kulture. Efekat različitih faktora u tri faze usvajanja interneta može se interpretirati na klasičnoj S-krivoj (Slika: Hipoteze o efektima tri grupe

faktora na usvajanje interneta) tehnološke difuzije (Hundley, Richard O., i dr. 2000) tako da pretpostavlja, da u prvoj fazi tehnološke difuzije interneta odlučujuću ulogu igraju faktori razvoja infrastrukture, upravljanja razvojem informacionog društva i ekonomski resursi stanovništva. U drugoj fazi difuzije interneta, pretpostavlja se da bitnu ulogu igraju institucionalni faktori, dok u završnoj fazi prije nego S-kriva difuzije dostigne „plafon\_\_\_, pretpostavlja se da važnu ulogu preuzimaju karakteristike kulture. Slika 3: Hipoteze o efektima tri grupe faktora na usvajanje interneta Izvor: Hundley i dr., 2000. Istorija interneta danas je kompleksna i uključuje mnoge tehnološke, organizacione i društvene aspekte, a njegov uticaj kako se ubrzano krećemo prema uvećanom 46 Informaciona revolucija donosi duboke promjene u mnogim aspektima života. Američka istraživačka korporacija - RAND (RAND Corporation-Research and Development ) je početkom ovog vijeka, tokom trogodišnjeg projekta, pod pokroviteljstvom Nacionalnog obavještajnog vijeća pokušala predstaviti dalji tok ovih promjena u narednih 10- 20 godina, u cijelom svijetu. Kao prvi korak u tom nastojanju, organizovana je konferencija o političkim, poslovnim, finansijskim i društvenim i kulturnim trendovima informatičke revolucije, koji se manifestuju u različitim zemljama i regijama. Konferencija je održana u Vašingtonu u novembru 1999. godine, sa učesnicima iz Sjeverne Amerike, Evrope i Azijsko Pacifičke regije, i pokrivala je širok spektar intelektualnih disciplina. Zaključci konferencije su objedinjeni u publikaciji pod nazivom "The Global Course of the Information Revolution: Political, Economic, and Social Consequences Proceedings of an International Conference" korišćenju onlajn alata za obavljanje najrazličitijih aktivnosti i poslova, doseže ne samo do tehničkih polja računarskih komunikacija već u sve većoj mjeri prožima i društvo u cjelini. Stoga priča o nastanku i razvoju informaciono komunikacionih tehnologija nije samo

**priča o tehnologiji** već **i priča o društvenim okolnostima u okviru kojih**

2

su nastajale i koje su ih, posredstvom društvenih aktera konstituisale.

**Zahvaljujući eksplozivnom širenju informacione tehnologije i njenoj rapidno rastućoj upotrebi u svim sferama ljudske delatnosti, sajber (cyber) prostor u sve većoj mjeri postaje opšte** mjesto događanja **za sve aktivnosti ljudske** djelatnosti: **od informisanja, komuniciranja, edukacije i zabave, preko kooperacije u realnom vremenu, obavljanja i izvršavanja raznih poslovnih, administrativnih i drugih aktivnosti i obaveza, kontrole i upravljanja** složenim **aktivnostima i procesima, pa** nađalost i **do** najsloženijih **oblika kriminalne**

31

djelatnosti (Petrović R. S., 2012). Industrijskoj revoluciji bila su potrebna dva vijeka da se proširi čitavom planetom, što je sa tadašnje tačke gledišta bilo nevjerovatno dramatično i spektakularno,

**a nova informatička tehnologija,** je **šireci se** maltene **brzinom svjetlosti, obuhvatila cijeli** **svijet za samo**

14

dvije decenije, koliko je prošlo od 1975. godine kada je proizveden prvi personalni računar, pa do 1995. kada je predstavljan prvi pretraživač (internet browser) omogućivši kroz tehnički otvorenu arhitekturu interneta, umrežavanje svih računarskih sistema širom svijeta. U pregledu razvoja interneta i njegove difuzije u svakodnevni život možemo razlikovati nekoliko osnovnih faza. Najprije, računari su prošli transformaciju iz stacionarnih nepovezanih uređaja prema mobilnim povezanim uređajima. Potom, osjetno se snizila cijena računarskih uređaja, a sami su uređaji postali manji i lakši. Tehnološke transformacije ubrzo su pratile i programske transformacije, posebno razvojem grafičkog interfejsa koji je omogućavao i tehnološki manje pismenim osobama jednostavnu upotrebu računara (Krolo K., 2012).

**Rezultat tako eksplozivnog širenja** informacione **tehnologije** je **današnja povezanost** cijele planete **Zemlje** **u jedinstven** informaciono **-komunikacioni** sistem. **Ipak, još uvijek postoje velika područja svijeta i znatan dio** njegovog **stanovništva koji su isključeni iz**

14

tog sistema i to je veliki izvor nejednakosti savremenog svijeta. 3.6. Sociokulturni aspekti tehnologije

**Interakcija čovjeka i tehnologija u informatičkom dobu dostigla je razvojni nivo čije je dalje implikacije na društvo veoma teško predvidjeti. Kao izumitelj i konstruktor tehnologije, čini se da čovek sve više teži da se granice između njega i tehnologije približe u mjeri posle koje više ne bi moglo biti riječi o posebnom biću i posebnoj stvari, nakon čega naročito neće biti moguće govoriti o „čistom subjektu— i „čistom objektu—. Ovakva stremljenja naročito su izražena u oblasti biotehnologije u okviru čijih istraživanja i dostignuća čovjek pristaje da prenese dio svojih potencijala na mašinu ili da osposobljava mašinu da informaciono vrednuje i tehnički uslođnjava humana bića, vjerujući da je to put za poboljšanje ljudske prirode.**

69

48 3.6.1. Tehnološka (ne)neutralnost Toflerova (Alvin Tofler) periodizacija civilizacije osim što se uglavnom temelji na organizaciji društva u zavisnosti od kontrole izvora energije, podrazumijeva i određenu tehnologiju upravljanja informacijama u određenom istorijskom periodu kao faktor koji određuje uspon civilizacije. U zavisnosti od te tehnologije integriše se i određeni tip društvenosti koji označava revolucionarne civilizacijske promjene u načinu života

**ljudskih zajednica, odnosima** među pojedincima **i zajednicama** i **u načinu mišljenja i gledanja na ključna društvena pitanja.**

113

(Milutinović I., 2009) Svaka tehnika i tehnologija nastala u okviru određenog društva je zapravo proizvod samog tog društva, odnosno

**rezultat neke** njegove **potrebe i istovremeno** donekle određuje **tu istu kulturu** i društvo **ali ih ne** uslođnjava. **Odnos** između **bilo koje tehnike ili tehnologije i** njenog **društvenog**

7

**konteksta nikada nije deterministički, pa nikada** ne možemo ni **odrediti jedan jedinstveni uzrok za bilo koju kulturnu ili društvenu situaciju, već se prije mogu** tražiti **elementi i procesi koji** je određuju **zajedničkim** uticajem. **Stoga**

prema Kranzbergu, koji je ideje tehnološkog determinizma o autonomiji tehnologije smatrao —intelektualnim klišeomll ni 48 Fukujama, Frensis. Naša posthumana budućnost. Posledice biotehnološke revolucije. Podgorica, CID, 2003., prema Duronjić T.T. (2014)

**jedna tehnika** ili **tehnologija nije sama po sebi** ni **pozitivna** ni **negativna** ni **neutralna.** 7  
49 Njen uticaj **uvijek samo otvara nove mogućnosti,** ali **ne** određuje **izbor** ili **realizaciju.**

Interakcija tehnologije sa društvom jeste takva da tehnička dostignuća često proizvode u okruženju i društvu posledice koje daleko prevazilaze neposrednu svrhu samih tehnoloških rešenja, pri čemu ista tehnologija može imati različite rezultate kada se uvede u različitim kontekstima ili pod različitim okolnostima. Kako se informaciono komunikacione tehnologije razvijaju tako se pojavljuju i novi oblici društveno tehničkih obrazaca i praksi koje proširuju i na nov način oblikuju društvene odnose i društvene prakse. Teza o neutralnosti tehnologije neprestano je otvarala prostor za polemiku među modernim teoretičarima. Maršal Mekluan (Marshall McLuhan), smatra da je tvrdnja, da produkti moderne nauke nisu po sebi ni dobri ni loši, već da način na koji se koriste determinišu njihovu vrijednost, zapravo glas —savremenog mjesečarall, 50 te da su po njemu mogućnosti npr. upotreba medija, kojima se najviše bavio, upravo tehnološki određene kao kod svih drugih predmeta. Po njemu svaka tehnologija kreira totalno novo ljudsko okruženje, pri čemu okruženja (eng. environments) nisu pasivna pakovanja, već aktivni procesi. Međutim ako se prisjetimo Kranzbergovog gledišta prema kome: tehnologija može biti glavni element u mnogim javnim pitanjima, ali kada su god uključeni ljudski elementi i komplikovani kulturno-ekonomski faktori, čisto tehnički odgovori će uvijek biti pobijeđeni od strane političkih i društvenih snaga, pa možemo zaključiti da njihove teze zapravo i nisu u koliziji. Dok McLuhan-ove tehnologije kreiraju —nova ljudska okruženja, —Kranzbergovi ljudi se nalaze iza svake mašine i 49 Melvin Kranzberg, profesor Istorije tehnologije, harvardski djak i dobitnik najprestižnije nagrade za doprinos istoriji tehnologije, predstavio je 1985 seriju truzama, poznatih kao 6 Kranzbergovih zakona, nastalih kao rezultat „dugogodišnjeg proučavanja razvoja tehnologije i njenih interakcija sa sociokulturnim promjenama—. 50 McLuhan profesor književnosti, filozof i tvorac teorije medija, poznat i po popularizaciji sintagme "medij je poruka" i terminu "globalno selo", tvrdi da su pretpostavke o neutralnosti tehnologije jednako relevantne kao kada bi smo rekli: —Pita od jabuka nije po sebi ni dobra ni loša, način na koji se koristi određuje njenu vrijednostll ili —Oruđe nije po sebi ni dobro ni loše, način na koji se koristi određuje njegovu vrijednost. Odnosno ako meci stignu prave ljude onda je dobroll..ili prevedeno na jezik u njegovo vrijeme aktuelnih medija —Ukoliko TV cijev ispali pravu municiju na prave ljude, onda je dobroll tehnologije. 51, a Delez ističe

**da je „mašina** uvijek **društvena** prije no **što postane tehnička.** Uvijek **postoji društvena** 56  
**mašina koja bira ili određuje koji će se tehnički sastojci koristiti—**

52 U tom smislu, tehnologije nemaju autonomiju, a procesi komunikacije koje nove ICT posreduju se ne mogu razmatrati nezavisno od društvenog konteksta. Internet i novi mediji su vrste tehnologije koje je neophodno istraživati u odnosu na njihovu sociološku dimenziju jer to nisu vrijednosno neutralne tehnologije, već predstavljaju medijum za diskurzivno posredovanje društvenih odnosa moći, pa se mogu smatrati i sredstvima za postizanje društvenih ciljeva, te u tom smislu, tehnologije nemaju autonomiju (Ristić D. i dr., 2014) U današnjem društvu

**se pojmovi kultura, komunikacija i tehnologija** međusobno prođimaju **i nadopunjuju** čineći **kompleksne** međudnose **koji** prođimaju **naš svakodnevni**

7

život. Tehnologiju, da bi bolje razumjeli njenu kompleksnost, treba posmatrati u odnosu prema industriji, privredi i ostalim kategorija

**društvene organizacije uključujući i kulturu.** Kada **govorimo o** komunikacionoj **i** informacionoj **tehnologiji** zapravo uglavnom **govorimo o društvenoj dimenziji** pomenutih **tehnika. Dvostruki proces,** uvođenja **tehnološke logike u društvenu sferu i društvene logike u tehničku sferu je u srcu tehnološke dinamike i** njene **povezanosti** sa **kulturom**

7

i društvom.

**Ukoliko tehnologiju smatramo primijenjenim znanjem u** savladavanju određenih **specifičnih** **ciljeva, te ukoliko** prihvamo **definiciju**

58

Kliforda Gerca (Clifford Geertz)

**da je kultura skup —dijeljenih simbolall koji** omogućavaju **da potrebe pojedinca unutar društva** **budu zadovoljene, tada je moguće tehnologiju** konceptualizovati **kao** oruđe **ili prakticiranje** koje promoviše **kulturne funkcije i tako** pomaže **pojedincima da zadovolje svoje potrebe. Prema** tome, **kultura je ljudska tvorevina u kojoj su značenja kulturnih**

58

51 Prema anegdoti iz žvota čuvenog violiniste Frica Krajslera (Fritz Kreisler), nakon uspješnog koncerta, kada je jedna dama prišavši mu iskazala svoju očaranost njegovom violinom, rekavši da —taj instrument proizvodi divnu muziku!, Krajsler je podigao svoju violinu do uveta i uzvratilo riječima: „Ja sad ne čujem da neka muzika dolazi iz ovog instrumenta—. Dakle instrument, hardver, sama violina, je potpuno neupotrebljiva bez ljudskog elementa, a onda opet, bez insturmenta, čovjek ne bi bio u stanju da napravi muziku. 52 Žil Delez i Kler parne, Dijalozi, Fedom Beograd 2009, navod prema Gir Ć. 2011. vrijednosti umrežena u dogovornom odnosu, iako je moguće i tehnologiju odrediti u tom

pravcu, uprkos tome što je ona više proizvod spoznaja nego značenja. Drugim riječima, tehnologija se više odnosi na primjenu teorija na svakodnevne probleme. Usljed toga, prilikom —susretall društvenih tj kulturnih potreba sa tehnologijom, dolazi do razvoja novih potreba, suštinski proizvedenih upravo tom tehnologijom. Upravo se tako tehnologija javlja kao ogledalo i tvorac kulture koju podržava i zato se primjena tehnologije ili sličnih teorija razlikuju u različitim kulturama (Davčev V., Ačkowska L. E., 2007:75). Neki autori smatraju da je tehnodiskurs ustvari diskurs humanizma i napretka čovječanstva, a sa druge strane veći broj humanista dijeli mišljenje da se savremena tehnologija može lako zasiti —tradicionalnih vrijednostill vodeći se isključivo tehnološkim napretkom i ekonomskim potrebama. Mečutim, uprkos neograničenim horizontima i perspektivama ICT, priličan broj istraživanja ukazuje na to da Internet još uvijek nije stvorio nove kulturne obrasce i vrijednosti. Obrasci su isti, strukture mitova su iste, stereotipi i predrasude, samo se sadržaj mitova i legendi razlikuju. Polako se stvaraju novi heroji, ali još uvijek imaju oblik i karakteristike onih koje je masovna kultura još odavno plasirala. (Dragičević Š.M., 2000) Odnos tehnologije, društva i kulture opisivao je i Pjer Levi 53 (Pierre Levy) pretpostavljajući da tehnologiju možemo posmatrati kao određeno gledište na šire aspekte društva i kulture, pri čemu tehnologija predstavlja gledište koje naglašava materijalni tj artificialni aspekt društva tj čovjeka, a ne fenomen koji postoji nezavisno od društva i na njega utiče spolja. On naglašava da se ljudske aktivnosti temelje na interakciji čovjeka sa drugim ljudima, zatim čovjeka i njegove okoline, kao i na interakciji sa samim idejama, što bi značilo da nije moguće odvojiti ljudska bića od njihove materijalne okoline, kao što ne možemo odvojiti ni materijalnu okolinu, naročito onu stvorenu, tehničku, od ideja na kojima se određene tehnike i proizvodi temelje, niti od ljudi koji su ih izumili, napravili ili ih samo koriste. Nauka hrani tehnologiju, a tehnologija stalno mijenja način na koji se bavimo naukom, naše mišljenje o nauci i smisao naučnog značenja. Tehnološka dimenzija društva nisu samo tehnološki proizvodi, nego naučene ideje i ponašanja koja dozvoljavaju ljudima da ih izmisle, koriste i tome obuču i druge. To je kako ističe Barl F. (2011) veza između čovječanstva i 53 Pierre Levy, *The Second Flood: Report on cyberculture*, 1996 str. 9-10 i *Cyberculture*, 2001. Str 4-5, prema Uzelac A.(2003) prirode. Sa druge strane tehnologija kao dio društvenog sistema može doprinijeti većoj kreativnosti i pomoći pri izražavanju u sferi umjetnosti, znanja i literature, kao i uticati na društvenu interakciju i prenos kulturnog sadržaja olakšavajući pristup kulturnom bogatstvu pojedinih dijelova svijeta ili pojedinih naroda i nacija.54 Dakle razlike između kulture, društva i tehnologije možemo posmatrati samo na konceptualnom nivou jer su u stvarnosti ti aspekti međupovezani i nedjeljivi. Informaciono komunikacione tehnologije intervenišu u čovjekovu okolinu i time mijenjaju uslove postojanja različitih kultura, pa je zato logično da današnja savremena kultura pronalazi nove načine izražavanja i organizacije koristeći upravo ICT. Stoga je potrebno da društvo pokušamo razumjeti kao sredstvo koje integriše postojeće tehnologije u svoju vlastitu dinamiku, a ne redukovati problem pitanja odnosa tehnologije i društva na prostu difuziju ICT kroz društvo. (Uzelac A., 2003). Poimanje savremene tehnologije i njene krucijalne uloge u organizaciji savremenog društva, drastično utiče ne samo na promjenu poimanja društva, već i na promjenu poimanja nas samih kao ljudskih bića. Naime savremena – globalna tehnologija se veoma lako integriše u život ljudi, mijenja njihov svakidašnji način života i utiče na promjenu kulturnih modela i obrazaca kako kod pojedinaca tako i unutar društvenih grupa. Time se lako može steći utisak da je kultura promoter tehnologije, koja omogućava da potrebe pojedinca unutar društva budu zadovoljene, odnosno da se tehnologija može konceptualizovati kao oruđe koje promovise kulturne funkcije. Imajući u vidu dosadašnja iskustva da se tehnologija uvijek inkorporira u određeni kulturni kontekst, te da osim predvidivih, sadrži i brojne nepredvidive učinke, ne smije se glorifikovati uticaj tehnologije na društvo, ali se isto tako ne smije ni zanemariti jer kako to jedan od teoretičara komunikacija, Neil Postman primjećuje:—tehnologija igra vlastitim kartama". (Osmančević E., 2009). Ono što je sigurno je da se razvoj tehnologije ne može proučavati nezavisno od društvenih transformacija. Jedino tehno-determinizam 54 Pisanje pomoću



softvera za obradu teksta olakšalo je rad autorima, muzičarima je kompjuter postao vaţan instrument, a programi poput PhotoShop-a, MacPaint-a i sl. postali su omiljeni meĎu umjetnicima, a ponekad i jedini naĉin izraţavanja u eri digitalne umjetnosti. Bilo koji dio kulturnog sadrţaja koji moţe biti digitalizovan, putem savremene tehnologije, a prije svega Interneta moţe u trenutku postati dostupan diljem svijeta. (Davĉev V., Aĉkowska L. E., 2007. str. 79-80 iskljuĉuje ovu vezu, te se tehnologija posmatra kao neki neutralni ili nezavisni subjekt koji ima pozitivne ili negativne posledice po društvo. Savremeno društvo je neraskidivo povezano sa tehnologijama koje se u okviru njega razvijaju i više nego ikad integrišu u svakodnevni ţivot ljudi. U svom djelu Internet galaksija55, Kastels umjesto tehnologije, pokušaava detektovati

**kulture koje su je razvijale i naĉela na kojima te kulture poĉivaju. Pritom se, naravno, kultura** 34  
shvata **široko, kao skup vrijednosti i vjerovanja koja oblikuju ponašanje. Od** elektronskog  
**poslovanja i nove ekonomije, do** virtuelnih **zajednica, koje pripadaju sferi slobodnog vremena, ključna je**  
**teza, kako je brz uspon Interneta** posledica **otvorenosti zajednica koje su ga kreirale.**

Naša kultura je konstruisana

**kroz elektronski utemeljen, virtuelni proces komunikacije. Stvarna je (nije izmišljena) jer je to** 34  
**naša temeljna stvarnost, materijalni temelj na kojem** ţivimo **svoje postojanje,** konstruišemo  
**svoj sistem predstavljanja, obavljamo svoj posao, spajamo se sa** ostalim ljudima, **prikupljamo**  
**informacije, oblikujemo svoje stavove, politički djelujemo i gajimo svoje snove.**

**Ne proriĉući budućnost, Internet galaksija daje** saţet **prikaz onih promjena koje se obično** 34  
veću **za tehnologiju,**

ali su zapravo

**promjene o kojima govori manje tehnološke, a više promjene ekonomije, kulture i društva.** 34

MeĎutim, u pokušaju razumijevanja društvenih procesa

**ne treba gajiti iluziju da je moguće doći do konaĉnih, pa ĉak ni** dugotrajnih **odgovora. To posebno** 2  
vaţi **kod analize izuzetno dinamiĉnih odnosa kakav je svakako onaj** izmeĎu **tehnologije i društva.**  
**Tehnologija** pruţa ţivotni **impuls društvu, a društvo povratno stavlja nove zadatke pred tehnologiju.**

**Internet galaksija je** sažetija **studija fenomena vezanih za** umreženo **društvo – ekonomije,** 34  
**politike, geografije, komunikacije itd.,**

objavljena nakon čuvene trilogije

**Uspon umreženog društva, Moć identiteta i Kraj** vijeka, koja je **imala je** ogroman uticaj **ne** 34  
**samo na** sociologe i **novomedijske teoretičare nego i na ekonomiste, koji su zbog preciznih**  
**analiza** elektronskog **poslovanja i nove ekonomije utemeljene na** mrežnom **poslovanju Castellsa**  
 uspoređivali s **Maxom Weberom,**

. 3.6.2. Digitalna kultura Tehnologija sada ima sopstvenu kulturu, tz. —treću kulturull kako je u istoimenom eseju naziva K. Keli (Kevin Kelly). —Priznajući dvije osnovne, koje tvore intelektualci – naučnici i intelektualci – književnici, dijalog nastavljam o trećoj kulturi, kulturi višesmjernje komunikacije, kakvu podstiče tehnologija kompjuterskih mreža. To je popularna kultura zasnovana na tehnologiji i usmjerena ka tehnologiji. Dok nauka i umjetnost stvaraju istinu i ljepotu, tehnologija stvara nove načine istraživanja, nove komunikacijske medijell, kaže Keli.<sup>56</sup> Premda pojedini autori vjeruju da nije logično vjerovati da tehnika ili konvergencija tehnika nužno i jednostrano stvaraju novu kulturu (Munitić A., Jeličić A., 2008:48),

**nove informacione tehnologije, uz globalnu povezanost i rast** mreža, **redefinišu** razumijevanje 73  
 tradicionalnog **pojma kulture,**

uz pojavu izraza koji opisuju tehnološku osnovu kulture savremenog društva. Korisnu potvrdu postojanja popularne kulture zasnovane na tehnologiji i usmjerne ka tehnologiji, pružaju nam brojne skorašnje knjige čije je polazište glavna i određujuća činjenica da smo suočeni s prevlašću digitalnog bilo u tehnološkom ili u filozofskom smislu. Digitalna kultura, virtuelna kultura, cyber kultura, e- kultura, tehnološka kultura, tehno-naučna kultura, treća kultura, globalna virtuelna kultura i sl. su izrazi koje sriječemo kako na brojnim konferencijama, tribinama, radionicama i u novinskim naslovima tako i kod različitih autora u ekspaniziji

**literature na tu temu,** koja **pored edukativnog karaktera nosi i kontekst** 73

sociološke analize informacionog društva. U bibliografiji knjiga i članaka o „Digitalnoj kulturi, informatičkoj tehnologiji, Internetu i mreži— koju je još 2000. godine objavio Dejvid Abrahamson, već u to doba je navedeno 450 stavki, od kojih se najveći dio odnosio na djela izdata u periodu od pet godina. To nisu tehnička djela u klasičnom smislu te riječi, već sociološke analize informatičkog društva, lična iskustva sa Internetom, filozofske rasprave o estetici, etici i ontologiji, djela o teoriji kulture, političke analize itd. Prema Giru (2011), bujanje ovakvih knjiga kao da potvrđuje postojanje

posebne digitalne kulture, ali i ukazuje na bitni problem načina na koji se ta kultura shvata. Sudeći po velikom broju ovih knjiga, čini se da

**diskurs digitalne kulture pokreću dva** međusobno **povezana vjerovanja.** Jedno je **da ova** **kultura predstavlja** 45

56 navod prema D. Mladenović 2001. str. 152-153.

**odlučan raskid sa svime što joj je prethodilo,** a **drugo da** digitalna kultura **proizlazi iz** **digitalne tehnologije i** da **je njome** 45

odrečena. Na prvi pogled, čini se da su oba ova ubjeđenja razumna i da su u praktičnom smislu tačna. Postojanje digitalne kulture prepoznatljivo je samo u svijetlu najnovijih tehnoloških unaprijeđenja, tako izgleda da se ona jasno razlikuje od svega što joj je prethodilo. Zahvaljujući ovim snažnim promjenama naše svakodnevice i sam pojam kulture je redefinisana, odnosno dopunjen fenomenom digitalne kulture, gdje se u domenu digitalnog srijeće mnogo složeniji

**skup pojava koje su mnogo kompleksnije nego što se čine na prvi pogled.** 73

Ako u određenju digitalne kulture krenemo od pojmovnika Rejmunda Vilijamsa<sup>57</sup> (Raymond Williams) gdje ona

**označava osoben način življenja grupe ili grupa ljudi u datom istorijskom vremenu,** onda **sveprisutnost digitalnog** **možemo prihvatiti kao oznaku** popularne **kulture jer obuhvata kako** **produkte,** **tako i sisteme označavanja i komunikacija, koji jasno razlikuju naš način života od načina života** **drugih.** 56

U svijetu je sve više kulturologa, sociologa, historičara, futurologa od imena i ugleda koji, s jakim i uvjerljivim razlozima tvrde da Gutenbergovo štamparstvo postaje prošlost, a ekstremisti koji se javljaju sve češće tvrde da je štampana, papirna stranica bila samo privremeni —habitatll, to jest privremeno stanište riječi. Otkriće štamparije usmjerilo je svijet u jednom pravcu, a danas su na sceni tehnološka sredstva koja ne samo da mijenjaju naše okruženje, već i način na koji percipiramo i sebe i svijet u kome živimo. Dominacija globalnih proizvođača dot.com kompanija i korporacija koji svoju moć jačaju i do državnih srazmjera ubacuje nas u komunikacijske i informacione lavirinte. — Predvodnik elektronskog plemena nije onaj ko najviše zna, nego onaj koji se najspretnije koristi širokim rasponom računskih mogućnosti pribavljanja znanja piše S. Birkerts<sup>58</sup>. Linearno čitanje knjiga se mijenja čitanjem hiperteksta, a dodatno se nude: slika, zvuk, animacija, video-snimak. (Mladenović D., 2001:157-158) Za razliku od enciklopedija, koje su

**ljudsko znanje** organizovale **prema abecednom redu,** elektronski **mediji daju pristup** informacijama, **izrazima i percepciji prema impulsima**

119

57

**Raymond Williams, Keywords: A Vocabulary of Culture and Society,** str. **76–82.,**

216

prema Bubonjić M., 2013. 58 navod prema Mladenović D., 2001. str 157.

**potrošača ili prema odlukama** proizvođača. **Na taj način čitavo redanje smislenih** događaja **gubi svoj unutrašnji** hronološki **ritam i** slaže **se u vremenskom slijedu koji** zavisi **o društvenom kontekstu njegove koristi. Dakle to je** istovremeno **kultura vječnoga i efemernoga.**

119

59 (Munitić A., Jeličić A., 2008:49-50)

**Digitalno označava mnogo više od direktnih podataka ili mašina koje ih koriste, znači čitavu jednu kulturu, digitalnu kulturu virtuelnih privida, trenutnih komunikacija, sveprisutnih medija i globalnih mogućnosti uključenja. Pojam digitalnog predstavlja čitav niz tehnologija, koje pružaju širok spektar mogućnosti od virtuelne stvarnosti, digitalnog filma, televizije, specijalnih efekata, video igara, elektronske muzike, multimedija, interneta, svjetske mreže, digitalne telefonije, WAP-a, a koristi se i za razne kulturne i umetničke projekte**

73

koji predstavljaju odgovor na sveprisutnost digitalne tehnologije. (Velimir S., 2014.) Mečutim,

**tehnologija je samo jedan od brojnih izvora koji su dali svoj doprinos razvoju današnje digitalne kulture. U ostale izvore spadaju i tehnonaučni diskursi o informacijama i sistemima, avangardne umjetničke prakse, kontrakulturni utopizam, kritička teorija i filozofija, pa čak i supkulturne pojave kao što je pank. Ti različiti sastojci proizvod su paradigme apstrahovanja, kodifikacije, samoupravljanja, virtuelizacije i programiranja u istoj mjeri u kojoj je to i računar. Digitalna kultura je proizvod složenih mečudejstava i dijalektičkih odnosa svih tih sastojaka.**

56

(Bubonjić M., 2013.). Možda bi bilo tačnije reći da je

**digitalna tehnologija proizvod digitalne kulture, a ne obrnuto. Digitalno se ne odnosi samo na** posledice **ili mogućnosti date** tehnologije. Digitalno određuje **i obuhvata način mišljenja i djelanja koji su** otjelovljeni **u toj tehnologiji i koji su omogućili njen razvoj.**

45

Digitalna ili kiber (cyber) kultura kako je naziva Manovič (Lev Manovich), predstavlja istraživanje različitih društvenih fenomena koji nastaju u vezi sa internetom i drugim oblicima umrežene komunikacije. Sa druge strane, domen novih medija predstavlja domen kulturnih objekata koji nastaju zahvaljujući upotrebi različitih komunikacijskih tehnologija, a ne samo kao posledica umrežavanja ili komunikacije koja nastaje tim putem. (Manovich 2003:26) Razvoj novih informaciono komunikacionih tehnologija prati mrežnu

**logiku koja različito poima kategorije vremena i mjesta.** Danas **korisnici** interneta **širo** svijeta,

7

59 H. Reingold

**(1993), The Virtual Community, Homesteading on the electronic frontier,** Adisaon- Wesley, **p.** 226

5; navod prema: Munitić A., Jeličić A.,( 2008)

**dijele neke zajedničke vrijednosti i običaje što im** omogućava međusobnu **komunikaciju i u** osnovi **stvara neki jednostavniji oblik društvene organizacije.**

7

Razvoj kulturnih formi koje nisu utemeljene na određenom geografskom ili istorijskom kontinuitetu već u presjecanju više njih, tipičan je upravo za tzv. tehnološku kulturu koja predstavlja zajedničku paradigmu tog zajedničkog skupa vrijednosti i običaja. Problem može nastati

**ako taj novi sloj tehnološke kulture** prevaziđe okvire **tek** jednog dodatnog nivoa **kulture** i zamjeni **druge kulturne forme,** čime **smanjuje postojeću kulturnu raznolikost.** Veoma brz razvoj **ICT-** a **danas**

7

može

**povećati efekte kulturne diferencijacije na one koji imaju pristup** ICT-u **tj spadaju u** onlajn 7  
**zajednicu i na one koji taj pristup nemaju.** Iako **se** zasniva **na čisto infrastrukturnim i tehničkim**

temeljima, rezultat ovakve podjele može biti isključenost određenih društvenih grupa. Nemogućnost ovih grupa da pristupe odgovarajućoj tehnologiji zapravo ih isključuje iz savremene

**kulture, čime se** zapravo **smanjuje** i sama **kulturna** raznovrsnost. **Zbog brzog razvoja i** 7  
dalekosežnog uticaja važno **je**

da identifikujemo nastale probleme i pokušamo ih riješiti.

**Organizacija znanja i tehnologije povezane sa znanjem kao što ICT** postaju **nezaobilazna spona** 7  
sa održivim **kulturnim razvojem.**

U uslovima globalizacije, pod okriljem napretka informaciono komunikacionih tehnologija, mijenjaju se i načini na koje ljudi shvataju kulturnu različitost. U tom smislu, prema izvještaju UNESCO-a60 koji datira još od 2000. godine, jedna određena kultura lagano gubi jasne granice postojećeg sistema čineći sa drugim sličnim sistemima jedan kulturni mozaik, tj otvoren i dinamičan sistem koji se zasniva na temelju procesa komunikacije naročito putem interneta i medija.

**Nove mogućnosti za komunikaciju, stvaralaštvo i širenje novih znanja,** pomiču **granice onoga što** 7  
**smatramo**

sopstvenim okruženjem.

**Za one koji aktivno** učestvuju **u kulturnoj razmjeni kultura je proces u** kome **se njihovi** 7  
**kulturni identiteti**

u dinamičkoj interakciji sa drugim kulturama mijenjaju iznutra i bez prisile.

**Za one koji aktivno** učestvuju **u kulturnoj razmjeni kultura je proces u** kome **se njihovi** 7  
**kulturni identiteti**

u dinamičkoj interakciji sa drugim kulturama mijenjaju

**iznutra i bez prisile. Za one zajednice i ljude koji nemaju** mogućnosti izražavanja sopstvenog **kulturnog identiteta u kulturnoj razmjeni i za koje je globalizacija strani i nametnuti**

7

60

**World Culture Report 2000: Cultural diversity, conflict and pluralism;** [Http://unesdoc.unesco.](http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001210/121058e.pdf)

220

org/images/0012/001210/121058e.pdf proces, sopstveni

**kulturni identitet postaje utočište u** kome **nema mjesta za kulturnu** različitost, što **u** nekim **slučajevima** na žalost **dovodi do konflikta.**

7

Međutim u uslovima globalizacije mijenja se i mogućnost izražavanja sopstvenih kulturnih identiteta. Globalne komunikacione mreže, danas prenose uticaje daleko brže i dalekosežnije nego što se to u prošlosti ikad dešavalo, čime se gube mnoge kulturne razlike i stvara globalni intelektualni kulturni prostor.

**Brzina društvenih i ekonomskih promjena često nije u skladu** sa uvreženim **ritmom kulturnih** **promjena neke zajednice, što je** takođe **jedan od razloga nestajanja mnogih kulturnih elemenata** (jezika, običaja, zanata i sl.)

7

dok sa druge strane živimo

**u vremenu u** kome **nas** okružuju **kulturni proizvodi iz raznih krajeva svijeta.** Odnos ICT-a **i**

7

kulture bi trebao

**biti takav da ne ubrzava kulturnu homogenizaciju dominantnih kultura već** da služi **kao** **sredstvo koje pojedinci i zajednice mogu** iskoristiti **za svoje vlastite prednosti.**

144

61 U tom smislu zemlje u razvoju tj. zemlje koje nisu dominantne u društveno-ekonomskom smislu imaju načina da približe sopstveni kulturni identitet ostatku svijeta učestvujući u svjetskoj kulturnoj baštini, a u isto vrijeme očuvavši

sopstvene kulturne procese, uz kako je pomenuto dinamičku integraciju sa drugim kulturama.

**Korist koja se očekuje od znanja koja postoje u tako** uže **shvaćenom kulturnom sektoru** prevazilazi **njegovu upotrebu u** okviru samog sektora, **već**

7

ima za cilj da osigura polazišta za šire razvojne ciljeve u 61 Jedan od izazova digitalne agende za Evropu je i digitalizacija evropskog kulturnog naslijeća u cilju dostupnosti na mreži, uz istovremeno očuvanje za buduće generacije. Cilj je dakle, da se kolekcije koje posjeduju evropske biblioteke, muzeji, galerije kao i arhive i audiovizuelne arhive učine dostupnim online- ogroman broj knjiga, slika, muzejskih predmeta, arhivske građe, periodike i milioni sati filmova i video zapisa koji pokrivaju cijelu bogatu i raznovrsnu Evropsku istoriju i kulturu. Kroz projekat Europeana, podržan sedmim okvirnim programom za istraživanje i razvoj FP/, goruća debata ujedinila je njene aktere da zajedno poboljšaju okvirne uslove za digitalizaciju i digitalno očuvanje kroz preporuke Komisije za digitalizaciju i online dostupnosti i očuvanje kulturnih materijala od 27. oktobra 2011. godine. Europeana (www.europeana.eu) je pristupna tačka koja obezbjeđuje pristup kulturi za sve, uključujući sadržaje za obrazovanje, rad i slobodno vrijeme i služi kao centar kreativnim industrijama za inovativno ponovno korišćenje kulturnog materijala. Uz pomoć ICT-a Europeana tako pretvara dio evropskog kulturnog nasleća u trajno dobro za građane i privredu. Doprinos razvoju Europeana projekta daju sve države članice EU putem nacionalnih agregatora (npr. cultura Italia, Culture Grid, Culture fr, Hispana). O prikupljanju, katalogizaciji, čuvanju i obnovi filmske baštine Evrope, kako bi se prenijela na buduće generacije učesnice u projektu obavještavaju komisiju svake dvije godine o tome šta su uradile. informacionom društvu.

**Sve navedeno** odražava **se u** virtuelnoj **sferi i stvara** mrežu **koja čini okvir** međudodna **kulture i tehnologije.**

7

Povećan intezitet i

**domet komunikacije ima za** posledicu **dva različita trenda. Jedan** vodi ka **unifikaciji i to kroz** **dva mehanizma – dominacijom jedne kulture nad drugom što** može **rezultirati nestankom slabije ili** nastajanjem **novog kulturnog miksa gdje je raznolikost** redukovana **na nove zajedničke elemente dok** **se originalni slojevi kulture gube. Drugi trend ide** ka prihvatanju **kulturnih različitosti jer** omogućava **dijalog** između **pripadnika različitih grupa, što** može **opet** rezultirati **nastankom novih kulturnih formi.** Međutim, da **bi** opstala,  **bilo koja kulturna forma**

7

se ne mogu održavati na životu na vještački način, već mora nastaviti živjeti i mijenjati se. Kultura je živa samo kad se prilagođava svojoj okolini i nastavlja stvarati nove kulturne obrasce. (Uzelac A., 2003) Globalna virtuelna kultura, je jedno od veoma važnih pitanja za istraživanje informacionog društva, samo što ona jos nije dobila svoj pravi oblik



**tj. u ovom slučaju globalna virtuelna kultura** podrazumijeva **veliku** razmjenu **informacija** meću 108  
**svim ljudima koji učestvuju u globalnom**

**društvu. Jedan od centralnih problema u komunikaciji ljudi jeste razlika koja se javlja** meću 108  
**kulturama i ostali faktori koji produbljuju ovaj jaz, kao sto su: fizički pristup tehnologiji,**  
**primjenjivost tehnologije, relevantan** sadržaj, **lokalni ekonomski uslovi i mnogi drugi.** 62 Rešavanje  
**ovih problema,**

je ujedno i rešavanje pitanja fenomena digitalne podjele čime ćemo se baviti u narednim poglavljima. Informacione

**tehnologije, slobodni protok informacija, slobodni mediji i pravo na** komuniciranje **su stubovi iz** 15  
**kojih izvire i na kojima počiva**

tehnološka kultura. Iako tvorevina dvadesetog vijeka,

**globalno i potpunije se ostvaruje** tek sada. **Civilizacijska otvorenost i sposobnost prihvatanja su** 15  
**ključne kategorije prosperiteta**

medjuodnosa tehnologije i društva.

**Kategorija civilizacijske otvorenosti, uklopljena sa materijalnim mogućnostima,** je **ključni faktor** 15  
**usvajanja, širenja i** pročišćavanja informacionih **tehnologija. One postaju opšte upotrebljive**  
**omogućavajući pojedincu nezavisnu i interaktivnu komunikaciju. Informaciono-tehnološki povezani pojedinci**  
**otvaraju i stvaraju novi nivo**

čovjekovih društvenih aktivnosti. 62 <http://mainpoint.blogger.ba/arhiva/2005/09/21> Močda je najkorisnija i istovremeno najopasnija misija interneta u kulturi: nametanje tuđih kulturih i jezičkih uticaja, modela i standarda, kao i cjelovitih obrazovnih sistema, blagotvornih kad su podsticajni i kad je implementacija bezbolna, a pogubni kada su moralno neprihvatljivi. (Mladenović D., 2001.) 4. INFORMACIONE TEHNOLOGIJE U SLUŽBI KOMUNIKACIJE Komunikacija tj. razmjena informacija, jedna je od fundamentalnih dimenzija svih nivoa ljudskog postojanja, od egzistencijalnog, pa do apstraktnog i imaginarnog. Ona je oduvijek bila ključna potreba čovjekovog opstanka, neophoda za život kao hrana, voda ili vazduh služeći još od najranijih faza razvoja društva da se čovjek upozori na brojne i raznovrsne opasnosti, da traži pomoć i da pomogne drugima. U prilog tome, prema Macura R. (2011)

**svjetska zdravstvena organizacija navodi da je efektivna komunikacija jedna od pet vještina neophodnih za zdrav**

26

tvot. Vremenom, kako se civilizacija razvijala, uvećavala se i širila i ova potreba čovječanstva, uz nalaženje novih načina i mogućnosti da se komunicira i razmjenjuju informacije. Šta više komuniciranje nije samo osnovna ljudska potreba već i pokretač čovjekovog razvoja i napredovanja zaslušan za prve oblike čovjekove socijalizacije i uspostavljanje osjećaja zajedništva i ljudskog razumijevanja. Po svojoj definiciji komunikacija je dvosmjernan proces, a sam pojam komunikacija,<sup>63</sup> u opštem smislu označava prenošenje poruka sa jedne osobe ili grupe na druge odnosno sveukupnost različitih oblika veza i dodira između pripadnika društva.

**Komunikacija je uvijek** određivala **društvenu paradigmu tj. društvene institucije,** a **danas moderna tehnologija proširuje takvu interakciju na sve veće** i veće **grupe ljudi stvarajući** globalnu kulturu i **globalne institucije.**

7

Mnogi autori smatraju da je dominacija ljudske vrste na Zemlji ostvarena zahvaljujući mogućnosti prenosa konstantne akumulacije znanja i iskustva sa generacije na generaciju, te da je komunikacija preduslov svakog društvenog procesa. Teorijske postavke kako sredstva komunikacije određuju temeljne postavke funkcionisanja društava, predstavio je Maršal Mekluan (Marshal McLuhan) još šezdesetih godina prošlog vijeka tvrdeći da dominantan način komunikacije određuje tip društva, te

**da će razvoj elektronskih komunikacija ukinuti prostor i vrijeme, futuristički** predviđajući **da ćemo** živjeti **u**

17

63

**Termin komunikacija potiče od latinske riječi communicatio što** doslovno **znači učiniti** nešto opštim ili **zajedničkim, odnosno saopštiti.**

26

**Katherine Miller u knjizi \_Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts\_ daje pregled čak sedamnaest različitih definicija komunikacije.**

137

U svima se komunikacija uglavnom posmatra

**ili kao proces ili kao stvaranje značenja ili kao** prenos određene **informacije ili poruke, a vrlo često i kao kombinacija** ovih **pogleda.** 137

U službi predmeta istraživanja u ovom radu ćemo se uglavnom baviti kanalima tj tehnologijom prenosa informacija.

**globalnom selu. Novije komunikološke teorije** međutim **tvrde da su prostor i vrijeme samo socijalni konstrukti čije je postojanje** uslovljeno **interakcijom, prisustvom i odsustvom** 17

(Osmančević E., 2009). Sama činjenica da je čovek oduvijek vezan za (primarne, a kasnije sekundarne) tehnike komunikacije ne zahtijeva detaljnu analizu, međutim, kada tehnika preraste u tehnologiju, otvaraju se nova pitanja, nove potrebe, kao i novi uslovi koji se moraju ispuniti da bi se učestvovalo u razmjeni neophodnih informacija koje i dalje imaju onaj fundamentalni (egzistencijalno-apstraktni) značaj. Paradoks pojednostavljenja uslova života ogleda se u sve većoj potrebi za njegovim usloţnjavanjem i u imperativnom dinamizmu u kognitivnom, pa i svakom drugom smislu. Pojava koncepta informacionog (ili postindustrijskog) društva daje dodatni legitimitet raspravama o odnosu i međusobnom uticaju tehnologije i društva. (Milovanović G., Sitarski M. i dr, 2005) 4.1. Prostorna dimenzija komunikacije kroz istoriju U

**prošlosti je blizina tj fizički prostor bio** osnovni **limitirajući faktor koji je** 7

određivao modalitete i mogućnosti komunikacije koji su uvijek bili dodatno komplikovani distancom, vremenom ili lokacijom. Rastojanje između dvije osobe koje ţele komunicirati se moglo smanjiti, ali smanjivanje rastojanja oduzimalo je vrijeme, a vrijeme ponekad nije raspoloţivo. U tim okolnostima, lokacija samih učesnika komunikacije mogla je oteţati, usporiti ili čak spriječiti samu komunikaciju. Pored toga, od najranijih vremena, konkretno dobijanje poruke direktno do mjesta opredjeljenja je predstavljalo samo jedan od problema. Osim prenosa samog sadrţaja, ţelja za privatnošću, bezbjednošću, autentičnošću, pravovremenost i dokaz o prijemu uticali su na način ostvarivanja komunikacije što je sve skupa vodilo komunikacionoj —tehnologiji. (Petrović R.S., 2012)

**Informaciono-tehnološki razvoj uticao je na prostornu i vremensku dimenziju komuniciranja.** 15  
**Dimenzija vremena se skraćivala, a dimenzija prostora širila: „Prostorna dimenzija** pribliţava **se svom maksimumu, a vremenska minimumu.“** 64 **Paralelno s tim**

**Miroljub Radojković,** Međunarodno **komuniciranje, Zavod za** udžbenike **i nastavna sredstva,** 15  
**Beograd, 1987, str. 19.,**

prema Jeftić N., 2008:502

**tekao je dalje tehnološki napredak od sekvencijalnog ka simultanom i sinhronom.** 15

Da bi smanjili uticaj distance, vremena i lokacije, ljudi su kroz istoriju koristili razne forme informacione tehnologije. Bubnjevi, baklje, signalne zastavice, vatra ili dim kao signali, piktografi (grafički karakteri koji se koriste u pisanju slikom) na papirusu i pisanje na glinenim i kamenim pločama spadaju u najranije tehnologije čovječanstva koje su korišćene u naporima da se umani uticaj udaljenosti, vremena i lokacije na komuniciranje. Ove primitivne i tradicionalne metode i tehnologije, od kojih su neke ostale u upotrebi do danas, poboljšale su mogućnosti čovječanstva da komunicira, ali su i dalje ograničene na ono šta su mogle i mogu da urade.<sup>65</sup> Vijekovima kasnije, udaljenost, vrijeme i lokacija su nastavili da značajno ograničavaju mogućnosti čovječanstva da komunicira. Međutim uticaj udaljenosti, vremena i lokacija na komunikacije u informacionoj eri je redukovan u većem obimu nego u svim prethodnim godinama pisane istorije zajedno. Sazrijevanjem nekoliko novih tehnologija, poput telegrafa, telefona i radija, već je sredina XIX vijeka najavila da će čovječanstvo pojačati sposobnost da komunicira brže i intenzivnije nego ikada prije.

**Porast resursa znanja,** njihova povezanost **i** razmijena **podstakli su dalji tehnološki progres** 15  
**u kreiranju sve** djelotvornijih komunikacionih odnosno **medijskih tehnologija kao što su: telegraf**  
**(1838.), telefon (1961.), film (1895.) i tako dalje.**

(Jeftić N., 2008:503) Telegraf je metaforično najavio sva ona otkrića koja su pripremila veliku promjenu u komunikaciji. On je po prvi put dopustio efektivno razdvajanje komunikacije od transporta. Prije telegrafa, —komunikacijall je označavala transport, ali i prenos poruka, iz jednostavnog razloga što je prenos poruka zavisio od pješačkog, zapretnog ili željezničkog prenosa. Telegraf je, ukidanjem identiteta, omogućio simbolima da putuju brže od transporta. Rečeno malo drugačije, telegraf je 65 Neki od ovih pristupa zahtijevali su odgovarajuće specifične uslove (slab vjetar, liniju vidljivosti ili lijepo vrijeme), vrijeme za izradu (piktografi i drugi oblici pisane komunikacije), a ukoliko se željela postići privatnost ili bezbjednost, da bi se poruka prevela u kodirani oblik, bilo je potrebno dosta vremena. Kodovi, šifre, povjerljivi agenti, pečati i potpisi uvijek su pratili komunikaciju i rasle su i razvijale se zajedno sa komunikacionim metodama, a bez obzira na to koliko vremena iziskuje da se poruka napiše, potrebno je i vrijeme da se poruka isporuči i ako je potrebno, da se dekodira. Isto bi se moglo pretpostaviti da prijemnik mora dešifrovati, pročitati i razumjeti ono što je napisano. (prema Petrovic R.S., 2012) komunikaciju oslobodio ograničenja geografije. (Milivojević S., 2008) Koaktivna, saradnička interakcija čovjeka i informacione tehnologije nagovijestila je drugačiji svijet budućnosti začet još konstrukcijom prvih kompjuterskih mašina, polovinom prošlog vijeka, a možda više nego ikada ranije, čovek postaje spreman da u komunikacioni opseg uključi „mašinu—. Pri čemu riječ „mašina— ovde treba razumijeti kao sinonim za

savremene informacione i komunikacione tehnologije. (Duronjić T.T., 2014) Ostajući na prestolu više od 100 godina, ove tehnologije su učinile svijet manjim mjestom, pomažući i podržavajući napore čovječanstva da se prevaziđu razdaljina, vrijeme i lokacija, ali su istovremeno transformišući mogućnosti i način komunikacije uticali i na živote ljudi. Promijenile način povezivanja ljudi jednih sa drugima, kao i načine na koje kompanije, vlade, pa i vojska i politika uspostavljaju izvršavanje svojih poslova, modifikujući s obzirom na dimenzije njihovih uticaja i strukture međunarodnog sistema. (Hundley R. i dr., 2003)

**Ubrzani razvoj medija i cirkulacije znanja i ideja, ako pada na plodno tle, dovodi do** bržeg  
preobraćaja **društvenih i političkih odnosa kao što je nastanak liberalnih pokreta i** građanskih  
**društvenih struktura,**

15

a

**ukupni napredak ogleda se u još** bržem **protoku znanja i utiče na transformaciju radnih procesa**  
**i društvenih odnosa uopšte,**

15

te nastaju složeni

**društveno- ekonomski i interkontinentalni sistemi koji su** težili **prirodnoj** međusobnoj  
**povezanosti u**

15

međunarodnim razmjerama.

**Razvoj medijskih resursa uticao je na formiranje (integraciju i diferencijaciju) društvenih sistema u**  
**okviru kojih nastaju i informaciono- komunikacioni sistemi i podsistemi. Ispostavilo se da ovi sistemi**  
**i njihovi podsistemi najpre nastaju u** užim **zajednicama i pojedinim** državama **da bi se u procesu**  
**intra- kontinentalnog, inter-kontinentalnog i globalnog** proširivanja **proširili na sve veći broj društvenih**

15

zajednica, država i

**šire geografske prostore te da bi se dalje razvijali u** smjeru **formiranja globalne** mreže  
**informisanja i komuniciranja**

15

(Jeftić N., 2008:502) Svjedoci smo najradikalnijeg poništavanja granica prostora i vremena koje su onemogućavale komunikaciju među ljudima. (Makner B., 2005.) U virtualnom svijetu, novi mediji uz druge kulturne forme uspostavljaju nove, originalnije i drugačije oblike komunikacije. 4.2. Modeli i mehanizmi komunikacije Prema nekim autorima, sam pojam komunikacije možemo sagledati kroz dva modela: model prenosa (transmission) i model rituala, koji ne isključuju jedan drugog, već se udopunjuju. Iz ugla prenosa, komunikaciju možemo predstaviti

**pojmovima kao što su slanje, prenos, davanje informacija drugima, transport, itd.,**

7

odnosno kao prenos signala ili poruka na daljinu sa svrhom kontrole. Pojam davanja informacija drugima tj. informisanje prema sugerije jednosmernu akciju prema određenom objektu, dok pojam komuniciranja semantički i etimološki u sebi obuhvata razmjenu i interakciju.

**Model komunikacije kao rituala se ne** odnosi **na** puko **širenje poruka kroz prostor, već na** održavanje **društva,** tačnije same **zajednice kroz vrijeme.** Ovdje su **komunikacijom** uobličena **zajednička vjerovanja,**

7

te ona u tom smislu tj kada je posmatramo kao ritual predstavlja neku vrstu društvene interakcije u kojoj se učesnici osjećaju međusobno povezani u određenu zajednicu. (Carey J. W., 1992).

**Transmisiono shvatanje** međutim, **karakteristično je za zapadnjačko tumačenje komunikacije,** **koje nastaje kroz** mit **elektronske revolucije, odnosno iz nade da će društvena zla biti** prevaziđena **napretkom nauke i tehnologije.** Za razliku od **transmisionog** poimanja komunikacije koje **je**

38

ekvivalent civilizacijskoj paradigmi i stavlja akcenat na tehnologiju prenosa, ritualističko-komunikacijska perspektiva stavlja naglasak na same komunikacijske obrasce i proizvod je kulturne paradigme. Ova definicija naslanja se na to što sama

**komunikacija ima veliki društveni značaj** jer **omogućava povezanu akciju ljudi i svojstvena je** **svim društvenim pojavama.**

26

**Suština termina skriva se u samom korijenu riječi: komuna, društvo, zajednica. Komunikacije nema** **bez komune,**

26

**ona je društveno** određena **i moguća je jedino u društvenoj interakciji, odnosno, samo ako postoji komuna.**

26

Čovjek, kao subjekt društvene zajednice, ima i oduvjek je imao potrebu za komunikacijom. (Macura R., 2011) Bez obzira na ritualno shvatanje komunikacije koje pretpostavlja da se

**proces kroz koji se zajednička kultura stvara, modifikuje i transformiše ne tiče** prenosa **poruka** **kroz prostor, nego funkcionisanja društva tokom vremena,**

38

kontinuiran i neumoljiv razvoj sekundarnih tehnika komuniciranja je uslovljavao stalni razvoj filozofskih, antropoloških, psiholoških i socioloških razmatranja koja su prvenstveno razmatrala odnos ili interakciju između tehnologije, 66 koja je i omogućila razvoj novih komunikacionih sistema. Francuski komunikolog D'Arsi (Jean d'Arsy) je npr. analizirao razumijevanje i

**upotrebu pojmova informisanje i komuniciranje u francuskom i engleskom jeziku i konstatovao da je razlika** između **ovih pojmova više nego semantička i da u**

15

američkoj varijant engleskog jezika

**komuniciranje kao termin i pojam reflektuje brzi tehnološki progres i s tim** u vezi **dublje analize** **ljudskog ponašanja. Istovremeno, pojam komuniciranje reflektuje i asocira psihološki, socijalni i politički pristup, koji je različit od pristupa u zemljama romanske tradicije, pa se u suštini radi o tehničkom napretku Amerike u oblasti medijskih tehnologija i**

15

posledičnim društvenim promjenama.<sup>67</sup> U traženju

**odgovora na ovo pitanje neminovno je pravljenje distinkcije** između **komuniciranja kao toka, odnosa** između **subjekata, i** informisanja **kao svrhe i** sadržaja **tog procesa i odnosa.**

17

S

**obzirom na to da su pojmovi komuniciranje i** informisanje opšte poznati **pojmovi u svakodnevnoj upotrebi, ali i** složeni **i neodvojivi pojmovi, koje tumače brojne različite teorije,**

17

navest ćemo njihova osnovna značenja u kontekstu međusobne korelacije. Pojam komuniciranje označava tok, odnos između subjekata u procesu razmjene informacija odnosno sporazumijevanja, a pojam informisanje ono što čini svrhu i sadržaj tog procesa, odnosno tog odnosa – prikupljanje, oblikovanje, distribuciju ili razmjenu informacija. Prema tome, pod komuniciranjem podrazumijevamo proces saopštavanja, sporazumijevanja, razmjene, uspostavljanja zajedništva odnosno društvenosti, a može se različito definisati sa stajališta karaktera, interakcije, sredstava koja se koriste, intencionalnosti, konteksta, upotrebe i značenja simbola te brojnih drugih odlika, ciljeva i efekata. Uvažavajući određenje nekih

66 Tako će se mijenja i priroda

posredovane komunikacije, pretvarajući na primjer klasično pismo koje je putovalo danima ili nedjeljama u elektronsko odmah dostupno, ili priroda telefona 38

dodajući mu pored audio i vizuelnu predstavu sagovornika. Međutim ono što je ključno je da današnja globalna povezanost internetom i komunikacione mreže prevazilaze transmisionu funkciju tehnoloških medija komunikacije. Otvaraju se novi paralelni prostori, ali ono što je najvažnije Internet omogućava da pristupimo njegovim sadržajima i da ih kroz međusobnu interakciju sami proizvodimo. 67

Jim Richstad, —News Media and the Right to Communicate—, u: Jean d'Arsi (ed.), PrefaceThe Right to Communicate: a New Human Right, Boole Press, Dublin, 1983, p. 173. 15

prema Jeftić N., (2008) str. 514

teoretičara da je komuniciranje proces ostvarivanja veza među ljudima, da je to aktivnost i da se komuniciranje uči, pod pojmom komuniciranje podrazumijevamo sveukupnost veza, dodira i odnosa među pripadnicima društva. Informisanje je suština komunikacijskog procesa i zasniva se na davanju i primanju informacija, koje podrazumijevaju novo znanje, formu i svrsishodnost. Pojmovi informacija i informisanje su složeni i višeznačni pojmovi koje teorije različito definišu sa stajališta sadržaja, strukture, korisnosti, medija i prenošenja. 17

(Osmančević E., 2009.)

Autori studije Vijeća Evrope —The new space of communication, the interface with culture and artistic activitiesII komunikaciju dijele u dvije kategorije - interaktivnu i masovnu komunikaciju. 7



(Foresta D., Mergier A., Serexhe B., 1995.)

**Interaktivna komunikacija** koja **se temelji na konceptu zajedničkog prostora**, podrazumijeva da **kad komuniciramo dijelimo isti fizički prostor i stvaramo interaktivni sistem** sa **osobom s kojom komuniciramo**, koristeći **zajedničke komunikacijske metode tj zajednički jezik**. **Moderne telekomunikacione tehnologije proširuju** taj **prostor na** elektronski tj virtualni **prostor, što** omogućava **komunikaciju preko velikih udaljenosti i na neki način ukida fizičku dimenziju prostora**.

86

68 Za razliku od interaktivne, masovna komunikacija ili masovni mediji, u koje za početak spadaju

**radio i televizija, se razlikuje u svojoj funkciji od** telekomunikacionog **sistema po tome što**

86

predstavlja jednosmjernu komunikaciju koja distribuira informaciju korisnicima. Ova vrsta masovnih medija i danas zauzima važno

**mjesto u komunikacijskom prostoru**, ali **ne** pruža **ljudima mogućnost participacije istovremeno** stvarajući **privid dijeljenja zajedničkog prostora**. Međutim, **proširenjem** telekomunikacionih **potencijala** i **njihovom konvergencijom s medijima**, dolazi **do nastanka** jednog **novog** komunikacionog **prostora koji sve više** dobija **na** važnosti **i**

7

68 Na primjer kad telefoniramo dijelimo zajednički tj jednu vrstu uslovno rečeno virtualnog prostora, gdje je komunikacija interaktivna iako učesnici

**ne dijele isti fizički prostor. Proširimo li taj** virtualni **prostor** sa **dodatnim** komunikacionim **dimenzijama**, dobijamo **novе komunikacijske sisteme**. Počev od dodavanja **audio dimenziji telefonskog sistema**, mogućnosti prenosa **pisanog teksta putem faksa**,

86

preko umreženih računara koji omogućavaju dodatno proširenje komunikacione

**dimenzije dodajući i ujedinjavajući mogućnosti** prenosa **video slike, zvuka, teksta** itd., **sve** **konvergirano u istom dokumentu kao i** mogućnost čuvanja **i lakog upravljanja podacima**,

7

pa do današnjih mobilnih tehnologija koje sve ovo sublimiraju. zauzima sve važnije mjesto u ličnom prostoru građana savremenog svijeta. Jedno od ključnih obilježja savremenosti prema Milutinović (2009) jeste činjenica da je pojedincu,

**učinkom tehnologija** nametnuto **da na posredno** komunicirane događaje **reaguje kao na** 113  
**realnost, čime često**

podliježe lažnom utisku da i sam učestvuje u događajima koji mu se posreduju. Uporedo sa proširenjem načina komunikacije među ljudima mijenja se i percepcija

**postojeće okoline, u koju se sve više uključuje i** virtuelna **sfera.** 7

**Problem u percepciji realnosti nastupa** kada **počnemo da reagujemo na znak** umjesto na 113  
ono **što** je **njime označeno, a takva praksa pretenduje da postane zakonitost novog**  
**komunikacionog talasa.**

Sa druge strane, čovjek informatičkog doba je sklon da precjenjuje domete informacionih tehnologija, a mnogo je smislenije govoriti o složenoj razvojnoj intereakciji okruženja i medija. Već su od druge polovine dvadesetog vijeka novi mediji premrežili planetu i prouzrokovali trenutnu diseminaciju i poplavu informacija, a vodeći komunikolozi i futurolozi prilično usaglašeno anticipirali komunikološka i civilizacijska kretanja. Baš

**kao što su novine unaprijedile ljudsku komunikaciju,** uticale **na razvoj nacionalnih jezika i** 17  
država, **razvile javno mnijenje, dodjeljujući mu status društvenog fenomena stalno rastuće**  
važnosti, **tako**

se sada zahvaljujući Internetu i web komuniciranju javlja

**moгуćnost demokratizacije javnog komuniciranja ne samo na** globalnom **nego i na** 17  
**nacionalnim**

nivoima.

**Umjesto tradicionalnih teorija o podjeli medijskih uloga** gdje **radio najavljuje** događaj, 17  
**televizija ga prenosi, a novine pojašnjavaju, nove medijske teorije u fokusu imaju sljedeće elemente**  
**novе komunikacijske situacije: ? konvergenciju medija omogućenu digitalizacijom**

tj multimedijima, ?

**širi pojašnjavajući kontekst u** onlajn, hiperlinkovanim **medijima, omogućen hipertekstom,**  
**hiperlinkovima,** snimanjem **zvuka, videa, TV slike**

17

itd, ? viši stepen interaktivnosti omogućen trenutnom povratnom informacijom (feedback), javnom reakcijom publike onlajn medija na vijest ili stav ? nove forme komunikacije poput bloga<sup>69</sup>, ličnog onlajn časopisa, koji omogućava pojedincu slobodno, kontinuirano publikovanje vlastitih stavova itd. <sup>69</sup>

**Blog ili veblog (skraćeno blog, od engl. web log, blog) čini niz hronološki organizovanih unosa**  
**teksta, koji se prikazuju na veb-stranicama (uglavnom su unosi sortirani od najnovijih ka starijim),**  
**putem automatizovanog softvera koji omogućuje veoma jednostavno kreiranje i** vođenje **bloga**

127

. U „Društvenim teorijama informacionog doba—, Fuks (Christian Fuks) izdvaja karakteristike interneta koje su važne i u tehnološkom i u sociološkom smislu: interaktivnost (korisnici interneta mogu da utiču na informacije koje dobijaju i da ih do određene mjere mijenjaju), multimedijalnost (kombinacija teksta, slike i zvuka kao multimedija), hipertekstualnost (mreža povezanih tekstova i stranica), globalizovana komunikacija (internet mijenja prostornu i vremensku dimenziju komunikacije), komunikacija od mnogih ka mnogima (decentralizovana struktura, svaki primalac/konzument informacije je potencijalni pošiljalac/proizvođač informacije), kooperativna proizvodnja (u poređenju sa tradicionalnim medijima, internet nije samo medijum komunikacije, već i sistem koji omogućava kooperativne radne procese), dekontekstualizacija (na internetu se često gubi kontekst digitalnih informacija – pitanje autorstva, mjesta i vremena odašiljanja informacije i sl.), derealizacija (internet zamagljuje granice između stvarnosti i fikcije)<sup>70</sup>.

**Naizgled omogućeni tehnologijom, multimedija i hipertekst, zapravo su samo izraz sposobnosti**  
savremenog **čovjeka da** kombinuje **različite oblike informacija.**

34

Spajanjem poznatih medija u jedan hibridni koji nije samo njihova puka agregacija već samim spajanjem mijenja prirodu masovnih medija ukidajući njihovu jednosmjernost, kroz uvođenje odgovora njihove publike. Prostor medijske komunikacije više nije zatvoren i oblikovan i prezentovan u okviru zaključanih slika koje se proizvode u centrima i odašilju od jednog prema mnogima,

**već se** virtuelni, **kao i društveni prostor** proizvode **kroz interpersonalnu interakciju njegovih**  
„tjelja—. **Polazeći od shvatanja da Internet kao komunikacijski medij ima dualnu prirodu, odnosno**  
**da je on kanal za posredovanje komunikacije na daljinu, ali i virtuelni prostor za uspostavljanje i** održavanje  
**novih društvenih odnosa,**

38

mogu se izdvojiti dvije osnovne funkcije – transmisiona i prokreativna.

**Kada je riječ o transmisionoj funkciji, onda se pod tim Internet shvata kao tehnološki kanal za posredovanje ciljane komunikacije na daljinu, između unaprijed određenih subjekata interakcije. Jednostavnije rečeno kada god šaljemo elektronsko pismo na određenu unaprijed poznatu e-mail adresu, mi koristimo transmisionu funkciju interneta ili sajberprostora. S druge strane kada vrši svoju svoju prokreativnu funkciju internet prevazilazi ulogu kanala za posredovanje društvene interakcije i pretvara se u prostor za društvenu interakciju.**

38

(Petrović D. 2009) Za razliku od ranije čvrste podjele 70 Navod prema Ristić i dr., 2014 uloga u komuniciranju,

**i s tim u vezi više ili manje pasivnog primanja informacija, Internet tj. veb nudi aktivan odnos primanja i davanja informacija u kreativnoj konzumaciji informacionih sadržaja, zapravo nudi mogućnost uspostavljanja komunikacionog odnosa između korisnicima, za što tradicionalni mediji nemaju mogućnosti.**

17

Procesi komunikacije koje posreduju nove informaciono komunikacione tehnologije ne mogu se razmatrati nezavisno od društvenog konteksta – kao apstraktna razmjena informacija između komunikatora i primalaca, već svaka informacija može da se posmatra kao dio procesa saznavanja, komunikacije i saradnje (Fuchs C., 2008). U interaktivnoj virtuelnoj sredini

**ne postoji tako izražena podjela na komunikatore i komunikante u komunikacijskom procesu kao u tradicionalnim medijima**

17

i mogu se primjetiti

**mного veće mogućnosti svih učesnika u komunikacijskom procesu. Komunikatori imaju mogućnost za trenutno publikovanje svojih informacija na globalnoj mreži i gotovo trenutnu reakciju komunanata. Recipijenti onlajn informacija imaju mogućnosti selekcije informacija, šireg pojašnjavajućeg konteksta, veći stepen interakcije i povjerljivosti, trenutni odgovor i mogućnost dijaloga i poliloga**

17

sa

**recipijentima online informacija. Konačno, svaki** posjetioc veba može **postati komunikator,**  
**kreacijom vlastite** veb **stranice ili, još jednostavnije, bloga.**

17

Veb informisanje

**kao novi način** publikovanja **i konzumiranja informacija** uslovljeno **je civilizacijskom**  
**potrebom za efikasnijim, demokratičnijim načinom primanja i davanja informacija, a omogućeno**  
 internet **tehnologijom**

17

(Osmančević E., 2009.) Ovdje

**više nije** riječ **o ciljanim subjektima interakcije već o prostoru za interakciju.** Premda **je**

200

prema tradicionalnim stavovima,

**komunikacija oči u oči najbolji način da se stvore** snažne **veze zasnovane na uzajamnom**  
 povjerenju **i poštovanju kroz** dvosmjerni **simetrični dijalog** (Gruing, 2002), nemoguće **je**  
**zamisliti**

40

današnjicu bez sofisticirane komunikacije i upotrebe visoke tehnologije. U savremenim društvenim odnosima, virtuelni prostor može djelovati i ako arena moći jer je on osmišljena javna sfera društvene, političke, ekonomske i kulturne interakcije. Virtuelna komunikacija

**oblikuje društvene odnose,** ali djeluje **i** kao **prostor u** kome **se ti odnosi** odvijaju **i**  
 kao sredstvo **pomoću kojeg pojedinci ulaze u taj prostor**

178

koji je istovremeno i javni i privatni<sup>71</sup>, te se formiraju novi i drugačiji obrasci individualnih i društvenih želja za kontrolom virtuelnog prostora, što sve skupa rezultira stvaranjem tzv. virtuelnih zajednica. (Munitić A., Jeličić A., 2008:49). 71 Dva korisnika na mreži mogu raspravljati npr. o politici ili razmjenjivati poruke ličnog sadržaja Tako da,

**ako je transmisiona funkcija** tehnologije **značajna za** održavanje **postojećih društvenih**  
**veza,** onda je **prokreativna funkcija**

38

možda još i vaţnija kao izvor ponovnog ukorijenjivanja kroz nove društvene veze i odnose.

**Istovremeni razvoj nauke, medija i kapitala pod pokroviteljstvom digitalnih tehnologija stvara neku vrstu efekta ubranog kretanja naprijed, gdje se čini da se sve odvija brzo i da se dramatične promjene događaju u izuzetno kratkom vremenu što istovremeno izaziva i euforiju i strah. Sve navedene pojave predstavljaju veliki izazov za predubjećenja na kojima počiva naša egzistencija kao što su poništavanje fizičke udaljenosti i rastakanje materijalne stvarnosti pomoću virtuelnih tehnologija, kao i prividni kraj ljudskog i račanje postljudskog koji su rezultat napretka kibernetike, robotike i istraţivanja svijesti i inteligencije.** 45

(Bubonjić M., 2012) O virtuelnoj komunikaciji i internetu moguće je raspravljati na dva načina. Prvo, ako se tretiraju tehnološki aspekti, posebno brzina i efikasnost u interakcijskim i sličnim procesima komunikacije. Drugo, ako se tretiraju posledice koje nastaju zbog uticajnih promjena u komunikacijama uopšte, s implikacijama na tehnološki razvoj, uz potencijalne refleksije na obogaćenje ljudskih ţivota, to jest na slabljenje ili jačanje pojedinih aspekata društvenih odnosa. 4.3. Virtuelna komunikacija i mreţni mehanizmi društvenosti Paradoks postojanja straha od sve veće društvene izolovanosti u trenutku kada naša dostupnost jednih drugima nikada nije bila veća, nameće pitanje da li tehnologija ima

**moć da nas odvoji od naše prirode nudeći nam zapravo surogate društvenog** 2

ţivota ili se ispod toga nalaze neki dublji društveni procesi.

**U društvu u kome zahvaljujući tehnologiji interpersonalnog komuniciranja skoro da i ne postoje osobe ili kutak na planeti zemlji koje nije moguće dosegnuti, ipak veliki broj ljudi ima osjećaj sve slabije mećusobne povezanosti.** 154

Pored značajnih doprinosa virtuelne komunikacije povećanju kvaliteta ţivota, razvoj računarske tehnologije i povećanje broja njenih korisnika izaziva promjene koje vrše uticaj na socijalizaciju i socijalne odnose meću ljudima. Takozvani sajber prostor (cyber) tj sajber svemir postao je društveni

**prostor u kome individue stupaju u interakciju koja ima značajan uticaj na samu ličnost korisnika** 26

ili kako to ilustruje Kastels „ţivimo u kulturi stvarne virtuelnosti, jer virtuelnost je naša stvarnostll (Castells, M., 2003). Interakcija izmeću

**Ljudi, koja nije ograničena vremenom i prostorom, dovodi do stvaranja njihovih virtuelnih identiteta, socijalnih odnosa i stvaranja paralelnih društava virtuelnih zajednica, stvarajući novi virtuelni kulturni prostor. Savremeni način tivotata ostavlja sve manje vremena za realne susrete i druženja, pa se stiče utisak da se smanjuje interes za dešavanja u realnom svijetu,** 26

a na drugoj strani činjenica je

**da se sve češće, ne samo u okvirima akademske zajednice, već i u javnosti, govori o fenomenima vezanim za odnose uspostavljene putem** 51

mreže.

**Savremene društvene nauke bave se pitanjem negativnih uticaja različitih oblika virtuelnih komunikacija na socijalne odnose, postojeće društvene strukture, kao i socijalno ponašanje u cjelini. Brojna istraživanja dovode u vezu upotrebu informacionih tehnologija sa osjećanjem i stanjem usamljenosti tj socijalne izolacije njegovih korisnika i problema identiteta. Ovim problemom bave se prije svega internet psihologija i sajberpsihologija. 72 U literaturi se** 26

**koristi nekoliko izraza za oblast psihološkog proučavanja Interneta. „Internet psihologija— je oblast** 26

koja je najbliža kongitivnoj

**ergonomiji, dok se „sajberpsihologija— (Cyberpsychology) više vezuje za proučavanje fenomena koju su specifične socijalne i socio- psihološke posledice učešća u virtuelnoj komunikaciji (zavisnost, onlajn zajednice, problem identiteta** 26

itd.) U ranim fazama pručavanja interneta, empirijske studije su bile daleko najzastupljenije u Americi, kao i tema uticaja interneta na društvenost tj. na koji način i u kojoj mjeri ta nova tehnologija utiče

**na već postojeća sredstva tehnološki posredovane komunikacije, ali i na samu komunikaciju licem u lice.** 38

Tako je jedno od istraživanja sprovedeno u SAD, prema (Petrović M., 2005) i (Macura R., 2011),

**pokazalo da su korisnici interneta, tačnije oni koji na internetu sklapaju različita poznanstva,**  
višeni **kao osobe koje imaju problema u** snalaženju **u socijalnim situacijama, kada su sa**  
**drugima konfrontirani licem u lice, kao stidljivi, abnormalni, anksiozni, frustrirani, usamljeni i**

51

72 Sajber psihologija problemu identiteta posvećuje dosta pažnje jer uočava mogućnost da sajber prostor

**kod svojih** korisnika **stvara neki oblik fragmentacije ličnosti. Kao empirijska nauka, sve više**  
uviča **potrebu za konceptijskim i**

26

sadržajskim korekcijama

**ciljeva i zadataka** koju **su postavljeni u** trenutku račanja **sajberpsihologije kao nauke.**  
**Potrebno je graditi nove zadatke, pitanja i ciljeve u oblasti proučavanja mogućeg štetnog uticaja**  
**korišćenja interneta na proces socijalne uključenosti.**

26

(Macura R., 2011)

**depresivni ljudi koji su u stanju da komuniciraju jedino krijući se iza monitora.**

51

**Ovakve osobe** traže **alternativan način komunikacije i nalaze je jedino na internetu.**

26

Takođe

**strahovi da bi upotreba interneta mogla da dovede do urušavanja socijalne** mreže **pojedince, do**  
**njegovog** otuđenja, **da ugrozi njegovu** psihološku **i** životnu **dobrobit, da umanja društveni**  
**aktivizam i stepen socijalne** uključenosti, **da podriiva kvalitet porodičnog** života, **obilato su**  
**potkrepljivani ranim studjama kakve su Krautova The HomeNet (Kraut**

51

R. i dr. 1998), Patnamova Bowling Alone (Putnam, 1995), kao i neke od studija račene na prestižnim američkim univerzitetima.



**Iz ovog perioda datira koncept internet paradoksa - pojave da internet, kao medij koji bi po definiciji trebalo da ima pozitivan uticaj i da vodi povećanju broja socijalnih kontakata, zapravo vodi povećanju socijalne izolacije u najširem smislu.** 51

Ovi rezultati, senzacionalistički interpretirani novinskim naslovima tipa —Tužan, usamljen svijet otkriven u sajber spejsull su kasnije testirani u velikom broju istraživanja, pa čak i sami autori studije koja je došla do —senzacionalnogll otkrića tz. internet paradoksa nekoliko godina kasnije nisu uspjeli da potvrde nalaze svoje originalne studije. Međutim, stavovi o potencijalno pogubnom uticaju interneta nisu rijetki ni danas, bez obzira na to što su brojna kasnija istraživanja nesumnjivo pokazala da se prvobitni nalazi daju osporiti, ne ustanovivši vezu između upotrebe interneta i bilo kakvih društveno-patoloških pojava, otvarajući

**jedno novo polje za iščitavanje efekata interneta u personološkom ključu,** 51

gdje se štaviše uočavaju

**suprotni efekti, te oni koji češće upotrebljavaju internet imaju i razgranatije društvene mreže, više vremena provode van kuće, politički su aktivniji i manje vremena provode uz pasivne medije.** 38

(Petrović D., 2008.) Krivce za eventualni osjećaj posustale društvenosti, zapravo prije svega treba tražiti u radikalizaciji modernizacije i novom talasu individualizacije gdje se društvo svodi na veliki broj atomizovanih pojedinaca koji imaju sve izraženiji osećaj da su prepušteni samima sebi i eventualno najužem porodičnom okruženju, a ne u internetu i novim tehnologijama. One su prije dokaz u prilog goruće želje za očuvanjem društvenih veza nego što su pokazatelji njihovog uništenja.73 73 Petrović D. (2014), Društvena konstrukcija interpersonalnih medija – od telegrafa do interneta, Internet i društvo, str. 3 do 23., Međunarodni tematski zbornik radova, priredili Todorović D., Petrović D., Prlja D.,

**Srpsko sociološko društvo, Filozofski fakultet Univerzitet u nišu i Institut za uporedno pravo Beograd,** 209

**Virtuelna komunikacija omogućava kontakte i razmjenu informacija sa prijateljima i porodicom širom svijeta** 26

i nema razloga govoriti više o njenoj korisnosti ili štetnosti, bez obzira što je neki autori vide kao —poslednju u dugoj povorci dehumanizujućih tehnologija, koja proizvodi populaciju kompjuterskih idiota... a globalna mreža

**ne podstiče komunikaciju već izolaciju u kojoj se ljudi ne obraćaju pravim ljudima, već bestjelesnim ekranimal** 26

(Kobli A., Brigs P., 2005:291,292). U prilog tome idu i mišljenja da se ono što je daleko

**sve više** približava **(TV, internet, štampa, literatura), a blisko sve više udaljava** (komšije, kolege sa posla, članovi porodice). **Ovde se radi o smanjenom interesovanju za** 28

ono što je fizički blizu

**gubljenje, „ljubavi prema bližnjem— u korist, „ljubavi prema daljnjem— (virtuelnom, novom, drugačijem, neobičnom, dalekom, egzotičnom, mističnom, onostranom),** 28

te se navodno „ljudi sve manje međusobno posjećuju i druže,

**sve manje su zanimljivi jedni drugima kao sagovornici, jer su medijski sadržaji zanimljiviji.—** 28

(Čomić Đ., Kalmić L., 2006:12) Nauprot tome, Velmanovo (Bary Wellman) istraživanje pokazuje da korišćenje društvenih medija prije obogaćuje nego što narušava naše odnose. Onlajn komunikacija ne zamjenjuje tradicionalne oflajn oblike komuniciranja- licem u lice i telefon, već se samo dodaje njima, povećavajući ukupan broj kontakata. Preciznije —ljudi koji aktivno učestvuju u onlajn komunikaciji imaju isto toliko oflajn razgovora kao i oni koji ne koriste ove platforme. Internet samo povećava ukupnu učestalost komunikacijell(Wellman B., 2004.). Imajući ove studije u vidu moţe se zaključiti da internet kao inter-personalni

**medij nije uzrok već posledica novih potreba na mreţnom obrascu formirane društvenosti.** 2  
**Potreba svih potreba je da se ostane u permanentnom kontaktu u inače fluidnom i mobilnom društvu.**  
**Koliko god da se, društvo transformiše pod naletima modernizacije, 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 oaze društvenosti.**

74 Nije slučajno što u savremenom društvu koje karakteriše sve veća brzina i mobilnost društvenog ţivota tehnologije interpersonalnog komuniciranja postaju tako značajne. Dakle, ne moramo strahovati za našom potrebom za društvenošću sve dok ona prevazilazi surogate koje nam tehnologija nudi.

**Internet po svojoj tehnološkoj i društvenoj arhitekturi** pomaže, **a često i podstiče društveno**  
umrežavanje **pojedinaца,**

2

te prema Velmanu, čak i kad ne bi postojala mjesta na 74 Ibidem, str 19. Internetu

**posebno kreirana da podstiču** umrežavanje, održavanje **veza, upoznavanje, kreiranje prijateljskih i**  
**braćnih veza,** mreža **bi i dalje kroz spontanu** reakciju **svojih korisnika** vršila **istu funkciju.**

2

Dosadašnje vičenje prema kojem u društvu preovladavaju grupe i čvrste hijerarhije mijenja se koncepcijom društva u kojoj je glavna analitička jedinica umrežena individua. Velman prvi prepoznaje ovaj novi model umrežene društvenosti, tj. način na koji veliki broj ljudi ostvaruje međusobne veze i odnose te nastaje termin „umreženi individualizam, koji ubrzo ga usvajaju Kastels (2001), Wittel A. (2001), van Dijk (2006) i mogli drugi. 4.4. Umreženi individualizam Sam koncept sintagme umreženog individualizma možda nije lako razumjeti jer na prvi pogled ta dva pojma djeluju suprotstavljeno. Kako je moguće biti individualista, a u isto vrijeme biti umrežen? Iako literatura vezana za razumijevanje složenih odnosa između digitalno interaktivnih medijskih sistema i društva već neko vrijeme postaje sve brojnija i kompleksnija, malo je naslova koji nastoje istovremeno ponuditi pogled u tehnološko komunikacijske specifičnosti novih medija kao i nove modele društvenog ponašanja i društvene organizacije. U tom smislu, knjiga „Umreženost – novi društveni operativni sistem— (Networked: The New Social Operating System) čiji su autori Li Rejni (Lee Rainie) i Beri Velman (Barry Wellman), predstavlja iskorak u kojem se predstavljaju temeljni koncepti društvenog sistema koji najbolje opisuje sve brže tehnološko-komunikacijske promjene, ali i promjene koje se najbolje mogu razumjeti iz perspektive onoga što se naziva umreženi individualizam (Krolo K., 2012). Takav sistem se razlikuje od dosadašnjih dugotrajnih operativnih sistema formiranih oko velikih hijerarhijskih birokratija i malih gusto isprepletenih grupa kao što su domaćinstva, zajednice i radne grupe, a autori ga nazivaju operativnim sistemom jer opisuje

**način na koji se ljudi povezuju, komuniciraju i** razmjenjuju **informacije.** Takoće **se**

224

naglašava činjenica da društva, kao i kompjuterski sistemi imaju umrežene strukture koje pružaju mogućnosti i ograničenja, pravila i procedure, a fraza je zapravo odjek današnjice u kojoj neprestano koristimo uređaje koje pokreću operativni sistemi. U tom novom društvenom poretku, i izmijenjenom razumijevanju društvene organizacije ljudi više funkcionišu kao umreženi pojedinci, a manje kao članovi zajednice. Baš kao i većina kompjuterskih i svi mobilni operativni sistemi i ovaj je ličan, namjenjen velikom broju korisnika koji funkcionišu simultano i istovremeno. Pojedinaц postaje autonomni centar koji simultano (multithreaded) komunicira sa svojim višestrukim tehnološkim verzijama (multiuser) dok istovremeno obavlja nekoliko različitih poslova (multitasking). (Rainie L., Wellman B., 2011:5-7) Pitanja u kojoj se mjeri savremene ICT,

**integrišu u postojeći mrežni obrazac društvenosti i kakva je njihova društvena funkcija**

2

zahtijevaju širi tehno-konstruktivan teorijski okvir, a ono što se ne može prenebregnuti je svakako uzročno posledični sinergijski uticaj virtualne komunikacije i interneta na savremeno društvo. Tehnologija tvrdi Kastels (Manuel Castells) nije samo nadogradnja naših dosadašnjih mogućnosti, kako je mnogi vide, već ona predstavlja suštinsku razliku i utjelovljuje nove oblike mišljenja, izraze nove društvenosti, odnosno mentalne navike čovjeka.

**Potrebe društva u kojem vladaju vrijednosti individualnih sloboda, su omogućile trijumf**

34

umreženog **individualizma** i **stvaranje** mrežnih **zajednica prema individualnim afinitetima,**

što je jedan od tri društvena procesa koje Kastels vidi kao pokretački faktor razvoja tehnologije. Identifikujući društvene promjene koje su dovele do tehnoloških otkrića, Kastelsova studija insistira na tome da Internet nije —igralište izolovanih i otuđenih pojedinaca, već

**da je upravo takva komunikacija izraz novog društva i nove društvenosti koja omogućava povezivanje jedinki ne prema prostornoj nego prema povezanosti po afinitetima.**

34

Trijumf umreženog

**individualizma odredio je razvoj zajednica, globalne ekonomije, komunikacije, umjetnosti. Poslovni**

34

**život, koji je nekad obilježavala centralizacija i hijerarhija, danas je sve sličniji privatnim sferama koje su počivale na mrežama odnosa.**

Razvoj personalne autonomije zapravo se najviše ogleda kroz fleksibilizaciju radnog procesa (networked work) koji je osim beneficija donio i rizik prekovremenog rada. Savremeno

**društvo koje se temelji na obrascima društvenosti izgrađenim na tercijarnim odnosima, sve više približava poslovno i privatno vrijeme, mada bi mnogi teoretičari napomenuli kako**

34

upravo približavanjem ova dva vremena nastaju novi problemi jer umjesto ekspanzije privatnog, postajemo robovi poslovnog vremena. Danas se od svakog pojedinca očekuje da samostalno upravlja svojim životom.

**Moderna društva ne integrišu** ljude **u** jedinstven **funkcionalni sistem** cijele osobe, **već** 38  
prije **parcijalno i privremeno u odvojene funkcionalne**

svijetove roditelje, glasače, poreske obaveznike, sindikalce, zaposlene, članove različitih pokreta i zajednica itd. Pojedinaac dobija mnoštvo uloga i određenja i prinuđen je da bude menadžer sopstvenog života često balansirajući između različitih uloga koje mu pripadaju (Bauman, 2002). Sadašnji proces individualizacije se po Baumanu

**sastoji u transformaciji ljudskog identiteta iz datog u zadatak, odnosno** usmjeravanjem na 2  
odgovornost **za** izvođenje **zadataka i za posledice njihovog**

izvođenja:

**„Najviše šansi za** pobjedu **imaju ljudi koji cirkulišu blizu vrha globalne piramide moći, kojima** 2  
**prostor ne znači mnogo, a daljina ne predstavlja problem; ljudima koji su na mnogim** mjestima **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.**

**Društveni rizici i iz njih proistekla** osjećanja **straha i nesigurnosti pojačavaju potrebu za** 2  
**ukorenjivanjem u neki širi, društveni, kontekst.**

„Mreža

**interpersonalnih veza koje** obezbjeđuju **društvenost, podršku, informacije,** osjećaj 2  
**pripadnosti i društvenog identiteta—**

75 sve manje zavisi od prostorne bliskosti i ne podrazumijeva zajedničko mjesto žvrljenja. Sve do pojave interneta i elektronske pošte naše društvene mreže su se sastojale od rodbine, prijatelja, komšija i kolega na poslu, sa kojima smo bili u direktnoj vezi. Iako smo ponekad koristili telefon, ipak su te veze bile direktne i u realnom vremenu. Danas usled preplitanja velikog broja društvenih mreža i personalnih zajednica nastaju novi obrasci mrežne društvenosti i sve više se okrećemo takozvanim sajber prijateljima. Internet povezuje sa mnogo više ljudi nego što smo mogli da zamislimo i sa njima se savjetujemo u vezi karijere, medicinskih problema, vaspitanja djece, izbora škole ili fakulteta i svih ostalih pitanja koja su predmet našeg interesovanja. U svijetu umreženih pojedinaca, u središtu pažnje je osoba, a ne porodica,

radna jedinica, komšiluk ili društvena grupa. Dakle, kao što je već rečeno, komunikacija preko računara, mobilnih telefona, blogova i društvenih mreža ne pretvara ljude u dehumanizovane jedinice koje zaboravljaju razgovarati licem u lice, a uključivanje gadžeta u život ne znači prestanak, već samo promjenu načina komuniciranja. Umreženi pojedinci više uživaju u privatnosti, ali istovremeno imaju veze sa mnogo više ljudi, a sve zahvaljujući „trostrukoj revoluciji— i razvoju Interneta, mrežnih i mobilnih tehnologija. Rainie i Wellman (2011) napominju da transformacija prema umreženom individualizmu zahtijeva i drugačiju metodološku perspektivu u kojoj se mogu istovremeno pronaći mogućnosti za mikroanalize npr. personalnih mreža, zatim makroanalize grozdova društvenih mreža i analize cjelovitog sistema, odnosno umreženog društva. Internet i društveni mediji nam u velikoj mjeri omogućavaju da ostanemo u kontaktu sa ljudima koje već znamo. Ova vrsta komunikacije nije ni bolja ni lošija od one licem u lice, već samo drugačija i zapravo je nadopunjuje. Komunikacija na interpersonalnom nivou se može uz primjenu tehnoloških platformi odvijati u dva pravca. Jedan je održavanje postojećih oflajn odnosa gdje ove platforme zapravo 75

**Wellman, B. (2001) —Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized NetworkingII, International Journal of Urban and Regional Research 25(2): 227- 252**

2

navod prema Petrović D., 2008. predstavljaju kanal za interpersonalnu komunikaciju, a drugi je kreiranje i održavanje novih isključivo ili primarno online odnosa gdje društvene mreže i internet čine prostor za društvenu interakciju. Čak iako su ove dvije funkcije po svojoj prirodi različite, u stvarnosti često dolazi do njihovog preklapanja.

**Komunikaciona upotreba interneta se prije svega razlikuje u odnosu na to ko**

2

su sami korisnici, kakve su im životne navike, materijalni i obrazovni statusi i sl., pri čemu sa povećanjem broja korisnika njihov sastav postaje sve heterogeniji, a mogućnost davanja konačnih ocjena sve manja. Međutim,

**postoje neki univerzalni modeli upotrebe interneta koji su proizvod njegovih komunikacionih karakteristika.**

2

Jasnu, vidljivu i mjerljivu formu toga predstavljaju onlajn platforme za društveno povezivanje. Ta unaprijed organizovana i planirana forma društvenog povezivanja zapravo samo ispoljava

**ono što bi trebalo da je unutrašnja logika društvenog odnosa i veza u savremenom informacionom društvu.**

2

4.5. Zajednice, društvene mreže, društveni mediji Riječ „zajednica— ima svoje apstratno značenje koje podrazumijeva osjećaj istovjetnosti, kao i konkretno koje se odnosi na postojeće

**specifične grupe ljudi kojima su** izvjesne **okolnosti i interesi zajednički. (Christensen L., Levinson**

40

D., 2003) Virutuelnu zajednicu je Bolen (Bollen K.A., 1989) definisao kao „društvenu

**grupa pojedinaca koji su povezani putem Interneta sa ciljem da ostvare zajedničke interese i/ili** razvijaju **i** održavaju **društvene odnose—.** **Elektronske zajednice** takođe **nazvane i onlajn zajednice, Internet zajednice ili** virtuelne **zajednice, prema Hagelu** (1999) definisane **su kao „spontana društvena dešavanja na elektronskim mrežama okupljena oko zajedničkih interesnih oblasti, angažovana u zajedničkim diskusijama koje se tokom vremena nastavljaju i množe dovodeći do kompleksne mreže ličnih odnosa i porasta poistovjećivanja sa grupom kao nekom zajednicom—,** dok **Porter definiše** virtuelne **zajednice kao „grupu pojedinaca ili poslovnih saradnika koji su u interakciji oko zajedničkog interesa, pri čemu je interakcija barem djelimično podržana i/ili posredovana pomoću tehnologije i** vođena **istim protokolima i normama—.** (Porter

40

R., 2004); (Lalić D., 2010.)

**Termini kao što su** Veb **2.0** (Web 2.0), **virtualne zajednice, elektronske, Internet ili** onlajn **zajednice,** itd., **pogodni** su **za opis opštih** promjena **i zapravo predstavljaju prostor u** koji **se uklapaju kategorije** komunikacionih kanala **kao što su**

40

društvene mreže, društveno mrežni sajtovi ili sajtovi društvenog umrežavanja<sup>76</sup>, wiki, društveni mediji, društveni Veb, čije su najbitnije karakteristike: povezanost, interakcija, instant

**povratna informacija, komunikacija, saradnja, otvoreni pristup informacijama i izvorima, zajedničko učestvovanje u kreiranju i**

193

mijenjanju sadržaja . (Radovanović D., 2009.) Prema nekim autorima

**često je u stvari** riječ **o** istom entitetu **(skupu ljudi), a razlika je u uglu posmatranja: u slučaju** **društvenh** mreža **akcentat je upravo na povezanosti i odnosima** među **članovima, kao i prirodni veza** među **njima, od poslovnih do ljubavnih, dok je kod novih medija naglasak na objavljivanju i praćenju različitih** sadržaja. **Vrlo uslovno govoreći, društvene** mreže **su** društvena **„infrastruktura— novih**

96

**medija, dok mediji predstavljaju dinamičnu, interaktivnu** razmijenu **ideja, znanja, utisaka, mišljenja i stavova.**

(Branković S., 2009.)

**Veb 2.0 predstavlja poslovnu revoluciju u kompjuterskoj industriji, koja je uzrokovana tretiranjem mreže kao platforme i nastojanjem da se shvate pravila uspjeha na toj novoj platformi (O'Reilly T., 2005). U svojoj osnovi Veb 2.0 sadrži filozofiju uzajamnog povećanja kolektivne inteligencije dinamičkim stvaranjem i**

25

dijeljenjem informacija, uz stvaranje dodatne vrijednosti za svakog učesnika.

**Veb 2.0 podrazumijeva tranziciju veb-sajtova od izolovanih informacionih silosa do međusobno povezanih kompjuterskih platformi koje se prema korisniku ponašaju kao aplikativni softver. Veb 2.0 sadrži i društveni element, omogućavajući korisnicima da stvaraju sadržaj sajtova, podrazumijevajući pri tome slobodu da razmjenjuju i ponovo koriste taj**

25

sadržaj. (Vulić V., 2011) Veb 2.0 softveri i alati se mogu sortirati<sup>77</sup> kao: a) servisi za društveno umrežavanje i povezivanje ljudi, b) servisi za društvenu razmjenu informacija, „snadbijevanje— i 76

**Uz pojam društvenih mreža (eng. Social network) u javnom diskursu pojavljuje se i pojam društvenog umrežavanja (eng. Social networking) te se ta dva pojma često koriste kao sinonimi, iako postoji razlika. Umrežavanje naglašava iniciranje i pokretanje odnosa, najčešće između osoba koje se ne poznaju, te iako je ono moguće na online društvenim mrežama, to nije njihova primarna praksa niti ono što ih razlikuje od drugih oblika kompjuterski posredovane komunikacije. (Boyd**

97

D.M., Elison N.B., 2007) <sup>77</sup> Jednu od iscrpnijih klasifikacija društvenog Veb-a je prema (Gray C., 2012) sačinila i britanska organizacija „Mreža istraživačkih informacija— i ona razlikuje nekoliko velikih grupa: društvene mreže u užem smislu (Facebook, LinkedIn, MySpace...); medije koji se bave kategorizacijom i obilježavanjem raznih dokumenata, knjiga i drugih publikacija (BibSonomy, CiteULike...); blogove i mikroblogove agregaciju, c) društveni servisi za video i audio prenos informacija, d) servisi za društveno arhiviranje posebnih zbirki, mapa i fotografija e) softver platforme za blogovanje, f) e-learning platforme i softvere, g) alati za društveno mikroblogovanje, h) alati za instat poruke itd. (Radovanović D., 2009.)



**Jedna od presudnih komunikacionih, društveno tehnoloških odlika generacije Veba 2.0,** predstavlja **pojam** umrežavanja **i kreiranja,** mreža (tz. **Efekat** mreže – **eng.** Networking effect) **na koji je ukazao Robert Metkalf. Njegova formulacija**

155

nazvana Metkalfov zakon 78 ,

**proističe iz oblasti telekomunikacija, ali se** primjenjuje **i u komunikologiji, nauci o** Veb-u, **sociologiji,**

201

itd. i

**glasi: „Vrijednost** mreže **raste kao kvadrat njenih korisnika.— Svaki put kad se javi novi korisnik, ne samo da se njemu dodaje vrijednost, već on postaje vrijedan za sve postojeće članove mreže. Kada se broj korisnika** mreže poveća **aritmetički, vrijednost** mreže **raste geometrijski.**

57

#### 4.5.1. Pojam društvenih medija

**Novi društveni mediji omogućavaju globalnu konverzaciju u kojoj svako** može **učestvovati,** razmjenjivati **mišljenje, znanje** i **ideje bez vremenskih i geografskih ograničenja, zaobilazeći tradicionalne načine komunikacije.**

163

(Lalić D., 2010.)

**Oni su trenutno** najbrže **rastući fenomen i predstavljaju potpunu revoluciju u procesu distribuiranja poruka. Korisnici Interneta danas mogu** razmjenjivati **lična iskustva, mišljenja, fotografije, video materijale i druge multimedijalne** sadržaje, **ali i informacije o organizacijama, pojedincima, politikama i idejama koje se njih tiču. Ta** vrta **globalne** razmjene **podataka i povezivanja otvara bezbroj mogućnosti**

114

utičući na promjenu uspostavljanja odnosa, a i same komunikacije.

**Društveni mediji su grupa internet aplikacija koja je nastala na ideološkoj i tehnološkoj osnovi Veba 2.0 i koja omogućava stvaranje i razmjenu** sadržaja **koji**

57

(Blogger, LiveJournal, Twitter...); vještačke svijetove (SecondLife, OpenSim itd.), alatke za razmjenu prezentacija (Scribd, SlideShare...); razmjenu zvučnog i slikovnog materijala (YouTube, Picasa.); univerzitetske i istraživačke blogovi (Research blogging, Academic blog portal...); alatke za saradnju u istraživanju i pisanju (Dropbox, GoogleDocs, Wikia...); alatke za upravljanje projektima i saradnju (Bamboo, Skype...); alatke za upravljanje informacijama (GoogleReader, iGoogle). 78 Metcalfe's Law stvaraju korisnici (User Generated Content) (Kaplan & Haenlein, 2010).

**Društveni mediji** podržavaju **ljudsku potrebu za društvenom interakcijom, koristeći internet i tehnologije zasnovane na webu za transformaciju emitovanja medijskih monologa (—jedan prema mnogimall) u društvene medijske dijaloge (—mnogi prema mnogimall)**

57

uključujući sve vrste onlajn tehnoloških alata koji omogućavaju lakšu komunikaciju i dijeljenje sadržaja - tekstova, slika, zvučnih i video zapisa.

**Pored navedenih, u literaturi se pojavljuju i sljedeće definicije<sup>79</sup>: ? Društveni mediji su skup internet aplikacija, platformi i medija koji ima za cilj da omogući saradnju između ljudi i zajedničko stvaranje i razmjenu sadržaja (Palmer & Koenig-Lewis, 2009). Značaj društvenih medija je u interakciji između kupaca i zajednice, tj. u omogućavanju vođenja asinhrono, trenutne i interaktivne komunikacije, uz niske troškove. ? Društveni mediji predstavljaju skup različitih novih izvora informacija na internetu, koje stvaraju, pokreću, distribuiraju i upotrebljavaju korisnici sa ciljem da bi edukovali druge korisnike o proizvodima, uslugama, brendovima, pojedincima i izazovima (Mangold & Faulds, 2009). ? Tradicionalni mediji, kao što su televizija, radio i novine, su nudili isključivo jednosmjernu komunikaciju, dok društveni mediji omogućavaju svima da objavljuju svoj sadržaj i da učestvuju u konverzacijama na internetu (Weber, 2009). Društveni mediji predstavljaju novi oblik neplaćenih medija (Unpaid media) koje na internetu stvaraju pojedinci i preduzeća. ? Društveni mediji su demokratizovali informacije, na način što su promijenili ponašanje ljudi - iz onih koji čitaju sadržaj, u one koji stvaraju sadržaj (Solis B., 2010).**

25

**Time je ostvaren pomak u mehanizmu prenošenja informacija, sa modela —jedan prema mnogimall (one-to-many), na model —mnogi prema mnogimall (many-to-many), čija je osnova u konverzaciji između autora, kolega i ljudi. ? Društveni mediji predstavljaju kategoriju veb sajtova putem kojih je, na jednostavan način, omogućeno spajanje savremene internet tehnologije sa interakcijom korisnika (Varagić D., 2010).**

**Osnovne karakteristike društvenih medija su jednostavna participacija korisnika (angažman, interakcija) i sadržaj koji korisnici generišu.**

79 Izdvojeno u —Uloga društvenih medija u transformaciji poslovanja preduzećall, Vulić V., 2011

**Ono što je zajedničko svim navedenim definicijama je da društveni mediji predstavljaju spoj tehnologije i društvenih interakcija koji za cilj ima zajedničko stvaranje vrijednosti.**

57

Ovaj spoj tehnologije i društvenih interakcija se od strane nekih autora naziva i društveni Veb, što je termin koji zapravo objedinjuje sve društvene aktivnosti kojima se ljudi povezuju na Vebu koristeći za to odgovarajuće platforme. Pregled istorijata društvenih medija najbolje prikazuje Slika:

**Uspon i napredak medija kroz istoriju, sve** od perioda prije **novе ere pa sve do danas.**

53

Slika 4: Uspon i napredak medija kroz istoriju Izvor: www.idfive.com prema Pajić B. (2010) Dakle sve

**počinje još daleko u prošlosti u drevnoj Persiji pojavom postala** 550 godine prije **novе ere.**  
**Nastavlja se pronalaskom telegrafa u Francuskoj koji** je doprinio **socijalizaciji i povećanju**  
**komunikacije** meĎu **ljudima,**

53

a zatim 1890. godine pojavom

**radija i televizije nastaje prava revolucija u informisanju. Sve do** pojave Interneta **sedamdesetih**  
**godina prošlog** vijeka **nije postojala prava interaktivnost,** i medij **koji povezuje veliki broj**  
**korisnika. Jedan od prvih alata koji je** zaživio na Internetu **je servis za slanje i primanje elektronske pošte**  
**e-mail.**

53

**Razvojem Internet** okrućenja **usledila prava ekspanzija raznih servisa koji** danas uglavnom  
**ĉine istoriju Interneta. Ovi servisi su prikazani na središnjem** dijelu **linije, a oni su Napster, Usenet,**  
**The well, BBC, IRC, sve do pojave Wikipedije** i pojave **prvih blog servisa krajem devedesetih godina.**  
**Poĉetkom** vijeka Internet okrućenje **se okreće isključivo korisnicima, i**

53

oni postaju kreatori sadržaja.

**Pojavljuju se novi servisi koji su veoma jednostavni za korišćenje,** i akcenat **se stavlja na**  
**multimediju i interaktivnost.**

53

(Pajić B., 2010.) Naĉini

**na koji se povezuјemo, razgovaramo i ostvarujemo društvene odnose direktno zavise od**

57

kanala komunikacije, te oni predstavljaju jedan od osnovnih aspekata društva. Fenomen koji je obilježio prvu deceniju XXI vijeka je pojava „kulture dijeljenja— (eng. Culture of sharing) (Li C., 2010), potreba i želja za dijeljenjem brojnih sadržaja je duboko ukorijenjena u ponašanju ljudi, a svaki novi kanal komunikacije (telegraf, telefon, mobilni telefon, elektronska pošta i servisi za razmjenu instant poruka (eng. Instant messaging) je učinio da dijeljenje informacija i sadržaja sa drugim ljudima bude brže, jeftinije i jednostavnije.

#### 4.5.2. Vrste društvenih medija

Različiti teoretičari ističu različite vrste društvenih medija i premda smo do sad već pominjali neka od viđenja na podjelu društvenog Veba, u ovom dijelu navodimo jednu od osnovnih podjela. (Zarella D., 2009): ? Društvene mreže na internetu (eng. Social networking services) - Internet zajednice koje povezuju ljude širom svijeta koji dijele slična interesovanja i/ili aktivnosti. Društvene mreže predstavljaju besplatne interaktivne internet servise koji korisnicima omogućavaju da - 1) stvaraju javne ili polu-javne stranice sa osnovnim podacima o sebi; 2) navedu listu korisnika sa kojima imaju neku vezu i 3) pregledaju listu svojih kontakata i listu kontakata svojih kontakata i da komuniciraju sa njima (Boyd & Ellison, 2007). Korisnici sami biraju koje informacije o sebi će objaviti, kao i ko može da vidi te informacije - kada i gdje su rođeni, koje škole su završili, gdje rade, sa kim su u vezi, gdje su putovali, koju muziku slušaju, koje knjige i filmovi im se dopadaju, njihove fotografije, njihova razmišljanja na različite teme... Svaki njihov kontakt ima mogućnost da komentariše sadržaje (tekst, slike, video zapise...) na njihovoj stranici, kao što i oni imaju mogućnost da komentarišu aktivnosti svojih kontakata. Postoje razne vrste društvenih mreža i one mogu biti opšteg tipa ili mogu biti karakteristične za određeno geografsko područje, kao i za zanimanja, interesovanja i potrebe korisnika. Najpopularnije društvene mreže su Fejsbuk (Facebook), Linkdin (LinkedIn), Majspejs (Myspace), Hajfajv (Hi5), Friendster (Friendster), Orkut (Orkut), Riserčgejt (ResearchGate) i Forskver (Foursquare). ? Blogovi (eng. Blogs) – Predstavljaju najstariji oblik društvenih medija i posebne su vrste stranica koje predstavljaju ekvivalent ličnih web stranica. Termin —blog je nastao od riječi —web log, što u prevodu znači veb dnevnik. Blog predstavlja vrstu sajta koji omogućava da jedan ili više autora objavljuju sadržaje (tekstove, slike, zvučne i video zapise) u formi članaka (blog post) koji su dostupni drugim korisnicima i obično su prikazani u obrnuto hronološkom redoslijedu. Riječ je o kolaborativnom i interaktivnom alatu koji najčešće nudi mogućnost komentarisanja tekstova, pa predstavlja savremen način za razmjenu mišljenja i razvoj diskusije na objavljenu temu. Na internetu postoji više od 150 miliona blogova, a njihove teme su, u principu, sve što možemo zamisliti. ? Mikroblogovi (eng. Microblogs) - Medij koji je po formatu sličan blogu, ali se razlikuje u odnosu na tradicionalni blog na način što je sadržaj najčešće manji ili je njegova veličina ograničena. Mikroblogovi omogućavaju korisnicima da razmjenjuju male elemente sadržaja, kao što su kratke rečenice (obično dužine jedne SMS poruke - do 140 karaktera), hiperlinkovi ili pojedinačne slike. Najpopularniji servisi za mikroblogovanje su Tviter (Twitter), Tamber (Tumblr), Plurk (Plurk) i Džajku (Jaiku). ? Servisi za razmjenu multimedijalnih sadržaja (eng. Media sharing sites) - Omogućavaju korisnicima da stvaraju i postavljaju dokumenta, slike, prezentacije i zvučne i video zapise. Najpopularniji sajtovi ovog tipa su JuTub (YouTube), Fliker (Flickr), Skribd (Scribd), Slajdšer (SlideShare), Fotobaket (Photobucket), Vimio (Vimeo), Dejlimoušn (Dailymotion), DžastinTiVi (Justin.tv), Lajvstrim (Livestream), Justrim (Ustream), Pandora rejdio (Pandora Radio), Spotifaj (Spotify) i LastEfEm (Last.fm). ? Servisi za označavanje sadržaja (eng. Social bookmarking and voting sites) - Omogućavaju korisnicima da označe (taguju) veb sajtove za koje smatraju da sadrže koristan i/ili zanimljiv sadržaj i da na taj način stvaraju liste korisnih izvora. Korisnici preporučuju sadržaje drugim korisnicima, a sadržaji sa najviše glasova se kotiraju na vrhu liste i najvidljiviji su. Najpopularniji sajtovi ovog tipa su Delišes (Delicious) i Stambulapon (Stumbleupon). Sličan sistem za organizaciju vijesti koriste popularni sajtovi Dig (Digg) i Redit (Reddit). ? Internet forumi (eng. Internet forums) - Najstariji tip društvenih medija, a predstavlja mjesto za diskusiju gdje ljudi mogu voditi razgovor na određene teme, tražiti savjete ili jednostavno razmjenjivati vijesti. Forum je hijerarhizovana struktura koja sadrži teme o kojima se može

diskutovati, a svaka tema može imati podteme. Na svakom forumu postoje osobe koje vode računa o sadržaju, koje su zadužene za neku temu i koje brišu neprikladan sadržaj, a zovu se moderatori (administratori). Danas postoji veliki broj foruma koji su usko specijalizovani za određenu temu ili određenu zajednicu. ? Servisi za recenzije (eng. Review sites) - Sajтови na kojima korisnici i/ili urednici sajta mogu postavljati svoje utiske o proizvodima, uslugama, preduzećima i ljudima. Najviše korišćeni sajтови ovog tipa su Jelp (Yelp) i Epinions dot kom (Epinions.com). ? Virtuelni svjetovi (eng. Virtual worlds) - Internet zajednica koja je obično u formi kompjuterske simulacije okruženja (najčešće u tri dimenzije) u kojem korisnici biraju grafički izgled koji će ih predstavljati (avatar) i u kojem mogu da stupe u kontakt jedni sa drugim i da stvaraju i upotrebljavaju objekte. Najpopularniji sajтови ovog tipa su Sekond lajf (Second Life) i Smol vorlds (SmallWorlds). ? Internet pretraživači (eng. Search engines) koje pored navedenih, Weber (2009) uključuje u svoju klasifikaciju, nazivajući ih —agregatorima reputacijell (Reputation aggregators), jer pružaju uslugu rangiranja sajtova, najčešće prema reputaciji sadržaja sajta, što olakšava kupcima izbor najboljeg proizvoda i usluge. Najpopularniji pretraživači su Gugl (Google), Jahu (Yahoo!) i Bing (Bing).

#### 4.5.3. Istorijat i karakteristike društvenih mreža

Društvene mreže i društveno umrežavanje nisu novi koncepti već u različitim oblicima postoje oduvijek. Vjerovatno najraniju upotrebu pojma —društvena mreža— možemo naći kod Norberta Elijasa (1939. godine), u smislu spleta mnogih nevidljivih niti koje povezuju pojedince, gdje se promjenom jednog spleta mijenjaju i ostali<sup>80</sup>. Sve do sredine pedesetih godina prošlog vijeka, društvena interakcija i društveno povezivanje, koji su oduvijek predstavljali predmet interesovanja različitih struktura i institucija, bili su predmet analize različitih naučnih oblasti. Jedan od prvih socioantropoloških radova u čijem su se fokusu nalazile društvene mreže nastao je 1954. godine, kada je engleski antropolog Barns (J.A. Barnes) baveći se njihovom analizom <sup>81</sup> definisao naziv koncepta društvenih mreža i zajednica (pri čemu je u to doba zajednica podrazumijevala specifičan geografski određen lokalitet – prim.aut.). Prema Vikipediji društvena mreža<sup>82</sup> je društvena struktura koju čine čvorovi (koji su uopšteno pojedinci ili organizacije) povezani jednom ili više mečuzavisnosti kao što su vrijednosti, vizije, ideje, finansijski interesi, prijateljstvo, sličnost, različitost, konflikt, kupovina, povezanost preko veba, saobraćajne rute, itd. Rezultujuća struktura često može da bude veoma kompleksna. Analiza društvene mreže posmatra društvene relacije u terminima čvorova i veza. Čvorovi su individualni akteri unutar mreže, a veze su relacije između aktera. Može da bude više različitih veza između čvorova. Istraživanje u akademskoj sredini je pokazalo da društvene mreže funkcionišu na više nivoa, počevši od porodice do nivoa nacije i igraju kritičnu ulogu u određivanju načina na koji će se neki problemi riješiti, kako će organizacije funkcionisati i stepen do koga će pojedinac uspjeti u dostizanju individualnih ciljeva. (Pajić B., 2010) Dakle naučna saznanja vezana za društvene mreže nastaju iz raznih disciplinarnih i metodoloških nasljeća, mečutim iako je stvaranje društvenih mreža i društveno umrežavanje moguće u stvarnom, realnom svijetu, navedeni koncepti preneseni su u onlajn okruženje gdje se realizuju u svom punom kapacitetu, te ćemo u nastavku o društvenim mrežama govoriti isključivo iz vizure internet okruženja. U tom smislu društvene mreže predstavljaju relativno nov pojam. <sup>80</sup> Katunarić, V. (1999) —Informacijsko doba i homofilija: rasprava o doprinosu sociologije mrežall, Revija za sociologiju, br. 1 i 2, navod prema Petrović D., 2006. <sup>81</sup> On 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 objašnjavanje ključnih društvenih procesa, kao što su pristup poslu ili politička aktivnost. U istom periodu u američkoj sociologiji takođe počinju da se razvijaju mrežni pristupi u izučavanju društva. <sup>82</sup>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_network](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network) Svakako su istraživanja u domenima društvenih mreža prije pojave Interneta predstavljala komplikovan posao prikupljanja informacija, usled nemogućnosti da se jednostavno i automatizovano prate i mjere konekcije učesnika u komunikaciji. (Sovilj S., Vasković V., 2013) Pojava sajtova za društveno umrežavanje stvorila je potencijalne mogućnosti da se veze između učesnika detaljnije analiziraju, istražuju i mjere, a rezultati koriste

za razlitate namjene. Internet poprima obilježje društvene zajednice kad se na njemu počinju formirati grupe koje vezuje prijateljstvo, zajednička interesovanja i interesi, potreba da objavljuju i prate objave drugih i razmjenjuju uzajamno korisne informacije, kao i da se međusobno pomažu savjetima, odgovorima na pitanja ljudi na istoj mreži itd. To je druga velika promjena koju unose društvene mreže: na njima se odvija veliki dio privatnog i društvenog života, pa se tako formiraju društvene grupe koje nisu na jednoj kompaktnoj teritoriji, kao što je to bio slučaj sa klasičnim društvenim zajednicama (građanima neke zemlje, etničkim grupama, društvenim slojevima i klasama), već se mogu prostirati transteritorijalno. Ova okolnost se odražava i na društveni i politički aktivizam ljudi. Društvene mreže daju doprinos političkom i društvenom angažmanu tehničkom jednostavnošću inicijative, mogućnošću brzog stupanja u vezu i efikasnog organizovanja. To omogućava novinu u društvenim pokretima, koju bismo mogli nazvati efektom pečurki: aktivnosti se mogu pojaviti i često se i pojavljuju brzo i nenadano na mnogim mjestima istovremeno. Tako pomenuta tehnička i komunikaciona unapređenja čine mogućom globalnu sinhronizaciju društvenih i političkih aktivnosti. (Branković S., 2013). Prva društvena onlajn mreža – SixDegrees.com osnovana je 1997. godine omogućavala je korisnicima da kreiraju profile, liste prijatelja, a početkom 1998. godine i da surfuju po listama svojih prijatelja. U periodu od 1997. do 2001. godine nasto je cijeli niz društvenih mreža, sve dok 2002. godine nije nastao čuveni Friendstar (Friendstar) dizajniran da pomogne prijateljima prijatelja da se upoznaju međusobno, održavaju kontakte, razmijene i dijele onlajn i multimedijalne sadržaje sa svojim prijateljima, zatim 2003. godine nastaju LinkedIn (onlajn društvena mreža za 83 Prije ovoga je postojala društvena mreža Classmates.com koja je omogućavala korisnicima da se povežu sa kolegama iz srednje škole, fakulteta, koledža itd., ali korisnici nisu mogli da naprave svoje profile ili liste prijatelja. profesionalno povezivanje koja i danas važi za jednu od najvećih poslovnih društvenih mreža i ima milione korisnika) i MajSpejs (MySpace) kao prva društvena mreža koja sadrži sve elemente i karakteristike sajta za društveno povezivanje. Od 2003. godine nadalje kao što se vidi na Slici: Istorija društvenih mreža pojavio se velik broj društvenih mreža različitih namjena, a zatim i neke od danas najpopularnijih npr. 2004. godine pojavljuje se Fejsbuk (Facebook), a zatim i Tviter (Twitter) 2006. godine. (Lalić D., 2010; Radovanović D., 2010.) Početkom 2009. godine, Fejsbuk preuzima vođstvo od Majspejsa i postaje dominantan igrač u društvenom umrežavanju. Uspjeh i popularnost neke društvene mreže zavise od njene sposobnosti da se prilagođava potrebama korisnika, ali i o postavljanju novih tehnologija radi privlačenja novih korisnika i zadržavanja postojećih. Slika5: Istorija društvenih mreža Izvor: <http://archiv.iwi.uni-hannover.de> Prema Boyd i Ellison (2007) sajtove društvene mreže definišemo kao mrežno zasnovane servise koji pojedincima dopuštaju da „ a)

**izgrade javni ili polujavni profil unutar jednog ograničenog sistema, b) sastave listu drugih korisnika sa kojima dijele povezanost, c) sagledaju i pregledaju svoju listu povezivanja i one koje su drugi sačinili u okviru sistema—**

40

U

**ovom momentu postoji mnoštvo društveno mrežnih sajtova, na raznim stepenima tehnološkog nivoa, koji podržavaju široki spektar interesovanja i djelovanja miliona korisnika koje su ove stranice uvrstili u svakodnevnu upotrebu. Mada su njihove ključne tehnološke karakteristike obično nepromjenjive, kulture koje oko njih nastaju su raznolike.**

40

(Lalić D., 2010)

**Postoje razne vrste društvenih** mreža, **i one su karakteristične za** određeno geografsko **podneblje, zanimanje, interesovanje, potrebe. Društvene** mreže **dan danas koristi veoma veliki broj ljudi i kompanija**

53

i više ne predstavljaju modu ili trend već konstantu svih društvenih, pa tako i poslovnih odnosa. IV FENOMENI INFORMACIONOG DRUŠTVA

**Poslije fiziokratske, merkantilističke,** klasične, **marksističke, keynesijanske, neoklasične, monetarističke, institucionalne, novoklasične i novokeynesijanske teorijske ekonomske** paradigme, **postavlja se pitanje: da li se u istom smislu može govoriti o teorijskoj paradigmatičnosti**

21

“nove ekonomije”? Ili epitet poput informaciona,

**virtualna, mrežna, digitalna,** participirajuća, “učeća” **i ekonomija** znanja **ne predstavlja novu teorijsku konstrukciju koja bi se mogla označiti novom ekonomskom paradigmom.**

21

#### 84 5. INFORMATIČKA EKONOMIJA „NOVA PARADIGMA“

**Nova ekonomija je pojam koji je usko povezan sa jačanjem trendova globalizacije i značaja** informacionog **društva. Potrebno je** svakako istaći **da ne postoji jedinstvena definicija nove ekonomije, a ono što se** može **staviti pod zajednički** imenilac **svih pokušaja** definisanja tog **pojma** jeste **ekonomski rast i intenzivno uključivanje informatičke i** komunikacione **tehnologije u sva područja ekonomije i društva,**

115

a u svrhu veće produktivnosti i konkurentnosti. U pitanju

**je mlada (uslovno nazvano) „nova naučna paradigma— koja treba da objasni čitav niz ekonomskih, socijalnih i kulturnih** promjena **koje sa sobom donose** ICT, **gde** počasno mjesto **pripada Internetu. Nisu** rijetki primjeri **da se u** udžbenicima, **stručnim radovima, na naučnim skupovima, pod pojmom „nova** ekonomija— 85 **pojavljuju različite interpretacije ove faze globalizacije. U literaturi nije iskristalisan stav, da li je to „nova ekonomija— ili je to samo nova faza razvoja postojeće ekonomije.**

4

**Internet i nove informacione tehnologije dovode do restrukturiranja tržišta na globalnom nivou i pojedinih industrijskih i uslužnih djelatnosti. Ovo utiče na redefinisane načina obavljanja poslovanja i predstavlja izazov za konvencionalno ekonomsko razmišljanje. Internet** 32

tehnologije predstavljaju fundamentalni preokret u 84 „Paradigmatičnost nove ekonomije—, Drašković V., 2005 85

**G. Milovanović, P. Veselinović, Globalizacija i tranzicija, Ekonomski fakultet, Kragujevac, 2009.,** 4

prema Ćuzović, Sokolov-Mladenović (2014)

**sposobnosti prikupljanja, obradi, čuvanja i transferisanju informacija. Razmjena informacija putem** 32

mreže

**se sada** mogu **posmatrati kao izvor** kreiranja **vrijednosti, za razliku od ranijeg shvatanja da informacija isključivo predstavlja trošak. Internet je doveo do promjene obavljanja ekonomske djelatnosti, kao i balansa moći između proizvođača, posrednika i potrošača** 32

(Milićević V., 2002: 24) Pojam „mrežna

**ekonomija—, „digitalna ekonomija—, „ekonomija znanja—, koristi se da označi „postindustrijsko društvo—. U pitanju su pojmovi koji razdvajaju „staru ekonomiju—, (ekonomiju vođenu resursima), i „novu ekonomiju—, (ekonomiju vođenu znanjem i informacijama).** 4

(Ćuzović S., Sokolov-Mladenović S., Ćuzović Đ., 2012) U

**navedenim uslovima, ekonomija se naziva** bestejnska, **informaciona, mrežna, digitalna, tehotrona, E-ekonomija i sl., što sve skupa, po mišljenju mnogih autora, generiše pojam —nova ekonomijall.** 21

**„Nova ekonomija— se naziva i digitalnom ekonomijom, informacionom ekonomijom a sve popularnije i internet ekonomijom. Svi nazivi se odnose na uticaj informacionih tehnologija** 32



**na obavljanje svih ekonomskih djelatnosti.**

Ona predstavlja sinergističku cjelinu koju čine: znanje (intelektualna svojina), digitalizovane komunikacije i informacije, Internet, mrežno poslovno povezivanje s veoma labavim granicama, inovacije, virtualno i dinamično poslovanje, intrafirska razmjena s eliminisanjem posrednika i redukcijom tržišta, globalna konkurencija, Veb elektronski biznis, fleksibilni proizvodni sistemi i organizacione strukture, svojska i nesvojska partnerstva, itd. (S. Kotlica 2000, ss. 197-9

21

prema Drašković. V.,2005:128).

Savremena društveno-ekonomska i politička kretanja uslovia su, dakle i značajnu transformaciju organizacionog ponašanja i djelovanja. Snažan razvoj informacione i komunikacione tehnologije predstavljao je osnovu i za nastanak i razvoj nove tzv. informacione ekonomije zasnovane na znanju i informacijama koja će ubrzo prevazići nacionalne okvire i dobiti dimenzije globalne, svjetske ekonomije. „U vremenu digitalne ekonomije s fokusom na znanju upotreba informacija i znanja postaje jednako važna kao i njihova proizvodnja. Ovo novo doba ne zasniva se samo na savremenoj informacionoj tehnologiji, već na formalnom i prećutnom znanju čovjeka da te informacije usmjeri u ekonomske aktivnosti.— 86 Analizirajući svjetsku ekonomiju

54

86

Slavica V. „Proces tranzicije od informacijske prema ekonomiji znanja—, Naučno stručna konferencija, Na putu ka dobu znanja 7., 2009

54

današnjice i njena osnovna obilježja, Drašković ističe da su „tri osnovne pokretačke i strategijske sile savremene ekonomije: ? znanje (uslovno: intelektualni kapital); ? promjene (koje stvaraju neizvjesnost i rizik i smanjuju predvidljivost) i ? globalizacija (proizvodnje, trgovine, finansija, sredstva komunikacije i informacija, tehnologije, naučno-istraživačkog rada, konkurencije i drugih oblasti).—

54

Ako ostavimo po strani ostale aspekte „nove ekonomije— (socio-kulturološke, ekološke i etičke), kao trajno aktuelnu temu, možemo reći da su inovacije koje sa sobom donosi naučno-tehnološki progres najprepoznatljivija odrednica ovog ekonomskog fenomena. Posmatrano sa tog aspekta „nova ekonomija— predstavlja kvalitativno viši nivo (odrednicu) „stare ekonomije—.

4

Mnogi autori pridaju —novoj ekonomijill paradigmatičan značaj, ali ne u teorijskom, nego isključivo u praktičnom smislu. Ključne elemente te —nove naučne paradigme

21

prema Drašković V. (2005) jedan dio autora vidi

u samorazvijajućoj sposobnosti obrade podataka (u pogledu obima, složenosti i brzine), sposobnosti njihovog rekombinovanja i decentralizovanoj fleksibilnosti. U tom smislu, nameće se jasan zaključak da se prije mogu govoriti o tehnološkoj paradigmi (informacionoj, komunikacionoj, transportnoj) nego ekonomskoj, gdje se prva primjenjuje u —novoj ekonomijill, koja se na nju oslanja i od nje prima dominantan uticaj. „Ukoliko se

21

složitimo

sa činjenicom da se ekonomski rast još uvijek u velikoj mjeri zasniva na tradicionalnoj ekonomiji, onda možemo reći da nova ekonomija u pravom smislu te riječi ne postoji—

4

(Milovanović G, Veselinović P., 2009.). Mećutim,

ukoliko sa druge strane „novu ekonomiju— posmatramo kao skup ekonomskih pojava i mećusobno uslovljenih procesa zasnovanih na informatičkoj tehnologiji, koje podrazumijevaju nove načine poslovanja i daljeg privrednog razvoja, onda možemo reći da postoji kvalitativno drugačiji obrazac ekonomskog razvoja. Ovakva defnicija povezuje „staru— i „novu ekonomiju— u smislu da je „nova ekonomija— samo još uvijek oblik ispoljavanja tehnološkog i ekonomskog razvoja. Druga grupa teoretičara

4

smatra da bi pojam „nova ekonomija— uvijek trebalo pisati pod znakom navoda, jer ona kao takva ne postoji, već postoje samo nove tehnologije proizvodnje i distribucije koje svaki put imaju kvalitativno drugačiji uticaj na način odvijanja poslovanja. Po njima brži ekonomski rast u SAD krajem devedestih godina 20. vijeka nije rezultat „nove ekonomije— već porasta produktivnosti u sektoru ICT, dopunjenog cikličnim efektima visokog nivoa investiranja.

4

(Ćuzović Đ., Sokolov-Mladenović S., 2014) Ćak i autori koji zastupaju stanovište da —nastaje nova ekonomija u teorijskom ... smislull poput Bijelić P. (2004: 115) , ostaju pri tvrdnjama

da ona —ne ukida ekonomske zakonell, nego samo —demonstrira novi kvalitet  
ekonomskog rasta i otkriva nove mogućnosti saradnje i razvojall, (Ibid., s. 106).

21

TakoĀe

—nova ekonomijall, makar u pojedinim segmentima (npr. u dijelu konkurencije), znaĀajno relativizuje i redukuje izbor i ekonomske zakone, ali ne formuliše neke nove. To je moĀda njena najveća paradoksalnost, jer u principu povećava informisanost i suštinski širi horizonte izbora,

21

ne nudeći

neku novu teorijsku koncepciju, niti kontrasno protivurjeĀi starim i postojećim. To joj, oĀigledno, nije ni cilj, ni potreba. Ona kao specifiĀan, savremen i tehnološki intenzivan oblik privreĀivanja realizuje sopstvene ciljeve koje su trasirali njeni kreatori.

21

(Drašković, V., 2005).

ZnaĀaj tehnologije, obrazovanja i institucionalne fleksibilnosti raste, dok znaĀaj geografije, populacije i sirovina opada. Dakle, informacija i znanje postaju najvaĀniji Āinilac ljudskog Źivota i uspjeha na trĹištu. Znanje ukljuĀuje informacije u bilo kojoj formi, ali takoĀe ukljuĀuje i umijeti (know-how) i razumijeti (know-why), ukljuĀujući i naĀine interakcije, kako pojedinaca tako i društva u cjelini. Privrede znanja su one koje su direktno zasnovane na proizvodnji, distribuciji i korišćenju znanja i informacija. Ovo ima direktan uticaj na porast investicija u visoku tehnologiju, visokosofisticirani rad i odgovarajući porast produktivnosti. Znanje postaje kljuĀni resurs, koji se nasuprot svim drugim resursima, korišćenjem ne troši veĀ, naprotiv, uvećava. Osnovna strateška prednost jedne organizacije, regiona i drĹave u odnosu na druge je upravo u sposobnosti korišćenja i razvijanja znanja. (Cvetković N., 2009) Razlike u znanju i njegovoj tehnološkoj

23

primjeni, prema mnogim autorima

postaju glavni faktori koji dijele razvijene zemlje od nerazvijenih, bogate od siromašnih, visoki Źivotni standard od niskog. Tehnološki napredak, znanje, obrazovanje, struĀno osposobljavanje,

23

**slobodno kretanje rada i kapitala kao i drugi faktori kvaliteta postali su generatori rasta koji dovodi do razvoja i poboljšanja konkurentske prednosti.**

Posljedice po ekonomiju su raznovrsne, a najpozitivnije su:

**skraćivanje vremena obavljanja poslovnih transakcija, značajno smanjenje troškova** poslovanja **21**  
**i cijena, povećanje prihoda i dobiti,** smanjenje angažovanja **poslovnih sredstava,** povećanje  
**produktivnosti, efikasnije popisivanje, bolje i** brže opsluživanje **kupaca, itd. (P. Bjelić 2001, s. 29).**

**Suštinu nove ekonomije i osnov ekonomskog rasta predstavljaju ideja, informacija** 87 **i znanje.** 23

**Informatička revolucija je komplementarna sa eksplozivnim rastom znanja. Informacije i znanje** 104  
**postaju moćni faktori (sui generis) najznačajniji za društveni i privredni razvoj i proizvodne procese,**  
**od posebnog značaja za** obezbjeđenje **ekonomskog rasta nacije i za pojedince da** obezbijede vještine  
**neophodne za** pronalaženje zaposlenja **ili pak da** uspiju **kao samozaposleni. Informacioni i**  
**komunikacioni sektor svuda u** svijetu **ima** dvaput bržu **stopu rasta nego ostatak privrede.**

ICT sektor direktno je zaslužan za 5% BDP-a u

**Evropi, sa** tržišnom **vrijednošću od 660 milijardi eura godišnje, daleko više** doprinoseći **74**  
**rastu** produktivnosti **(20% direktno iz sektora ICT i 30% iz investicija u ICT).**

88

**Najnoviji podaci govore o tome da je** dvije **trećine porasta** svjetske **produktivnosti** 23  
**posljednjih godina rezultat** primjene **informacione tehnologije, a sve to prati ekspanzija usluga, i**  
**činjenica da glavni faktor konkurentnosti nije više komparativna prednost nego inovacija, kvalitet proizvoda i**  
**usluga,** vrijeme **i niski troškovi. Imajući navedeno u vidu postaje sasvim jasno što se danas u**  
**ekonomskoj praksi i teoriji forsira informatička ekonomija.**

(Cvetković N., 2009) S aspekta nove paradigme, —nova ekonomija definitivno pravi paradigmatičke promjene u načinu razmišljanja i ekonomskog ponašanja organizacija, stvarajući novu paradigmu u menadžmentu te taj epitet zaslužuje samo u pogledu vještine privređivanja, nove prirode firme, njene strukture i organizacije.

**U skladu s navedenim trendovima formiraju se nove** privredne **grane, modifikuju klasični oblici** 21  
 poslovanja, **eliminišu i/ili relativizuju tradicionalne** vertikalne **organizacione hijerarhije i**  
**horizontalne strukture, mijenjaju strukture zaposlenosti i** pomjeraju **u pravcu** uslužnog **sektora,**  
**multiplikuje ljudsko znanje dostupnošću informacija i** njihovom **brzom obradom i distribucijom,**  
 automatizuju **poslovne transakcije,** a **pravi bum** doživljavaju **elektronska trgovina, bankarski**  
 onlajn **servisi i**

društveni medji. 87

**Danas je informacija moć, informacija je novac i ono što autori kultne knjige „Fanky biznis—** kažu: 23  
**„Informacija o novcu** vrijedi više **od samog novca.—**

88

**Strategija razvoja informacionog društva 2012-2016, Crna gora –digitalno društvo, Ministarstvo** 186  
**za** inforamciono **društvo i telekomunikacije,**

Decembar 2011. 6. GLOBALIZACIJA – ESENCIJALNA DIMENZIJA INFORMACIONOG DRUŠTVA Na neki način, fenomen globalizacije

**je star koliko i civilizacija.** To je **ideja** koja **se istorijski pojavljivala kroz** "uticaj svjetskih 1  
 religija, imperijalna osvajanja, širenje trgovinskih mreža", **a samo je**

mijenjala "forme, pravce i intenzitet od jedne epohe do druge ili od jedne faze socijalnog razvoja do druge". (Reljić S., 2002). Međutim imajući u vidu da su u

**poslednjih tridesetak godina dramatično intenzivirane transnacionalne interakcije, od globalizacije** 68  
**proizvodnih sistema i finansijskih transfera do medijskog rasprostiranja informacija i slika širom**  
 svijeta **ili masovnih pokreta ljudi, bilo da su oni turisti, radnici-migranti ili**

izbjeglice, globalizacija je često

**predstavljena kao jedan po svemu nov fenomen i jedinstven proces u istoriji** 1

čovječanstva. Čak i među najneupućenijima, globalizacija je

**prestala biti fenomen koji se dešava negdje i —vanill. To je proces koji se odvija upravo ovdje i koji snažno utiče na intimni i lični aspekt**

1

života i i stila svakoga od nas.

**Izbjegavajući precizno određenje, mnogi autori ističu da je globalizacija realan historijski proces, koji se razvijao tokom vjekova, a posljednjih decenija se znatno ubrzao. Proces koji karakteriše univerzalizacija, homogenizacija i unifikacija svijeta po nekim značajnim principima, odrednicama i normama ponašanja, kao i afirmaciji rastuće uzajamne povezanosti i uslovljenosti između pojedinih zemalja, regiona i krupnih firmi.**

10

(Drašković V. i Jovović R., 2006).

**Globalizacija se kao ideja odnosi na „smanjivanje svijeta—, ali i na jačanje svijesti o svijetu kao cjelini.**

76

Literatura o globalizaciji koja u posljednje vrijeme preplavljuje

**internet i knjižare širom svijeta obiluje studijama koje taj pojam dovode u vezu sa najrazličitijim oblastima društvenog života. U tom smislu,**

1

među brojnim naslovima knjiga i zbornika koji se

**bave globalizacijom, možemo naići na studije koje se kreću u rasponu od ekonomske globalizacije i globalizacije u međunarodnim odnosima do onih u kojima se raspravljaju pitanja**

1

bilo koje trivijalnosti koja je u nekom trenutku poprimila globalne razmjere.

**Na osnovu ovog uvida moglo bi se zaključiti da je termin globalizacija, kako**

1

navodi Vuletić (2002) prevazišao buzzword (buzzword)89

**nivo, kako se ponekad predstavlja, odnosno da je stekao status ozbiljnog analitičkog pojma. Skloni smo čak da tvrdimo da**

1

89

**Na engleskom jeziku postoji riječ koja opisuje riječ u trendu - Buzzword (buzz se slobodno prevodi - u trendu).**

187

**je termin globalizacija dosegao nivo pojma industrijalizacija koji se nalazio u središtu gotovo svih socioloških, ekonomskih i politikoloških analiza od kraja devetnaestog vijeka pa bezmalo do danas i da ga je na određeni način**

146

zamijenio. (Vuletić V., 2002.)

**No, za razliku od industrijalizacije, koja je označavala proces oko čijeg definisanja nije bilo mnogo sporova i nedoumica, izuzme li se različito naglašavanje pojedinih njenih posledica, pojam globalizacije izaziva mnogo više sporova i različitih, često oprečnih mišljenja.**

1

**Kraj hladnog rata odnosno početak devedesetih godina dvadesetog vijeka mogao bi se označiti kao stvarni početak debata o globalizaciji,**

1

—..kao jedne od posledica razvoja nauke,

**savremene tehnologije, tržišne ekonomije i demokratije. Globalizacija je omogućila slobodno kretanje kapitala, roba, informacija i ljudi kroz širenje i ukidanje granica—**

172

(Lončar J., 2005.) 6.1. Pojmovne i istorijske premise Etimološki, riječ „globalizacijall vodi porijeklo

**od latinske riječi globus, koja je najprije označavala geometrijsko tijelo, a zatim i planetu Zemlju. Bez obzira što se**

37

pojam najviše vezuje

**za period od 1980. godine** na ovamo, **sama teorijska debata o globalizaciji počela je mnogo ranije.**

37

U okvirima vremena u kom su živjeli, prvi su na temu globalizacije razmišljali Karl Marks 90 , Veber, Dirkem, itd.

**Iako su teorijske razlike bile velike, svi su** dijelili uvjerenje **da je moderno društvo teritorijalno organizovano.**

37

Proces globalizacije determiniše savremeno društvo, sve pojave, procese i odnose u njemu, prođimajući

**apsolutno sve pore društvenog životna na individualnom i kolektivnom, političkom, pravnom, ili ekonomskom**

37

nivou.

**Mada je sam termin globalizacija uveden u upotrebu šezdesetih godina,**

1

ipak

**se još u kasnim osamdesetim godinama prošlog vijeka veoma rijetko koristio, kako u akademskoj literaturi tako i u svakodnevnom govoru. Termin je, kako** kaže **Entoni Gidens (Anthony Giddens), došao niotkuda da bi danas postao ključna tema u razmatranjima savremenih ekonomskih, političkih i inih zbivanja. Globalizacija je i** među **najneupućenijima prestala biti fenomen koji se dešava negdje "vani" i nekome** 90 Karl Marks **je**

1

**tvrdio da su nacionalne industrije** zamijenjene **novim industrijama, čiji se proizvodi prodaju i van granica nacionalnih država, u svim** djelovima **planete.** drugom. To **je**

37

**proces koji se odvija upravo "ovdje" i koji** snažno **utiče na intimni i lični aspekt** životna **svakoga od nas.**

1



Izuzetan opseg i dubina tih transnacionalnih interakcija naveli su neke autore da u njima vide raskid s prethodnim oblicima međugraničnih interakcija, i da novu pojavu nazovu —globalizacijomll (Featherstone, 1990; Giddens, 1990; Albrow i King, 1990), —globalnom formacijomll (Chase-Dunn, 1991), —globalnom kulturomll (Appadurai, 1990, 1997; Robertson, 1992), —globalnim sistemomll (Sklair, 1991), —globalnom modernošćull (Featherstone et al., 1995), —globalnim procesomll (Friedman, 1994), —globalizacijskim kulturamall (Jameson i Miyoshi, 1998) ili —globalnim gradovimall (Sassen, 1991, 1994; Fortuna, 1997).

68

91

Ako bismo birali jedan pojam koji simbolizuje duh današnjeg vremena to bi mogao biti pojam —globalizacijell. Globalizacija je

47

riječ koja je dramatično obelježila duh današnjeg vremena.

Rogobatna riječ, koja samo deceniju ranije gotovo da nije imala mjesto u akademskim radovima ili medijima, postala je nezaobilazna.—Globalisationll, —mondialisationll, —globalizacionll, —Globalisierungll – riječ koja je došla gotovo niotkuda danas kruži svuda, obelježavajući najmoćniju silu koja oblikuje tivot savremenog svijeta. Prije samo pola milenijuma polovina Kolumbove mape u momentu otkrića Amerike bila je prazna, obilježena kao »terra incognita«. Društva, tada razdvojena kao oaze pustinjama, danas tvore bezbrojnim nitima povezan »Svjetski sistem«. Globalni poredak još juče djelovao je tako daleko i tuće kao da se zbiva u nekom drugom svijetu, kao da se dešava nekim drugim ljudima.

84

(Pečuljić M., 2002)

Filozofi, sociolozi, politikolozi, pravnici i drugi stručnjaci nikako ne mogu da se usaglase oko prihvatljive univerzalne definicije globalizacije. Razlog je, koliko u činjenici da je riječ o višedimenzionalnom fenomenu, toliko i u nemogućnosti da se teorijski obuhvate svi aspekti ovog procesa i naročito da se predvidi njegov tok u budućnosti. No, bez obzira na razlike, postoji načelno slaganje oko stava da je globalizacija višedimenzionalan proces povezan sa deteritorijalizacijom i snažnom međuzavisnošću na planetarnom nivou, čiji su osnovni oblici manifestovanja

10

91 svi navodi prema Boaventura de Soza S. (2002). Prosesi globalizacije, prevod-Gilić S., Reč no. 68/14,

<http://www.womenngo.org.rs/feministicka/tekstovi/boaventura-de-soza-santos.pdf>

202

finansijski, investicioni i trgovinski procesi sa strategijama lokalnog i globalnog karaktera.

10

Odnos ovog procesa sa istorijom nije do kraja definisan, te je globalizacija veoma često doživljavana kao početak nove i drugačije faze u istoriji čovječanstva. Tržište bez granica, dominacija velikih korporacija, nadnacionalne zajednice država i popularna kultura koja se širi više nego ikada unifikovanim postindustrijskim svijetom, po logici stvari trebalo bi da isključuju ozbiljniju vezu sa starim i takoće bi valjalo da označe granicu posle koje bi dosadašnji tok istorije trebalo da korjenito bude izmjenjen i usmjeren u pravcu koji je u većoj mjeri predvidljiv, više nego ikada potčinjen uticajima društva i potrebama

1

čovjeka. (Antić Ć., 2002)

Globalizacija se u svom rudimentalnom obliku javila još u najranijim periodima istorije ljudskog društva. Širenje različitih ideja,

76

vjerovanja, vrijednosti, načina života ili religijskih ubjeđenja, svakako je bilo znanto sporije prije ere savremenih komunikacija i informacionih tehnologija. Na drugoj strani, naučnici i istraživači još uvijek pokušavaju

da proniknu u njene protivrečne procese, da ponude koherentne teorijske odgovore. Prvi tragovi ideje o globalizaciji javljaju se u XIX vijeku. Spisak autora koji su dali prilog toj ideji je poduži: od preteča iz XIX vijeka (Sen Simona, Konta, Marksa, V. Igoa, Spensera, Vebera), preko tzv. neomarksističkih teorija svjetskog sistema, zavisnog razvoja i sl. iz osamdesetih godina XX vijeka (I. Volernstaina, A. G. Franka, S. Amina, E. Altfatera, Z. Vidakovića, M. Pečujlića) do savremenih (R. Robertsona, U. Beka, Z. Baumana, A. Gidensa, D. Helda i dr.).

1

Uopšte uzev,

autentična rasprava o globalizaciji se ne može svesti na izlaganje samo jednog autora,

1

koliko god on izgledao uvjerljivo. Nužan

je pluralitet gledišta o procesima globalizacije, koji su upleteni s procesima modernizacije, tranzicije i preraspodjele svjetske moći u klupko tzv. mega procesa i naddeterminanti svjetsko-istorijskih tokova.

71

(Trkulja J., 2002) Mogi autori

prepoznaju tri velike ere globalizacije, koje upravo tako i nazivaju, globalizacijama I, II i III.

183

(Milovanović B., 2007: 13-16)

Prva velika era globalizacije vezuje se za postavljanje čuvenog transatlanskog kabla šezesetih godina devetnaestog vijeka i pronalaska parobroda i parne mašine. Ova velika era trajala je do početka prvog svjetskog rata.

76

Druga velika era globalizacije počinje sredinom osamdesetih godina prošlog vijeka, zahvaljujući tehnološkoj revoluciji, razvoju međunarodne trgovine,

76

ali svakako i rušenju Berlinskog zida i nestanku blokovskih podjela. Treću eru globalizacije u kojoj i danas živimo,

karakteriše širenje informacionih i komunikacionih tehnologija, značajan pad cijene telekomunikacija (prije svega mobilne telefonije) i računarske opreme, širenje multinacionalnih kompanija i njihova dominacija u globalnoj ekonomiji, ali i sve očigledniji gubitak političkog i ekonomskog suvereniteta država uz dominaciju globalnih političkih i ekonomskih

37

interakcija.

Obim i dinamika savremenih promjena koje sobom donosi globalizacija (imamo u vidu posljednje dvije decenije) su čini se, revolucionarniji nego ikad. Možda se u tome mogu tražiti opravdanja za protivrječna i često ekstremna teorijska objašnjenja globalizacije? Koliko god najnovije promjene izgledale revolucionarno, kompleksno, dinamično i nesistemi, ipak se one na određeni način događaju zakonomjerno, pa i programirano. One imaju i svoju interesnu podlogu (jer su interesi integratori ekonomskog ponašanja) i unutrašnju logiku, koja se na razne nacine objašnjava (opravdava i/ili

47

**kritikuje), zavisno od teorijskih pozicija autora i metodoloških pristupa, koji su cesto jednostrani, koliko god da mozaično i demokratski prikazuju globalni pluralizam.**

(Drašković V. i Jovović R., 2006)

**Mnogi teoretičari globalizacije** slažu se da je drevna globalizacija bila nepotpuna i da se suštinski radilo prije svega o neuspješnim pretečama moderne globalizacije.

1

92

**Nakon pada Berlinskog zida i ukidanja blokovske podjele nastao je vjerovatno najbrži ritam globalizacije u istoriji** ulaskom u eru, kako je neki nazivaju

10

„turboglobalizacijell93.

**Kako god da se završi sadašnji talas globalizacije, on kako to obično biva u istoriji, neće dobiti svoj izraz samo u već viđenim istorijskim stereotipima i poznatim rešenjima ili ishodima. Tehnološki napredak i informatička revolucija onemogućiće svakako pojavu nekog modernog razdoblja mraka, koje bi moglo da nastane u trenutku u kom dođe do trajne krize. Ipak, rizici koje donosi globalno zagrijavanje, moguća buduća energetska kriza**

1

i sl. mogu ozbiljno da ugroze neke od 92

**A Very Long-Term View Globalization Since the Fourteenth Century, A Quick Guide to the World History of Globalization, <http://www.sas.upenn.edu/~dludden/global1.htm>,**

1

93 Teoretičari globalizacije, ocjenjuju da iako je globalizacija kako kažu

**star fenomen, potpuno je nov njen silovito ubrzan ritam. Isto tako nikada ranije toliki broj svjetske populacije nije bio uključen u relativno jedinstvena i uniformna pravila. Nema nijedne zemlje koja ostaje izvan globalizacije, ali neke zemlje su samo pasivni objekti tog procesa. Ulrich Bek konstatuje da**

10

„globalizacija nije sudbina, globalizacija se može oblikovati” (Beck U., 2005).

**tekovina koje kao osnovne političke principe sa sobom nosi moderna globalizacija.**

1

(Antić Ć., 2002) 6.2. Definicija

**globalizacije Globalizacija je istorijski, realan, protivurječan, neravnomjeran, nezaustavljiv i nepovratan proces, koji transformacijom i dinamizacijom svojih konkretnih oblika, mehanizama i metoda ispoljavanja bitno mijenja međunarodne ekonomske i druge odnose u smjeru njihovog sve većeg povezivanja.**

142

**Ne postoji precizno, niti opšteprihvaćeno razumijevanje pojma globalizacije. A. G. Hopkins<sup>94</sup> kao najprihvatljiviju, i vjerovatno najneutralniju, definiciju navodi onu prema kojoj je globalizacija "proces koji preuređuje (transformiše) privredne, političke, društvene i kulturne odnose između zemalja, regiona i čitavih kontinenata, istovremeno ih šireći, snažeći i ubrzavajući".**

1

(Hopkins A.G., 2002:16)

**Neki autori globalizaciju definišu normativno i konkretno – istorijski. Tako se kaže da je globalizacija „proces svestranog povezivanja svijeta i njegovog uspostavljanja kao ravnopravne i pluralističke zajednice slobodnih pojedinaca— ali i da se globalizacija može odrediti kao „proces i sistem konfliktnog povezivanja svijeta— čiji sadržaj najprije određuje „planetarizacija kapitala, interesi i uticaj velikih korporacija.**

37

Gidens globalizaciju definiše kao „inteziviranje društvenih odnosa diljem svijeta,

**koja povezuje udaljena mjesta na takav način, da lokalna zbivanja uobličavaju događaji koji su se odigrali kilometrima daleko i vice versa— ukazujući na dijalektički karakter procesa globalizacije.**

37

(Gidens A., 1998:69) Često, u

**svojim tekstovima autori nisu „dosledni— već uvijek iznova rekonceptualizuju svoju poziciju, što nije čudno s obzirom na stalne promjene u savremenom svijetu, brzinu kojom se radovi pojavljuju i opseg polja na koje se globalizacija odnosi.**

1

**Autori poput Gidensa, koji su u početku insistirali na više dimenzija neophodnih za razumijevanje globalizacije vremenom svoju patnju usmeravaju na određenu dimenziju, u Gidensovom slučaju tehnološku, a neki poput**

1

94

**A. G. Hopkins, The History of Globalization – and the Globalization of History, A. G. Hopkins (ed.) Globalization in World History, (Pimlico, Sydney).**

1

**Mitelmana, danas govore o globalizacijskom sindromu, dok su u ranijim radovima prevashodno bili zainteresovani za uče ekonomske činioce.**

1

(Trkulja J., 2002)

**Globalizacija se između ostalog definiše: ? Kao proces veza i odnosa unutar neke političke ili regionalne zajednice koje glavnim institucijama daju pravo da donose odluke, određuju metode nadzora i odlučuju o alokaciji vrijednosti. ? Kao proces objedinjavanja ljudskih napora i aktivnosti u smjeru ubrzane integracije čovječanstva na planetarnom nivou, podstaknut nezapamćenim kretanjem ljudi, tehnologija, kapitala, ideja i kulturnih vrijednosti među državama i narodima, ali na način da ni države ni narodi ne kontrolišu ovaj proces u željenoj mjeri. ? Proces koji karakterišu ubrzano povezivanje i sve veća međuzavisnost država, privreda i društava preko razvijenih informacionih i komunikacionih tehnologija, tržišta i kapitala, pod pokroviteljstvom i kontrolom najmoćnijih zemalja svijeta.**

10

**Kastels definiše globalizaciju kao „novu kapitalističku ekonomiju“ u čijoj su osnovi informacije, znanje, informacione tehnologije, mrežna struktura menadžmenta, proizvodnje i raspodjele, globalno tržište i konkurencija.**

10

Pitanja

**„šta je globalizacija, koji su njeni uzroci, kako je nastajala u dugom istorijskom procesu, kakvi su njeni sadašnji učinci, nezaobilazna su za njeno teorijsko poimanje.**

120

Globalizacija jeste složen i protivrječan proces, ali je očigledno i jedan od trizama današnjice. Iz okvira takvog, zdravorazumskog saznanja može se izaći samo razlaganjem te složenosti i protivrječnosti, identifikacijom odnosa različitih dimenzija i karakteristika globalizacije, istraživanjem tendencija njihovog razvoja i spleta učinaka. (Vidojević Z., 2004) 6.3. Aspekti i karakteristike globalizacije Globalizacija je po svom određenju višedimenzionalan proces koji sadrži političku, ekonomsku, socijalnu, kulturnu tehnološku i druge dimenzije.

**Na političkom planu savremene teorije globalizacije pod tim pojmom podrazumijevaju ubranu internacionalizaciju i integraciju sveukupnog društvenog tijvota s posebnim akcentom na prihvatanju univerzalnosti zapadnog društva kao obrasca-matrice za sve narode. Na ekonomskom planu globalizacija se manifestuje sve većim nivoom razmjere i tempa premiještanja kapitala, brzim dislociranjem infrastrukture za proizvodnju standardizovane i unifikovane robe, formiranjem svjetskih finansijskih tržišta itd.** Džozef Štiglic

10

(Joseph Eugene Stiglitz) 95

**vidi u globalizaciji prije svega uklanjanje barijera na putu slobodne trgovine i tješnju integraciju nacionalnih ekonomija.**

10

**Na tehnološko-komunikacionom planu globalizacija intenzivira procese proizvodne kooperacije, putem čega čovječanstvo prevladava razdvojenost, na način što čitav svijet postaje mjestom čovjekovog preobraćavajućeg djelovanja. U okviru snažne informaciono komunikacione revolucije i na njoj zasnovane progresije svijet postaje ne samo povezan, već istovremeno fuzionisan u vremenu i prostoru.**

10

**Tek predstoji napor savremenih naučnika i istraživača da pronađu izlaz iz predstojeće pojmovne zbrke i proniknu iza višeznačnog i protivrečnog značenja globalizacije. U tom smislu vrijedan je pokušaj D. Helda, McGreva, A. Gidensa da se osvijetli nekoliko suštinskih obeljetja, dimenzija globalizacije: 1) ekonomska dimenzija – internacionalizacija kapitala, proizvodnih odnosa i klasa, praćena monopolizacijom tehnologije i finansijskog kapitala omogućila je posredstvom tržišne konkurencije intenzivno planetarno povezivanje svih momenata privrednog tijvota; 2) društveno institucionalna – zamjena prirodne i autarhične patrijarhalno-agrarne civilizacije preovlađujućim robnim odnosom i otvorenim građanskim društvom; 3) infrastrukturna dimenzija – sve brže i svestranije strukturalno povezivanje sve većeg broja društava, kapitala, robe, usluga, radne snage i**

1

**informacija na velike distance; 4) politička dimenzija kriza** međunarodnog **pravnog suvereniteta i unutrašnje**

95

**Američki ekonomski ekspert, pisac, predavač i univerzitetski profesor. Dobitnik Nobelove nagrade za ekonomiju 2001. godine, posle rada u ključnim institucijama onoga što se smatra stubovima globalizacije i savremene zapadne ekonomije, postao je jedan od ključnih kritičara i protivnika tog sistema**

128

**legitimnosti nacionalne** države, **formiranje regionalno-** svjetskih **institucija upravljanja, sve veći uticaj transnacionalnih i nadnacionalnih institucija, kao i univerzalizacija modela zapadne demokratije na** svjetskoj **sceni; 5) ideološko- kulturna dimenzija – ideologija u vidu moćne planetarne industrije** svijesti **postala je ključna poluga globalnog poretka moći. Njoj pripadaju masovni mediji, veliki dio** **kompjuterske industrije, obrazovanja, nauke i umjetnosti koji dobijaju industrijski karakter i vrše** svjetsku **difuziju zapadnog sekularnog diskursa i kulturnih obrazaca; 6) vojna i geostrateška dimenzija – smjena** **bipolarne strukture unipolarnom strukturom organizovanja fizičke sile sa tendencijom stvaranja fronta neprikosnovene i neporecive vojne hegemonije dominantnih sila** svijeta, **te novih načina legitimisanja militarizacije; 7) ekološka dimenzija – svjetska** **opasnost od ekološki destruktivnog načina proizvodnje (iscrpljivanje sirovina, zagađenost, klimatski poremećaji) koji dovodi u pitanje opstanak planete i civilizacije.**

1

(Trkulja J., 2003) Sličnu, a možda i konkretniju sistematizaciju nalazimo i kod Bek-a (Ulrich Beck) koji izdvaja osam tipova

**globaliteta: 1. ekonomski tip 2. tehnološki tip 3. univerzalne vrijednosti 4. globalna kulturna industrija 5. policentrična svjetska politika 6. svjetsko osiromašenje**

76

(digitalna podjela –prim.aut.) 7. globalno razaranje i uništavanje čovjekove sredine 8. transkulturalni konflikt 96

**Savremeni proces globalizacije karakteriše sve njene** suštinske **dimenzije. Prvo, ona označava objektivne planetarne procese:**

1

tehnološku evoluciju čiji je rezultat



**kompresija vremena i prostora, smanjivanje distance i vremena potrebnog za sve razgranatije komunikacije.**

1

97

**Drugo, sve je tješnja povezanost i meĎuzavisnost društava, sve je širi krug djelatnosti koje postaju transnacionalne, kojima se ne moĎe upravljati isključivo unutar pojedinaĎnih drĎava. NaroĎito ekonomija,**

47

kako bi je 96 Milardović A. (1999). Globalizacija, Pan liber, Osijek-Zagreb-Split; navod prema LonĎar A., 2005. 97

**Kada mlazni avion putuje brzinom 100 puta većom od starih brodova na jedra, što znaĎi da su fiziĎke distance sto puta manje, planeta se**

1

"suĎava, smanjuje". pojedini autori<sup>98</sup> poetiĎno okarakterisali

**—taj krvotok svijeta, splet arterija i kapilara, vodi sve gušĎoj mreĎi povezanosti i meĎuzavisnosti. Sve je izrazitija nadmoć transnacionalnih ekonomskih sila: mobilnog finansijskog kapitala i korporacija nad lokalnim ekonomijama i drĎavama. Internet – taj simbol informatiĎke revolucije – na jedan pritisak dugmeta otvara trezore duhovnog bogatstva svijeta. U krug objektivnih tokova ulazi i sve veći uticaj "zbivanja sa distance", uticaja dogaĎaja u jednom lokalitetu na Ďivot individua i zajednica na drugoj strani planete. Najzad, globalizacija oznaĎava rasprostiranje istovjetnih formi (industrijalizma a potom postindustrijalizma, trĎišne ekonomije i višepartijskog politiĎkog sistema) na gotovo cjelokupni socijalni prostor svijeta. Rasprostiranje sliĎnih formi nastaje kao plod "limitacije" (difuzije), usvajanja superiornijih formi kroz proces modernizacije, ili pak dominacije, nasilnog nametanja.**

1

(PeĎuljić M., 2003)

**Globalizacija je povezana sa promjenom u strukturi meĎunarodne proizvodnje i potrošnje i smanjuje vaĎnost blizine izmeĎu proizvodnje, sirovina i trĎišta. Ona proširuje granice za lociranje preduzeća u prostoru zbog sniĎjenja troškova i povećanja brzine u dostavi sirovina i gotovih proizvoda. Veliko povećanje stranih ulaganja u privrede širom svijeta je osnovni sastojak ovog procesa.**

1

Propagatori dobrobiti globalizacije nalaze da su

**interesi, profitni motivi globalizacije brojni, a** kao najvažnije izdvajaju: **pristup novim** tržištima, **10**  
 **smanjenje raznih vrsta troškova, rast prodaje, pristup (jeftinim, rijetkim, kvalitetnim i sl.) resursima**  
 **stranih zemalja, ostvarenje konkurentskih prednosti, manji porezi ili njihova evazija, niži ekološki**  
 **standardi, jeftina radna snaga, kao i sve ono što se podvodi pod prednostima vlasništva, lokacije i**  
 **internacionalizacije (Pokrajčić**

D., 2001.).

**Liberalizacija na** tržištu  **kapitala i povećana** međunarodna  **pokretljivost kapitala bitno** **1**  
 **smanjuju uticaj vlada na domaću monetarnu politiku. U slučaju sumnje da će da** dođe  **do**  
 **devalvacije, kapital** može  **da** "pobjegne"  **iz zemlje u roku od nekoliko sati tako da vlade u svojoj**  
 **ekonomskoj politici moraju da vode računa i o ovoj mogućnosti. Iako su nacionalne vlade izgubile** dio  
 **uprave nad monetarnom politikom, one su povećale mogućnost nadzora na drugoj strani,** opet zahvaljujući  
 **razvoju i**

mogućnostima informaciono komunikacionih 98 Pečuljić M. (2003). Dva lica globalizacije (Aspekti globalizacije).  
 Beograd, Beogradska otvorena škola, Centar za proučavanje informativnih tehnologija tehnologija. (Jovanović M. N.,  
 2003) Globalizacija se najčešće razmatra sa ove, ekonomske tačke gledišta fokusirajući hegemoniju slobodnog tržišta i  
 princip liberalizma uz minimiziranu ulogu države

**tj. ekonomske politike** u  **smislu regulisanja slobodno** formiranih  **perfektno funkcionišućih** **62**  
 tržišnih mehanizama,  **što je institucionalizovano kroz funkcionisanje trilaterale** 99  **u**  
 međunarodnim ekonomskim  **odnosima.**

**Svako obuhvatnije i** cjelovitije  **definisanje globalizacije** uključuje  **druge aspekte: ekološke,** **62**  
 **političke,** vojne,  **tehnološke, infrastrukturne, ideološke, kulturne, istorijske**

itd. (Beker E., 2005)

**Osnovne karakteristike globalizacije mogle bi se svesti na: ? razvoj po zakonima krupnog kapitala** **10**  
 **preko kojeg razvijene zemlje ostvaruju liderstvo, dobit, kontrolu, uticaj i moć; ? finansijsku**  
 **globalizaciju, globalizaciju** tržišta,  **formiranje i uticaj globalnih firmi i banaka, denacionalizaciju i**

regionalizaciju ekonomije, standardizaciju proizvodnje, globalne sisteme komunikacija i masovnih medija, itd.; ? smanjivanje nacionalnog suvereniteta; ? nesavršenost procesa, nejednaku razmjenu, zavisnost i dominaciju; ? dominaciju transnacionalne i nadnacionalne nad državnom regulacijom.

U

najznačajnije savremene globalne ekonomske probleme ubrajaju se: ? sve veće zagađivanje  
čovjekove okoline (i s tim u vezi potreba izdvajanja značajnih troškova za ekološku zaštitu); ?  
smanjivanje energetske-sirovinskih rezervi (i s tim u vezi potreba otkrivanja alternativnih izvora energije); ?  
problem gladi, nedovoljne ishranjenosti i siromaštva u mnogim zemljama i regionima; ? borba s mnogim  
zaraznim i drugim za sada neizlječivim bolestima (i s tim u vezi ogromna novčana izdavanja za otkrivanje  
njihovih uzoraka i odgovarajućih lijekova);

10

99 Trilateralala se odnosi na ključnu tripolarizaciju u međunarodnim ekonomskim odnosima, sa jedne strane tu su tri centra moći SAD, Zapadna Evropa i Azija, a sa druge tri međunarodne institucije koje regulišu odnose u konkretnoj sferi međunarodnog djelovanja: Međunarodni monetarni fond – MMF, Međunarodna banka za obnovu i razvoj – IBRD i Svjetska trgovinska organizacija kojoj je prethodio GATT sporazum. ?

masovna nezaposlenost; diskriminacija ljudskih sloboda i prava, koja se razmatra ne samo kao  
politički, nego i kao ekonomski problem; ? nekontrolisana trka u naoružavanju; neokolonijalizam;

10

?

drastične razlike u ekonomskoj razvijenosti; ? brz i nekontrolisan porast stanovništva, posebno u  
velikim gradovima; ? enormne emigracije (procjenjuje se da u svijetu ima 135-140 miliona legalno  
registrovanih emigranata); ? ekonomske krize, inflacija i hiperinflacija u mnogim zemljama, itd. (Drašković

10

V. 1999:328-329).

Definisanje globalizacije kao objektivnog planetarnog procesa, iako bitno, nije njeno jedino

1

obiljetje.

**Na svom putu, ka stvaranju globalnog prostora, ruku pod ruku sa globalizacijom idu modernizacija, tranzicija, i preraspodjela svjetske moći.**

47

**Ne postoji globalizacija sama po sebi. Ona je uvijek smještena u konkretan svjetski i domaći, društveno-istorijski, klasni i kulturni**

120

kontekst. Čak i ono što je najmanje opterećeno tim kontekstom- tehnologija ( koja traži univerzalizaciju tehničkih pravila i standarda), ipak nosi njegova obilježja. Tako će ne možemo zanemariti ni ocjene da je tehnologija postala izuzetno značajna politička i geopolitička kategorija, te se globalizacija ne može apstrahovati iz ovog konteksta . 6.3.1. Tehnološko-ekonomski aspekti globalizacije

**Bez obzira na kompletan kontinuitet u istoriji tehnologije i diskusiju moguće "slike čovjeka informatičke ere" (Milanović, B., 2007), postoje teorijski stavovi prema kojima je učešće ove nove tehnologije u procesima globalizacije po mnogo čemu jedinstveno i drugačije od prethodnih tehnoloških revolucija (baš kao što postoje i stavovi prema kojima je aktuelna globalizacija kompletnija od prethodnih i jedinstvena po mnogim parametrima).**

1

Razvoj savremenih načina komunikacije pod uticajem ICT

**omogućio je nove načine povezivanja udaljenih sagovornika iz raznih krajeva svijeta u sadašnjem stvarnom vremenu, nove načine života, rada, ponašanja, promišljanja što je neminovno ostavilo traga na promjene u međuljudskim odnosima, navikama, kulturi i svakodnevicu. Informatičko društvo predvođeno uticajem globalizacije i razvoja informaciono komunikacionih tehnologija zasnovano na znanju, inovacijama, informacijama, preduzetništvu, Internetu, postaje temeljna infrastruktura budućnosti društva, glavni pokretač razvoja, ekonomskog uspjeha i stvaranja novih vrijednosti, te sredstvo povezivanja svijeta u jedinstvenu cjelinu. Svjetske regije koristeći ICT nesumnjivo postaju dio informaciono komunikacionog doba gdje osnovne ekonomske aktivnosti i konkurentnost zavise uglavnom o znanju i informacijama dobijenim uglavnom iz pouzdanih izvora putem interneta ili e-komunikacijom. Informatizacija**

20

i infomacionalizacija zasnivaju se

**na novim sistemima tehnološke moći i svakako će nesumnjivo doprinosti u kreiranju novih tržišnih paradigmi.**

20

(Lamza- Maronić M., Glavaš J., 2011.)

**Uzajamna povezanost, uslovljenost i zavisnost** tržišnog privređivanja **(koje u osnovi** sadrži **18**  
**privatno** preuzetništvo) **i tehnološkog**

progresu predstavlja jednu od najznačajnijih i najjačih pokretačkih poluga savremene civilizacije.

**Ta povratna sprega je dokazala svoju** efikasnost **u razvijenim zemljama i privredama u kojima** **18**  
**se tehnološki progres** podržava **stalnom ekspanzijom kapitala i njegovim ulaganjem u profitabilne**  
djelatnosti, **a ekspanzija kapitala i njom** probučena **konkurencija se napajaju** novim **dostignućima**  
**tehnološkog progresu, koji ima praktično neiscrpne potencijale kreiranja i usavršavanja svega postojećeg.**

**Novo tehnologije stvaraju nove** šanse, **uklanjaju barijere za internacionalnu** trgovinu **i** **18**  
**investiranje, povećavaju** transparentnost **poslovanja zahvaljujući razvoju informacionih**  
**tehnologija itd.**

**Po mnogim manifestacijama i** pokazateljima, **kvalitativno, kvantitativno, tehnološki i sl.,** **18**  
**savremene promjene su bitno drugačije od mnogih do sada** viđenih **u svijetu.**

(Drašković V. i Jovović R., 2006)

**Sa razvojem i** primjenom **inovacija koje sa sobom** donosi **naučno-tehnički progres** mijenja **4**  
**se i priroda odvijanja procesa globalizacije. Informatika i elektronika** modifikuju **dosadašnje**  
**tradicionalne pokretače procesa** globalizacije. **Razvoj i** primjena **Interneta krajem** dvadesetog  
vijeka **afirmiše koncept elektronskog (virtuelnog) biznisa. Paralelno sa tim** mijenja **se i priroda**  
**konkurencije na globalnom** tržištu. **Osim nezaobilaznog pitanja** cijena **i kvaliteta roba i usluga u prvi**  
**plan izbija i marketinška instrumentalizacija noviteta koje sa sobom donose** ICT. **Multinacionalne**  
**kompanije postaju promotori savremenih informaciono** komunikacionih **sistema i „gospodari—**  
**globalnog**

tržišta.

**Elektronska** razmjena **podataka i poslovne dokumentacije omogućila je** multinacionalnim kompanijama da se povežu **sa svojim filijalama,** s jedne strane, **i** poslovnim partnerima i kooperantima 189

duž zemljine kugle, s druge strane. (Ćuzović Đ., Sokolov-Mladenović S., 2014). Nagle promjene koje su vođene, prije svega tehnološkim progresom velikih industrijskih zemalja, karakterišu svjetsku privredu. Progresivne tehnologije, prije svih, približile su udaljena tržišta i resurse, ujedinile ukuse i potrebe, stvarajući model globalne mrežne, ekonomije znanja. Bez obzira što koncept globalizacije nije nov, njegova sadržina je bitno izmijenjena ubrzanim tempom tehnoloških promjena baziranih na novim informacionim tehnologijama.

**Informaciona tehnologija se zasniva na znanju i kreativnosti,** djeluje **u** režimu **rastućih** prinosa i ima veliku difuziju u skoro sve privredne segmente. Ona je inicijator svih, kako globalnih, tako i pojedinačnih 100

promjena.

**Gotovo da nema niti jednog segmenta ljudskog** ťivota **i praktičnog** djelovanja gdje **se uticaj** informacionog prodora ne osjeća. **Napredak na ovom području fundamentalno utiče na** zamjenu **starih i** pronalaženju **novih načina i metoda organizacije poslovanja i proizvodnje roba i usluga.** 19

**Savremeni privredni ambijent** podrazumijeva **mного širi opseg** djelovanja međunarodnih faktora pri čemu se prije **svega misli na trgovinu i kretanje kapitala.** 100

Proces globalizacije najbolje oslikava posledice ovakvih kretanja. (Radonjić O., 2003.) Iako se globalizacija ne može

**svoditi na tehnološke faktore povezivanja (Internet, brzi transport,** dislokacija **proizvodnje** kompjuterskih čipova i sl.), bez njih se vjerovatno **ne bi ni govorilo o globalizaciji, niti bi ona imala** šansu za dalji razvoj univerzalizacije svijeta po raznim pokazateljima. **Upravo** najnovije **tehnologije** pružaju **osnovu i svakim danom sve više otkrivaju nove mogućnosti ljudskog razvoja. Posebna je priča o** neravnomjernom geografskom rasporedu primjene tih tehnologija (koja najčešće **slijedi logiku jeftinije i brojnije radne snage**), i dominaciji tehnoloških inovatora. Tehnološki bum je doprinio povećanju efikasnosti svih oblika proizvodnje i stvorio početne uslove za realizaciju davnašnje ideje o stvaranju nekog humanijeg i 18

homogenijeg »svijeta svjetova«100 raznih ekonomija, politika, kultura, naroda, prostora i civilizacija. Globalna povezanost zasnovana na informaciono komunikacionim tehnologijama i meĀuzavisnosti drĀava, kako razvijenih tako i nerazvijenih svakako ostavlja neizbrisive 100 Termin M. Gefera prema Draškovic V. i Jovović R.

[http://repec.mnje.com/mje/2006/v02-n03/mje\\_2006\\_v02-n03-a11.pdf](http://repec.mnje.com/mje/2006/v02-n03/mje_2006_v02-n03-a11.pdf) tragove u okviru

**nacionalnih granica** stvarajući, **neprestanim promjenama i** usmjeravanjim, **nove načine promišljanja kako na** regionalnom, nacionalnom, lokalnom, **tako i na**

20

globalnom nivou. Posljednjih decenija sve više se pridaje znaĀaj

**vaĀnosti ulaganja u primjenu** savremenih informaciono komunikacionih **tehnologija u svakodnevnom poslovnim aktivnostima gdje ekonomski procesi, ubrzan rast i napredak dovode do novih ekonomskih kretanja, novog načina ŀivota i rada, novih obrazaca ponašanja,** mijenjajući ustaljene norme **i**

20

**pravila.** Nezaustavljim **protok informacija ubrzava organizacije, pojedince, društva i nacionalne vlade na promjene, gdje nespremnost prilagoĀavanja istima, nesnalaĀenje u novonastalim situacijama, pritisak razvoja novih tehnologija ruše** sisteme ĀinaĀi **ih**

20

nekonkurentnim, slabim i zastarjelim. ICT u velikoj mjeri doprinose napretku

**poslovanja, umreĀavanja, širenja informacija, donoseći konkurentsku prednost, profit, napredak i razvoj** **šiteći prirodna** bogastva, **radni i ljudski potencijal, ljudsko dostojanstvo i um.**

20

(Lamza- MaroniĀ M., Glavaš J., 2011.)

**Savremene informaciono komunikacione tehnologije i njihova** primjena **u poslovanju multinacionalnih kompanija i drugih poslovnih sistema** su **peĀat globalizacije na poĀetku**

4

XXI vijeka.

**NauĀno-tehniĀki progres iz domena mikro-** elektronike **i** primjene **informaciono-komunikacionih sistema, kao ŀto su: EAN sistem (eng. European Article Numbering), skeniranje (bar-**

4

koda), kompjuterizovana naplata na mjestu prodaje tzv. POS (eng. Point of Sale System), elektronski transfer novčanih sredstava tzv. EFTPOS –sistem, elektronske platne kartice, elektronski prenos i razmjena poslovnih podataka tzv. EDI (eng. Electronic Data Interchange), elektronska standardizacija i prenos poslovnih dokumenata tzv. EDIFACT (eng. Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport) i SWIFT sistema, dovode do reinjženjeringa nosioca međunarodnog poslovanja, afirmišući koncept globalne informaciono -komunikacione strategije (Chaffey D., i

dr., 2000); (Ćuzović S., i dr., 2012). Primjena Interneta u poslovanju dovodi do reinjženjeringa cjelokupnog lanca snadbijevanja,

razvoja novih poslovnih formata trgovine robom, uslugama i kapitalom. Proizvodi se i trguje a da se poslovni partneri uopšte i ne vide. Afirmiše se koncept virtuelnog (elektronskog) poslovanja, elektronske trgovine, virtuelnog lanca snabdevanja, Internet marketing i marketing informacioni sistemi na Internetu. 124

101 Internet postaje oličenje privrede bez granica koju donosi globalizacija i osnovni

pokretač informatizacije i novog doba infomacionalizacije predvoćen tehnološkim razvojem i neprestanim napretkom. 20

Lično prisustvo na određenom geografskom mjestu više nije neophodno. U kibernetičkom prostoru (cyberspace) koji je, jednostavnim riječima rečeno, prostor stvoren mrežom koja povezuje računare na svim geografskim prostorima, gdje su korisnici Interneta u isto vrijeme "i svugdje i

nigdje"!

Internet kao medij svoj uticaj na procese globalizacije suštinski ostvaruje oslanjajući se na "stari recept", poznat od samog svitanja 179

čovječanstva redukujući

prostorno-vremenske dimenzije ljudske egzistencije. Sa razvojem ICT, fizička udaljenost i vrijeme prenosa poruke postaje sve manje i manje značajan faktor u onim domenima ljudske prakse koji se 1



**oslanjaju na ovu tehnologiju. Kao nekad razvoj dvokolica, pošte, željeznice, motora sa unutrašnjim sagorijevanjem, telegrafije, telefona, radija ili televizije, ova tehnologija premošćuje za kraće vrijeme dalja rastojanja i omogućava da udaljeni djelovi populacije ostvaruju organizacione forme koje su prethodno bile nezamislive upravo zbog ograničenih resursa u prostoru i vremenu.**

(Milanović, B., 2007) MeĆutim,

**kodiranje svih informacija koje se prenose fizičkim signalima u univerzalnom digitalnom kodu, omogućilo je oslobaĆanje ICT od ovog ograničenja. Digitalizacija je tako fundamentalan fenomen nove tehnološke revolucije da je zaista realno reći da je ona inherentno, suštinski drugaćija od prethodnih revolucija u komunikaciji (Mayer Schönberger V., Hurley**

1

D. 2000).

**Sile globalizacije nošene tehničko tehnološkim napretkom ali i (što se često zanemaruje) novim i drugaćijim potrebama država, meĆunarodnih organizacija, društvenih grupa i pojedinaca dovele su do hiperkomunikacije.**

37

U eri hiperkomunikacije kao komunikacioni kanali javljaju se najprije mobilna telefonija, komunikacija putem telekomunikacionih satelita, Internet, video link i sl., a upravo

**pod uticajem globalizacije najbrće evoluiraju upravo Internet i mobilna telefonija**

37

što je vidljivo u Tabeli: Broj korisnika interneta u svijetu od početka III ere globalizacije koja prikazuje rast broja korisnika Interneta u svijetu tokom treće 101

**Turban E., McLean E., Wetherbe J., (2003) Informaciona tehnologija za menadžment (Transformacija poslovanja u digitalnu ekonomiju) Zavod za udžbenike i nastavna sredstva Beograd**

171

– navod prema Ćuzović Đ., Sokolov-Mladenović S., 2014 globalizacije. (Džamić V, Mizdraković V., Šekarić M., 2014)

Tabela3:

**Broj korisnika interneta u svijetu od početka III ere globalizacije Geografsko područje**

4

Afrika Azija Evropa Bliski istok Sjeverna Amerika Latinska Amerika i Karibi Australija sa Okeanijom Korisnici interneta Korisnici

**31.12.2000 interneta 2012. Udio korisnika interneta Porast u periodu 2000-2012**

4

4 514 400 167 335 676 15,6 % 114 304 000 1 076 681 059 27,5 % 105 096 093 518 512 109 63,2% 3 284 800 90 000 455 40,2% 108 096 800 273 785 413 78,6% 18 068 919 254 915 745 42,9% 7 620 480 24 287 919 67,6% UKUPNO 360 985 492 2 405 518 376 34,3% Izvor: Džamić V., i dr. 2014 (prema www.ITU.int i www.internetworldstats.com) 3606,7% 841,9% 393,4% 2639,9% 153,3% 1310,8% 218,7% 566,4% Upoređujući ove podatke, jasno se uočava da su na početku treće velike ere globalizacije ekonomski najzaostaliya područja poput afričkog kontinenta bila na posljednjem mjestu u korišćenju globalne mreže, te

**je najveći pomak u korišćenju globalne mreže u posmatranom periodu zabilježen upravo u Africi i u regionu Bliskog Istoka.**

37

Generalan trend povećanja korišćenja Interneta podupire izvjesna stanovišta da globalizaciju stvaraju ICT, dok ona opet omogućava dalji razvoj istih i nanovo stvaranje globalizacije. (Ibid, 2014:275)

**Globalno gledano faktori proizvodnje prirodni resursi, kapital, tehnologija, ljudski potencijali, informacije, dobra i usluge istovremeno se kreću svijetom stvarajući tokove novih tržišnih i inih kretanja te međuzavisnost nacionalnih ekonomija međusobno, kao i nacionalnih ekonomija sa svjetskom. Globalno otvoreno tržište uz visoke kriterijume kvaliteta, produktivnosti, tehnološkog napretka, te njihovu otovorenosti prema svjetskim tržištima, dubokoj međunarodnoj integraciji, ekonomiji znanja i rada transparentnošću nesumnjivo utiču na ekonomski život.**

20

(Lamza-Maronić M., Glavaš J., 2011.) Premda je

**globalizaciju kao proces koji uzrokuje neminovne promjene na svjetskoj sceni nemoguće izbjeći,**

20

ipak,

**bez obzira na ovo, ne treba dati bezuslovnu podršku vrijednostima i koristima koje donosi globalizacija. Iako je globalizacija uzela izvjesnog maha, gusto skoncentrisana proizvodnja na jednoj lokaciji za određene proizvode i usluge i dalje ima svoju punu važnost i vrijednost. Firme**

1

koje su najdalje otišle u procesu globalizacije i elektronske komunikacije izjavljuju da je došlo do povećanja, a ne smanjenja ličnih kontakata, koji i dalje ostaju od najveće važnosti za glatko organizovanje posla unutar firme (koja može da ima pogone širom svijeta), ali i za marketing izvan nje.

(Jovanović M. N., 2003)

Brze tehnološke promjene, praćene organizacionim usavršavanjem, ekonomskom i pravnom fleksibilnošću i finansijskom virtualnošću, radikalno su promijenile a) oblike i načine konkurencije u globalnim relacijama (intrafirska razmjena, strategijske alijanse i dr.), b) tradicionalnu šeme faktora proizvodnje (rad, kapital, zemlja – radnike zamjenjuju automatizovani roboti, informacije postaju resurs i sl.), c) način proizvodnje (dominacija informacija, revolucionarni napredak sredstava za rad, mrežna organizacija), d) strukturu proizvodnje (preovladuje prenesena vrijednost), e) motivaciju zaposlenih (širenje ekonomskih i drugih motiva) i f) usavršavanja obrazovanja zaposlenih i potrebe stalnog ucenja. One brzometno mijenjaju svijet u kojem živimo, izazivajući pozitivne i negativne implikacije. Njihova moc je ogromna, kao i mogućnosti koje pružaju savremene tehnologije, što opredeljuje njihovu primarnu ulogu u dinamizaciji ekonomske globalizacije i generisanju ekonomskog rasta. Tehnološku superiornost obično prate savremene organizacione sposobnosti, marketinška i menadžmentska znanja i širenje sektora usluga.

(Drašković V., Jovović R., 2006)

Kada govorimo o razvoju informacionog društva, ne treba zaboraviti da je ono suštinski povezano sa pitanjem definisanja i prihvatanja određenih standarda. Na apstraktnoj ravni društvenih nauka, zato, pravedno je reći sledeće: suštinski razvoj ljudskog društva u aktuelnom trenutku ne počiva na Internetu, jer on je samo —manifestna ravan teorijskog i praktičnog proboja u matematičkoj logici, kibernetici i fizici XX vijeka, koje su postavile prave fundamente tog razvojal (Milanović, B., 2007) Internet je, u pravom smislu te riječi, stvar dogovora, konsenzusa i definisanja.

102 102

Suštinska stvar u razumijevanju interneta je to da se radi o sistemu koji svoje postojanje, funkcionalnost i efikasnost duguje jednom standardu koji je konsenzusno prihvaćen - TCP/IP protokolom.

**Trenutno, taj dogovor, koji omogućava egzistenciju onoga što uobičajeno nazivamo** svjetskom mrežom, **odgovara svim, tačnije velikim globalnim igračima, prosto zato što jednom usvojen, privlači enormnu masu kapitala, a praktično se pokazuje veoma korisnim.**

1

Međutim, uprkos tome ili upravo zbog toga što je Internet po svojoj vokaciji decentralizovana mreža čiji rapidni razvoj ne omogućava nikakvu centralnu kontrolu,

**na globalnom planu ne mogu svi biti podjednako zadovoljni** mrežom **kakva jeste, posebno što je njen razvoj uslovljen već** unaprijed određenim **političkim i** prije svega **ekonomskim faktorima. Zato, da li će budućnost počivati na jedinstvenoj** "mreži svih mreža" **koja danas postoji, ili će donijeti nove globalne sisteme komunikacije, ostaje otvoreno pitanje.**

1

Za sada,

**ona počiva na jednom standardu i** dok se **god poštuje taj standard, neće biti smetnji u uključivanju ovih ili onih dopunskih struktura u jednom razvijen globalni sistem komunikacije.**

1

### 6.3.2. Društveno ekonomski aspekti globalizacije

**Globalizacija po svojoj prirodi predstavlja višedimenzionalan proces. U političkoj sferi ona** podrazumijeva **razvoj demokratskog sistema i ustanova, širenje demokratske prakse, odsustvo diskriminacije, prihvatanje pravnih i regulativnih standarda u skladu sa principom vladavine prava. U ekonomskoj sferi globalizacija** podrazumijeva **rušenje svih barijera u kretanju kapitala, povećanje međunarodnog udjela u trgovini robom, ekspanziju transnacionalnih kompanija, porast stranih direktnih investicija, uvećanje do neslućenih razmjera brzine i obima finansijskih transakcija. Pored toga, globalizacija dovodi do krupnih promjena u sredstvima komunikacije, nauci i tehnologiji ali i do promjena u kulturno-ideološkoj sferi koje se manifestuju stvaranjem svojevrsnog globalnog sistema vrijednosti i morala. Sa globalizacijom neodvojivo je povezan i proces transformacije bivših socijalističkih zemalja. Sva tri aspekta tranzicije tj. liberalizacija sa stabilizacijom, izgradnja institucija i strukturne promjene u privredi ovih zemalja neraskidivo su povezane sa procesom integrisanja privreda pojedinih zemalja u globalni ekonomski sistem.**

27

(Golubović S., 2002)

**Opasnosti koje sobom donosi globalizacija** (npr. **nepredvidivi tokovi kapitala, špekulativni napadi na pojedine nacionalne valute, finansijske krize i nepredvidiva prebacivanja proizvodnje i zaposlenosti iz jedne zemlje u drugu,** itd.) povećavaju **ekonomsku i socijalnu ranjivost mnogih zemalja, i to naročito onih koje su male i koje su u razvoju.** Stoga **je**

1

signifikantna dimenzija globalizacije oličena ne samo u ekonomskoj već i u socijalnoj formi koju globalizacija zadobija.

**Društveni aspekti globalizacije** izražavaju **se kroz: socijalni aspekt, moralne i kulturne vrijednosti, stavove pojedinaca i** država **prema drugim** državama, **bilateralne i multilateralne odnose** izmjenu država **i institucija itd.**

71

**Socijalni aspekt jednog društva uvijek se vezuje za** određenu **mjeru i vrstu pravednosti. On znači stvaranje** određenih **društvenih grupa i** staleža, **koji su povezani zajedničkim interesom i socijalnim statusom.** Podrazumijeva **i** utvrđivanje **moralnih i etičkih normi i vrijednosti, kao i stvaranje višeg** životnog **standarda.**

71

103 Društveni aspekti globalizacije ogledaju se i kroz nove kulturne i moralne norme i vrijednosti.

**Savremena globalizacija praćena je** različitim **globalnim trendovima** počev **od jačanja ekološke** svijesti širom svijeta: **kulturne, etničke religijske disproportije tj.** fragmentacije formalnih **političkih struktura, globalne polarizacije i sve dubljeg jaza** između siromašnih i **bogatih,**

62

disproporcije u

**prirastu stanovništva tj globalni rast stanovništva, dominantan rastući uticaj subjekata i podstrekača globalizacije, globalna ekonomska konsolidacija i formiranje trilaterale u** međunarodnim ekonomskim **odnosima.**

62

(Beker E., 2005)

**Globalizacija proklamuje i nameće nove norme i principe. Uspostavljaju se nove društvene norme, institucije, pravila i standardi.**

71

Kultura nije imuna na proces globalizacije. Iako svaka kultura ima svoj pečat i vrijednost, spajanjem različitih kultura kroz proces globalizacije mogu se dobiti „dijamant— u kome se prelamaju sve kulture ponaosob, a opet zajednički predstavljaju određenu specifičnu vrijednost. Globalizacija kulturnih vrijednosti može doprinijeti unapređenju kako društvenih sistema vrijednosti tako i opštih znanja, pri tom ne podrazumijevajući ni jednu određenu kulturu kao etalon. Međutim, postoje i one kulturne vrijednosti koje je iznjedrila globalizacija. Prema Drašković V. i Jovović R., (2006) to je recimo internet tehnologija, koja omogućava brzu komunikacijsku vezu ljudi sa dva kraja svijeta. —Novo vrijeme rača

**nove paradokse. Nasuprot globalizaciji ekonomije i drugih oblasti** tivotu, zapaža **se** 191  
 individualizacija ličnosti. Oslobođajući **prostor za kreativnost** skidajući se lanci **koji su**

103 <http://www.scribd.com/doc/95083014/1-Globalizacija-u-Savremenom-Drustvu>, preuzeto 20.12.2013. godine

**vjekovima sputavali čovjeka. Ti lanci su bili različiti: formacijski, ideološki, politički, nacionalni,** 18  
**organizacioni, upravljački i slično. U periodu globalizacije suština ljudske prirode se** oslobađa  
**više nego ikada u** dosadašnjoj **istoriji. Il** Ono što **je**

nekad izgledalo kao —perpetuum mobilell danas je stvarnost, ali ne možemo prenebregnuti da globalizacija s a

**sobom nosi i dobre i loše strane. Sa jedne strane, ona** može **da** poveća **nacionalne privrede,** 1  
**proširi** tržište **i omogući pristup savremenoj tehnologiji u proizvodnji, distribuciji, komunikacijama i**  
**obradi podataka. Sa druge strane** pak, **ona povećava ranjivost ekonomski slabijih i ubrzava** zahtjeve  
**za** prilagođavanjem **i modernizacijom privrede i usluga. Usled globalizacije, pojedina preduzeća mogu da**  
**stvore, u** određenim **nivoima, globalni** svjetski **monopolski**

poločaj. Međutim,

**globalizacija ima kao posledicu i stvaranje širom** svijeta **ogromnog broja preduzeća male i** 1  
**srednje veličine koja mogu da prođu na široko** tržište. **U ovakvim uslovima brze i lake**  
 međunarodne **pokretljivosti preduzeća, obrazovana, stručna i iskusna radna snaga je glavna prednost koju**  
 može **da ima jedna nacionalna ekonomija.**

(Jovanović M. N., 2003) Znanje je postalo prioritetan strateški resurs.

**Ono se ne** može **ni izolovati ni ograditi, ni ograničiti,** a **informaciona infrastruktura** 47  
 omogućava **da se širi svijetom gotovo trenutno.**

18

**Pa ipak, i pored nezapamćene** otvorenosti **i** međusobne **zavisnosti, koje prate** globalizaciju, **a omogućene su bumom informacionih, komunikacionih i transportnih tehnologija, ne** primjećuje **se značajnije povećanje ekonomske, građanske, pravne, institucionalne, političke, kulturne i civilizacijske homogenizacije svijeta. Paradoks globalnih nejednakosti (razlika) je previše uočljiv, i to je** možda **najtanja vezivna nit globalizacije,**

što otvara mnoga pitanja, među kojima i to: da li informaciono društvo, u kojoj mjeri i u kojim oblicima može prevazići nejednakosti i smanjiti stepen mogućnosti dramatičnih ishoda. Činjenica

46

**da je danas izvjesna jedino neizvjesnost** važi jednako **za pojedinca** kao **i za širu društvenu zajednicu, za** preduzeća, **za nacionalne ekonomije, regionalna** udruženja itd., **jednom riječju za cijeli svijet. Uzroci** koji **se pripisuju**

uz globalizacione trendove naravno pripisuju i sve većoj informacionoj, ekonomskoj, tehničko- tehnološkoj, transportnoj, medijskoj i svekolikoj umreženosti svijeta. U takvoj globalizovanoj privredi, tradicionalni činioци

46

**ustupaju primat nematerijalnoj imovini koja se** manifestuje **u obliku znanja i informacija tj intelektualnog kapitala. Uspješnost** prilagođavanja ovim **procesima i** promjenama **sredine u kojoj pojedinci, preduzeća i nacionalne ekonomije** žive, **rade i djeluju** ogleda **se u vrednovanju znanja kao ključnog strateškog ekonomskog resursa.**

Dakle u današnjem okruženju globalne tržišne privrede moguć je napredak samo onih koji vrednuju

46

**znanje i inovacije te** ulažu **odgovarajuća sredstva u inovativnost, istraživanje i razvoj.** **Trendovi** globalizacije **povezuju svijet**

u cjelinu u kojoj

46

**se primjenjuju jednaka mjerila i vrijednosni** sistemi. **Razlike u znanju i njegovoj tehnološkoj primjeni postaju glavni** činioци **koji dijele razvijene zemlje od nerazvijenih, bogate od siromašnih, visoki** životni **standard od niskog. (HAZU, 2004.);**

(Jakovac P.,2012) Nacionalna konkurentnost svoju prepoznatljivost „testira— na globalnom poligonu. Drugim riječima, globalno tržište postaje ocjenjivač nacionalne strategije poslovanja. Na globalnom tržištu se provjerava i strategija implementacije ICT u

**marketing strategiji poslovnog sistema. Pri tome ne smijemo zaboraviti činjenicu da ICT ukidaju model „parohijalne— proizvodnje i trgovine. Nove ICT razotkrivaju nivo informatičke (ne)pismenosti lokalnih stejkholdera: vlasnika, menadžera, zaposlenih, dobavljača i društva u cjelini. Stoga, nastup (izlazak) lokalnih menadžera na globalnom tržištu lako otkriva njihovu (ne)pripremljenost za implementaciju ICT u nacionalnoj strategiji poslovanja.**

4

(Ćuzović Đ., Sokolov-Mladenović S., 2014) Sposobnost neke zajednice da prihvati uticaje,

**koji se prirodno uklapaju u nju ili je obogaćuju na neki način,**

149

od drugih snažnijih zajednica pri njihovom međusobnom susretu,

**da se odupre stvarima koje su joj apsolutno strane, kao i sposobnost da na odgovarajući način uoči stvari u kojima se iako su**

149

drugačije, mođe utivati, Fridman (Friedmann), smatra zdravom globalizacijom. (Budimir M., 2009) Efekti i krajnji učinci globalizacije bez obzira na to što ona podrazumijeva velike pozitivne mogućnosti, ipak zavise o ciljevima i interesu onih koji njome upravljaju, tačnije o interesima onih u čijim rukama se nalazi finansijski kapital planete. Iako postavke liberalizma podrazumijevaju da slobodno globalno tržište dovodi do opšteg napretka i blagostanja, nisu rijetki oni koji osporavaju ovu tezu, navodeći da

**—ne postoji teorijska osnova za vjerovanje da će u ranim fazama razvoja,**

62

tržište samo posebi dovesti do efikasnih rezultata.104 Globalizacija

**proces koji u svom konačnom cilju vodi do oduzimanja dijela suvereniteta nacionalnim**

132

državama, ali pitanje da li zemlje u razvoju 104

**Stiglitz Joseph, Post Washington Consensus, Initiative for Policy Dialogue, Columbia University**

217



– prema Beker E., (2005) s obzirom na svoj marginalni položaj, smiju prepustiti sudbinu neizvjesnostima globalnog tržišta i odlukama međunarodnog kapitala. Bek (Beck U., 2005) vjeruje u mogućnost samotransformisanja države i njenog pretvaranja u savez sa organizacijama civilnog društva kao snažnog činioca izgradnje novog društvenog uređenja, vidjevši rešenje u ostvarivanju protivteže u

**dominaciji kapitala nad radom, društvom i državom u još većem aktiviranju mnogobrojnih i uticajnih organizacija civilnog društva.**

132

6.4. Uticaj globalizacije na zemlje u razvoju Sa rastom popularnosti liberalizacije, deregulacije i privatizacije, mnoge zemlje su napustile makroekonomsko planiranje. Međutim ovo bezuslovno i za neke, nepromišljeno priklanjanje neoliberalizmu nije ni formula ni garancija uspjeha. To sada već godinama dokazuje Kina sa svojim superiornim makroekonomskim pokazateljima, koja nije uspostavila univerzalni koncept neoliberalizma poput većine zemalja u tranziciji i navodi se već godinama kao eklantantan primjer uspjeha nacionalnih strategija razvoja i odbacivanja nekritičke implementacije neoliberalnih koncepata po principu —one size fits all. Napredak, razvoj i stabilnost nije moguće ostvariti

**bez —slobodnog tržišta, privatnog preduzetništva i usmjeravajuće, regulatorne i korektivne uloge državell (Stiglitz, 2002:132),**

132

a liberalizacija bi trebala biti promišljena, isplanirana i inkorporirana u planove razvoja.

**U oblasti instucionalnih promjena globalizacija podrazumijeva postojanje univerzalnih pravila igre, čija je djelotvornost potvrđena u razvijenim tržišnim privredama, koja treba bez ikakvog prilagođavanja primjeniti u svim zemljama koje izgrađuju tržišnu privredu. U zemljama u tranziciji to znači što je moguće brže napuštanje starih instucionalnih rješenja i umesto njih, izmjenom formalnih pravila preslikavanje instucionalnog poretka, uz očekivanje da će proizvesti iste efekte koje imaju u sredinama u kojima su razvijeni. Iskustvo balkanskih zemalja u tranziciji jasno pokazuje sve nedostatke ovog pristupa. Mada je nesporna potreba razvoja tržišnih institucija, prilikom koncipiranja instucionalnih promjena i promjene formalnih pravila moraju se uvažavati neformalne institucije čiju sadržinu određuju običaji, tradicija,**

27

istorijsko nasleđe itd.

**Evolutivna priroda instucionalnih promjena nameće potrebu uvažavanja. specifičnosti sredine u kojoj se one odvijaju. Ovo naročito važi za balkanske zemlje za koje je dugi niz godina**

27

**bilo svojstveno odstupstvo demokratskih tradicija i institucija, i jaka ukorenjenost autoritarnog političkog ponašanja. Razvoj institucija** tržišne **privrede u ovim zemljama** može **da se ostvari** prije **kao posledica strukturnih inovacija, koje će prouzrokovati dinamičke transformacije, nego trenutnom zamjenom postojećih institucija nekim isplaniranim novim institucijama. Konzistentan pristup** promjeni **institucija** predupređuje **pojavu institucionalne inercije i smanjuje visinu transakcionih troškova koji nužno prate institucionalne**

promjene. (Golubović S., 2002) Zemlje

**koje razvijaju svoju ekonomiju ne** smiju **odustati** od **svoje nacionalne strategije (strategije razvoja), moraju se izboriti, koliko to okolnosti dozvoljavaju, za očuvanje ekonomskog suvereniteta, kako bi**

62

**bili subjekti, a ne** samo **objekti ekonomskih zbivanja na** međunarodnom **planu, uz**

62

neizbježno prilagođavanje aktuelnim tendencijama i međunarodnim okolnostima. (Beker E., 2005.) Prihvatanje gotovih recepata globalizacije, gubitak nacionalnog suvereniteta, ukidanje socijalne uloge države, poništavanje sopstvene kulture i identiteta i razaranje prirodnog okruženja ne mogu biti rješenje baš kao ni izolacija. Obje varijante imaju svoju teorijsku podlogu, a izbor između njih zavisi kako od učinjenih pretpostavki tako i od specifičnih uslova u kojima se ekonomski posmatrano nalazi određena zemlja. Dakle, da bi uspjele iskoristiti pozitivne efekte globalizacije, zemlje u razvoju poput zemalja iz našeg regiona moraju pronaći rešenje između dvije krajnosti, svaka u zavisnosti od stanja i determinisanosti konkretne ekonomije i u tom smislu: ? ostvariti balans između otvaranja slobodnom tržištu roba, kapitala i radne snage uz podsticaj slobodnog preduzetništva, a sa druge strane zadržati regulatornu, usmjeravajuću i korektivnu ulogu države u društveno ekonomskom razvoju. ? postaviti nacionalnu strategiju razvoja u okviru koje bi se štitili dugoročni nacionalni i opštedruštveni interesi, kao i ključni prirodni resursi i ekonomski potencijali. ? ekonomski razvoj shvatiti kao sredstvo za povećanje zaposlenosti, obrazovnog, zdravstvenog i opšteg standarda stanovništva, umjesto samo kao povećanje bruto društvenog proizvoda, čime se osigurava socijalna kohezija i politička stabilnost. U potrazi za kompromisnim rešenjima, još jednom možemo vidjeti da umjesto finansijskih resursa ili politički usmjerene regulacije, kreativnost može biti odlučujući faktor za alokaciju moći u informacionom društvu. Mnogi šansu zemalja u razvoju vide u informatizaciji kao ključnom elementu u razvoju informacionog društva. Informacije minimiziraju neizvjesnost i rizik tj. Informatizacija je pojam koji je direktno suprotstavljen terminu neizvjesnost. Informatizacija sama po sebi, zahvaljujući pozitivnim snagama i prilikama kao i negativnim posledicama zasnovanim

**na prijetnjama i slabostima,** generiše **novu tržišnu snagu i moć dovodeći do novih, bilo pozitivnih ili negativnih, vrijednosti.** Tabela: Informatizacija – **SWOT** analiza, prikazuje **koje**

20

**sve snage i prilike**, a sa **druge strane slabosti i prijatnje**, pod uticajem **trendova** globalizacije, **novih vrijednosti**

i razvoja informaciono komunikacionih neotehnologija, donose novi trendovi. Tabela4

**:Informatizacija –SWOT analiza SNAGE:** SLABOSTI: ? ? ? ? **Tehnološki napredak Ekonomija** 20  
**znanja Otvorenost ka svjetskom** tržištu **Transparentnost** potstaknuta **razvojem**  
 informaciono komunikacionih **neotehnologija ? Umrežavanje lokalno, regionalno, nacionalno, globalno**

? ? Visoki kriterijumi poslovanja Mećuzavisnost

**ekonomija s globalnom ? Neprestano prilagoćavanje promjenama ? Neravnomjerna podjela rada,** 20  
**resursa, profita, hrane, informacija, znanja** PRILIKE **PRIJETNJE**

? ? ? ?

**Ekonomija promjene – inovacije, investicije, znanje, oprema, resursi Razmjena neoinformacija** 20  
**Ubrzanost ekonomskih aktivnosti Smanjena poslovna**

izolovanost ? ? ? ? ?

**Gubitak nacionalne jedinstvenosti Ekološki problemi Širenje nejednakosti unutar i meću državama** 20  
 Isrcpljivanje **prirodnih resursa Izrabljivanje ljudskih potencijala Promjena ustaljenih obrazaca**  
**ponašanja, stavova, vrijednosti, kulture**

105

**Errou K. (1995), Informacija i ekonomičeskoje povenije, Voprosi ekonomiki** No **5, ss 95-** 18  
**103**

– navod prema Drašković V., Jovović R., (2006) Izvor: Lamza- Maronić M., Glavaš J. (2011)

**Tehnološki progres i konkurencija (kombinovani sa procesom liberalizacije) snizili su barijere za** 75  
 meĎunarodne  **tokove roba i usluga i faktora proizvodnje, te je povećan interes za** meĎunarodnu  
 **specijalizaciju doveo do nagle ekspanzije** meĎunarodnih  **ekonomskih transakcija. Treba imati u vidu da**  
 **su osnovni nosioci globalizacije poslovanja transnacionalne kompanije, te se akcenat u globalnom**  
 **poslovanju stavlja na kreiranje strategijske i konkurentske prepoznatljivosti, u što širim razmjerama (ne**  
 bjeĎeći  **od neophodnih lokalnih**

prilagoĎavanja)

**Informatička revolucija i snaĎan razvoj tehnologije i komunikacija doprinose visokom stepenu** 48  
 **pokretljivosti kapitala koji doprinosi razvoju bogatih, a destabilizuje zemlje u razvoju. Ćim se uoĎe prvi**  
 **oblici krize, bogate zemlje, zahvaljujući mobilnosti kapitala, uspijevaju** da izvuku svoj kapital, što onda  
 krizu još više produbljuje i ubrzava, dok je u nekim zemljama povlaćenje kapitala od strane multinacionalnih  
 kompanija bila kap koja je prelila Ćašu i izazvala ozbiljne ekonomske krize.

106

**Imperativ razvoja nauke i tehnologije – informatička tehnologija, telekomunikacije, biotehnologija,** 48  
 **genetski inĎenjering i sl. ubrzavaju** proces  **globalizacije** svjetske  **privrede i dovode do**  
 meĎuzavisnosti  **u** svjetskoj  **privredi, koja se različito odnosi na razvijene i nerazvijene zemlje. Dovoljno**  
 **je napomenuti da razvijene zemlje različito preferiraju saradnju sa ostalim zemljama. Njima odgovara**  
 **saradnja oko** snadbijevanja  **sirovinama i energijom, jeftinom radnom snagom, korišćenje apsorpcionih**  
 **mogućnosti** trĎišta  **nerazvijenih zemalja i sl, što sve skupa ima za posledicu povećanje jaza** izmeĎu  
 **razvijenih i nerazvijenih zemalja.**

**Uz to prisutna je** prezaduĎenost  **zemalja u razvoju, demografska eksplozija, i visok stepen** 48  
 **nezaposlenosti, kao i nagomilavanje problema uslovljeni izvozom prljave tehnologije i nuklearnog**  
 **otpada iz razvijenih u nerazvijene zemlje**

svijeta. Veoma brza integracija

**ekonomije širom zemaljske kugle, prevashodno preko trgovine, finansijskih tokova, razmjene** 75  
 **tehnologije, informativne** mreĎe  **i** meĎukulturnih  **i istorijskih** naslijeĎa  **kretanja,**

karakteriše ekonomsku prirodu globalizacije (Vesić D., 2010), koja se nošena krilima savremenih tehnoloških mogućnosti uvukla u bezmalo sve pore naših ųivota. 106

**Petrović P. (2006)., Privatizacija – iskustva Srbije i zemalja u tranziciji, ųigoja štampa, Beograd,**

75

2006. Ukratko moųemo

**reći da je jedna od glavnih razlika** izmeĳu **velikih i malih zemalja u** stepenu razliĳitosti **opcija** kombinovanih sa **ekonomskom, tehnološkom i nauĳnom moći,** sa **ljudskim resursima.** Meĳutim **postoje i druge razlike poput odnosa** izmeĳu **društva i zajednice, sposobnosti** —liĳnell **komunikacije,** kulturnog, istorijskog, etiĳkog i religijskog **identiteta** kao i integrisanosti **pojedinaца neke nacije. Na prvi pogled manje zemlje mogu igrati** podreĳenu **ulogu** naroĳito **u sadašnjem** talasu **globalizacije. —Maloll** moųe **biti lijepo, ali ne** nuųno **i moĳno ili obdareno velikom** razliĳitošću **opcija.**

103

(Sing H., 2001) Meĳutim tehnološki razvoj, uz odreĳene uslove, podrųava pozitivne efekte globalne ekonomije. Kako navode Stojanoviĳ T., Petroviĳ D. (2010), najbolji primjer

**za ovu tvrdnju jeste Irska. Kompanije visoke tehnologije** omogućile **su ovoj zemlji, koja je samo** **deceniju ranije, bila jedna od najsiromašnijih zemalja zapadne Evrope sa stopom nezaposlenosti od** **17%,**

49

3.7 miliona stanovnika i nacionalnim

**dugom koji je iznosio 123% od bruto društvenog proizvoda, da postane jedna od najvećih izvoznika** **softvera u** svijetu, **da proizvodi** dvije trećine **svih kompjutera prodatih u Evropi i jednu polovinu pentijumovih ĳipova prodatih u** cijelom svijetu. **Visoka tehnologija, odnosno firme koje se njom bave, iskoristile su pogodnosti partnerstva privatnog i javnog sektora koje je** uspješno **predvodjeno sposobnom vladom. Za samo nekoliko godina Irska je** uspjela **da balansiranim pristupom, koristeći uslove globalne ekonomije i tehnološkog razvoja, kreira** konkurentno **društvo**

49

sa zadovoljavajućim nivoom socijalne brige. Zajedniĳki rad privatno-javnog partnerstva omogućava povećanje šansi za implementaciju efikasnih ekonomskih mjera i zajedniĳku mobilizaciju resursa. Globalizacija, informaciono društvo i „informatiĳka

**ekonomija— simbolizuju duh vremena na početku novog milenijuma i predstavljaju nov pogled na**

23

svijet, a snažan talas

**ekonomskih, socijalnih, kulturnih i drugih** promjena **koje su, uslovljene pojavom masovnih informatičkih i komunikacionih tehnologija,**

23

zahvatio je najprije zemlje razvijenog Zapada, a zatim su ovim promjenama polako počele da se pridružuju i zemlje u razvoju.

**Industrijsko društvo zasnovano na proizvodnji transformiše se u** informaciono **društvo zasnovano na znanju. Informacije su nekada bile zatvorene u** uže **grupe, a sada su sveprisutne i dostupne svima preko Interneta.**

23

(Cvetković N., 2009) Pravilno kanalisana, tehnologija nas usmjerava

**ka novim različitim i poboljšanim modelima društvene i ekonomske prilagodljivosti.** Globalizacija **i tehnološki**

49

razvoj pružaju šansu za brži

**ekonomski društveni i kulturni razvoj,** međutim **mnoge zemlje u razvoju i u tranziciji nemaju potrebne i dovoljne, kako materijalne tako i ljudske resurse da bi**

49

maksimizovali koristi, a minimizovali neželjene, a neizbježne posledice ovih procesa. V IZAZOVI DIGITALNOG OKRUŽENJA I ZEMLJE U RAZVOJU —Pravila će se

**mijenjati, no stalna poruka mrežnim građanima će biti vrlo jednostavna i nedvosmislena: nikada se ne možete dovoljno dobro umrežiti, nikada ne možete biti dovoljno dobri u komunikaciji i nikada sebi ne smijete dozvoliti odmor, budući da neprestano morate biti spremni na skok i neprestano morate učiti nove stvari.**

117

. (Bard A., Soderqvist J. 2003:193) 7. PERSPEKTIVA ELEKTRONSKE TRGOVINE Kada je Ćarls Darvin (Charles Darwin) predstavio svoju teoriju evolucije davne 1859. godine, opisao je svijet u kome samo najsposobniji preţivljavaju. Svijet u kojem vrste koje nemaju sposobnost da se neprestano prilagoĎavaju sredini koja se mijenja izumiru, svijet u kome one moraju da rastu u profitabilnom pravcu i razvijaju nova svojstva i vještine ili da nastradaju, svijet u kome ţivotne forme moraju instiktivno znati sa kim moraju da saraĎuju, a sa kim da se takmiĎe, svijet u kome se uslovi ţivotnog okruţenja mogu odjednom i drastiĎno popraviti ili nasuprot tome, krenuti nagore. (Schwartz 2002). Danas ovo moţemo primijeniti na opstanak organizacija u uslovima savremenog poslovanja i digitalne ekonomije. Da stvari budu prepoznatljivije, kako istiĎe Ŗvarc, Darvin navodi i da smo „svi zajedno vezani sloţenim mreţama odnosa— Ŗto nepogreŖivo moţemo primijeniti na digitalno poslovno okruţenje koje danas doţivljava svoj procvat i odreĎuje dominantne druŖstvene procese, upravo kroz strukturu mreţe. Ako se osvrnemo dalje na teoriju u potrazi za paralelama, moţemo prepoznati i ostale karakteristike digitalne ekonomije u tezama da „se od svake vrste raĎa mnogo viŖe pojedinaca nego Ŗto eventualno moţe da preţivi—, te stoga postoji „Ďesto ponavljana borba za egzistenciju— iz Ďega slijedi da „svako biĎe koje se u datim uslovima u bilo kom smislu mijenja u sopstvenu korist, ima bolje Ŗanse za preţivljavanje—. BaŖ kao i konkurencija za hranu i resurse, surovi zakoni trţiŖta dovode do novih strategija za trţiŖni opstanak.107 107 Fenomen odnosno era u kojoj se tehnologije i druŖstvo razvijaju brţe nego Ŗto se biznisi mogu prirodno adaptirati i odgovoriti na date promjene prepoznata je od strane viŖe autora kao tz. digitalni Darwinizam. (Solis, 2012) Digitalna ekonomija nameĎe nove standarde poslovanja kako na mikro tako i na makro, to jest na globalnom nivou. U tom kontekstu, odgovor na naizgled jednostavno pitanje koje se odnosi na Ŗanse zemalja u razvoju u pogledu njihove konkurentnosti u uslovima digitalne ekonomije u odnosu na njihovu konkurentnost u uslovima tradicionalne ekonomije, moţe biti neoĎekivan.108 Relativo jeftina tehnologija i brzo Ŗirenje Interneta daju novu Ŗansu zemljama u razvoju da se ukljuĎe u globalne digitalne tokove. U tom pogledu, neophodna je promiŖljena politika koja Ďe pored sve veĎe upotrebe informaciono komunikacionih tehnologija forsirati i razvoj infrastrukture, obrazovanja i preduzetniŖstva. 7.1. Infrastrukturne pretpostavke elektronske trgovine Jednu od najizraţenijih globalnih posledica revolucije informaciono- komunikacionih tehnologija (ICT) svakako predstavlja razvoj elektronske trgovine. Elektronska trgovina (Electronic commerce-EC, E-trgovina) je jedan od najznaĎajnijih ekonomskih aspekata Interneta, sa tendencijom stalnog rasta i Ŗirenja na sve prostore diljem svijeta. NajkraĎe reĎeno, e-trgovina predstavlja transakcije prodaje ili kupovine roba ili usluga preko mreţe, pri Ďemu plaĎanje i isporuka dobra ili usluga u isto vrijeme mogu biti oflajn109. Dok su poĎetkom ovog vijeka liderske pozicije po pitanju njene prihvaĎenosti pripadale visoko razvijenim zemljama svijeta, posebno Sjedinjenim AmeriĎkim Drţavama, danas visoke stope rasta u elektronskoj trgovini biljeţe i neke od zemalja u razvoju. Broj korisnika interneta u 2014. godini je dostigao 3 milijarde na globalnom nivou, a u proteklih 5 godina, broj korisnika interneta u zemljama u razvoju se udvostruĎio od 974.000.000 (2009) do 1,9 milijardi (2014). Penetracija internet korisnika je gotovo 40% (78% u razvijenim zemljama i 32% u zemljama u razvoju). Zemlje poznate po brzorastuĎoj ekonomiji i svom ogromnom uticaju na regionalnom i globalnom nivou, a koje su zapravo zemlje u razvoju ili novo industrijalizovane zemlje, su poznate po kao BRIC zemlje tj. Brazil, Rusija, Indija i Kina. Akronim BRIC je nastao 2001 godine i 108 Lazović V

20, 2014 109 OECD definicija - [www.oecd.org/internet/ieconomy/2771174.pdf](http://www.oecd.org/internet/ieconomy/2771174.pdf) obuhvata zemlje koje su u sličnoj fazi novog naprednog ekonomskog razvoja, a 2010. godine se i Južna Afrika pridružila ovoj grupaciji te nastaje BRICS. (Kordić N., 2014) Prema podacima iz 2013. godine u zemljama BRICS-a živi oko 3 milijarde stanovnika (što iznosi 40% svjetske populacije), kumulativni BDP je 16 milijardi (25% globalnog BDP-a), a devizne rezerve iznose 4 milijarde dolara deviznih rezervi. Međutim iako porast upotrebe interneta u zemljama u razvoju može djelovati ohrabrujuće, ne treba zaboraviti da postoje gotovo 4 milijarde ljudi koji ne koriste Internet globalno, a gotovo 90% od njih su iz zemalja u razvoju. Uprkos visokim stopama rasta i negdje zavidnim stopama penetracije i dalje postoje velike razlike u ICT nivoima između regiona zemalja u razvoju i razvijenih. Infrastruktura za realizaciju e-poslovanja u svijetu, broj korisnika interneta i porećenje razvijenih (Developed) u odnosu na zemlje u razvoju (Developing) prikazani su na Slici: Procenat internet korisnika u periodu 2001-2011. U korisnike Interneta spadaju lica koja koriste Internet bez obzira na uređaj, uključujući mobilne telefone, a stope penetracije kada je u pitanju mobilna telefonija iznose 96%

**na globalnom nivou; 128% u razvijenim zemljama i 89% u zemljama u razvoju.**

214

U velikoj većini zemalja, 3G usluge su sada komercijalno dostupne, barem kada je u pitanju većina urbanih područja. Slika 6: Procenat internet korisnika u periodu 2001-2011. Izvor: International Telecommunications Union (Geneva) —Internet users per 100 inhabitants 2001- 2011II, prema Kordić N. (2014) 110

**[www.emarketer.com/](http://www.emarketer.com/) Global B2C Ecommerce Sales to Hit \$1.5 Trillion is Year Driven by Growth in Emerging Markets,**

4

Potrošači u zemljama u razvoju su spremni da usvoje modele ponašanja slične onim koje imaju potrošači u razvijenim zemljama. Šta više, broj mobilnih telefona po glavi stanovnika je npr. u nekim zemljama u razvoju veći nego na razvijenim tržištima. Telefoni se koriste za istraživanje tržišta i informacija o proizvodu na internetu, upoređivanje cijena i razmjenu informacija sa prijateljima na društvenim medijima. Ova tržišta također imaju aktivne korisnike mobilnih telefona i jedino Kina i Turska bilježe manje od jednog telefona po glavi stanovnika. Međutim nova generacija tržišta u razvoju iako ima visok potencijal rasta, također ima i manji odziv onlajn potrošača, niže stope usvajanja tehnologije i niže stope penetracije interneta. (Kordić N., 2014) 7.2. Značaj indikatora ICT razvoja Porećenja individualnih ICT dostignuća zemalja je veoma važan pokazatelj za procjenu globalne kompetitivnosti na tržištu i pruža podršku politici unaprijećenja ICT razvoja na nacionalnom nivou. Još je 2003. godine na svjetskom samitu informacionog društva (WSIS) postavljen zahtjev da se napravi realistična procjena digitalne podjele i pokazatelj stanja ICT branše u svijetu, kao i kroz kreiranje jedinstvenog i kompozitnog indeksa ICT razvoja. Ovakav pokazatelj omogućava grupisanje nekoliko ključnih indikatora u jedinstvenu ocjenu koja obuhvata mnoštvo informacija u vezi ICT razvoja, pružajući pri tome opštu sliku o napretku pojedinačnih društava u ICT evoluciji. Uzimajući u obzir potencijalni uticaj ICT na društveno ekonomski razvoj, države širom svijeta teže da beneficije ICT osjete svi njihovi građani, međutim donošenje važnih odluka zahtijeva mjerljive činjenice i indikatore koji se mogu upoređivati. Indeks ICT razvoja (IDI- ICT Development Index) kao kompozitni index u službi praćenja i porećenja razvoja informaciono komunikacionih tehnologija (ICT) u različitim zemljama razvijen je od strane ITU još 2008. godine i predstavljen u izdanju IImjerenje informacionog društva (ITU, 2009). Razvoj IDI indexa je



bio voĉen prethodnim kompozitnim indeksima 111 , i nastao je kao odgovor na zahtjeve ITU 111 - DAI (Digital Access Index), ĉiji je glavni cilj mjerenje opšte sposobnosti pojedinca u jednoj drĉavi da pristupi i koristi ICT. Bazirao se na 5 kategorija: infrastrukturu, dostupnost, znanje, kvalitet i ostvareno korišćenje ICT-a, sa ukupno 8 indikatora u okviru ovih kategorija. ĉlanica za stapanjem ovih pokazatelja u jedinstveni indeks u cilju praćenja digitalne podjele i mjerila razvoja informacionog društva, a time i potencijala za razvoj svih vidova elektronskog poslovanja, pa i elektronske trgovine. IDI index je široko prihvaćen od strane

**vlada, UN agencija i industrije, kao najtaĉnija i nepristrasna mjera cjelokupnog nacionalnog ICT razvoja.**

194

Cilj formiranja ovog indeksa je praćenje napretka razvoja i primjene ICT

**kako u ekonomski razvijenim tako i u zemljama u razvoju, kao i**

213

mjerenje globalnog digitalnog jaza. Sastoji se od 11 indikatora koji su grupisani u tri komponente odnosno podindeksa, od kojih svaki ima odgovarajući teĉinski faktor: ? Podindeks pristupa - obuhvata pet indikatora koji se odnose na infrastrukturu i pristup. (teĉinski faktor od 40%) ? Podindeks upotrebe (korišćenja)– obuhvata tri indikatora koji se odnose na intenzitet upotrebe ICT. (teĉinski faktor od 40%) ? Podindeks vještina (osposobljenosti) – obuhvata tri indikatora koji se odnose na baziĉne pokazatelje o nivou sposobnosti i vještina za upotrebu ICT. U idealnom sluĉaju ovaj indeks bi uključivao indikatore koji odraĉavaju nivo ICT vještina u svakoj od zemalja. (teĉinski faktor od 20%) ICT spremnost ICT upotreba ICT uticaj (infrastruktura i ICT Development Index (intezitet) ICT sposobost (teĉina) (rezultati) Slika 7: IDI struktura i meĉuzavisnosti - ICT-OI (ICT-Opportunity Index), razvijen kao odgovorna na zahtjeve za indeksom digitalnih mogućnosti i kombinuje statistiĉke indikatore sa analitiĉkom obradom. Deset indikatora od kojih je većina preuzeta iz DAI grupisano je u 4 podindeksa koje je moguće pratiti odvojeno. - DOI (Digital Opportunity index), razvijen je 2005. godine u cilju mjerenja digitalnih mogućnosti tj. potencijala drĉava da ostvaruju boljitak pomoću dostupnih ICT tehnologija. Bazira se na 3 kategorije: mogućnost, infrastrukturu i korišćenje uz 11 indikatora, koji mjere postojanje novih tehnologija Poreĉenje vrijednosti IDI indexa u 147 ekonomija, u periodu od 2002. do 2013. godine, prikazano u Tabeli: IDI 2002 i IDI 2013 prema nivou razvijenosti, pokazuje da se globalna vrijednost IDI indikatora skoro udvostruĉila u ovom periodu (sa 2,52 u 2002. godini do 4.88 u 2013. godini) što govori najviše o znaĉajnom rastu mreĉe informaciono komunikacionih tehnologija. Izuzetan rast se moĉe uoĉiti

**kako u razvijenim (RZ) tako i u zemljama u razvoju (ZUR). Meĉutim iako je**

218

po apsolutnoj vrijednosti ovaj index zabiljeĉio veći rast u razvijenim ekonomijama, ako uzmemo u obzir niĉu startnu poziciju i vrijednost, kod zemalja u razvoju uoĉavamo veći relativan porast IDI u periodu 2002-2013, odnosno ĉak 111%.

Tabela 5: IDI 2002 i IDI 2013 prema nivou razvijenosti. IDI 2002 IDI 2013 Promjena Promjena Svijet Prosjek 2.52 Min 0.41 Max 6.07 Rang 5.66 Prosjek 4.88 Min 1.03 Max 8.86 Rang 7.83 prosjeĉne vr. IDI 2002-2013 (apsolutna) 2.37 prosjeĉne

vr. IDI 2002-2013 (relativna) 94.1% RZ 4.12 1.96 6.07 4.10 7.25 4.72 8.86 4.14 3.13 75.9% ZUR 1.85 0.41 5.92 5.51 3.90 1.03 8.85 7.81 2.05 110.8% Izvor: International Telecommunications Union (Geneva), ITU 2014 Ako pogledamo razlike u IDI indexu za obje grupe (i razvijene i zemlje u razvoju), možemo uočiti da je kod zemalja u razvoju sa minimalnom vrijednošću IDI, uočljivo mnogo manje uvećanje IDI od +0.62 u odnosu na +1.89, kod zemalja u razvoju sa visokim vrijednostima IDI indeksa u ovoj grupi, što implicira da se promjene u zemljama u razvoju dešavaju različitim brzinom u zavisnosti od prethodnog nivoa razvijenosti ovog ICT indexa. Mjerenje e-trgovine je teško zbog nedostatka zvaničnih statističkih podataka o e- trgovini. Kao specijalizovana agencija Ujedinjenih Nacija za ICT, Međunarodna telekomunikaciona unija - ITU (International Telecommunication Union) je rijedak zvaničan izvor za globalnu ICT statistiku. Premda postoje izvori privatnih podataka (npr. Forrester, Goldman Sachs, IMRG, eMarketer), oni su međusobno različiti, metodologije nisu transparentne, a geografska pokrivenost je ograničena i uglavnom su fokusirane su na razvijene zemlje i skupe za korištenje .112 7.3. Faktori i barijere prihvatanja elektronske trgovine Ako izuzmemo 2008. godinu, kada se nespremno dočekan početak ekonomske krize odrazio na negativnu stopu rasta elektronske trgovine, posljednje decenije su obilježene izrazitom prodornošću i disperzijom elektronske trgovine. Razloge takvog stanja možemo naći u velikom broju faktora: 113: ? Ubrzanim tehnološkim prodorima; ? Rastu obima trgovine i u nacionalnim i u međunarodnim okvirima ? Spremnosti mrežne

**konfiguracije da** podrži **komercijalne transakcije na svim nivoima različite jačine i**

219

slotenosti, a s tim udružena promjena na strani ponude i tražnje u elektronskom okruženju; ? Opštim ekonomskim uslovima koji idu na ruku elektronskoj trgovini; ? Povoljnom svjetskom monetarnom i fiskalnom ambijentu za prebacivanje poslovnih procesa na elektronske platforme; ? Promjeni pravne regulative i njenom prilagođavanju tehnološkim promjenama; ? Aktivnostima vladinih tijela i pojedinih međunarodnih organizacija i institucija da daju podršku afirmaciji elektronskog biznisa, a u sklopu njega i elektronskoj trgovini ? Razvoju strategija usmjerenih ka tome da se učinci globalizacije kreću u pozitivnom smjeru ? Povećanom broju online metoda plaćanja dizajniranih da podrže poslovanje na otvorenim mrežama, prije svega na Internetu Elektronske transakcije (e-poslovanje) podrazumijevaju korištenje informaciono komunikacionih tehnologija u cilju olakšanja poslovnih procesa npr. u komunikaciji sa 112

**Measuring the Information Society, [http://www.itu.int/en/ITU/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013\\_without\\_Annex\\_4.pdf](http://www.itu.int/en/ITU/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013_without_Annex_4.pdf),**

173

113 Rondović B., et al.

**(2015) Determinants of Electronic Commerce - the Factors of Acceptance in Montenegro, MIPRO 2015 /DE-GLGPS – 38. International convention on information and communication technology, electronics and microelectronics, Opatija 2015., ISSN: 1847-3946, pp.1769- 1774**

72

vladom, dobavljačima, klijentima, kupovini ili prodaji roba i usluga onlajn (e-trgovina), automatizaciji poslovnih procesa upravljanju resursima i implementaciji poslovne politike (u marketingu, HR-u, finansijama, itd). Istraživanja prihvaćenosti tehnologije elektronske trgovine u kategoriji malih i srednjih preduzeća (MSP), npr. Nasco S.A., Toledo E.G., i dr., (2008), ukazala su na mogućnost malih i srednjih preduzeća (MSP) u zemljama u razvoju da izvuku značajne benifite iz industrija mobilnih telefona, Interneta i drugih oblika informaciono komunikacionih tehnologija (ICT) u svojim poslovnim aktivnostima, ali i priličan stepen neiskorišćenosti potencijala. (Rondović i dr., 2015) Dakle iako se više od decenije unazad, govorilo

**da elektronsko poslovanje ima potencijala da više doprinese preduzećima i potrošačima u zemljama u razvoju nego u razvijenim zemljama,** činjenica **je** da većina zemalja **u**

165

razvoju nije uspjela da izvuče korist koju nude savremene informaciono komunikacione tehnologije (Kshetri N., 2007) Razvijene i ekonomije u razvoju na različite načine reaguju na digitalni način poslovanja, a obrazac uticaja i korištenja elektronske trgovine se razlikuje u zavisnosti od nivoa društveno-ekonomskog razvoja zemlje (Van Slyke C. i dr., 2005) Činjenica je da je iskustvo naprednih zemalja dragocjeno, ali ni zemlje u razvoju ne treba ostaviti po strani, jer se zaokružena slika može stvoriti jedino paralelnim tretiranjem ovog problema na svim nivoima razvijenosti. Takođe usled podsticajnog okruženja i velikog ekonomskog potencijala za masovniju upotrebu tehnologija elektronske trgovine, ali i niskog stepena upotrebe tih tehnologija i visokog nedostatka svijesti o potencijalnim benefitima koje one nude u mnogim zemljama u razvoju, identifikovanje barijera u prihvatanju e-trgovine postaje prvi i najvažniji korak za uspjeh u digitalnom okruženju. Međutim nije lako izdvojiti tačno određene najbitnije faktore razvoja u analizi stanja e-trgovine zemalja u razvoju, jer se oni od zemlje do zemlje razlikuju.

**U afričkim zemljama veliki uticaj na spori razvoj e-trgovine ima nepostojanje i zastarelost saobraćajnica,**

101

nedostatak struje, mobilnih telefona i računara i nerazvijenost Interneta (Mercer, C., 2006), odnosno faktori su tehničke prirode. U Južnoj Koreji, i Latinskoj Americi, Bangladešu, Keniji i Južnoj Africi od početka razvoja e-trgovine veoma je izražen nedostatak poverenja u onlajn prodavnice (Travica B.,2002); (Humphrey J. i dr., 2003), kao što je i u Kini prema ranijim izvorima bio prisutan nedostatak poverenja u transakcije i institucije, kao i slaba vladavina zakona (Efendioglu A.M. i Yip V.F.,2004). U

**Brazilu strah od** pronevjere **privatnosti i** bezbjednosti **i nedostatak pravne zaštite sprečava razvoj e-trgovine**

83

(Vukićević S., Drašković D., 2014), dok su u Albaniji razlozi kognitivne i tehnološke prirode (Tabela: Faktori razvoja e-trgovine), tj inhibitori razvoja su nedovoljno ICT znanja i visoka cijena infrastrukture (Bazini E., Ilija D., Qarri A., 2011) U pokušaju da sistematizuje faktore koji su bili ozbiljna prepreka razvoja e- trgovine, Kshetri N. (2007) ih prema srodnosti

svrstava u šest kategorija: tehnološku (T), normativnu (N), ekonomsku (E), kulturološku (K), sociološku (S) i kognitivnu (O). Tabela 6: Faktori razvoja e-trgovine

**Faktori tehnološke kategorije (T):** T.1. Snabdjevenost **električnom strujom** T.2. **Razvijenost** **telekomunikacione mreže: brzina, kvalitet Interneta, pokrivenost u urbanim i ruralnim područjima** T.3. **Zastupljenost** ICT uređaja: **računara,**

mobitnih telefona i sl. T.4. Dostupnost (cijena) ICT infrastrukture i uređaja T.5.

**Razvijenost saobraćajnica i logistike u zemlji Faktori normativne kategorije (N):** N.1. **Adekvatna pravna zaštita učesnika u e-trgovini** N.2. **Postojanje zakona o e-dokumentu i legalnosti digitalnog potpisa** N.3. **Sudstvo i zakonodavstvo prati razvoj e-trgovine** N.4. **Promovisanje e-trgovine od strane državnih institucija Faktori ekonomske kategorije**

(E): E

**.1. Razvijenost finansijskog sistema** E.2. **Intenzivno korišćenje kreditnih kartica u etrgovini** E.3. **Korišćenje Interneta u tradicionalnim sektorima** E.4. **Elektronska plaćanja naspram gotovinskih** Faktori kulturološke kategorije **(K):**

K.1.

**Preferiranje elektronske/lične komunikacije** K.2. **Spremnost na prihvatanje novih trendova** K.3. **Postojanje inicijative** K.4. **Spremnost na preuzimanje rizika**

Faktori sociološke kategorije (S): S.1. Povjerenje u apstraktne sisteme, državne institucije, sudstvo, ljude, sprovođenje zakona S.2. Povjerenje u tajnost podataka S.3.

**Uzrast i finansijske mogućnosti kupaca** S.4. **Potreba da se** **uđivo vidi produkt koji se kupuje**

**Faktori kognitivne kategorije (O):** O.1. **Opšta i kompjuterska pismenost** O.2. **Znanje engleskog jezika** O.3. **Svijest o značaju i doprinosu e-trgovine** O.4. **Umijeće da se iskoristi**

ICT **u poslovanju** Izvor: „Barriers to e-

commerce and competitive business models in developing countries—, Kshetri N., 2007; Vukićević S., Drašković D., (2014) Rast elektronske trgovine, doveo je do porasta broja akademskih radova koji se bave baš ovom problematikom, kao što je pokazano u do sada objavljenim istraživanjima, u situaciji veće prostorno-vremenske razdvojenosti

**čina kupovine i** čina **prijema robe, percipirani rizici rastu zbog čega** povjerenje 114 **igra** 159  
**ključnu ulogu u razvijanju** elektronskog **načina trgovanja,** vaţniju **i od same** cijene  
**proizvoda** koji **se** kupuje **(Kim**

H.W., i dr., 2012). Do sličnog zaključka dolaze Dehkordi, L. F., ShaHnazari, A. and Noroozi, A. (2011) pokazavši istraživanjem u razvijenijim tržišnim privredama, da percepcije korisnika po pitanju cijene i povjerenja ostaju iste bez obzira kolika je razvijenost privrede iz koje korisnici dolaze. Visok značaj prethodnog iskustva kod onlajn kupaca u nekim zemljama u razvoju potvrđuje činjenicu da je psihologija korisnika na Webu ista, bez obzira na demografske različitosti (Abbasi, P., Bahram S.B., Saeed S., 2011) Iz prakse i iz svih do sada sprovedenih istraživanja, jasno je da elektronska trgovina pruţa brojne pogodnosti u vidu poboljšanja produktivnosti, pada cijena, uštede troškova, promjene veličine i strukture tržišta, eliminisanja posrednika i direktnog pristupa krajnjim korisnicima (Salmani B., 2005), a da sa druge strane kašnjenje u prihvatanju elektronske trgovine moţe dovesti do izolacije nacionalnih ekonomija. Iako se barijere teško mogu ukloniti u nekom kratkom periodu, sama identifikacija problema moţe ubrzati put do njihovog rešavanja, pa je u cilju identifikacije faktora koji utiču na nizak stepen prihvatanja e-trgovine u Crnoj Gori, sprovedeno istraživanje kako bi se na još jednom konkretnom primjeru bliţe sagledali i 114 Strah i nepovjerenje uglavnom idu u korak sa nerazvijenim normativnim faktorima uporedili izazovi sa kojima se zemlje odnosno informaciona društva u razvoju suočavaju u digitalnom okruţenju. 7.4. Determinante razvoja elektronske trgovine na primjeru Crne Gore Crna Gora kao tipična zemlja u razvoju, ima podsticajno okruţenje i veliki ekonomski potencijal za masovniju upotrebu tehnologija elektronske trgovine, ali nizak stepen upotrebe tih tehnologija i visok nedostatak svijesti o potencijalnim benefitima koje one nude. Iako su trenutno vaţećom Strategijom razvoja informacionog društva u Crnoj Gori, postavljeni ciljevi razvoja digitalnog okruţenja za poslovanje inovativnih preduzeća, za povećanje broja potrošača koji poznaju i koriste tehnologiju elektronske trgovine i rast učešća modernog javnog sektora koji sve to podrţava, Crna Gora se još uvijek nalazi na začelju liste evropskih drţava u oblasti korišćenja tehnologija elektronske trgovine. Iz agregiranih podataka dobijenih na osnovu istraživanja od crnogorskih banaka na kraju 2014.godine, vidi se da je u toj godini za online transakcije potrošeno oko 11 miliona eura, što je za oko 3 miliona više nego u 2013., ali je stopa rasta i dalje daleko manja u odnosu na onu koja postoji u zemljama u okruţenju. (Rondović B. i dr., 2015) Kako bi se stvorila baza informacija na osnovu kojih bi se mogao povećati obim elektronskih transakcija i stvoriti jača baza zadovoljnih internet korisnika neophodno je sa jedne strane sagledati percepcije korisnika o elektronskoj trgovini i uočiti njihova očekivanja, a na drugoj identifikovati faktore koji determinišu stepen upotrebe tehnologija elektronske trgovine od strane preduzeća. 7.4.1. Metodologija utvrđivanja determinišućih faktora U tom cilju sprovedena je analiza zasnovana na udruţenom kvantitativnom i kvalitativnom istraživanju. 115 Kvantitativni podaci su dobijeni na osnovu rezultata 115 Informacije za potrebe ovog rada prikupljene su u sklopu istraživanja koje je imalo cilj da se stekne uvid u stanje elektronskog biznisa u Crnoj Gori. Od nekoliko

ispitanih kategorija transakcija osim onlajn ankete, u anketi je korišćen Likertov metod skaliranja, a da bi se dobila sveobuhvatnija slika o stavu potrošača u onlajn okruženju, uz kvantitativno istraživanje sprovedeno je i istraživanje na terenu metodom intervjua. Polazeći od pretpostavke da socijalne karakteristike utiču na stepen prihvatanja e-trgovine, upitnik je kreiran na način da se dobiju podaci o demografskim karakteristikama potrošača (pol, uzrast, obrazovanje, visina primanja i geografska pripadnost), zatim i iskustvu u korišćenju interneta, iskustvu u elektronskim transakcijama, te stavovima o bezbjednosti transakcija i ponudi na domaćim sajtovima. Prilikom anketiranja korišten je metod slučajnog uzorkovanja gdje su proporcionalno obuhvaćeni ispitanici centralne, južne i sjeverne regije, a podaci su dobijeni od strane 350 korisnika 116 interneta u Crnoj Gori. Analiza uticaja organizacionih i tehničkih faktora prihvaćenosti elektronske trgovine u kategoriji malih i srednjih preduzeća rađena na bazi 87 popunjenih upitnika. 117 U oba slučaja anketiranje je bilo anonimno, anketirana lica upoznata sa ciljem istraživanja, a u analizi korišćene osnovne teorijske metode primjerene društvenim naukama.

#### 7.4.2. Rezultati analize faktora prihvatanja e-trgovine

Istraživanje je pokazalo da 98% građana koji učestvuju u elektronskim transakcijama onlajn kupovine, istu realizuje preko inostranih sajtova. Kao razloge takve odluke navode: loš izbor na sajtovima crnogorskih kompanija, relativno visoke cijene, nefunkcionalnost sajtova i nepovjerenje u kompanije koje nemaju tradiciju elektronske trgovine. To nedvosmisleno upućuje na zaključak da su dosadašnji naponi za implementaciju elektronske trgovine u crnogorskim kompanijama nedovoljno veliki i da ne daju značajne rezultate. Pokazalo se da je visina primanja u direktnoj korelaciji sa učešćem u elektronskim transakcijama, a samim tim da je za sada visina primanja u direktnoj trgovine u ovom radu su analizirani podaci vezani za transakcije e-turizma, kao najzastupljenijeg (po broju učesnika) 116 Od 500 prosljeđenih obrađeno je 350 adekvatno popunjenih upitnika. 117 Od 100 prosljeđenih na adrese preduzeća slučajnim uzorkom izabranih iz Centralnog registra preduzeća korelaciji sa stepenom obrazovanja. Shodno ekonomskoj situaciji u Crnoj Gori, 91% onih koji obavljaju online kupovinu imaju zaposlenje, pri čemu razlika u sektorskoj zaposlenosti (javni i privatni sektor) nije imala statistički značaj. Ako analiziramo broj ostvarenih online kupovina, može se zaključiti da je on neravnomjerno raspoređen sa stanovišta starosne strukture, budući da veću online kupcima sa 65% dominiraju osobe srednje starosne dobi (35-50 godina). To je upravo ona kategorija korisnika koja ima stabilnija primanja. Osim 65% online kupaca iz te kategorije, svega 14% je iz kategorije od 18-25 godina, 19% je starosne dobi od 25 do 35 godina i manje od 2% je kupca starijih od 50 godina. Polne razlike u Crnoj Gori nemaju značaj kada se ispituje uticaj pola na odluku o obavljanju elektronske transakcije, a kroz dobijene podatke je vidljiv značajan digitalni jaz na relaciji sjever-centralni dio-jug Crne Gore. (63% dolazi iz centralne regije, 31% iz primorskog regiona i svega 6% iz sjeverne regije, koja je prepoznata kao regija sa najmanjim brojem zaposlenih, najnižim primanjima i najmanjim brojem visoko obrazovanog stanovništva<sup>118</sup>). Značajan uticaj demografskih faktora na prihvatanje e-trgovine samo je još jedan činilac koji je na liniji polazne hipoteze uticaja društvenih faktora na primjenu tehnologije. Takođe analiza je pokazala na osnovu rangiranja značaja 9 kriterijuma (cijena usluge; kvalitet ponudjene usluge; kvalitet informacija o uslugama; kvalitet postprodajne usluge; ocjena prethodnog iskustva; brend efekat; dizajn korisničkog interfejsa; percepcija sigurnosti; percepcija privatnosti podataka) koji utiču na satisfakciju, povjerenje i lojalnost da: ? Prilikom donošenja odluke o onlajn kupovini, redom po važnosti su bitni: - povjerenje, - cijena, - brend efekat, - kvalitet ponuđene usluge, - kvalitet informacije o usluzi i - kvalitet postprodajne usluge. ? Na povjerenje najviše utiče stav o bezbjednosti i privatnosti podataka i ocjena prethodnog iskustva. 118

B. i dr., (2015), [http://docs.mipro-proceedings.com/deglgps/DEGLGPS\\_06\\_3151.pdf](http://docs.mipro-proceedings.com/deglgps/DEGLGPS_06_3151.pdf) ? Podaci dobijeni za dizajn korisničkog interfejsa pokazali su da postoji skroman uticaj ovog faktora na stepen ostvarenih onlajn kupovina. Iz ankete se takođe vidi da su ispitanici uglavnom upoznati sa značajem Interneta, imaju skromno znanje o benefitima elektronske trgovine, nedovoljno znanja o instrumentima elektronskih plaćanja i duboko ukorijenjen strah od negativnih posledica koje ta plaćanja nose. Što se preduzeća tiče, ne postoji ambicija da se razdvoje efekti tradicionalnih od efekata elektronskih vidova komunikacije i realizacije transakcija, što opet upućuje na zaključak da postoji ozbiljno sagledavanje uloge ICT-a. U preduzećima postoji svijest da je, gledano na dugi rok, upotreba tehnologija elektronske trgovine povezana sa profitabilnošću i dugoročnim rastom preduzeća, te da je učešće elektronskih transakcija u ukupnim transakcijama još uvek jako nisko. Menadžeri razloge takvog stanja vide u nepodsticajnom ekonomskom okruženju, a zaposleni u malim naporima da se privuku i zadrže online kupci. (Ibid., 2015:1773) Uočeni problemi su: ? Često bitne odluke o tranziciji sa tradicionalnog na elektronsko poslovanje donose menadžeri bez saradnje sa ostalim stručnjacima za organizacione i tehnološke promjene; ? Često se odluke donose na osnovu osjećaja, intuicije, lošeg iskustva i uz zanemarivanje ključnih činjenica o biznisu; ? Odluke se donose bez istraživanja tržišta kupaca i njihovih potreba uz nepoznavanje konkurencije i njenih aktivnosti; ? Ne postoji znanje o fazama upotrebe tehnologije elektronske trgovine i značaju prelaska iz jedne u drugu fazu, tako da često postoji nepotrebno predugo ili trajno zadržavanje na postojećoj fazi; ? Po donešenoj odluci o izlasku na elektronsko tržište, često se poslovi tranzicije povjeravaju osobama ili institucijama van kompanije, što za posledicu ima nepoznavanje poslovnih procesa, poslovne klime, kulture, misije i vizije konkretnog preduzeća i dolazi do problema. ? Nijedan popunjeni upitnik nije dao pozitivan odgovor na pitanje o posjedovanju metodologije ili bilo kakve interne aktivnosti kojim se radi metrika značaja primjene ICT u poslovanju 7.4.3. Razlozi (ne)učestvovanja u elektronskoj trgovini Generalno, sve razloge inertnosti građana Crne Gore po pitanju učešća u online trgovini možemo grupisati u nekoliko cjelina: ? Postoji nepovjerenje korisnika u online transakcije. U tom smislu, i u preduzećima i u Vladi mora postojati razumijevanje percepcije korisnika prema tom problemu. Problemu se mora pristupiti iz najmanje 3 ugla: a) treba promovisati elektronsku trgovinu kroz razvoj programa obuke koji mogu povećati svijest korisnika o problemima sigurnosti i bezbjednosti i koji mogu informisati korisnike o načinima putem kojih se ti problemi mogu izbjeći; b) Treba prezentovati alatke kojima korisnici mogu procijeniti pouzdanost servisa koji se koristi u toku online trgovine; c) treba obezbijediti nacionalni pravni okvir kojim se štite prava privatnosti i anonimnosti online korisnika i sankcionišu oni koji ta prava narušavaju. (više o ovome u poglavlju ICT i sigurnosni izazovi) ? Postoje problemi koji proizilaze iz socijalne podijeljenosti. U Crnoj Gori postoji velika razlika u ekonomskom stepenu razvijenosti na relaciji severni-južni dio Crne Gore. Vladinim programima treba otkloniti digitalni jaz koji postoji na toj relaciji, kao i na relaciji selo-grad, kako bi svi stanovnici imali jednak pristup ICTu i tehnologijama elektronske trgovine. Sve dok se u svim regionima

**koordiniranom akcijom ne promovise telekomunikaciono** okruženje **uporedo sa ulaganjima u**  
**Internet infrastrukturu, elektronsko poslovanje će ostati na niskoj stepenici** egzistiranja **po**  
**principu konvencionalne**

139

narudžbe ? Postoji nedovoljna informisanost o potencijalima ICT-a u trgovini. Promotivnim i edukativnim aktivnostima korisnicima

**treba pomoći da shvate Internet** okruženje, **da spoznaju nove aspekte** informatičke ekonomije (koristi i moguće prepreke)

139

? Postoji nezaokružen pravni okvir koji tretira korisnike i štiti njihove interese. Pored izmjena i dopuna u trenutno važećem Zakonu o elektronskoj trgovini i Zakonu o elektronskom potpisu, po ugledu na zemlje u okruženju, treba promijeniti Zakon o deviznom poslovanju i donijeti novi Zakon o platnim uslugama. Zakon o deviznom poslovanju bi crnogorskim preduzećima obezbijedio mehanizme za prodaju na inostranim tržištima, Državi bi obezbedio devizne prilive, a korisnicima povjerenje u online trgovinu preko domaćih sajtova. Pošto do sada donešenim zakonima koji regulišu elektronsko poslovanje u Crnoj Gori nije definisan institut elektronskog novca, Zakonom o platnim uslugama bi se to postiglo, čime bi građani pored šire lepeze instrumenata elektronskog plaćanja dobili i pravnu zaštitu. ? Postoji nedostatak kupovne moći. Ovaj problem treba tretirati u okviru ukupne ekonomske politike usmjerene ka stvaranju uslova za smanjenje nezaposlenosti, povećanje zarada i povećanje standarda. (Ibid., 2015:1772) Rezultati analize podataka koji su dobijeni od preduzeća pokazuju da se afirmacija elektronske trgovine može postići jedino koordiniranom akcijom usmjerenom na rješavanje osnovnih problema koji se mogu podijeliti u sledeće grupe: ? finansijski problem ? organizacioni problemi ? problemi tehničke prirode ? problemi za čije otklanjanje je potrebna pomoć Države. S druge strane, rezultati analize podataka koji su dobijeni od pojedinaca na strani potražnje pokazuju da se rast obima elektronske trgovine može obezbijediti tek pošto se riješe sledeća pitanja: ? Smanji uočeni digitalni jaz, ? Zaokruži pravni okvir kojim se štite prava kupaca u elektronskom okruženju ? Poveća kupovna moć kupaca, Na sporo usvajanje ICT, a posledično na sporo usvajanje tehnologija elektronske trgovine utiču brojni faktori: nedostatak tehnologija, nedovoljno korišćenje tehnologija koje postoje, informatička nepismenost, nezaokružena pravna infrastruktura, problemi koji su posledica ekonomskog potencijala zemlje koja pripada grupi malih i nedovoljno razvijenih privreda i sl.

**Zbog toga je neophodno da elektronska trgovina ima svoje** mjesto **u Strategiji privrednog razvoja zemlje,** te **je pomoć** države **u** njenom **razvoju i** primjeni **neophodna,** ali **ne u smislu preuzimanja uloge** menadžmenta **u razvoju koncepta elektronske trgovine već u funkciji** usmjeravajućeg **faktora** i **u stvaranju preduslova**

112

njenog razvoja. (Ćuzović S. i dr., 2012/a) 8. POTENCIJALI UMREŽENOG DUŠTVA U RAZVOJU TURIZMA U

**uslovima naučno tehničkog progressa i kompjuterske ere čovjeku je neophodan odmor i rekreacija,**

55

a na osnovu pregleda broja ljudi koji putuju u inostranstvo može se reći da još od druge polovine dvadesetog vijeka turizam doživljava ekspanziju. Kao dinamička kategorija, turizam se nalazi u neprestanoj evoluciji, te



**danas nema** dileme **da turizam u sklopu odvijanja globalnih svjetskih procesa postaje de facto** „svjetski biznis—” 28

Turistička kretanja su 1950. godine uključivala 25 miliona turista, a do 2000. godine ovaj broj je porastao na 673 miliona. Predviđa se da će 2020. godine biti oko 1,6 milijardi turista (Tabela: Brojnost turista u milionima), a

**razvoj turizma se** može **sagledati i u ostvarenom turističkom prometu, kao i u** fukcijama **turizma** 39

(kulturnoj, socijalnoj, političkoj, zdravstvenoj itd.)

**Svojom dinamikom turizam na jednoj strani nudi nove destinacije, nove oblike** aranžmana, **nove** vrste putovanja, dok na drugoj strani zahtijeva nove oblike organizovanja, nove resurse nove strategije. 55

**Svi globalni procesi savremenog** svijeta **postavljaju novu** preraspodjelu **prirodnih i** privrednih resursa. **Globalizacija je nastavak razvoja turističke aktivnosti, ali sa novim kvalitetom turističkog proizvoda, stvaranjem novih destinacija potpunom ekspanzijom novih regiona,** 28

(Alibašić H., 2006) Indija, Kina, Indokina i Brazil postaju najveće turističke destinacije. Od 20 najtraženijih svjetskih destinacija, njih četrnaest se nalazi u zemljama u razvoju. Tabela 7: Brojnost turista u milionima Izvor: prema Alibašić H. (2006)

**Podaci Konferencije Ujedinjenih nacija o trgovini i razvoju (UNCTAD) ukazuju na turizam kao glavni** izvor deviznih prihoda za jednu trećinu zemalja u razvoju i skoro polovinu najslabije razvijenih zemalja. **Turizam** 29

**je** dakle **jedna od pet vodećih izvoznih kategorija za 83% svih zemalja, i glavni izvor deviza za** najmanje 38% njih. Neosporno **je da** 29

**je** turizam **faktor rasta** svjetske **privrede, ali i najveća izvozna industrija** svijeta **i bitan** **izvor deviznog priliva.**

39

**Činjenica je da za mnoge zemlje, naročito one sa ograničenim industrijskim sektorom ili sa samo nekoliko mogućnosti za razvoj alternativnih izvoznih sektora, turizam predstavlja osnovni izvor deviznih prihoda (engl. foreign exchange earnings). Interesantni su podaci da su devizni prihodi od turizma u Tanzaniji i Južnoj Africi veći od prihoda koji ove zemlje ostvaruju po osnovu izvoza zlata.**

29

(Bošković T., 2009) Upotreba interneta u razvijenim zemljama prilikom kupovine turističkih proizvoda tj usluga je u dramatičnom porastu već više od deceniju. U ukupnoj sumi transakcija digitalne trgovine još 1999. godine, putovanja, transport i hotelske rezervacije kao grupa predstavljale su najveću kategoriju internet transakcija sa udjelom od 38,5 procenata u ukupnom prometu. (UNCTAD, 2000) Od tada pa do danas Internet vrši veoma velik uticaj na industriju putovanja i turizma, restrukturirajući kako distributivne kanale u turizmu tako i samu industriju. Oboje i turizam i ICT predstavljaju značajan potencijal za razvoj u zemljama u razvoju, donoseći neobične iskustvene forme spajanja kultura. (Harris R., Vogel D.,2007) Čak je i Google prepoznavši ovaj trend investirao milijardu dolara u obezbjeđenje internet servisa širom nerazvijenog dijela svijeta., omogućivši pristup internetu stotinama miliona ljudi u nerazvijenim ekonomijama. Ubrzan tehnološki prodor, značaj turizma za napredak mnogih nacionalnih ekonomija i spremnost mrežnih konfiguracija da podrže elektronske transakcije u turizmu, rezultirali su potrebom kreatora politike da definišu strategije uspješnijeg nastupa turističkih preduzeća u informacionom okruženju kroz kvalitetan nastup na internetu uključujući kako web strane tako i nastup na društvenim mrežama. Sve ovo doprinijelo je izuzetnom razvoju e-turizma odnosno primjeni ICT u turizmu.

**Razvoj kompjuterske tehnologije, u cilju što efikasnijeg prijema i obrade informacija te njihovog** **bržeg prenošenja, zatim razvoj tehnologije u raznim oblastima posebno transportu, sigurnost velikog broja svjetskih destinacija, kao i poboljšanje nivoa obrazovanja i kulture uopšte, odredile su svijet nazivom „globalno selo—.** **Iz tog razloga**

55

najudaljenije destinacije ili putovanje do različitih kontinenata ne predstavljaju veliki problem.

**Proces globalizacije doveo je do** snažnog **širenja turističkog** tržišta **i stvaranja viška kapaciteta.** Međunarodna **turistička** tražnja rasla **je mnogo** brže **nego trgovina** iil svjetska **privreda.**

39

**Efekti globalizacije se najbolje manifestuju kroz** promjene udijela **pojedinih regiona u** meĎunarodnom **turistiĎkom prometu.**

39

Nove tehnologije pruĎaju

**mogućnost za dinamiĎnim** promjenama **u ponudi privrednih subjekata i to prvenstveno** zahvaljujući brzom razvoju i nagloj difuziji **informacione tehnologije u** djelatnostima **koje čine turistiĎku privredu.** Tehnologija se razvijala većom dinamikom od razvoja **turistiĎkog** trĎišta, **što je rezultiralo mogućnošću preciznijeg** opredjeljenja **turista, odnosno njihovog** izvora **destinacije ili usluga, bez pomoći turoperatera i uz minimizaciju rizika.** Polazeći od **tendencija koje se na turistiĎkom trĎištu ispoljavaju poslednjih decenija, posebno od sedamdesetih godina prošlog** vijeka, moĎe **se reći da je** primjena **savremene tehnologije u poslovanju preduzeća u turizmu postala ključna** predpostavka **njihovog rasta i razvoja.**

39

Prema mnogim autorima primjena

**novih tehnologija ima** fundamentalni **značaj na afirmaciju** samog **turizma, u čemu posebnu ulogu ima razvoj** informacionih tehnologija **koji** obezbjeĎuje **neophodnu fleksibilnost u** zadovoljavanju promjenjivih zahtijeva **potrošaĉa i to po** cijenama **koje su konkurentne u odnosu na** cijene **masovne produkcije** turistĎkih **usluga.** Brza difuzija **novih tehnoloških** rješenja **i njihova primjena u poslovanju preduzeća u turizmu predstavlja bitnu karakteristiku nove faze turizma.** Za razliku od prethodne **faze u kojoj nisu postojali veliki** zahtijevi **za stručnim ljudskim resursima, u novoj eri razvoja** zahtijevi **za stručnim i obuĉenim ljudskim resursima dobijaju veći značaj, a zaposleni se tretiraju kao odlučujući faktor koji utiĉe na kvalitet usluga.**

39

Studije raĎene u razvijenim trĎišnim privredama pokazuju da sve veći broj onlajn korisnika izraĎava zadovoljstvo zbog mehanizama efikasne pretrage, rezervacija, pregovaranja po pitanju cijene, datuma, uslova smještaja, uslova osiguranja kvaliteta, postprodajnih aktivnosti i sl., zbog čega se prognozira ubrzaniji rast broja onlajn korisnika u turizmu za godine koje dolaze. (Giese and Cote 2000:20). 8.1. Ekonomski efekti turistiĎkih kretanja u informacionom društvu Poslednjih decenija turizam je jedan od najbrĎe rastuĉih ekonomskih sektora na svijetu, stoga zauzima posebno mjesto u analizama ekonomskih i socijalnih efekata koji su posledica promjena u informacionom društvu, te postoji rastuća potreba analize faktora koji determinišu njegov rast u digitalnom okruĎenju. Savremeni globalni procesi koji se dogaĎaju u društveno ekonomskom sistemu znaĉajno

utiču na razvoj svih privrednih djelatnosti, a posebno na razvoj turizma i svih njegovih formi. I dok pesimisti ukazuju da društvo takvim razvojem ulazi u anarhiju i kaos kompjuterski kontrolisanog tivotata i rada, optimisti smatraju da će novi društveni razvoj donijeti humaniziraniji rad, veću kreativnost čovjeka, bolju demokratiju, efikasniju nauku, veću ekološku svijest, slobodna turistička putovanja po cijelom svijetu itd. U takvom zamišljenom slobodnom društvu čovjek ima više slobodnog vremena i turizam u XXI vijeku postaje najznačajnija industrija na svijetu s najvećim brojem zaposlenih uz snažan uticaj na ekonomski razvoj zemalja.

28

(Avelini-Holjevac I., 2000)

Turizam je esencijalno vezan za druge sektore ekonomije i zbog toga se globalni turistički trendovi ne mogu posmatrati izolovano od ključnih faktora, koji će oblikovati svijet budućnosti. Faktori, koji se izmeću ostalih mogu smatrati ključnim u ovoj oblasti, su svakako globalni ekonomski tokovi i uklapanje turizma u njih, kao i

28

razvoj tehničko- tehnološkog procesa, posebno informacionih turističkih sistema i novih naučnih metoda oblikovanja turističkog proizvoda.

28

(Milenković S., 2006) Naučna istraživanja su u turizmu otkrila veoma visok multiplikator.

Tako, na primjer 1 USD u turističkoj potrošnji stvara 2-3 puta veći ukupni ekonomski efekat u nacionalnoj privredi, što nameće zaključak da o tome treba voditi i te kako računa u kreiranju razvoja turizma u sklopu planiranja ukupnog privrednog razvoja u određenoj zemlji.

28

(Alibašić H., 2006)

Pored direktnog uticaja turizma na društveni proizvod i nacionalni dohodak, u teoriji se često pominje i razmatra njegovo djelovanje na teritorijalnu preraspodjelu kako u svjetskim okvirima tako i u okviru konkretnih zemalja. U svjetskim okvirima turizam može da predstavlja značajan činilac preliivanja društvenog proizvoda iz privredno razvijenih zemalja svijeta u zemlje sa nižim stepenom privredne razvijenosti te da tako dovodi do ravnomjernijeg razvoja proizvodnih snaga u svijetu. Takoće, razvoj domaćeg turizma može da doprinese ravnomjernijem razvoju svih regiona jedne zemlje, tako što preko potrošnje turista obezbjeđuje preliivanje dohotka iz privredno razvijenih u privredno nedovoljno razvijene regione (ali turistički razvijene). Zahvaljujući takvim uticajima na

29

**društveni proizvod i nacionalni dohodak, turizam** može **da predstavlja značajan činilac ukupnog privrednog razvoja.**

(Unković S., Zečević B., 2006) Važno

**je da zemlje koje imaju potencijala za razvoj turizma i** **tele** **da ga iskoriste za svoj** **brži** 29  
**privredni razvoj imaju u vidu** **da** **odnos turizma i privrednog razvoja karakteriše visok stepen**  
**korelacije te se turizam zbog svojih brojnih pozitivnih efekata na** **cjelokupnu** **privrednu aktivnost** **može**  
**iskoristiti kao faktor** **bržeg** **privrednog razvoja. Uticaj turizma na privredni razvoj konkretno se ostvaruje**  
**preko uticaja turističke potrošnje i investicija** **namjenjenih** **turizmu na opštu privrednu aktivnost i učešće**  
**u stvaranju društvenog proizvoda.**

(Bošković T., 2009) Informaciono društvo,

**razvoj transportnih sredstava, povećanje nivoa kulture i nivoa standarda usloveli su razne promjene** 55  
**u društvenim kretanjima, utičući time i na razvoj turizma.** **Imajući u vidu** **prosječne godišnje stope**  
**rasta, koje** **bilježi** **u drugoj polovini prošlog vijeka, turizam predstavlja privrednu** **djelatnost** **koja**  
**ostvaruje** **stalan** **rast,** **a njegov** **značaj se ogleda u uskoj povezanosti sa nizom djelatnosti kao što su**  
**saobraćaj, kultura, zdravstvo, politika itd.**

Kada govorimo o zemljama u razvoju mnoge od njih pokušavaju da riješe dio svojih problema nezaposlenosti i nerazvijenosti oslanjajući se upravo na turizam, koji nudi velike mogućnosti za uvećanje prihoda, ali zahtijeva i odgovarajuće praćenje aktuelnih tokova. 8.2. Digitalni trendovi u turizmu Svi se još uvijek sjećamo vremena kada se planiranje putovanja ili proces rezervacije uglavnom odvijao preko posrednika. Turističke agencije i turoperatora su bili polazna tačka svakog putovanja, odmora ili rezervacije (Bonn M.A. i dr.,1998). Međutim, poslednjih decenija turistička industrija je značajno evoluirala, budući da je visoko konkurentna sredina učinila da stalna potraga za novim načinima uvećanja konkurentskih prednosti postane imperativ, pa je u to ime uslijedio i značajan rast u primjeni novih tehnologija kao i razvoj novih komercijalnih formata kao što je e- turizam. (Zhang X., Song H., Huang G.H., 2008:345) Tehnološki progres i turizam zapravo odavno idu ruku pod ruku. Informaciono komunikacione tehnologije (ICT) igraju ključnu ulogu u konkurentnosti turističkih organizacija i destinacija, kao i u čitavoj industriji u cjelini (UNVTO, 2001), radikalno mijenjajući efikasnost i efektivnost turističkih organizacija, način na koji se odvija poslovanje na tržištu i interakciju sa potrošačima odnosno putnicima. Suštinske promjene u sektoru turizma koje je u poslednjih 30 godina donijela difuzija informaciono komunikacionih tehnologija, istorijski posmatrano, mogu se predstaviti kroz tri razvojne faze: ? fazu uvođenja kompjuterskih sistema rezervacija (engl.Computer Reservation System – CRS), koji su služili za elektronsku provjeru kapaciteta i elektronske rezervacije, a kreirani su za potrebe avio kompanija, lanaca hotela i turoperatora; ? razvoj globalnih distributivnih sistema (engl. Global Distribution System – GDS), koji povezuju veći broj CRS. Nastankom četiri glavna GDS sistema (Amadeus, Galileo International, Sabre i Worldspan), GDS je definitivno izašao iz nacionalnih

okvira; ? faza upotrebe Interneta za realizaciju turističkih aktivnosti. Globalna prisutnost, izuzetna masovnost korišćenja, jednostavnost upotrebe, dinamičnost i brojne druge pogodnosti, su doprinijele da Internet danas bude najznačajnija pokretačka snaga za elektronski turizam. Pojava i uvođenje kompjuterskih sistema rezervacije (CRS), sedamdesetih godina prošlog vijeka i globalnih sistema distribucije (GDS) u kasnim osamdesetim, praćeni su razvojem Interneta krajem devedesetih što je rezultiralo razvojem širokog spektra novih oruđa i usluga (Buhalis and Law 2008:609), te hardverskih i softverskih rešenja poput Web 2.0, mobilnih tehnologija i razvoja društvenih mreža što je u protekloj deceniji revolucionizovalo načine komunikacije i poslovanja. Razvoj tehnologije je jednostavno promijenio odnos potrošača i ponuđača stavljajući ove druge u mnogo nezavidniji položaj, ili riječima ekonomske logike intenzivno zavisano u odnosu na želju potrošača (korisnika) pojedinačno. Potrošač ili korisnik turističkih usluga je korišćenjem tehnoloških dostignuća promijenio svoje karakteristično ponašanje, integrišući motivacione faktore, ekonomske razloge, mogućnost učestvovanja u procesu kreiranja sadržaja sa cjelokupnom ponudom i na taj način promijenio i lanac vrijednosti u procesu pružanja turističke usluge. Digitalni turizam može biti definisan kao digitalna podrška turističkom iskustvu, prije, za vrijeme i nakon turističke aktivnosti. Ovo može biti sistem preporuke koji pomaže u nalaženju odgovarajućeg smještaja za vrijeme planiranja odmora, mobilna aplikacija turističkog vodiča na smartfonu ili mogućnost jednostavnog pretraživanja fotografija sa odmora nakon povratka kući. Koncept digitalnog turizma nije nov i proširuje mnoge od onlajn aktivnosti prilikom planiranja putovanja korišćenjem Expedie i TripAdvisor-a, organizaciju putovanja na sajtovima avio kompanija, turističke vodiče na mobilnim telefonima i upravljanje fotografijama uključujući Facebook, Flickr, iPhoto ili Picasu. Sinergetska i ubrzana interakcija između tehnologije i turizma je donijela suštinske promjene kako na strani ponude tako i na strani tražnje. Turizam je postao jedna od najvažnijih komponenti elektronskog biznisa, čiji uticaj duboko mijenja strukturu industrije u cijelom svijetu. Uobičajeni izgovori kao što su nedostatak sredstava, loša tehnička kompetentnost i usporeno upravljanje, koji se obično koriste da objasne skromnu primjenu usvajanja bilo kog tipa informacione tehnologije u turizmu se ne praštaju. (Milano R., Baggio R., Piatelli R., 2011:471). Ranije su i jedni i drugi, posrednici i krajnji potrošači, bili vezani za informacije sa samog izvora ponude i zavisili od njihovog nivoa svebuhvatnosti, tačnosti i pravovremenosti, što je ujedno i karakteristika neopipljive prirode turističkih proizvoda. Danas, kada se svijet i njegovo funkcionisanje svodi na virtualni pristup globalnim onlajn tržištima neki novi posrednici, i to oni elektronski, postaju glavni oslonac u plasiranju informacija, njihovoj koordinaciji i stvaranju sveukupne slike o vrijednosti određene turističke destinacije. Umjesto jednog ili dva dominantna pristupa, elektronski turizam razvija mnoštvo načina, odnosno različitih varijeteta distribucionih kanala, što na veoma dinamičan način postavlja nove izazove tradicionalnim distributerima. Ukoliko se sjetimo bilo kog putovanja koje smo planirali u proteklih deset godina, gotovo da nema onog ko nije posegnuo za Internetom kao najvjerodostojnijim saveznikom. Od kako je 2009. godine izbio na prvo mjesto upravo kao glavni izvor podataka kod planiranja putovanja, Internet ne silazi sa tog pijedestala. Prema istraživanjima (Ipsos and Google 2013) 87% putnika koristi onlajn izvore prilikom planiranja putovanja, a 76% kao izvor inspiracije za nova putovanja Internet je opet na vodećoj poziciji (Slika: Internet kao izvor inspiracije za planiranje putovanja).

PLANIRANJE PUTOVANJA - Izvori INSPIRACIJE ZA izvori informacija Internet PUTOVANJA 76% TV Turoperatori Brošure Knjige Časopisi/Novine Porodica,... 13% 17% 24% 25% 28% 48% Turoperatori Knjige Brošure Radio Porodica,... 75% 72% 58% 51% 45% Internet 87% Časopisi/Novine 45% Slika 8 : Internet kao izvor inspiracije i informacija za planiranje putovanja Izvor: Ipsos MediaCT, Google Travel Study, May to June 2013 Međutim, to danas više ne podrazumijeva proste pristupe sajtovima i pretraživačima. Odavno ukorijenjena pravila promovisanja turizma kroz tradicionalne medije lagano otpadaju. Počeci komercijalizacije interneta bili su praćeni istraživanjima koja su imala za cilj prepoznavanje Web potencijala u industriji turizma. (Burger F., 1997.) Međutim ubrzo su analize pokazale da ovaj Internet servis može

postati moćan marketing alat u kreiranju turističke ponude (Buhalis, D., 1998), preciznije, Internet postaje glavni kanal putem koga turisti prikupljaju informacije. (Lehto, Kim & Morrison, 2006). Nešto kasnije, Choi, Lehto and O'Leary (2007) ističu značaj efikasnosti službenog web-sajta, dok sa razvojem novih internet oruđa, aktivno onlajn prisustvo biva upotunjeno sa društvenim vebom i društvenim medijima i mrežama. (Xiang & Gretzel, 2010; Hvass & Munar, 2012) Sada klijenti preferiraju da prikupljaju informacije onlajn na različitim interaktivnim stranicama i mrežama u zavisnosti od svojih potreba, umjesto da koriste usluge turističkih agencija i turoperatera. Turistička industrija se dramatično promijenila sa prodorom društvenih medijskih platformi iako su ljudi i prije pojave ovih platformi dijelili svoje iskustvo putovanja. Upotrebom društvenih zajednica, klijent ne kreira samo informacione mreže već razvija i društvene. Ove platforme dozvoljavaju potencijalnim turistima da prikupljaju željena znanja sa različitih izvora kao i da iskoriste prednosti tuđeg iskustva. (Buted et al. 2014) Turizam je specifična privredna grana u kojoj koordinacija više uslovno povezanih usluga (poput prevoza, smještaja, kulturnih sadržaja, zabavnih sadržaja, i sl.) formiraju konačni oblik turističkog proizvoda, a da pri tom taj proizvod ne možete ni skladištiti (Buhalis D., 2003), ali ni isprobati prije upotrebe, što pojačava značaj prezentacije i tumačenja od strane onih koji su ga već koristili ili se spremaju da to urade. Atraktivnost i uticaj društvenih medija, pa i u oblasti turizma, eksplodirala je kada su ljudi počeli da putem onlajn umrežavanja dijele ideje, sugestije, fotografije, video snimke i dnevnike, razvijajući prijateljstva unutar virtualne zajednice (Lim W., 2010). Broj društvenih mreža raste iz dana u dan. Neke od najpopularnijih su Facebook, Google+, LinkedIn, YouTube, Flickr, Bing, Foursquare, Instagram, Twitter, Trip Advisor, ali postoje i desetine drugih. Korisnici dijele iskustva sa putovanja, preporučuju željeni smještaj, nudeći kritiku restorana ambijenta i usluge, a sa druge strane tu je praćenje od strane turističke ponude i doprinos u samosponzorisanim sajtovima. U tom smislu, virtualno tržište, a naročito društvene mreže mogu da promijene pristup samom servisu i plasiraju pravovremene informacije pojedinačnom korisniku. Visoko zahtjevan, često veoma iskusen, sofisticiran i nadasve željan prave informacije, potencijalni korisnik turističke usluge je spreman da donese brze odluke o odabiru željene turističke destinacije ili da promijeni svoje preferencije na osnovu informacija, statusa i ponuda koje nalazi na društvenim mrežama. Upravljanje kritikama i pozitivnim i negativnim je svakako prioritet za menadžere u turizmu. Recenzijski sajtovi mogu imati relativno više uticaja od komunikacionih kao što su Fejsbuk (Facebook) ili Tviter (Twitter), ali se ne mogu zanemariti njihova široka prihvaćenost i činjenica da se informacije veoma lako nalaze i proširuju sa jedne mreže na drugu. Danas imamo preko bilion registrovanih korisnika Tvitera, od kojih je 255 miliona mjesečno aktivno, sa ukupno 500 miliona tvitova dnevno i u prosjeku preko 1.28 biliona mjesečno aktivnih korisnika Fejsbuka, koji je dostupan na više od 70 jezika, a čiji je konačan broj korisnika praktično nemoguće odrediti jer ovi brojevi rastu svake sekunde. (Benett 2014) Polje komunikacija evoluiralo i društveni mediji zauzimaju značajno mjesto u marketingu i odnosima sa javnošću te neuključivanje i njihovo ignorisanje mogu dovesti do bespotrebno propuštenih prilika. (Mangold & Faulds, 2009). Savremeni korisnik turističkih usluga je takođe veoma zavisn od brzine djelovanja jer je vrijeme postalo veoma važan faktor u procesu donošenja odluka, pa putovanje češće planira sam i organizuje od kuće bez posrednika. Posebno munjevit razvoj mobilnog Interneta i njemu svojstvenih aplikacija su uticali na popularizaciju i široku upotrebu društvenih mreža, a sa druge strane i na dramatičnu promjenu ponašanja korisnika turističkih usluga. Sve veći trend upotrebe mobilnih uređaja, od pametnih telefona do tableta, uz napredak u tehnologiji olakšavaju blogovanje, dijeljenje fotografija i društveno umrežavanje putnicima. (Lange-Faria W., Elliot S., 2012). Prema statistikama to izgleda ovako: 29% putnika koristi mobilne aplikacije da pronađe odgovarajući let, 30% koristi mobilne aplikacije za pronalaženje hotelskih ponuda i smještaja, 85% putnika koristi svoj smartfon tokom putovanja (čak iako su u inostranstvu), a 45% koristi tablete (najpopularnija upotreba smartfona tokom putovanja je pronalaženje restorana i pristup društvenim mrežama), 72% slika sa odmora se objavljuju

na društvenim mrežama tokom trajanja samog putovanja, 46% čekiranja na nekoj lokaciji (npr. Facebook i Foursquare) dešava se tokom odmora, 70% Facebook korisnika promijeni svoj status dok su na odmoru, 92 % potrošača širom svijeta kažu da više vjeruje direktnom marketingu od usta do usta – WOM (Word of Mouth) i preporukama prijatelja i porodice, nego bilo kom vidu plaćenih medija. (WTMLondon, 2014) 8.3. Društvene mreže i online reputacija kao izvor šansi i opasnosti Društvene mreže svojim eksponencijalnim razvojem uslovljavaju nove načine upravljanja turističkom ponudom, pa su potrebni sve sistematičniji pristupi i modeli djelovanja. Dvosmjerna komunikacija, interaktivnost i mogućnost personifikacije turističke usluge putem korišćenja društvenih mreža su nedvosmisleno važni kriterijumi turističke potrošnje, a kao takvi i relevantni elementi proučavanja u naučnom smislu. Kada govorimo o značaju direktnog marketinga i preporukama prijatelja i porodice gdje je primjećen rastući trend od 18% za poslednjih 5 godina, nesumnjiv je uticaj društvenih medija koje uz podršku mobilne tehnologije inteziviraju ovu komunikaciju i čine je i —opipljivomll. Opipljivom u smislu da nakon odmora 46% turista objavljuje recenzije hotela u kome su boravili, 40% postavlja recenzije posjećenih atrakcija, 40% objavljuje recenzije restorana, 76% objavljuje fotografije sa odmora na društvenim mrežama, a 55% lajkuje FB stranice u vezi destinacije koju su posjetili. Mišljenu potrošača objavljenom na Internetu vjeruje 68% ispitanika Nielsonovih anketa, a 48% vjeruje reklama na rezultatima pretraživača i društvenim mrežama. (Santos S., 2013) Premda se u marketinškoj industriji i dalje najviše troši na tradicionalne i plaćene medije povjerenje potrošača u ove medije opada iz godine u godinu. Kada su u pitanju korisnici društvenih mreža, 48% ostaje pri svojim originalnim planovima prilikom istraživanja i planiranja putovanja putem ovih medija. Prema daljim statistikama 33% promjene hotel u odnosu na predviđeni, 10% mijenja turoperatora/agenta/websajt, 7% na kraju otputuje u sasvim drugu državu, 5% promijeni avio kompaniju (Ibid., 2013), što je evidentno velik uticaj društvenih mreža na proces bukinga. Intenzivna konkurencija sa kojom se turistička branša suočava, sve više ide u prilog činjenici da je danas luksuz nemati dobro osmišljenu strategiju nastupa na društvenim mrežama jer nekad potencijalni korisnici ni ne traže vijesti već one pronalaze njih. Savremeni korisnik ima potrebe koje se više prilagođavaju sopstvenim rasporedima i vremenskim okvirima što dalje mijenja i strukturu ponude (paket aranžmani gube svoj udio na tržištu), koja se sve više prilagođava preferencijama segmenata koji su zbog svojih sličnosti veoma često i nesvjesno umreženi različitim aktivnostima na Internetu, bez obzira o kom se modelu komunikacije radi. Sve više jedan negativan komentar ili komunikacija koja ide u neželjenom pravcu od onoga što želi korisnik, može da napravi više štete od desetina pozitivnih stvari koje su u stalnoj korelaciji sa pružanjem usluge, ali nijesu "vidljivi" ili relevantni na društvenoj mreži. Korisnički generisani sadržaji brzo postaju izvor relevantnih informacija. Marketing i promocija menjaju svoju dinamiku, krećući se od pasivnih reklama na televiziji ka novim horizontima online društvenih medija. Korisnici koji postaju sve mobilniji i uzimaju aktivnu ulogu u tekućem odnosu sa medijima. Informacija koja je dostupna odmah, bez dodatnih troškova sa mogućnošću djelovanja na nju učinila je da se interakcija ponuđača i potrošača intezivira i da se novi korisnik sve više uključi u proces razmjene informacija, a samim tim i u cjelokupan proces marketinga i prodaje. Uticaj društvenih mreža na taj način postaje istovremeno i jako oruđe u rukama turističkih radnika jer svojim djelovanjem mogu u velikoj mjeri da utiču na neke prvobitno donešene odluke, promjenu ili odabir hotela, prevoznika ili čak i kompletnu strukturu potražnje korisnika.. Ovako uska povezanost omogućava djelovanje sa obje strane, kako ponude tako i potražnje. Sa strane ponude upravljanje datim sadržajima i prilagođavanje aktuelnoj tražnji, a sa strane tražnje ispunjavanje specifičnih potreba i želja pojedinačnog kupca. Omogućavajući dvosmjernu komunikaciju, interakciju, stvaranje i razmjenu korisnički generisanog sadržaja, društveni web je otkrio nevjerovatno velike i značajne mogućnosti za širenje marketinga od usta do usta. Društveni mediji predstavljaju sjajnu priliku turističkim entitetima da naprave veći kontakt sa svojim klijentima, sa krajnjim ciljem da se razvije partnerstvo za rast i razvoj brenda. Međutim ova prilika da npr. turistički operateri sami



rukuju svojim društvenim medijskim vezama predstavlja i mač sa dvije oštrice jer klijenti (i sami mediji) mogu lako otići. Dakle, osim veb sajta (web site) koji je optimizovan za pretraživače, treba iskoristiti mogućnosti mobilnih aplikacija i što je najvažnije - održavati interaktivnu vezu sa klijentima uključujući ih u konverzaciju u cilju dobijanja adekvatnih inputa za unapređenje poslovanja. (Withiam G., 2011) Kao krajnji rezultat imamo poboljšanje kvaliteta usluge, povećanje fleksibilnosti ponude, a samim tim i jako vidljiv odnos cjenovnog efekta i kvaliteta usluge koji je jedan od indikatora zadovoljstva krajnjeg potrošača. Ono što bitno razlikuje pređašnje i sadašnje interakcije jeste trenutna refleksija na ostali potencijalni segment tržišta i veoma transparentna dvosmjerna komunikacija koja za ponuđača ima funkciju dalje generacije tražnje. Diskusija o pozitivnim i negativnim aspektima je imperativ da bi se shvatile razmjere uticaja društvenih medija: ? Šanse: - pomažu turističkim subjektima u bržem širenju informacija - popularan su alat među potrošačima kada je u pitanju dijeljenje ličnih iskustava, komentara i mišljenja - pokazali su se kao izuzetan dio strategije (prije nego platforma za promotivnu aktivnost) u identifikaciji osnovnih vrijednosti koje privlače klijente - mogu koristiti kao sredstvo za analizu učinka i zadovoljstvo potrošača. - omogućavaju dopiranje do globalne publike i u udaljenim krajevima svijeta - sjajan su način za prenošenje od usta do usta. - daju mogućnosti menadžmentu turističkog objekta da unaprijedi i poboljša uslugu. - omogućavaju upravljanje i prezentovanje poslovnih sadržaja. - pomažu da se prevaziđu prostorne i druge komunikacione prepreke - nude izvanrednu priliku za ostvarenje konkurentne prednosti analizom dostavljenih povratnih informacija, te pružaju mogućnost organizacijama da dođu do konstruktivog savjeta, i odrede šta je najbolje. ? - itd. Opasnosti: - veoma lako mogu uništiti poslovnu reputaciju - mogu otkriti povjerljive informacije, širiti loše komentare i u viralnom uticaju dovesti do gubitka privatnosti ili naškoditi poslu. - mogu biti eventualno zloupotrijebljeni od strane turista i zaposlenih u razotkrivanju poslodavca, poslovne tajne ili poslovnih vlasničkih informacija. - mogu dovesti do nelojalne negativnosti, netačnih informacija i nepotrebnih kritika. - nije uvijek zastupljeno reprezentativno mišljenje potrošača, jer su samo popularni sajtovi društvenih medija dobro predstavljeni na internetu. - mogu širiti lažne informacije brzinom požara. - kompanije mogu imati loš publicitet od korišćenja društvenih medija. - spameri mogu napraviti problem kada su upitanju novi korisnici i novajlice na sceni društvenih medija - itd. Na žalost u okruženju je veliki broj i onih koji su jedva predstavljeni uopšte u svodu društvenih medija. Na drugoj strani iako su mnogi prepoznali i prihvatili mobilne aplikacije, Fejsbuk i druge kanale, puko objavljivanje sadržaja na ovim kanalima bez prave interakcije sa korisnicima i mogućim korisnicima usluga neće dati adekvatne rezultate. Društveni mediji jesu opcija u turizmu, jer su ovdje ljudi posao i pružaju mogućnost da se upravlja sadašnjim poslovnim sadržajem i pomažu u identifikaciji osnovnih vrijednosti koje privlače klijente. Angažovani kupci troše više novca i češće se vraćaju ponovo. Suština društvenog veb-a ima za cilj interakciju ljudi, dalji razvoj interaktivnosti, razmjenu i prenošenje ideja, što otvara jednu novu dimenziju djelovanja, na raznim društvenim mrežama i kanalima komunikacije, uz različite alate i stvara nemjerljiv potencijal izgradnje zajednice lojalnih korisnika. Ova, iako neopipljiva kategorija, jača snagu pojedinačnih brendova i usmjerava dalje aktivnosti ponuđača, bez dodatnih troškova, a veoma ciljano, što za rezultat ima bolju tržišnu poziciju. Ključna stavka djelovanja je upravljanje ponudom i komunikacijom onako kako to najbolje odgovara potrebama potencijalnih korisnika, a to je moguće jedino ukoliko ponuđač turističkih usluga misli iz perspektive korisnika. 8.4. Mogućnosti društvenih mreža u funkciji poslovnog alata u turizmu Dodatna vrijednost koju turistički proizvod veoma često dobije je veoma uslovljena mišljenjima i zadovoljstvom potrošača, pa se upravljanje tim dijelom ponude mora raditi iz prve ruke, od strane onih koji su direktno uključeni u proces komunikacije sa korisnikom. Posebno je važna mogućnost djelovanja u realnom vremenu i na taj način vezivanje korisnika koji ima mogućnost potpuno besplatne supstitucije i odlaska na konkurentsku virtuelnu teritoriju. Brza reakcija na društvenim mrežama, koje su pri tome mnogo jeftiniji način komunikacije u odnosu na klasične medije je neophodna, ali nije stihijska, ona se gradi i održava kroz

kontinuiran pristup i njegovanje odnosa na svim vidovima komunikacija na društvenim mrežama. Neophodno je da postoji dobar model istovremenog korišćenja više alata na društvenim mrežama, koji predstavljaju odgovor na trenutnu potražnju potencijalnih korisnika. Raspon djelovanja i načina korišćenja društvenih mreža se značajno razlikuje od jednog do drugog ponuđača ili bolje reći turističke destinacije. Potrebno je kreirati kvalitetan sadržaj, definisati pravac i svrhu komunikacije, segmentisati pojedine grupe korisnika i procese direktne prodaje. Community management i vještine koje se od njega zahtjevaju dobijaju sve više na značaju i oblikuju nastup na različitim društvenim mrežama. Proces upravljanja komunikacijom na svim nivoima se uslođnjava i predstavlja koordinaciju nekoliko aktivnosti, koje su najčešće kombinacija djelovanja na društvenim mrežama, njihovo dopunjavanje, učestvovanje i prisutnost na mnogim turističkim on line zajednicama koji imaju web kredibilitet. Sve ove aktivnosti podrazumijevaju i komercijalizaciju kako kroz ponudu, oglašavanje, tako i kroz građenje on line reputacije jer svrha nastupa je relevantna samo ukoliko kao finalni rezultat imate visok nivo zadovoljstva korisnika. Jedan od velikih potencijala društvenih medija je da je gost voljan da podijeli informaciju kada mu se nešto sviđa ili ne sviđa. Korišćenjem odgovarajućih analitičkih metoda, hotelijeri npr mogu steći utisak o tome šta gost generalno želi i kako reaguje na konkretan hotel. Najvažnija stvar u ovom trenutku je razvijanje mobilnih aplikacija, budući da turisti žele da koriste svoje mobilne uređaje kako za rezervaciju smještaja tako i za ostale aktivnosti tokom posjete određenoj destinaciji. Promovisanje destinacije nije lak zadatak. Njegov izazov i teškoće proizilaze s jedne strane iz multi- karakteristične prirode destinacije, a sa druge, iz nehomogenih zahtjeva turista. U turističkom sektoru se slažu da je neophodan različit pristup u promovisanju destinacije različitim segmentima heterogenog tržišta, ne samo u pogledu sadržaja poruke već i u komunikacionim kanalima. (Schegg, 2008). Postoje različiti načini upotrebe društvenih medija u cilju postizanja krajnje dobrobiti, bilo da govorimo o usluzi ishrane, hotelskoj usluzi, zabavnim parkovima, događajima, obezbijećenju adekvatne medicinske usluge ili bilo kojoj drugoj djelatnosti povezanoj sa turizmom. Oslanjanje na društvene medije na tržištu turističkih proizvoda pokazalo se kao odlična strategija. Mnoge zemlje smatraju društvene medije važnim sredstvom za promovisanje svog turizma (Zeng B., 2013). Princip informacije od vrha na dolje tj., od kompanije do potrošača je ograničen u veličini, sa ograničenim izborom destinacija, a kroz web 2.0 i društvene mreže druge destinacije se mogu promovisati posredstvom stotine članova turističkih zajednica. Drugi ključni element društvenih medija kao marketinškog alata je da vrlo često korisnici sami kreiraju sadržaj koji daje zajednici aspekt kakav nijedan drugi vid reklamiranja i promocije ne mogu obuhvatiti (Buted et al. 2014). Potrebno je naglasiti da na web-u, bez obzira o kojoj se aktivnosti radi, nema vremenskog ograničenja jer ovakav vid djelovanja i komunikacije podrazumijeva kontinuitet i spremnost na dugoročno sagledavanje, ali i anticipaciju potencijalnih smjerova razvoja. Isto tako veoma je važno napraviti onakav odabir aktivnosti koji podržavaju pravovremenu komunikaciju sa korisnicima (Buhalis & Zoge 2007) jer se uspješnost bilo koje aktivnosti mjeri sa tačnim i ažurnim informacijama koje su potrebne korisniku. Neophodno je da postoji dobar model istovremenog korišćenja više alata na društvenim mrežama, koji predstavljaju odgovor na trenutnu potražnju potencijalnih korisnika. Korisnici su zahtjevniji kada na društvenim mrežama traže za sebe odgovarajuću soluciju. Ljudi očekuju mnogo više od društvenih medija nego od tradicionalnih po pitanju kvantiteta i kvaliteta informacija. Odgovarajuće akcije koje se mogu preduzeti na pojedinim društvenim mrežama su sledeće: ? Facebook: Kreirati stranicu i dijeliti sopstveni sadržaj, vijesti, fotografije i video zapise. Mogu se promovisati / organizovati događaji, stvoriti posebne ponude za fanove, dodati aplikacije za privlačenje komentara ili uspostaviti veza sa zahtjevom za online rezervaciju, popularisati stranica zanimljivim sadržajima, nagradnim igrama, itd. Cilj stranice trebao bi biti, kroz sam sadržaj nadahnuti i pridobiti potencijalne putnike i povezati se sa njima na ličnom nivou. ? Twitter: Objavljivati postove u kojima se pominju aktuelne lokacije i događaji tj pratiti i dijeliti vijesti i sadržaje drugih korisnika, blogera, ljudi koji su zainteresovani za putovanja ili pominju u svojim

objavama sadrđaj koji se želi promovisati i koji je u prvom redu koristan i potstiče komunikaciju sa korisnicima. To je neformalan i direktan vid komunikacije kojim se moųe privući odgovarajući trųišni segment jer pruųa veliku priliku poslovnim subjektima da uključe sve zainteresovane u razgovor i koji na osnovu ključnih riječi pruųa mogućnost jednostavnog pretraųivanja svih tvitova koje korisnici pišu i otvara mogućnosti za direktni ciljani marketing i prodaju. Ono što jeste

**krajnji cilj je da se o vama odnosno usluzi koju nudite na** Twitter-u priča **kroz što veći broj**

182

postova tj. da je što više onih koji će vas spomenuti ili retvitovati neku vašu objavu i pritom prikupljati zajednicu koja će vas pratiti na Twitter-u. ? Instagram: Komunikacija na Twitter-u koja zahtijeva kratku formu, moųe imati direktnu podršku putem fotografija na Instagramu, jer se fotografije postavljene na ovoj mreųi obično dalje postavljaju na Facebook i Twitter i tako dijele sa potencijalnim korisnicima na ostalim društvenim mreųama. ? Flickr: Postaviti svoje najbolje fotografije i dozvoliti drugima da ih vide i podijele. "Photo Sharing" uvijek privlači ljubitelje putovanja. ? YouTube: Kreirati sopstveni kanal na You Tube, postaviti svoje video isječke i dati odgovarajuću audiovizuelnu suštinu koja će privući publiku. ? Foursquare: Dopustiti korisnicima da objavljuju informacije u svojim društvenim mreųama, posredstvom ove korisnički generisane baze lokacija i atrakcija. Neke od prednosti tz. čekiranja na vašoj lokaciji su te što korisnici ovdje daju mišljenja i recenzije koje mogu biti pozitivne ili negativne svakako omogućavaju poboljšanje ponude ili usluge na osnovu saznanja o tome šta korisnici misle ili privlačenje novih korisnika na osnovu datih pozitivnih komentara. Korisnici sadrđaj mogu podijeliti na Twitteru i Facebook-u što dodatno pomaųe u promociji. Ako npr. korisnik traųi u nekom mjetu restoran sa dobrim preporukama mapa će mu pokazati ? Trip Advisor: Kreirati profil i ispričati priču o sopstvenoj ponudi i uslugama uz pomoć fotografija, video sadrđaja i zanimljivih opisa koji će privući što veću publiku. Postoji mogućnost objave nekoliko tipova ponude: destinacije, smještaja, restorana, usluga razgledanja i raznih atrakcija itd. Trip Advisor je najveća online zajednica vezana za turističku djelatnost i veoma je vaųno ovdje pratiti korisnike i odgovarati na njihove komentare bili oni pozitivni ili negativni, jer i u slućaju loših komentara postoji druga strana priće uz objašnjenje eventualnih nedostataka, a otvara se i mogućnost za prepoznavanjem razloga zašto je neko nezadovoljan ulugom ili lokacijom što treba voditi ka poboljšanju. ? Blog: Pokrenuti blog koji kao komplement društvenim mreųama daje potpuno novu dimenziju marketing aktivnostima na web-u. Pišući na Blogu moguće je potencijalnim korisnicima na detaljan naćin pribliųiti sve iz domena poslovanja, ali i pruųiti korisne i zanimljive informacije o turistićkoj destinaciji. Uglavnom se sadrđaj bloga najćešće odnosi na vrijednost te destinacije i njenu kulturnu dimenziju, povezane sa svim relevantnim informacijama koje nijesu direktno oblast djelovanja ali utiću na korišćenje turistićkih usluga (poput vremenske prognoze, alternative dolaska, popusta, razlićitih lićnih iskustava, preporuka, dodatnih sadrđaja i slićno). Ostali multimedijalni elementi koji podrųavaju ovu formu obraćanja dodatno integrišu sve modele komunikacije sa kojima se korisnik susrijeće na webu. Ovako se gradi autoritet jer pisanje bloga zahtijeva i vrijeme, trud, veliko poznavanje date teme i pruųanje taćnih informacija, a da pri tom ne zahtijeva direktne dodatne troškove. Ukoliko korisnici dalje dijele ćlanak na društvenim mreųama, tada svi naponi i modeli komunikacije imaju isti pravac, a to je pravac koji odgovara poslovnom modelu ponućaća. Na svoj specifićan naćin, dijeljenje znanja dobija realnu platformu za isticanje svog sušinskog dometa. Vrijednost koja se stvara dijeljenjem znanja stvara dodatnu vrijednost turistićkom proizvodu i utiće na povećanje kvaliteta. Veoma je vaųan integrisan nastup i jedinstven i prepoznatljiv identitet na svim društvenim mreųama. Dodavanje dugmića društvenih medija na web sajt je u strateşkom cilju bolje i interaktivnije komunikacije sa

potencijalnim korisnicima i mogućnost da sve aktivnosti sa npr Facebook stranice ili sa Twittera budu prikazane na web sajtu uz pomoć npr. dvosmjerno povezanog prostora za komentare, povećava interakciju između web stranice i stranica na društvenim mrežama. Koordinacija svih aktivnosti može biti praćenja i pokazateljima efikasnosti, koji se precizno, kroz brojčane vrijednosti i parametre mogu mjeriti na društvenim mrežama. 8.5. Elektronski turizam i prepreke za zemlje u razvoju Promjene koje se događaju u ovoj privrednoj grani nude priliku mnogim zemljama u razvoju da unaprijede svoje relativne pozicije na međunarodnom tržištu. Kako sadašnji prihodi tako i budući potencijal rasta čini turizam kritičnim faktorom za razumijevanje uticaja digitalnog okruženja na ekonomije u razvoju. Značajan broj zemalja u razvoju je tokom prethodnih godina uspio da izgradi komparativne prednosti u turističkom sektoru, i turizam je ostao tradicionalna uslužna djelatnost u kojoj su do skoro kupci, prodavci i posrednici bili jasno definisani. Veza između razvijenog dijela svijeta, turizma i tehnologije nije jednosmjernan proces po svojoj prirodi. Razumijevanje veze između turizma i ICT i elektronske trgovine, pomaže u definisanju odgovora na osnovna pitanja povezana sa globalnom difuzijom digitalne ekonomije: ? Kako nove ICT naročito internet utiču na konkurentnost zemalja u razvoju ? Kako se stara ekonomija (u koju spada turizam) i koliko kombinuje i uklapa sa novom tj e- trgovinom u zemljama u razvoju (Harris R., Vogel D., 2007.) Međutim, i pored uočenih potencijala ne postoji dovoljno visok stepen usvajanja i primjene novih tehnologija elektronskog turizma (Buhalis D., Law R., 2008), koji bi bio adekvatan brzini njihovog pojavljivanja i razvoja. U značajnom broju sprovedenih istraživanja je pokazano da kada posmatramo stranu ponude, stepen usvajanja mogućnosti informaciono komunikacionih tehnologija na strani turističke ponude ne prati brzinu samog razvoja i pojave novih tehnologija, te shodno tome naročito u zemljama u razvoju određeni faktori koče brži stepen prihvatanja e-turizma. Stiakakis i Georgiis (2011: 153) smatraju da je nedovoljno usvajanje ICT-a u turizmu posledica nejednakih mogućnosti preduzeća koja su na strani ponude. Pored toga, prepreke mogu biti i ograničeno poznavanje i primjena novih tehnologija, loša tehnička infrastruktura, visoki troškovi pristupa i održavanja sistema, nedostatak povjerenja u elektronske transakcije, nedostatak svijesti o značaju ovih transakcija i sl. Istraživanja sprovedena u malim i srednjim preduzećima pokazuju da primjena ICT ne mora da garantuje profitabilnost u industriji i kao tri najveće prepreke navode: 1. neadekvatnu i nepouzdanu telekomunikacionu infrastrukturu (ovo danas važi samo za neke zemlje u razvoju), 2. troškove razvoja i korišćenja ICT u turizmu i 3. nedostatak odgovarajućih znanja i vještina. (Karanasios S, and Burgess S., 2008) Sem ovoga, problem privatnosti i bezbjednosti takođe mogu predstavljati kritičan faktor u sticanju online kupaca (Flavián and Guinalý, 2006:618), dok se povećan broj mogućnosti za elektronska plaćanja najviše odrazio na povećanje broja online transakcija u turizmu. (Shah and No Yasin, 2010: 71). Dakle, premda su hoteli i restorani izgradili svoje sajtove, oni se sada moraju uvjeriti da je njihov sajt npr. optimizovan za pretraživače, da imaju odgovarajuće aplikacije i što je najvažnije - da održavaju interaktivnu vezu sa klijentima uključujući ih u konverzaciju kako bi crpili smjernice za dalje unaprijećenje poslovanja (Withiam, 2011) Pored toga, prepreke mogu biti i ograničeno poznavanje i primjena novih tehnologija, loša tehnička infrastruktura, visoki troškovi pristupa i održavanja sistema i sl. Takođe, neka sprovedena istraživanja su pokazala da iako se prepreke za ulazak na e-tržište svedu na minimum, za veliki broj preduzeća se ova šansa brzo pretvori u prijetnju vidljivu kroz veću izloženost konkurenciji te Gburova and Matusikova (2014) smatraju da je za uspjeh u turističkom sektoru veoma važno konstantno pratiti proces globalizacije, analizirati njegove konsenkvence i reagovati na globalne trendove u turizmu korišćenjem konkurentnih prednosti, a informaciono komunikacione tehnologije uz adekvatnu primjenu mogućnosti koje nude, upravo postaju ključna determinantna konkurentnosti. Rastuće ICT igraju ključnu ulogu u konkurentnosti turističkih preduzeća, te bi turističke kompanije u svojim onlajn nastupima morale odgovoriti svim izazovima poslednjih tehnoloških trendova u informacionom društvu (Bethapudi, 2013) U tu svrhu naučna i stručna javnost se već dugo zanima za analizu i procjenu potencijala Web sajtova

i njihove efikasnosti. Pioniri na ovom polju bili su Lu and Yeung (1998) koji su predložili model za procjenu korisnosti Web sajta na osnovu njegove funkcionalnosti i stepena upotrebljivosti. Jedan od početnih modela je razvijen je 2001. godine od strane

**(Buenadicha M., Chamorro A., Miranda F.J., Gonzalez O.R., 2001).**

72

Ovaj model je modifikovan i uspješno primjenjen za ocjenu kvaliteta web sajtova za 200 španskih kompanija, a potom i za kvantitativnu ocjenu web sajtova španskih banaka (Miranda F. J. , Banegli T.M., 2004; Miranda F.J. , Cortes R. i dr. 2006). U jednom od opsežnijih istraživanja različitih metodoloških pristupa evaluacije Web sajtova, zaključeno je da turistički sajtovi zahtijevaju posebne metodologije evaluacije u kojima se moraju koristiti kriterijumi koji su u bliskoj povezanosti sa percepcijama korisnika (Law R., Shanshan Q., Buhalis D., 2010). U sklopu svih istraživanja na ovu temu posebno treba pratiti inicijative Internacionalne federacije za primjenu ICT u trgovini i turizmu (IFITT), koja u cilju promocije e-turizma u fokus svojih aktivnosti stavlja: istraživačke projekte iz ove oblasti, dalji razvoj globalnih mreža za potrebe turizma, razvoj ekspertskih sistema i baza znanja i primjenu vještačke inteligencije. (IFITT, 2014).

8.6. Primjena ICT u turizmu – primjer Crne Gore Zahvaljujući prirodnim, geografskim, kulturološkim, kadrovskim i dugim potencijalima, u Crnoj Gori je, dugoročno gledano, turizam prepoznat kao najperspektivnija privredna grana i stub ekonomskog razvoja. U ukupnom Bruto društvenom proizvodu Crne Gore udio turističkog sektora za 2014. godinu iznosi dvadeset procenata. (WTTC, 2015). Ako, s jedne strane, kao polazni podatak uzmemo prognoze da će međunarodni turizam do 2020. godine porasti na 1.6 milijardi putovanja, koja će obezbijediti promet od 2 biliona US\$ (World Tourism Organization 2009) a svjesni smo da je taj period obuhvaćen „Masterplanom— (strateškim dokumentom za razvoj crnogorskog turizma), a sa druge strane, znamo da postoji značajna difuzija informaciono-telekomunikacione tehnologije (ICT) u oblasti turizma, jasno je da ova problematika dobija na značaju. Nepoznavanje potencijala kvalitetnog nastupa na web stranicama, pasivan odnos prema nastupu na društvenim mrežama i nepoznavanje metodologija za ocjenu tog nastupa, dovode do kašnjenja u prihvatanju koncepta savremenog poslovanja i propuštanja šansi koje nudi informaciono društvo i digitalna ekonomija. Nizak stepen upotrebe dostupnih instrumenata ICT-a za posledicu može imati neiskorišćenost ekonomskog potencijala turizma i podsticajnog okruženja u kome dolazi do njegove realizacije. Aktivno i kvalitetno prisustvo kompanija na Vebu i na društvenim mrežama je nešto što turisti očekuju i što treba da postane dio strategije svih crnogorskih preduzeća koja se nalaze na strani turističke ponude. Upravo iz tih razloga, neophodno je identifikovati razloge kašnjenja crnogorskih kompanija u primjeni ICT tehnologija u turizmu, kako bi eventualno bili iskorišćeni kao značajan input za dizajniranje e-marketing nastupa preduzeća koja se nalaze na strani turističke ponude, turističkih organizacija i svih drugih institucija koje u fokusu svog rada imaju turistički proizvod. Za uspjeh na online tržištu najvažnije je da preduzeća na strani turističke ponude identifikuju stvarne potrebe kupaca i na bazi toga sa njima grade odnos i održavaju interaktivnost. Potrebe kupaca u elektronskom se bitno razlikuju od potreba u tradicionalnom okruženju. Razlika je naročito vidljiva u načinu na koji kupci doživljavaju vrijednost turističke usluge koja se nudi. U nekim studijama su napravljeni pokušaji identifikovanja karakteristika online korisnika u elektronskom poslovanju, pa je samim tim i kada je u pitanju e-turizam indikativno da postoji uticaj demografskih karakteristika stanovništva na stav o online transakcijama. (Park and Kim 2003:27) To je poslužilo kao motiv da analiza trenutnog stepena prihvatanja primjene ICT u turizmu u Crnoj Gori kao zemlji u razvoju bude praćena

**analizom uticaja: demografskih, socijalnih, tehničko-tehnoloških, pravnih i drugih faktora na percepciju i obim ostvarenih on-line transakcija.**

72

Evidentan uticaj demografskih karakteristika stanovništva na percepciju primjene ICT u turizmu možemo staviti u kontekst početne hipoteze da karakteristike društva bitno utiču na iskorišćenost razvojnog potencijala informacionog društva. U tom cilju sprovedeno je istraživanje kako bi se: ? utvrdili faktori koji utiču na stav stanovništva zemalja u razvoju o e-turizmu i koji utiču na obim online transakcija ? pokazalo kakva veza postoji između demografskih različitosti i ocjene značaja benefita e-turizma, odnosno primjene ICT u ovom sektoru ? uočili faktori koji trenutno koče brži stepen prihvatanja ICT u turizmu

**kako na strani ponude tako i na strani turističke** potražnje. Iako su

227

istraživanja ove vrste do sada uglavnom sprovedena u razvijenijim tržišnim privredama, istraživanje sprovedeno u zemlji u razvoju omogućava komparaciju i uočavanje razlike koja postoji u korelaciji između dobijenih ocjena i percepcije internet korisnika kod zemalja koje su na različitim nivoima razvijenosti. Iako je primjer Crne Gore u istraživanju uzet u sklopu šireg konteksta prihvatanja i primjene ICT u zemljama u razvoju, rezultati mogu biti korisni i konkretno u donošenju budućih strategija razvoja informacionog društva u Crnoj Gori. 8.6.1. Analiza faktora koji determinišu primjenu ICT u turizmu u Crnoj Gori Iako je istraživanje pokazalo da je najveći broj onlajn transakcija korisnika iz Crne Gore vezan upravo za turizam, podatak da manje od 20% korisnika interneta u Crnoj Gori učestvuje u transakcijama elektronskog turizma, svakako smanjuje entuzijazam. Imajući u vidu rezultate koje smo dobili analizirajući učesće u transakcijama elektronske trgovine uopšte ne čudi da 81% njih uglavnom sajt koriste za pretragu i dobijanje informacija i rezervaciju, a manje od 19% za konačnu transakciju (plaćanje). Metoda intervjuja, odnosno —rad na terenu, kao i zvanični statistički podaci pokazali su da Crna Gora ima značajnu stopu rasta Internet korisnika, ali da taj rast nije praćen brojem realizovanih usluga e-turizma. Ispitanici su uglavnom upoznati sa značajem ICT u turizmu, postoji skromno znanje o servisima koji su trenutno u upotrebi, ali je stepen prihvatanja relativno nizak. Kao najčešće razloge inertnosti delovanja na ovom polju ispitanici navode: ? nedovoljnu informisanost o potencijalima ICT-a u turizmu ? nedovoljno znanje i iskustvo za plaćanje u telekomunikacionim mrežama ? jezičke barijere ? uvjerenost da se veći kvalitet i kvantitet informacija može dobiti putem tradicionalnih kanala ? nemogućnost da se uvjere u sigurnost transakcija ? strah po pitanju povjerljivosti ličnih podataka koji se ostavljaju na mreži ? nepoznavanje pravnog okvira koji bi ih zaštitio u slučaju nastanka problema i sl. Identifikovani problemi mogu koristiti donosiocima odluka iz domena turizma (i u privatnom i u javnom sektoru) kako bi svoje napore fokusirali u pravcu privlačenja većeg broja korisnika u ovom segmentu turizma. Upitnici prosleđeni ispitanicima na strani ponude, imali su za cilj dobijanje sledećih informacija: ? kakvo je trenutno stanje u dijelu onlajn ponude u industriji turizma Crne Gore; ? kakvo je poznavanje ove problematike i da li postoji dovoljno razvijena svijest o potencijalima ICT u turizmu; ? da li su uočene barijere koje koče veći stepen prihvatanja elektronskog turizma; ? da li su neki subjekti prevazišli neke prepreke i na koji način. Iz 54 (od ukupno 70 prosljeđenih) potpuno popunjene ankete subjekata koji su na strani turističke ponude (turistička organizacija Crne Gore, hoteli i drugi smeštajni objekti, turističke agencije, rent a car agencije) u Crnoj Gori dobijeni su nimalo

optimistični rezultati. Generalno, stepen opremljenosti ICT-jem je u direktnoj vezi sa veličinom preduzeća i njegovom finansijskom snagom, pri čemu dostupna infrastruktura nije u direktnoj vezi sa stepenom njene primjene. Većina velikih preduzeća posjeduje iste servise, ali je intezitet njihove upotrebe različit. U velikom broju preduzeća turistička ponuda se posmatra kao proizvod koji se na domaćem tržištu može plasirati i bez ICT-a. Postoje ambicije za povećanjem broja inostranih turista, ali se ignorišu zahtijevi i očekivanja po pitanju elektronskih usluga. Kod kompanija u kojima je prepoznat značaj ICT za industriju turizma, ova infrastruktura se u najvećem broju aktivnosti koristi za komunikaciju sa klijentima i poslovnim partnerima, a u veoma malom obimu za interne komunikacije. Od ukupnog broja obrađenih anketa, 83% kompanija svakodnevno koristi e-mejl i vrlo često se samo postojanje e-mejl adrese smatra jedino potrebnim servisom e- turizma, sopstvene sajtove poseduje 87% kompanija. Pregledom i analizom sajtova utvrđeno je da su oni uglavnom informativnog karaktera i da se ambicije svode na ponudu informacija putem sajta, dok se rezervacija i plaćanje obavljaju tradicionalnim mehanizmima. Analiza je pokazala da: ? razvoj interaktivnih dinamičkih sajtova nije uključen u kratkoročne planove razvoja u kompanijama ? od ukupnog broja analiziranih, kod 28% sajtova su uočene neažurirane informacije, —pokidanill i —mrtvill linkovi ? kod 20% sajtova nedostaje informacija o cijeni, korisnik se upućuje na tradicionalni vid informisanja i ne postoji odjeljak za razmjenu iskustava korisnika ? na sajtovima 26% subjekata na strani turističke ponude ne postoje validni SSL sertifikati ? strategiju personalizacije ne sprovodi nijedna kompanija. Sve ovo upućuje na zaključak da se u kompanijama prepoznaje značaj Veb sajta za ponudu turističkih proizvoda, ali da postoje značajna kadrovska i budžetska ograničenja. Iako na sajtovima nekih kompanija postoji mogućnost rezervacije i plaćanja, zaposleni koji su popunjavali anketu su mišljenja da je za njih tradicionalna komunikacija ipak poželjnija za potvrdu onog što je korisnik pronašao na Sajtu. Odgovori dobijeni iz kompanija koje ne posjeduju svoj Sajt upućuju na stav da je za njih razvoj sajta u ovom trenutku trošak, a ne investicija koja se može višestruko vratiti. Takođe, u ovim kompanijama internacionalne sajtove (Travelocity, Expedia., i sl.) doživljavaju kao velike konkurente sa kojima ne vrijedi ulaziti u borbu. Ispitujući i analizirajući ponudu elektronskih usluga u turističkim kompanijama, došlo se do podatka da je kod trećine upitnika, tradicionalna ponuda turističke usluge ocijenjena sa ocjenama 4 ili 5 (skala je od 1 do 5). Ovaj podatak možda najbolje oslikava stanje nezrelog e-turizma u Crnoj Gori. Kao i kod velikog broja preduzeća iz drugih grana industrije u Crnoj Gori, umjesto osvajanja nedovoljno poznatog terena, menadžment svoje razvojne strategije uglavnom usmjerava na smanjenje troškova tradicionalnog poslovanja i tradicionalne komunikacije. Budući na relativno malo domaće tržište i trendove današnje globalne turističke tražnje, nezainteresovanost za makar djelić kolača u svjetskoj turističkoj tražnji je prilično zabrinjavajuća. Odgovori na 35% upitnika pokazuju da na strani turističke ponude postoje očekivanja po pitanju podrške države, ali nedovoljno razumijevanje mogućih domena podrške. Analizirajući 93% kompanija čije je poslovanje potpomognuto ICT-em, došlo se do podataka da menadžmet razumije strateški značaj ovih tehnologija u oblasti turizma, ali kod pitanja o tome da li je u posljednje dvije godine bilo investicija u ovu infrastrukturu odgovor je bio negativan. Iz ovog podatka se vidi da problem sporog prihvatanja ICT u turizmu treba tražiti u organizacionim faktorima. Takođe, lako je zaključiti da čak i kad postoji motivaciona u većini preduzeća često nedostaje finansijska podrška. Iako nije mjeren stepen informatičke pismenosti menadžera i ostalih zaposlenih u preduzećima koja su bila predmet istraživanja, ispitivanja na terenu daju obeshrabrijuće podatke. To znači da u Crnoj Gori treba dodatno raditi na edukaciji svih učesnika u ovim procesima, a upravo u ovom domenu se može zatražiti i očekivati podrška države. Jedan od problema koji je identifikovan prilikom razgovora sa menadžerima i zaposlenima jeste problem nespremnosti kompanija da sarađuju jedni sa drugima. Ako znamo da je turizam visoko informaciono zavisna grana industrije koja pretpostavlja otvorenost i integraciju ponude, onda je jasno da se ovim problemom treba posebno baviti. Iz odgovora na pitanje o razmatranju mogućnosti zajedničkog nastupa na

elektronskom tržištu vidi se da ne postoji zainteresovanost za bilo kakve kooperativne aranžmane, dok sa druge strane u razvijenim tržišnim privredama strateške alijanse u turizmu osiguravaju dobru konkurentsku poziciju na elektronskom tržištu. To opet zahtijeva formiranje sveobuhvatne granske baze podataka, koja u Crnoj Gori za sad ne postoji, barem ne u obliku koji bi bio prihvatljiv. Imajući u vidu nužnost elektronskog upravljanja odnosima sa kupcima (CRM), poračavajući je podatak da samo 5 od ukupnog broja posmatranih kompanija sprovodi neki, razmatranja vrijedan, oblik CRM-a. Na osnovu odgovora u više od 55% upitnika se vidi da ne postoji bilo kakvo znanje o CRM-u, što zajedno sa čestim poistovećivanjem upotrebe e-mejla sa aplikacijom informaciono komunikacionih tehnologija u proces poslovanja, dokazuje tvrdnju o niskoj informatičkoj pismenosti. Nijedan popunjeni upitnik nije dao pozitivan odgovor na pitanje o posjedovanju metodologije ili bilo kakve interne aktivnosti kojim se radi metrika značaja primene ICT u poslovanju. Takođe, u preduzećima ne postoji ambicija da se razdvoje efekti tradicionalnih od elektronskih vidova komunikacije i realizacije transakcija, što opet upućuje na zaključak da ne postoji ozbiljno sagledavanje uloge ICT-a u turističkoj ponudi. Dobijeni rezultati su daleko od pozitivnih, ali usudićemo se da optimistično konstatujemo da možda identifikovanje problema može biti značajan korak na putu kreiranja politike kojom bi turizam u većoj mjeri mogao da iskoristi benefite digitalne ekonomije.

8.6.2. Ocjena kvaliteta nastupa na Web-u Index ocjene kvaliteta nastupa na web-u odnosno WAI (Web Assessment Index) ili kod nekih autora

(Cavia, J.F., Rovira, C., Diaz-Lupe, P.&Cavaller, V., 2014) WQI (Web Quality Index),

72

je visoko ocjenjen i prihvaćen od strane akademske javnosti, ali ne i jednoznačno određen imajući u vidu kriterijume koji se koriste u ocjenama predloženih načina evaluacije. Iako —još uvijek ne postoji univerzalno prihvaćena definicija mjerenja kvaliteta turističkih web sajtoval, kako navode Law i Buhalis (2010), razlikujući pet tipova sistema ocjene kvaliteta: računске metode, metode ocjene korisnika, automatske metode, numeričko kalkulacijske metode i kombinovne metode, koje predstavljaju kombinaciju navedenih i gdje uslovno govoreći kada bi ga svrstavali u neki od ovih tipova, pripada i metod kojim je vršena evaluacija sajtova Crnogorskih kompanija iz oblasti turizma. Ocjena je račena na uzorku od 54 kompanije na strani turističke ponude (turistička organizacija Crne Gore, hoteli i drugi smještajni objekti, turističke agencije, rent-a-car agencije). Kvalitet web stranice je vrednovan na osnovu 4 kriterijuma i to: pristup, brzina pristupa, sadržaj i navigacija. U okviru ovih kriterijuma vrednovani su podkriterijumi: prisutnost na pretraživačima i popularnost u funkciji pristupa, zatim informacioni, komunikacioni i transakcioni sadržaj, dok su za ocjenu navigacije korišćena 2 podkriterijuma: mapa sajta i ključne riječi. Od ukupno 100 poena za ocjenu kvaliteta sajta, 55 je opredjeljeno za sadržaj, a po 15 poena za pristup, brzinu i navigaciju. Od 15 poena za pristup, 5 poena se dodjeljivalo za prisustvo na web pretraživačima, a 10 za broj posjeta na sajtu. Iako sve kompanije koje su predmet analize imaju svoje Web stranice, kvantitativna procjena primjenom Web Assessment Index-a (WAI), pokazaće da nedostaci postoje i da se još puno mora raditi na funkcionalnosti, personalizaciji i promovisanju sajtova. WAI (Web Assessment Index) sajtova iz oblasti turizma u CG se kreće u intervalu od 35,4 do 76,9. Najveći broj web sajtova (77%) uzima vrijednosti iz intervala od 45 do 60. Samo kod 3 kompanije WAI iznosi preko 75 što ih svrstava u grupu najboljih CG sajtova u oblasti turizma. Ostali sajtovi su imali poračavajuće niske indekse ispod 50.

Tabela 8: Sumarni prikaz po analiziranim kriterijumima

Kriterijum	Prisutnost na pretraživačima	Popularnost	Informacioni sadržaj	Komunikacioni sadržaj	Transakcioni sadržaj	Brzina	Mapa sajta	Ključne riječi	Suma	Median	Maximum	
Prisutnost na pretraživačima	2.000000	3.300000	0	13.600000	11.100000	2.500000	13.325000	5.050000	2.250000	53.125000	1.800000	3.800000
Popularnost	0	6.000000	0	16.000000	16.000000	9.000000						



15.00000 1.500000 13.00000 13.200 00 14.700 00 5.0000 00 9.0000 00 0.0000 00 5.0000 00 51.800 00 76.900 00  
 Minimu m 0.800000 0.00000 0 8.000000 9.000000 0.000000 12.100 00 2.0000 00 0.0000 00 35.400 00 Std.Dev  
 0.910754 1.59274 7 3.015748 2.936163 3.872983 0.7517 52 1.6693 84 2.5520 89 9.2230 19 Skewnes s 0.528375 -  
 0.58695 8 - 0.78625 6 0.628971 2.007712 0.2543 83 0.2675 97 0.2010 08 0.5252 51 Kurtosis Jarque- Bera 1.912185  
 1.916719 2.82806 8 1.17303 2 2.246914 2.533277 1.395604 3.463752 6.082179 21.35288 2.0258 99 1.0064 31 2.9931  
 47 0.2387 33 1.0404 04 3.3346 94 4.0498 57 1.8381 29 Probalbil ity 0.383521 0.55626 2 0.281777 0.176952 0.000023  
 0.6045 84 0.8874 83 0.1887 47 0.3988 92 Sum SumSq. Dev 40.00000 15.76000 66.0000 0 48.2000 0 272.0000  
 172.8000 222.0000 163.8000 50.00000 285.0000 266.50 00 10.737 50 101.00 00 52.950 00 45.000 00 123.75 00  
 1062.5 00 1616.2 18 Sample 54 54 54 54 54 54 54 54 54 54 Gledajuci sumarne podatke, vidimo da je prosječna vrijednost  
 za veb sajtove u oblasti turizma 53,12 sto je vrlo malo iznad prihvatljivosti. Najbolji web sajt je ostvario vrijednost od  
 76,90 što predstavlja maksimum za ovaj uzorak. Nasuprot njemu, minimalni učinak ostvario je sajt sa 35,40 bodova.  
 Medijana iznosi 51, 8 što znači da se oko 50% sajtova nalazi ispod ove vrijednosti, a 50% iznad. S obzirom da se turizam  
 izdvaja u Crnoj Gori kao najznačajnija privredna djelatnost, ova analiza je pokazala da je neophodno podići svijest o  
 značaju promocije turističke ponude naše zemlje putem adekvatnog prisustva na Vebu. Iz proste korelacione analize  
 moće se vidjeti da najveća koorelacija postoji izmedju transakcionog sadržaja i konačne sume, najmanja zavisnost  
 postoji izmedju prisutnosti na pretraživačima i konačne sume, dok je pozitivna veza najjača izmeću kategorija koje  
 predstavljaju popularnost sajta i kategorija ključne riječi. (Tabela:Rezultati proste koleracione analize) Tabela 9 :  
 Razultati proste korelacione analize Prisu tno st na pretraži vačima Popu larno st Informa cioni sadržaj Komunika cioni  
 sadržaj Transak cioni sadržaj Brzin a Mapa sajta Ključ ne riječi Sum\_ max Prisutnost na pretraživači ma presence  
 Popularnost 1.00000 0 0.20318 3 0.203 183 1.000 000 0.04599 0 0.11395 6 0.023618 0.263351 - 0.12235 3 0.27032 6 -  
 0.318 252 0.204 399 0.152 315 0.330 567 - 0.249 082 0.472 603 0.0377 20 0.6357 74 Informacion i sadržaj 0.04599 0  
 0.113 956 1.00000 0 0.456491 0.09012 3 0.148 579 0.025 090 - 0.218 829 0.4904 71 Komunikaci 0.02361 0.263  
 0.45649 -- oni sadržaj 8 351 1 1.000000 0.29158 0.299 2 0.082 0.031 0.6766 264 581 607 43 Transakcion - 0.273  
 0.09012 0.332 0.6831 i sadržaj 0.12235 0.291582 1.00000 0.178 - 3 026 3 0 058 0.004 070 801 53 - Brzina 0.31825  
 0.204 0.14857 - 0.17805 1.000 0.196 0.325 0.3081 2 399 9 0.082264 8 000 064 769 75 - Mapa sajta 0.15231 0.330  
 0.02509 0.157 0.4145 5 567 0 0.299581 0.00407 0.196 1.000 0 064 000 509 61 Ključne riječi - 0.24908 2 0.472 603 -  
 0.21882 9 - 0.031607 - 0.33280 1 0.325 769 0.157 509 1.000 000 0.4469 26 Sum\_max 0.03772 0 0.635 774 0.49047 1  
 0.676643 0.68315 3 0.414 561 0.414 561 0.446 926 1.0000 00 Komparacijom ovih podataka sa podacima koji su  
 dobijeni putem ankete, da se zaključiti da marketing stručnjaci crnogorskih turističkih preduzeća treba da ulažu više  
 napora u cilju promovisanja svojih sajtova. To prije svega odnosi na ozbiljniji pristup SEO tehnici kako bi se povećala  
 vidljivost sajta. Mjerenjem brzine pristupa, utvrdili smo najbrži pristup od 4,1 sekunde, a najsporiji od 29,9 sekundi.  
 Najveći broj preduzeća ima brzinu pristupa izmeću 7 i 9 sekundi. Uočili smo takođe, da su preduzeća koja imaju veću  
 brzinu pristupa imala manju količinu sadržaja na sajtovima. Izmjerena brzina pristupa sajtu poklapa se sa  
 nezadovoljstvom ispitanika. Kao što smo vidjeli na Likertovoj 5 stepenoj skali (veoma bitno, bitno, ni bitno ni nebitno,  
 nebitno, veoma nebitno), 76% onih koji pristupaju Web sajtovima turističkih kompanija, brzinu pristupa smatra veoma  
 bitnom, a preostalih 24% bitnom osobinom. Ukupno 88% anketiranih je brzinu pristupa web sajtu ocjenilo ocjenom  
 manjom od 2. Analize su pokazale da Crna Gora ima značajnu stopu rasta Internet korisnika, ali da taj rast nije  
 praćen rastom broja onih koji su zadovoljni. Ispitanici su uglavnom upoznati sa značajem ICT u turizmu, postoji  
 dovoljno znanja i očekivanja od tehnologija e-turizma i stoga ocjenjuju veb sajtove veoma niskim ocjenama. Za  
 cjelokupnu ocjenu veb sajtova od strane korisnika, od ukupno 350 anketiranih, samo su 23 korisnika ukupnu Web

prezentaciju turističke ponude ocijenili sa ocjenom većom od 3 (na skali od 1 do 5). Ova informacija može biti značajna za subjekte na strani ponude prilikom definisanje fokusa daljeg rada na kvalitetu sajtova. Jedan od problema koji je identifikovan prilikom analize je vrlo mali stepen veza Crnogorskih veb sajtova sa sajtovima turističkih kompanija iz drugih zemalja. Ako znamo da je turizam visoko informaciono zavisna grana industrije koja pretpostavlja otvorenost i integraciju ponude, onda je jasno da se ovim problemom treba posebno baviti. Ovaj problem zasluđuje posebnu pažnju jer u razvijenim tržišnim privredama strateške alijanse u turizmu osiguravaju dobru konkurentsku poziciju na elektronskom tržištu. (Rondović B., Lazović V. i dr. 2015.)

8.6.3. Ocjena kvaliteta nastupa na društvenoj mreži (Facebook)

Istraživanja na temu ocjene efekata nastupa kompanija na društvenim mrežama su počela znatno kasnije u odnosu na istraživanja koja se bave efektima nastupa na Veb sajtovima. Oslanjanje na društvene medije na tržištu turističkih proizvoda pokazalo se kao odlična strategija, i mnoge zemlje smatraju društvene medije važnim sredstvom za promovisanje svog turizma (Zeng B., 2013). Muntinga, Moorman, and Smit (2011) su analizirali i predviđali ponašanja potrošača u skladu sa strategijama nastupa kompanija na društvenim mrežama. Hsu (2012) je u analizi značaja društvenih mreža, predložio instrumente za ocjenu kvaliteta e-marketing nastupa u Tajvanskim hotelima, a kasnije je ovaj metod prilagodjen za ocjenu kvaliteta nastupa na društvenim mrežama kako bi bio primjenjivan za preduzeća iz svih grana industrije. (Miranda F. J. i dr. 2013.)

Premda postoji veliki broj različitih društvenih mreža, Facebook iako nije klasičan recenzentski sajt, zahvaljujući broju korisnika, širokoj prihvaćenosti i načinu upotrebe predstavlja opravdan izbor kada je u pitanju relevantna društvena mreža u oblasti turizma. Index ocjene kvaliteta nastupa na Fejsbuku (FAI) je za potrebe ovog rada, rađen na istom uzorku kao i prilikom testiranja veb nastupa. FAI (Facebook Assessment Index), je izračunat na osnovu rezultata ocjene tri kriterijuma: popularnost, interaktivnost i sadržaj. Za ocjenu efekata upotrebe Fejsbuka i za izračunavanje konačne vrijednosti indeksa korištena je formula koju su predložili

Miranda, F.J, Chamorro, A., Rubio, S. i Morgado, V. u svom istraživanju (2013): FAI = w1 x

72

Popularnost + w2 x Interaktivnost + w3 x Sadržaj

Shodno značaju indikatora, za ocjenu efekata upotrebe facebook-a na skali od 0 do 100, 25% (w1) je opredjeljeno za popularnost, 40% (w2) za interaktivnost i 35% (w3) za sadržaj. Za ocjenu popularnosti korišćen je broj pratilaca na facebook stranici kompanije, dok je za ocjenu interaktivnosti uzeto u obzir 5 preporučenih indikatora i to: ? Nedeljni broj postova —na zidull ? Prosječan broj —lajkovall po postu, računat na bazi poslednjih deset postova. ? Prosječan broj komentara po postu (računajući poslednjih 10 postova) ? Prosječan broj —šerovanihll odnosno podijeljenih postova ? Prosječan broj korisničkih postova na koje je kompanija odgovorila u poslednja 24h, (na bazi poslednjih 10 postova koji zahtijevaju odgovor kompanije) Za ocjenu kvaliteta sadržaja koristili smo 22 preporučena indikatora (informacije o kompaniji, video, informacije o proizvodu, fotografije, korporativni identitet, druge Fejsbuk stranice, marketinške poruke, potraživanja i sugestije, događaji, humanitarne akcije, ankete, web sajt, eksterni linkovi, E-komerc aplikacija, lokacija, kuponi ili posebne ponude, telefon, igre / takmičenja, e-mail, preuzimanja, kontakt forme i karijere). Od 54 analizirana preduzeća, njih 39 imaju profil na društvenim mrežama, postavljaju —postovell o svojim aktivnostima, proizvodima, uslugama, društveno odgovornom angažmanu i sl., ali konkretnih marketing kampanja ima jako malo. Što se korisnika tiče od 350 anketiranih internet korisnika u Crnoj Gori blizu 49% prati rad preduzeća na društvenim mrežama, pri čemu je 97% njih taj nastup ocijenilo ocjenom manjom od 2. (Slične ocjene su dobijene upotrebom FAI) Od preostalih 51% korisnika Interneta koji nisu korisnici drustvenih mreža, njih

81% to namjerava ubrzo da postane Očekivanja korisnika, po pitanju nastupa preduzeća na društvenim mrežama bila su nešto manja od očekivanja od veb sajtova. Korisnici nedostatke u korišćenju ovih mreža vide u: nemogućnosti interakcije, zakašnjelim odgovorima preduzeća na postavljena pitanja, malom broju postova, nedostatku pravih marketinških kampanja, nedostatku sadržaja u vezi za onlajn transakcijama, nemogućnosti preuzimanja aplikacija i dokumenata. Podaci koji su dobijeni od anketiranih lica i upotrebom Indexa za ocjenu Fejsbuk nastupa - FAI (Facebook Assessment Index ) navode na zaključak da marketing stručnjaci u tim preduzećima vrlo površno razumiju potencijal društvenih mreža, vrstu očekivanog prisustva u zajednici i načine eksploatacije velike količine podataka do kojih zahvaljujući društvenim mrežama mogu doći. S obzirom na to da se vrijednost ovog indeksa kreće u rasponu od 0 do 100, samo jedna organizacija prelazi polovinu ove vrijednosti, sa oko 70 poena. Ukupno 11 ima indeks u rasponu od 40 do 70, i najveći broj njih je u rasponu od 20 do 40 poena. Ocjenom popularnosti uočili smo da 91% preduzeća ima manje od 1000 pratilaca, što navodi na zaključak da u preduzećima nedostaju znanja i vještine marketing stručnjaka da privuku nove pratioce. Sa niskim brojem pratilaca preduzeća ne mogu računati na visok nivo komunikacije. Pri ocjeni interaktivnosti, takođe su dobijeni loši rezultati, a prosječni nedjeljni broj postova je manji od 2, dok za samo 5 preduzeća iznosi preko 30. Varijabilitet u prosječnom broju lajkova po postu je prisutan između organizacija i kreće se od 1 pa do 137 lajkova, dok su komentari i share-ovi rijetko prisutni na ovim stranicama i kreću se u rasponu od 0 do 3. Ono što je primjećeno pri proučavanju brzine odgovora na pitanja pratilaca je da su pitanja uopšte rijetko postavljena, što znači da ljudi još uvijek slabo koriste ovu mogućnost, već možda za dobijanje informacija preferiraju kontakt putem telefona ili uživo. Samo 3 preduzeća koja su bila predmet analize odgovara na korisničke postove u roku od 24h, dok ostali odgovaraju sa nešto većim zakašnjenjem. Najveće vrijednosti FAI dobijene su pri ocjenjivanju sadržaja. Analiza ovog kriterijuma je pokazala da preduzeća uglavnom, postuju sve što ima karakter informativnog sadržaja, kao i da su postavljene sve informacije neophodne za kontakt i komunikaciju. S druge strane, uočili smo da nedostaju sadržaji koji su u vezi sa elektronskim transakcijama, kao i da samo 5 preduzeća dozvoljava pristup aplikacijama i preuzimanje dokumenata putem Fejsbuka. Preko 99% preduzeća nema sekciju u kojoj turisti mogu da postave svoje predloge, sugestije i žalbe, što kod korisnika može da stvori utisak da se preduzeća pribojavaju javnog plasmana informacija koje bi mogle biti pogubne za njihovo poslovanje. Samo jedno preduzeće putem Fejsbuka nudi informaciju o potrebi za novim kadrovima, ali se konkursi i prijave realizuju klasičnim procedurama. Prostom korelacionom analizom utvrđeno je da su kriterijumi u pozitivnoj koorelaciji, pri čemu najveći stepen korelacije postoji između interaktivnosti i popularnosti (0,501), a nešto manji (0,409) između popularnosti i sadržaja. Ovi nalazi su i logični jer Fejsbuk stranice koje bolje stupaju u interakciju sa korisnicima i koje imaju kvalitetniji sadržaj, tj. relevantne informacije, takođe imaju i veći broj pratilaca koji očekuju određene benefite od tih Facebook stranica. Bez želje da kritikujemo odomaćenu marketing praksu, dobijena konačna vrijednost Facebook Assessment Index-a pokazuje da u crnogorskim preduzećima na strani turističke ponude za sada, nije prepoznata uloga društvenih mreža, kao i to da borba za dugoročnu finansijsku samoodrživost pretpostavlja postojenje kvalitetnijeg marketing nastupa putem ovog Internet instrumenta.

**Kako u Crnoj Gori tako i u ostalim zemljama u**

225

razvoju u regionu jako malo turističkih subjekata brine o svom prisustvu na društvenim mrežama na pravi način. Bilo zbog toga što nisu prepoznali njihov značaj ili što ne znaju da ih koriste tek ovi potencijali nisu dovoljno iskorišćeni i veoma je važno promovisati njihove mogućnosti. 9. INFORMACIONO KOMUNIKACIONE TEHNOLOGIJE I SIGURNOSNI

IZAZOVI Bilo bi utopistički vjerovati da kriminalci novog milenijuma neće iskoristiti mogućnosti koje nudi tehnološka (r)evolucija, a jednako nerealno bilo bi vjerovati da se protiv ovih kriminalaca i kriminala može boriti bez prihvatanja i korišćenja novih tehnologija i novih mogućnosti. (Flor R., 2011) 120 9.1. Koncept informacione bezbjednosti Gotovo svi kompleksni sistemi i ključni sektori koji grade ekonomski sistem kao što su finansijski, zdravstveni, energetski, transportni itd. u mnogome zavise od primjene tehnologije, a mnogi poslovni modeli se oslanjaju na neprekidnu dostupnost Interneta i nesmetano funkcioniranje informacionih sistema. Kako informaciono komunikacione tehnologije sve više postaju okosnica svjetskog ekonomskog rasta i kritičan resurs na koji se oslanjaju svi privredni sektori, tako postaje sve očiglednije da je digitalni svijet, koliko god da donosi ogromne prednosti, zapravo veoma ranjiv. Broj incidenata u sajber prostoru, bilo da su izazvani namjerno ili slučajno se povećava alarmantnim tempom i ima potencijal da poremeti ponudu osnovnih usluga koje obično uzimamo zdravo za gotovo, kao što su snadbijevanje vodom, zdravstvena zaštita, električna energija ili mobilne usluge. Prijetnje mogu biti različitog porijekla, motivi se kreću u rasponu od namjernog nanošenja štete (krađa, brisanje i izmjena podataka, obaranje sistema i sl.) iz zabave, pa do nanošenja štete (na udaljenom informacionom sistemu) zbog neke koristi (finansijske ili nematerijalne), a napadi uključuju kriminalne, političke, terorističke, napade pod pokroviteljstvom država ili pak nenamjerne greške. (European Commission, 2013:3) Ideja koncepta informacione bezbjednosti nije nova. Naime, šezdesetih godina prošlog vijeka u SAD je razvijen koncept tzv. komunikacione bezbjednosti (COMSEC – 120 Roberto Flor (2011). Cyber-criminality: finding a balance between freedom and security,

**Cybercrime: Global Phenomenon and its Challenges** Courmayeur Mont Blanc, Italy 2-4 December 2011 192

communication security). Sa pojavom računara sedamdesetih godina, razvijen je i koncept kompjuterske bezbjednosti (COMPUSEC – computer security). Krajem osamdesetih

**godina, COMSEC i COMPUSEC** su objedinjeni **u informacionu** bezbjednost **(INFOSEC – information security)**, što **je** značilo integraciju **ranije** 130

odvojenih sfera bezbjednosti osoblja, kompjuterske bezbjednosti, komunikacione bezbjednosti i operative bezbjednosti.121 Konačno od 2000. godine se odomaćio termin CYBER (sajber/kiber) bezbjednosti u skladu sa prihvatanjem sajber prostora kao jednog novog virtuelnog svijeta i sredine u u kojoj

**nacionalne granice nisu zaštićene geografskim barijerama niti obasute vojnim snagama,** 122

već se formira jedan

**globalni informacioni ambijent, koji čine** izmiješane **civilne i vojne informacione mreže** i **122**  
**tehnologije, sa elektronskim putanjama koje povezuju pojedince, grupe, organizacije i nacije širom**  
 svijeta **i kojima se razmenjuje enormna količina najraznovrsnijih podataka i informacija.**

(Petrović S. 2001) Akcenat informacione bezbjednosti stavljen je na sprečavanju neautorizovanog pristupa informacionim sistemima, čime su garantovani povjerljivost, integritet i raspoloživost informacija, kao i sprečavanje

**lišavanja usluga autorizovanih korisnika, uključujući neophodne** mjere **detekcije,** **89**  
**dokumentovanja i otklanjanja takvih**

prijetnji. (Slika: Informaciona bezbjednost) Istovremeno, informaciona garancija (IA – information assurance ) podrazumijeva autentičnost i neporicljivost informacija koja, za razliku od informacione bezbjednosti, obuhvata i operativnost i osjetljivost na vrijeme, odnosno detekciju i reakciju na kojima se zasniva koncept informacionog ratovanja i odbrambenih informacionih operacija (DIO – defensive information operations ). (Mijalković S., Aretina V., Bošković G., 2010) Danas informacije i informacioni tokovi poput krvotoka povezuju ljude, organizacije i nacije širom svijeta, ali sa usponom umreženog društva istim tempom se umnožavaju i prijetnje koje ugrožavaju povjerljivost, integritet i dostupnost informacija. Savremeno poimanje nacionalne, ali i drugih nivoa bezbjednosti nezamislivo je bez 121

**Petrović, L.( 2007) Informaciona sigurnost u savremenom svetu, InfoM – Časopis za** **83**  
**informacione tehnologije i multimedijalne sisteme, broj 24, FON, Beograd, 2007, str. 10–11**

prema Mijalković S., Aretina V., Bošković G. (2010) sektora tzv. informacione bezbjednosti. Cyber napadači, haktivisti, kriminalni elementi, pa i same države danas koriste internet da: ? otežaju ili ugroze pristup informacijama ? unište informacije ? ukradu informacije ? manipulišu informacijama ? mijenjaju kontekst u kome bi informacije trebalo da budu viđene ? mijenjaju percepciju ljudi u odnosu na informacije Informaciona bezbjednost Informaciona bezbjednost Slika 9: Informaciona bezbjednost Informaciona bezbjednost nije samo jedan od sektora

**bezbjednosti, već** je **i presjek svih** sfera **bezbjednosti u kojima informacione tehnologije** **212**  
**zauzimaju**

važno mjesto. Informaciona bezbjednost je, dakle, integralna komponenta nacionalne bezbjednosti koja podrazumijeva stanje zaštićenosti životno važnih vrijednosti i interesa pojedinaca,

**društva i države u informacionoj sferi od spoljašnjih i unutrašnjih opasnosti (rizika), odnosno stanje zaštićenosti informacione sredine društva koje omogućava njeno formiranje, korišćenje i razvoj u interesu građana, organizacija i**

130

države. Stoga je realno očekivati razvoj, pa i predominaciju ovog sektora nacionalne bezbjednosti (Mijalković S., Aretina V., Bošković G., 2010) Tradicionalni pristup koji kao najveće opasnosti po društvo i državu prikazuje vojne prijetnje je koncept koji se danas, kada je sve teže kontrolisati protok dobara, ljudi i informacija, pod uticajem rizika koji dolaze iz informatičke sfere predefinisao, pa čak i

**vojne, obavještajne i druge operacije zajednice zavise od sajber bezbjednosti.**

11

**Mogućnosti koje se vezuju za informaciono komunikacione tehnologije zavise od sposobnosti zemalja da se djelotvorno uhvate u koštac sa dodatnim izazovima informacione bezbjednosti i da preduzmu korake da aktivno učestvuju, kako bi omogućili zaštitu na svim nivoima informacionog sistema.**

11

**Povjerljivost, integritet i dostupnost podataka i mreža, uključujući kritičnu informatičku infrastrukturu, od centralnog su značaja za razvijene informacione sisteme svih, a naročito zemalja u razvoju.**

11

**Tema kritične infrastrukture postaje nezaobilazna tema, posebno posljednjih nekoliko godina. S elementima kritične infrastrukture susrijećemo se u svim sferama svakodnevnih aktivnosti. Ne prepoznali se važnost tog zadatka, kao prioritet na najvišem nivou odlučivanja, bojazan od nedovoljnog ulaganja u kritičnu infrastrukturu postaje opravdana, a ekonomija izložena velikom riziku. Preduslovi za kvalitativni napredak i povezanost svih segmenata sigurnosti kritične infrastrukture počiva u specifičnim znanjima, posebno iz ICT područja u koja treba ulagati znatna sredstva da bi se preventivni mehanizmi prije povezali u strateški okvir za kritičnu infrastrukturu.**

11

(MIDT, 2014) Države su razumije se naročito zabrinute za nacionalnu bezbjednost i mogućnost da državni ili nedržavni akteri ili grupe ukradu, promjene, unište ili na neki drugi način kompromituju ključne informacije i informacione strukture. Za nacionalnu bezbjednost naročito je značajan problem ometanja telekomunikacija, električne energije, energetskih cjevovoda, rafinerija, finansijskih mreža, zdravstvenih sistema i drugih esencijalnih službi. (Buckland B.S., Schreier F.,

Winkler T.H., 2010 ) 9.2. Kritična infrastruktura (KI) Pomenuti resursi predstavljaju dio ključne infrastrukture koja obuhvata

**sistem snabdijevanja električnom energijom, finansijski i bankarski sistem, IT, telekomunikacije, zdravstvo, proizvodnju bezbjednog proizvoda biljnog i životinjskog porijekla, sektor transporta, službe za vanredne situacije, policiju, kao i sektor odgovoran za kontinuitet funkcionisanja Vlade.** 11

**Pojava informatičke revolucije dovela je do porasta elektronskih informacija koje definišu same djelove** 11

**ICT, kao važnu kritičnu infrastrukturu, a sa druge strane nameću se kao vrijedno rešenje za zaštitu kritične infrastrukture u širom smislu.** 185

(MIDT, 2014) Prema Metodologiji izbora kritične informatičke infrastrukture u Crnoj Gori, ključna

**infrastruktura se odnosi na imovinu, sisteme usluge ili njihov dio, čijim bi se prekidom rada ili uništenjem ugrozile ključne društvene funkcije: zdravlje, mir, bezbjednost, ekonomsko i socijalno blagostanje ili normalno funkcionisanje države, dok se kritična informatička infrastruktura (KII) odnosi na ICT infrastrukturu** 11

(Tabela:Kritični sektor ICT - Podsistemi i operatori u Crnoj Gori) od čijeg funkcionisanja zavisi ključna infrastruktura. Premda je međusobna zavisnost i isprepletanost KI i KII izuzetno velika, nije lako identifikovati i razdvojiti jednu od druge.

**Sajber prostor je primjer infrastrukture koja je postala kritična, jer predstavlja integralni dio svakog pojedinca. Pojedini djelovi infrastrukture (telekomunikacije, mreže, internet) su od izuzetne važnosti tako da njihovo nefunkcionisanje ili ograničeno funkcionisanje može dovesti do ozbiljnih posledica i problema.** 11

Tabela 10 :Kritični sektor ICT - Podsistemi i operatori u Crnoj Gori 1.Informacioni sistemi i mreže -Internet provajderi, 2.SCADA sistemi -Operatori mobilne i fiksne Informacione i 3.Internet telefonije, komunikacione 4.Fiksna i mobilna telefonija -Radio difuzne kompanije, tehnologije

5. Radio komunikacija i -Pošta navigacija 6. Radio difuzija 7. Poštanske usluge

11

Izvor: Metodologija izbora kritične informatičke infrastrukture u Crnoj Gori, MIDT 2014

Pojava informatičke revolucije, dovela je do porasta elektronskih informacija koje definišu same  
djelove informaciono komunikacione tehnologije, kao

11

važnu kritičku infrastrukturu, a sa druge strana nameću se kao vrijedno rešenje za zaštitu kritičke infrastrukture u širem smislu. Telekomunikacione mreže

se na svim nivoima smatraju neodvojivim dijelom društvene interakcije. Treba posebno  
naglasiti da kompletna elektronska komunikaciona infrastruktura koja se sastoji od komunikacionih  
mreža, distribuiranih računarskih sistema, softvera i aplikacija igra ključnu ulogu u unaprijeđenju  
ukupnog znanja i tehnologije. Zahvaljujući njenoj mogućnosti da okupi —kritičnu masu ljudi, ideja i  
investicija, ona na različite načine doprinosi napretku na svim nivoima društvenog i ekonomskog

52

izvota. (Gospić N., Murić G., Bogojević D., 2012)

Postoji više definicija KI, ali u principu sve se one odnose na sredstva i imovinu koja je ključna za  
neometano funkcionisanje ekonomije i društva.

52

Okvir kritične infrasture je u mnogim zemljama i organizacijama različito definisan, npr: Američka definicija glasi:

—Kritična infrastruktura i osnovni resursi (Critical infrastructure and key resources - CIKR) je pojam  
koji se odnosi na širok opseg različitih sredstava i imovine koji su neophodni za svakodnevno  
funkcionisanje društvenih, ekonomskih, političkih i kulturnih sistema u Sjedinjenim Američkim Državama.  
Bilo kakav prekid u elementima kritične infrastrukture predstavlja ozbiljnu prijetnju za pravilno  
funkcionisanje ovih sistema i može dovesti do oštećenja imovine, ljudskih života i značajnih  
ekonomskih gubitaka.

52

122 Evropska Unija definiše sledeće:



(a) **Kritična infrastruktura predstavlja imovinu, sistem ili njegov dio koji se nalazi na teritoriji zemlje članice i koji je neophodan za održavanje ključnih društvenih funkcija, zdravstva, bezbjednosti, sigurnosti, ekonomskog ili socijalnog blagostanja, a čije bi ometanje ili uništenje imalo značajan uticaj na zemlju članicu.** (b) **Evropska kritična infrastruktura –podrazumijeva kritičnu infrastrukturu lociranu na teritoriji zemlje članice, čije bi ometanje ili uništenje imalo značajan uticaj na bar dvije zemlje članice. Značaj poremećaja u funkcionisanju**

11

122

**Murray A.T., Grubešić, T.H. (2012).**, "Critical infrastructure protection: The vulnerability conundrum," **Telematics and Informatics, vol. 29,** no. 1, **pp. 56-65,**

188

February 2012., prema Gospić N., Murić G., Bogojević D. (2012) ; MIDT (2014)

**elemenata kritične infrastrukture treba da se procijeni na osnovu kriterijuma meĎuzavisnosti. To podrazumijeva efekte nastale kao rezultat meĎusektorske zavisnosti od drugih tipova infrastrukture.**

11

(Gospić N., Murić G., Bogojević D., 2012) ; (MIDT 2014) Tipovi kritične infrastrukture veoma su različiti od države do države i zavise od stavova onih koji odlučuju. U Crnoj Gori npr., kritički sektori identifikovani

**od strane Ministarstva za informaciono društvo i telekomunikacije, su u skladu sa**

223

pozitivnom praksom u svijetu i podrazumijevaju: ?

**Informacione i komunikacione tehnologije ? Bankarstvo i finansije ? Energetiku ? Zdravstvo ? Poljoprivredu, bezbjednost hrane, šumarstvo i vodoprivredu ? Bezbjednost i odbranu ? Transport**

11

? Državne organe/Usluge Vlade CG (MIDT, 2014)

**Imajući u vidu definicije, možemo reći da kritične infrastrukture u okviru jedne države predstavljaju složene —sisteme sistemall. Veliki značaj koji infrastrukture identifikovane kao**

90

**kritične imaju na društvo, obavezuje na stvaranje dovoljno dobrih sigurnosnih mjera koje će služiti za umanjeње rizika od prekida rada. Međuzavisnosti obično nisu dovoljno dobro istražene i poremećaji u okviru jedne infrastrukture lako mogu da se prenesu u druge. Kritične infrastrukture su povezane na različitim nivoima i kvar na elementu jedne infrastrukture može lako da se odrazi na elemente druge i obratno.**

123 Dnevno se u svijetu dese na desetine hiljada

**različitim manje ili više opasnih napada u cyber prostoru. Aktivnosti vodećih zemalja svijeta i međunarodne organizacije u** 124

44

123

**C. Rajmohan, G. Subramanya and N. Sharma, "Telecommunication Networks: Security Management," Tata Consultancy Services Limited, 2012.**

52

prema: Gospić N., Murić G., Bogojević D. (2012) 124 Godine 2009. Američki predsjednik proglasio je

**američku digitalnu infrastrukturu —strateškom nacionalnom imovinomll, a u novembru 2010. Pentagon je**

44

uspostavio USCYBERCOM,

**kako sa svrhom odbrane američkih u početku vojnih, a danas već i civilnih mreža tako i sa svrhom napada na mrežne sisteme drugih zemalja. USCYBERCOM je**

166

uspostavljen nakon Operacije Buckshot Yankee iz 2008. - posljednjih nekoliko godina, potvrđuju rastuću svijest o učestalosti i razornosti tih napada. 9.3. Pojam sajber bezbjednosti Termin cyber bezbjednosti je predmet akademskih, kao i velikog broja empirijskih istraživanja i to iz različitih perspektiva i gledišta, pa shodno tome možemo sresti i različite definicije ovog pojma. Na osnovu najnovijih razmatraju u literaturi (Fischer, 2014.); (Spalević, 2014.); (Kundi & Nawaz, 2014.); (Rainie, Anderson & Connolly, 2014.); (Craigien, Diakun-Thibault & Purse, 2014.) može se zaključiti da definicija sajber sigurnosti prilično varira u zavisnosti od perspektive i ugla iz kojeg se posmatra. Fischer (2014), navodi da se radi o širokom i pomalo zbunjućem konceptu, koji ima tendenciju da se ne uklopi ni u jednu preciznu definiciju, ali se autori ipak često slažu sa postavkama koje navode Rainie, Anderson, i Connolly (2014) definišući sajber sigurnost kao "skup aktivnosti i drugih mjera kojima je cilj zaštititi od napada, prekida, ili drugih prijetnji - računarske mreže, hardver i softver

uređaja, informacije koje oni sadrže, kao i druge elemente cyber prostora ", S obzirom da bi to mogla biti previše tehnička zapažanja, Craigen, Diakun-Thibault i Purse (2014) predlažu sljedeću definiciju, koja integriše ključne koncepte prisutne u literaturi i shvata cyber bezbjednost kao —organizovanje i prikupljanje sredstava, procesa i struktura u cilju zaštite cyber prostora ". Burt, Nikola, Sullivan i Scoles (2013); Ayofe i Irwin (2010) i Vuković (2012) definišu cyber sigurnost i cyber kriminal iz ugla pojedinca, biznisa i države i generalno se slažu u tome da je vlada ta koja mora obezbijediti siguran cyber prostor i građanima i privredi, uz obezbijećenje nacionalne bezbjednosti. Međunarodna

**organizacija za standardizaciju (ISO) definiše sajber bezbjednost kao „očuvanje povjerljivosti, integriteta i dostupnosti informacija u sajber prostoru—.**

8

**operacije čišćenja vojnih računarskih sistema od crva koji je izvršio do sad najveće kompromitovanje nekog vojnog sistema. Pretpostavlja se kako je crva agent.btz strana obavještajna služba pomoću USB flash memorije postavila na vojni laptop negdje na Bliskom istoku odakle se crv učitao u povjerljive vojne sisteme (U.S. Central Command). Maliciozan kod ostao je neprimjetan, a omogućavao je slanje podataka na strane servere. Operacija odbacivanja napada trajala je 14 mjeseci.**

44

**Holandija je ponudila nešto širu definiciju: „slobodall od opasnosti ili štete prozrokovane prekidom, kvarom ili zloupotrebom rada ICT-a. Opasnost ili šteta prouzrokovana prekidom, kvarom ili zloupotrebom može se sastojati od ograničenja dostupnosti ili pouzdanosti ICT-a, kršenja privatnosti informacija sačuvanih na ICT uređajima ili šteta integritetu informacija. ITU takođe definiše široko sajber bezbjednost kao: „Kolekcija alata, pravilnika, sigurnosnih koncepata, zaštita, smjernica, pristupa u upravljanju rizicima, akcija, obuka, najboljih praksi, uvjerenja i tehnologija koje se mogu koristiti radi zaštite sajber okruženja i organizacija i korisničke imovine. Sajber bezbjednost pretenduje da obezbijedi postizanje i održavanje bezbjednosti imovine organizacije i korisnika protiv relevantnih sigurnosnih rizika u sajber okruženju. Generalni bezbjednosni ciljevi se sastoje od sljedećeg: dostupnosti; integriteta, koji može uključiti autentičnost i neporečivost; i povjerljivosti.—**

8

(Government of Montenegro, 2013)

**Potrebno je odrediti prioritete, izgraditi odbranu zasnovanu na podacima i analizama, što omogućava brz odgovor na cyber napad**

176

i iskoristiti tehnologiju kao svoju prednost tj iskoristiti prednosti digitalnog, razumjeti rizike i upravljati njima (Slika: Upravljanje Cyber rizicima) u umreženoj sredini na način koji će opravdati investicije u tehnologiju. U tu svrhu mjere koje bi mogle da dovedu do odgovarajuće zaštite su sledeće: obezbijećenje sredstava za preventivno djelovanje (prevencija, obuka i vježbe); obezbijećenje najranijeg mogućeg odziva na incident (ublažavanje); obezbijećivanje kapaciteta

**za brzu detekciju tekućeg incidenta (detekcija i rano upozoravanje); suočavanje sa** posledicama **11**  
**tokom incidenta (odgovori); povratak sistema u normalno funkcionisanje** što **je prije moguće**  
**(oporavak);** i izvlačenje odgovarajuće **pouke iz** događaja **i** povratna informacija (tz. **feed-back**)  
**odgovarajućim akterima (naučene lekcije).**

(MIDT, 2014) Slika 10: Upravljanje Cyber rizicima U

**cilju uspostavljanja sveobuhvatnog okvira koji je sposoban da odgovori na savremene izazove u** **3**  
**sajber prostoru, neophodno je analizirati sigurnosne domene predstavljene na**

više nivoa. Ognjanović I. i Šenedelj R.. (2015) izdvajaju sledeće: ? Državni

**nivo (engl. Governmental Domain ). Unutar vlade neke** države, **nije neobično da postoji i do** **3**  
**desetak različitih agencija i tijela za nacionalnu sajber sigurnost u različitim oblicima, uključujući i**  
**vojsku, pravosuđe, ekonomiju i privredu, infrastrukturu, telekomunikacija, itd. S obzriom da svaka**  
**država mora da** uspostavi **jasne i snažne** **mjere zaštite svoje kritične infrastrukture, navedena**  
**organizacija na nivou vlade jedne** države **zahtijeva dodatne mjere koordinacije i uspostavljanja**  
**koherentnosti u akcijama. ? Međunardoni nivo (engl. International Domain ). Strategija svake** države **u**  
**sajber bezbjednosti podrazmijeva i obuhvata** međunarodnu **dimenziju, upravo zbog globalnosti Interneta**  
**i infromacija koje se prenose. Ovime se dobijaju**

**sljedeći nivoi i aspekti u analizi** međunarodnog **nivoa sajber bezbjednosti: od** međunarodno **3**  
**obavezujućih ugovora(npr. Council of Europe Cybercrime Convention), do politički obavezujućih**  
**ugovora (npr. Confidence Building Measures in Cyberspace), kao i nevladinih sporazuma** među  
**tehničkim sertifikacionim tijelima (npr. članstvo u FIRST ili sličnim tijelima). ? Nacionalni nivo (engl. National**  
**Domain ). Osim aktivnosti vlade i vladinih institucija, neophodno je uključiti sve ostale učesnike: provajdere**  
**telekomunikacionih usluga, privatni** sektor, **civilno društvo itd. Ovakav pristup uključivanja svih činilaca na**  
**nacionalnom nivou je opšte prihvaćen i poznat pod nazivom Nacija kao jedno (engl. Whole of Nation ), a**  
**vlade mnogih** država **se odlučuju na preuzimanje mjera za podsticanje saradnje** među **svim akterima**

na nacionalnom nivou (osim direktnog benefita u povećanju nivoa zaštite, daje se mogućnost i komercijalizacije itd).

9.4. Fenomen sajber kriminala Naučno tehnološki napredak stvara nove mogućnosti za kriminalce, nove tipove kriminala i naravno nove izazove u sprovođenju zakona. (Ayofe, N.A., Irwin, B., 2010:62) Prvi evidentirani slučaj računarskog

kriminaliteta pojavio se 1958. godine dok je prvi slučaj gonjenja na federalnom nivou SAD bio izmjena 89

bankarskih zapisa 1966. godine, a prvi slučaj zabeležen u Evropi bila je jedna tipična softverska krađa, koja se desila u Finskoj 1968. godine. Dakle već šezdesetih godina je bilo izvještaja o kompjuterskim manipulacijama, sabotajama, špijunažama i nelegalnim korišćenjima računarskih sistema, dok su sedamdesetih godina viđeni prvi ozbiljni tretmani kompjuterskih kriminala, a relativno ograničena uloga računara u tadašnjem svakodnevnom životu usmjerila je ove prekršaje na krađe i prevare vezane za telekomunikacione usluge i prenos elektronskih sredstava. U narednim decenijama sa povećanjem umreženih personalnih računara transformiše se kompjuterski kriminal i stvara se potreba za specifičnim zakonima vezanim za ovu vrstu kriminala. Evolucija takvog zakonodavstva slijedi uzastopne trendove na polju informacionih sistema i zabrinutosti za zloupotrebu računarskog sistema. Greškom u programu nazvanom —internet cvll 1988. godine oboreno je 6000 računara. Problemi neovlašćenog pristupa privatnim informacijama skrenuli su pažnju na mogućnost krošćenja računara u svrhe privrednog kriminala. Tako je u periodu od juna do avgusta 1994. godine prilikom osamnaest upada u sistem Citybank izvučeno preko deset miliona dolara, a počilnac je uhvaćen naredne godine u Londonu. Sa povećanom upotrebom personalnih računara povećala se i briga za zaštitom od neovlašćenog pristupa računarskim podacima. Sve veća umreženost je uveličala tu brigu i dovela do novih problema, poput napada na udaljene računare i mreže i dala život djelima kao što su povrede autorskih prava, distribucija nedozvoljenih sadržaja itd. Brz tehnološki razvoj nastavlja da stvara nove izazove. Sve veća prisutnost na internetu i mrežama izlaže računare novim opasnostima od spoljnih napada, prenos ilegalnih sadržaja, DoS (Denial of service) napada i širenja malvera. Razvoj telekomunikacija i računarstva transformisao je mobilne uređaje u minijaturne umrežene računare sa takođe velikim potencijalom za kriminal. Prema statistikama danas svake sekunde četrnaestoro odraslih postanu žrtve nekog od tipova sajber kriminala. U 2013. godini više od 1.400 finansijskih institucija iz 88 zemalja su postale žrtve sajber-napada, a bilo je ugroženo više od 600 miliona ličnih podataka - što je povećanje od 62% u odnosu na prethodnu godinu. (Cameron, 2013) Sajber kriminalci su odavno shvatili potencijal interneta za zlonamjerne svrhe i često koriste sofisticirane tehnologije brže nego što vlade uspijevaju da razviju strategiju sajber sigurnosti. Neki su izuzetno sposobni i opasni, dok su neki manje sposobni, ali i dalje često efikasni posebno kada su u pitanju lake mete. (Kshetri, 2010.) Šteta sa katastrofalnim uticajem može uzrokovati i iz daljine, —a za identifikaciju i iskorištavanje ranjivosti sajber kriminalcima su dovoljni računar i znanje. (Yeboah- Boateng i Tadayoni, 2010.) Ideja o posebnoj kategoriji kriminala nastaje otprilike u isto vrijeme kada su računari postali mejnstrim. U svijetu se koriste mnogi termini koji označavaju ovu pojavu: computer abuse, computer fraud, crime by computer, tehno kriminal, računarski kriminal itd.

**Od pojave prvih oblika kompjuterskog kriminala do njegovog** definisanje **prošlo je mnogo godina,** **24**  
**odmah zatim pojavio se novi fenomen – cyber kriminal. Sve učestaliji vidovi i načini zloupotrebe**  
**podstakli su naučnu i stručnu javnost da se pozabavi** obim **oblikom kriminalnog ponašanja.**

**cyber kriminal opisuje kriminalne aktivnosti koje su počinjene korišćenjem elektronskih** **24**  
komunikacionih **medija**

i predstavlja

**svaku kriminalnu** djelatnost **koja se vrši uz upotrebu računara i računarskih sistema i** **206**

mreža.

**U principu on uključuje bilo koje krivično** dijelo **koje se vrši u** digitalnom **ambijentu.** **152**

U literaturi su kao i kod svih cyber fenomena prisutne brojne definicije. Definicija usvojena od strane OECD glasi: Kriminal povezan sa računarom je svako ilegalno, neetičko ili neovlašćeno ponašanje koje uključuje automatsku obradu podataka ili prenos podataka. U Strategiji sajber bezbjednosti Crne Gore 2013-2017, prihvaćena je definicija koja glasi:

**—Sajber kriminal ili e-kriminal, ili** visoko tehnološki kriminal **obuhvata kriminalne aktivnosti u** **8**  
**kojima su kompjuteri i slični informatički** uređaji **i kompjuterska** mreža **predmet, sredstvo, cilj**  
**ili mjesto krivičnog djela.**

Imajući u vidu da bi jedna sveobuhvatna definicija morala u sebi inkorporirati: način izvršenja, sredstvo izvršenja, kao i posledicu kriminalnog djelovanja (Matijašević J., Ignjatijević S., 2010), možda bi potpunija definicija glasila:

**—Cyber kriminal predstavlja oblik kriminalnog ponašanja, kod koga se korišćenje kompjuterske** **24**  
**tehnologije i informacionih sistema ispoljava kao način izvršenja krivičnog** djela, **ili se kompjuter**  
**upotrebljava kao sredstvo ili cilj izvršenja čime se ostvaruje neka u krivično-pravnom smislu relevantna**  
**posledica.**

125 Jedna od sveobuhvatnijih funkcionalnih definicija sajber

**kriminal definiše kao radnju koja se preduzima uz upotrebu računara i drugih sredstava informacionih tehnologija, a koja je usmjerena na: neovlašćen pristup zaštićenom računaru, neovlašćeno prsratanje elektronskih podataka koji su upućeni sa računara ili ka drugom računaru, uništavanje izmjenu i brisanje elektronskih podataka, ometanje ili onemogućavanje funkcionisanja računarskog sistema putem oštećenja, brisanja, mijenjanja ili umetanja elektronskih podataka, distribuciju nedozvoljenih sadržaja i stvaranje i širenje virusa i malicioznog softvera.**

98

Podjele sajber kriminala su poput njegove definicije brojne i raznovrsne. Cyber

**kriminal obično se odnosi na širok spektar različitih kriminalnih aktivnosti**

222

koje uključuju kompjutere i informacione sisteme bilo kao primarni alat ili kao primarnu metu, te u odnosu na ulogu kompjutera u smislu objekta ili sredstva za izvršenje sajber kriminala razlikujemo dvije situacije: računar kao metu i računar kao oružje. Neki razlikuju: 1)

**sajber kriminal u užem smislu – kao svako nezakonito ponašanje usmjereno na elektronske operacije sigurnosti kompjuterskih sistema i podataka koji se u njima obrađuju; 2) sajber kriminal u širem smislu – kao svako nezakonito ponašanje vezano za ili u odnosu na kompjuterski sistem i mrežu, uključujući i takav kriminal kakvo je nezakonito posjedovanje, nućenje i distribuiranje informacija preko kompjuterskih sistema i mreža. Sajber**

89

kriminal podrazumijeva tradicionalna kriminalna djela (npr prevare, krivotvorenje i krađu identiteta), djela vezana za sadržaj (npr on-line distribucije dječije pornografije ili poticanje na rasnu mrtnju), kao i djela specifična za kompjutere i informacione sisteme (npr napade na informacione sisteme, uskraćivanje usluge i zlonamjerne radnje). Prema objektu napada sajber kriminal možemo podijeliti na tri glavne kategorije kao sajber kriminal usmjeren: 1) protiv pojedinca, 2) protiv vlasništva i 3) protiv države (Ayofe, N.A., Irwin, B., 2010) Međutim, generalno, maliciozne sajber aktivnosti najčešće se dijele na: sajber kriminal, sajber špijunažu, sajber terorizam i sajber ratovanje. 125 Aleksić, T. i

**Škulić, M. (2007) —Kriminalistika—, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu i Javno preduzeće „Službeni glasnik—, Beograd, 2007**

152

, navod prema Matijašević J. i Ignjatijević S., (2010)

**Potrebno je** istaći **kako fizički oblici** sajber **terorizma,** sajber **ratovanja,** sajber špijunaže **i** sajber **kriminala često izgledaju isto ili slično,**

44

tako da neki teoretičari imaju poteškoće da ove oblike ugrožavanja sajber sigurnosti razdvoje i da ih razlikuju. Karakteristično je da su njihovi ciljevi slični, načini izvršenja gotovo identični, ali da se donekle razlikuju u strategiji, nosiocima i metama napada, 126 a prema Vuković H. (2012) ono što djelo može okarakterisati kao sajber terorizam, sajber rat ili sajber kriminal je zapravo namjera napadača. U —Strategiji sajber bezbjednosti Crne Gore 2013-2017II prihvaćene su dolje navedene definicije sajber terorizma i sajber špijunaže, dok za sajber ratovanje ne postoji zvanična ili generalno prihvaćena definicija u tom dokumentu: ?

**Sajber terorizam – predstavlja kriminalni akt u sajber prostoru koji ima za cilj da se zaplaši vlada i ili njeni građani, a sve u cilju ostvarivanja političkih ciljeva. NIPC (National Infrastructure Protection Center) definiše sajber terorizam kao „kriminalni akt izvršen putem računara, a koji za rezultat ima nasilje, smrt i/ili destrukciju, stvarajući teror radi ubjeđivanja vlade da promijeni svoju politiku—. ? Sajber špijunaža je definisana kao, „korišćenje agenta u cilju dobijanja informacija u vezi sa planovima ili aktivnostima strane države ili konkurentske kompanije—. Nije rijedak slučaj gdje su kompanije ili vlade suočene sa pokušajima neautorizovanih pristupa njihovim kompjuterskim sistemima putem Interneta. Mnoge države koriste sredstva špijunaže da bi podstakli svoj ekonomski razvoj baziran na naprednim tehnologijama drugih nacija. ICT predstavlja bazičnu osnovu u razvoju i implementaciji većine drugih tehnologija kako u civilnom tako i u vojnom sektoru, i usled toga postale su primarni cilj**

8

špijunaže, (Government of Montenegro, 2013) Računarska špijunaža

**predstavlja protivpravno sticanje ili otkrivanje, prenos ili korišćenje poslovne i komercijalne tajne bez zakonskog prava ili bilo kojeg drugog**

4

126 Na primjer za sajber terorizam je karakteristično da su njegove mete pretežno civilna informatička infrastruktura (informacioni sistemi zdravstvenih ustanova, vodovoda i druge strateški važne infrastrukture). Cilj Sajber terorizma je isti kao i kod tradicionalnog terorizma i podrazumijeva izazivanje panike u javnosti, kako bi se ostvario neki politički cilj. Nije isključena mogućnost ni da se akt sajber terorizma iskoristi u cilju podrške šire terorističke kampanje nekog kolektiviteta (terorističke grupe, organizacije, ćelije ili slično).

**zakonskog opravdanja, bilo sa namjerom uzrokovanja ekonomskog gubitka osobi nosiocu tajne, bilo sa namjerom ostvarenja protivpravne ekonomske prednosti za sebe ili za treću osobu.**

4



**Počinioci računarske špijunaže koriste različite maliciozne programe i tehnike u cilju infiltriranja u računarsku mrežu koja za njih predstavlja metu.**

(M. Raičević, V.M., Matijašević-Obradović, J., Kovačević M.S. (2014). Lech J. Janczewski i Andrew M. Colarik na slikovit način prave gradaciju malicioznih aktivnosti kroz sledeći

**primjer: —kada neko provali u bolničku bazu podataka i prepíše lijek pacijentu koji je alergičan na taj lijek,** 44

to može dovesti u krajnjoj liniji do smrti tog pacijenta.

**Ako je namjera napadača bila da mu naudi ili ga ubije iz nekih ličnih razloga, riječ je o kaznenom djelu ubistva izvedenom pomoću računarske tehnologije, dakle o sajber kriminalu. Ako napadač kasnije objavi kako je spreman učiniti još takvih djela, ukoliko mu se ne ispune neki zahtjevi, riječ je o sajber terorizmu. No, ako je taj napadač još i agent strane protivničkih struktura, tada se djelo može označiti kao kibernetско ratovanje.** 44

(Vuković H., 2012)

**Evropska konvencija o sajber kriminalu predvića četiri grupe kriminalnih djela: ? djela protiv povjerljivosti, integriteta i dostupnosti kompjuterskih podataka i sistema- njih čine nezakonih pristup, presretanje, uplitanje u podatke i sisteme, korišćenje urečaja (proizvodnja, prodaja, uvoz, distribucija) programa, pasvorda. ? djela vezana za kompjutere – kod kojih su falsifikovanje i krača najtipičniji oblici napada ? djela vezana za sadržaje (npr dječija pornografija)** 109

?

**djela vezana za kršenje autorskih i srodnih prava obuhvataju reprodukovanje i distribuciju neautorizovanih primjereka dijela kompjuteskim sistemima.** 195

Sajber

**kriminal je postao dio našeg svakodnevnog žvota, iako često nismo ni svjesni da se sa njim susrijećemo, ili čak u njemu učestvujemo. Danas, gotovo sve informatički razvijene zemlje,** 79

**kao i one koje to pretenduju da budu, formiraju posebne organe, komisije, komitete, ili radne grupe eksperata koji prate i istražuju kompjuterski kriminal na nacionalnom i međunarodnom planu. Zbog svog specifičnog karaktera, velike društvene opasnosti i visoke stope rasta, u sve većoj mjeri postaje veoma ozbiljan društveni problem s kojim treba da se suoči društvo u cjelini, kao i pravni subjekti – organizacije i korporacije. Sve to zaslužuje pažnju države, njenih organa, ali i cijele međunarodne zajednice.**

#### 9.5. Vrste i izvori sajber prijetnji Globalna i

**nacionalne ekonomije sve više zavise od informaciono komunikacionih tehnologija, što povećava njihovu ranjivost od sajber napada i ranjivost zavisnih društvenih i privrednih sistema. Sajber prostor je postao**

135

integralni dio života pojedinaca, poslovanja i funkcionisanja država, a

**činjenica da moderno društvo danas u potpunosti zavisi od tehnologije, to društvo iz sigurnosne perspektive čini ranjivijim, a rizike i prijetnje nesmetanom funkcionisanju te kritične infrastrukture još je teže savladati. Svi faktori koji mogu izazvati smetnje u radu mogu se nazvati "prijetnja". Postoje razne vrste prijetnji, a obrasci prijetnji su raznovrsni u zavisnosti od karakteristika sektora.**

11

**Prijetnje jedne zemlje ili nacije predstavljaju potencijalnu opasnost za druge. Identifikovanje prijetnji i blagovremeno reagovanje postaju sve značajniji faktor upravljanja bezbjednošću. Glavna komponenta infrastrukture informacione bezbjednosti jeste sposobnost nacije da spriječi, otkrije, istraži bezbjednosne prijetnje kao što su terorizam, organizovani kriminal, medicinske, vojne, ekološke, ekonomske i druge prijetnje. Slabosti u bilo kojoj od ovih oblasti, mogu da ugroze bezbjednost, ne samo u određenoj zemlji, već i u regionu.**

11

(MIDT, 2014) Sajber napadi se javljaju

**u dvije forme s obzirom na njihov cilj: 1) napad usmjeren na podatke i 2) napad usmjeren na**

44

kontrolne sisteme. (Vuković H., 2012), a u odnosu na kategoriju informacione bezbjednosti koju ugrožavaju u smislu integriteta, dostupnosti i povjerljivosti informacija možemo razlikovati brojne podkategorije. (Tabela: Kategorije sajber prijetnji.) Tabela 11. Kategorije sajber prijetnji Kategorija Potkategorija Primjeri Integritet Sajber napadi mogu da koriste

hakerske Propaganda- dezinformisanje Modifikacija ili manipulacija podacima ili ubacivanje kontradiktornih podataka radi uticaja na političke ili poslovne rezultate ili destabilizaciju stranih vlada Kategorija Potkategorija Primjeri tehnike da modifikuju, unište ili na drugi način kompromituju integritet podataka. Zastrušavanje Destrukcija Napadi na websajtove ne bi li prinudili njihove vlasnike (javne i/ili privatne) da sklone ili modifikuju sadržaj sajta ili da zauzmu drugačiji kurs. Trajno uništavanje podataka ne bi li se oštetila konkurencija ili napale strane vlade. Ovo može, na primjer, da bude dio većeg konflikta Dostupnost Napadi uskraćivanjem usluga botnetova, mogu se, naprimer, koristiti da bi se spriječio korsnički pristup podacima koji bi im inače bili dostupni Eksterne informacije Interne informacije Špijunaža Uskraćivanje usluga, napadi na državne ili privatne servise dostupne javnosti, poput medija ili državnih informativnih sajtova Napadi na privatne ili državne unutrašnje mreže, poput službi za hitne intervencije, infrastrukture za kontrolu energije ili transporta, e-banking sajtove, kompanijsku e-poštu, komandne i kontrolne sisteme itd. Firme u potrazi za informacijama o svojim konkurentima; države umiješane u špijunske aktivnosti (usmjerene protiv drugih država ili protiv pojedinaca) Poverljivost Kraća ličnih podataka Fišing napadi (i sl.) s' ciljem da prevare korisnike i otkriju njihove lične podatke, poput brojeva bankovnih računa; virusi koji prikupljaju i uplouduju takve podatke sa njihovih kompjutera Sajber napadi mogu biti usmjereni na različite vidove povjerljivih Kraća identiteta Trojanski konji i sl. koji se koriste za kraću podataka o identitetu koji se potom koriste u izvršavanju krivičnih dela. informacija, često zarad kriminalnih ciljeva. Kopiranje podataka Tehnike otvorenog izvora koje se koriste da bi se otkrile, na primjer, lične informacije iz javno dostupnih podataka. Prevara Često se rasturaju putem spam e-pošte; pod prevarom se podrazumijeva i prevara avansnog plaćanja, kao i pokušaji da se primaoci ubijede da kupe raznovrsnu lažnu robu ili usluge. i sl. Izvor: Buckland B.S., Schreier F., Winkler T.H. (2010)

**Jedan od glavnih izazova** informacionog **društva** je **efikasan razvoj sajber** sigurnosti **na** **3**  
**nacionalnom, regionalnom i globalnom nivou,**

te se rešavanje ovih prijetnji na nacionalnom nivou, ne može tumačiti bez prethodnog sagledavanja situacije na globalnom nivou. Prije nego što se mogu osmisliti moguća rješenja, treba početi od jasnog i empirijski utemeljenog razumijevanje prirode problema (Bauer i van Eeten, 2009), te u tu svrhu mogu poslužiti informacije o globalnim promjenama u oblasti cyber prijetnji koje prikupljaju međunarodne organizacije kao što je ENISA 127 (Tabela: Pregled najvećih prijetnji i trendovi rasta) koja iz godine u godinu prati globalne promjene u oblasti cyber prijetnji, koristeći izvještaje državnih institucija, akademija, industrija, drugih internacionalnih organizacija i individualnih eksperata sa cyber bezbjednost. Neke od najčešćih prijetnji, sa kojima se poslednjih godina sriječemo u globalnom sajber prostoru su prema (Marinos, L. 2014); (MIDTa, 2014); (Ayofe, N.A., Irwin, B., 2010); (Raičević, V.M., Matijašević-Obradović, J., Kovačević M.S., 2014) sledeće: ? Maliciozni programi (virusi, crvi, trojanci) – Poslednjih

**nekoliko godina virusi su se** razvili **od malih programa koji** iritiraju **internetsku publiku do** **133**  
**jakih destruktivnih napadača**

na kompjutere odnostno sve ono što se čuva u njima

bilo da je u pitanju kompjuter privatnog lica ili poslovnog korisnika. Pri tome je povećana programska složenost virusa kao i sam način upada u kompjuter. Može se

133

izdvojiti

na hiljade varijanti različitih malvera. Do ovoga je došlo zbog široke dostupnosti alata koji generišu custom malware. Samo mala izmjena u kodu zlonamjernih programa je dovoljna da kreira potpuno drugačiji potpis, te ti kodovi ne mogu biti detektovani konvencionalnim anti-malware alatima.

6

Računarski virusi su mali programi, koji imaju sposobnost samounoštavanja i isključivi cilj da naprave štetu na zaraženom računaru. Računarski crv je dio softvera koji se kreće kroz samo jedan računarski sistem ili kroz mrežu računarskih sistema, manipulišući ili uništavajući podatke i/ili programske kodove gdje god dobije pristup. Ovo je specifičan računarski program koji ima sposobnost samounoštavanja, bez intervencije od strane korisnika, ali nema sposobnost da zarazi druge programe ili fajlove. Primjetan je

4

rast mobilnog malware i posebnih trojanaca. Trojanac ili

trojanski konj je program koji je na prvi pogled potpuno bezazlen, a u stvari

4

127 ENISA - European Network and Information Security Agency

krije potpuno drugu agendu. Najčešće se koristi da omogući napadaču kontrolu nad zaraženim računarem. Ovo je maliciozni program koji kada se ubaci u nečiji računar šalje sve šifre na e-mail onoga koji ga je i ubacio i time omogućava toj osobi da pristupi zaraženom disku ili čak može da dobije pun pristup cjelokupnoj memoriji zaraženog računara.

4

(Raičević, V.M., Matijašević-Obradović, J., Kovačević M.S., 2014)

—Trojancill obično vrše neželjene akcije u računaru i to prikriveno u —pozadinill. Najčešća od tih neželjenih akcija je otkrivanje korisničkih lozinki, bankovnih podataka i drugih povjerljivih informacija prisluškivanjem razmjene podataka ili jednostavno čitanjem tih datoteka i javljanje istih vlasniku

138

trojanca.

**Zbog primjena principa polimorfnog koda u alatima za generisanje zlonamjernog koda i običan korisnik koji nije stručnjak mogu kreirati novi oblik zlonamjernog koda.**

6

? Zlonamjerni kod -

**Postoji mnogo različitih kategorija i vrsta zlonamjernog koda. Jedna od tih vrsta je i crimeware- zlonamjerni kod koji služi kao alat za izvršenje različitih kriminalnih radnji.**

85

**Crimeware je svaki oblik zlonamjernog koda koji pomaže u obavljanju kriminalnih radnji putem računara. Najčešće, kriminalne radnje uključuju: Krađu identiteta, Ucijene, Krađu ličnih podataka, Slanje neželjene elektronske pošte. Ove kriminalne radnje kao krajnji cilj imaju ostvarivanje nekog oblika imovinske koristi za autore crimeware, ili one koji se njime koriste. Rast crimewarea povezan je s rastom komercijalne isplativost Interneta. Sa sve većim brojem finansijskih transakcija obavljenih putem Interneta, rastao je i broj kriminalaca koji su tu vidjeli šansu za velikom zaradom. Otvorena narav Interneta i slaba informatička pismenost korisnika znatno su im olakšali posao pa je danas crimeware najštetnija vrsta zlonamjernog koda. Procjenjuje se da poslovne organizacije, ali i privatni korisnici godišnje izgube milione dolara na prevarama, krađama ili ucjenama počinjenim uz pomoć crimewarea.**

65

(Raičević, V.M., Matijašević-Obradović, J., Kovačević M.S., 2014)

**Širenje putem drive-by downloads tehnike je automatizovani način širenja u kome nije potrebna interakcija korisnika. Za ostvarivanje ove tehnike koriste se sigurnosni propuste u veb browserima kako bi mogao neopaženo na računar žrtve preuzeti i pokrenuti sopstveni izvršni kod. Za žrtvu je dovoljno da posjeti zlonamjernu web stranicu koja će početi drive-by download napad. U toj vrsti napada, na računar žrtve se bez njenog znanja i pristanka automatski preuzima neki sadržaj s interneta.**

85

(Carnet, CERT, 2010)

**Prirodno je da je ovaj vid prijetnje na prvom mjestu, jer je glavni vid interakcije korisnika sa Internetom preko web pretraživača. Zbog ovoga su web serveri i web usluge postale najbitnija**

6

osnova za napade. Hakeri se trude da zaraze ove servise sa zlonamjernim kodom, kako bi se onda pretraživači korisnika inficirali. Prema broju, ovi napadi drže prvo mjesto. Primjetan je prelaz sa botnet-ova koji su nekada korišteni za širenje zlonamjernog koda na web sajtove. Java propusti su i dalje najviše korišćeni, a mobilne platforme su podjednako zastupljene sa posebnim exploit alatima.

? Umetanje

koda (Code Injection) - Grupa alata kojima se vrše ovi napadi je ostala nepromijenjena i koriste principe: Cross-Site-Scripting (XSS), Directory Traversal, SQLi i Cross-Site Request Forgery (CSRF). Tokom 2013. uočen je primjetan porast broja napada na poznate CMS-ove (Wordpress, Joomla, Drupal). Zbog njihove široke primjene i miliona sajtova koji ih koriste oni su postali značajne mete. Drugi zanimljiv trend je pokretanje ogromnih automatizovanih napada iz —cloudll servisa.

6

? Botnetovi - Mreža

kompromitovanih računara, koji su kontrolisani na daljinu i dalje predstavlja ozbiljnu prijetnju. Ovo je jedan od oblika zlonamjerne infrstrukture koji postoji najduže i redovno se organizuju kampanje za njihovo gašenje (botnet takedown). Kako bi prikriili svoje botnetove developeri su se dosjetili da koriste P2P tehnologiju za komuniciranje sa C&C serverima. Ostali napadi kao DoS, kraće identiteta, spam i slično nisu se značajnije izmijenili.

6

?

DoS napadi - Napadi koji imaju za cilj da kompromituju dostupnost sistema i

6

mreže.

Napadi uskraćivanjem usluga postali su popularni kao jednostavno sredstvo nanošenja štete onima koji pružaju bilo koje usluge putem Interneta. Izvočenje ovih napada svodi se na korištenje dostupnih alata i tehnički nije zahtjevno, ali štete koje njime nastaju u pojedinim slučajevima mogu biti i veće od šteta u kojima napadač uspije kompromitovati ciljani računar. Usprkos sve većem broju sigurnosnih incidenata koji uključuju napad uskraćivanjem usluge veliki broj organizacija, sistem inženjera i korisnika imaju

42

pogrešno vičenje načina na koji se napadi izvode i pristup mogućoj zaštiti.

**Napad uskraćivanjem usluge (eng. denial-of-service attack, DoS) je napad na neki računar u kojem napadač želi resurse ili servise tog računara učiniti nedostupnim za njihove korisnike. Iako se motivi, načini i ciljane mete ovakvih napada mijenjaju, svima im je zajedničko želja da se pristup uslugama onemogući na kraće ili duže razdoblje.**

42

Važno

**je zapamtiti da DoS napadi ne omogućavaju napadaču neovlašteni pristup tvrtki ili klijentu podataka od nje. Ukoliko napadač uspješno sprovede DoS napad i on sam neće moći pristupiti resursima tvrtke kao i svi ostali korisnici. Termin DoS napad najčešće se pojavljuje u kontekstu računarskih mreža i mrežnih tehnologija budući da se takvi napadi najčešće sprovode putem njih. No, DoS napadi nisu ograničeni samo na računarske mreže. DoS napad moguće je provesti iskorištavanjem neke sigurnosne ranjivosti u softveru na ciljanom računalu.**

42

Sprovođenje

**takvih napada moguće je zbog lošeg kvaliteta softvera koji pokazuje brojne ranjivosti. Odbrana od ovakvih napada je u domenu poboljšanja kvaliteta programskog koda i redovnog ispravljanja otkrivenih ranjivosti.**

42

(CarNet CERT, 2011) ?

**Exploit Kit-ovi - Ovo su glavni alati svih hakera, predstavljaju svojevrstne sajber švajcarske noževе. Oni su upakovani sa hiljadama poznatih propusta i redovno se apdejtuju (update). Upravo zbog ovog modela gdje developeri ovih alata nude podršku za svoje proizvode počinju da se javljaju novi oblici sajber usluga. Kako su redovno update-ovani onda imaju i najnovije propuste, pa su zbog toga i uspješniji u napadima.**

6

?

**Upadi na platna mjesta (POS) - podrazumijevaju udaljene napade u prostoru gdje je aktuelan sistem platnih kartica, manipulaciju ili zamjenu uređaja (terminala)**

6

i kompromitovanje podataka. ?

**Napadi na web aplikacije - Incidenti najčešće sporevedeni koristeći ranjivosti u web aplikaciji.**

6

**Dodatan problem stvara činjenica da mnoge kompanije koje nude ovu vrstu servisa nemaju sistem autentifikacije. Često se**

radi o ciljanim napadima kako bi se preuzela kontrolu nad serverom za DDoS kampanje. ?

**Računarska prevara - Računarske prevare predstavljaju najrašireniji vid računarskog kriminaliteta,**

4

**koji često prouzrokuje enormne štetne posledice. Najbrojnije su u oblasti finansijskog poslovanja, osiguranja, poreskih obaveza, socijalnog osiguranja, u vezi sa proglašavanjem stečaja, pranjem novca, itd. Računarski prevaranti zloupotrebljavaju upravo one karakteristike cyber prostora koje doprinose rastu elektronskog poslovanja: anonimnost, distanca između strana i trenutna priroda transakcija. Uz to, oni koriste prednost činjenice da prevara preko Interneta ne zahtijeva pristup do nekog sistema za isplatu, kao što to zahtijeva svaka druga vrsta prevare, i što je digitalno tržište još uvijek nedovoljno uređeno i kao takvo konfuzno za potrošače, što za njih predstavlja skoro idealne uslove za prevare. Težina računarske prevare je utoliko veća što one daleko dopiru zbog veličine Interneta, zatim, prilično se teško otkrivaju i dokazuju, a zbog male upadljivosti, vrlo često se ova djela vrše veoma dugo i u kontinuitetu.**

(Raičević, V.M., Matijašević-Obradović, J., Kovačević M.S., 2014) Naročito popularan vid internet prevare je tzv. Nigerijska prevara.128 ? Zloupotreba iznutra odnosno insajderske prijetnje -

**Incidenti koji obuhvataju nedozvoljeno ili zlonamjerno korišćenje organizacionih resursa. Pri čemu**

6

**se uglavnom misli na zloupotrebu iznutra**

od strane samih zaposlenih, ali je takođe česta i zloupotreba sa strane uz dosluh sa spoljnim partnerima. ?

**Krađa i gubitak - Incidenti u kojima informacije ili podaci nestaju bilo slučajno ili namjerno.**

6

?

**Razne greške - Incidenti u kojima nenamjerne radnje ugrožavaju bezbjednost informacione imovine.**

6

?



**Kriminalni softver - Ovdje spadaju razni tipovi malvera dizajnirani za različite svrhe i namjene.**

6

**Primarni cilj je da se preduzme kontrola nad sistemima za nezakonite svrhe kao što su krađa podataka, DDoS napadi, spamovanje**

6

**i slično ? Card skimmers - Incidenti u kojima je fizički ugrađen uređaj koji čita podatke o platnim karticama (bankomati, benzinske pumpe, POS terminali itd.) koji eksportuju povjerljive podatke preko bluetooth-a i slično. ? Sajber špijunaža - Incidenti u**

6

**ovoj kategoriji podrazumijevaju neovlašćeni mrežni pristup povezan sa državom, a čiji je glavni motiv**

6

– špijunaža 128

**Nigerijska prevara je metoda vršenja krivičnog djela prevare uz pomoć računara i najčešće počinje pismom ili elektronskom porukom koja je tako osmišljena da izgleda kao da je namjerno poslata primaocu poruke. Radi se o prevarama koje se vrše pomoću lažnih poruka o dobitcima na igrama na sreću, lažnih poruka vezanih za dobrotvorne priloge, poruke u vezi sa ljubavnim i poslovnim ponudama, humanitarnim akcijama, nasleđa imovine preminulih osoba - najčešće daljih ročaka. Ukoliko žrtva prevare odgovori na prvu poruku, ona se metodom socijalnog inženjeringa navodi da pomisli da je njena pomoć neophodna da bi se određena radnja izvršila. Nakon što oštećeni uplati određeni novčani iznos prema instrukcijama izvršilaca krivičnih**

4

dijela slijedi

**odlaganje novčanih transakcija vezanih za isplatu obećane sume novca. Stalno se pojavljuju novi troškovi za oštećenog na ime realizacije posla i traže nova odlaganja, stalno se obećava ekspresna isplata novca, uz ubjeđivanje žrtve prevare da će joj se ulaganje u dogovoreni posao višestruko isplatiti.**

123

V. Urošević, „Nigerijska prevara u Republici Srbijill, Bezbednost, Br. 3/2009, Godina LI, Beograd, 4  
prema (Raičević, V.M., Matijašević-

Obradović, J., Kovačević M.S., 2014)

Svaki od ovih oblika može se ukrštati sa svakim jer gotovo da ne postoji —čistill oblik sajber 91  
kriminala. Tako haking pored neovlašćenog ulaska u kompjuterske sisteme i mreže, često  
obuhvaat i uništenje podataka, kompjutersku špijunažu (kao što je to slučaj sa upadima na veb sajtove  
i uništenje ii prepravljjanje podataka na njima ili haking i trgovina pasvordima. Izmjena kompjuterskih  
podatki i programa uključuje i lansiranje kompjuterskih crva i virusa što je načešće praćeno  
zaustavljanjem rada kompjuterskog sistema i uništenjem podataka.

(Krunić Đ., 2012) Tabela: Pregled najvećih prijetnji i trendovi rasta Glavne prijetnje u 2014 Trend rasta 2014 Promjena  
pozicije (u odnosu na 2013) 1. Virusi/trojanci/crvi ? ? 2. Web-bazirani napadi/Drive by download ? ? 3. Umetanje koda  
(code injection) ? ? 4. Botnetovi ? ? 5. DoS, DdoS – onemogućavanje pristupa ? ? 6. Spam ? ? 7. Fišing /Phishing ? ? 8.  
Exploit kits ? ? 9. Kompromitovanje povjerljivih ? podataka ? 10. Fizčka krađa/gubitak/šteta ? ? 11. Insajderske prijetnje ?  
NA. nova prijetnja 12. Curenje informacija ? ? 13. Krađa identiteta/prevara ? ? 14. Sajber špijunaža/Ciljani napadi ? ?  
Izvor: ENISA Threat Landscape 2014 (Marinos, L. 2014, str.39) Napadači na informatičke resurse se mogu podijeliti u niz  
grupa uzimajući u obzir njihove motive za napad. S'tim u vezi, postoji niz studija koje se bave psihološko sociološkim  
aspektom računarskog kriminala. Raznim analizama ne ide u prilog činjenica da većina napadača zapravo nikada ne  
bude otkrivena, što dovodi do zaključka da su do sada izvedene analize nedovoljno vjerodostojne, jer se temelje na  
relativno malom broju onih oji su izvedeni pred lice pravde. Napadači na informatičke resurse se ne nalaze na mjestu  
izvršenja, što im dalje lažan osjećaj sigurnosti, pa je zato sve veći broj onih koji se počinju baviti nezakonitim radnjama u  
vritualnom svijetu. (Stjepanović T., Krsmanović M., 2015) Izvori sajber prijetnji mogu biti države, kporacije,  
organizovane grupe ili pojedinci, tj. detaljnije, prema Buckland B.S., Schreier F., Winkler T.H. (2010)129 i Vlada Crne Gore  
(MIDTa, 2014): ? Države - Strane obavještajne službe

koriste IT sredstva za prikupljanje informacija i špijunažu. Ovo može biti usmjereno na 105  
druge države (prijateljske i neprijateljske) ili na

nedržavne prijetnje. Države takoČe mogu napadati strane rivale u clju dezinformisanja, destabilizacije, zastrašivanja ili  
ćak potpunog sajber rata. Sa stanovišta ljudske bezbjednosti, države bi mogle da predstavljaju prijetnju svojim  
hvatanjem i korišćenjem ličnih podataka, u nekim slučajevima bez sudskog naloga ili adekvatnog demokratskog  
nadzora.

**Jasno je da** je dimenzija **ovih napada u** konstatnom širanju. **Više** država **je razvilo** 6  
**sposobnosti koje mogu biti korišćene za različite vrste napada, bilo protiv drugih vlada ili privatnih**  
**institucija. Napadi su najviše usmjereni ka otkrivanju** državnih **i vojnih tajni, obavještajnih podataka, kao i**  
**prema kritičnoj infrastrukturi. Metode napada izrazito variraju i imaju veoma visok procenat uspješnosti.**

? Korporacije - Preduzeća i korporacije (ponekad u saradnji sa organizovanim kriminalnim grupama ili individualnim hakerima) sprovode industrijsku špijunažu i/ili sabotazu. Kao što je i ranije navedeno, korporacije predstavljaju prijetnju ljudskim pravima skupljajući i analizirajući velike količine ličnih podataka i, u nekim slučajevima, dijeleći ove podatke sa vladama i drugim privatnim akterima.

**Glavni cilj korporacija je da steknu kompetetivnu prednost u odnosu na konkurenciju. Obično se radi** 6  
**o sakupljanju informacija vezanih za biznis, preuzimanje zaštićenih intelektualnih dostignuća,**  
**otkrivanje** tućih **ponuda prilikom tendera i sl. Korporacije ili unajmljuju plaćenike za ove poslove ili ako**  
**su dovoljno velike imaju svoje odsjeke za sajber**

špijunažu. 129 Adaptirano prema:

**United States Government Accountability Office, Information Security: Cyber Threats and** 82  
**Vulnerabilities Place Federal Systems at Risk (Washington DC: US GAO, 2009); William A. Wulf and**  
**Anita K. Jones, —Reflections on Cybersecurity,II Science 326 (13 November 2009): 943-4; See Martin**  
**Charles Golumbic, Fighting Terror Online: The Convergence of Security, Technology, and the Law (New York:**  
**Springer, 2007).**

? Hakeri - Nekada je bilo uobičajeno da hakeri upadaju u mreže zbog uzbuđenja i izazova ili da bi se hvalisali u hakerskoj zajednici, iako su, danas, ti motivi u svojoj prirodi mnogo više kriminalni. Dok je ranije za hakovanje sa daljine bilo potrebno dosta vještine i puno znanja o kompjuterima, hakeri danas mogu da sa interneta download-uju scenarije napada i protokole i da ih upotrijebe protiv sajtova žrtava. Tako su sredstva za napade postala sofisticiranija i lakša za upotrebu. ? Haktivisti - Haktivizam se odnosi na politički motivisane napade na internet stranice ili e-mail servere. Haktivisti žele da poremete, pokvare ili unište web sajtove da bi ostvarili političke ciljeve.

**Haktivisti predstavljaju grupu napadača koji** utjavaju **veliki publicitet, npr. Anonimusi.** 130 **Oni** 6  
**su ideološki motivisani pojedinci, koji dinamički formiraju grupe, obično bez centralne organizacione**  
**strukture. Njihova glavna motivacija je odbrana ideja. Biraju mete koje će stvoriti što veći odraz u medijima,**  
**pa zato biraju sajtove vlada, velikih kompanija i slično.**

? Nezadovoljni insajderi - Nezadovoljni insajderi predstavljaju veliku prijetnju imajući na umu da im njihovo često detaljno poznavanje sistema žrtve omogućava neograničen pristup. Motivi insajdera mogu biti da izazovu štetu sistema ili da ukradu osjetljive podatke. Federalni biro za istrage (FBI) u SAD izvještava da su insajderski napadi dvostruko vjerovatniji od napada tuđinaca. Prema Stjepanović T., Krsmanović 130 U skorije vrijeme

**brojni su hakerski napadi grupe Anonimni (Anonymous). Ovu grupu čine hakeri širom svijeta i** 24  
**smatra se najbrojnijom hakerskom grupom. Serija njihovih najpoznatijih napada započela je napadom na Sagentološku crkvu, a zatim su se na listi našle vlade Egipta i Irana, potom kompanije u vlasništvu konzervativnih aktivista i milijardera Čarlsa i Dejvida Koha. U znak odmazde zbog saradnje sa FBI na identifikaciji članova grupe, Anonimusi su napali i kompaniju HBGary Federal. U jeku kampanje koju su američke vlasti vodile protiv WikiLeaks-a, Anonimusi su pokrenuli operaciju odmazde usmjerenu protiv kompanija PayPal, Visa i MasterCard koje su pritisnute zahtjevima američkih vlasti prekinule saradnju sa WikiLeaks-om i obustavile transfer finansijskih donacija na račun WikiLeaks-a. Grupa je preuzela odgovornost za napad na nekoliko sajtova kompanije Sony u aprilu koji su usledili kao odgovor za izvođenje pred sud nekolicine PlayStation 3 hakera. Anonimni su osporili optužbe kompanije Sony za kasniji napad na PlayStation Networks i Sony Online Entertainment i upad u bazu podataka za koji je kompanija optužila ovu grupu, priznavši samo učešće u početnim DDoS napadima. Hakerska grupa Anonimusi je u Julu 2011. godine hakovala kompjutersku mrežu vojne alijanse NATO i domogla se oko gigabajta povjerljivih podataka, zatim su u oktobru 2011. godine članovi hakerske zajednice Anonimusi preuzeli odgovornost za napad na više od 40 tajnih veb sajtova sa dječijom pornografijom i objavljivanje imena više od 1500 članova jednog od hakovanih pornografskih sajtova.**

M., (2015), ovi napadači iznutra predstavljaju najbrojnije napadače na informacione sisteme raznih privrednih subjekata. Prema iskustvima stručnjaka za otkrivanje i sprečavanje računarskog kriminala, gotovo 80% napada realizuje se uz pomoć pomagača koji imaju legalan pristup informatičkim resursima koji su objekat napada. Ovu grupu napadača čine pojedinci koji pored izuzetnog znanja iz oblasti informacionih tehnologija detaljno poznaju i kompletnu infrastrukturu objekta napada. U praksi je potvrđeno da su napadači na informacioni sistem ponekad i sami sistem administratori, te uzimajući u obzir informatička znanja i poziciju napadača ova vrsta napadača se veoma teško otkriva. ? Teroristi – Sajber teroristi žele da unište, onespobne ili iskoriste ključnu infrastrukturu, ugroze nacionalnu bezbjednost, izazovu masovne žrtve, oslabe ekonomije i naruše javni moral i povjerenje. Mada mnoge terorističke grupe možda trenutno nemaju kapacitete za sajber napade ne postoji garancija da ih u budućnosti neće imati (ili ih čak kupiti od organizovanih kriminalnih grupa).

**Karakterišu se primjenjivanjem represivnih mjera, kako bi uticali na proces donošenja odluka, a sve u** 6  
**cilju postizanja svojih ciljeva. Uobičajeno je da napadaju kontrolu saobraćaja, vojnu infrastrukturu, vladine sisteme i sl. Motivacija ove**

vrste napadača nalazi se u integraciji političke retorike, kriminalne djelatnosti i finansijske koristi. ?

**Sajber kriminalci – ove grupe su najpoznatije od svih sajber napadača. Njihova glavna motivacija je sticanje profita nelegalnim sajber aktivnostima i umiješani su u sve vrste prevara sa elektronskim finansijama, trgovinom, platnim rešenjima, otkupom, sajber kriminalnim uslugama, isporučivanjem i izradom malicioznog koda**

6

itd. Među njima se izdvajaju: - Botnet operateri - Botnet operateri su hakeri

**koji preuzimaju veliki broj računara, koji se onda koriste za koordinaciju napada, fišer prevare, spamovanje ili malver (zlonamjerne) napade.**

105

Usluge ovih mreža su nekad dostupne na podzemnom tržištu. - Fišeri - Fišeri su pojedinci ili male grupe koje se koriste prevaram ne bi li ukrali identitet ili informacije u svrhu ostvarivanja novčane dobiti. Fišeri često koriste spam ili špijunski/maliciozni softver za ostvarivanje svojih ciljeva. - Spameri - Spameri su pojedinci ili organizacije, koje distribuiraju netraženu poštu (često sa prikrivenim ili lažnim informacijama) ne bi li prodali proizvode, počinili fišer prevare, rasturali špijunski/ zlonamjerni softver ili napadali organizacije. -

**Autori špijunskog i zlonamjernog softvera - Pojedinci ili organizacije koji sa zlom namjerom sprovođe napade na korisnike koristeći i rasturajući špijunski i maliciozni softver**

105

- itd. Gore navedene

**grupe imaju velike mogućnosti u sprovođenju zadataka, mogu biti globalno povezani i mogu lako ostvariti pristup neophodnim resursima za sprovođenje napada. Bitno je razlikovati korisnike i provajdere malvera**

6

(malware) tj malicioznog softvera.

**Oni koji razvijaju takve programe se smatraju najvještijim napadačima, zato što drugi koriste njihove alate kako bi sprovodili napade.**

6

Pojedinci koji tek ulaze u svijet sajber napada su obično tz. skript prepisivači (script kiddies) i

**oni ne poznaju dovoljno tehnike i alate već samo kopiraju napad iskusnijih,**

6

pa obično nisu ni upoznati sa posledicama koje mogu da proizvedu. (MIDTa, 2014) Jedno od naročitih obilježja sajber bezbjednosti je da je često izuzetno teško precizno identifikovati počinioc napada ili (često) čak i zemlju njegovog porijekla. Stoga je pojedincima ili grupi počinitelaca relativno lako da prikriju vlastitu umješnost ili da se preruše u drugog korisnika. (Buckland B.S., Schreier F., Winkler T.H., 2010) Svjetska ekonomija je već uveliko pogođena kriminalnim aktivnostima u sajber prostoru koje mogu biti usmjerene protiv kako pojedinaca tako i kompanija. Cyber- kriminalci koriste sve sofisticiranije metode za upadanje u informacione sisteme, krađu kritičnih podatke i ucjene. Povećanje ekonomske špijunaže i aktivnosti pod pokroviteljstvom država u sajber prostoru takođe predstavlja novu kategoriju prijetnji za vlade i kompanije, ali i za građane jer i vlade takođe mogu zloupotrijebiti onlajn okruženje za nadzor i kontrolu nad svojim građanima. Višeslojan i bez granica Internet je malo pomalo postao jedan od najmoćnijih instrumenata globalnog napretka bez državnih nadzora ili propisa i jasno je da privatni sektor treba da nastavi da igra vodeću ulogu u izgradnji, širenju i svakodnevnom upravljanju Internetom, međutim potreba za obezbijećenjem transparentnosti, odgovornosti i sigurnosti postaje sve veća. Svi ovi faktori objašnjavaju zašto vlade širom svijeta počinju razvijati sajber strategije i razmatrati sajber prostor kao sve važniji međunarodni problem, cyber bezbjednost kao osnovni izazov informacionog društva. 9.6. Informaciona bezbjednost i demokratija u sajber prostoru U nastojanjima da se osiguraju ključne državne infrastrukture i nacionalna bezbjednost lako se može skliznuti u drugu krajnost, te danas izazovi nacionalnoj bezbjednosti i ključnim državnim infrastrukturama, nisu jedine prijetnje već se postavlja pitanje kako obezbijediti demokratski nadzor nad propisima koji se odnose na regulaciju interneta i upotrebu onlajn infrastrukture u napadu na pojedince i druge aktere, te nam se uz problem sajber rata ili onlajn ranjivosti nameću i pitanja o cenzuri, nadzoru internetske korespodencije bez naloga ili prikupljanju i čuvanju privatnih podataka od strane IT firmi (često u ime države ili u saradnji sa njom) 131. (Buckland B.S., Schreier F., Winkler T.H., 2010)

**Zakonska regulativa u vezi** sa internetom **i** poslovanjem **na njemu** se **razlikuje od zemlje do zemlje**. Tako recimo **dva ekonomski najrazvijenija dijela svijeta, SAD i Evropska unija, imaju različite stavove** o pitanjima **zakonske regulative na internetu. Evropska unija ima daleko liberalnije stavove** o **privatnosti poslovanja** u odnosu na **SAD,**

78

pa su im i varijante za rešenje zakonske regulative sajber prostora različite. Prva varijanta, za koju

**se zalaže Evropska unija,** liberalnog **je tipa i zasniva se na potpunj** autonomnosti **i privatnosti poslovanja,** a druga varijanta, **za** koju **se zalažu** Sjedinjene Države, zasnovana **je na kompletnoj kontroli poslovanja transakcija i podataka od strane državnih organa.**

70

**Usaglašavanje** ovih **stavova o zakonskoj regulativi na internetu od velikog je značaja za kompletnu svjetsku privredu.**

184

Potpuno anoniman

**sistem poslovanja na internetu moguć je zahvaljujući sistemu enkripcije podataka,**

78

koji garantuje

**anonimnost u slanju svih poruka** putem interneta. **Na ovaj način sistem štiti privatnost poslovanja pojedinca ili preduzeća što je ujedno i osnovno pravilo**

78

131 Juna 2008. Predstavnički dom američkog kongresa usvojio je zakon kojim se garantuje imunitet od gonjenja određenom broju američkih telekomunikacionih kompanija, uključujući AT&T i Verizon. Ovaj imunitet ih štiti u više od četrdeset parnica koje su posledica njihove uloge u državnim programima nadzora internetskog saobraćaja i e-pošte bez sudske naloga, koje je pokrenula Bušova administracija. U parnicama se tvrdi da su pomenute firme kršile pravo privatnosti i da su omogućile špijuniranje bez sudske naloga. Zakonodavstvo i postupci američkih telekomunikacionih firmi iznjedrili su važna pitanja o odgovornosti privatnih aktera u javno privatnoj saradnji u domenu sajber bezbjednosti. elektronskog

**poslovanja i dobra strana ovog sistema.** S **druge strane, mane ovog sistema su što** omogućava izbjegavanje **plaćanja poreza, carinskih obaveza, pranje novca i prebacivanje kapitala u druge zemlje, i to mimo znanja finansijskih, carinskih, poreskih i ostalih državnih organa. Internet poslovanje, uz odsustvo zakonske regulative, može uzdrmati ne samo državne organe, nego i čitav poslovni sistem.**

70

Drugi sistem rješenja zakonske regulative

**zasniva se na kompletnoj kontroli i evidenciji transakcija, poslovanja i podataka na internetu** od **strane državnih organa. Ovaj sistem** omogućava **državnim organima kompletan uvid u**

70

sve internetske transakcije i korespondenciju putem elektronske pošte.

**Sloboda i privatnost pojedinaca, kao i osnovna pravila poslovnog ponašanja, ovim sistemom** su mečutim prekršeni **na najgori mogući način.**

99

Oba prikazana sistema imaju svoje dobre i loše strane. Kombinovanjem njihovih najboljih elemenata možda bi se moglo dobiti optimalno rješenje zakonske regulative za poslovanje na internetu.

78

(Stjepanović T., Krsmanović M., 2015) Naravno s obzirom na grubo kršenje privatnosti,

podaci o masovnom, neograničenom nadziranju domaćeg internetskog prometa svojevremeno su uzбудili američku civilnu scenu i podstakli pokretanje sudskih postupaka protiv

13

države. 132 Takođe bez obzira što je

zaštita privatnosti na internetu jedna od ključnih vrijednosti za koju su se makar deklarativno zauzimale i američke privatne kompanije u ICT sektoru

13

i vlada SAD, usklađivanje interesa krupnog kapitala i zahtijeva

nacionalne sigurnosti rezultiralo je dokumentima i praksom koji su u potpunom neskladu sa deklarisanim vrijednostima u ime kojih su stvoreni.

13

Pakt zapadnih vlada s velikim kompanijama implicira da su i građani slobodnog svijeta, koji su uveliko navikli koristiti se blagodatima interneta, detektovani kao potencijalno neprijateljska instanca. Upravo su se ti građani grčevito suprotstavili viziji prosperiteta, sigurnosti i otvorenosti kakva je ponučena međunarodnim sporazumom ACTA čiji su glavni sponzor bile SAD. Nakon

13

132

Kad je u junu 2013. godine Edward Snowden objelodanio razmjere američkih operacija u cyber prostoru, mnoge vlade, kao i najšira svjetska javnost, su dobile dobre razloge za preispitivanje interesa, ciljeva i metoda sprovođenja američke politike. Objavljene informacije ukazivale su na to da američke vlasti, pod izgovorom uspješne prevencije terorizma, sprovode tajni nadzor komunikacija ne samo u državama koje su prethodno proglasile neprijateljskim nego i u državama koje su najbliže američke saveznice.

13



što su kompanije koje su nosioci prava intelektualnog vlasništva i autorskih prava uskladile 13 stanovišta s administracijom SAD-a, tokom višegodišnjih pregovora uskog kruga partnerskih država uobličen je Anti-Counterfeiting Trade Agreement, ACTA. 133 Možemo reći da je taj dokument najočigledniji primjer kojim se pokazuje kako se interes privatnog sektora direktno suprotstavlja onome što je navodna intencija zagovarača slobodnog interneta kao katalizatora ekonomskog napretka i inovativnosti. Umjesto da se prilagode karakteristikama novog medija i dostignutim nivoima demokratije i slobode, privatne kompanije željele su sačuvati svoje poslovne modele razvijene prije masovne upotrebe interneta i pod izgovorom zaštite autorskih prava i intelektualnog vlasništva, nametnuti građanima ograničenja, zabrane i kazne zbog korištenja informacija plasiranih putem interneta s isključivim ciljem povećanja svojih prihoda i onemogućavanja djelovanja inovativne konkurencije. Uporedo s tim pokušajem instrumentalizacije države u interesu određenih industrijskih sektora, a na štetu građana, pokušava se ozakoniti trajna prednost razvijenih zapadnih zemalja u odnosu na ostatak svijeta kojemu bi bilo otežano ili onemogućeno korištenje tekovina globalne civilizacije.

(Kovačević B., 2014) Otvoren i slobodan sajber prostor promoviše političku i društvenu uključenost u svijetu rušeći barijere između zemalja, zajednica i građana, omogućavajući interakciju i razmjenu informacija i ideja širom svijeta. Međutim naglašavanje interoperabilnosti, efikasnosti i slobode i naše rastuće vezivanje za internet ponekad nije praćeno adekvatnim naporima da se on održi bezbjednim.

**Eksplozija upotrebe i funkcionalnosti (kako u dobre tako i u loše svrhe) nadmašila je napore da se reformišu i obezbijedi izvorna** 169

infrastrukutra.134 Logično je da osnovna prava, demokratije i vladavine prava moraju biti zaštićena i na Internetu, kao i da sajber prostor treba zaštititi od incidenata, 133

**ACTA, jedan od pokušaja implementacije Obamine Međunarodne strategije za cyber prostor** 13 zasnove na američkoj definiciji slobodnog interneta, intelektualnog vlasništva, tržišne ekonomije i cyber sigurnosti, doživjela je spektakularan debakl kad je Evropski parlament 4. jula 2012. godine velikom većinom glasova odbacio predlog da se ona

ratifikuje. 134 Lloyd

**Emerging Risks Team, Digital Risks: Views of Changing Risk** Landkape (London: Lloyds, 2009) 82

navod prema (Buckland B.S., Schreier F., Winkler T.H., 2010 ) zlonamjernih aktivnosti i zloupotreba, a da vlade imaju značajnu ulogu u osiguravanju slobodnog i sigurnog sajber prostora.

**Budući da je** pretežan **dio** informacione **infrastrukture u privatnom vlasništvu te da su** informacione **tehnologije, zahvaljujući sve većoj** zavisnosti **svih područja ekonomskog i društvenog** života kao i **nacionalne sigurnosti o njihovoj upotrebi,** važan **dio ekonomije i sigurnosne arhitekture, jasno je da se pri donošenju propisa koji** regulišu **područje cyber sigurnosti** mora **voditi računa i o tim činjenicama. Kao**

13

**motor ekonomskog rasta sektor** informaciono komunikacionih **tehnologija je nezaobilazan** partner bez čijeg učešća **vlada ne** može **uspješno** sprovesti **politike** važne **za ostvarivanje ciljeva nacionalne sigurnosti.** Tržišni **uspjeh** informacionih **tehnologija temelji se na činjenici da** njihova **primjena dovodi do smanjivanja troškova poslovanja te pojednostavljivanja i ubrzavanja u** pružanju **najraznovrsnijih usluga, od** internet **prodaje roba do** obavljanja finansijskih **transakcija putem mobilnih telefona, a imperativ povećanja** nivoa **cyber sigurnosti, zapravo,** proizvođačima **kompjutorskih hardwarea i softwarea i** pružateljima informacionih **usluga nameće troškove koji bi mogli umanjiti** konkurentnost **tih roba i usluga.**

13

(Kovačević B., 2014) U vodičima i putokazima „Forum za bezbjednost i demokratiju—, Buckland, Schreier i Winkler (2010) ističu da postoji dvostruki (ponekad i komplementaran) izazov promovisanja kako javne tako i privatne bezbjednosti u obezbjeđivanju IT mreža i pobjede nad kriminalnim i nasilničkim grupama koje ih koriste za ostvarivanje svojih ciljeva. To su izazovi koji zahtijevaju izgradnju sveobuhvatnih mehanizama javno- privatne saradnje. Međutim, isto tako, sajber bezbjednost predstavlja rastući izazov i za demokratski sistem, budući da javni i privatni naponi da se obezbijede IT mreže i prati saobraćaj koji one nose moraju biti u ravnoteži sa bezbjednošću ljudi, naročito sa ljudskim pravima na privatnost i slobodu izražavanja i udruživanja. Privatne korporacije se dakle, legitimišu kao garant zaštite privatnosti, građanskih

**prava i intelektualnog vlasništva koje mogu ugroziti, s jedne strane,** kriminalni **ili neprijateljski** neovlašteni upadi u njihove sisteme **i baze podataka,** a sa **druge, vladine agencije. O** stepenu rezervisanosti **privatnog sektora prema razmjeni informacija s** državnim službama **govori i upozorenje da** insistiranje **na** prijavljivanju **sigurnosnih incidenata korporacije** može **primorati —na investiranje i na odluke o politici koja će smanjiti broj incidenata o kojima treba** izvještavati **radije nego na jačanje** opše **sigurnostill (Baker, Waterman i Ivanov, 2009: 29).**

13

Da bi sajber prostor očuvao svoju osnovu karakteristiku i ostao otvoren i slobodan, moraju vađiti iste norme, naćela i vrijednosti koje vađe u oflajn društvenoj zajednici, pa se diskusije o onlajn bezbjednosti odvijaju paralelno sa debatama o tenziji izmeću nacionalne bezbjednosti i ljudske bezbjednosti i integriteta. Stoga vlade zapravo imaju nekoliko zadataka: da štite pristup i otvorenost, da poštuju i štite osnovna ljudska prava i u online okruženju kao i da odrđavaju pouzdanost i interoperabilnost Interneta, (European Commission, 2013) a sajber bezbjednost se nameće kao trostruki izazov.

**Sigurno je da će još mnogo vremena proteći dok se ne usaglase mećudrđavne zakonske regulative** 99

koje su u vezi s poslovanjem

**pojediniaca i preduzeća na internetu. Nedostatak mećudrđavne zakonske regulative sprećava odrećene segmente poslovanja, dok s druge strane, omogućava primjenu širokog spektra nezakonitih aktivnosti u poslovanju pojedinaca i preduzeća na internetu.** Kredibilitet elektronskog poslovanja u mećuvremenu u cjelini zavisi od 99

**kapaciteta domaćih zakonodavaca da definišu i stvore ćvrsto i sveobuhvatno pravno okruženje za elektronsko poslovanje koje bi izgradilo povjerenje.** 102

Mećutim nijedan samostalan subjekt, ukljućujući i samu vladu, ne mođe osigurati sajber bezbjednost bez šireg ućešća mnogih: od pojedinaca do korporacija. To je jedan od razloga za Buckland, Schreirer i Winkler (2010); Inserra i Rosenzweig (2014); Kostyuk (2013), naglašavaju vađnost saradnje javnog i privatnog sektora. 9.7. Sajber bezbjednosne inicijative

**Interes za sajber bezbjednost u mećunarodnoj zajednici je tokom protekle decenije dođivio eksplozivan rast i** 135

to na svim nivoima, ukljućujući mećunarodne sporazume i konvencije, regionalne dogovore, politićki obavezujuće sporazume, nevladine sporazume izmeću tehnićkih sertifikacijskih tijela itd.135 135 Neki od kljućnih aktera u reagovanju na onlajn prijenje meću mećunarodnim i regionalnim organizacijama su i: APEC-TEL, Evropska bezbjednosna agencija za mređu i informacije (ENISA) NATO Koordinacioni centar posebne sajber odbrane (CCDCOE), ASEAN, OECD, OAS Tim za teagovanje na kompjuterske bezbjednosne incidente (CSIRT), Forum za upravljanje internetom (IGF), Mećunarodna telekomunikacion auniya (ITU), Internetsko društvo (ISOC), Internetska korporacija za U Evropskoj uniji postoji znaćajan broj direktiva, predloga i preporuka koje pokušavaju da regulišu ovu oblast. Tako je od

strane Savjeta Evrope, 21.11.2001. godine donijeta Konvencija o sajber kriminalu poznata kao Budimpeštanska konvencija koju je potpisala 51 država, a stupila je na snagu u julu 2004. godine.

**Ova konvencija spada u krug okvirnih konvencija što znači da njene odredbe nisu direktno primjenjive već da je neophodno da ih države implementiraju kroz sopstveno nacionalno zakonodavstvo**

8

i institucionalne okvire.

**Krivična djela koja su predviđena ovom Konvencijom kao sajber kriminal obuhvataju široku lepezu od širenja virusa, neovlašćenog pristupa računarskoj mreži preko piraterije do pornografije i upada u bankarske sisteme, zloupotrebe platnih kartica ali i svih ostalih krivičnih djela u kojima se koriste**

8

računari. Države potpisnice ove Konvecije priznaju važnost

**promovisanja saradnje sa drugim državama članicama ove Konvencije, ubijeđene u potrebu da se, kao prioriteta sprovodi zajednička kaznena politika u svrhu zaštite društva od računarskog kriminala, usvajanjem odgovarajućih zakonskih propisa i unaprijeđivanjem međunarodne saradnje. Svjesne dubokih promjena koje je donijela digitalizacija, konvergencija i**

60

stalna globalizacija računarskih mreža,

**rizika da se računarske mreže i elektronske informacije mogu takođe koristiti za izvršenje krivičnih djela i da dokazni materijali koji se odnose na takva djela mogu biti uskladišteni u tim mrežama ili prenošeni preko njih, države potpisnice priznaju potrebu saradnje između država i privatnih preduzeća u borbi protiv računarskog kriminala i potrebu zaštite legitimnih interesa u korišćenju i razvoju informatičke tehnologije.**

60

136 Relevantni međunarodni instrumenti takođe uključuju: Rezolucije 55-63 Generalne skupštine Ujedinjenih nacija od 4. decembra 2000. godine i 56/121 od 19. decembra 2001. godine

**o „Borbi protiv kriminalne zloupotrebe informacionih tehnologija—; „Smjernice za saradnju**

161

policija i

provajdera internetskih usluga u suzbijanju sajber kriminala,— usvojene na svetskoj konferenciji „Saradnja protiv sajber kriminala— održanoj u

161

Strazburu 1. i 2. aprila 2008.godine, a na regionalnom nivou Preporuku dodeljena imena i brojeve (ICANN), Meridian CIIP, G8 Lion Grupa, Podgrupa za visokotehnološki kriminal, UN, Savjet Evrope (CoE), itd. 136 "Službeni list CG -Međunarodni ugovori", br. 4/2009 od 20.10.2009. godine. Saveta Evrope o kompjuterskom kriminalu. (Buckland B.S., Schreier F., Winkler T.H., 2010) Kako sajber prijetnje ubrzano rastu po obimu i sofisticiranosti, tako sve veći broj država u svijetu ubrzano i intenzivno izgrađuje sopstvene kapacitete i usvaja nacionalne strategije i vojne doktrine za sajber bezbjednost.

To se odražava u usvajanju strategija bezbjednosti računarskih sistema s prvenstvenim fokusom na zaštitu kritične informacione infrastrukture. Međutim, vlade imaju i izričitu obavezu da štite ljude i njihova prava od visokotehnološkog kriminala i da privode počiniocima krivičnih djela pravdi.

59

Povećana sajber bezbjednost koja pomaže u zaštiti potrošača i biznisa, osigurava dostupnost kritičnih infrastrukture od kojih ekonomija zavisi, i ojačava nacionalnu sigurnost je izazov zahtijeva mnoge reforme širom svijeta. Države u svim regijama svijeta sada imaju cyber sigurnosne inicijative i to 18 država u Africi, 16 država u Americi, 39 država u Aziji, 38 država u Europi i 3 države u Okeaniji (Lewis, JA, Neuneck, G. 2013). Razlike između SAD-a i EU i drugih naprednih zemalja kao što su Japan, Australija, Kanada, Južna Koreja, itd, imaju tendenciju da budu više terminološke nego suštinske, međutim globalno gledajući —perspektive i pristupi sajber bezbjednosti su daleko od uniformnih i prisutne su razlike ne samo između pojedinih zemalja već i između dijelova kritičnih infrastrukture u zemljama (Nojeim, 2010) kako bi se osigurao efikasan i uravnotežen dizajn strategije cyber bezbjednosti. Ne postoji jednostavno i jednoznačno rješenje za današnje izazove cyber bezbjednosti iako neke od smjernica predlažu svima jedan te isti pristup. Naime ideja je da jedno rješenje odgovara svim narodima i da postoji univerzalni način da se odgovori na ove izazove, a stvari nisu ni blizu tako jednostavne. Strateški prioriteti u borbi protiv visokotehnološkog ili sajber kriminala podrazumijevaju određene smjernice tipa: ? Usvojiti politike odnosno strategije borbe protiv visokotehnološkog kriminala ? Obezbjediti

da se poštuju zahtjevi u pogledu ljudskih prava i vladavine prava prilikom preduzimanja mjera protiv sajber kriminala. ? Uspostaviti platforme na internetu za podnošenje prijava od strane javnosti o sajber kriminalu.

59

? Podizati svijest

**i promovisati preventivne** mjere **na svim nivoima. ? Uključiti se u saradnju javnog i privatnog sektora, uključujući naročito saradnju** između **organa za** sprovođenje **zakona i** pružaoaca **internet usluga. ? Uključiti se u najvećem mogućem stepenu u** međunarodnu **saradnju.**

59

? Organizovati obuku organa za sprovođenje zakona i pravosudnih organa, te redovno ocjenjivati djelotvornost reakcije krivičnog pravosuđa na visokotehnološki kriminal i voditi statistiku u cilju efikasnijeg raspoređivanja resursa ? Uspostaviti potpun i djelotvoran pravni i zakonodavni osnov za delovanje krivičnog pravosuđa ? Oformiti specijalizovane jedinice za borbu protiv visoko tehnološkog kriminala itd.137 Da bi spriječile razvoj cyber prijetnji, mnoge zemlje prilagođavaju svoje nacionalne strategije za cyber bezbjednost sopstvenim potrebama i nacionalnim specifičnostima. Tako su Francuska i Velika Britanija koncentrisane na prevenciju sajber kriminala i terorizma, Japan i Finska ističu ulogu sajber prostora u ekonomskom razvoju, Litvanija je fokusirana na zaštitu ličnih podataka u sajber prostoru, Luksemburg, Estonija i Kanada promovišu nacionalne strategije kroz edukativne kampanje ukazujući na opasnosti u sajber prostoru i zaštitne mjere koje bi svaki korisnik trebao preduzeti (Colesniuc D., 2013), budući da je stanovništvo

**jedan od ključnih faktora u uspostavljanju nivoa sajber zaštite: svaki pojedinac svojim aktivnostima u svakodnevnoj upotrebi Interneta treba da doprinese povećanju nivoa lične sajber bezbjednosti, a profesionalci i pojedinci sa odgovarajućim funkcijama i odgovornostima direktno doprinose** nivou **opšte nacionalne sajber bezbjednosti.**

3

(Ognjanović I., Šenedelj R., 2015). Lekcije naučene iz skorijih sajber napada širom svijeta mogu biti korisne za one koje još uvijek nisu pretrpjele značajniju štetu budući da www briše granice, čineći ih ranjivim u nekim budućim napadima. Kooperacija sa moćnijim nacijama i alijansama 137 Jedan od dokumenata koji predlaže ove strateške prioritete je i —Deklaracija o strateškim prioritetima borbe protiv visoko tehnološkog kriminala, sačinjena

**uz podršku CyberCrime@IPA, zajedničkog projekta Evropske unije i Saveta Evrope za regionalnu saradnju u oblasti krivičnog** pravosuđa: **Jačanje kapaciteta za borbu protiv visokotehnološkog kriminala.**

59

Deklaraciju su potpisale: Crna Gora,

**Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Srbija, Makedonija, Turska i Kosovo**

59

stoga treba biti imperativ naročito za zemlje u razvoju iako nijedna država koliko god bila tehnološki razvijena ne može biti imuna na sajber prijetnje naročito bez uspostavljanja internacionalnih regulatornih sporazuma, (Kostyuk N., 2013) jer ono što predstavlja zločin u jednoj zemlji može to nije u drugoj, što je oduvijek sajber kriminalcima davalo odgovarajuću

prednost. Vlade moraju biti u mogućnosti da odlučuju o politikama, dijele operativne resurse i brane ih u skladu sa međunarodnim pravom (Spalević, 2014.), kao i da sarađuju na globalnom nivou. Međusobna saradnja različitih zemalja u ovom polju prema Ayofe i Irwin (2010) se odnosi na obaveze u multinacionalnom okruženju, trgovinske sporazume i druga spoljno politička pitanja. Industrija i sektor nevladinih organizacija u SAD npr. složni

su u zahtijevu da vlada pomogne savezničkim zemljama koje se ne mogu same nositi sa problemom sajber sigurnosti i da intenzivira aktivnosti na međunarodnom nivou za posticanje još veće saradnje u sprovođenju zakona radi

13

efikasnijeg katnjavanja sajber kriminalaca. (Improving our Nations Cybersecurity, 2011:18) Nedostatak razmjene informacija o cyber sigurnosti i ranjivosti između privatnog i javnog sektora, se često nameće kao problem. Jedan od ključnih izazova sajber bezbjednosti – i aspekt kome je posvećeno naročito interesovanje – je činjenica da su, dok su vlade, u izvjesnoj mjeri, odgovorne za informatičke i komunikacijske mreže, vlasnici tih mreža uglavnom privatni akteri.<sup>138</sup> Ovaj zaplet značajno komplikuje dvostruke izazove bezbjednosti i demokratskog upravljanja. Konkretno, ove dvije grupe aktera imaju specifične interese koji sputavaju i efikasnost i dejstvo napora u domenu sajber bezbjednosti, kao što podrivaju i pokušaje zaštite osnovnih prava i sloboda. Ove teškoće su još veće zbog globalne prirode kako problema tako i njegovog rešenja. Upravo je to područje za ulogu međunarodnih aktera u razvoju globalnih standarda i identifikaciju najboljih praksi. Takvi akteri, isto tako, mogu da učestvuju u podsticanju harmonizacije nacionalnih propisa o istrazi, gonjenju, čuvanju podataka, zaštiti, privatnosti, pristupu odbrani mreža i odgovoru na napade. Pored toga, međunarodni akteri mogu i da doprinesu identifikaciji nedostataka u nadzoru i da ukažu na najbolje prakse demokratskog nadzora aktera i partnerstava u online bezbjednosti. (Buckland B.S., Schreier F., Winkler T.H., 2010) 138

Jennifer Wood and Benoît Dupont, eds., *Democracy, Society and the Governance of Security*  
Cambridge: Cambridge University Press, 2006)

82

prema (Buckland B.S., Schreier F., Winkler T.H., 2010)

Kako bi odgovorili na sajber prijetnje u okruženju koje se konstantno mijenjaju, države moraju imati fleksibilne i dinamične strategije sajber bezbjednosti. Prekogranična priroda prijetnji čini neophodnim da se države fokusiraju na jaku međunarodnu saradnju. Sveobuhvatne nacionalne strategije sajber bezbjednosti su prvi korak u tom pravcu

8

Vatnost saradnje između nacija u razvojnoj fazi informacionog društva i njihovih moćnijih saveznika je predmet slaganja čak i među onim autorima koji tvrde da svaki narod ima svoj set izazova sajber sigurnosti. Uostalom, postoji jedna stvar oko koje se gotovo svi slažu, a to je da je sajber sigurnost globalni problem koji zahtijeva saradnju svih naroda. 9.8. Indikatori sajber bezbjednosti Od kako su ICT i internet postali nosioci tehnoloških transformacija kritičkih infrastruktura i servisa, biznisa i društva, skoro sve zemlje djeluju u pravcu širenja sveprisutne komunikacije u svako domaćinstvo i

preduzeće, podstičući razvoj i modernizaciju agende informacionog društva u današnjem digitalnom dobu. Inicijative kao što su, e-government, e-bankarstvo, e-zdravlje, e-učenje, sledeća generacija moćnih mreža, kontrole vazdušnog saobraćaja i drugi esencijalni servisi su na vrhu ekonomskih agendi većine zemalja. Ove inicijative podstiču produktivnost i efikasnost, unapređuju poslovne vještine, podstiču inovacije i isporučuju rast Bruto društvenog proizvoda (BDP). Rast nacionalnih ekonomija u globalnom informacionom društvu umnogome zavisi od informacione komunikacione tehnologije (ICT), a u isto vrijeme mnoge nacije se suočavaju sa značajnim ekonomskim gubicima upravo zbog razvoja ICT koje zahvaljujući otvaranju novih mogućnosti sajber kriminalu, utiču na smanjenje tog rasta. Novije američke studije ukazuju na činjenicu da se sajber kriminal dešava

**40 puta češće od klasičnog kriminaliteta, a da 90% zloupotreba ostaje praktično**

164

neotkrivena. Ova vrsta zloupotreba

**se razvija takvom brzinom, da praktično nema presedana u praksi.**

164

Uzimajući u obzir navedeno, možemo zaključiti da se razvoj informacionih tehnologija u oblasti savremenog poslovanja znatno brže odvija u odnosu na promjene koje se dešavaju u oblasti pravne regulative koja prati ovu oblast. S tim u vezi neophodno je napomenuti da donošenje zakonskih propisa koji su vezani za savremene oblike elektronskog poslovanja uglavnom nastaju kao odgovor na razne oblike zloupotreba, koje se dešavaju u ovoj oblasti tek nakon njihovog nastanka, (Stjepanović T., Krsmanović M., 2015) te da su reakcije na mogućnosti koje pruža razvoj tehnologije mnogo brže na strani sajber napada nego odbrane. U pokušaju da pronađe adekvatnu metodologiju za evaluaciju zrelosti i posvećenosti osiguranju sajber infrastrukture i usluga od kojih zavisi digitalna budućnost i rast, Hathaway M. (2013) kreirala je Index sajber spremnosti (Cyber readiness index – CRI). Ovaj index predstavljao je nov način izlaženja na kraj sa ovim problemom i dizajniran je da rasvijetli internacionalnu diskusiju i inspiriše globalni interes za ekonomsku eroziju nastalu usled sajber nesigurnosti koja sprečava mnogo veći ekonomski rast. CRI je obuhvatio 35 zemalja koje su prigrlile ICT i internet, i primjenjuje objektivnu metodologiju za evaluaciju zrelosti svake od zemalja kao i njenje posvećenosti sajber sigurnosti kroz 5 esencijalnih elementata. Ovaj holistički pristup evaluaciji progresa kroz sajber sigurnost demonstrira važnost kohezivne strategije koja uključuje državnu regulaciju i primjenu kao i tržišno orjentisane potsticaje koji usmjeravaju pažnju javnog i privatnog sektora na sigurnu i prosperitetnu digitalnu budućnost. (Hathaway, M., 2013) Prema nekim procjenama kada je 10 procenata populacije konektovano na internet BDP raste za 1 do 2 procenta. 139 Šta više vlade i biznisi su prigrlili internet i ICT i prepoznali da bi unapređenjem dugoročnih prednosti i društvenog standarda moglo eventualno doći i do povećanja BDP-a. (Dean D. i dr., 2012) Skori izvještaji idu čak i daleko da mogućnost modernizacije industrijskih sistema u okruženju može da obuhvati 46% udjela u globalnoj ekonomiji u sledećih 10 godina. (Evans P. C., Annunziata M., 2012) Nacije ne mogu sebi dozvoliti da ignorišu ovu ekonomsku priliku naročito u klimi ekonomske stagnacije. Međutim nije sve tako jednostavno i jednosmjerno, te sa rastom internet priključaka raste i broj sajber napada što sa svoje strane dovodi do erozije BDP-a, a osim smanjenja BDP-a usled širokog stepena malicioznih sajber aktivnosti takođe su i dostupnost, integritet i fleksibilnost ključnih infrastruktura u opasnosti. Npr procjenjeno je da G20140 ekonomije imaju gubitak od 2,5 miliona poslova zahvaljujući pirateriji, te da



vlade i korisnici gube 125 milijarde dolara godišnje uključujući gubitke u povraćaju poreza. 141 SAD procjenjuju da godišnji uticaj internacionalnih sajber lopova 139

**World Economic Forum, ICT for Economic Growth: A Dynamic Ecosystem Driving the Global**

63

Recovery, available at: [ttp](http://www3.weforum.org/docs/WEF_IT_DynamicEcosystem_Report_2009.pdf)

[://www3.weforum.org/docs/WEF\\_IT\\_DynamicEcosystem\\_Report\\_2009.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_IT_DynamicEcosystem_Report_2009.pdf) (pristupljeno 5.

10. 2013). 140

**G20 (Grupa 20), čini 19 najrazvijenijih zemalja sveta, zajedno sa Evropskom unijom. Zemlje**

131

članice G20 su:

**Argentina, Australija, Brazil, Francuska, Nemačka, Indija, Indonezija, Italija, Japan, Južna**

131

**Afrika, Južna Koreja, Kanada, Kina, Meksiko, Rusija, Saudijska Arabija, Sjedinjene Američke**

Države, **Turska, Ujedinjeno Kraljevstvo, i**

Evropska centralna banka. 141

**Frontier Economics London, Estimating the Global Economic and Social Impacts of Counterfeiting**

63

**and Piracy: A Report Commissioned by Business Action to Counterfeiting and Piracy, Paris: ICCWBO, 47 (2011).**

na američku ekonomiju na 300 milijardi dolara. Ovo je aproksimativno jedan procenat njihovog BDP. 142 Nadalje, istraživanje Toegepast Natuurwetenschappelijk Onderzoek (TNO), nezavisne istraživačke organizacije iz Holandije, pokazuje da troškovi sajber kriminala njihovu privredu koštaju najmanje 10 milijardi eura godišnje ili 1,5 do 2 procenta njihovog BDP-a. Ovi gubici su skoro jednaki holandskom ekonomskom rastu u 2010/143 godini. Postoje i još neke procjene sprovedene u UK i Njemačkoj koje ukazuju na slične gubitke. Ne postoji nacija koja može sebi priuštiti da ustupi čak ni jedan procenat Bruto društvenog proizvoda, zlonamjernim sajber aktivistima. Mjerenje opadajućih prihoda može ubrzati vlade na putu kreiranja njihove digitalne agende i ekonomske vizije sa strategijom sajber sigurnosti, i potstaći ih da investiraju u izvedene vijednosti i jednog i drugog. Objelodanjivanje ekonomskih gubitaka može osvjetliti nacionalne i globalne interese u prihvatanju ekonomske erozije. Inicijative sajber bezbjednosti, mogu unaprijediti i obezbijediti da obećavajući udio ICT bude realizovan u punom potencijalu internet ekonomije. (Hathaway, M., 2013) 9.8.1. Index sajber spremnosti - CRI metodologija Index sajber spremnosti - CRI (Cyber Readines index) ima za cilj da identifikuje pet osnovnih elemenata koji čine preduslov u ostvarivanju odgovarajućeg nivoa sajber bezbjednosti, kako bi se omogućila zaštita vrijednosti i integriteta ranijih ICT investicija i razvoj internet ekonomije. Inicijalni cilj evaluacije je da ukaže na

dostignuti nivo zrelosti i posvećenosti sajber sigurnosti pojedinih zemalja i može se mjeriti u zavisnosti od toga koje je korake zemlja preduzela po pitanju svakog od ovih 5 elemenata. U cilju produbljivanja i preciznije razrade svake od ovih smjernica buduće studije će vjerovatno dodavati nove kategorije, koje treba istražiti radi utvrđivanja daljeg nivoa sajber 142 prema

**National Bureau of Asian Research, The IP Commission Report: The Report of the Commission on the Theft of American Intellectual Property (May 2013).** 143 **TNO, Cost of Cyber Crime Largely Met by Business,** dostupno na: [http://www.tno.nl/content.cfm?context=overtno&content=nieuwsbericht&laag1=37&laag2=69&item\\_id=2012-04-10%2011:37:10.0&Taal=2](http://www.tno.nl/content.cfm?context=overtno&content=nieuwsbericht&laag1=37&laag2=69&item_id=2012-04-10%2011:37:10.0&Taal=2) (pristupljeno 5. 63

10. 2013). bezbjednosti posebno za svaku zemlju. Pet esencijalnih pitanja, koja samo grubo definišu okvire određivanja sajber bezbjednostne zrelosti (svako od njih sadrži niz sopstvenih podkriterijuma i novih pitanja koje ovdje nećemo detaljno navoditi) su: 1. Da li je ustanovljena i objavljena Nacionalna strategija sajber bezbjednosti 2. Da li zemlja ima operativni tim za odgovor na sajber opasnosti CERT/CIRT. 3. Da li zemlja pokazuje posvećenost u zaštiti od sajber kriminala (u smislu saradnje i ostvarivanja regionalnih i međunarodnih sporazuma o sajber bezbjednosti) 4. Da li zemlja ima mehanizam dijeljenja informacija 5. Da li zemlja investira u osnove sajber sigurnosti i primijenjena istraživanja i da li široko primjenjuje sajber sigurnosne inicijative Inicijalno testiranje indexa sajber spremnosti (CRI) uključilo je vodeće zemlje sa liste Međunarodne telekomunikacione unije (ITU) prema ICT indexu razvoja i Indexu mrežne spremnosti Svjetskog ekonomskog foruma (WEF, 2013) koji ukazuju na to koje su zemlje na najbolji mogući način prigrllile ICT investirajući u dostupne internet servise u cilju unapređenja ekonomskog rasta, zemlje sa najvećim GDP-jem prema bazi podataka Svjetske banke, kao i članice grupe G20, i neke od najvećih rastućih ekonomija kao što su Brazil, Indija, Kina i Južna Afrika. Na ovaj način je obuhvaćeno ukupno 90% globalnog GDP-ja, 80% međunarodne trgovine i 64% svjetske populacije, a u konačnu listu je ušlo 35 zemalja. 144 Nakon prve primjene kriterijuma CRI (indexa sajber spremnosti) rezultati su pokazali sledeće: ? Čak i zemlje kao što su Australija, Kanada, Holandija, Velika Britanija, SAD, iako vodeće u sprovođenju akcija u svim kategorijama indexa, ipak doživljavaju degradaciju BDP-a zbog sajber nesigurnosti. ? Dvadeset sedam od trideset pet zemalja imaju Nacionalnu strategiju sajber bezbjednosti, ali mali broj njih bilježi progres samo zahvaljujući tome, a još manji investira u uspešnost samih ishoda strategije. ? Gotovo sve zemlje imaju sposobnost odgovora na sajber incidente ili kroz nacionalne CERT timove ili preko foruma za reagovanje na incident. 144

**Argentina, Australija,** Austrija, **Brazil, Kanada, Kina,** Danska, Finska, **Francuska,** 204  
Njemačka, **Hong Kong,** Island, **Indija, Indonezija,** Izrael, **Italija, Japan,**

Luksemburg, Makao, Meksiko, Holandija, Novi Zeland, Norveška, Rusija, Saudijska Arabija, Singapur, Južna Afrika, Južna Koreja, Španija, Švajcarska, Švedska, Tajvan, Turska, Velika Britanija i SAD. ? Dvadeset od trideset pet zemalja pokazuje posvećenost u odbrani od sajber kriminala kroz usvajanje odgovarajućih zakonodavnih okvira i legislativa, međunarodnu kooperaciju i preduzimanje mjera za lakše identifikovanje sajber kriminalnih aktivnosti kako na nacionalnom tako i na

meĀunardnom nivou ? Manji broj zemalja investirao je u javno-privatnu saradnju i mehanizam dijeljenja informacija. Usvajanje bezbjednostnih okvira i prepoznavanje nivoa sajber spremnosti neophodni su za ostvarivanje punog potencijala Internet ekonomije. CRI moĀe posluĀiti kao solidna osnova za postavljanje sistema sajber bezbjednosti i u ostalim zemljama koje nisu obuhvaĀene navedenim istraĀivanjem.

9.8.2. Globalni indeks sajber bezbjednosti – GCI

Globalni indeks sajber bezbjednosti – GCI (Global Cybersecurity Index) nastao je u kooperaciji privatnog sektora i meĀunardne organizacije kako bi pitanje sajber bezbjednosti dospjelo na centralno mjesto u nacionalnim agendama. Ovaj zajedniĀki projekat ITU – MeĀunardne telekomunikacione unije i ABI research u nastao je u cilju rangiranja sajber sposobnosti drĀava. Zadatak projekta bio je: ? Identifikovati osnovnu metriku performansi ? Razviti mehanizam globalnog rangiranja ? Sprovesti istraĀivanje i prikupiti podatke o sajber sposobnosti drĀava u svijetu ? Ustanoviti kontakt i vezu izmeĀu drĀava i relevantnih organizacija ? Identifikovati i inkorporirati relevantne podatke u indeksu ? Objaviti globalni indeks sajber bezbjednosti

DugoroĀni cilj formiranja ovog indeksa je u podsticanju novih napora u usvajanju i integraciji sajber bezbjednosti na globalnom nivou. Sajber bezbjednost ima široko polje primjene koje proĀima sve industrije i sektore. PoreĀenje na osnovu indexa otkriva koje su to drĀave visoko na ljestvici u pojedinim podruĀjima, a samim tim i skreĀe paĀnju na uspješne strategije sajber bezbjednosti. (Tabela: Globalni indeks sajber bezbjednosti, Prikaz Evropskih drĀava)

TakoĀe mjerenje nivoa sajber spremnosti u razliĀitim podruĀjima omogućava drĀavama da procjene na kom se stepenu razvoja nalaze, koliko su daleko od implementacije prihvatljivog nivoa sajber bezbjednosti, te da procjene u kom dijelu su im najpotrebnija poboljšanja. GCI je osmišljen kao indikator razvoja sajber bezbjednosne sposobnosti suverenih nacionalnih drĀava. Indeks je u suštini kompozitni indikator, koji objedinjuje više pojedinaĀnih pokazatelja. U okviru ovog indexa, kod svake zemlje pojedinaĀno analiziran je nivo razvoja u okviru sledeĀih pet kategorija: 1) pravne mjere, 2) tehniĀke mjere, 3) organizacione mjere, 4) izgradnja kapaciteta i 5) kooperacija. Proces razvoja sajber bezbjednosti se moĀe analizirati u okviru ovih pet vaĀnih, širokih kategorija koje formiraju osnovu pokazatelja za GCI, od kojih svaka ima karakteristiĀne podkriterijume. MeĀu Evropskim zemljama na prvom mjestu po indexu spremnosti u odgovoru na sajber prijetnje nalazi se Norveška, a od nje bolje rangirane na globalnom nivou su: SAD, Kanada, Australija, Malezija, Oman i Novi Zeland.

Tabela 12: Globalni indeks sajber bezbjednosti, Prikaz Evropskih drĀava

DrĀava	Pravni okvir	TehniĀki	Organizacioni	Izgradnja kapaciteta	Kooperacija	Index	Rang
Norveška	1	0.6667	0.75	0.875	0.5	0.7353	1
Estonija	1	0.6667	1	0.5	0.5	0.7059	2
NjemaĀka	1	1	0.625	0.625	0.5	0.7059	2
Velika Britanija	1	0.6667	0.75	0.625	0.5	0.6765	3
MaĀarska	1	0.6667	0.75	0.625	0.5	0.6765	3
Izrael	1	0.6667	0.625	0.75	0.5	0.6765	3
Holandija	0.75	0.5	0.875	0.625	0.625	0.6765	3
Latvia	1	0.6667	0.75	0.5	0.5	0.6471	4
Švedska	0.75	0.6667	0.625	0.625	0.625	0.6471	4
Turska	0.5	0.6667	0.75	0.75	0.5	0.6471	4
Finska	0.5	0.6667	0.875	0.5	0.5	0.6176	5
SlovaĀka	1	0.6667	0.875	0.25	0.5	0.6176	5
Danska	1	0.6667	0.5	0.5	0.5	0.5882	6
Francuska	1	0.1667	0.5	0.75	0.625	0.5882	6
Španija	1	0.6667	0.625	0.625	0.25	0.5882	6
Italija	0.75	0.3333	0.625	0.625	0.5	0.5588	7
Poljska	1	0.3333	0.625	0.625	0.25	0.5294	8
Āeška	0.75	0.6667	0.625	0.375	0.25	0.5	9
Luksemburg	0.75	0.3333	0.5	0.375	0.5	0.4706	10
Evropa Pravni okvir TehniĀki Organizacioni Izgradnja kapaciteta Kooperacija Index Rang Rumunija	0.75	0.3333	0.625	0.25	0.5	0.4706	10
Belgija	0.75	0.5	0.25	0.375	0.5	0.4412	11
Bugarska	0.75	0.6667	0.5	0.375	0.125	0.4412	11
Litvanija	1	0.3333	0.75	0.125	0.25	0.4412	11
Hrvatska	0.75	0.6667	0.25	0.375	0.25	0.4118	12
Crna Gora	1	0.5	0.5	0.25	0.3824	13	
Malta	0.75	0.5	0.25	0.25	0.25	0.3529	14
Švajcarska	0.5	0.3333	0.25	0.25	0.5	0.3529	14
Kipar	0.75	0.1667	0.375	0.125	0.25	0.2941	15
Portugal	0.75	0.5	0.125	0.125	0.25	0.2941	15
Srbija	0.75	0	0.375	0.25	0.125	0.2647	16
Albanija	0.75	0.3333	0.125	0.125	0	0.2059	17
GrĀka	0.5	0.3333	0.125	0.125	0.125	0.2059	17
Island	0.75	0.3333	0	0	0.25	0.2059	17
Irska	0.5	0.1667	0	0.375	0.125	0.2059	17
BiH	0.75	0	0.125	0.125	0.125	0.1765	18
Slovenija	0.5	0.3333	0	0.125	0.125	0.1765	18
Makedonija	0.75	0.1667	0	0	0.125	0.1471	19
Lihenštajn	0.75	0	0	0	0.125	0.1176	20
Monako	0.5	0	0	0	0	0	20

0 0 0.125 0.0882 21 Andora 0.5 0 0 0 0.0588 22 Izvor: Global Cybersecurity index (2014). ABLresearch&ITU 1.

Zakonodavstvo je svakako kritična kategorija bilo po pitanju zabrane određenog kašnjenog ponašanja ili minimuma regulatornih zahtjeva. Pravne mjere moraju omogućiti nacionalnim državama da ustanove osnovne mehanizme odbrane kroz istragu i procesuiranje zločina i nametanje sankcija za nepoštovanje ili kršenje zakona, pa zakonodavni okvir mora postaviti minimalne standarde ponašanja širom sajber prostora. Podgrupe ovog indikatora su: A. krivično zakonodavstvo B. Uredbe i usklađenost 2. Tehnologija je prva linija odbrane protiv sajber prijetnji i zlonamjernih online akcija. Bez adekvatnih tehničkih mjera i sposobnosti za otkrivanje i reakciju na sajber- napad, nacionalne države i njihovi entiteti su prilično ranjivi. Razvoj i primjena ICT mogu omogućiti istinski prosperitet samo u klimi povjerenja i sigurnosti. A. CERT / CIRT / CSIRT B. Standardi 145 C. Sertifikacija<sup>146</sup> 3. Organizacione i proceduralne mjere su neophodne za pravilno sprovođenje bilo koje vrste nacionalne inicijative. Države moraju postaviti široke strateške ciljeve, sa sveobuhvatnim planom za njihovu implementaciju, isporuku i evaluaciju. Strukture kao što su nacionalne agencije treba da obezbijede funkcionisanje strategije i ocijene uspjeh ili neuspjeh plana. Bez nacionalne strategije, modeli upravljanja i naponi nadzornih organa u različitim sektorima i industrijama postaju različiti i nepovezani, slabeći nastojanja da se postigne nacionalna usklađenost u smislu sposobnosti razvoja i jačanja sajber bezbjednosti. Organizacione strukture mogu se mjeriti na osnovu postojanja i broja institucija i strategija koordinisanog razvoja sajberbezbjednosti na nacionalnom nivou. U borbi protiv sajber kriminala, za promociju sajber bezbjednosti, neohodno je stvaranje efikasne organizacione strukture koju čine: A. Politika B. Smjernice za upravljanje C. Odgovorne agencije D. Nacionalni benčmarking 4. Izgradnja kapaciteta suštinski spada u prve tri mjere (pravne, tehničke i organizacione). Razumijevanje tehnologije, rizika i implikacije mogu pomoći da se razviju bolji zakoni, politike, strategije i organizacije. Sajber bezbjednost je relativno novo područje i najčešće se rešava iz tehnološke perspektive, međutim postoje brojne socio-ekonomske i političke implikacije koje imaju primjenljivost u ovoj oblasti. Ljudski i institucionalni kapaciteti izgradnje zahtijevaju unapređivanje znanja u svim 145 Ovaj indikator mjeri postojanje okvira koje je odobrila vlada (ili podržala) za implementaciju međunarodno priznatih standarda sajber bezbjednosti u javnom sektoru (vladine agencije) i unutar kritične infrastrukture (čak i ako njima upravlja privatni sektor). Ovi standardi uključuju, ali nisu ograničeni na one razvijene od strane sljedećih agencija:

**ISO, ITU, IETF, IEEE, ATIS, OASIS, 3GPP, 3GPP2, IAB, ISOC, ISG, ISI, ETSI, ISF, RFC, ISA, IEC, NERC,**

162

**NIST, FIPS, PCI DSS,**

itd <sup>146</sup> Ovaj indikator mjeri postojanje okvira za sertifikaciju i akreditaciju nacionalnih ili vladinih agencija i stručnjaka u javnom sektoru prema međunarodno priznatim standardima sajberbezbjednosti. sektorima i primjenu najprikladnijih rešenja i promovisanje razvoja najkompetentnijih stručnjaka. Jačanje kapaciteta može se mjeriti na osnovu postojanja i broja istraživanja, obrazovnih i drugih programa obuke, sertifikovanih profesionalaca i agencija u javnom sektoru, a sve u svemu izgradnju kapaciteta čini sledeće: A. Razvoj standardizacije B. Popularizacija<sup>147</sup> C. Sertifikovani profesionalci D. Sertifikovane agencije 5. Saradnja poboljšava dijalog i koordinaciju i omogućava stvaranje sveobuhvatnog područja primjene sajber bezbjednosti. Sajber bezbjednost zahtijeva uključenje svih sektora i disciplina, i iz tog razloga, mora biti sagledana iz ugla raznih zainteresovanih strana. Podkriteriumi za mjeru saradnje i kooperacije su: A. Međudržavna koopeacija B. Međuagencijska kooperacija C. Javno-privatna saradnja D. Internacionalna saradnja (ABLresearch& ITU, 2014) Konvencionalno razmišljanje o sajber sigurnosti mora biti praćeno tešnjama ka ekonomskom prosperitetu, a

indexi spremnosti u odgovoru na sajber prijetnje omogućavaju identifikovanje elemenata bitnih za jačanje sajber bezbjednosti, koja predstavlja preduslov za ekonomski rast i razvoj i sprečavanje ekonomskih posledica i eroziju BDP-ja usled sajber kriminalnih aktivnosti. 147 Popularizacija ili originalno „manpower development— podrazumijeva sprovođenje široko rasprostranjene promotivne kampanje sprovedene od strane Vlade, kako bi se što više ljudi, nevladinih organizacija, institucija, organizacija, lokalnih trgovinskih organizacija, ICT firmi, obrazovnih institucija, itd. upoznao i uključilo u širenje ideje i svijesti o bezbjednom ponašanju u sajber prostoru. 9.9. Izazovi sajber bezbjednosti u Crnoj Gori Ekonomske posledice nastale usled malicioznih sajber aktivnosti su realna opasnost ne samo za zemlje visokog stepena razvijenosti informacionog društva, već prema nekim autorima Burt, D., Nicholas, P., Sullivan, K., Scoles, T. (2013), mogu biti još i veće za one koji tek razvijaju svoje internet ekonomije. Premda je sajber sigurnost globalni izazov, koristi i rizici tehnološkog razvoja nisu uvijek ravnomjerno raspodijeljeni. Često su zemlje u razvoju lake mete za sajber napade. (Kostyuk, 2013) Informaciona društva u razvoju često mogu predstavljati laku metu, a analitičari tvrde da povećana penetracija širokopojasnog interneta, prisutna u velikom broju zemalja u razvoju, čini ove zemlje plodnim tlom za sajber napade. (Kshetri, 2010.) Istražujući ovaj paradoks i analizom stope napada u odabranim zemljama Burt, Nikola, Sullivan i Scoles (2013) ustanovili su da je povećan pristup internetu kod zemalja sa zrelijim tehnološkim razvojem u korelaciji sa poboljšanjem u sajber sigurnosti na globalnom nivou, ali ima suprotan efekat meću ekonomijama u razvoju koje se nalaze na nižem nivou tehnološkog razvoja. Iako zemlje u razvoju šansu za prosperitet vide u razvoju informacionog društva i koristima koje mogu imati od implementacije i široke primjene ICT, često nisu svjesne i ne bave se sajber prijetnjama sa kojima se suočavaju. Stoga ćemo u ovom dijelu rada prema dostupnim izvorima pokušati da identifikujemo izazove sajber bezbjednosti informacionog društva u Crnoj Gori, i analiziramo do sad preduzete korake u tom pravcu i moguće odgovarajuće smjernice za njihovo unapređenje.

**Korisnici u Crnoj Gori su** izloženi **većini sajber** prijetnji **i** napada **koji** utiču **i** na **199** **ostatak svijeta**

(što uključuje zlonamjerne programe, elektronske prevare, preotimanje web stranica, e-mail "hacking", itd). U periodu od 2011. do

**2014. godine, napadači su** izvršili promjene **ili preuzeli kontrolu nad** nekoliko **web stranica** **6** **crnogorskih institucija,** bilo je nekoliko **napada na**

informacione infrastrukture, internet provajdera, kao i na bankarski sektor. Osim toga, u ovom periodu došlo je do značajnog broja

**slučajeva u kojima su napadači preuzeli kontrolu nad korisničkim profilima crnogorskih** građana **8** **na društvenim**

mrežama, uz upotrebu neprimjerenog sadržaja pod imenom registrovanih korisnika, kako bi se kompromitovao vlasnik profila. (MIDTa, 2014) Statistički podaci o cyber incidentima u 2014. godini, jasno govore da je najveći broj cyber napada fokusiran na pojedince (korisnici su izloženi mnogim opasnostima prilikom postavljanja ličnih podataka i sadržaja na Internetu) i državnih organa. (Slika: Statistički prikaz prijavljenih sajber incidenata u Crnoj Gori 2014)

**Napadi na komercijalne banke** **Napadi na** pravne entitete **Napadi na** internacionalne partnere **Napadi na** državne organe **Napadi na** pojedince 5% 5% 10% 35% 47%

3

Slika 11: Statistički prikaz prijavljenih sajber incidenata u Crnoj Gori 2014 Izvor: Ljucovic, Ognjanovic&Sendelj (2015) Građani su probleme vezane za sigurnost sa kojima se srijeću prilikom upotrebe interneta, prema istraživanju koje je sproveo Zavod za statistiku Crne Gore (2012) identifikovali na sledeći način: Virus i druge vrste infekcija - 85,4 posto; Primanje "spam" poruka - 62,7 posto; Dostupnost web stranica neprimjerenog sadržaja djeci - 6,7 posto; Zloupotreba ličnih podatke koje šalju preko interneta - 3,7 posto; Gubitak novca zbog upotrebe kreditne ili debitne kartice - 2,3 posto, i gubitak novca kao posljedica prijema lažne poruke - 1,40 posto. (Slika: Sigurnosni problemi sa kojima se građani Crne Gore suočavaju na internetu) Slika 12: Sigurnosni problemi sa kojima se građani Crne Gore suočavaju na internetu Izvor: Monstat, 2012

**Kako bi shvatiti** složenost **sajber prostora Crne Gore,** važno **je analizirati statističke podatke** o upotrebi IT servisa i usluga u Crnoj Gori.

3

Prema podacima Svjetske banke, prosječna internet penetracija u Crnoj Gori iznosi 45 korisnika interneta na 100 stanovnika, što se može porediti sa prosječnom penetracijom Interneta Zapadnog Balkana od 54, ali predstavlja i mnogo manji prosjek u odnosu na EU, gdje je 72. Takoće statistike pokazuju da penetracija upotrebe računara iznosi 72,6 posto za domaćinstva. (Svjetska banka, 2013) Istraživanje

**koje je sprovedeno od strane Zavoda za statistiku Crne Gore odnosi se na upotrebu IT-a od strane pojedinaca i kompanija u Crnoj Gori.** Istraživanje **je sprovedeno po Eurostat metodologiji i buhvata** **domaćinstva s najmanje jednim članom dobi** između **16 i 74 godina, pojedince iste starosne dobi, kao i kompanije s 10 i više zaposlenih.**

3

Prema izvještaju Monstata od 2014. godine, u

**Crnoj Gori 63,6% anketiranih domaćinstava je izjavilo da ima pristup Internetu kod kuće, bez obzira na to da li se koristi ili ne. U domaćinstvima se pristup Internetu ostvaruje pomoću nekoliko uređaja, kao što su personalni računar (PC) – 75,1% i prenosivi računar (laptop, netbook, tablet) –57,6%. Pored**

92

navedenih uređaja za pristup Internetu se koriste i drugi mobilni uređaji, TV povezan na Internet (Smart TV) i igračke konzole (play station).

U uporednom prikazu upotrebe navedenih uređaja u domaćinstvima u posljednje tri godine (Slika: Uređaji sa kojih građani Crne Gore pristupaju Internetu) uočljiv je naročit rast upotrebe mobilnih telefona za pristup internetu, a prema istom ispitivanju procenat lica koja koriste mobilni telefon ili smart telefon iznosi 92,3%. Domaćinstva koja nemaju pristup Internetu navode različite razloge za to, međutim važno

je primjetiti da je čak 33.2% navelo da je nedostatak osnova IT pismenosti razlog za nepostojanje pristupa Internetu u domaćinstvu.

3

Uređaji pomoću kojih se u domaćinstvu pristupa Internetu Personalni računar Laptop Mobilni uređaji 57.60% 56.70% 52% 38.50% 29.70% 24.20% 75.10% 77.90% 75.30% 2014 2013 2012 Slika 13: Uređaji sa kojih građani Crne Gore pristupaju Internetu Izvor : Monstat, 2014 Što se tiče preduzeća u

Crnoj Gori 93,9% anketiranih preduzeća je izjavilo da koristi računare u svom poslovanju.

81

Od preduzeća koja koriste računar u svom poslovanju, 37,7% je odgovorilo da zapošljava ICT /IT stručnjake koji imaju sposobnost da razvijaju, održavaju, upravljaju ICT ili IT sistemima i aplikacijama, što predstavlja rast od 16,9% u odnosu na 2012. godinu. Kada je riječ o Internetu, istraživanje je pokazalo da 98,1% preduzeća, koja koriste računar, ima pristup Internetu,

81

te da je u

odnosu na 2013. godinu evidentan rast preduzeća koja koriste računar u svom poslovanju i to za 4,1%,

81

57% kompanija koristi kompanijski email, a 47.8% koristi neki od servisa na cloud-u. (Monstat, 2014) Broj preduzeća koja putem interneta primaju ili plasiraju porudžbine je iako se povećava iz godine u godinu ipak još uvijek na dosta niskom nivou. Takođe zabrinjava činjenica da, prema podacima Monstata (2012) u Crnoj Gori, samo 27,9 posto kompanija ustanovilo pravilnik koji reguliše pitanja normativno informacione sigurnosti, a veoma mali postotak kompanija vrši provjeru znanja zaposlenih o mjerama sigurnosti, tačnije samo 26,9 posto.

**Za informacionu bezbjednost svake države veoma je bitna konstantna edukacija i praćenje novih trendova, te se sigurnosne politike moraju pomjeriti ka proaktivnim djelovanjima i strategijama.**

158

**Ostati zaštićen od sajber sigurnosnih prijetnji zahtijeva da svi korisnici budu svjesni prijetnji i svojim aktivnostima na Internetu sami primijene sigurnosne mjere i prakse u skladu sa postojećim standardima.**

3

**Pored navedenih indikatora o upotrebi računara i Interneta od strane stanovnika Crne Gore, neophodno je analizirati i aspekt formalne edukacije i karakteristika obrazovnog sistema.**

3

**Podaci pokazuju da mlade generacije sve više koriste Internet, ali da im postojeći obrazovni sistem ne nudi dovoljno znanja o sajber bezbjednosti i zaštiti svojih aktivnosti i podataka na Internetu.**

3

**Na osnovu dostupnih podataka može se uočiti da postoji neadekvatna zastupljenost predmeta i programa koji se odnose na znanja i vještine u oblasti sajber bezbjednosti.**

3

S druge strane, iako skoro

**94% kompanija koristi Internet u svom poslovanju, njihovi zaposleni ne pokazuju visok nivo poznavanja rada u internet okruženju (ukoliko je riječ o starosnoj generaciji iznad 45 god), pa samim tim ni osnovne principe sajber zaštite.**

3

Dakle može

**uočiti da ne postoji usaglašenost između upotrebe Interneta u domaćinstvima i poslovnom sektoru, pa se nameće pitanje o nivou znanja i vještina zaposlenih koji iz nekog razloga nemaju računar i/ili Internet kod kuće, a isti koriste u kompanijama. Kakogod, IT pismenost je samo osnovni preduslov za učešće u sajber prostoru, a u**

3



nastavku slijedi analiza nivoa znanja i vještina u ovoj oblasti.

**Kada se govori o sajber pismenosti na nacionalnom nivou, neophodno je identifikovati odgovarajuće grupe korisnika IT usluga i njima tipične onlajn aktivnosti; na osnovu čega se dalje vrši procjena potrebnog nivoa edukacije i vještina. Kategorije korisnika su identifikovane isključivo na osnovu starosne dobi, oslanjajući se na očekivanjima da oni dijele iste navike i potrebe u pogledu IT usluga i servisa. Drugim riječima, grupe korisnika se identifikuju sa stanovišta: (a) različite infrastrukture koju koriste pa ju je stoga potrebno i zaštititi, (b) različitih radnji koje obavljaju, i (c) različite percepcije i znanja o onlajn sigurnosnim pitanjima. (Ognjanović I.,**

3

Šendelj R., Ognjanović I., 2015) U cilju predstavljanja, analize

**trenutnog nivoa pismenosti u oblasti sajber bezbjednosti u Crnoj Gori, kao i poređenja sa zemljama iz EU**

3

tj

**komparativne analize osnovnih indikatora o znanju i vještinama upotrebe računara i Interneta, korišćeni su rezultati evropske statistike EU28 iz 2012.god.**

3

U tu svrhu komparirani su rezultati još tri evropske države

**koje su približno male populacije kao i Crna Gora (populacija: 620.029): Kipar (populacija:858.000), Luksemburg (populacija: 549.680), Malta (populacija: 425.384) (Tabela: Pokazatelji znanja/vještina**

3

upotrebe Interneta) Tabela 13: Pokazatelji znanja/vještina upotrebe Interneta EU28- 2012 Crna Gora Kipar Luksemburg

Malta Rad u pretraživaču Slanje email-a sa prilogom Postavljanje komentara na forumima 75% 82% 37% 72% 53% 47%

64% 49% 40% 91% 79% 43% 66% 55% 31%

**Telefonski pozivi preko Interneta 33% 29% 40% 48% 32% Prenos fajlova 14% 8% 10% 12% 19% Kreiranje veb strane**

3

Postavljanje raznih sadržaja na veb 10% 30% 1% 20% 1% 38% 13% 31% 8% 19% Promjena parametara bezbjednosti u pretraživaču 24% 10% 15% 36% 21% Izvor: Ognjanović I. i dr., 2015. U Tabeli - Pokazatelji znanja/vještina upotrebe Interneta

**su predstavljeni podaci o vrstama aktivnosti na Internetu i ovdje se mogu uočiti da postoji prilična usklađenost podataka sa evropskim standardima, s jasno identifikovanim nedostatkom znanja o postavljanju i izmjenama parametara bezbjednosti u Internet**

3

pretraživaču.

**Prema tome, neophodno je organizovati intenzivne kampanje i treninge, a od obrazovnih institucija se očekuje da izmijene svoje programe i doprinesu osnovnom obrazovanju u ovoj oblasti, a kreiranje specijalizovanih multidisciplinarnih programa u oblasti sajber bezbjednosti na svim nivoima visokog obrazovanja (od Bachelor do doktorskih) bi obezbijedilo školovanje stručnjaka koji bi kasnije biti nosioci sajber bezbjednosti na nacionalnom nivou**

3

(Ibid., 2015) Informaciona pismenost

**je ključna za konkurentni napredak pojedinaca, preduzeća (pogotovu malih i srednjih preduzeća), regiona i zemalja,**

93

a prevazilazi postojeće 148 Ne postoje

**efektivne kampanje namijenjene široj javnosti osim za učenike osnovnih i srednjih škola,**

3

gdje su Ćaci tj. jedan broj učesnika ove kampanje u organizaciji

**Ministarstva prosvjete u saradnji sa Telenor Crna Gora, informisani o savjesnom korišćenju ICT-a i Interenta, sa aspekta bezbjednosti. Potrebno je organizovati inicijative između univerziteta, privatnih kompanija i škola.**

3

tehnologije obuhvatajući

**učenje, kritičko mišljenje i interpretativne sposobnosti koje prelaze stručne granice i pojedince i društva.** osnažuju

93

Ona obezbjeđuje

**ključ za** efektivan **pristup, korišćenje i stvaranje** sadržaja **koji daju potporu ekonomskom razvoju, obrazovanju, zdravstvenim i društvenim** službama, **i svim ostalim vidovima modernih društava i zbog toga** obezbjeđuje **suštinsku osnovu za ispunjenje ciljeva milenijumske deklaracije i** svjetskog **samita o informacionom društvu.**

93

Osim kontinuirane edukacije stanovništva na svim nivoima, koordinisana izgradnja organizacionih, insitucionalnih i upravljačkih kapaciteta, javnog i privatnog sektora, unapređenje zakonskih i podzakonskih propisa (premda je pravni okvir prilično dobro struktuiran i razrađen)

**bitne su stavke postojanja informacione bezbjednosti u Crnoj Gori. Prepoznajući svoje spoljnopolitičke prioritete kroz**

8

saradnju drugim zemljama iz regiona i međunarodnim alijansama, obezbjeđivanje

**propisanih bezbjednosnih kriterijuma na nacionalnom nivou postaje prioritet cjelokupnog informacionog društva Crne Gore.**

8

9.9.1. Zakonodavni okvir

**Pravne aktivnosti na domaćem nivou treba** provoditi **u** **tijesnoj koordinaciji s** međunarodnim **razvojem i inicijativama da bi se**

9

obezbjedila međusobna usklađenost. Neovlašten pristup sistemu, piraterija softvera, otkrivanje i izmjena poslovnih podataka i informacija, neovlašten pristup bazama integralnih informacionih sistema, zloupotreba lozinke, kao i prenos destruktivnih virusa su samo neke od opasnosti i zloupotreba. Stoga

**ključne oblasti koje treba da budu razmotrene prilikom izgradnje pravnog okvira za elektronsko poslovanje obuhvataju zaštitu podataka,**

102

regulisanje internetskog okruženja, punovažnost elektronskog potpisa, elektronsku privatnost, pravo

**intelektualne svojine, propise o regulisanju sadržaja na internetu, zakon o elektronskom dokumentu, zakon o elektronskom arhiviranju, zakon o slobodnom pristupu informacijama**

102

itd. (Stjepanović T., Krsmanović M., 2015)

**Crna Gora je odgovarajući zakonski i pravni okvir koji pravno trebalo da onemogući svaki vid slučajnog ili namjernog narušavanja i sprečavanja funkcionisanja informatičkog sistema započela da izgrađuje u poslednjih nekoliko godina kroz reforme krivičnog zakonodavstva.**

8

**Pravni akti koji čine temelj funkcionisanja i osnov za dalju nadogradnju savremenog koncepta informacione bezbjednosti u Crnoj Gori: ? Zakon o**

8

informacionoj bezbjednosti -

**Informaciona bezbjednost obezbjeđuje se primjenom mjera i standarda informacione bezbjednosti, u skladu sa ovim zakonom. Pojam informaciona bezbjednost podrazumijeva stanje povjerljivosti, cjelovitosti i dostupnosti podatka. Podatak, u smislu ovog zakona, je informacija, poruka i dokument sačinjen, poslat, primljen, zabilježen, skladišten ili prikazan elektronskim, optičkim ili sličnim sredstvom, uključujući prenos internetom i elektronsku poštu. Povjerljivost podatka podrazumijeva da je podatak dostupan samo licima koja su ovlašćena da ostvare pristup ili postupe sa tim podatkom. Cjelovitost podatka podrazumijeva ocuvanje postojanja, tačnosti i kompletnosti podatka, kao i zaštitu procesa ili programa koji sprječavaju neovlašćeno mijenjanje podatka. Dostupnost podatka podrazumijeva da ovlašćeni korisnici mogu da pristupe podatku uvijek kada za tim imaju potrebu.**

67

**(Sl. list RCG, br. 14 od 17. mart 2010) ? Zakon o**

3

elektronskoj upravi - Ovim zakonom uređuje se

**način postupanja državnih organa, organa državne uprave, organa lokalne samouprave, organa lokalne uprave, javnih službi i pravnih lica koja vrše javna ovlašćenja kad u vršenju svojih**

118

nadležnosti **ostvaruju komunikaciju sa** građanima, **privrednim društvima, drugim pravnim licima i preduzetnicima elektronskim putem, i kad** obrađuju, **razmjenjuju i objavljuju podatke i informacije u elektronskom obliku.**

Zakon se

**ne odnosi na podatke i dokumenta, označene stepenom tajnosti u skladu sa zakonom kojim se uređuje tajnost podataka.**

145

**Na elektronsku komunikaciju, obradu, razmjenu i objavljivanje podataka i informacija u elektronskom obliku primjenjuju se propisi.**

145

(Sl. list RCG, Broj: 10-2/14- 1/8) ? Zakon o elektronskom potpisu -

**Ovim zakonom uređuje se upotreba elektronskog potpisa u pravnom prometu, upravnim, sudskim i drugim postupcima, kao i prava, obveze i odgovornosti pravnih i fizičkih lica u vezi sa elektronskim certifikatima, ako posebnim zakonom nije drukčije**

143

odrečeno.

**(Sl. list RCG. br.55/03 i 32 /05) ? Zakon o**

3

elektronskom dokumentu - Ovim zakonom uređuje

**se način upotrebe elektronskog dokumenta u pravnom prometu, upravnim, sudskim i drugim postupcima, kao i prava, obaveze i odgovornosti privrednih društava, preduzetnika, pravnih i fizičkih lica, državnih organa, organa državne uprave, organa jedinica lokalne samouprave i organa i organizacija koje vrše javna ovlaštenja u vezi sa elektronskim dokumentom, ako zakonom nije drukčije**

111

odrečeno.

**Elektronski dokument ima istu pravnu valjanost kao i dokument sačinjen na papiru, ako se njegova upotreba i promet vrše u skladu sa ovim zakonom.**

141

(Sl.list CG, broj 5/08 od 23.01.2008.)

141

? Zakon o elektronskim komunikacijama -

Ovim zakonom uređuje se način upravljanja i korišćenja elektronskih komunikacionih mreža, uslovi i način obavljanja djelatnosti u oblasti elektronskih komunikacija, kao i druga pitanja od značaja za elektronske komunikacije. Djelatnost elektronskih komunikacija, u smislu ovog zakona, obuhvata izgradnju i/ili, korišćenje i/ili održavanje i davanje na korišćenje elektronskih komunikacionih mreža i/ili elektronske komunikacione infrastrukture i povezane opreme, kao i pružanje elektronskih komunikacionih usluga.

94

(Sl. list RCG 40/2013) ?

Zakon o elektronskoj trgovini - Ovim zakonom uređuje se pružanje usluga na razdaljinu, uz naknadu, putem elektronske opreme za obradu i skladištenje podataka na lični zahtjev, odgovornost davalaca usluga informacionog društva i pravila u vezi sa zaključivanjem ugovora u elektronskoj formi.

134

(Sl. list RCG, br 80-04) ? Zakon

o potvrđivanju konvencije o računarskom kriminalu – kojim se potvrđuje Konvencija o računarskom kriminalu sačinjena 23. novembra 2001. godine u Budimpešti,

4

čije su potpisnice svjesne dubokih promjena koje je donijela digitalizacija, konvergencija i stalna globalizacija računarskih mreža, kao i

rizika da se računarske mreže i elektronske informacije mogu takođe koristiti za izvršenje krivičnih djela i da dokazni materijali koji se odnose na takva djela mogu biti uskladišteni u tim mrežama ili prenošeni preko njih, priznale i shvatile potrebu saradnje između država i privatnih preduzeća u borbi protiv računarskog kriminala i potrebu zaštite legitimnih interesa u korišćenju i razvoju informatičke tehnologije.

60

(Sl. list FCG, SU-SK Broj 01-469/5 Podgorica, 2009) ? Krivični zakonik – u koji

je kao poseban član, koji govori o izazivanju nacionalne, vjerske i

8

rasne mrtnje implementiran dodatni protokol uz konvenciju o računarskom kriminalu. Protokol je ratifikovan i stupio na snagu 2010. godine i

govori o kažnjavanju akata rasizma i ksenofobije koji su učinjeni putem računarskih sistema.

8

Takođe je

kroz odredbe krivičnog zakonika implementirana okvirna odluka Vijeća EU 2005/222/PUP koja govori o napadima na informacione sisteme. ? Zakonik o krivičnom postupku – predviđa niz konkretnih mjera u

cilju prevencije i suzbijanja proizvodnje, obrade, posjedovanja i distribucije materijala sa dječijom pornografijom i u cilju efikasnosti istraga i krivičnog progona za prestupnike iz ove oblasti. Zakonik o krivičnom postupku predviđa mjere za koje možemo reći da su djelimično usaglašene sa Okvirnom odlukom

8

vijeća EU o suzbijanju dječije pornografije na internetu, a generalno se poklapaju sa opštim odredbama koje se tiču postpaka u vezi sa maloljetnicima. (MIDT, 2013) ?

Zakon o Agenciji za nacionalnu bezbjednost, Zakon o tajnosti podataka,

3

itd. Ostali važni akti koji se mogu ticati pitanja sajber bezbjednosti su, kako se navodi u —Strategiji sajber bezbjednosti Crne Gore 2013-2017II: ?

Elaborat sa definisanim nadležnostima državnih organa u borbi protiv računarskog kriminala kojim je izvršena procjena stanja i spremnosti države u oblasti sajber bezbjednosti ? Uredba o bližim uslovima i načinu sprovođenja informatičkih mjera zaštite tajnih podataka (01.jul 2010.godine) ? Uredba o bližim uslovima i načinu sprovođenja mjera zaštite tajnih podataka (06.novembar 2008. godine) ? Uredba o bližim uslovima i načinu sprovođenja industrijskih mjera zaštite tajnih podataka (16.decembar 2010. godine) ? Uredba o načinu vršenja i sadržaju unutrašnje kontrole nad sprovođenjem mjera zaštite tajnih podataka (28. jul 2010. godine).

88

Stalno unapređenje nivoa sofisticiranosti sajber prijetnji i napada, kao i njihovih

**metoda i tehnika zahtijeva kontinuirano jačanje kapaciteta policijskih i pravosudnih organa u cilju efikasnijeg odgovora na širok spektar sajber prijetnji. Policijski organi i tužiocima treba da budu u stanju da sprovedu istragu i krivično procesuiraju napade na kompjuterske sisteme, kao i na prekršaje načinjene uz pomoć računara, te da postoji elektronska evidencija prekršaja. Ovo podrazumijeva: poboljšanje kvaliteta digitalne forenzike, jačanje kapaciteta Agencije za nacionalnu bezbjednost u oblasti prikupljanja, evidentiranja, analiziranja, čuvanja i razmjene podataka u sajber prostoru, kao i usvajanje kompletnih i djelotvornih pravnih rješenja u oblasti sajber kriminala, koji su u skladu sa ljudskim pravima i vladavinom prava.**

3

(Ljucović J., Ognjanović I., Šendelj R., 2015) 9.9.2. Primjene indikatora sajber spremnosti na Crnu Goru Premda je index sajber spremnosti (CRI) originalno primjenjen na trideset pet najmoćnijih svjetskih ekonomija,

**integracija ICT u obavljanju svakodnevnih aktivnosti i poslova postaje sve više evidentna,**

8

bez obzira na veličinu ekonomije, kao i

**prijetnje po informaciono komunikacionu infrastrukturu koje ne priznajući granice mogu da ugroze dostupnost, privatnost i integritet istih,**

8

i funkcionisanje društva kao cjeline. Gdje god informaciono komunikacione tehnologije predstavljaju nezamjenjiv dio savremenog životna, sajber bezbjednost je važno pitanje.

**Svjesna značaja razvoja i primjene informacione bezbjednosti, Crna Gora je u prethodnom periodu napravila značajne korake u tom pravcu,** pa ćemo u

6

nastavku analizirati, u kojoj mjeri u Crna Gora kao informaciono društvo u razvoju ispunjava zadate bezbjednosne kriterijume. Prvi element u identifikaciji adekvatnih koraka ka obezbjeđenju zaštite vrijednosti i integriteta ICT investicija i bezbjednosti u digitalnoj ekonomiji, prema Indeksu sajber spremnosti (CRI), podrazumijeva kreiranje Nacionalne strategije sajber bezbjednosti koja identifikuje i opisuje prijetnje i potrebne korake, programe i inicijative koji se moraju poduzeti. U idealnom slučaju, to bi podrazumijevalo navođenje strateških problema u ekonomskom smislu; identifikovanje nadležnih autoriteta - koji osiguravaju izvršenje strategije, itd.

**Donošenje nacionalne sajber strategije predstavlja kompleksan zadatak imajući u vidu različite aspekte i aktere koji treba da budu uključeni u ovaj proces. Ovdje se može govoriti o političkom,**

8



**zakonodavnom, ekonomskom, vojnom i sl. pogledu pri donošenju strategije, kao i o eventualnoj integraciji privatnog i javnog sektora kao vlasnika infrastrukture.**

"Strategija sajber bezbjednost Crne Gore od 2013. do 2017. god" usvojena je 12. septembra 2013. godine, a njena implementacija ima za cilj da doprinese podizanju stepena sajber bezbjednosti. Strategija predstavlja ključni dokument za sprovođenje sajber bezbjednosti na nacionalnom nivou i definiše sedam ključnih oblasti sajber bezbjednosti:

**1. Definisane institucionalne i organizacione strukture u oblasti sajber bezbjednosti u zemlji; 2. Zaštita kritične informacione infrastrukture u Crnoj Gori; 3. Jačanje kapaciteta policijskih organa 4. Reakciju na incidente; 5. Ulogu Ministarstva odbrane Crne Gore u sajber prostoru 6. Javno-privatna partnerstva 7. Podizanje svijesti ljudi i zaštita pri korišćenju Interneta.**

3

U

**cilju realizacije, usvojen je Akcioni plan kojim je, kao jedna od aktivnosti koju je neophodno sprovesti, predviđena Analiza prijetnji u sajber prostoru u Crnoj Gori.**

6

(Strategija sajber bezbjednosti Crne Gore, 2013) Drugi kriterijum indeksa sajber spremnosti (CRI) podrazumijeva postojanje odgovarajućeg nadležnog tijela u cilju odgovora na sajber incidente.

**Centralno tijelo u Crnoj Gori za koordinaciju i razmjenu podataka, odbranu od sajber napada i uklanjanje posljedica sajber napada** predstavlja nacionalni **CIRT** koji **u okviru svog djelovanja sprovodi proaktivne i reaktivne mjere**

3

u sprovođenju sajber bezbjednosti.

**Osnivanjem Nacionalnog CIRT-a pri Ministarstvu za informaciono društvo i telekomunikacije, napravljen je krupan korak ka sprečavanju i uklanjanju sajber prijetnji koje pogađaju državu i njene građanje. CIRT se u saradnji sa ključnim institucijama u CG bavi detekcijom, praćenjem i suzbijanjem sajber napada i sajber kriminalom na nivou**

8

države. (Ibid, 2013)

Proaktivnim mjerama djeluje prije incidenta i drugih događaja koji mogu ugroziti sigurnost informacionih sistema, a u cilju sprečavanja ili ublažavanja mogućih šteta, dok relativne mjere čine pomoć u otkrivanju počinioca i vraćanje sistema u funkcionalno stanje. Aktivnosti CIRT-a su: Koordinacija i komunikacija, koordinacija aktivnosti lokalnih CIRT timova na teritoriji Crne Gore, održavanje kontakta sa ostalim državnim organima, pravnim i fizičkim licima po pitanju očuvanja i unapređenja informacione bezbjednosti, razmjena informacija sa nacionalnim CIRT-ovima drugih država putem članstva u međunarodnim organizacijama, prevencija, obrada i otklanjanje posljedica od računarskih bezbjednosnih incidenata na internetu i drugih rizika bezbjednosti informacionih sistema. Prevencija se ogleda u proaktivnom načinu djelovanja, koja podrazumijeva pružanje informacija i procjenu stanja informacione bezbjednosti, provjere ranjivosti sistema, prikupljanje, evidentiranje i obradu podataka o incidentima, testiranje i primjenu novih softverskih i hardverskih sistema za zaštitu IT resursa. Obrada podataka i otklanjanje posljedica sastoji se u utvrđivanju pojave i težine incidenta, utvrđivanje uzroka incidenta, posredovanje u komunikaciji svih strana koje su uključene u incident, izvještavanje drugih CERT/CIRT/CSIRT timova, sastavljanje izvještaja i upozorenja za ostale korisnike, otklanjanje ranjivosti u sistemu, zaštita sistema od mogućih incidenta, forenzička analiza.

41

Takođe u nadležnosti CIRT-a 149 spada i

edukacija korisnika po pitanju informacione bezbjednosti, što podrazumijeva: a) Postavljanje publikacija, priručnika, softverskih alata i drugih korisnih informacija vezanih za sigurnije korišćenje informacionih tehnologija na web portalu ([www.cirt.me](http://www.cirt.me)), b) Organizovanje kurseva i obuka na temu IT bezbjednosti i mogućih načina zaštite i prevencije od računarsko-bezbjednosnih incidenata. Nacionalni CIRT

41

(Slika

:CIRT). predstavlja centralno mjesto za koordinaciju i razmjenu podataka, odbranu od sajber napada i otklanjanje posledica sajber bezbjednosnih incidenata za područje Crne Gore.

8

Da bi se na najefikasniji i dugoročno održiv način osiguralo pravilno upravljanje informacionom bezbjednošću u Crnoj Gori unutar javne uprave, neophodna je jasno definisana organizaciona hijerarhija, koja u Crnoj Gori obuhvata odgovornosti sljedećih institucija: Ministarstvo informacionog društva i telekomunikacija (Nacionalni CIRT); Ministarstvo odbrane; Ministarstvo unutrašnjih poslova; Ministarstvo pravde; Agencija za nacionalnu bezbjednost; Policijski organi; Direkcija za zaštitu tajnih podataka; Univerziteti u Crnoj Gori

3

(Ljucović, Ognjanović, Šendelj, 2015) koje su prepoznate kao ključne institucije na polju sajber bezbjednosti.

**Članovi ove infrastrukture su i CIRT-ovi i slična organizaciona tijela koja uspostavljaju internet provajderi (ISP), mobilni operateri, banke, Pošta Crne Gore, Elektroprivreda Crne Gore i druge kompanije koje imaju interes ili značajan uticaj na funkcionisanje nacionalne informatičke infrastrukture.** 149 [www.cirt.gov.me](http://www.cirt.gov.me)

8

me Slika 14: CIRT Izvor: Strategija razvoja sajber bezbjednosti Crne Gore 2013-2017 Treći zadatak u kreiranju adekvatne sajber bezbjednostne klime prema CRI metodologiji podrazumijeva spremnost zemlje da unapređuje kako nacionalnu tako i globalnu sajber bezbjednost kroz koordinaciju, saradnju i sporazume sa drugim zemljama i međunarodnim zajednicama. Ako se fokusiramo na organizacije koje, u principu, imaju neke jasne interese ili fokus na sajber prostor, mogu se identifikovati glavni akteri i njihove zone aktivnosti ili interesa što vodi na difuznu mrežu organizacija i široku lepezu unakrsnih veza. (Slika: Ključne međuvladine institucije) Slika 15: Ključne međuvladine institucije Izvor: TEMPUS

**544088-TEMPUS-1-2013-1-SI-TEMPUS-JPHES, Report-DEV 1.1 Existing EU practices for cyber security;**

181

(Šenedelj R. i dr., 2014.) Države u svim regijama svijeta, kao što je ranije razmatrano, sada imaju sajber bezbjednosne inicijative, uz brojne multilateralne i bilateralne razgovore i sporazume ili učešće u regionalnoj pomoći u razvoju nacionalnih programa.

**Imajući u vidu da internet i informaciono komunikacione tehnologije na kojima je baziran, predstavljaju vitalni resurs za socio-ekonomski rast i razvoj jedne države, strateški cilj Crne Gore je izgradnja integrisanog, funkcionalnog i efikasnog sajber prostora, u skladu sa međunarodnim standardima i principima,**

125

te je Crna Gora jedna od potpisnica međunarodne —Konvencije o sajber kriminalu kao i regionalne —Deklaracije o strateškim prioritetima borbe protiv visoko tehnološkog kriminala Takođe kako, bi se olakšala razmjena sajber sredstava sa drugim državama, Crna Gora je u prethodnom periodu službeno ostvarila partnerstvo sa sljedećim organizacijama: ITU, ENISA, NATO-a, Trusted Introducer, FIRST (Forum of Incident Response Security Teams), IMPACT, CERT/CIRT mreža (Regionalna saradnja: Slovenački SI-CERT, hrvatski CERT, Sporazum o saradnji sa CERT Japana, itd), ACDC Project Europe (Evropski centar za naprednu sajber odbranu i sistem zaštite od botnet. na nivou EU), itd. Četvrti i peti kriterijum koji prema CRI metodologiji podrazumijeva dobro organizovan mehanizam dijeljenja informacija i investiranje u primijenjena istraživanja i široku primjenu i popularizaciju sajber bezbjednosnih inicijativa i modela onlajn ponašanja, predstavljaju slabu tačku u razvoju u sadašnjem stepenu razvoja sajber bezbjednosti Crne Gore, o čemu je

ranije bilo riječi. Slično možemo zaključiti i ako pogledamo rezultate rangiranja Crne Gore prema GCI indikatoru (Tabela: Globalni indeks sajber bezbjednosti, Crna Gora) gdje oblast koja se odnosi na izgradnju kapaciteta i podrazumijeva ulaganja u standardizaciju, popularizaciju i raspoloživost stručnjaka i sertifikovanih agencija, ABlresearch& ITU (2014) ocjenjuju kao oblast u kojoj —nema aktivnostill (nula). Sledeća najslabija karika je svakako kooperacija, i to vjerovatno ne toliko kada se radi o međudržavnoj i saradnji sa međunarodnim institucijama već je u ovom slučaju problematična sardnja između javnog i privatnog sektora. Naravno i tehnički i organizacioni okvir daju prilično prostora za poboljšanja i dalje unaprećenje. Tabela 14: Globalni indeks sajber bezbjednosti, Crna Gora Pravni okvir Tehnički okvir Organizacioni okvir Izgradnja kapaciteta Kooperacija Index Rang Crna Gora 1 0.5 0.5 0 0.25 0.3824 13 Izvor: Global Cybersecurity index (2014). ABlresearch&ITU Nerazvijenja saradnja između privatnog i javnog sektora u oblasti koordinacije sistema bezbjednosti kritične infrastrukture prepoznata je kao značajan problem i u okviru same —Strategije sajber bezbjednosti Crne Gore 2013-2017II, kao i nepostojanje definisanog načina

**za praćenje ili evidenciju malicioznog saobraćaja koji ulazi u zemlju. Ne postoje adekvatni sistemi za** 8  
**monitoring postavljeni na komunikacionim čvorištima prema inostranstvu ili na nivou** internet servis  
 provajdera, **izuzev za detekciju i sprečavanje napada usmjerenih ka uskraćivanju usluga (DoS-DdoS),**

niti procedure evidencije incidentnih situacija.

**Prethodnih godina Crna Gora je** uložila evidentan **napor kako bi dostigla EU standarde u oblasti** 3  
**sajber bezbjednosti i formalno**

one najuobičajenije i jeste dostigla, ali kako opominju Ljucović, Ognjanović i Šendelj (2015) jaz između plana i akcije se mora kontinuirano prevazilaziti. Dok god se budu razvijale i implementirale kratkoročne mjere za eliminaciju napada na sigurnost sajber prostora i računarskih sistema, umjesto dugoročnog planiranja i koordinisanih akcija sajber prostor će biti izložen visokom riziku narušavanja informacione bezbjednosti. Kako je i ranije naglašeno neophodno je implementirati mnoge formalne obrazovne aktivnosti

**kako bi se obezbijedili edukovani stručnjaci** sposobni **da odgovore savremenim izazovima sajber** 3  
**bezbjednosti,**

a sa druge strane i neformalne kako bi se građani edukovali da u

**svojim svakodnevnim aktivnostima na internetu** povećaju **nivo opšte sajber bezbjednosti na** 3  
**nacionalnom nivou.**

## VI ZAKLJUČAK

**Mnoge nacionalne ekonomije prepoznale su informacione tehnologije kao glavni faktor uticaja na ekonomski razvoj i inovativnost.**

32

**Zemlje Evropske unije su još 1999. godine započele projekat e- Evrope koji uključuje dostupnost informacionog društva najvećem dijelu stanovništva bez obzira na geografske i socijalne razlike, kao i razvoj savremenog načina realizacije javnih i zdravstvenih usluga, prilagođavanje obrazovnih sistema potrebama savremenog društva i prilagođavanje poslovnih sistema savremenim uslovima poslovanja i zahtjevima poslovnog**

32

okruženja. Povećanje efikasnosti rada, smanjenje troškova, ekonomski rast, veća zaposlenost, bolje opšte informisano stanovništvo, aktivnija demokratija, kreativnije poslovno okruženje i podizanje kvaliteta života građana su ciljevi koje mnogi, bez obzira na stepen razvoja društva pokušavaju ostvariti

**sopstvenim ekonomskim strategijama i primjenom informacionih tehnologija u svim aspektima društva.**

32

Iako se danas gotovo ni jedna moderna operacija ne može uspješno izvršiti bez upotrebe naprednih tehnologija, informaciona tehnologija je ipak samo

**potreban, ali ne i dovoljan uslov za postojanje društva zasnovanog na znanju, koje zahtijeva više od razvoja novih tehnologija.**

9

Ono

**nije isključiva posledica raširene upotrebe informaciono komunikacione tehnologije i njegova suština se ne može razumjeti ako se ono posmatra samo sa tog stanovišta.**

22

Tehnologija može

**biti ključna za dobijanje informacija ali sama po sebi neće doprinijeti društveno ekonomskom razvoju, kao što to neće uraditi ni dobijene informacije, dok iste ne budu razmijenjene u vremenu i**

74

**formi koja je prihvatljiva korisnicima kao i kada korisnici budu imali znanje da informacije iskoriste na pravi način. Informacije, komunikacije, tehnologija i znanje moraju se posmatrati kao sistem koji funkcioniše kao cjelina i u kojem svaka od ovih komponenti ima jedinstvenu ulogu u razvoju.**

Dakle razvoj ka informacionom društvu nije usko definisan segment koji se tiče samo i isključivo tehnološkog napretka već

**uključuje sve aspekte** života **u** savremenom **društvu i sve vidove naših djelatnosti.**

7

Današnja kompjuterska

**tehnologija ne temelji se isključivo** na **tehničkoj logici već i na mnogim elementima vezanim uz društvenu logiku i društvene potrebe, i potekla je iz interakcije** određenih **tehničkih** shvatanja s **društvenom logikom. To nije deterministički odnos već prije proces** akcije, **interakcije, razmjene i povratne reakcije,**

7

takoreći odnos u kome apstraktno gledajući važe osnovni Njutnovi zakoni fizike (privlačenja, akcije i reakcije, itd.). Dakle,

**tehnologija i društvo stoje u dijalektičkom odnosu** jedno naspram **drugog i nemoguće ih je potpuno razlučiti**

7

i odvojiti jedno od drugog.

**U prošlosti je blizina tj fizički prostor bio** osnovni **limitirajući faktor koji je**

144

određivao modalitete i mogućnosti komunikacije koji su uvijek bili dodatno komplikovani distancom, vremenom ili lokacijom. Danas zahvaljujući informacionoj tehnologiji odnosno Internetu kao interpersonalnom mediju koji nije uzrok već posledica novih potreba, nastaju novi obrasci društvenosti.

**Potreba za povezanošću i** ukorijenjenošću **i dalje ostaje jedna od osnovnih potreba**

2

koliko god da se društvo transformiše pod naletima modernizacije i upravo tehnologija nasuprot tvrdnjama da je zapravo faktor otuđenja, omogućava da se očuvaju i uspostave potpuno novi odnosi bez obzira na prostorna i vremenska ograničenja. Pri traženju odgovora na pitanje da li postoji nova paradigma ekonomije, u radu se došlo do

zaključka da na bazi do sad poznatih analiza informatička ekonomija pravi paradigmatičke promjene u načinu razmišljanja i ekonomskog ponašanja organizacije, te se možda može pored tehnološke, govoriti o paradigmatički menadžmenta, ali u teorijskom smislu još uvijek ne ukida ekonomske zakone. Doduše u posljednje vrijeme na temelju društvenih medija neki novi tipovi manifestacije digitalne ekonomije (npr. Ekonomija dijeljenja – Sharing Economy) donose nove koncepte, filozofiju razmišljanja i promjene naročito kada je u pitanju konkurentnost, ulazak na tržište i produktivnost, pa bi novi ekonomski zakoni mogli biti predmet nekih budućih istraživanja. Za sada, njen pragmatičan značaj je u praktičnom, ali ne i u teorijskom smislu. Polazeći od ideje da u svijetu više ne važe podjele na Istok i Zapad, nego podjele na digitalno razvijene i one koji to nisu, odnosno na informacijska društva i ona druga, te da informisanost i uključivanje u dominantno tehnološke i inovacione trendove omogućava napredak, kada govorimo o zemljama u razvoju onda je to samo djelimično tačno. Globalizacija, informacijsko društvo i „informatička ekonomija— donose snažan talas

**ekonomskih, socijalnih, kulturnih i drugih** promjena **koje su, uslovljene pojavom masovnih informatičkih i komunikacionih tehnologija,**

23

koji je zahvatio najprije zemlje razvijenog Zapada, a zatim su ovim promjenama polako počele da se pridružuju i zemlje u razvoju. Pravilno kanalisana, tehnologija nas usmjerava

**ka novim različitim i poboljšanim modelima društvene i ekonomske prilagodljivosti.** Dakle **tehnološki**

49

razvoj uz određene uslove podržava pozitivne efekte globalne ekonomije, ali kratko rečeno jedna od glavnih razlika između razvijenih i zemalja u razvoju je u stepenu različitosti opcija kombinovanih sa ekonomskom, tehnološkom i naučnom snagom, kao i ljudskim resursima.

**Novi izazovi koji se mogu dostići znanjem, kreativnošću, sposobnošću i** tešnjom **za**

208

promjenama, rastu uporedo sa rastućim uticajem digitalnih tehnologija.

**Razlike u znanju i njegovoj tehnološkoj primjeni postaju glavni** činioci **koji dijele razvijene zemlje od nerazvijenih, bogate od siromašnih, visoki** životni **standard od niskog,**

46

ali izuzeci ipak potvrđuju pravilo te

**mnoge zemlje u razvoju i u tranziciji nemaju potrebne i dovoljne, kako materijalne tako i ljudske resurse da bi**

49

maksimizovali koristi, a minimizovali neželjene, a neizbježne posledice globalizacije. Takođe je veliko

**pitanje da li su kreatori ekonomske politike i nosioci trgovinske** djelatnosti **u zemljama**

112

u razvoju u stanju da u relativno kratkom roku uhvate korak sa novim trendovima ekonomskog razvoja i premoste jaz u odnosu na razvijeni dio svijeta. Rezultati brojnih istraživanja ukazuju da se zemlje u razvoju moraju mnogo brže i agresivnije uključivati u savremene tokove prihvatajući informaciono komunikacione tehnologije uz izgradnju odgovarajućih političkih okvira koji će voditi njihovoj adekvatnoj primjeni. Međutim ICT se veoma brzo mijenjaju i napredaju pa nije uvijek lako doći

**do potpunih i** ažurnih **podataka i informacija na kojima bi** se bazirale **odluke vezane za**  
**razvoj ICT i izgradnju informacionog društva,**

110

koje podrazumijeva potpunu društveno ekonomsku transformaciju i promjenu stare institucionalne strukture uz uspostavljanje novog odnosa snaga. Informaciono društvo pruža šansu zemljama u razvoju da se uključe u globalne digitalne tokove, ali im to teško može omogućiti prihvatanje gotovih koncepata globalizacije iz razvijenih zemalja, što važi za svaku primjenu digitalne ekonomije pa i za sigurnost u sajber prostoru.

**Jedna od ozbiljnih prepreka** bržem **razvoju informacionog društva u većini zemalja je relativno**  
**nizak nivo** svijesti **o značaju** informaciono komunikacionih tehnologija **i** institucionalnom  
**okviru potrebnom za**

110

funkcionisanje informacionog društva što zahtijeva posebnu pažnju i odgovarajuće promotivne i obrazovne aktivnosti. Digitalna ekonomija nameće nove standarde poslovanja kako na makro tako i na mikro planu, a pitanja vezana za primjenu

**ICT u radu i** funkcionisanju **nacionalnih privreda** nisu **samo aktuelna već** postaju **i**  
**prioritetna.**

110

U tom kontekstu, odgovor na naizgled jednostavno pitanje koje se odnosi na šanse zemalja u razvoju u pogledu njihove konkurentnosti u uslovima digitalne ekonomije u odnosu na njihovu konkurentnost u uslovima tradicionalne ekonomije, ne podrazumijeva tzv. „fits for all— koncepte već je neophodna promišljena politika koja će pored sve veće upotrebe informaciono komunikacionih tehnologija forsirati i razvoj infrastrukture, obrazovanja i preduzetništva i razvijati sopstvenu strategiju informacionog društva u skladu sa svojim potrebama i mogućnostima. Iz prakse i svih do sada



sprovedenih istraživanja jasno je da moduli digitalne ekonomije poput elektronske trgovine ili njene primjene u turizmu, pružaju brojne pogodnosti, a da sa druge strane kašnjenje u prihvatanju ovih tehnologija može dovesti do izolacije nacionalnih ekonomija. Iako se barijere teško mogu ukloniti u nekom kratkom periodu, sama identifikacija problema može ubrzati put do njihovog rešavanja, a oni se uglavnom tiču nepovjerenja korisnika u onlajn transakcije, problema koji proizilaze iz socijalne podijeljenosti, nedovoljne informisanosti o potencijalima ICT, nedostatka kupovne moći, nedovoljne informatičke pismenosti i nezaokruženog pravnog okvira. Problem privatnosti i sigurnosti u digitalnog ekonomiji raste kako se i ona sama razvija, te se otvaraju putevi brojnim zloupotrebama čija pojava zahtijeva razvoj zaštitnih mehanizama i pokreće kompleks pitanja kako izgradnje povjerenja tako i razvoja bezbjednosti. Premda je sajber sigurnost globalni izazov, koristi i rizici tehnološkog razvoja ni ovdje nisu uvijek ravnomjerno raspodijeljeni, pa su često zemlje u razvoju lake mete za sajber napade. Dok god se budu razvijale i implementirale kratkoročne mjere za eliminaciju napada na sigurnost sajber prostora i računarskih sistema, umjesto dugoročnog planiranja i koordinisanih akcija sajber prostor će biti izložen visokom riziku narušavanja informacione bezbjednosti.

**Kako bi odgovorili na sajber prijetnje u okruženju koje se konstantno mijenja, države moraju imati fleksibilne i dinamične strategije sajber bezbjednosti. Prekogračna priroda prijetnji čini neophodnim da se države fokusiraju na jaku međunarodnu saradnju. Sveobuhvatne nacionalne strategije sajber bezbjednosti su prvi korak u tom pravcu.**

8

Vatnost saradnje između nacija u razvojnoj fazi informacionog društva i njihovih moćnijih saveznika je predmet slaganja čak i među onim autorima koji tvrde da svaki narod ima svoj set izazova sajber sigurnosti. Uostalom, postoji jedna stvar oko koje se gotovo svi slažu, a to je da je sajber sigurnost globalni problem koji zahtijeva saradnju svih naroda.

LITERATURA 1. Abbasi, P., Bahram S.B., and Saeed S.(2011). "Good's history and trust in electronic commerce." *Procedia Computer Science* 3 (2011): 827-832. 2. ABLresearch&ITU (2014), Global Cybersecurity Index, A Joint Collaborative Project by the International Telecommunication Union and ABI Research, 2014, <http://www.itu.int/en/ITU-D/Cybersecurity/Pages/GCI.aspx> 3. Abrahamson D. (2000) , An Evaluation Bibliography: Digital culture, Information Technology, the Internet, the Web. *Journal of Magazine and New Media Research* Vol. 3 No 2 Fall 2000. <http://aejmcmagazine.arizona.edu/Journal/Fall2000/Abrahamson.pdf> 4. Ajmera, H. Digital Insights - Social Media 2014 Statistics – an interactive Infographic you've been waiting for!. <http://blog.digitalinsights.in/social-media-users-2014-stats-numbers/05205287.html> pristupljeno Januar 2015. 5. Al Basheer-Al Morshid, S. (2007). Cyber security guide for developing countries, International Telecommunication Union, edition 2007. <http://www.itu.int/ITU-D/cyb/publications/2007/cgdc-2007-e.pdf> 6. Alam, S. S., Norjaya M.Y. (2010).. "An investigation into the antecedents of customer satisfaction of online shopping." *Journal of Marketing Development and Competitiveness* Vol 5.: 71-78. 7. Alberts S. D., Papp S. D. (1997) *The Information Age: An Anthology on Its Impact and Consequences*, Washington DC, CCRP Publication Series. 8. Alibašić H. (2006). Savremeni trendovi u razvoju međunarodnog turizma, *Turizam* br. 10, Savremene tendencije u turizmu hotelijerstvu i gastronomiji, str. 7-10., PMF Novi Sad, YU ISSN 1450-6661 9. Antić Ć. (2003). *Globalizacija i istorija. (Aspekti globalizacije)*. Beograd, Beogradska otvorena škola, Centar za proučavanje informativnih tehnologija 10. Avelini-Holjevac I. (2000). A vision of tourism and the hotel industry, *Hotelska kuća 2000* (zbornik), Fakultet za turizam i hotelijerski menadžmetn, Opatija, 2000 11. Ayofe, N.A., Irwin, B. (2010). Cybersecurity: Challenges And The Way Forward, *GESJ: Computer Science and Telecommunications* 2010/ No.6 (29), pp 56-69 12.

Bakardjieva M. (2005). *Internet society: The Internet in Everyday life*. London, Sage Publications 13. Baker, S. Waterman, Sh. i Ivanov, G. (2009). *In the Crossfire: Critical Infrastructure in the Age of Cyber War*. Santa Clara: McAfee 14. Balan S. G. (2012), *Information society: content, manifestation, socioeconomic implication*, *Internal Auditing & Risk Management*, jun 2013, Vol. 8 Issue 2, <http://connection.ebscohost.com/c/articles/90542675/information-society-content-manifestation-socioeconomic-implications> 15. Bannister, F., & Remenyi, D. (2003). The societal value of ICT: First steps towards an valuation framework. *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, 6 (2), 197-206. Academic Conferences Ltd. 16. Bard, A.; Soderqvist, J., (2003): *Netokracija Nova elita moć i ťivot poslije kapitalizma*, Zagreb, Differo 17. Bartl F. (2011), *Kultura i društvena animacija -Ukus Društvene Nauke za Zajedniĉnog Mobilizera*, CEC Kolektiv za osnaŹivanje zajednice, prevod Dulić A., pristupljeno januar 2015: <http://cec.vcn.bc.ca/gcad/modules/emp-cusb.htm> 18. Bauer, J.M. & van Eeten, M.J.G. (2009). *Cyber-security: Stakeholders incentives, externalities & policy options*, *Telecommunication Policy* 33 (10-11), pp706-719 19. Bazini, E., Ilia, D. and Qarri, A. (2011)—*Barriers of ICT implementation within SMEs in service sector in Albania—*, *EuroEconomica*, Vol. 29, No. 3, pp 114-120, 2011. 20. Beck, Ul. (2005) *Power in the Global Age*. Cambridge: Polity Press. 21. Beker E. (2005) *Ekonomski aspekti globalizacije*. Vojvodina. *Privredna izgradnja, Panoeconomicus* vol 48, 3-4 str. 135-153 22. Bell, D. (1973). *The coming of post-industrial society*. New York: Basic Books. 23. Benett, Sh.. (2014). *Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Vine, Snapchat – Social Media Stats 2014 [INFOGRAPHIC]*. *Social Times* June 09 2014. <http://www.adweek.com/socialtimes/social-media-statistics-2014/499230?red=at> from 24. Bercovici, J. (2010). *Who coined ‘Social Media’? Web pioneers compete for credit*. December 9, 2010. *Forbes.com Blogs, Mixed Media*. 25. Biljan August, M., Jakovac, P., (2009.): *The importance of ICT in Croatia – overview on IT literacy*, *Proceedings of the 32nd International convention on information and communication technology, electronics and microelectronics: MIRO 2009*; Vol. IV: p. 297-302 26. Bjelić, P., 2001, —*Elektronska trgovina*, *Ekonomika preduzetništva* No 1-2, 27-30 27. Boaventura de Soza S. (2002). *Procesi globalizacije*, prevod-Gilić S., Reĉ no. 68/14, <http://www.womenngo.org.rs/feministicka/tekstovi/boaventura-de-soza-santos.pdf> 28. Bodirotić, D. (1978). *Tehnološki sistemi*. Beograd, PFV 29. Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations With Latent Variables*. New York: Wiley. 30. Bonn, M.A., & Furr, H.L., & Susskind, A.M. (1998). *Using the Internet as a pleasure travel planning tool: An examination of the sociodemographic and behavioral characteristics among Internet users and non-users*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 22(3), 303-317 31. Borozan Đ. (2006), *Makroekonomija, drugo dopunjeno i izmjenjeno izdanje*, *Ekonomski fakultet Osijek* 32. Bošković T., (2009). *Turizam kao faktor privrednog razvoja*, *Škola biznisa – nauĉno struĉni ĉasopis*, str. 23-28., VPŠSS, Novi Sad, 2009. 33. Boyd, D. M., Ellison, N. B. (2008.). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13 (2008.), 210–230. 34. Brigs A., Berk P. (2006). *Društvena istorija medija*, Klio, Beograd 2006 35. Bubonjić M., (2012). *Digitalna kultura*, *CM – Ćasopis za upravljanje komuniciranjem*, Broj 22. godina VII, CDC Novi Sad, Fon Beograd 2012 36. Buckland, B.S., Schreier, F. Winkler, Th.H. (2010) *Democratic Governance Challenges Of Cyber Security* Dcaf, Dcaf Horizon 2015 Working Paper No. 1 Geneva Security Forum 2010 37. Budimir M., (2009), *Utjecaj globalizacijskih procesa na modernu nacionalnu drŹavu- ekonomski aspekt*, *Godišnjak 2009: Politiĉka teorija, politiĉka sociologija, politiĉki sistem*, FPN 38. Buenadicha, M., Chamorro, A., Miranda, F.J. & González, O.R. (2001). *A new Web Assessment Index: Spanish Universities analysis*, *Int. Res. Elect. Net. Appl. Pol.* 11(3) (2001). 39. Buhalis, D. & Law, R. (2008). "Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research." *Tourism management* 29.4: 609-623. 40. Buhalis, D. (1998) "Strategic use of information technologies in the tourism industry." *Tourism management* 19.5: 409-421. 41. Buhalis, D. (2003). *eTourism: information technology for strategic tourism management*, Pearson (Financial

Times/Prentice Hall) 42. Buhalis, D., & Zoge, M. (2007). The Strategic Impact of the Internet on the Tourism Industry, in Sigala, M., Mich, L., Murphy, J. (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2007*, 481-492. Springer-Verlag, Wien

43. Burger, F., Kroiß, P., Pröll, B., Richtsfeld, R., Sighart, H. & Starck, H., (1997). TIS@ WEB-database supported tourist information on the Web. Springer Vienna, 1997.

44. Burt, D., Nicholas, P., Sullivan, K., Scoles, T. (2013). The Cybersecurity Risk Paradox, Impact of Social, Economic, and Technological Factors on Rates of Malware, Microsoft Security Intelligence Report Special Edition

45. Buted D. R., Gillespie N. S., Conti J. B., Delgado B. A., Marasigan R. M. P. (2014) Effects of Social Media in the Tourism Industry of Batangas Province. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*. Vol. 2, No. 3. June 2014. P-ISSN 2350- 7756 | E-ISSN 2350-8442 | www.apjmr.com

46. Cameron, A. (2013). Cyber Security: A Global Concern. CYBER SECURITY a symposium on emerging threats to our national security, India October 2013

47. Capgemini Consulting (2012). The Digital Advantage: How digital leaders outperform their peers in every industry. preuzeto 2014 sa [http://www.capgemini.com/resource-file-access/resource/pdf/The\\_Digital\\_Advantage\\_\\_How\\_Digital\\_Leaders\\_Outperform\\_their\\_Peers\\_in\\_Every\\_Industry.pdf](http://www.capgemini.com/resource-file-access/resource/pdf/The_Digital_Advantage__How_Digital_Leaders_Outperform_their_Peers_in_Every_Industry.pdf)

48. Carey James W. (1992). *Communication as Culture, Essays on Media and Society*, Chapman and Hall INC, New York

49. Carnet – Hrvatska akademska i istraživačka mreža, CERT (2010). Crimeware i Zeusbotnet, Nacionalni Cert, [http://www.cert.hr/sites/default/files/NCERT-PUBDOC-2010-10-314\\_0.pdf](http://www.cert.hr/sites/default/files/NCERT-PUBDOC-2010-10-314_0.pdf)

50. Castells M., (2000). *Uspom umreženog društva, Svezak I: Informacijsko doba- Ekonomija, društvo i kultura*. Golden marketing. Zagreb

51. Castells M., (2003). *Internet galaksija: razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu*, prevod Neven Dužanec, Sociološka biblioteka, Jesenski i Turk, Zagreb 2003

52. Castells, M. (1998). *The Information Age: Economy, Society and Culture - Volume 1: The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers

53. Cavia, J.F., Rovira, C., Diaz-Lupe, P. & Cavaller, V. (2014). Web Quality Index (WQI) for official tourist destination websites, Proposal for an assessment system, *Tourism Management Perspectives* 9 (2014) 5-13, journal home page: [www.elsevier.com](http://www.elsevier.com)

54. Chaffey D., Mayer R., Johnston K., Ellis-Chawick F. (2000) *Internet Marketing Strategy, implementation and practice*, Financial Times/ Prentice Hall, Harlow, Essex, UK.

55. Choi, S., Lehto, X. Y., & O'Leary, J. T. (2007). What does the Consumer Want from a DMO Website? A Study of US and Canadian Tourists' Perspectives. *International Journal of Tourism Research*, 9(2), 59-72.

56. Christensen, K., & Levinson, D. (2003). *Encyclopedia of Community: From the Village to the Virtual World*. California: Sage Publications.

57. Chua, Cecil Eng Huang, et al. (2005). "The evolution of e-commerce research: A stakeholder perspective." *Journal of Electronic Commerce Research* 6.4 (2005): 262-279.

58. Colesniuc, D. (2013). Cyberspace and Critical Information Infrastructures, *Informatika Economica* vol 17, no 4-2013, pp 123-132

59. Corcoran, S. (2009). Defining earned, owned and paid media. December 16, 2009. Forrester Blogs. [http://blogs.forrester.com/interactive\\_marketing/2009/12/defining-earned-owned-and-paid-media.html](http://blogs.forrester.com/interactive_marketing/2009/12/defining-earned-owned-and-paid-media.html)

60. Cortada J. W. (2002), *Making the Information Society – Experience, Consequences and the Possibilities*, FT Prentice Hall

61. Coyne, R. (2010). *The Tuning of Place: Sociable Spaces and Pervasive Digital Media*. Cambridge, MA: MIT Press

62. Coyne, R.D. (1999). *Technoromanticism: Digital Narrative, Holism and the Romance of the Real*, Cambridge, Massachusetts: MIT Press

63. Craigen, D., Diakun-Thibault, N., Purse, R. (2014), *Defining Cybersecurity*. *Technology Innovation Management Review* October 2014. 13-21 p, [www.timreview.ca](http://www.timreview.ca)

64. Cvetanović S., Despotović D., Mladenović I., (2012) The concept of technological paradigm and the cyclical movements of the economy. *Facta Universitatis, Economics and Organization* vol9 pp 149-159

65. Cvetković N. (2009). Paradigma ekonomije znanja u korporaciji koja uči, *Škola biznisa-naučno stručni časopis*, str. 103-110 VPŠ Novi Sad 2009

66. Ćomić Đ., Kalmić L. (2006). Turizam – metafora savremene egzistencije, *Turizam* br. 10, Savremene tendencije u turizmu hotelijerstvu i gastronomiji, str. 11-13., PMF Novi Sad, YU ISSN 1450-6661

67. Ćosić D., Ćosić M. (2012). *Informaciono-komunikacione tehnologije i izazovi menadžmenta u eri umrežene digitalne ekonomije*, Management-

časopis za teoriju i praksu menadžmenta, 2012/str.128-145. FON Beograd 68. Ćosić Lj., Dašić P., Radovanović D., Sladoje M.(2011).Promjene u menadžmentu kroz uticaj digitalne ekonomije,INFOTEH-JAHORINA Vol. 10, Ref. E-IV-17, p. 729-733, March 2011. 69. Ćuzović Đ., Sokolov-Mladenović S. (2014). Globalizacija i digitalna ekonomija, Sinteza 2014- Upotreba interneta i razvojne perspektive, Univerzitet Singidunum 70. Ćuzović S., Vuković F. (2006). Strategija razvoja elektronske trgovine – poslovna izvrsnost menadžmenta u novom milenijumu, SYMORG – naučna konferencija, Zlatibor 2006. 71. Ćuzović S., Sokolov-Mladenović S. (2009). Unaprećenje kvaliteta elektronske usluge u funkciji statističke potrošača, Ekonomske teme, XLVII, br 2, 2009., str. 43-58, Univerzitet u Nišu EF 72. Ćuzović S., Sokolov –Mladenović S., Ćuzović Đ. (2012), Information And Communication of Creating a Global Market And The Internationalization of Trade, SYMORG 2012 – International Confernce, str. 953-961., Zlatibor 2012 73. Ćuzović S., Sokolov- Mladenović S., Ćuzović Đ. (2012-a), Trgovina u uslovima Internet-web ekonomije (društveno-ekonomske pretpostavke i etička načela), Ekonomske teme, br 2., 2012., str. 187-204., Univerzitet u Nišu, EF 74. Ćuzović S., Sokolov-Mladenović S., Ćuzović Đ. (2014), E-commerce as the Leader of International Business, Revija za ekonomske in poslovne vede/Journal of economic and business science EB vol 1., No 2, 2014, Novo Mesto 75. Davčev V., Ačkowska-Leškowska E. (2007), Tehnologija kao oblikovateljica ljudske kulture: društvene i psihološke posljedice, Filozofska Istrazivanja 28 (1):75-82 (april 2008), [http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=36483](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=36483) 76. Dave, E. (2011). The Internet of Things How the Next Evolution of the Internet Is Changing Everything, Cisco Internet Business Solutions Group (IBSG), White paper 04/11, [https://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/innov/IoT\\_IBSG\\_0411FINAL.pdf](https://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/innov/IoT_IBSG_0411FINAL.pdf) – pristupljeno u Oktobru 2014. godine 77. Dean D., DiGrande D., Field D., Zwillenberg P., (2012). The Digital Manifesto: How Companies and Countries Can Win in the Digital Economy, Boston Consulting Group, (January 2012). pristupljeno 4.10.2013. [https://www.bcgperspectives.com/content/articles/growth\\_innovation\\_connected\\_world\\_digital\\_manifesto/#chapter1](https://www.bcgperspectives.com/content/articles/growth_innovation_connected_world_digital_manifesto/#chapter1) 78. Dehkordi, L. F., ShaHnazari, A. and Noroozi, A. (2011). A Study of the Factors that Influence the Acceptance of e-Commerce in Developing Countries: A Comparative Survey between Iran and United Arab Emirates, Interdisciplinary Journal of Research Business, 1(6):44-49 79. Digital Agenda for Europe - European Commission, <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/about-digital-culture> 80. Direkcije za zaštitu tajnih podataka, Vodič za pristup informacijama u posjedu Direkcije za zaštitu tajnih podataka, 2013 81. Dordick, S.H., & Wang, G. (1993). The information society – retrospective view, Newbury Park (CA): Sage Publications 82. Dragičević Š. M. (2000), Digitalna kultura – zabava, umetnost, komunikacija, Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti 5/2001, Beograd 83. Drašković M.: Znanje kao neograničen resurs i objekt upravljanja, Montenegrin Journal of Economics, N. 11, vol. 6, Kotor, 2010, str. 83-90. 84. Drašković V. (2005), Paradigmatičnost nove ekonomije, Montenegrin Journal of Economics, Vol1 no 1, str. 127-137., 2005 85. Drašković V., Jovović, R. (2006) Globalizacija u ekonomskom kontekstu. Mongtenegrin journal of economics, Nikšić, No.3, 75-86 86. Drucker P. F., (1999) Inovacije i preduzetništvo – praksa i principi. Beograd, Privredni pregled. 87. Drucker, P. F. (1993). Post-capitalist society. New York NY: Harper Collins 88. Duff, A. S. (2000). Information Society Studies. New York NY: Routledge. 89. Dujanić M., Sundać D., Zrilić N. (1997). Fleksibilnost i adaptivnost, International Business Consulting Center, Rijeka, 1997 90. Džamić V., Mizdraković V., Šekarić M. (2014). Internet kao komunikacioni kanal u uslovima globalizacije. Sinteza 2014, Uticaj interneta na poslovanje u Srbiji i svetu. Međunarodna naučna konferencija Univerziteta Singidunum, str.274-276., Beograd 2014. 91. Efendioglu, AM. and Yip, VF. (2004)—Chinese culture and ecommerce: an exploratory study—, Interacting with Computers, Vol. 16, No. 1, pp 45-62, 2004. 92. Essawy, M. (2006). Testing the usability of hotel websites: the springboard for customer relationship building. Information Technology & Tourism, 8(1), 47–70 93. EUROPA - PRESS RELEASES - Press release 2014 - 5G networks will be a leap, not a step, forward, [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-14-463\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-463_en.htm) 94. European Commission

(2006). A strategy for a Secure Information Society – —Dialogue, partnership and empowerment II, Brussels COM (2006) 251 95. European Commission (2013). Joint Communication To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions, Cybersecurity Strategy of the European Union: An Open, Safe and Secure Cyberspace, EUROPEAN COMMISSION, Brussels, 7.2.2013, retrived at: [http://eeas.europa.eu/policies/eu-cyber-security/cybsec\\_comm\\_en.pdf](http://eeas.europa.eu/policies/eu-cyber-security/cybsec_comm_en.pdf) 96. Evans P. C., Annunziata M. (2012), Industrial Internet: Pushing the Boundaries of Minds and Machines, General Electric, (November 26, 2012), 97. Faba-Perez, C., Guerrero-Bote, V. P., & de Moya-Anegón, F. (2005). Self-organizing maps of web spaces based on formal characteristics. *Information Processing and Management*, 41(2), 331–346 98. Feenberg A. (1999). *Questioning Technology*, Routledge, New York, USA 99. Feenberg A. (2000). *Constructivism and Technology Critique: replies to Critics*. *Inquiry- An Interdisciplinary Journal of Philosophy*.vol.43: 225-237 100. Fischer, E.A. (2014). *Cybersecurity Issues and Challenges: In Brief*. Congressional Research Service December 16, 2014 101. Flavian, C. and Guinaly´ M. (2006) —Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy: Three Basic Elements of Loyalty to a Web site, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 106:601-620 102. Flor R. (2011). *Cyber-criminality: finding a balance between freedom and security*, *Cybercrime: Global Phenomenon and its Challenges* *II Courmayeur Mont Blanc, Italy 2-4 December 2011* 103. Florida, RR. (2003), *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books 104. Foresta D., Mergier A., Serexhe B. (1995). *The new space of communication, the interface with culture and artistic activities* . Strasbourg, Council of Europe 1995 105. Freeman C., Soete L. (2005). *The Economics of Industrial Innovation*. Routledge Taylor & Francis Group, London, Digital printing 2005 106. Freeman, C. Perez, C. (1986) *The Diffusion of Technical Innovations and Changes of Techno-economic Paradigm*, Paper prepared for the Venice Conference, March 1986 , Science Policy Research Unit, University of Sussex. 107. Friedman, T.L. (2000). *The Lexus and the olive tree: Understanding globalization*. New York: Anchor Books. 108. Friedmann T., (2003), *Lexus i maslina*, Izvor, Zagreb 109. Fuchs, C. (2008), *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*, New York: Routledge, 2008. 110. Gburova, J. & Matusikova D. (2013). *Tourism as important regional development factor (on the example of the chosen region in Slovak Republic)*, *The Economic Annals- XXI Journal*, N 9-10(1), 2014, <http://soskin.info/ea> 111. Gere Ch., (2011), *Digitalna kultura*, (prevod A. Luj Todorović), Multimedia Cleo, Beograd 112. Giddens A. (1998). *Posledice modernosti*, Beograd, Filip Višnjić 113. Giddens, A. (1991) *Modernity and self-identity: self and society in the late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press 114. Giddens, A. (2007) *Sociologija*. Zagreb: Nakladni zavod Globus. 115. Giese, J. L., and Joseph A. C. (2000). "Defining consumer satisfaction." *Academy of marketing science review*: 1-22. 116. Godin, S. (2003). *Purple cow: Transform your business by being remarkable*. New York:Portfolio. 117. Godin, S. (2006). *Small is the new big: And 183 other riffs, rants, and remarkable business ideas*. New York: Portfolio 118. Goldhaber, M.H. (1997). *The Attention Economy and the Net* . *First Monday*. Volume 2, Number 4 - 7. April 1997. [.http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/519/440](http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/519/440) 119. Golding P. (2000), *Forthcoming Features: Information and Communications Technologies and the Sociology of the Future*, *Sociology*34 (2000): 165-184 120. Golubović S. (2002). „Proces globalizacije i razvoj institucionalne infrastrukture u balkanskim zemljama u tranziciji— . *Naučna konferencija: Etnički i kulturni identiteti u procesu globalizacije i regionalizacije Balkana*, , Centar za balkanske studije i JUNIR, 31maj 2002 121. Goodall, D. (2009). *Owned, Bought and Earned Media*. March 2, 2009. ALL THAT IS GOOD. <http://danielgoodall.com/2009/03/02/owned-bought-and-earned-media/> 122. Gospić N., Murić G., Bogojević D. (2012). *Definisanje kritične telekomunikacione infrastrukture u Srbiji*, XXX Simpozijum o novim tehnologijama u poštanskom i telekomunikacionom saobraćaju – PosTel 2012, Beograd, decembar 2012 123. Government of Montenegro (2013), *National Cyber Security Strategy For Montenegro 2013-2017* 124. Grunig, L., Grunig,

J., & Dozier, D. (2002). *Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries*. New York, Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates. 125. Hagel, J. (1999). *Net Gain: Expanding Markets Through Virtual Communities*. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 13, p. 55–65. 126. Hammond, A. (2001). *The 2001 council of European convention on cybercrime*. In *An Efficient Tool to Fight Crimes in Cyber-Space?*, June 2001. <http://www.magnin.org/Publications/2001.06.SCU.LLMDissertation.PrHammond.COEC onvention.Cyber-crime.pdf> 127. Harris, R., Vogel D., (2007). *E-Commerce for Community-Based Tourism in Developing Countries*, Harris Roger Associates, Hong Kong: Star House Konwlon. 128. Hathaway, M. (2013). *Cyber Readiness Index 1.0*, Hathaway Global Strategies LLG 2013 129. HAZU – Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti (2004). *Deklaracija o znanju – Hrvatska temeljena na znanju i primjeni znanja*, HAZU, Zagreb. 130. Hopkins A. G., (2002). *The History of Globalization – and the Globalization of History*, A. G. Hopkins (ed.) *Globalization in World History*, (Pimlico, Sydney) 131. Hsu, Y.-L. (2012). *Facebook as international eMarketing strategy of Taiwan hotels*. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 972–980. 132. Humphrey, J., Mansell, R., Paré, D. and Schmitz, H. (2003)—*Reality of e-commerce with developing countries—*, Dostupno na : [http://eprints.lse.ac.uk/3710/1/The\\_reality\\_of\\_e-commerce\\_with\\_developing\\_countries.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/3710/1/The_reality_of_e-commerce_with_developing_countries.pdf); Pristupano: Novembar 2014. 133. Hundley R., Anderson R.H., Bikson T.C., et al. (2003). *The Global Course of the Information Revolution: Technological Trends*, *Proceedings of an International Conference, 2003.*, [http://www.rand.org/pubs/monograph\\_reports/MR1680.html](http://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR1680.html) 134. Hvass, K. A., & Munar, A. M. (2012). *The takeoff of social media in tourism*. *Journal of Vacation Marketing*, 18(2), 93–103. doi:10.1177/1356766711435978 135. IFITT, (2014). —*Information and Communication Technologies in Tourism*, Last modified november, 2014. <http://www.ifitt.org/resources> 136. *Improving our Nations Cybersecurity through the Public-Private partnership* (2011). A White Paper, ISA, 2011. 137. Inserra, D., Rosenzweig, P. (2014). *Cybersecurity Information Sharing: One Step Toward U.S. Security, Prosperity, and Freedom in Cyberspace*. Backgrounder no 2899/April 2014., The Heritage Foundation, Washington 2014., <http://report.heritage.org/bg2899> 138. Ipsos MediaCT & Google (2014). *Travel Study, May to June 2013* [http://think.storage.googleapis.com/docs/travelers-road-to-decision-affluent-insights\\_research-studies.pdf](http://think.storage.googleapis.com/docs/travelers-road-to-decision-affluent-insights_research-studies.pdf) 139. ITU International Telecommunication Union (2009), *Measuring the Information Society – The ICT Development Index*, ITU International Telecommunication Union Geneva Switzerland, dostupno na: [https://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/material/2009/MIS2009\\_w5.pdf](https://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/material/2009/MIS2009_w5.pdf) 140. ITU International Telecommunication Union (2014). *Measuring the Information Society Report 2014*, ITU International Telecommunication Union Geneva Switzerland, dostupno na: <http://www.itu.int/pub/D-IND-ICTOI-2014> 141. Jakovac P. (2012). *Znanje kao ekonomski resurs: osvrt na ulogu i značaj znanja te intelektualnog kapitala u Novoj ekonomiji*. // *Tranzicija - Časopis za ekonomiju i politiku tranzicije*. 14 (2012) , 29; 88-106 142. Jeftić N. (2008). *Pravo na komuniciranje kao novoosvojeno čovekovo pravo*. *Međunarodni problemi vol LX br. 4*. pp 502-527, 2008 143. Jeknić, R. (2014). *Internet kao komponenta i sredstvo globalizacije ( The Internet as a component and a means of globalization )*, *Internet i društvo – Međunarodni tematski zbornik radova*, Dragan Todorović ; Dalibor Petrović ; Dragan Prlja. (ur.). Niš i Beograd : Srpsko sociološko društvo ; Univerzitet u Nišu – Filozofski fakultet ; Institut za uporedno pravo, Beograd. , 2014. 113-131 (ISBN: 978-86-81319-05-5). 144. Jelassi, T. and Enders, A., (2008). *Strategies for e-Business: Creating value through electronic and mobile commerce*, second edition, London: Financial Times / Prentice-Hall. 145. Jovanić G., Bagarić I., (2009), *Upravljanje novim tehnologijama i inovacijama*, Beograd, Megatrend 146. Jovanović N.M. (2003). *Globalizacija i evropske vrednosti, (Aspekti globalizacije)*. Beograd, Beogradska otvorena škola, Centar za proučavanje informativnih tehnologija 147. Kamalabadi, I. Nakhai, et al. "Identifying and prioritization of challenges and barriers of e-commerce implementation in Iran." *World Applied Sciences Journal* 5.5 (2008): 590-597. 148. Kaplan, A., Haenlein, M.

(2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. Vol. 53, Issue 1, pp. 59-68. 149. Karanasios, S., Burgess S. (2008) "Tourism and Internet adoption: a developing world perspective." *International Journal of Tourism Research* 169-182. 150. Kelly, K. (1998). *New rules for the new economy: 10 radical strategies for a connected world*. New York: Viking Adult. 151. Kim, H.W., Xu, Y. and Gupta, S (2012). Which is more important in Internet shopping, perceived price or trust? *Electronic Commerce Research and Applications*, 11:241–252, <http://dx.doi.org/10.1016/j.elerap.2011.06.003> 152. Kim, W.G., & Lee, H.Y. (2004). Comparison of Web Service Quality between Online Travel Agencies and Online Travel Suppliers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(2/3), 105-116 153. Koblj A., Brigs P. (2005), *Uvod u studije medija*, Clio Beograd 2005 154. Kordić N. (2014). The extent of E-commerce presence in developing countries, *Sinteza 2014, The use of the internet and development perspectives*, Međunarodna naučna konferencija, str. 313-317. Univerzitet Singidunum, Beograd 2014 155. Korres, G., M., (1996), *Technical Change and Economic Growth*, Avebury, Aldershot 156. Kostyuk, N. (2013), *International and Domestic Challenges to Comprehensive National Cybersecurity: A Case Study of the Czech Republic*. *Journal of Strategic Security* 7, no. 1 (2013): 68-82. 157. Kotlica, S., 2000, —E-konomijal, *Ekonomika preduzetništva* No 7-8, 197-201. 158. Kovacevic, D., Popović, Z., Rondović, B., Lazović, V., Djurickovic, T. & (2015, February). *Uticaj društvenih mreža na razvoj E-turizma*, Scientific Conference: Jahorina Business Days 2015– Tourism in function of economic development, Jahorina /2015 Zbornik konferencije ISSN 2303-6168 159. Kovačević B. (2014). *Američko javno-privatno partnerstvo i cyber sigurnost*, *Politička misao* god 51. br 3., 2014 str 76-100, Zagreb 160. Kranzberg M. (1985). *The Information Age: Evolution or Revolution?* In B.E. Guille, *Information Technology and Social Transformation*. pp. 35-53, Washington DC. National Academy of Engineering 161. Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukhopadhyay, T., Scherlis, W. (1998). *Internet Paradox: A Social Technology that reduces Social Involvement and Psychological Well-being?*, *American Psychologist*, Vol. 53, No 9, 1017-1031. 162. Krolo K. (2012), „Networked: The New Social Operating System - Lee Rainie, Barry Wellman — Prikazi- Revija za sociologiju 42 (2012), 2: 213–226 163. Krunic Đ., (2012). *Etika, računarski kriminal i zaštita*. Univerzitet Singidunum, Master rad, Mentor: Velimirović, M., *Savremene informacione tehnologije*, Beograd 2012 164. Kshetri, N. (2007)—*Barriers to e-commerce and competitive business models in developing countries: A case study—*, *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 6, No. 4, pp 443-452, 2007. 165. Kshetri, N. (2010). *Diffusion and Effects of Cybercrime in Developing Economies*, *Third World Quarterly*, November 2010 31(7), pp 1057-1079 166. Kuhn, T. (1970) *The Structure of Scientific Revolutions*, University of Chicago Press, Chicago. 167. Kundi, G. M., Nawaz, A., Akhtar, R. (2014). *Digital Revolution, Cyber-Crimes And Cyber Legislation: A Challenge To Governments In Developing Countries*, *Journal of Information Engineering and Application*, vol 4 no 4 pp. 61-70 168. Lajović D., Vulić V. (2010). *Tehnologija i inovacije - hrestomatija Podgorica*, Ekonomski fakultet, <http://www.preduzetnistvo.ef.ac.me/dokumenta/tehnologijaiinovacije-skripta.pdf> 169. Lalić D. (2010). *Uticaj socijalnih mreža na interne odnose s javnošću*, Fakultet Tehničkih Nauka, UNS, Novi Sad 2010 170. Lamza- Maronić M., Glavaš J. (2011), *Globalizacija i ICT – uticaj na razvoj trgovine*, *Poslovna logistika u suvremenom menadžmentu* str 229-238., Ekonomski fakultet u Osijeku 171. Lange -Faria.W., Elliot, S.(2012), *Understanding the role of social media in destination marketing*. *Tourismos:An international multidisciplinary journal of tourism*. volume 7, number 1. 2012 pp.193-211. [http://www.chios.aegean.gr/tourism/VOLUME\\_7\\_No1\\_art10.pdf](http://www.chios.aegean.gr/tourism/VOLUME_7_No1_art10.pdf) 172. Law, R., Shanshan, Q., Buhalis, D. (2010) "Progress in tourism management: A review of website evaluation in tourism research." *Tourism management* 31.3 (2010): 297-313. 173. Lazović V., Rondović B., Popovic Z., Djuricković T. (2006). *Developing e- Government-Choice or Necessity for the Balkan Region*, MIPRO 2006 - 29th International Convention Proceedings: *Digital Economy - 3rd ALADIN, Information Systems Security and Business Intelligence Systems*, Opatija, ISBN: 953- 233 -022-4, 2006, pages 29-32

174. Le Meur, L. (2010). The Corporate Social Networking Manifesto. February 26, 2010. Loic LeMeur Blog. <http://loiclemeur.com/english/2010/02/the-corporate-social-networking-manifesto.html>
175. Lehto, X. Y., Kim, D., Morrison, A. M. (2006). The Effect of Prior Destination Experience on Online Information Search Behavior. *Tourism & Hospitality Research*, 6(2), 160-178.
176. Levine, R., Locke, C., Searls, D., Weinberger, D. (2000). *The Cluetrain manifesto: The end of business as usual*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
177. Lewis, J.A., Neuneck, G. (2013). *The Cyber Index. International Security Trends and Realities*, UNIDIR, United Nations Institute for Disarmament Research, UN New York and Geneva, 2013, retrived at: <http://www.unidir.org/files/publications/pdfs/cyber-index-2013-en-463.pdf>
178. Li, C. (2010). *Open Leadership: How Social Technology can Transform the Way you Lead*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
179. Lim, W. (2010)., *The Effects of Social Media Networks in the Hospitality Industry*. UNLV Theses/Dissertations/Professional Papers/Capstones.Paper 693. <http://digitalscholarship.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1694&context=thesesdissertations>
180. Lončar R. (2005). Globalizacija- pojam, nastanak i trendovi razvoja, *Geoadria*, Vol.10. no 1, str. 91-104., Zadar.
181. Lu, M., Yeung & W. L. (1998). A framework for effective commercial web application development. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 8(2), 166–173.
182. Ljucovic, J., Ognjanovic, I., Šendelj, R. (2015). Analyses of cyber security educational system in Montenegro , *Information Technology IT'15, Zabljak*, <http://ecesm.net/sites/default/files/Analyses%20of%20cyber%20security%20education%20in%20Montenegro.pdf>
183. Mackay, H. (2001). *Investigating the information society*. London: Routledge
184. Macura R. (2011) , *Ekonomski i socijalni aspekti virtuelne komunikacije, E-skup, Banja Luka, 2011* [http://www.e-skup.info/radovi/Macura\\_Asppekti\\_virtuelizacije\\_fin..pdf](http://www.e-skup.info/radovi/Macura_Asppekti_virtuelizacije_fin..pdf)
185. Madžar, L., (2011) *Znanje i tehnologija kao resursi razvoja, I Mećunarodni naučni skup o ekonomskom razvoju i životnom standardu, EDASOL, Banja Luka*
186. Mangold, G.W., Faulds, D.J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotionmix. *Business Horizons*. Vol. 52, No. 4, pp. 357-365.
187. Manovich L. (2003), *New media from Borges to HTML*, In *The New Media Reader*, edited by Noah Wardrip-Fruin and Nick Montfort, 13-25, Cambridge, massachusetts: MIT Press, 2003.
188. Marinos, L. (2014). ENISA Threat Landscape 2014 - Overview of current and emerging cyber-threats, ENISA - European Union Agency for Network and Information Security, 12/2014, Retrived from: <https://www.enisa.europa.eu/activities/risk-management/evolving-threat-environment/enisa-threat-landscape/enisa-threat-landscape-2014>
189. Masuda Y., (1990), *Image of The Future Information Society: Releasing Synergy Japanese Style*, Oxford, Blackwell, str. 3-10
190. Matijašević J., Ignjatijević S. (2010). *Kompjuterski kriminalitet u pravnoj teoriji, pojam, karakteristike, posledice*. *Infoteh-jahorina* Vol. 9, Ref. E-VI-8, p. 852-856, mart 2010, <http://infoteh.etf.unssa.rs.ba/zbornik/2010/radovi/E-VI/E-VI-8.pdf>
191. Mayer Schöenberger V., Hurley D., (2000), *Globalization of communication*. In Nye JS and Donahue JD, editors, *Governance in a Globalizing World*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press
192. McAfee – Intel security report (2014). *Net Losses: Estimating the Global Cost of Cybercrime Economic impact of cybercrime II*, Center for Strategic and International Studies June 2014. Accessed October 2014 at: <http://www.mcafee.com/us/resources/reports/rp-economic-impact-cybercrime2-summary.pdf>
193. McLuhan Marshal, (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill
194. Mercer, C. (2006)—*Telecentres and transformations: Modernizing Tanzania through the Internet—*, *African Affairs*, Val. 105, No. 419, pp 243-264, 2006.
195. Mesarić M., (2005). *Informatička revolucija i njezin utjecaj na stvaranje informatičke, mrežne, globalne ekonomije-analiza Manuela Castellsa*. *EKONOMSKI PREGLED*, vol.56. no(5-6) str. 389-422
196. MIDT -Ministarstvo za informaciono društvo i telekomunikacije Crne Gore (2014). *Metodologija izbora kritične informatičke infrastrukture*. Vlada Crne Gore. Oktobar 2014.
197. MIDTa -Ministarstvo za informaciono društvo i telekomunikacije Crne Gore (2014). *Analiza prijetnji u sajber prostoru Crne Gore*. Vlada Crne Gore. Decembar 2014.
- 198.



Mijalković S., Aretina V., Bošković G. (2010). Korelacija informacione bezbjednosti, Zloupotrba informacionih tehnologija i zaštita – Zbornik, ZITEH 10, str. 192-207, IT Veštak 2010. 199. Milano, R., Baggio, R. & Piattelli R. (2011). The effects of online social media on tourism websites, *Information and Communication Technologies in Tourism 2011*. pp 471-483. Springer Vienna. doi:10.1007/978-3-7091-0503-0\_38 200. Milanović, B. (2007) Dva lica globalizacije. Beograd: Arhipelag 201. Milenković S. (2006). Globalni turizam u budućem ekonomskom razvoju, *Turizam* br. 10, Savremene tendencije u turizmu hotelijerstvu i gastronomiji, str. 29-31, PMF Novi Sad, YU ISSN 1450-6661 202. Milićević V. (2002). Internet ekonomija, Beograd: FON 203. Milivojević S., (2008). Informaciono društvo i medijska kultura, Fakultet političkih nauka Godišnjak, Beograd 204. Milivojević T. (2014), Nove tehnologije i budućnost, prevazilaženje, preobražaj ili ukidanje čovjeka?, *Internet i društvo, Međunarodni tematski zbornik radova*, priredili Todorović D., Petrović D., Prlja D., Srpsko sociološko društvo, Filozofski fakultet Univerzitet u nišu i Institut za uporedno pravo Beograd, str. 93 do 110. 205. Miller K. (2005), *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*, second edition. McGraw Hill inc, NY 206. Milovanović G. (2003). Internet i globalizacija: zavojite staze ka informatičkom društvu 207. Milovanović G., Sitarski M., Golčevski N., Barišić S., Milovanović T. (2005). Mreža u razvoju, *Beogradska otvorena škola*, Beograd 208. Milovanović, G., Veselinović, P. (2009). Globalizacija i tranzicija, *Ekonomski fakultet, Kragujevac*, 2009 209. Milutinović I. (2009). Uticaj interneta na komunikacionu praksu – jedan pogled tKulture polisa , str 91-108; <http://kpolisa.com/KPP2009/kpp09-5-IrinaMilutinovic.pdf> 210. Milutinović J. (2011) – Socijalni konstruktivizam u oblasti obrazovanja i učenja, Institut za pedagoška istraživanja, vol 43, Novi Sad. 211. Miranda, F.J, Bañegil, T.M. (2004). Quantitative evaluation of commercial web sites: An empirical study of Spanish firms. *Int. J. Inform. Manage.* 24 (4): 313-318 (2004). 212. Miranda, F.J, Chamorro, A., Rubio, S. & Morgado, V. (2013) "Evaluation of Social Networks Sites in the Banking Sector: An Analysis of Top 200 International Banks." *Journal of Internet Banking and Commerce* 18.2 (2013): 2013-08. 213. Miranda, F.J., Cortés, R., Barriuso, C. (2006) Quantitative Evaluation of e- Banking Web Sites: an Empirical Study of Spanish Banks. *Elec. J. Inform. Sys. Evalu.* 9(2): 73-82 (2006). 214. Mladenović D. (2001) , Treća kultura pre trećeg milenijuma i njena interakcija sa kulturom knjige, *Kultura*, (101): 152-161, Beograd 215. Mokir, D. (2007). *Atinini darovi*. Clio, Beograd, 2007 216. Molla, A. and Licker, P.S. (2005) "Perceived E-Readiness Factors in E-commerce Adoption: An Empirical Investigation in a Developing Country". *International Journal of Electronic Commerce*, 10(1), 2005, pp. 83-110. 217. MONSTAT (2012). Use of information and communication technology in montenegro 2011, MONSTAT - Statistical office of Montenegro, Podgorica 2012 218. Mootee, I. (2009). How social technologies can transform the future of tomorrow's enterprises. *Social Media Working Knowledge*, Idea Couture. 219. Moteff J., Parfomak P., (2004). *Critical Infrastructure and Key Assets: Definition and Identification*, Congressional Research Service, The Library of Congress, 2004. 220. MrČa N., (2008), *Informatičko društvo i mrežna organizacija preduzeća*, Beograd, Čigoja štampa 221. MrČa N., (2014), *Internet i društvene nauke – nove mogućnosti i krupne posledice*. FPN Univerzitet u Beogradu. Čigoja štampa, Beograd. 222. Muntinga, D. I., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). Introducing COBRAs: Exploring motivations for brand-related social media use. *International Journal of Advertising*, 30(1), 13–46 223. Murray A.T., Grubešić, T.H. (2012), "Critical infrastructure protection: The vulnerability conundrum," *Telematics and Informatics*, vol. 29, no. 1, pp. 56-65, February 2012. 224. Nasco, S.A., Toledo, E.G., Mykytyn Jr., and Peter P. (2008). "Predicting electronic commerce adoption in Chilean SMEs". *Journal of Business Research Strategic Management in Latin America*, 61(6), 2008, pp. 697-705. 225. Naslund, A. (2011). *The now revolution: 7 shifts to make your business faster, smarter, and more social*. Boston, MA: Radian6 Social 2011 User Conference. 226. Neš K. (2006). *Savremena politička sociologija*. Beograd, Službeni list 227. Nie, N. H., Erbring, L. (2000). *Internet and Society: SIQSS study*, 228. Nojeim, G. T., (2010). *Cybersecurity and Freedom on the Internet*. *JOURNAL OF NATIONAL SECURITY LAW & POLICY* Vol. 4 (2010):119-137 229. O'Brien, J.

A. (1999): Management Information Systems. Managing Information Technology in the Internetworked Enterprise, McGraw-Hill, Boston 230. OECD Science (2013). Technology and Industry Scoreboard 2013, Innovation for Growth, [http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-science-technology-and-industry-scoreboard-2013\\_sti\\_scoreboard-2013-en](http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-science-technology-and-industry-scoreboard-2013_sti_scoreboard-2013-en) 231. Ogburn, W. F. (1968). Nacionalna politika i tehnologija. Moderna tehnologija i civilizacija. Zagreb, Naprijed, str. 45-57 232. Ognjanović I., Šenedelj R., Ognjanović I. (2015). Pismenost u oblasti sajber bezbjednosti u Crnoj Gori, Informacione tehnologije IT'15, Zabljak 2015, pristupljenona:<http://ecesm.net/sites/default/files/Cyber%20secuirty%20awareness%20in%20Montenegro.pdf> 233. O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0 - Design patterns and business models for the next generation of software. 09/30/2005. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> 234. Pajić B. (2010). Društveni mediji kao markentiški alat, Novi Sad 2010. <https://gorilamarketing.wordpress.com/biblioteka/> 235. Palmer, A., Koenig-Lewis, N. (2009). An experiential, social network-based approach to direct marketing. International Journal of Direct Marketing. Vol. 3, No. 3, pp.162-176. 236. Park C. and Kim Y. (2003). —Identifying Key Factors Affecting Consumer Purchase Behavior in an Online Shopping Context, International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 31:16–29. 237. Partridge H. (2007). Establishing the human perspective of the information society, Queensland, FIT 238. Pečuljić M. (2003). Dva lica globalizacije (Aspekti globalizacije). Beograd, Beogradska otvorena škola, Centar za proučavanje informativnih tehnologija 239. Perez, C. (2004) Finance and Technical Change: A Long-term View, The Elgar Companion to Neo-Schumpeterian Economics, Hanusch, H. Pyka, A. (eds.), Cheltenham, Edward Elgar. 240. Petra P. (2014). Uticaj informacione tehnologije na obavljanje ekonomske djelatnosti, Digitalna ekonomija, Economics: Casopis za Ekonomsku Teoriju i Analizu; Jun 2014, Vol. 2 Issue 2, DOI 10.7251/OIK1402007P 241. Petrović D. (2007). Od društvenih mreža do umreženog društva: Jedan osvrt na makromrežni pristup u Sociologiji, Sociologija, vol XLIX (2007), No2 242. Petrović D. (2009), Internet u funkciji personalnog umrežavanja, Sociologija, vol. 51, br. 1, str. 23-44, Beograd 243. Petrović D. (2014), Društvena konstrukcija interpersonalnih medija – od telegrafa do interneta, Internet i društvo, Međunarodni tematski zbornik radova, priredili Todorović D., Petrović D., Prlja D., Srpsko sociološko društvo, Filozofski fakultet Univerzitet u nišu i Institut za uporedno pravo Beograd, str. 3 do 23., [http://www.academia.edu/10026520/Internet\\_i\\_dru%C5%A1tvo](http://www.academia.edu/10026520/Internet_i_dru%C5%A1tvo) 244. Petrović D., Kovačević I. (2012). Nepovjerenje kao prepraka razvoju trgovine u Srbiji, Management-časopis za teoriju i praksu menadžmenta, 2012/65, str.71-77. FON Beograd 245. Petrović M. D. (2012). Novi oblici društvenog umrežavanja- uloga interneta u uspostavljanju interpersonalnih odnosa u Srbiji, Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu 246. Petrović P. (2006)., Privatizacija – iskustva Srbije i zemalja u tranziciji, Čigoja štampa, Beograd, 2006. 247. Petrović R. S. (2002). Dilema kiber ili sajber, Strani pravni život, 2/2002, Institut za uporedno pravo, Beograd 248. Petrović R. Slobodan, (2004) Kompjuterski kriminal, Vojnoizdavački zavod, Beograd, 2004, 564 st. III izdanje; 249. Petrović R. Slobodan, (2012). Izazovi informatičkog društva, Zbornik radova ZITEH-12, IT-veštak, Beograd 250. Petrović S. (2001). Odbrana u virtuelnom prostoru, Vojni informator br. 4 jul- avgust 2001 251. Petrović, M., (2005). "Internet kao mesto susreta: odnosi na mreži", E-volucija, 11/2005. //www.bos.rs/cepit/evolucija/html/11/odnosi.htm preuzeto 10.02.2014. godine 252. Pink D. (2005). A Whole New Mind: Moving from the Information Age to the Conceptual Age. New York: Riverhead Books, 2005. 253. Pokrajac, S. (2002) Tehnologizacija i globalizacija. Beograd: Grafolik, 2002. 254. Pokrajčić D. (2001) Multinacionalno i globalno preduzeće, Ekonomika preduzeća no 3-4 255. Popović Z. (2007), Knowledge management for E-business performance, MIPRO 2007 - 30th Jubilee International Convention Proceedings: Digital Economy - 4th ALADIN, Information Systems Security and Business Intelligence Systems Opatija, ISBN: 978-953-233-031-1 256. Porter, E. C. (2004). A Typology of Virtual Communities: A Multi-Disciplinary Foundation for Future Research. Journal of Computer-Mediated

Communication, Volume 10, Issue 1. Dostupno na: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/porter.html>. 257. Porter, Majkl E. (2007). Konkurentna prednost. Novi Sad, Asee books 258. Premović J., Arsić Lj., Premović T. (2011). Društvo znanja i ekonomija zasnovana na znanju, Tehnologija, informatika i obrazovanje za društvo učenja i znanja, 6. Međunarodni simpozijum, TIO6, TF Čačak 3-5 jun. 2011, str 259. Putnam, R. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital, <http://xroads.virginia.edu/~hyper/DETOC/assoc/bowling.html> pristupljeno: 20.02. 2014. godine 260. Qualman, E. (2009). Socialnomics. Hoboken, N.J. John Wiley & Sons. 261. Radonjić O., (2003), Tehnološka razvijenost kao važan uslov konkurentnosti na međunarodnom tržištu, Sociologija vol XLIV no 2. str 175-192. Beograd, Sociološko udruženje Srbije i Crne Gore i Filozofski fakultet - Institut za sociološka istraživanja 262. Radovanović D. (2009). Elektronski izvori i društveni softver u Web-u 2.0, Mreža, Pančevačko čitalište br.14., str.25-29, Pančevo, 2009. 263. Radovanović D. (2010). Internet paradigma, struktura i dinamika onlajn društvenih mreža: Fejsbuk i mladi u Srbiji, Pančevačko čitalište br. 17 Novembar 2010, Pančevo 264. Rai, L.P., & Lal, K. (2000). Indicators of the information revolution. Technology in Society, 22 (2), 221-235. 265. Raičević M.V., Matijašević-Obradović J.D., Kovačević M.S. (2014). Pravni i etički aspekti rizika poslovanja putem interneta, Međunarodna naučna konferencija Univerziteta Singidinum, The use of Internet and development perspectives, SINTEZA 2014 266. Rainie L., Wellman B. (2012), Networked: The New Social Operating System, Cambridge, Mass.: MIT Press, 2012 267. Rainie, L., Anderson, J., Connolly, J. (2014) Cyber Attacks Likely to Increase (Pew Research Internet Project, October 2014), last accessed January 2015., at: <http://www.pewInternet.org/2014/10/29/cyber-attacks-likely-to-increase> 268. Rajmohan C., Subramanya G., Sharma N. (2012) "Telecommunication Networks: Security Management," Tata Consultancy Services Limited, 2012. 269. Ranković, M., Vasković V. (2011). "Quantitative website analysis: Case study of the Serbian banks." Industrija 39.2 (2011): 29-49 270. Reljić, S. (2003) Mediji i globalizacija. u: Pavićević Vladimir (ur.) Aspekti globalizacije, Beograd: Beogradska otvorena škola 271. Ristić, D., Cizelj, P.A., Marinković D. (2014), Mapiranje društvene geografije interneta: značenja, materijalnost, moć. Internet i društvo, Međunarodni tematski zbornik radova, priredili Todorović D., Petrović D., Prlja D., Srpsko sociološko društvo, Filozofski fakultet Univerzitet u nišu i Institut za uporedno pravo Beograd, str. 23 do 40. 272. Rondović B., (2012). "The degree of the application of e-business in small And medium-sized enterprises". Facta universitatis Series: Economics and Organization Vol. 9, No1: 139 – 148 273. Rondović B., Lazović, V., Popović, Z., Djurickovic, T. & Kovacevic, D (2015) Determinants of Electronic Commerce - the Factors of Acceptance in Montenegro, MIPRO 2015 /DE-GLGPS – 38. International convention on information and communication technology, electronics and microelectronics, Opatija, Maj 2015., ISSN: 1847-3946, pp.1769-1774 274. Rondović B., Popović Z. (2008). Online Social Networking for business, MIPRO 2008 - 31st International Convention Proceedings: Digital Economy - 5th ALADIN, Information Systems Security, Business Intelligence Systems, Opatija, ISBN: 978-953- 233-040-3, 2008, str. 57-60 21100291834 275. Rondović, B., Lazović, V., Popović, Z., Djurickovic, T. & Kovacevic, D. (2015, February). Analiza faktora koji determinišu porast turizma u Crnoj Gori, Scientific Conference: Jahorina Business Days 2015– Tourism in function of economic development, Jahorina /2015 Zbornik konferencije ISSN 2303-6168 276. Salmani, B., (2005). Proposed criteria for measuring e-commerce in Iran. In the proceedings of third National Conference on E-Commerce, Department of Planning and Economic Affairs. Iran 277. Santos,S. (2013). 2012 & 2013 Social Media and Tourism Industry Statistics . updated February 2014. StickyMedia.Victoria. <http://www.stickymedia.com/blog/2012-2013-social-media-and-tourism-industry-statistics#sthash.OgYsBmrT.aU6xOmW0.dpuf>. pristupljeno Oktobar, 2014. 278. Savić D. N., (2013), Razvoj modela za evaluaciju informacionog društva Srbije. Beograd, FON 279. Schegg, R., Liebrich, A., Scaglione, M., & Ahmad, S. F. S., (2008). An Exploratory Field Study of Web 2.0 in Tourism. In P. O'Connor, W. Höpken & U. Gretzel (Eds.), Information and Communication Technologies in Tourism (pp. 152-163). Wien: Springer 280. Schwartz I. Evan, (2002).

Digital darwinism – 7 Breakthrough Business Strategies For Surviving In The Cutthroat Webeconomy, Crown Business, Kindle edition 281. Science and Technology Issues (1995), Science and technology in the new global environment: Implication for developing countries. UNCTAD, NY. Geneva 282. Simon, H.A. (1971). Designing organizations for an information-rich world . In MartinGreenberger (Ed.), Computers, communication, and the public interest (pp. 37-72). Baltimore, MD: The Johns Hopkins Press. 283. Simović V. (2010). Socijalni i pravni kontekst računarstva. Visoka škola strukovnih studija za informacione tehnologije. Beograd. [http://v2.link-onlineservice.com/media/files/SPKR\\_Skripta.pdf](http://v2.link-onlineservice.com/media/files/SPKR_Skripta.pdf), pristup oktobar 2014. 284. Sing H., (2001). Utjecaj globalizacije na manje zemlje te uloga manjih zemalja u procesu globalizacije: primjer socijalne politike i socijalnog rada, [www.hrçak.srce.hr](http://www.hrçak.srce.hr) (pristupljeno decembar 2013) 285. Siniša Kušić S. (2010): Online društvene mreže i društveno umrežavanje, *Țivot i škola*, br. 24 (2/2010.), god. 56., str. 103. – 125. 286. Smith, D. (2010) Exploring Innovation, McGraw-Hill. 287. Solis B. (2014). Digital Darwinism: How Disruptive Technology Is Changing Business for Good, preuzeto 2014. sa <http://archive.wired.com/insights/2014/04/digital-darwinism-disruptive-technology-changing-business-good/> 288. Solis B.(2012). The End of Business As Usual. Kindle edition 289. Solis, B. (2010). Defining Social Media: 2006 - 2010. January 7, 2010 .<http://www.briansolis.com/2010/01/defining-social-media-the-saga-continues/> 290. Sovilj S., Vasković V., (2013). Analiza korporativnih društvenih mreža primenom JUNG framework-a. INFO M, vol. 12., br.48, str. 15-20, Beograd, FON 291. Spalević, Țaklina (2014). Cyber security as a global challenge today, Impact of Internet on Bussines Activities in Serbia and Worldwide, Sinteza - International Scientific Conference of IT and Business-Related Research 2014 292. Sparling, L., Toleman, M., and Cater-Steel A. SME Adoption of e-Commerce in the Central Okanagan Region of Canada. In Proceedings of the 18th Australasian Conference on Information Systems, Toowoomba, Australia, 2007. pp. 1046-1059. 293. Srića Velimir, Muller Josip (2001).Put k elektroničkom poslovanju. Zagreb. Sinergija-nakladništvo 294. Stanišić N. (2004). Globalizacija i siromaštvo, *Ekonomski horizonti*, 2004, 6 (1-2) str. 121-134 295. Stiakakis, E. & Christos K. G. (2011). "Drivers of a tourism e-business strategy: the impact of information and communication technologies." *Operational Research*: 149- 169. 296. Stiglitz E.J., (2004), Globalizacija i dvojbe koje izaziva, Zagreb, *Algoritam* 297. Stjepanović, Ț., Krsmanović B., (2015), Zaštita i bezbjednost informacionih sistema u savremenom poslovanju, *Acta Economica*, god 13. br 22, feb.2015,doi: 10.7251/ACE1522301S 298. Stockdale, R., & Borovicka, M. (2007). Developing a model for supporting quality in restaurant websites: a pilot study. *Journal of Foodservice Business Research*, 10(1), 51–76 299. Stojanov D., Jakovac P. (2013). Ekonomska znanost u zamci globalizacije. // *ekonomski pregled: mjesečnik Hrvatskog društva ekonomista Zagreb*. 64 (2013), 5; 447- 473 300. Stojanović Ț., Petrović D. (2010). Globalizacija i tehnološki razvoj-mogućnosti i izazovi. Tehnološki fakultet Leskovac, Zbornik radova svezak 17, Jun 2010. 301. Stojanović, R. (1980). Upravljanje razvojem u samoupravnom društvu. Beograd, Savremena administracija,1980. 302. Strategija sajber bezbjednosti Crne Gore 2013-2017, Podgorica jun 2013. 303. Suh, E., Lim, S., Hwang, H., & Kim, S. (2004). A prediction model for the purchase probability of anonymous customers to support real time web marketing: a case study. *Expert Systems with Application*, 27(2), 245–255 304. Šabović G., (2007), Društvenoekonomski uticaji tehnološkog razvoja informacijskog društva i perspektiva BIH, Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Sarajevu br. 27, str. 433-455 305. Šendelj, R., Lombardi, F., Ognjanovi, I., Guarino, S., (2014) Cyber Security in Montenegro: Practice, Frameworks and Challenges, Proceedings of INFOFEST 2014 Conference, 28th September-4th October 2014, Milocer - Budva, Montenegro. 306. Tagert, A.C. (2010). Cybersecurity challenges in Developing Nations, Disserttations Paper 22, Carnegie Mellon University, Retrived from: <http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1021&context=dissertations> 307. Tapscott D., Caston A. (1993). Paradigm SHift – The New Promise Of Information Technology. McGraw-Hill Companies 308. Tehnološka razvijenost kao važan uslov konkurentnosti na

međunarodnom trijštju, Sociologija Vol XLIV, No2, Filozofski fakultet Beograd, str. 175-192 309. Tempus project-ECESM, (2013). Report-DEV 1.1 Existing EU practices for cyber security, 544088-TEMPUS-1-2013-1-SI-TEMPUS-JPHES 310.

Travel&Tourism: Economic Impact 2015 Montenegro (2015). WTTC-World Travel Tourism Council The Authority of World Travel & Tourism, WTTC London 2015 311. Travica, B.(2002) —Diffusion of electronic commerce in developing countries: the case of Costa Rica—, Journal of Global Information Technology Management, Vol. 5, No. 1, pp 4-24, 2002. 312. Trkulja J. (2003), Globalizacija kao potčinjavanje ili šansa (Aspekti globalizacije). Beograd, Beogradska otvorena škola, Centar za proučavanje informativnih tehnologija 313. Turban E., McLean E., Wetherbe J., (2003) Informaciona tehnologija za menadžment (Transformacija poslovanja u digitalnu ekonomiju) Zavod za udžbenike i nastavna sredstva Beograd 314. Ujma, D. (2001). Distribution channels for tourism: Theory and issues. In D. Buhalis, & E.Laws (Eds.), Tourism distribution channels: Practices, issues and transformations; Continuum International Publishing Group. London, 33-52 315. Universal McCann (2008). Power to the people, social media tracker wave 3. <http://www.slideshare.net/mickstravellin/universal-mccann-international-social-media-research-wave-3> 316. Unković S., Zečević B. (2006). Ekonomika turizma, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006. 317. UNWTO. (2001). eBusiness for tourism: Practical guidelines for destinations and businesses. World Tourism Organisation, Madrid (2001). <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1210/1210-1.pdf> 318. Urlickh B. (2000) What is globalisation? . USA, Blackweli Publishers inc 319. Uzelac Aleksandra (2003). Utjecaj novih informacijskih tehnologija na kulturni razvoj: uloga virtualnih mreža. Zagreb. Sveučilište u Zagrebu 320. van Dijk, Jan A.G.M. (2006), The Network Society. second edition, SAGE Publication Ltd, 2006 321. Van Slyke, C., France, B. and Varadharajen, S. (2005). —A comparison of American and Indian consumers perceptions of electronic commerce, Information Resources Management Journal, Vol. 18 No. 2, pp. 24-41. 322. Varagić, D. (2010). Blog osnove, verzija 0.88. 02.10.2010. Novi Sad: <http://www.draganvaragic.com/weblog/pdf/BlogOsnove.pdf> 323. Vasković V., Kršić D. (2009). Diplomacija i pregovaranje u informacionom društvu. Beograd. Prometej 324. Velimir S. (2014) , —Digitalna kultura - promjene drastičnog ubrzanja, Lookerweekly.com, 02.12.2014. , [http://www.lookerweekly.com/stvaran\\_svet/drustvene-mreze/digitalna-kultura-promene-drasticnog-ubrzanja/](http://www.lookerweekly.com/stvaran_svet/drustvene-mreze/digitalna-kultura-promene-drasticnog-ubrzanja/) 325. Vesić, D. (2010). Uticaj globalizacije poslovanja na privredni sistem Srbije, MP 1, 2010 (str. 136-164) 326. Vlada M., Ťugui A. (2006) Information Society Technologies - The four waves of information technologies, International Conference on Virtual Learning, Proceedings of the the 1th international Conference on Virtual Learning, pp. 69-84, ICVL Bucharest University Press, 2006, [http://fmi.unibuc.ro/cniv/2006/disc/icvl/documente/pdf/met/1\\_vlada.pdf](http://fmi.unibuc.ro/cniv/2006/disc/icvl/documente/pdf/met/1_vlada.pdf) 327. Vukićević S., Drašković D. (2014). Analiza stanja e-trgovne u Srbiji zasnovana na faktorima koji utiču na njen razvoj, Yu Info 2014 – oblast ESOCIETY, Zbornik radova ISBN: 978-86-85525-13-1, str. 1-6., Kopaonik 2014 328. Vuković, H. (2012). Cybernetic security. National Security And The Future 3 (13) 2012. 329. Vuletić V. (2003) Rivalski pristupi globalizaciji, u: Pavićević Vladimir (ur.) Aspekti globalizacije. Beograd, Beogradska otvorena škola, Centar za proučavanje informativnih tehnologija 330. Weber, L. (2009). Marketing to the social web: How digital customer communities build your business. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons 331. Webster, F. (2006). Theories of the information society, 3rd edition, London, UK: Routledge Publishing. <http://cryptome.org/2013/01/aaron-swartz/Information-Society-Theories.pdf> , pristupljeno Mart 2013 332. Webster, F. (2010). The information society revisited. In L. Lievrouw, & S. Livingstone (Eds.), Handbook of new media: Social shaping and social consequences of ICTs, Updated student edition. (pp. 443-458). London: SAGE Publications Ltd. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781446211304.n24> 333. Wellman B. (2004). Connecting Communities: On and Offline Contexts, SAGE Publications , November 2004: 22-28, doi:10.1525/ctx.2004.3.4.22 334. Wellman, B. (1988.). Structural analysis: From method and metaphor to theory and substance. U: Wellman,B., Berkowitz S.D. (ur.), Social Structures: A

Network Approach. Cambridge, UK: Cambridge University Press. (str.19-61). 335. Wellman, B. (2001) —Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking, International Journal of Urban and Regional Research 25(2): 227- 252 336. Williams, R., (1976), Keywords: A Vocabulary of Culture and Society, New York: Oxford Univ. Press. Pp. 76-82. <http://pubpages.unh.edu/~dml3/880williams.htm> - N\_1 337. Winston, B. (1998). Media Technology and Society, A History From the Telgraph to the Internet Routledge Taylor & Francis Group 338. Withiam, G., (2011). Social networking websites and the hospitality industry: holding the tiger by the tail. Cornell Hospitality Research Summit Proceedings 3, pp 6-15. 339. Wittel A., (2001): Toward a Network Sociality. Sage Journals PUB, Theory, Culture & Society , December 2001, no 18 (6), 51-76 340. World Bank (2013). Western Balkans Regional R&D Strategy. Country paper series-Montenegro, World Bank Technical Assistance Project For innovation (p123211), October 2013. 341. World Tourism Organization. (2008). World Overview & Tourism Topics: Tourism Market Trends Paperback, Madrid, Spain 342. World Travel Market . (2014). WTM 2014 Industry Report World Travel Market.London. [http://www.wtmlondon.com/files/wtm\\_industry\\_report\\_2014.pdf/](http://www.wtmlondon.com/files/wtm_industry_report_2014.pdf/) pristupljeno Decembar 2014 343. WSIS-World Summit on the Information Society. (2003). Declaration of Principles, Building the Information Society: a global challenge in the new Millennium, <http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/dop.html> 344. WTO-World Trade Organization (2013). E-commerce in Developing Countries, Opportunities and challenges for small and medium-sized enterprises, WTO2013, [https://www.wto.org/english/res\\_e/publications\\_e/ecom\\_devel\\_countries\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/ecom_devel_countries_e.htm) (pristupljeno Januar 2015) 345. Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. Tourism Management, 31(2), 179–188. doi:10.1016/j.tourman.2009.02.016 346. Yeboah-Boateng, E.O., Tadayoni, R. (2010). CYBER-SECURITY Implications on SMEs in Developing Economies - the case of Ghana. 21th European regional ITS conference - Telecommunications at new crossroads: Changing value configurations, user roles, and regulation, København, Denmark 2010 347. Zafiroopoulos, C. & Vrana, V. (2006). A framework for evaluation of hotel websites: the case of Greece. Information Technology & Tourism, 8(3/4), 239–254 348. Zakon o Agenciji za nacionalnu bezbjednost, Sl. list CrneGore, br. 86/09, 20/11 349. Zakon o elektronskim komunikacijama, Sl. list CrneGore, broj 40/2013 350. Zakon o elektronskoj trgovini, Sl.list RCG, br.80/04 351. Zakon o elektronskom potpisu, Sl. list RCG, br: 55/03 i31/05 352. Zakon o informacionoj bezbjednosti, Sl. list CG, br.14 od17.mart 2010 353. Zakon o tajnosti podataka, Sl. list Crne Gore, br. 79/08,70/09, 44/12 354. Zakonik o krivičnom postupku, Sl. list Crne Gore, broj 57/09 355. Zarrella, D. (2009). The Social Media Marketing Book . Sebastopol, CA: O'Reilly Media 356. Zeng B., (2013) Social Media in Tourism, J Tourism Hospit 2: e125. doi:10.4172/2167-0269.1000e125. 357. Zhang, X., Song H., Huang G.H., (2008). Tourism supply chain management: A new research agenda. Elsevier. International Journal of Tourism Management; Tourism Management Volume 30, Issue 3, June 2009, pp345–358, doi:10.1016/j.tourman.2008.12.010

Pregled tabela i slika: TABELE: Tabela 1: Karakteristike industrijskog i informacionog društva..... 28 Tabela 2: Suštinski tehnološki pomoci ka novoj tehnološkoj paradigmi ..... 63 Tabela 3: Broj korisnika interneta u svijetu od početka III ere globalizacije ere ..... 140 Tabela 4: Informatizacija – SWOT analiza..... 148 Tabela 5: IDI 2002 i IDI 2013 prema nivou razvijenosti. .... 157 Tabela 6: Faktori razvoja e-trgovine ..... 160 Tabela 7: Brojnost turista u milionima ..... 168 Tabela 8: Sumarni prikaz po analiziranim kriterijumima..... 196 Tabela 9: Rezultati proste korelacione analize ..... 197 Tabela 10: Kritični sektor ICT - Podsystemi i operatori u Crnoj Gori..... 206 Tabela 11: Kategorije sajber prijetnji ..... 218 Tabela 12: Globalni indeks sajber bezbjednosti, Prikaz Evropskih država..... 245 Tabela 13: Pokazatelji znanja/vještina

upotrebe Interneta ..... 254 Tabela 14: Globalni indeks sajber bezbjednosti, Crna Gora  
 ..... 265 SLIKE: Slika 1: Tehnološki talasi informacionog doba  
 ..... 34 Slika 2: Put ka konceptualnom dobu  
 ..... 35 Slika 3: Hipoteze o efektima tri grupe faktora na usvajanje  
 interneta ..... 74 Slika 4: Uspon i napredak medija kroz istoriju  
 ..... 111 Slika 5: Istorija društvenih  
 mreža..... 117 Slika 6: Procenat internet korisnika u periodu 2001-  
 2011. .... 154 Slika 7: IDI struktura i meĈuzavisnosti  
 ..... 156 Slika 8: Internet kao izvor inspiracije i informacija za planiranje  
 putovanja ..... 175 Slika 9: Informaciona bezbjednost  
 ..... 204 Slika 10: Upravljanje "Cyber"  
 rizicima..... 211 Slika 11: StatistiĈki prikaz prijavljenih sajber incidenata u  
 Crnoj Gori 2014 ..... 250 Slika 12: Sigurnosni problemi sa kojima se graĈani Crne Gore suoĈavaju na  
 internetu..... 250 Slika 13: UreĈaji sa kojih graĈani Crne Gore pristupaju Internetu ..... 252 Slika  
 14: CIRT ..... 263 Slika 15: KljuĈne meĈuvladine  
 institucije..... 264 Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse  
 zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog  
 društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju  
 Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse  
 zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog  
 društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju  
 Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse  
 zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog  
 društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju  
 Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse  
 zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog  
 društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju  
 Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse  
 zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog  
 društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju  
 Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse  
 zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog  
 društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju  
 Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse  
 zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog  
 društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju  
 Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse  
 zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog  
 društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju  
 Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse zemalja u razvoju Paradigma informacionog društva, izazovi i šanse











186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212  
213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239  
240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266  
267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293  
294 295 296 297 298 299 300 301

**sources:**

- 1 1,784 words / 2% - Internet from 09-Dec-2010 12:00AM  
[www.bos.org.rs](http://www.bos.org.rs)

---

- 2 1,438 words / 2% - Internet from 02-Nov-2017 12:00AM  
[nardus.mpn.gov.rs](http://nardus.mpn.gov.rs)

---

- 3 1,174 words / 1% - Internet from 30-Jan-2017 12:00AM  
[eprints.ugd.edu.mk](http://eprints.ugd.edu.mk)

---

- 4 973 words / 1% - Internet from 19-Jan-2017 12:00AM  
[eprints.ugd.edu.mk](http://eprints.ugd.edu.mk)

---

- 5 917 words / 1% - Internet from 02-Nov-2017 12:00AM  
[nardus.mpn.gov.rs](http://nardus.mpn.gov.rs)

---

- 6 848 words / 1% - Internet from 19-Aug-2018 12:00AM  
[www.potpredsjednikregraz.gov.me](http://www.potpredsjednikregraz.gov.me)

---

- 7 845 words / 1% - Internet from 12-Jun-2012 12:00AM  
[www.logincee.org](http://www.logincee.org)

---

- 8 806 words / 1% - Internet from 13-Mar-2014 12:00AM  
[www.potpredsjednikregraz.gov.me](http://www.potpredsjednikregraz.gov.me)

---

- 9 765 words / 1% - Internet from 02-Nov-2010 12:00AM  
[emins.org](http://emins.org)

---

- 10 681 words / 1% - Internet from 09-Oct-2013 12:00AM  
[www.fms-tivat.me](http://www.fms-tivat.me)

---

- 11 555 words / 1% - Internet from 20-Mar-2015 12:00AM  
[www.potpredsjednismvpei.gov.me](http://www.potpredsjednismvpei.gov.me)

---

- 12 554 words / 1% - Internet from 23-Nov-2016 12:00AM  
[nebojsamrdja.com](http://nebojsamrdja.com)

- 13 524 words / 1% - Internet from 15-Sep-2015 12:00AM  
[hrcak.srce.hr](http://hrcak.srce.hr)
- 
- 14 518 words / 1% - Internet from 01-Sep-2015 12:00AM  
[hrcak.srce.hr](http://hrcak.srce.hr)
- 
- 15 503 words / 1% - Internet from 21-Jun-2015 12:00AM  
[www.doiserbia.nb.rs](http://www.doiserbia.nb.rs)
- 
- 16 427 words / 1% - Internet from 05-Nov-2018 12:00AM  
[www.preduzetnistvo.ef.ac.me](http://www.preduzetnistvo.ef.ac.me)
- 
- 17 421 words / < 1% match - Internet from 07-Feb-2017 12:00AM  
[library.fes.de](http://library.fes.de)
- 
- 18 388 words / < 1% match - Internet from 13-Nov-2018 12:00AM  
[repec.mnje.com](http://repec.mnje.com)
- 
- 19 380 words / < 1% match - Publications  
0038-0318, 2002
- 
- 20 369 words / < 1% match - Internet from 01-Jun-2015 12:00AM  
[blmm-conference.com](http://blmm-conference.com)
- 
- 21 355 words / < 1% match - Internet from 01-Mar-2014 12:00AM  
[www.mnje.com](http://www.mnje.com)
- 
- 22 325 words / < 1% match - Internet from 12-Jul-2015 12:00AM  
[v2.link-onlineservice.com](http://v2.link-onlineservice.com)
- 
- 23 324 words / < 1% match - Internet from 21-Jan-2016 12:00AM  
[www.vps.ns.ac.rs](http://www.vps.ns.ac.rs)
- 
- 24 306 words / < 1% match - Internet from 22-Sep-2015 12:00AM  
[www.singipedia.com](http://www.singipedia.com)
- 
- 25 303 words / < 1% match - Internet from 02-May-2012 12:00AM  
[www.besplatniseminarskiradovi.com](http://www.besplatniseminarskiradovi.com)
- 
- 26 299 words / < 1% match - Internet from 30-Aug-2016 12:00AM  
[paperzz.com](http://paperzz.com)
- 
- 27 292 words / < 1% match - Internet from 09-Mar-2016 12:00AM  
[www.komunikacija.org.rs](http://www.komunikacija.org.rs)

28 281 words / < 1% match - Internet from 08-Sep-2016 12:00AM  
[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

---

29 278 words / < 1% match - Internet from 11-Sep-2018 12:00AM  
[www.vps.ns.ac.rs](http://www.vps.ns.ac.rs)

---

30 276 words / < 1% match - Internet from 16-Jan-2013 12:00AM  
[www.itvestak.org.rs](http://www.itvestak.org.rs)

---

31 274 words / < 1% match - Internet from 20-Jul-2018 12:00AM  
[eteze.arts.bg.ac.rs](http://eteze.arts.bg.ac.rs)

---

32 272 words / < 1% match - Internet from 19-Jan-2016 12:00AM  
[www.oikosinstitut.org](http://www.oikosinstitut.org)

---

33 269 words / < 1% match - Internet from 23-Oct-2011 12:00AM  
[darhiv.ffzg.hr](http://darhiv.ffzg.hr)

---

34 268 words / < 1% match - Internet from 10-Jun-2015 12:00AM  
[www.zarez.hr](http://www.zarez.hr)

---

35 246 words / < 1% match - Internet from 24-Aug-2016 12:00AM  
[documents.tips](http://documents.tips)

---

36 243 words / < 1% match - Internet from 04-Oct-2016 12:00AM  
[documents.tips](http://documents.tips)

---

37 237 words / < 1% match - Internet from 06-May-2016 12:00AM  
[www.singipedia.singidunum.ac.rs](http://www.singipedia.singidunum.ac.rs)

---

38 226 words / < 1% match - Internet from 19-Nov-2016 12:00AM  
[doiserbia.nb.rs](http://doiserbia.nb.rs)

---

39 220 words / < 1% match - Internet from 27-May-2015 12:00AM  
[www.singipedia.com](http://www.singipedia.com)

---

40 220 words / < 1% match - Internet from 30-Oct-2016 12:00AM  
[documents.tips](http://documents.tips)

---

41 220 words / < 1% match - Internet from 01-Oct-2013 12:00AM  
[www.cirt.me](http://www.cirt.me)

---

42 203 words / < 1% match - Internet from 22-Nov-2012 12:00AM  
[www.cert.hr](http://www.cert.hr)

---

43 201 words / < 1% match - Internet from 20-Jun-2016 12:00AM  
[www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

---

44 197 words / < 1% match - Internet from 02-Oct-2018 12:00AM  
[www.nsf-journal.hr](http://www.nsf-journal.hr)

---

45 190 words / < 1% match - Internet from 28-Apr-2013 12:00AM  
[www.clio.rs](http://www.clio.rs)

---

46 179 words / < 1% match - Internet from 24-Dec-2013 12:00AM  
[hrcak.srce.hr](http://hrcak.srce.hr)

---

47 173 words / < 1% match - Internet from 30-Sep-2016 12:00AM  
[documents.tips](http://documents.tips)

---

48 165 words / < 1% match - Internet from 27-Jun-2014 12:00AM  
[www.seminarski.info](http://www.seminarski.info)

---

49 163 words / < 1% match - Internet from 24-Mar-2015 12:00AM  
[alfa.tf.ni.ac.rs](http://alfa.tf.ni.ac.rs)

---

50 162 words / < 1% match - Internet from 28-Jan-2015 12:00AM  
[www.upisbg.info](http://www.upisbg.info)

---

51 159 words / < 1% match - Internet from 07-May-2010 12:00AM  
[www.bos.rs](http://www.bos.rs)

---

52 156 words / < 1% match - Internet from 01-Jul-2015 12:00AM  
[www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

---

53 156 words / < 1% match - Internet from 28-Sep-2016 12:00AM  
[www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

---

54 154 words / < 1% match - Internet from 02-Feb-2017 12:00AM  
[eprints.ugd.edu.mk](http://eprints.ugd.edu.mk)

---

55 138 words / < 1% match - Internet from 08-Sep-2016 12:00AM  
[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

---

56 132 words / < 1% match - Internet from 07-Sep-2017 12:00AM  
[www.fpn.bg.ac.rs](http://www.fpn.bg.ac.rs)

---

57 126 words / < 1% match - Internet from 16-Dec-2015 12:00AM  
[www.ekonomija.ac.me](http://www.ekonomija.ac.me)

58 126 words / < 1% match - Internet from 10-Sep-2015 12:00AM  
[www.ceeol.com](http://www.ceeol.com)

---

59 126 words / < 1% match - Internet from 13-Oct-2013 12:00AM  
[www.coe.int](http://www.coe.int)

---

60 125 words / < 1% match - Internet from 26-Sep-2008 12:00AM  
[www.entel.co.yu](http://www.entel.co.yu)

---

61 122 words / < 1% match - Internet from 17-Dec-2015 12:00AM  
[www.meste.org](http://www.meste.org)

---

62 119 words / < 1% match - Internet from 01-Jun-2016 12:00AM  
[www.doiserbia.nb.rs](http://www.doiserbia.nb.rs)

---

63 113 words / < 1% match - Internet from 29-May-2014 12:00AM  
[belfercenter.ksg.harvard.edu](http://belfercenter.ksg.harvard.edu)

---

64 108 words / < 1% match - Internet from 03-Jun-2017 12:00AM  
[www.iteo.rs.ba](http://www.iteo.rs.ba)

---

65 108 words / < 1% match - Internet from 17-Jun-2014 12:00AM  
[www.svrlijig.net](http://www.svrlijig.net)

---

66 108 words / < 1% match - Internet from 16-Nov-2016 12:00AM  
[uvidok.rcub.bg.ac.rs](http://uvidok.rcub.bg.ac.rs)

---

67 107 words / < 1% match - Internet from 22-Mar-2014 12:00AM  
[www.cirt.me](http://www.cirt.me)

---

68 106 words / < 1% match - Internet from 12-Aug-2010 12:00AM  
[www.womenngo.org.rs](http://www.womenngo.org.rs)

---

69 104 words / < 1% match - Internet from 05-Nov-2017 12:00AM  
[nardus.mpn.gov.rs](http://nardus.mpn.gov.rs)

---

70 100 words / < 1% match - Internet from 30-Oct-2016 12:00AM  
[readgur.com](http://readgur.com)

---

71 100 words / < 1% match - Internet from 02-Jun-2015 12:00AM  
[www.slideserve.com](http://www.slideserve.com)

---

72 100 words / < 1% match - Internet from 19-Jun-2017 12:00AM  
[senat.ucg.ac.me](http://senat.ucg.ac.me)

---



73

99 words / < 1% match - Internet from 12-Apr-2016 12:00AM  
[www.lookerweekly.com](http://www.lookerweekly.com)

74

96 words / < 1% match - Internet from 03-Jan-2016 12:00AM  
[www.potpredsjednikregraz.gov.me](http://www.potpredsjednikregraz.gov.me)

75

93 words / < 1% match - Internet from 24-Sep-2018 12:00AM  
[www.fms-tivat.me](http://www.fms-tivat.me)

76

93 words / < 1% match - Internet from 03-Nov-2016 12:00AM  
[docslide.us](http://docslide.us)

77

92 words / < 1% match - Internet from 03-Jul-2009 12:00AM  
[www.arsetnorma.com](http://www.arsetnorma.com)

78

90 words / < 1% match - Internet from 15-May-2015 12:00AM  
[www.puskice.org](http://www.puskice.org)

79

88 words / < 1% match - Internet from 10-Jan-2018 12:00AM  
[www.itvestak.org.rs](http://www.itvestak.org.rs)

80

88 words / < 1% match - Internet from 17-Sep-2012 12:00AM  
[www.ljiljan.ba](http://www.ljiljan.ba)

81

87 words / < 1% match - Internet from 30-Mar-2016 12:00AM  
[www.mid.gov.me](http://www.mid.gov.me)

82

87 words / < 1% match - Internet from 06-Oct-2014 12:00AM  
[genevasecurityforum.org](http://genevasecurityforum.org)

83

86 words / < 1% match - Internet from 28-Jul-2016 12:00AM  
[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

84

84 words / < 1% match - Internet from 04-Jun-2011 12:00AM  
[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

85

83 words / < 1% match - Internet from 26-Dec-2017 12:00AM  
[www.cert.hr](http://www.cert.hr)

86

82 words / < 1% match - Internet from 27-Aug-2016 12:00AM  
[documents.tips](http://documents.tips)

87

81 words / < 1% match - Internet from 09-Dec-2010 12:00AM  
[www.bos.org.rs](http://www.bos.org.rs)

88

77 words / < 1% match - Internet from 29-Sep-2014 12:00AM  
[www.mbezportfe.gov.me](http://www.mbezportfe.gov.me)

89

75 words / < 1% match - Internet from 09-Jul-2015 12:00AM  
[education.muprs.org](http://education.muprs.org)

90

72 words / < 1% match - Internet from 12-Apr-2016 12:00AM  
[www.odbrana.mod.gov.rs](http://www.odbrana.mod.gov.rs)

91

70 words / < 1% match - Internet from 09-Aug-2012 12:00AM  
[besplatniseminarskiradovi.com](http://besplatniseminarskiradovi.com)

92

69 words / < 1% match - Internet from 30-Mar-2016 12:00AM  
[www.mid.gov.me](http://www.mid.gov.me)

93

65 words / < 1% match - Internet from 08-Sep-2010 12:00AM  
[ifla.queenslibrary.org](http://ifla.queenslibrary.org)

94

64 words / < 1% match - Internet from 06-Jun-2015 12:00AM  
[www.potpredsjednikmypei.gov.me](http://www.potpredsjednikmypei.gov.me)

95

63 words / < 1% match - Internet from 04-Aug-2018 12:00AM  
[www.efpr.edu.rs](http://www.efpr.edu.rs)

96

63 words / < 1% match - Internet from 25-Jul-2018 12:00AM  
[media.sjm06.com](http://media.sjm06.com)

97

62 words / < 1% match - Internet from 01-Jun-2015 12:00AM  
[e-lib.efst.hr](http://e-lib.efst.hr)

98

61 words / < 1% match - Internet from 13-Aug-2017 12:00AM  
[www.telekomunikacije.rs](http://www.telekomunikacije.rs)

99

57 words / < 1% match - Internet from 11-Feb-2015 12:00AM  
[www.singipedia.singidunum.ac.rs](http://www.singipedia.singidunum.ac.rs)

100

56 words / < 1% match - Internet from 03-Jun-2015 12:00AM  
[www.doiserbia.nb.rs](http://www.doiserbia.nb.rs)

101

56 words / < 1% match - Internet from 28-Jul-2016 12:00AM  
[id.scribd.com](http://id.scribd.com)

102

56 words / < 1% match - Internet from 13-Nov-2014 12:00AM  
[unvi.edu.ba](http://unvi.edu.ba)

---

103 56 words / < 1% match - Internet from 24-Jun-2015 12:00AM  
[www.rsp.hr](http://www.rsp.hr)

---

104 55 words / < 1% match - Internet from 22-Dec-2015 12:00AM  
[www.singipedia.com](http://www.singipedia.com)

---

105 54 words / < 1% match - Internet from 08-Oct-2018 12:00AM  
[www.kpa.edu.rs](http://www.kpa.edu.rs)

---

106 53 words / < 1% match - Internet from 24-Oct-2011 12:00AM  
[bs.winelib.com](http://bs.winelib.com)

---

107 52 words / < 1% match - Internet from 24-Mar-2015 12:00AM  
[alfa.tf.ni.ac.rs](http://alfa.tf.ni.ac.rs)

---

108 52 words / < 1% match - Internet from 18-Aug-2011 12:00AM  
[mainpoint.blogger.ba](http://mainpoint.blogger.ba)

---

109 50 words / < 1% match - Internet from 22-May-2014 12:00AM  
[issp.me](http://issp.me)

---

110 49 words / < 1% match - Internet from 13-May-2015 12:00AM  
[edasol-au.com](http://edasol-au.com)

---

111 49 words / < 1% match - Internet from 21-Mar-2014 12:00AM  
[durbin.cdtmn.org](http://durbin.cdtmn.org)

---

112 49 words / < 1% match - Internet from 21-Oct-2015 12:00AM  
[www.eknfak.ni.ac.rs](http://www.eknfak.ni.ac.rs)

---

113 48 words / < 1% match - Internet from 02-Sep-2015 12:00AM  
[kpolisa.com](http://kpolisa.com)

---

114 47 words / < 1% match - Internet from 31-Oct-2013 12:00AM  
[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

---

115 47 words / < 1% match - Internet from 20-Sep-2013 12:00AM  
[www.unizd.hr](http://www.unizd.hr)

---

116 46 words / < 1% match - Internet from 02-Nov-2017 12:00AM  
[nardus.mpn.gov.rs](http://nardus.mpn.gov.rs)

---

117 46 words / < 1% match - Internet from 02-Jul-2015 12:00AM  
[www.efos.unios.hr](http://www.efos.unios.hr)

---

118 46 words / < 1% match - Internet from 26-Nov-2018 12:00AM  
[www.mf.gov.me](http://www.mf.gov.me)

---

119 45 words / < 1% match - Internet from 29-Oct-2016 12:00AM  
[pt.scribd.com](http://pt.scribd.com)

---

120 45 words / < 1% match - Internet from 08-Mar-2016 12:00AM  
[senat.ucg.ac.me](http://senat.ucg.ac.me)

---

121 43 words / < 1% match - Internet from 16-Jan-2016 12:00AM  
[www.mc.rs](http://www.mc.rs)

---

122 42 words / < 1% match - Internet from 16-Jan-2013 12:00AM  
[www.itvestak.org.rs](http://www.itvestak.org.rs)

---

123 41 words / < 1% match - Internet from 08-Jul-2017 12:00AM  
[www.infoteh.rs.ba](http://www.infoteh.rs.ba)

---

124 41 words / < 1% match - Internet from 21-Jun-2017 12:00AM  
[www.ekfak.kg.ac.rs](http://www.ekfak.kg.ac.rs)

---

125 41 words / < 1% match - Internet from 13-Jan-2014 12:00AM  
[www.gov.me](http://www.gov.me)

---

126 40 words / < 1% match - Internet from 10-Sep-2010 12:00AM  
[www.netcentar.org](http://www.netcentar.org)

---

127 40 words / < 1% match - Internet from 24-Mar-2014 12:00AM  
[www.djurovic.in.rs](http://www.djurovic.in.rs)

---

128 40 words / < 1% match - Internet from 17-Nov-2011 12:00AM  
[www.pecat.co.rs](http://www.pecat.co.rs)

---

129 39 words / < 1% match - Internet from 09-Sep-2014 12:00AM  
[www.maturski.org](http://www.maturski.org)

---

130 39 words / < 1% match - Internet from 27-Apr-2011 12:00AM  
[www.kombeg.org.rs](http://www.kombeg.org.rs)

---

131 39 words / < 1% match - Internet from 12-Mar-2014 12:00AM  
[sh.wikipedia.org](http://sh.wikipedia.org)

---

132 39 words / < 1% match - Internet from 15-May-2015 12:00AM  
[www.fpn.bg.ac.rs](http://www.fpn.bg.ac.rs)

133

38 words / < 1% match - Internet from 16-Oct-2018 12:00AM  
[otvoreno2.blogspot.com](http://otvoreno2.blogspot.com)

134

38 words / < 1% match - Internet from 28-May-2015 12:00AM  
[portalanalitika.me](http://portalanalitika.me)

135

37 words / < 1% match - Internet from 26-Apr-2016 12:00AM  
[cyberleninka.ru](http://cyberleninka.ru)

136

36 words / < 1% match - Internet from 28-Jul-2017 12:00AM  
[levoilevlje.blogspot.com](http://levoilevlje.blogspot.com)

137

36 words / < 1% match - Internet from 20-Apr-2013 12:00AM  
[hr.wikipedia.org](http://hr.wikipedia.org)

138

35 words / < 1% match - Internet from 06-May-2012 12:00AM  
[www.balcandownload.com](http://www.balcandownload.com)

139

35 words / < 1% match - Internet from 31-Dec-2014 12:00AM  
[www.mnje.com](http://www.mnje.com)

140

35 words / < 1% match - Crossref  
[Krstic, Milan, and Ana Skorup. "Trends in the development of management theories", Trendovi u poslovanju, 2015.](#)

141

34 words / < 1% match - Internet from 07-Feb-2012 12:00AM  
[www.mfs.rs](http://www.mfs.rs)

142

34 words / < 1% match - Internet from 05-Feb-2014 12:00AM  
[www.staro.rifin.com](http://www.staro.rifin.com)

143

34 words / < 1% match - Internet from 01-Dec-2018 12:00AM  
[poslodavci.org](http://poslodavci.org)

144

33 words / < 1% match - Internet from 09-Apr-2014 12:00AM  
[servis-kompjuteri.mk](http://servis-kompjuteri.mk)

145

33 words / < 1% match - Internet from 13-Oct-2014 12:00AM  
[www.potpredsjednismvpei.gov.me](http://www.potpredsjednismvpei.gov.me)

146

32 words / < 1% match - Internet  
[www.bos.org.yu](http://www.bos.org.yu)

147

32 words / < 1% match - Internet from 08-Oct-2018 12:00AM  
[www.seminarskirad.org](http://www.seminarskirad.org)

---

148

31 words / < 1% match - Internet from 17-Feb-2017 12:00AM  
[services.foi.hr](http://services.foi.hr)

---

149

29 words / < 1% match - Internet from 26-Oct-2011 12:00AM  
[www.pravst.hr](http://www.pravst.hr)

---

150

28 words / < 1% match - Internet from 04-Nov-2017 12:00AM  
[nardus.mpn.gov.rs](http://nardus.mpn.gov.rs)

---

151

28 words / < 1% match - Internet from 31-Aug-2015 12:00AM  
[www.culturenet.hr](http://www.culturenet.hr)

---

152

26 words / < 1% match - Internet from 10-Sep-2014 12:00AM  
[www.infoteh.rs.ba](http://www.infoteh.rs.ba)

---

153

26 words / < 1% match - Internet from 19-May-2015 12:00AM  
[apeironsrbija.edu.rs](http://apeironsrbija.edu.rs)

---

154

24 words / < 1% match - Internet from 25-Aug-2015 12:00AM  
[fvm.academia.edu](http://fvm.academia.edu)

---

155

24 words / < 1% match - Internet from 24-Jun-2015 12:00AM  
[www.citaliste.com](http://www.citaliste.com)

---

156

23 words / < 1% match - Internet from 28-Jul-2016 12:00AM  
[de.scribd.com](http://de.scribd.com)

---

157

23 words / < 1% match - Internet from 15-Aug-2016 12:00AM  
[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

---

158

23 words / < 1% match - Internet from 14-Jan-2016 12:00AM  
[kodex.me](http://kodex.me)

---

159

23 words / < 1% match - Internet from 05-Nov-2017 12:00AM  
[management-stari.fon.bg.ac.rs](http://management-stari.fon.bg.ac.rs)

---

160

22 words / < 1% match - Internet from 30-Sep-2018 12:00AM  
[clio.rs](http://clio.rs)

---

161

22 words / < 1% match - Internet from 19-Oct-2017 12:00AM  
[naucni-skup.fpps.edu.rs](http://naucni-skup.fpps.edu.rs)

---

- 
- 162 22 words / < 1% match - Internet from 09-Nov-2015 12:00AM  
[www.itu.int](http://www.itu.int)
- 
- 163 22 words / < 1% match - Internet from 05-Apr-2014 12:00AM  
[www.domomladine.org](http://www.domomladine.org)
- 
- 164 21 words / < 1% match - Internet from 05-Oct-2012 12:00AM  
[www.seminarskirad.biz](http://www.seminarskirad.biz)
- 
- 165 21 words / < 1% match - Internet from 28-Jul-2016 12:00AM  
[vi.scribd.com](http://vi.scribd.com)
- 
- 166 21 words / < 1% match - Internet from 18-Sep-2013 12:00AM  
[www.udruga-hrvatskih-diplomata.hr](http://www.udruga-hrvatskih-diplomata.hr)
- 
- 167 21 words / < 1% match - Internet from 04-Sep-2016 12:00AM  
[pt.scribd.com](http://pt.scribd.com)
- 
- 168 21 words / < 1% match - Publications  
0350-3593, 2006
- 
- 169 20 words / < 1% match - Internet from 21-Mar-2015 12:00AM  
[www.infoteh.rs.ba](http://www.infoteh.rs.ba)
- 
- 170 20 words / < 1% match - Crossref  
[Nataša Đorđević, Ernad Kahrović, Dejan Mirčić, Mirjana Beara. "Biotechnology innovations in entrepreneurship as a basis for launching new business ventures", Naucne publikacije Drzavnog univerziteta u Novom Pazaru. Serija B, Drustvene & humanisticke nauke, 2018](#)
- 
- 171 20 words / < 1% match - Crossref  
[Mihaela Stanivuk. "Intelektualni Kapital u Digitalnoj Ekonomiji / Intellectual Capital in Digital Economy", ECONOMICS, 2015](#)
- 
- 172 19 words / < 1% match - Internet from 23-Oct-2018 12:00AM  
[korporativnoupravljanje.com](http://korporativnoupravljanje.com)
- 
- 173 19 words / < 1% match - Internet from 19-Jul-2014 12:00AM  
[www.fineco.am](http://www.fineco.am)
- 
- 174 18 words / < 1% match - Internet from 09-Nov-2008 12:00AM  
[www.bos.org.yu](http://www.bos.org.yu)
- 
- 175 17 words / < 1% match - Internet from 31-Aug-2016 12:00AM  
[documents.tips](http://documents.tips)
-

176

17 words / < 1% match - Internet from 24-Aug-2016 12:00AM  
[issuu.com](http://issuu.com)

---

177

17 words / < 1% match - Internet from 13-Mar-2016 12:00AM  
[hrcak.srce.hr](http://hrcak.srce.hr)

---

178

17 words / < 1% match - Crossref  
[Anči Leburić, Maja Sladić. "Metode istraživanja interneta kao novog medija", Acta Iadertina, 2004](#)

---

179

16 words / < 1% match - Internet  
[www.bos.org.yu](http://www.bos.org.yu)

---

180

16 words / < 1% match - Internet from 13-Jan-2013 12:00AM  
[www.gov.me](http://www.gov.me)

---

181

16 words / < 1% match - Internet from 23-Jul-2017 12:00AM  
[ecesm.net](http://ecesm.net)

---

182

16 words / < 1% match - Internet from 04-Dec-2018 12:00AM  
[repozitorij.vus.hr](http://repozitorij.vus.hr)

---

183

15 words / < 1% match - Internet from 29-Jan-2015 12:00AM  
[www.singjipedia.com](http://www.singjipedia.com)

---

184

15 words / < 1% match - Internet from 21-Mar-2014 12:00AM  
[cbcg.me](http://cbcg.me)

---

185

15 words / < 1% match - Internet from 09-Jun-2016 12:00AM  
[www.fpz.unizg.hr](http://www.fpz.unizg.hr)

---

186

15 words / < 1% match - Internet from 16-Apr-2014 12:00AM  
[www.inspiration-westernbalkans.eu](http://www.inspiration-westernbalkans.eu)

---

187

15 words / < 1% match - Internet from 11-Jun-2008 12:00AM  
[www.pretraga.co.yu](http://www.pretraga.co.yu)

---

188

15 words / < 1% match - Internet from 25-Nov-2017 12:00AM  
[kar.kent.ac.uk](http://kar.kent.ac.uk)

---

189

14 words / < 1% match - Internet from 04-Nov-2017 12:00AM  
[nardus.mpn.gov.rs](http://nardus.mpn.gov.rs)

---

190

14 words / < 1% match - Internet from 20-Jul-2016 12:00AM  
[docslide.net](http://docslide.net)

---



- 
- 191 14 words / < 1% match - Internet from 24-May-2016 12:00AM  
[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)
- 
- 192 14 words / < 1% match - Internet from 23-Oct-2011 12:00AM  
[ispac.cnpds.org](http://ispac.cnpds.org)
- 
- 193 14 words / < 1% match - Internet from 07-Sep-2018 12:00AM  
[eteze.arts.bg.ac.rs](http://eteze.arts.bg.ac.rs)
- 
- 194 14 words / < 1% match - Internet from 10-Dec-2013 12:00AM  
[www.newsarea.com.ba](http://www.newsarea.com.ba)
- 
- 195 13 words / < 1% match - Internet from 29-Nov-2014 12:00AM  
[www.maturski.org](http://www.maturski.org)
- 
- 196 13 words / < 1% match - Internet from 28-Jul-2016 12:00AM  
[ja.scribd.com](http://ja.scribd.com)
- 
- 197 13 words / < 1% match - Internet from 23-Oct-2009 12:00AM  
[fmi.unibuc.ro](http://fmi.unibuc.ro)
- 
- 198 13 words / < 1% match - Crossref  
[Lazovic, Vujica, and Tamara Durickovic. "The digital economy in developing countries-challenges and opportunities", 2014 37th International Convention on Information and Communication Technology Electronics and Microelectronics \(MIPRO\), 2014.](#)
- 
- 199 12 words / < 1% match - Internet from 23-Jul-2017 12:00AM  
[ecesm.net](http://ecesm.net)
- 
- 200 12 words / < 1% match - Internet from 20-Oct-2010 12:00AM  
[dn.sf.bg.ac.rs](http://dn.sf.bg.ac.rs)
- 
- 201 12 words / < 1% match - Internet from 30-Jun-2015 12:00AM  
[www.ftn.uns.ac.rs](http://www.ftn.uns.ac.rs)
- 
- 202 12 words / < 1% match - Internet from 03-Nov-2017 12:00AM  
[fedorabg.bg.ac.rs](http://fedorabg.bg.ac.rs)
- 
- 203 12 words / < 1% match - Internet from 16-Jul-2012 12:00AM  
[www.kik-info.com](http://www.kik-info.com)
- 
- 204 12 words / < 1% match - Internet from 04-Nov-2017 12:00AM  
[nardus.mpn.gov.rs](http://nardus.mpn.gov.rs)
- 
- 205 12 words / < 1% match - Internet from 16-Oct-2018 12:00AM  
[www.hr-conference.org](http://www.hr-conference.org)

206

12 words / &lt; 1% match - Crossref

[Nedeljkovic, Slobodan, and Bozidar Forca. "European security strategy and cyber threats: Importance for Serbia", \*Vojno delo\*, 2015.](#)

207

12 words / &lt; 1% match - Crossref

[Peter G. Goheen. "The changing bias of inter-urban communications in nineteenth-century Canada", \*Journal of Historical Geography\*, 1990](#)

208

11 words / &lt; 1% match - Internet from 24-Feb-2014 12:00AM

[www.akroasis.org](http://www.akroasis.org)

209

11 words / &lt; 1% match - Internet from 23-Sep-2018 12:00AM

[bib.irb.hr](http://bib.irb.hr)

210

11 words / &lt; 1% match - Internet from 27-May-2015 12:00AM

[www.doiserbia.nb.rs](http://www.doiserbia.nb.rs)

211

11 words / &lt; 1% match - Internet from 28-Jul-2016 12:00AM

[readgur.com](http://readgur.com)

212

11 words / &lt; 1% match - Internet from 22-Dec-2017 12:00AM

[portal.sinteza.singidunum.ac.rs](http://portal.sinteza.singidunum.ac.rs)

213

11 words / &lt; 1% match - Internet from 15-Mar-2010 12:00AM

[www.cb-mn.org](http://www.cb-mn.org)

214

11 words / &lt; 1% match - Internet from 03-Jan-2015 12:00AM

[peric.pro](http://peric.pro)

215

11 words / &lt; 1% match - Internet from 27-May-2015 12:00AM

[www.singipedia.com](http://www.singipedia.com)

216

11 words / &lt; 1% match - Internet from 12-Sep-2013 12:00AM

[pl02.donau-uni.ac.at](http://pl02.donau-uni.ac.at)

217

11 words / &lt; 1% match - Internet from 20-Jul-2018 12:00AM

[www.nsd.pku.edu.cn](http://www.nsd.pku.edu.cn)

218

10 words / &lt; 1% match - Internet from 03-Jun-2015 12:00AM

[www.ekfak.kg.ac.rs](http://www.ekfak.kg.ac.rs)

219

10 words / &lt; 1% match - Internet from 18-Mar-2012 12:00AM

[seminarski.in.rs](http://seminarski.in.rs)

220

10 words / < 1% match - Internet from 01-Aug-2014 12:00AM  
[www.un.org](http://www.un.org)

---

221

10 words / < 1% match - Internet from 30-Oct-2016 12:00AM  
[docslide.us](http://docslide.us)

---

222

10 words / < 1% match - Internet from 04-Sep-2018 12:00AM  
[ecesm.net](http://ecesm.net)

---

223

10 words / < 1% match - Internet from 30-Oct-2014 12:00AM  
[www.potpredsjednikregraz.gov.me](http://www.potpredsjednikregraz.gov.me)

---

224

10 words / < 1% match - Internet from 01-Feb-2013 12:00AM  
[www.onaportal.com](http://www.onaportal.com)

---

225

10 words / < 1% match - Internet from 17-Jan-2014 12:00AM  
[www.gov.me](http://www.gov.me)

---

226

10 words / < 1% match - Internet from 10-Dec-2017 12:00AM  
[mediatum.ub.tum.de](http://mediatum.ub.tum.de)

---

227

10 words / < 1% match - Crossref  
[Dragan Bulatović, Bojana Jokić. "The importance and role of hiking for tourist valorization of nature and cultural heritage of Montenegro", Turisticko poslovanje, 2018](#)

---