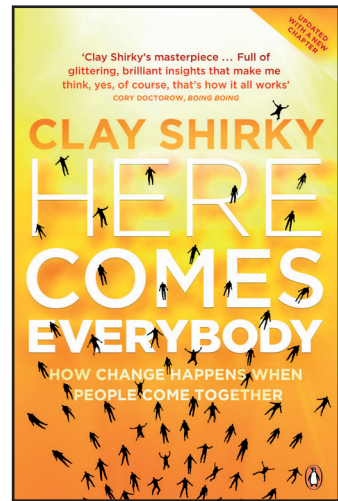


Kakve se promene događaju kada se ljudi udruže

Clay Shirky, *Here Comes Everybody: How Change Happens When People Come Together*¹, Penguin Books, New York, 2009.

Una Ratković²

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka



Uprkos tome što savremeni uslovi života pružaju mnoštvo različitih oblika komuniciranja, ti isti, moderni uslovi diktiraju *modus vivendi*, te su građani mahom uskraćeni da ostvare kontakt sa velikim brojem sugrađana. U takvim prilikama, društveni mediji imaju izuzetno značajnu ulogu, ulogu posrednika, obezbeđujući veze sa društvenim grupama odnosno, indirektno veze sa drugim ljudima stvarajući im osećaj povezanosti i solidarnosti.

Klej Širki (Clay Shirky), predavač na Njujorškom univerzitetu na Katedri za novinarstvo i autor radova na temu efekata interneta na društvo, u knjizi *Evo stižu svi: Kakve se promene događaju kada se ljudi udruže* upravo govori o tome kako društveni mediji omogućavaju organizaciju i komunikaciju unutar grupa i koje su posledice takvog načina udruživanja. Ilustrujući kroz realne događaje doprinos napretka tehnologije i razvoj društvenih medija kao što su Tviter, Flickr ili Vikipedija, Širki na 344 stanice pokušava da ponudi odgovore na pitanja: Na koji način društveni mediji menjaju društvo? Kako utiču na stvaranje novih oblika zajednice? Kako se mogu koristiti za širenje ideja?

Potrebno je mnogo ljudi da bi se pronašao telefon, Deljenje kao okosnica zajednice, Svaki je čovek informativni medij, Objavi, pa onda filtriraj, Susret lične

¹ Evo stižu svi: Kakve se promene dogode kada se ljudi udruže

² Kontakt sa autorkom: una.zabunov@gmail.com.

motivacije i kolaborativnog stvaralaštva, Kolektivna akcija i institucionalni izazovi, Sve brže i brže, Rešavanje društvenih dilema, Prilagođavanje naših sredstava svetu koji je mali, Besplatni neuspeh i Obećanje, sredstvo, pogodba naslovi su jedanaest poglavlja koja zajedno sa *Epilogom* čine strukturu knjige.

U prvom poglavlju *Potrebno je mnogo ljudi da bi se pronašao telefon* Širki nam kroz situacije iz prakse ilustruje kako su društveni mediji omogućili udruživanje ljudi na nov, pojednostavljen način. Kako piše: "Formiranje grupa danas je postalo neuporedivo lakše. Ekonomski rečeno, poslednjih godina su smanjeni troškovi formiranja nove grupe ili pridruživanja postojećoj grupi, i to smanjenje nikako nije beznačajno, naprotiv" (Shirky, 2009: 18).

Iako je knjiga objavljena 2009. godine i obiluje relativno zastarelim primerima iz sveta društvenih medija, koji je sklon burnim promenama, oni su ipak veoma relevantni i primenljivi na kasnije nastale platforme nastale poput Instagrama, Pinteresta, Snepčeta, Tviča, Vajna, Tindera i drugih.

Prema Širkiju, svi ti društveni mediji omogućavaju razmenu, saradnju i kolektivnu akciju što za krajnji rezultat ima društvenu vidljivost. U drugom poglavlju *Deljenje kao okosnica zajednice* autor nam približava svoje viđenje kako zahvaljujući popularizaciji i prihvatanju novih digitalnih platformi grupe mogu preduzeti kolektivne akcije izvan tradicionalnih institucija, a kako poruke mogu postati globalne. Teorija koju Klej Širki iznosi zasnovana je na ideji da je vaninstitucionalna organizacija moguća na internetu. Time na direktan način kritikuje tradicionalni institucionalizam, čiji je naglasak na formalnim pravilima i organizacijama. Veb 2.0. omogućava alternativno rešenje za organizaciju grupnog rada mimo institucija, koje značajno smanjuje troškove komunikacije među grupama i nudi veću fleksibilnost. Reč je o modelu kooperativne infrastrukture.

Širki čvrsto zastupa tezu da internet ima snagu da promeni svet nabolje omogućavajući nove oblike zajednica. Po klasifikaciji, koju je u radu *Ogledanje interneta: komunikacija, inovacije i upravljanje* (Imaging the Internet: Communication, Innovation and Governance) predstavila Robin Mansel, profesorka novih medija i interneta na Odeljenju za medije i komunikacije u okviru Londonske škole ekonomije i političkih nauka, Širki se može svrstati u grupu autora koji se smatraju pobornicima interneta. Profesorka Mansel prepoznaje i skeptike, autore koji osporavaju veliki značaj interneta i tvrde da nema dokaza da nam se zahvaljujući njemu uvećava spoznaja i kreativnost. Širkijevi kontraargumenti

su da društveni mediji daju slobodu ljudima i smanjuju troškove transakcije, što za posledicu ima bezbroj kreativnih mogućnosti i stvaranje želje kod ljudi da daju svoj doprinos.

Iako ukazuje na neslućene prostore delovanja zahvaljujući razvoju novih platformi, Širki nas u trećem poglavlju *Svaki je čovek informativni medij* upozna sa problemom sa kojim se suočavaju tradicionalne medijske institucije. Društveni mediji su omogućili svakome ko ima internet konekciju da samostalno objavljuje informacije o nekom događaju, pojavi ili nečijem ponašanju, što je dovelo do stvaranja fenomena masovne amaterizacije: “Internet je stvorio jedan sasvim nov ekosistem. Budućnost koju nudi internet svodi se na masovnu amaterizaciju izdavaštva, a pitanje: Zašto bismo objavili? Zamenjeno Zašto ne bismo ovo objavili?” (Shirky, 2009: 60).

Jedan od primera masovne amaterizacije je samostalno vođenje i uređivanje blogova odnosno takozvano blogovanje, koje je, između ostalog, deprofesionalizovalo izdavaštvo. Veliki broj blogova pokrenut je zahvaljujući besplatnoj platformi Vordpres, a ona nudi mogućnost da kroz nekoliko klikova praktično pokrenemo sopstveni medijski prostor. Nameće se pitanje da li je blog koji pokrenemo naš lični dnevnik ili sredstvo informisanja? “Ne može se uočiti jasna tačka na kojoj blog (ili bilo koji “sadržaj čiji su autori korisnici”) prestaje da funkcioniše kao dnevnik namenjen uskom krugu prijatelja i počinje da funkcioniše kao pravo sredstvo informisanja” (Shirky, 2009: 88).

Dobar deo sadržaja čiji autori nisu profesionalci uopšte nije od značaja za široki auditorijum. Nije retka pojava da na istoj platformi vidimo, na primer, kulinarski recept, fotografije sa letovanja i izveštaj sa protesta. Ukazavši na pojavu amaterizacije u novinarstvu, Širki u četvrtom poglavlju *Objavi, pa onda filtriraj* objašnjava da je to dovelo do novog problema – filtriranja sadržaja. Tradicionalni mediji vrše filtriranje sadržaja pre samog objavljivanja, dok je u slučaju novih medija to suprotno, prvo se objavljuje pa se filtrira.

Klej Širki razlikuje tri nivoa grupnog delovanja: deljenje, kolaboracija i kolektivna akcija. On smatra da je deljenje najlakši oblik delovanja unutar grupe, tako što se kreira zajednički dostupan resurs poput grupe fotografija na platformi Fliker. U petom poglavlju *Susret lične motivacije i kolaborativnog stvaralaštva* na primeru nastanka i razvoja Vikipedije, kolaborativne enciklopedije, objašnjava kako distribuirana saradnja ima ulogu u stvaranju grupnog

identiteta i jačanju zajedništva. Tajna održivosti koncepta spontane podele rada leži u drugačijem doživljavanju autoriteta.

U šestom poglavlju *Kolektivna akcija i institucionalni izazovi* je elaborirano kako se kolektivno delovanje može teško proizvesti, zato što je, pre svega, neophodno da grupa poseduje dovoljno jaku zajedničku viziju, kako bi prevazišla određene neizbežne odluke. To će neminovno izazvati nezadovoljstvo kod pojedinih članova grupe. Autor pravi jasan otklon od tehnološkog determinizma navodeći da društveni mediji ne stvaraju kolektivnu akciju, već samo otklanjaju prepreke da bi se ona dogodila.

U okviru sedmog poglavlja *Sve brže i brže* centralna tema je fleš mob (engl. *flash mob*) kao sredstvo za izražavanje političkih protesta odnosno sredstvo za kolektivnu akciju. Razlika između individualne i kolektivne akcije se ogleda u tome, kako objašnjava Širki, što je kolektivnu akciju teže pokrenuti i što ju je, kada je konačno pokrenuta, teže zaustaviti. Brzina grupnog delovanja se povećava kada sve veći broj ljudi prihvata nove platforme, a priroda tih platformi je da omogućavaju sve bržu komunikaciju.

Pitanje koje Širki postavlja u okviru osmog poglavlja *Rešavanje društvenih dilema* odnosi se na zatvoreničku dilemu i donošenje odluka. On smatra da se svi suočavamo sa zatvoreničkom dilemom kada stupamo u interakciju sa ljudima, ali da na kraju ipak uspevamo da prevaziđemo nepoverenje i da uspešno delujemo u grupi.

U devetom poglavlju *Prilagođavanje naših sredstava svetu koji je mali* predstavljena je razlika između mreža malog sveta i mreža velikog sveta. Karakteristike mreža malog sveta se ogledaju u tome što omogućavaju porukama da efikasno cirkulišu, jako su povezane i ljudi se u njima ne povezuju nasumično, već u klasterima. Primer za takvu vrstu povezivanja Širki navodi portale Mitap i Majspejs. On objašnjava da mreže malog sveta, za razliku od mreža velikog sveta, umanjuju zatvoreničku dilemu i ljudi u okviru njih često ostvaruju interakciju.

U desetom poglavlju *Besplatni neuspeh* Širki raspravlja o tome kako je neuspeh bitan element društvenog ponašanja. Međutim, neuspeh predstavlja luksuz u tradicionalnom poslovnom svetu i nizak je prag tolerancije na svaki negativan ishod. Upotreba društvenih medija dovodi do smanjenja troškova neuspeha, a to samim tim stvara priliku za veće preuzimanje rizika.

Trojstvo koje se nalazi u naslovu jedanaestog poglavlja *Obećanje, sredstvo, pogodba* prema Širkiju predstavlja preduslove za uspeh društva. On tvrdi da mnoge kolaborativne aktivnosti propadaju zato što je izostao jedan od ova tri elementa.

U *Epilogu* autor rezimira kako mobilni telefoni, koji su prevashodno osmišljeni za uspostavljanje poziva, preuzimaju funkcije za digitalnu razmenu poruka, slanje poruka grupama i omogućavaju stalnu vezu sa internetom. Šta se može dogoditi društvu u kojem je moguće lako formiranje grupa? Može se dogoditi da će se formirati veliki broj grupa, mnogo veći nego što je to ranije bila praksa.

Glavna ideja knjige *Evo stižu svi: Kakve se promene događaju kada se ljudi udruže* jeste da nov i jednostavan način povezivanja ljudi putem društvenih medija donosi izuzetne i neočekivane rezultate. Umreženi svet omogućava ljudima da formiraju grupe bez institucija, bez nametnutog lidera i da funkcionišu sinhrono. Unutar takvih neinstitucionalnih grupa se može uočiti zakon distribucije moći, što pokazuje da je liderstvo prirodni element grupa.

Ono što je autor izostavio u svom razmatranju jeste pitanje digitalnog jaza. To je uočljivo već u samom naslovu knjige u kojem hrabro koristi izraz „svi“. Jaz između onih koji su onlajn i onih koji to nisu drastično se smanjio u odnosu na period kada je ova knjiga nastala, ali još uvek postoje geografske razlike pošto je pristup tehnologiji bolji u razvijenijim ekonomijama. Ne treba zanemariti ni sociološke razlike u korišćenju interneta. Više se ne govori o jazu samo kada je reč o pristupu internet konekciji, već i o pristupu sadržaju kao i veštini zaštite digitalnog identiteta.

U knjizi su argumenti u tesnoj vezi sa pojedinačnim primerima iz stvarnog sveta, što bi nas moglo navesti na razmišljanje da nema dovoljno dokaza koji ukazuju na postojanje određenog obrasca. Međutim, analizom datih primera, koji su iz inostrane prakse, može se doći do zaključka da gotovo svaki slučaj ima svoj pandan i u Srbiji. Priča o ukradenom telefonu i uključivanju zajednice da se ga vrati je slična onoj koja se dogodila 2012. godine u Beogradu, kada je lopov vratio auto nakon angažovanja onlajn zajednice u aktivnom prepoznavanju osobe koja je otuđila vozilo. Baš kao što je Fliker 2005. godine imao neke od prvih fotografija bombaškog napada u londoskom javnom prevozu, tako je 2014. godine u prvoj nedelji poplava koje su zadesile Srbiju objavljeno na stotine tvitova sa lica mesta uz heštag #poplave. Slučaj kada je reakcija na govor američkog

senatora prvo dospela na blogove, pa tek onda u klasične medije sličan je slučaju kada su 2008. godine borski blogeri reagovali na odluku lokalne vlasti o organizaciji koncerta za građane o trošku Opštine. Ova reakcija je takođe dospela u klasične medije i rezultirala je otkazivanjem koncerta.

Služeći se primerima i analogijom, Klej Širki je ponudio dobar pregled kako novi mediji utiču na grupno organizovanje, što knjigu *Evo stižu svi: Kakve se promene događaju kada se ljudi udruže* svrstava u značajnu literaturu za razumevanje efekata interneta na društvo.