

Doba nadzornog kapitalizma

Šošana Zubof, *Doba nadzornog kapitalizma*,
CLIO, Beograd, 2020.

Nikola Perišić¹

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka



Knjiga „Doba nadzornog kapitalizma” u izdanju izdavačke kuće „Clio” autorke Šošane Zubof može se smatrati pionirskom kada je u pitanju definisanje koncepta, pravaca i ciljeva nadzornog kapitalizma. Ovo je jedna od prvih knjiga koja se, sa teorijskog aspekta, bavi problemima i posledicama do kojih može dovesti nadzorni kapitalizam. Knjiga je podeljena u tri dela, na šta treba dodati uvodne i zaključne napomene. Svaki od tri dela ima pet ili šest poglavlja.

U uvodnom delu autorka otvara pitanje o tome da li ćemo svi raditi za pametnu mašinu ili će njome upravljati pametni ljudi. Istovremeno iznosi podatak da trenutno sistem informacionih i komunikacionih tehnologija koristi 3 milijarde ljudi, od ukupno 7, koliko ih trenutno živi na Zemlji. Autorka u tom delu daje i definiciju nadzornog kapitalizma koji definiše kao „jednostrano pravo na ljudsko iskustvo na besplatnu sirovinu koja se prevodi u podatke o ponašanju”. Drugim rečima, „nadzorni kapitalisti znaju sve o nama, stiču ogromna znanja o nama, ali ono nije namenjeno nama već ostvarivanju ekonomskih ciljeva”. Zubof prepoznaje da danas nadzorni kapitalizam stvara novu vrstu moći koja se naziva *instrumentarizam*, čija je glavna karakteristika da „oblikuje ljudsko ponašanje za potrebe drugih”. Dodaje da nadzorni kapitalizam isključivo nastoji da postigne „tuđe komercijalne ciljeve” i da je u svom osnovu „parazitski”. Za pionira u nadzornom kapitalizmu Zubof vidi Gugl (Google), koji je 2009. objavio da beskonačno čuva istoriju pretraga, dok su ga kasnije usavršili Fejsbuk

¹ Kontakt sa autorom: nikola.perisic.fpn@gmail.com

(Facebook), Majkrosoft (Microsoft) i Amazon (Amazon). Kasnije su počele da ga primenjuju i ostale veće kompanije koje posluju posredstvom interneta.

Prvi deo je posvećen nastanku nadzornog kapitalizma. Kao važan datum za informaciono doba uzima 9. avgust 2011. godine. Tog dana je Epl izašao sa rešenjem ekonomskih i društvenih problema, a kao najvažniji događaj ističe se zahtev građana da Gugl poštuje „pravo na zaborav”. Kasnije, 2014. godine Evropski sud pravde je doneo odluku po kojoj naložio Gugl da obriše podatke o neplaćanju poreza građanina Španije Gonzalesa. Svoje korene nadzorni kapitalizam ima još u XX veku, ekonomskim razvojem, industrijalizacijom, masovnom proizvodnjom i slobodnim neoliberalnim tržištem. Zbog toga su nastale različite društvene nejednakosti (istraživanje u Velikoj Britaniji iz 2013. pokazalo je da na ivici siromaštva živi trećina stanovništva i da nemaju pristup obrazovanju i zaposlenju, dok je u SAD 2014. godine skoro polovina stanovništva živela u uslovima funkcionalnog siromaštva).

Pretečom nadzornog kapitalizma može se smatrati nastanak Guglovog mejla (Gmail) 2004. kada je primećeno da se privatne prepiske čitaju u svrhu oglašavanja. Isto važi i za Fejsbukov Bikon (Beacon), što je trebalo oglašivačima da omogući praćenje korisnika svuda po internetu. Taj program je ugašen 2010. Posebno treba primetiti da je Mark Zakerberg (osnivač Fejsbuka) prokomentarisao, prilikom zatvaranja ovog programa, da „privatnost više nije društvena norma”. Kasnije su nastali nešto latentniji elementi nadzornog kapitalizma, npr. *klik-zamke*. Mnogi prihvataju takve uslove korišćenja onlajn, ne čitajući šta tu piše. Da stvar bude gora po korisnike, sudovi su u sporovima koji su se odnosili na ovu vrstu ugovora najčešće odluke donosili u korist kompanija, što je dovelo do njihove sve veće upotrebe. Zanimljivo je da su istrživanja pokazala da je korisniku u proseku potrebno 76 dana da bi pročitao sve politike privatnosti na koje naiđe. Sa razvojem društvenih mreža i nastankom novih, svaki lajk, klik ili pregled su počeli da se raščlanjuju u mogućnost za zaradu. Sve to je za posledicu imalo stvaranje nadzornog kapitalizma.

Od nadzornog kapitalizma bilo je mnogo očekivanja, jer je obećao „neograničeno obilje podataka i olakšavanje mukotrpane svakodnevice”. Ipak, odluke Evropskog suda pravde koji je Guglu naložio da poštuje „pravo na zaborav”, kao i usvajanje Zakona o brisanju podataka na internetu u Kaliforniji 2015. daju nadu da će se nadzorni kapitalizam i razmena ličnih podataka koje korisnici ostavljaju u onlajn sferi ograničiti na neki način. Međutim, ostaje nejasno da

li se Gugl pridržava ovih odredbi, jer se zaposleni ugovorom obavezuju da ne smeju ništa da otkriju o kompaniji.

U drugom poglavlju prvog dela autorka daje kratak pregled nastanka i razvoja kompanije Gugl i objašnjava kako funkcionišu algoritmi za pretrage korisnika. Autorka Zubof zaključuje da se Gugl ne može posmatrati kao tipična kapitalistička kompanija kojoj je profit u prvom planu, jer nema ekonomske razmene sa korisnicima i oni su „cilj za sebe”. Dva ključna događaja u razvoju Gugla bila su kada je odlučeno da oglasi budu namenjeni određenim ciljnim grupama, dok je drugi događaj nastao spontano – kada je utvrđeno da rast pretraga nastaje po završetku epizode kviza *Želite li da postanete milioner*. Skokovi su se poklapali sa vremenskim zonama država u kojima se kviz emitovao. Kasnije, pod pritiskom konkurencije, Gugl je razvio reklamiranje na osnovu ključnih reči, a najbolju poziciju dobija oglašivač koji plati najviše. To je doprinelo ekonomskom rastu Gugla. Poslednja faza razvijanja reklamiranja na Guglu bilo je „čitanje misli korisnika”, odnosno, slanje oglasa korisnicima na osnovu njihovih pretraga.

Autorka dobro primećuje da je Gugl prošao put od društveno odgovornog do nadzornog ponašanja prema korisnicima. Taj deo zaključuje izrazom *bihevi-oralni višak*, koji označava pretvaranje investicija u dobit. Upravo to ona smatra ključnim za uspeh Gugla, ali ne samo Gugla, već i kapitalizma. Taj bihevi-oralni višak stvar nadzorni prihod, koji se prevodi u nadzorni kapitalizam.

„Nadzorni kapitalizam je izumela određena grupa ljudi u konkretnom trenutku i prostoru” (str. 100). Jedan od prvih mehanizama nadzora u onlajn sferi jesu tzv. *kolačići*, softverski mehanizam sa kodovima za razmenu podataka između servera i korisnika. Klintonova administracija je 2000. zabranila *kolačiće* na svim veb-sajtovima savezne vlade, a čak tri zakona o kojima je Kongres raspravljao tokom 2001. sadržala su odredbe o regulisanju *kolačića*. Autorka zapaža da sa „razvojem nadzornog kapitalizma nije ugrožena privatnost, nego se ona prerasporedila jer nadzorni kapitalizam odlučuje o privatnosti umesto pojedinca. Industrijski kapitalizam je prirodne resurse pretvorio u robu, a nadzorni polaže pravo na ljudski prirodu kao novi robni izum” (str. 109). Ugledajući se na Gugl, sve više kompanija nastoji da zarade na nadzoru i postepeno privlače konkurente i iz drugih sektora. Nadzorni kapitalizam profit stiže zahvaljujući tržištima budućeg ponašanja, pa otuda i onaj izraz „bihevi-oralni višak”.

U trećem poglavlju autorka nastavlja da opsuje način rada Gugla i poluge koje im omogućavaju da neprestano uvećavaju profit. Takođe, ukazuje i na dva bitna elementa koja su omogućila nadzornom kapitalizmu da se razvija i da mu se nekritički pristupa. Prvo je insistiranje na slobodama, a drugo specifični kulturni, politički i istorijski uslovi koje potencira neoliberalizam. Iznosi tezu da je nepostojanje jasnih zakonskih rešenja ubrzalo razvoj nadzornog kapitalizma, uviđajući i nemogućnost država da isprate i predvide u kom smeru će se razvijati moderni informacioni kanali. U daljim razlozima zašto je Gugl uspeo Zubof navodi pozivanje na Prvi amandman, odnosno, pravo na slobodu izražavanja. To sve vodi ka *sajberlibertarijanskoj ideologiji* koju Paskval opisuje kao „fundamentalizam slobode govora”. Stručnjak za oblast nadzora Dejvid Lajon ističe da se posle napada 11. septembra nadzor pojačao i da su neka stara ograničenja uklonjena. Od tada se više vodi računa o „bezbednosti nego o privatnosti”. Tačnije, taj događaj je preokrenuo odnos prema temi privatnosti, borba protiv terorizma opravdala je nebezbednost onlajn. Nekoliko godina kasnije (2007) američka Agencija za nacionalnu bezbednost pustila je svoj pretraživač koji je po svojoj postavci ličio na Gugl. Na taj način je „nadzorni kapitalizam dobio štiti”. Uspeli su da ga predstave kao nešto poželjno. Korak dalje u razvoju nadzornog kapitalizma usledio je kada je iskorišćen za izborne svrhe. Obamin izborni štab je tokom kampanje 2008. prikupio podatke o više od 250 miliona Amerikanaca, a slično je urađeno i za izbore 2012. godine.

Pojava *pametnih telefona* imala je za posledicu da je Gugl morao da se prilagodi tome. Gugl je proizvođačima tih telefona besplatno ustupio licencu kako bi zadržao poziciju koju je izgradio. Sve je podignuto na viši nivo aplikacijom *Gugl plej (Google Play)*, jer proizvođači koji su želeli da ga imaju morali su da imaju i druge Guglove servise. Autorka dalje, u četvrtom poglavlju, daje primer kompanije Diskonekt (Disconnect) koju su osnovala dvojica bivših inženjera Gugla. Međutim, njihov softver je izbačen iz mobilnih aplikacija, što je izazvalo tužbu protiv Gugla u Evropskoj uniji.

Analiza iz 2015. pokazala je da je Guglov „sistem za praćenje” prisutan unutar 92% analiziranih veb-sajtova. Istraživanje iz 2017. pokazalo je da su Guglove aplikacije, koje sadrže kodove za praćenje, preuzimane više od milijardu puta. Zubof smatra da je najbolji primer za sve opisano Guglova aplikacija Strit vju (Street View). Tokom 2012. zbog ove aplikacije je Gugl bio pod istragom u više od 20 država širom sveta, a u 12 su donete presude protiv Gugla. Formiran je

i Biznis vju (Business View), koji omogućava korisnicima da vide unutrašnjosti hotela, restorana, prodavnica... Autorka dobro primećuje da se „svaki nivo inovacija nadovezuje na drugi i ima isključivo cilj da stvori bihevioralni višak”.

Dakle, sve Guglove inovacije prolaze kroz četiri faze: upad gde se plasira proizvod; navikavanje u kojoj slama „protivnike” ubeđujući da nikakav nadzor i praćenje ne postoji; prilagođavanje koje najčešće karakteriše borba kroz sudske procese gde se oglušuju o zahteve da dostave dokumentaciju ili da poštuju odluku, pa plaćaju kazne i; preusmeravanje u kojoj se vrše kozmetičke korekcije kako bi se zamaglile oči javnosti sa namerom da se poveruje u poštovanje prava na privatnost. Autorka u nastavku ovog poglavlja jedino Fejsbuk vidi kao ozbiljnu konkurenciju Guglu.

U poslednjem poglavlju prvog dela autorka se poziva na Džona Serla i služi se njegovom definicijom „...govor koji nešto predstavlja kao činjenicu i od praznog prostora stvara novu realnost”. Time se Gugl rukovodio kako bi opravdao svoj nadzor nad korisnicima. U nastavku pokušava da odogovori na pitanje iz uvodnog dela: Hoćemo li svi raditi za pametnu mašinu ili će njome upravljati pametni ljudi? Zaključuje da se podela rada transformisala, od nastanka početkom XX veka do podela znanja i da se „većina kompanija opredelila za pametne mašine, a ne za pametne ljude”. Poslovi su se zato polarizovali na visoke ili niske kvalifikacije.

Smatra da nadzorni kapitalizam vlast nad podelom znanja stiće zahvaljujući problemu *dva teksta*. Prvi tekst namenjen je javnosti i mi smo autori i njegovi čitaoci, dok drugi nastaje u onlajn prostoru na osnovu kodifikovanja Gugla, Fejsbuka i drugih mreža... Stoga su informacije sve više digitalizovane, „...1986. samo 1% informacija je bio digitalizovan, a 2013. taj broj je bio 98%”. Može se pretpostaviti da je danas ta brojka skoro 100%. Međutim, postoji tolika količina informacija da je nemoguće da ih shvatimo i zato ih propuštamo kroz Gugl, Fejsbuk, Amazon...

Drugi deo knjige govori o usponu nadzornog kapitalizma i podeljen je u pet poglavlja. U prvom poglavlju drugog dela autorka objašnjava kako bihevioralni višak dovodi do „ekonomije opsega” i „ekonomije delovanja”, čija je osnovna karakteristika raznovrsnost. Zbog toga ekonomija opsega ima dve dimenzije: širenje i dubinu. „Ekonomsko delovanje” definiše kao predvidivo ponašanje koje se zasniva na intervenciji u okviru mesta gde se praktikuje. Sve to za posledicu ima stvaranje „industrije stvarnosti”. Kao eufemizam za „nadzorni kapitalizam”

počinje da se koristi termin „mračni podaci” koji predstavljaju „...moralno, tehničko, komercijalno i zakonsko opravdanje za postojanje moćnih sistema mašinske inteligencije”. Takođe, smatra da će u visokoj tehnologiji „sve biti povezano i podložno prinudi”, jer se smatra da se tehnologija ne sme kočiti zbog napretka društva i tako se prepuštamo tehnološkom racionalizmu. Zahvaljujući tome dolazi do prevlasti nadzornog kapitalizma u društvu.

Autorka i u drugom poglavlju drugog dela nastavlja sa svojim kritičkim stavom prema nadzornom kapitalizmu i smatra da je „...otimanje ljudskog iskustva njegov prvobitni greh”, odnosno „tehnologija pretvara naša iskustva u podatke. Zubof govori o tome kako se nadzorni kapitalizam nalazi u svim uređajima u našoj kući i da više nije prisutan samo kroz velike informacione kompanije. „U osnovi logike nadzornog kapitalizma je mreža *prisila* u kojoj se sasvim prizemne uloge uslovljavaju pristupom bihevioralnog viška” (str. 259). Zaključuje da nadzorni kapitalizam pretvaranje podataka vrši „neovlašćeno, jednostrano, nezajajljivo, trajno i besprizorno”.

Istraživanja iz 2015. pokazuju da gotovo 90% Amerikanaca koristi aplikacije koje traže podatke o lokaciji. Gugl prednjači u tom „praćenju” i tako od korisnika saznaje koje prodavnice posećuju kako bi im kreirali ciljane poruke. Gugl se pravda da su to metapodaci o mnoštvu korisnika i da je nemoguće u toj masi pronaći personalizovane podatke o korisnicima. Kompanije su objavile da sa 97,35% preciznosti mogu da „prepoznaju” lice u stvarnosti. Čini se da je nadzorni kapitalizam dosegao novu gornju granicu kao što su: namere, motivi, emotivna stanja, potrebe, afiniteti, raspoloženja, itd... Isključiv cilj nadzornog kapitalizma je da ponašanja pretvori u sirovine koje se prerađuju za prodaju kako bi se obezbedio profit. Tim tezama autorka počinje treće poglavlje drugog dela. Za najbolje primere te nove faze u koju je prešao nadzorni kapitalizam uzima *Gugl nau* (*Google Now*) i Fejsbukov *Em* (*M*) koji je predstavljen kao deo Mesendžera (*Messenger*). *Gugl nau* sadrži kombinaciju svih Guglovih opcija, dok *Em*, uz pomoć veštačke inteligencije koja je zasnovana na pretragama korisnika sa Fejsbuka, pronalazi informacije za korisnika. Gugl sada nas pretražuje umesto mi njega. I televizori imaju sve veću ulogu u nadzornom kapitalizmu, a najbolji primer za to su Samsungovi televizori koji glasovne komande za promenu kanala šalju trećim stranama i ne preuzimaju odgovornost za prenos tih informacija. Na sličan način funkcioniše i rad Vizio, kompanije koja proizvodi i distribuira „pametne” televizore. Procenjuje se da Vizio dnevno prikupi 100

milijardi podataka iz 11 miliona televizora. Međim, jasno je da su i sami korisnici nepažljivi i da nisu svesni kolike posledice može da izazove deljenje njihovih podataka onlajn.

Sledeća faza u koju ulazi nadzorni kapitalizam jeste prelazak na prikupljanje podataka o emocionalnom životu korisnika. Stvoren je softver Automatska analiza osećanja u nekontrolisanim uslovima (SEWA) koji ispituje lice, glas, gestikulaciju, telo i mozak. Na osnovu toga se procenju starost, etnička pripadnost, raspoloženje i namere korisnika, čak beleži izraze lica dok gledaju video snimke na digitalnim platformama. SEWA svoje korene ima u Sistemu za kodiranje facijalnih izraza (FACS) koji je stvoren još 1978. Fejsbuk je 2014. zvanično prijavio da koristi „detekciju emocija”. Postoje procene da će „detektovanje emocija” postati sastavni deo računara i da će se na taj način „pratiti” korisnici.

Nadzorni kapitalizam se do sada zasnivao na prikupljanju podataka, bez objašnjenja uzroka. Upravo prevazilaženje tog problema mogao bi da bude poslednji korak u razvoju nadzornog kapitalizma, ističe autorka u narednom poglavlju. Zubof ovu fazu nadzornog kapitalizma naziva „novo regresivno doba autonomnog kapitala i heteronomnih pojedinaca” (str. 341). Smatra da će ugroziti demokratske tekovine i autonomije ličnosti. Takođe, govori o tri modela pristupa ekonomiji delanja. Prvi je nazvan „podešavanje”, u koji spadaju subliminalni podsticaji kojima se suptilno usmerava tok ponašanja, zatim i svi aspekti koji menjaju ponašanja ljudi na predvidljiv način. Drugi pristup je „navođenje”, koje omogućava kontrolu i sa udaljenosti, a najbolji primer za to je neugovor. Treći je „uslovljavanje”, koji je povezan sa Skinnerovom teorijom da okruženje nagrađuje ponašanje koje se pokaže kao najuspešnije. Skinner je to nazvao *operantnim uslovljavanjem*. Najbolji primer za ovaj pristup su igrice, konkretno u knjizi se spominje igrice *Pokemoni*. Sve igrice nagrađuju određeno ponašanje, a druge kažnjavaju i na taj način propisuju „poželjno” ponašanje.

Sledeće poglavlje u žihu stavlja paradoks, po kojem se procenjuje da između 73 i 86 procenata ljudi odbacuje reklame kada sazna da su podaci prikupljeni isključivo za tu namenu. Ipak, nadzorni kapitalisti ne obraćaju pažnju na te podatke jer broj korisnika i prihoda neprestano raste. Razloge za ovaj paradoks treba tražiti u novinama koje su Gugl i Fejsbuk uveli: besplatnim uslugama koje pružaju, zavisnosti koja postoji u savremenom svetu od ovih vrsta informacionih kanala, kao i tome što imaju više znanja nego „obični” ljudi, ali i u brzini kojom su ti kanali zauzeli značajno mesto u našim životima i nepostojanju

alternative, odnosno, mogućnosti da se drugim kanalima zadovolje iste potrebe koje pružaju Gugl i Fejsbuk. Autorka zaključuje da regulativa treba da bude temeljnija, jer postojeća nije uspjela da zaustavi nadzorne kapitaliste da zadiru i narušavaju privatnost ljudi.

Treći deo knjige podeljen je na šest poglavlja. U prvom poglavlju trećeg dela definiše *instrumentarizam*. Ta vrsta moći definisana je kao „instrumentalizacija ponašanja za potrebe modifikacije, predviđanja, unovčenja i kontrole”. Jedno od svojstava instrumentalne moći jeste da proizvodi mnoštvo znanja koja koriste nadzorni kapitalisti, istovremeno umanjujući slobodu korisnicima. Druga osobina bi bila da deluje sa udaljenosti. Nadzor koji vrše Gugl, Fejsbuk i ostale kompanije ona naziva *digitalnim totalitarizmom*. Takođe, dat je prikaz rada bihevoralista Skinera i Majera.

Autorka u trinaestom poglavlju nadzorni kapitalizam počinje da naziva *Veliki drugi*. „*Velikog drugog* ne zanima šta mislimo, radimo ili osećamo dok milioni i milijarde ljudi posmatraju i pretvaraju podatke u ogromne bihevoralne viškove” (str. 399). Dalje navodi da su njegovi mehanizmi izmakli našoj svesti i nestaju u pozadini. Skinner je prvi predvideo instrumentalizovanu moć i njenu operacionalizaciju uz pomoć *Velikog drugog*. Problem u razvoju nadzornog kapitalizma počeo je 2013, kada je Edvard Snouden objavio sadejstvo državnih organa i tehnoloških kompanija. Slične mere nadzora se sprovode i u Kini. Kineska vlada razvija sistem „društvenog ocenjivanja”. Cilj tog sistema je da će „svaki kineski građanin imati dosije s podacima iz javnih i privatnih izvora u kom se mogu naći otisci prstiju i druge biometrijske karakteristike”. Treba imati u vidu da je u Kini drugačija kultura i privatnost nema toliki značaj kao u nekim drugim sredinama, tako da su Kinezi navikli na društveni nadzor.

U četvrtom poglavlju (od ukupno 15) trećeg dela autorka ističe kako je mnogo studija pokazalo da računarske inovacije nastaju u interakciji s nadzornim kapitalizmom. Smatra da je Pentland prvi uvideo značaj bihevoralnog viška i shvatio da će mobilni telefoni i drugi uređaji biti temelj za razvoj bihevoralnog viška. Pentland je 2009. predstavio mašine koje bi pratile društvene komunikacije i intervenisale u realnom vremenu, nazvao ih je *Sociometar*. Uređaj je doživeo uspeh i od 2013. koristilo ga je na desetine istrživačkih kuća i kompanija. On tvrdi da ćemo u zamenu za sve što izgubimo dobiti društvene nagrade u vidu efikasnih korporacija i države. Računarstvo postaje osnov za upravljanje zajednicom. Tu se odigrava prelaz sa društva na pojednica. Poglavlje

zaključuje uz konstataciju da kako su sredstva za postindustrijsku proizvodnju stvorila masovno društvo po svom liku, isto to danas čini i nadzorni kapitalizam koji, prema svojim potrebama i aspiracijama stvara društvene odnose.

Naredno poglavlje, počinje tačnom konstatacijom da mladi skoro sve potrebe za logistikom, komunikacijom i informisanjem zadovoljavaju putem digitalnih medija. Istraživanja su pokazala da mladi kada se isključe sa društvenih medija imaju osećaj usamljenosti i dezorijentisanosti. Prosečna osoba telefon proverava oko 30, a *milenijalci* to čine i do 157 puta dnevno. Posledica je da mladi gube slobodu, a sve više se automatizuju. Ipak, treba imati u vidu da su video igre pioniri u razvijanju zavisnosti čiji je cilj beskonačan izvor zarade, iako se Fejsbuk prepoznaje kao prvi u toj oblasti. Fejsbuk je samo u to uložio više novca, naučnog znanja i podataka. Iz Fejsbuka ne kriju da im je želja bila da preokupiraju najveći deo vremena i svesti korisnika, što je 2017. priznao i njihov bivši predsednik Šon Parker.

Autorka smatra da je najveća Fejsbukova inovacija uvođenje opcije *sviđanja* (*like*) 2009. Zuckerberg je predlog za uvođenje ove opcije prihvatio tek kada je svatio da će to stvoriti značajan bihevioralni višak. Na osnovu toga Fejsbuk predlaže sadržaje korisnicima, po sličnom principu funkcioniše i Instagram, koji je isto u vlasništvu Fejsbuka. Tako je „lajk postao Fejsbukov potpis”. Vrto-glavi Fejsbukov uspeh najbolje opisuje podatak da su 2009. imali oko 9,5 miliona korisnika, da bi u narednih deset godina taj broj porastao na dve milijarde.

U poslednjem poglavlju, pozivajući se na Anit Alen, autorka pravi razliku između fizičke (prostorne) i informacione privatnosti. „Fizička privatnost se narušava kada se osujeti pokušaj osobe da se osami ili sakrije, dok se informaciona narušava kada se podaci, činjenice ili razgovori koje osoba želi da zadrži za sebe ili anonimizuje, ipak pribave ili obelodane” (str. 504). Kao putokaz kako države treba da reše ovaj problem u svom zakonodavstvu predstavlja se Opšta odredba o zaštiti podataka o ličnosti (GDPR) Evropske unije koja se primenjuje od maja 2018. godine. Ova Odredba uključuje neke novine kao što su: obaveza obaveštavanja lica u slučaju neovlašćenog pristupa podacima o ličnosti, zabranu obelodanjivanja ličnih podataka, pravo na brisanje podataka, kao i visoke kazne za slučajeve kršenja ovih i sličnih odredbi. Ipak, pojedini stručnjaci smatraju da ove odredbe neće dovesti do krupnih promena. Kao primer za to uzima se zahtev Belgijca Pol-Oliveja Deja koji je od Fejsbuka tražio da mu dostavi podatke koje ima o njemu. Fejsbuk je odgovorio da se ti podaci nalaze u tzv.

„drugom tekstu” u kojem se nalaze analize o kreiranju oglasa za korisnike i to nije dostupno korisnicima. Dakle, kompanije uvek mogu da se pravdaju kako je tražene podatke „tehnički teško omogućiti”. Drugim rečima, Opšta odredba o zaštiti podataka o ličnosti Evropske unije svodi se na to kako će koja evropska država to tumačiti i koliko želi da pomogne svojim građanima u borbi za zaštitu njihove privatnosti u digitalnom svetu.

Na kraju Zubof iznosi zabrinjavajuće predviđanje da neće biti izlaza ako se ne ograniči instrumentarna moć. Ipak, kao najgoru opasnost vidi mogućnost da se naviknemo na takav način života. Jedno od rešenja je možda softversko rešenje koje ne bi pokazivalo broj lajkova, pratilaca, prijatelja, deljenja... Instagram je odnedavno tu mogućnost uveo, što autorka nije mogla da komentariše jer je knjiga objavljena pre uvođenja te novine.

Na osnovu detaljnog uvida u knjigu „Doba nadzornog kapitalizma” može se zaključiti da je autorka Zubof jedan od prvih stručnjaka za društvene medije koja se detaljno bavila temom nadzornog kapitalizma. Ona je taj pojam predstavila njegovim nastankom i razvojem, svojstvima, ciljevima, primerima iz konteksta svog okruženja (SAD), statističkim podacima i pozivanjem na brojne svetske izvore. Takođe, pozabavila se i problemom privatnosti koji proizlazi iz nadzornog kapitalizma koje proizvode savremeni informacioni kanali, kao i kako to utiče na demokratiju. Ipak, treba staviti i zamerku da u pojedinim poglavljima prelazi u filozofska razmatranja, a utisak je da ne uspeva da ponudi konzistentne iskaze u njima.