



Piše: Prof. dr. Svetlana Vukotić

Networking

Globalna revolucija međuljudskih odnosa

Internet nije samo „Lokomotiva razvoja“, kao što je rekao Bil Gejts, već je i više od toga. Prema Lariju Elisonu to je „Novi centar gravitacije“. Internet svakodnevno postaje sve važnije sredstvo komunikacije.

Ubrzani razvoj tehnike i tehnologije, prethodnih nekoliko decenija, doveo je do velikih promena u društvu, od lokalnog do globalnog nivoa. Upravo sa napretkom tehnologije, a posebno sa pojavom interneta, u životima ljudi došlo je do neslučenih mogućnosti razvoja novog mrežnog – ili umreženog oblika društvenog komuniciranja, interakcije i organizovanja pojedinaca u grupe i zajednice. Internet je omogućio povezanost mnogo više ljudi u istom vremenu, a na različitom prostoru nego što je to bio slučaj u industrijskom društvu.

Postoji visok stepen saglasnosti među teoretičarima u društvenim naukama oko uloge i značaja društvenih mreža na svim nivoima, počev od uspeha korporacija na globalnom planu, pa sve do rešavanja svakodnevnih problema s kojima se suočavaju pojedinci. Važnim obeležjima funkcionisanja društvenih mreža smatra se protok informacija i poštovanje društvenih normi, jer kanale za transfer ili protok materijalnih i nematerijalnih resursa predstavljaju odnosi među pojedincima.

Pokrenuta je prava globalna revolucija međuljudskih odnosa. Novim medijima za odnose s javnošću otvorila se neslućena mogućnost fleksibilnog i, za pojedine ciljane grupe, specifičnog oblika komunikacije. Sada je još više potencirana sažeta definicija Džefa Dejlija da „dva monologa ne čine dijalog“. Interaktivni odnosi s javnošću omogućavaju tehnički posredovan dijalog s društvenim referentnim skupinama, a komunikacijskim partnerima stavljaju na ras-

polaganje elektronski pripremljene, ne bilo kakve, već ciljane informacije.

Umrežavanje je višestruko značajno, a društvene mreže su novi oblik mobilnosti u savremenom društvu. Umrežavanje utiče na to da se otklone fizičke i geografske prepreke u komunikaciji. Virtuelne zajednice predstavljaju izazov, prostor i instrument novog diskursa i promene stvaranja i razvijanja zajednica koje smo imali njihovim klasičnim poimanjem. Za stvaranje i funkcionisanje zajednica više nije neophodna njihova lokacijska određenost. Društvene promene, koje nastaju usled masovnog korišćenja

Umrežavanje je višestruko značajno, a društvene mreže su novi oblik mobilnosti u savremenom društvu. Umrežavanje utiče na to da se otklone fizičke i geografske prepreke u komunikaciji.

virtuelnih društvenih mreža, utiču i na same učesnike, preko kojih se ove promene i realizuju, ali i onih koji to nisu a koji osećaju indirektan uticaj društvenih mreža.

Socijalni kapital se posmatra kao funkcija odnosa između pojedinaca, a ne kao atributi pojedinaca. Istovremeno, svaki pojedinac može u virtuelnoj zajednici da zadovolji svoje potrebe. Za određeni broj pojedinaca one predstavljaju kompenzaciju, alternativu i utočište u odnosu na „staru“ zajednicu. Ono što je zajedničko svim učesnicima na mreži jeste okupljanje ljudi koji međusobno dele iskustva, pronalaze stare prijatelje, razmenjuju informacije, pronalaze nove prijatelje i poslovne partnere. Pojedincima pripadnost mreži obezbeđuje određene koristi, kao što je podrška u situacijama kada

je to potrebno, bolji pristup informacijama i manji troškovi dolaska do istih, i izbor većeg broja alternativa koje su im na raspolaganju. Ukoliko je nekome potrebna privatna informacija koja se odnosi na kvalitet turističke usluge na određenim forumima koji predstavljaju mrežu korisnika, mogu se pronaći ocene hotelskog smeštaja. Isto tako, moguće je i za još jeftinije i manje značajne usluge pronaći pokazatelje kvaliteta, bilo da se radi o perionici tepiha u blizini ili medicinskim aparatima u zdravstvenim ustanovama u gradu. Ljudi dele svoja iskustva, iznose svoje mišljenje, daju savete i mladim mamama kako da neguju svoje bebe, ali i

kako da se obučete da biste bili u trendu ili kako da napravite kolače. Da ne govorimo o ljudskoj solidarnosti i humanitarnim akcijama, koje su u funkciji da se nekome pruži pomoć ili ponudi spas.

Iz tog razloga je opravdana sintagma koju daje, na primer, Manuel Kastels da današnje društvo možemo nazvati „Umreženim društvom“ jer za svakog pojedinca možemo reći da je svakako na neki način prisutan na mreži. Susretanja, upoznavanja i druženja su postala mnogo brža i lakša u odnosu na ranije godine i decenije. Komunikacija koja se odvija posredstvom kompjutera prešla je iz realnog u virtuelni prostor. Upravo svakodnevnim korišćenjem interneta, virtuelne društvene mreže su postale nezaobilazan instrument nove društvenosti, sajber druš-



tvenosti. Kroz virtuelne društvene mreže veliki broj korisnika interneta međusobno komunicira, a svakim danom broj korisnika je u konstantnom porastu.

Internet i slobodan pristup svetskoj mreži uneli su revoluciju i u međunarodnu marketing praksu. Jedna od ključnih metodologija komunikacije sa medijima, ali i sa javnošću uopšte, je veb sajt. Svaka relevantna organizacija mora imati svoj veb sajt kako bi na taj način ponudila širokoj javnosti makar osnovne informacije o svom poslovanju. Ono dodatno što veb nudi, a što ne postoji u tradicionalnim medijima, jesu društvene mreže. Društvene mreže omogućavaju predstavljajne proizvoda ili organizacije užoj ili široj javnosti gotovo besplatno. Niže troškove često prati i niža cena proizvoda ili usluge, a to opet znači veću konkurentnost na tržištu. Ovaj vid marketinga podrazumeva distribuciju proizvoda, informacija i promotivnih koristi ciljnim kupcima kroz interaktivnu komunikaciju, tako da može da se izmeri njihova reakcija. Dakle, pored toga što pruža mnogo veću interakciju sa

korisnicima postoji i merljivost, odnosno mogu se pratiti i kvantifikovati rezultati i efekti promocije. Samim tim, predstavlja neiscrpan izvor informacija i mogućnosti za sve koji se bave nekim biznisom. Oglašavanje malih i srednjih preduzeća postaje sve usmerenije na društvene mreže i samim tim utiče na njihovo širenje i ra-

Kroz virtuelne društvene mreže veliki broj korisnika interneta međusobno komunicira, a svakim danom broj korisnika je u konstantnom porastu.

zvoj, ali i popunjavanje slobodnih radnih mesta. S druge strane, veća regionalna preduzeća se spajaju u „mreže inovacije“ i razmenjuju znanje o globalnim tržištima i tehnologiji, s ciljem povećanja produktivnosti preduzeća, tržišnog udela i profita. Razmena znanja je veoma bitna i kod institucija, bilo da su naučne ili obrazovne orijentacije.

Maksima Fakulteta za menadžment, ekonomiju i finansije – MEF – jeste Fakultet za 21. vek. U skladu sa tim potenciramo kontakte, insistiramo na povezivanju, interaktivnosti i dijalogu. Negujemo veze sa svršenim stu-

dentima i radujemo se njihovim uspesima. Sa ponosom ih uvek ističemo. Ne zalažemo se samo deklarativno za savremenost. Mi je primenjujemo. Naši studenti su napravili robota, a osvajaju i prestižna mesta na IT takmičenjima. Organizujemo kreativne radionice, seminare, konferencije, gde se učesnici uključuju preko skajpa.

Ističemo jednu od svojih komparativnih prednosti – komunikaciju sa studentima preko moodle platforme. Naši studenti imaju neprekidnu dostupnost svojih profesora i asistenata. Nudimo im dinamiku i mentorski rad. Istovremeno smo otvoreni za sve kritike, sugestije ili komentare koje osluškujemo i uvažavamo kao ocenu od strane naših umreženih studenata. Mi živimo našu maksimu da smo fakultet za 21. vek – uvek umreženi u zajedničkom uspehu. □

Prof. dr. Svetlana Vukotić
www.mef.edu.rs