



Elektronsko izdanje

<https://izdanja.filfak.ni.ac.rs/casopisi/godisnjak-za-sociologiju>

<https://doi.org/10.46630/gsoc.34.2025>

Ovaj broj časopisa Godišnjak za sociologiju (XXI/34, 2025) objavljuje se uz finansijsku pomoć
Ministarstva nauke, tehnološkog razvoja i inovacija Republike Srbije.

PERIODIKA
Serija: Godišnjaci

Koordinatorica Izdavačke delatnosti
Sanja Ignjatović

Redakcija Godišnjaka za sociologiju:
Jasmina Petrović, Univerzitet u Nišu, urednica
Miloš Jovanović, Univerzitet u Nišu
Dragan Todorović, Univerzitet u Nišu
Dragan Stanojević, Univerzitet u Beogradu
Dušan Ristić, Univerzitet u Novom Sadu
Nemanja Krstić, Univerzitet u Nišu
Jelena Božilović, Univerzitet u Nišu
Dušan Milenković, Univerzitet u Nišu,
Vesna Miltojević, Univerzitet u Nišu
Veselin Mitrović, Institut društvenih nauka, Beograd
Aleksandra Nikolajević, Univerzitet u Nišu, sekretar

Međunarodni uređivački odbor:
Andrea Cerroni, Univerzitet u Milanu
Miran Lavrič, Univerzitet u Mariboru
Honorata Jakubowska, Univerzitet u Poznanu
Bojan Bilić, Univerzitet u Bolonji
Željka Zdravković, Univerzitet u Zadru
Roberto Corradore, Univerzitet u Milanu
Anna Mantarova, Institut za filozofiju i sociologiju Bugarske akademije nauka
Dalibor Savić, Univerzitet u Banjoj Luci.
Natalia Avdoshina Vladimirovna, Univerzitet u Samari
Marija Bakalova, Univerzitet za nacionalnu i svetsku ekonomiju, Sofia.
Rade Šarović, Univerzitet Crne Gore.
Duško Trninić, Univerzitet u Banjoj Luci.

Adresa:
Filozofski fakultet u Nišu
Ćirila i Metodija 2
18000 Niš

Copyright© Filozofski fakultet u Nišu

Od 2005. do 2011. Godišnjak za sociologiju je izlazio jednom godišnje. Od 2012. godine objavljuju se dve sveske godišnje.

Univerzitet u Nišu
Filozofski fakultet

UDK 316

Print ISSN 1451-9739
Online ISSN 1820-6360

GODIŠNJAK ZA SOCIOLOGIJU SOCIOLOGICAL ANNUAL

XXI/34 (2025)



Niš, 2025.

PERIODICALS

Series: Annuals

Head of Publishing:

Assistant Professor Sanja Ignjatović, PhD

Head of Publishing:

Sanja Ignjatović

Editorial Board:

Jasmina Petrović, University of Niš, Editor
Miloš Jovanović, University of Niš
Dragan Todorović, University of Niš
Dragan Stanojević, University of Belgrade
Dušan Ristić, University of Novi Sad
Nemanja Krstić, University of Niš
Jelena Božilović, University of Niš
Dušan Milenković, University of Niš
Vesna Miltojević, University of Niš
Veselin Mitrović, Institute of Social Sciences, Belgrade
Aleksandra Nikolajević, University of Niš, Secretary

International Editorial Board:

Andrea Cerroni, University of Milan-Bicocca
Miran Lavrič, University of Maribor
Honorata Jakubowska, University in Poznań
Bojan Bilić, University of Bologna
Željka Zdravković, University of Zadar
Roberto Corradore, University of Milan-Bicocca
Anna Mantarova, Institute of Philosophy and Sociology, Bulgarian Academy of Sciences
Dalibor Savić, University of Banja Luka.
Natalia Avdoshina Vladimirovna, Samara University
Marija Bakalova, University of National and World Economy, Sofia
Rade Šarović, University of Montenegro
Duško Trninić, University of Banja Luka.

Address

Faculty of Philosophy, Niš
18000 Niš
Ćirila i Metodija 2

Copyright© Faculty of Philosophy

From 2005 to 2011 Sociological Annual was published once a year. Since 2012 two volumes have been published annually.

SADRŽAJ

UVODNIK

Gost-urednica Aleksandra Nikolajević ŽIVOTI NA MREŽI: SOCIOLOŠKE REFLEKSIJE O INFORMACIONO-KOMUNIKACIONIM TEHNOLOGIJAMA	11
---	----

TEMATSKI BLOK: NOVE TEHNOLOGIJE IZ PERSPEKTIVE DRUŠTVENO-HUMANISTIČKIH NAUKA

Љубиша Митровић ПЛЕДОАЈЕ ЗА ДИЈАЛОГ И ОТВАРАЊЕ ДРУШТВЕНО-ХУМАНИСТИЧКИХ НАУКА И НАУКА НОВИХ ТЕХНОЛОГИЈА И УЛОГА ДИГИТАЛНЕ СОЦИОЛОГИЈЕ	17
Никола Дојчиновић, Ана Јевтовић КАРАКТЕРИСТИКЕ ВИРТУЕЛНОГ ИДЕНТИТЕТА У КОНТЕКСТУ ДОМИНАНТНИХ ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА	27
Ivana Božić Miljković PRIMENA VEŠTAČKE INTELIGENCIJE U EKONOMIJI SRBIJE: DOMETI I OGRANIČENJA	45
Mihajlo Lahtov LJUBAV PREKO ŽICE: LJUBAVNE PREVARE U DOBA INTERNETA I DIGITALNIH MEDIJA	59

ČLANCI

Miloš Jovanović HUMOR PROTIV HEGEMONIJE: IRONIJA, SATIRA I PARODIJA USMERENE NA SRPSKU PRAVOSLAVNU CRKVU	71
Славица Коматина ПОКУШАЈ САГЛЕДАВАЊА ФЕНОМЕНА ЗАНЕМАРИВАЊА ДЕЦЕ У СРБИЈИ	97
Ana Andrejić POBOLJŠANJE EMPATIJE U KONTEKSTU SAVREMENOG MORALNOG NATURALIZMA I NEOLIBERALNOG INDIVIDUALIZMA	115

PRIKAZI

Михаило Н. Петровић ВРЕДАН ПРИЛОГ ВАЛОРИЗАЦИЈИ ЕКСПЕРИМЕНТА У СОЦИОЛОШКИМ ИСТРАЖИВАЊИМА	129
---	-----

UPUTSTVO AUTORIMA	133
-------------------------	-----

CONTENTS

EDITORIAL

Guest editor Aleksandra Nikolajević

LIFE ON THE NET: SOCIOLOGICAL REFLECTIONS ON INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES	11
--	----

THEMATIC SECTION: NEW TECHNOLOGIES FROM THE PERSPECTIVE OF SOCIAL AND HUMANISTIC SCIENCES

Ljubiša Mitrović

A PLEA FOR DIALOGUE AND OPENING OF SOCIAL AND HUMAN SCIENCES AND THE SCIENCES OF NEW TECHNOLOGIES AND THE ROLE OF DIGITAL SOCIOLOGY	17
---	----

Nikola Dojčinović, Ana Jevtović

CHARACTERISTICS OF VIRTUAL IDENTITY IN THE CONTEXT OF DOMINANT SOCIAL NETWORKS	27
---	----

Ivana Božić Miljković

APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE SERBIAN ECONOMY: ACHIEVEMENTS AND LIMITATIONS	45
--	----

Mihajlo Lahtov

LOVE THROUGH THE WIRE: ROMANCE SCAMS IN THE AGE OF THE INTERNET AND DIGITAL MEDIA	59
--	----

ARTICLES

Miloš Jovanović

HUMOR AGAINST HEGEMONY: IRONY, SATIRE AND PARODY AIMED AT THE SERBIAN ORTHODOX CHURCH	71
--	----

Slavica Komatina

INSIGHT INTO THE PHENOMENON OF CHILD NEGLECT IN SERBIA	97
--	----

Ana Andrejić

ENHANCEMENT OF EMPATHY IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY MORAL NATURALISM AND NEOLIBERAL INDIVIDUALISM	115
--	-----

REVIEWS

Mihailo Petrović

A VALUABLE CONTRIBUTION TO THE VALORIZATION OF EXPERIMENTS IN SOCIOLOGICAL RESEARCH	129
--	-----

INSTRUCTIONS FOR AUTHORS 133

UVODNIK



EDITORIAL

ŽIVOTI NA MREŽI: SOCIOLOŠKE REFLEKSIJE O INFORMACIONO-KOMUNIKACIONIM TEHNOLOGIJAMA

Gost-urednica Aleksandra Nikolajević¹*
Filozofski fakultet, Univerzitet u Nišu

Navike se menjaju kada se promeni polje mogućnosti.

(Pierre Bourdieu)

U poslednjih nekoliko decenija savremeno društvo prolazi kroz korenite promene koje su usko povezane sa brzim razvojem informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT). U tematu *Društvo i informaciono-komunikacione tehnologije* pokušavamo da otvorimo prostor za analizu načina na koje digitalne tehnologije stvaraju, oblikuju i modifikuju postojeće društvene prakse. Tehnologija ne egzistira u vakuumu: *ona je proizvod društvenih odnosa, ekonomskih interesa, političkih strategija, te kulturnih i simboličkih struktura.*

Naglašavamo da ovaj temat nije pozivanje na tehnofobiju ili tehnofiliju, niti na konstituisanje jednog „velikog narativa” o efektima informaciono-komunikacionih tehnologija. Naprotiv, ovo je poziv za razumevanje kompleksnosti bavljenja odnosima između društvenih praksi i informacionih tehnologija. Gotovo da ne postoji društveni aspekt koji nije kreiran ili transformisan od strane uticaja informaciono-komunikacionih tehnologija ili pak pod „odbranom” od njih. Sociologija u ovakvom društvenom trenutku ima odgovoran zadatak da ne ostane pasivni posmatrač, već da bude aktivni tumač i (korektivni) učesnik u oblikovanju budućnosti, kao i da svojim novim uvidima (*uticajem primene informaciono-komunikacionih tehnologija*) doprinese refleksiji, odnosno dubljem razumevanju savremenih procesa.

U savremenom društvu interakcije se sve češće odvijaju putem informaciono-komunikacionih tehnologija. Ove se forme ne mogu svesti na puko „komuniciranje”, već na novi oblik društvenih praksi stvorenih tehnološkim posredovanjem. S jedne strane, tehnologija omogućava povezivanje izvan fizičkih granica jednog društva, otvara prostor za mikrozajednice i nove oblike solidarnosti, deluje inkluzivno i osnažujuće. S druge strane, sve više naučnih studija ukazuje na porast osećaja usamljenosti kod ljudi, površnost odnosa, digitalnu zavisnost i na eroziju spontanosti

¹ Autor za korespondenciju: aleksandra.nikolajevic@filfak.ni.ac.rs

Rad citirati kao: Nikolajević, A. (2025). Životi na mreži: Sociološke refleksije o informaciono-komunikacionim tehnologijama. *Godišnjak za sociologiju* 21 (34): 11–37.

*  ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5034-6104>

u svakodnevnim interakcijama, što nameće opravdanu dilemu: *Da li nas tehnologija povezuje ili udaljava?*

Informaciono-komunikacione tehnologije ne oblikuju samo društvene prakse već u značajnoj meri učestvuju i u konstituisanju subjektivnosti. Naši identiteti postaju usko povezani sa algoritamskom logikom, koja neprestano klasifikuje, preporučuje i usmerava naše izbore. U sociologiji su prisutna istraživanja u čijim se analizama razmatraju načini konstrukcije identiteta i njihova adaptacija u digitalnom okruženju, načini na koje telo biva rekonstruisano kroz tehnologiju, te istraživanja o tome kako emocije postaju deo šire infrastrukture digitalnog života. Posebna pažnja poklanja se i političkoj dimenziji jer tehnološka infrastruktura nikada nije neutralna, već je uvek ukorenjena u postojeće odnose moći, kapitala i kontrole.

Čini se da informaciono-komunikacione tehnologije predstavljaju snažnu integrativnu silu u vremenu u kom živimo, (premda) istovremeno postaje očigledno da ne povezuje sve ljude pod jednakim uslovima. Koncept digitalnog jaza (engl. *digital divide*) više ne označava samo puku podelu između onih koji imaju pristup internetu i onih koji ga nemaju. Danas je ta podela višeslojna, ona obuhvata razlike u digitalnoj pismenosti, kvalitetu pristupa, odnosno, sposobnosti da se informacije kritički interpretiraju. U globalnom kontekstu, tehnološka nejednakost poprima dodatne dimenzije. Digitalna infrastruktura je koncentrišuća sila: dok se u nekim regionima sveta razvijaju centri za obradu podataka, veštačku inteligenciju i visoku tehnologiju, drugi ne dosežu ni prag digitalne pismenosti). U tom svetlu, treba preispitati ideju o „demokratizujućem” potencijalu digitalne tehnologije. Dok informacione tehnologije nude mogućnosti za obrazovanje, političko angažovanje i ekonomski razvoj, njihova distribucija i upotreba često odražavaju već postojeće klasne, rodne, rasne i globalne nejednakosti. Iz pomenutih razloga, pravi izazov predstavlja pronalaženje modela u kojem informacione tehnologije neće reprodukovati ili čak uvećavati postojeće nejednakosti.

U vremenu kada se ekrani pretvaraju u radna mesta, aplikacije u poslodavce, a algoritmi u nadzornike, pitanje digitalnog rada postaje ključno za razumevanje savremenih oblika proizvodnje, eksploatacije i otpora. U svetlu neoliberalne ideologije fleksibilnosti, autonomije i logike „budi sam svoj gazda”, digitalni rad se tendenciozno promovise kao poželjna forma rada, pri čemu se zanemaruje iluzija slobode. Iza glamura „gig-ekonomije” (engl. *gig economy*) stoji realnost nesigurnih poslova, neplaćenih pauza, stalne dostupnosti radnika, konstantnog digitalnog nadzora i pretežnog odsustva sindikalne zaštite. Platformski radnici često su formalno „nezavisni”, ali faktički u potpunosti zavisni od nevidljivih algoritamskih sistema odlučivanja koji im dodeljuju poslove, ocene i prihode. Platformski kapitalizam nije samo model poslovanja već je nova društvena infrastruktura. Njegova moć nije rezultat klasične akumulacije kapitala, već kontrole nad podacima kao novim oblikom sirovine, kao i sposobnosti da te podatke analiziraju, predviđaju i unovče. U takvom sistemu korisnici nisu samo potrošači, oni su istovremeno i resurs. Svaki klik, „skrol”, lokacija, emotivna reakcija, pretraga i poruka postaju deo ogromne arhitekture digitalnog nadzora koja omogućava prediktivno modelovanje ponašanja. Kapitalizam nadzora ne prodaje proizvode – on prodaje predviđanja o ljudskom ponašanju i što je nadzor

dublji i tiši, to su predikcije preciznije, a profit stabilniji. Takva ekonomija redefiniše i samu prirodu moći. Nadzor više nije ograničen na državu – on postaje fundamentalna komponenta tržišnog sistema.

U dobu informaciono-komunikacionih tehnologija često možemo čuti da je svako dobio svoj glas, da su barijere participacije u javnom životu srušene, kao i da je internet demokratizovao izražavanje i učinio svet umreženijim nego ikada pre. Međutim, ono što retko postavljamo kao pitanje jeste: *Ko čuje te glasove?*; *Ko ih moderira?*; *Ko ih utišava?*; *I – po čijim pravilima?*. Iako digitalni prostori naizgled deluju kao nove arene demokratije, ti prostori su duboko uslovljeni tehničkom i političkom infrastrukturom i sve više podležu logici nadzora, komodifikacije i selektivne cenzure. Reč je o novoj vrsti moći – algoritamskoj moći. Oni ne koriste klasičnu prinudnu silu, već podatke (engl. *data*); ne zabranjuju direktno, već utišavaju kroz niske ričeve (engl. *reach*), kroz šedou-beninge (engl. *shadow banning*); kroz nevidljive filtere i tehničke odluke bez transparentnosti. Iza paravana neutralne tehnologije često stoje politički ili korporativni kriterijumi koji odlučuju šta je „prihvatljivo”, „tačno” ili „bezbedno”. Brojna sociološka istraživanja, uvažavajući kompleksnost informaciono-komunikativnih tehnologija, nastoje odgovoriti na pitanje gde prestaje digitalna participacija i počinje kontrola.

Digitalna svakodnevica postaje istovremeno i prostor izraza i prostor disciplinovanja. Emocije se uglavnom izražavaju kroz emotikone (engl. *emoji*), identiteti kroz „bios” i filtere, politički stavovi kroz hešteg (engl. *hashtag*) kampanje. Dok učestvujemo i stvaramo u digitalnom prostoru, mi istovremeno ostavljamo i tragove – podatke koji se analiziraju, prodaju, pa i potencijalno instrumentalizuju (zloupotrebljavaju).

Digitalna kultura nije ni potpuno oslobađajuća, ali ni u potpunosti opresivna. Ona je protivrečna, ambivalentna, često banalna, ali nikada bez značaja. Upravo u toj svakodnevnoj banalnosti – u GIF-ovima, komentarima, filterima, lajkovima, gličevima i onlajn-šalama – krije se mapa savremenog društva koja ostavlja prostor za opsežna društvena proučavanja.

I dok se granice između fizičkog i digitalnog brišu, podaci postaju osnovna valuta društvenih odnosa. Informacione tehnologije postale su infrastrukture života koje usmeravaju način na koji živimo, učimo, radimo, protestujemo, zamišljamo i oblikujemo svet. Upravo ovaj kompleksni i dominantni društveni aspekt sociologija mora uvažiti kao svoj novi teorijski i istraživački horizont. U ovom tematskom broju autori u svojim radovima nastoje ukazati na značaj same digitalne sociologije, na oblasti poput karakteristika virtuelnih identiteta, te na različite primene veštačke inteligencije u ekonomiji, ali i ljubavnih prevara u doba digitalnih medija. Rastuće interesovanje za digitalnu sociologiju korespondira sa sveobuhvatnim uticajem informaciono-komunikacionih tehnologija na našu svakodnevicu, što njeno polje proučavanja čini izazovnim, ali i aktuelnim, pokrivajući pritom širok spektar tema. Radom posvećenim karakteristikama virtuelnih identiteta nastoji se da se u kontekstu potrošačke kulture približe izazovi digitalizovanog društva i identitetske transformacije. Zatim, u radu čija je tema primena veštačke inteligencije u privredi ukazuje se na kompetitivne prednosti primene veštačke inteligencije, ali i na određene etičke

dileme koje ona sa sobom donosi, uz poseban osvrt na situaciju u Republici Srbiji. Na kraju, u ovom tematskom broju naučni osvrt na ljubavne prevare u dobu interneta približava nam jedan od rizika savremenog društva, pri čemu autor osvetljava činjenicu da kriminalne aktivnosti posredstvom informacionih tehnologija ne moraju za rezultat imati samo finansijski gubitak već mogu imati i emocionalne posledice. Ovim tematom otvaramo prostor za zajedničko čitanje, promišljanje i delovanje.

RECEIVED: 26.04.2025.

ACCEPTED: 27.04.2025.

aleksandra.nikolajevic@filfak.ni.ac.rs

TEMATSKI BLOK: NOVE
TEHNOLOGIJE IZ PERSPEKTIVE
DRUŠTVENO-HUMANISTIČKIH
NAUKA

THEMATIC SECTION: NEW
TECHNOLOGIES FROM THE
PERSPECTIVE OF SOCIAL AND
HUMANISTIC SCIENCES

ПЛЕДОАЈЕ ЗА ДИЈАЛОГ И ОТВАРАЊЕ ДРУШТВЕНО-ХУМАНИСТИЧКИХ НАУКА И НАУКА НОВИХ ТЕХНОЛОГИЈА И УЛОГА ДИГИТАЛНЕ СОЦИОЛОГИЈЕ

Љубиша Р. Митровић^{1*},

Депарتمان за социологију, Филозофски факултет, Универзитет у Нишу, Србија

Сажетак

У прилогу аутор презентује своје саопштење на панелу „Нове технологије из перспективе друштвено-хуманистичких наука“, који је одржан 12. и 13. јуна 2024. године, на VIII форуму напредних технологија у Научно-технолошком парку – Ниш. Аутор излаже свој пледоаје за отварањем и дијалогом друштвено-хуманистичких наука и наука нових технологија, као и њиховој сарадњи у научном универзуму и универзитетској академској пракси образовања кадрова за ново доба. У овом контексту аутор истиче значај институционализације и развоја дигиталне социологије и њену улогу као трансдисциплинарне науке и потребу сарадње између научно-технолошких и друштвено-хуманистичких наука у систему интегрисаног образовања.

Кључне речи: дијалог и отварање наука, дигитална социологија, трансдисциплинарни приступ, интегрисане студије

Није довољно човека подучавати само у струци. Тиме ће он, додуше, постати нека врста употребљиве машине, али не и пуновредна личност. Важно је да он добије живо осећање за оно зашта је вредно залагати се. Он мора да научи како ће разумети оно што покреће људе, њихове илузије, њихове патње.

(Алберт Ајнштајн)

Ми не верујемо да постоје монополи мудрости, нити знања резервисана за особе са посебним академским степенима. Сарадњом и дијалогом ка свету интегрисаних и трансдисциплинарних студија и истраживања – то је пут напретка у науци и универзитетском образовању.

(Имануел Волерстин)

¹ Autor za korespondenciju: ljubisa.mitrovic@filfak.ni.ac.rs

Rad citirati kao: Митровић, Љ. (2025). Пледоаје за дијалог и отварање друштвено-хуманистичких наука и наука нових технологија и улога дигиталне социологије. *Godišnjak za sociologiju* 21(34): 17–26.

*  <https://orcid.org/0000-0003-0225-4218>

Увод: о научном значају и актуелности теме

На почетку овог панела и разматрања задате теме, парафразирао бих једну мисао Оскара Вајлда – *апсолутизација сваке страсти води у ништавило*. То данас важи и за апсолутизацију моћи капитала, нових технологија и политике, као облика илузорне друштвености. Сократ је био у праву за ту елементарну истину, стога је упозоравао: *да је свако знање ништавно, ако не учини да човек буде бољи*. Још је пре њега Хераклит с правом тврдио: *образовање је образованима друго сунце; оно јача њихову сазнајну моћ али и утиче на формирање њиховог карактера*.

Жан Жак-Русо је, у освиту новог доба и настанка капитализма, најавио кризу човечанства, подвлачећи да развој науке и технологије није довео до побољшања морала и солидарности међу људима. Напротив, довео је до кварења њихове друштвености и карактера, јачања егоизма, халапљивости и социјалдарвинизма.

Слична упозорења налазе се и у радовима Достојевског, Берђајева, Шпенглера и Сорокина. Такође, у савремености, о том нескладу између хипертехнолошког развоја и дефицита социјалне солидарности у свету, између осталих, писали су: Јирген Хабермас, Ернст Блох, Адам Шаф, Александар Панарин. Али, и социолози и антрополози: Зигмунд Бауман, Мануел Кастелс и Едгар Морен. Сви ови мислиоци указују на потребу отварања дијалога и сарадње различитих облика научног сазнања и дисциплина у области научног универзума, сматрајући да је то кључна претпоставка и предуслов даљег напретка науке, друштва и човечанства.

У духу овог пледоја, можемо парафразирати мисао светог Николаја Велимировића – *уски су рамови наука да би се суштински схватили човек и свет*. Отуда неопходност дијалога научника различитих позива није етички апел, већ епистемолошки захтев. То је услов за даљи напредак сазнања, али и одрживог развоја друштва, његове хуманизације и еманципације човека. О томе је посебно писао Едгар Морен, подвлачећи да *криза савременог друштва произилази из чињенице да човечанство није довољно хумано*, а да је научни универзум фрагментисан, те да на делу имамо смањену социјалну солидарност, емпатију, али и дисциплинарни хаос и помахнитали партикуларистички неопозитивизам у науци.

Време је да оставимо хаос партикуларних дисциплина иза себе и да изађемо из феудалних академских тврђава и нарцисоидног самозадовољства. Развој науке и друштвено-хуманистички и еманципаторски напредак, као и мир и опстанак човечанства, данас су постали насушна потреба и услов опстанка.

Отуда наш округли сто данас, овај панел на тему „Нове технологије из перспективе друштвено-хуманистичких наука“ има капиталну тему: како дијалогом и сарадњом друштвено-хуманистичких и научно-технолошких наука остварити напредак у сазнавању савремене цивилизације и демаргинализовати потенцијале друштвено-хуманистичких наука како би кроз нова истраживања, дошла до нових парадигматских сазнања о друштву, свету и човеку и подста-

кле друштвене актере на нове продоре у њиховој друштвеној борбености на хуманизацији и еманципацији друштва и човека.

Без обзира на број учесника и на неизвешан домет и исход данашње расправе, ми ћемо даље наставити са оваквим мултидисциплинарним дијалошким расправама, како у организацији Департамента за социологију и Центра за социолошка истраживања Филозофског факултета, тако и заједно са другим факултетима, институтима у универзитетској заједници, и у оквиру Научно-технолошког парка, Ниш, и Огранка САНУ у Нишу.

Притом, желим истаћи: да је јучерашње свечано и радно отварање скупа 8. Форума напредних технологија, демонстрирало иновативно прегалаштво и креативну моћ научне заједнице, привредника и посленика Србије на најбољи начин. О томе говори не само велики број учесника из земље и иностранства, већ и разноврсност тема и богатство иницијатива. Рад на панелима, додатно је илустровао ту моћ удружених стваралаца јер ма колико да је научно сазнање индивидуални чин, оно има и обележје тимског рада, како у истраживању, тако и коришћењу научних резултата.

I Дијалогом и отварањем наука из различитих области научног универзума – ка даљем напретку науке, друштва и човечанства

Амерички социолог Имануел Волерстин, утемељивач светско-системске парадигме, и савремене историјске социологије и монтологије, као координатор групе за истраживање положаја и улоге науке, у публикацији „Како отворити друштвене науке?“, између осталог, поентира: „Ми не верујемо да постоје монополи мудрости, нити знања резервисана за особе са посебним академским степенима. Сарадњом и дијалогом ка свету интегрисаних и трансдисциплинарних студија и истраживања – то је пут напретка у науци и универзитетском образовању“ (Volerstin 1997, str. 123).

Овим панелом желели смо да укажемо и на улогу друштвено-хуманистичких наука, не само у разумевању значаја нових технологија трећег и четвртог развојно-цивилизацијског таласа за технолошки напредак и одрживи развој, већ и одговорност ових наука и позива за изграђивање социјално одговорног, хуманог друштва и еманципацију човека/човечанства.

Футуролог Алвин Тофлер, у својој студији *Шок будућности* (1970), најавио је долазак постиндустријског друштва и фантастичног технолошког напретка, начина друштвеног живота. Да би само десетак година касније, у делу *Трећи талас*, упозорио на потребу изградње научне синтезе, у којој треба да учествују равноправно научници свих врста наука; те да је „неопходно напустити културу зараћених специјалности, партикуларног приступа у науци – утонулих у фрагментисане податке“ (Tofler, 1983, str. 20), односно да је тај захтев од фундаменталног епистемолошког али и друштвено-хуманистичког и еманципаторског значаја.

У научном универзуму у савремености, суочени смо са дисциплинарним хаосом и успоном методолошког индивидуализма доведеног до крајњих

консеквенци. То се најбоље види ако се погледају радови/студије из друштвено-хуманистичких наука. Доминација емпиризма и техницизма – злоупотребе и симплификација квантитативне методологије – довели су до тога да је у многим истраживањима изгубљен људски коефицијент, те да се иза мреже табела, графикона о расту и развоју: не види судбина људи, друштвених група; те да се иза дрвета појединачних појава, не досеже до суштинских узрока и друштвених последица – без којих нема научног разумевања положаја човека, али и карактера природе друштва и развојне перспективе друштва/човечанства.

У овом контексту треба рећи да се нашла на раскршћу и савремена социологија – између глобализације и фрагментације; али и сам систем образовања и социјализације нових генерација. Овакво стање резултат је доминантне неолибералне идеологије и стратегије развоја, али и болошког процеса реформе образовања који је у функцији експанзије корпоративног капитализма и асиметричне глобализације, тј. апсолутизације моћи мегакапитала у свету.

Критичари оваквих тенденција, које су утрле пут кризи не само друштва, него и науке, јесу најбољи представници друштвено-хуманистичких наука, али и интелектуалне јавности у савремености: Јирген Хабермас, Левингстон, Ноам Чомски, Пјер Бурдије, Едгар Морен, Мануел Кастелс, Ноама Клајн, Жозеф Штиглиц, Јан Варифакус, Том Пикети и Дијеого Фузара.

И док је Левингстон тврдио да „живимо у доба цивилизације средстава без циљева“; Јирген Хабермас је критичар инструменталне рационализације и ишчашене модернизације техничког ума; утемељивач је парадигме комуникативног деловања. Ноам Чомски је либерални радикални критичар, идеологије неолибералног глобализма, као фундаменталистичке идеологије САД и њене хегемонске империјалне политике данас у свету. Мануел Кастелс, утемељивач парадигме информационог развоја, пише о парадоксу наше цивилизације – „хипертехнолошког прогреса и социјалног субразвоја“, тј. дефицита глобалне социјалне солидарности у савременом свету. Едгар Морен (антрополог и утемељивач мондологије, као трансдисциплинарне науке), указује на антрополошке аспекте савремене кризе, тврдећи да криза савременог човечанства произилази из чињенице што оно није довољно хумано/човечно. Ноама Клајн критикује неолиберализам као „доктрину шока“ која утире пут социјалдарвинизму и капитализму катастрофе, где богати намећу земљама у транзицији модел зависне модернизације и реколонизације, чије су последице раст класних и регионалних неједнакости и сукоба у свету. Пјер Бурдије пише о глобализацији као асиметричном процесу, који дели/цепа људско друштво (ЕУ-на Европу радника и Европу банкара) и шири прекаријат, обнавља експлоатацију, социјално питање и сукобе у свету. Овај процес је, како истиче Бурдије, упоредо праћен и дигиталним јазом и симболичким насиљем између развијеног Севера и неразвијеног Југа. Имануел Волерстин је развио критичку теорију глобалне системске транзиције кроз троделну слику подељеног света, коју изводи из привредне поделе рада и класних неједнакости која дели свет на земље развијеног центра, полупериферије и периферије.

Жозеф Штиглиц, Јан Верифакус, Том Пикети и Џ. Перкинсон – анализирали су економске неједнакости у савременом друштвеном развоју, њихове уз-

роке и последице, посебно указујући на улогу ММФ-а и Светске банке и тзв. професионалних реформатора и саветодаваца ових институција у наметању модела зависне модернизације и бројних реформи које уводе земље у развоју и земље у транзицији у дужничко ропство.

Филозоф Дијео Фузара у студији *Глобални удар* (2023) анализира последице некритичког односа према појави фетишизације дигитализације, које доводи до деперсонализације и дехуманизације образовања, личности и група. Он посебно анализира појаву редуцирања човека као *homo digitalisa*, што доводи до феномена бесконтактнoг друштва, деперсонализације и отуђености међу људима. Ови процеси тзв. нове постљудске нормалности доводе до нових образаца – недруштвене друштвености; у којој су људи изоловани, редуцирани на „дигиталне мехуре“, облик дигиталног мноштва; нову усамљену гомилу, аскетски затворени у властиту електронску ћелију (или како овај аутор пише „дигитални мехур“), дистанцирани од другог, али и од реалности. Изолован у својој дигиталној ћелији, *homo digitalis* нема контакт са стварним светом, већ искључиво са виртуалним сликама те стварности које прима путем техничких апарата, продужених човекових општила. У овом контексту, друштво се декомпоује у неповезано мноштво усамљених „дигиталних мехура“, атома увезаних само интернетом, а развезаних од било какве заједничке стварности, одговорности и солидарности (Fuzara, 2022, str. 203).

У овој студији Фузара даје бриљантну критику електронских односа као постхуманог поретка који уситњава човекову суштину, заглупљује га и регресира на телематски атом без друштвених веза. Аутор указује на образовање, социјалне и политичке последице све веће доминације и редукције комплекса људских и друштвених односа на дигиталне/електронске односе и дехуманизацију личности. У овом контексту он посебно анализира дефекте *дигиталне дидактике* на образовање и васпитање нових генерација и девастацију потенцијала њихове еманципаторске друштвене борбености. Аутор се у својој студији посебно бави анализом у којој се концентрише на неке негативне аспекте болоњске реформе; затим на период Ковида-19 и употребе и злоупотребе дигитализације, као и на медијске манипулације и спин диктатуру популиста у савременом друштвеном и политичком животу.

Подсетимо се: пре 50 година за личност године у САД проглашен је персонални рачунар. Потом су мобилни телефон, Интернет и лаптоп добили глобализацију. Али, притом се, глобализација нових дигиталних технологија најпре ширила у најразвијенијим деловима света, а онда у земљама светске полупериферије и периферије. Притом се заборавља да дигиталне технологије, чак и када се глобализују, оне утичу на партикуларизацију социјалног понашања појединаца.

Од логосфере и графосфере ушли смо у доба видеосфере. Наша цивилизација све више постаје виртуелна, цивилизација слика. На делу је ширење дигиталне културе и образовања, али у оваквој цивилизацији средстава „цивилизацији средстава без циљева“, човек је у њој све више заглављен између виртуалног и стварног света. Нова *интернет генерација*, као да се рађа са интернетом,

са мобилним телефоном, лаптопом, таблетом око врата при чему је све мање социјабилна. Она живи у садашњости индивидуализованог света и медијског спектакла. Све је мањи утицај породице и школе на васпитање и социјализацију личности деце, ђака и студената. Суочени смо са феноменом технолошки умреженог друштва и нове *усамљене гомиле*. Са испразним интернационализмом у свету еуклидовског ума и инструменталне рационалности, која не познаје тајне Слободе, Правде и Добročинства. Која је све мање емпатична према невољама других, а индивидуалистички солипсистичко-нарцистички загледиана у свој видео-лик, као јунаци, сенке и утваре у Платоновој пећини. Експериментално, загледајмо се у понашање младих у микродруштвеним групама, нпр. у кафићу, где се разговор свео на минимум у интерперсоналној комуникацији, где свако нервозно типка по платформи свог мобилног. Где они не делују као група, већ случајни збир/агрегат атомизираних индивидуа. Ми данас с правом говоримо о новим технологијама у образовању као „продуженим општилима“ (Маклуан), у стицању знања и јачању когнитивних капацитета нових генерација, али је мало прилога и студија о психолошко-васпитним аспектима и импликацијама нових технологија на облике друштвености и социопсихологију нових генерација младих. На социјализацију њихове личности, васпитање и културу и јачање еманципаторске моћи, њихове спремности и борбености да мењају друштво и свет. Смањена социјабилност и егоистички партикуларизам воде атомизацији друштва и погодују конформизму и ауторитарној култури. То није култура која јача демократске потенцијале друштва, води развоју критичке грађанске свести и партиципативној демократији грађана. А без тога нема здравог, демократског и одговорног друштва. Због тога и овога пута истичемо потребу да скренемо пажњу на већу посвећеност школе, учитеља и наставника васпитној мисији ових институција, а не само образовној. Школе и универзитети не производе само стручњаке, него су и васпитно-хуманистичке институције. Оне производе стручњаке који ће радити у друштву са другим људима, сличним и различитим од себе, по образовању, етничкој култури и другим карактеристикама; стога их школа мора научити толеранцији, респекту различитих култура, идентитета, кооперативности и солидарности. Она мора развијати, како њихова осећања родољубивости и човекољубља, тако и етику рада, али и етику друштвености и солидарности. Човек није усамљени Робинсон, већ и социјално биће које дели одређене идеале у друштву и бори се за њих.

Све ово поентирамо из разлога што је систем болоњске реформе у пракси довео до расцепа образовања и васпитне функције, до разбијања научног система, дисциплинарног хаоса у научном универзуму; речју, до дехуманизације образовања и атомизацију научног универзума, што све то укупно има катастрофалне последице по социјализацију и развој личности нових генерација у савременом друштву у свету и код нас, али и до напретка науке и одрживог развоја човечанства.

II Шта чини социолошка заједница на плану развоја и институционализације дигиталне социологије у научни и образовни систем?

Социолошка заједница је изашла из стереотипног дихотомног-црно-бело гледања на улогу технике и процеса дигитализације. Иза нас је давно остала подела на технофобичаре и технофиличаре, тј. песимисте и оптимисте у погледу односа на улогу технике у друштвеном развоју. Данас је дигитализација ушла на велика врата у бројне институције и делатности, од привреде преко образовања, културе, здравства, до политике и легитимисана је од стране владајућих привредних, политичких и образовно-културних елита у свету. Иако су први радови из ове области написани још са појавом интернета 60-их и 70-их година (од стране Д. Бела, А. Тофлера) а касније и од М. Кастелса и других аутора, прва енциклопедија интернет група појавила се у Француској крајем 80-их година XX века; а потом 2007. у лику тзв. *визуелне социологије*, као концепт нове дисциплине (2009. године), коју је скицирао Џонатан Војн. Тек се за време пандемије Ковид-19, на четвртом светском форуму ИСА (2020) формира радна тематска група, која врши припрему за Пети светски форум социолога који ће се одржати у Мароку у Рабату 2025. Пријаве за овај највећи скуп светских социолога су у току, а координатор за ову секцију дигиталне Социологије ИСА је у Србији проф. др Јелица Стефановић, са Факултета политичких наука (Београд).

Учинимо ли кратак осврт на пионирску активност социолошкиња/социолога у свету и код нас, у области развоја дигиталне социологије, добићемо следећу панораму аутора који пионирски делују у обликовању и промоцији дигиталне социологије у систему савремених социолошких наука. Свакако, један од кључних утемељивача, не само парадигме информационог развоја и комуникологије, већ и дигиталне социологије је Мануел Кастелс. Овде подсећамо на његове студије као што су *Успон умреженог друштва* (2018), *Интернет галаксија* (2003), *Моћ комуникације* (2014). Други по значају је Едвард Херман и Роберт Мекчесни са својом студијом *Глобални медији и дигитална револуција* (2004). Затим, ту је ауторка Мери Чејко са својом студијом *Суперповезани – интернет, дигитални медији и техnodруштвени живот* (2019). Истраживања показују да је Дебра Лаптон 2014. године прва дефинисала предмет нове дисциплине – дигиталне социологије. Анализирајући неколико књига које у наслову носе појам „дигитална социологија“ (Orton-Johnson & Prior, 2013; Luptonm 2014; Marres, 2017, према: Petrović, 2019), Јелисавета Петровић истиче следеће тематске целине које су потенциране у њиховим студијама: 1) редефинисање идентитета, интимности и личних веза у дигитално доба; 2) редефинисање простора (виртуелни простор, проширена реалност и др.); 3) заједнице и мреже у дигитално доба; 4) неједнакости у умреженом друштву; 5) капитализам знања (енгл. *knowing capitalism*); 6) промене устаљених пракси у школству, здравству, управљању и др.; 7) дигитална телесност; 8) критичке студије масовних података (енгл. *big data*); 9) дигитални активизам и политика; 10) јавна дигитална социологија; 11) реконцептуализа-

ција друштвених истраживања у дигитално доба; 12) теоретизовање дигиталног друштва; 13) дигитални надзор; 14) етички, политички и нормативни изазови употребе дигиталних метода (Petrović, 2019, str. 481).

У Србији, као пионири артикулације професионалног интереса, у области дигиталне социологије, сматрају се Далибор Петровић, Јелисавета Петровић, Веселин Митровић, Гордана Стојић. Српско социолошко друштво је 2014. године организовало међународну социолошку конференцију на тему: *Интернет и друштво*, на којој је учествовало преко 30 аутора, и са које је објављен зборник истоименог назива Интернет и друштво, који су уредили: Драган Тодоровић, Далибор Петровић и Драган Прља. Шире информације о развоју дигиталне социологије у свету и у почецима њеног развоја у нас, можете наћи у прегледним радовима и анализама које су објављене у часопису *Социолошки преглед* и *Социологија* (за период 1994–2018), а које је анализирао колегиница Јелисавета Петровић у већ цитираном чланку (Исто). Први рад се из ове области појавио у нас 1999. године, а објавила га је Смиљана Антонијевић и бави се виртуелним заједницама и друштвеним односима на Интернету; а од тада је објављено 18 радова. Они покривају различите области – димензије предмета нове дисциплине – дигиталне социологије. Анализирајући тематски фокус, који представљају предмет интересовања дигиталне социологије на Западу, видљиво је да су теме које су привукле највеће интересовање социолога у свету и код нас: успон нових технологија и дигитализација друштва, редефинисање идентитета, интимности и личних веза на Интернету, дигитални активизам, примена дигиталних технологија у школству и здравству; теоретизовање виртуелног простора (заједнице и мреже у дигитално доба, дигитални надзор, етички изазови делања у дигиталном друштву, масовни подаци, неједнакости у умреженом друштву, капитализам знања, улога дигиталне социологије и реконцептуализација друштвених истраживања у дигитално доба (Исто, стр. 487–488).

Развој дигиталне социологије у Србији зависиће од све веће експанзије процеса дигитализације у различитим областима савременог друштва Србије, али и од сензибилитета нове интернет генерације социолога која стасавала нашим просторима, према изазовима нових мегатрендова и спремности да их истражује снагом социолошких теорија и метода.

Уместо закључка

Мислим да је расправа на панелу задовољила интересе академске заједнице социолога, али и других, не само представника друштвених наука, већ и технолошких, природно-математичких и медицинских наука. Све то говори да треба да наставимо са праксом дијалога и међупрофесионалне сарадње у овој, али и другим областима у академској заједници Ниша, Србије и шире у свету. Верујем да ће интересовање за дигиталну социологију, вештачку интелигенцију, биотехнологију и нове образовне технологије све више расти. Стога смо у обавези да институционално уградимо у наш образовни систем ове нове дисциплине

и кроз интегрисане студије образовања да појачамо професионалну моћ кадрова који се оспособљавају у свим нашим наукама. То није само пуки апел, то је елементарна потреба данас, претпоставка и услов даљег напретка науке, одрживог развоја савременог друштва, хуманизације и еманципације човечанства.

Литература

- Bell, D. (1973). *The Coming of the Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Book.
- Fuzara, D. (2022). *Globalni udar*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Gir, Č. (2011). *Digitalna kultura*. Beograd: Clio
- Makluan, M. (1971). *Poznavanje opštita – čovekovih produžetaka*. Beograd: Prosveta.
- Митровић, Јб. (2019). Маргиналије на тему дигитализација, хуманизација и еманципација. Јањић, М. (Ур.), *Наука и савремени универзитет. Савремени токови у науци о језику и књижевности*, књига 2, стр. 291–301. Ниш: Филозофски факултет.
- Митровић, Јб. (2019). Радна снага нових технологија и интернет генерација као актери друштвених промена. Петровић, Д., Тодоровић, Д., Прља, Д. (прир.). *Интернет и друштво*, стр. 251–272. Београд: Српско социолошко друштво; Институт за упоредно право; Ниш: Филозофски факултет.
- Petrović, J. (2019). Sociološki pristupi izučavanju interneta: ka zasnivanju digitalne sociologije u Srbiji. *Sociologija*, 61(4), 478–496.
- Стојић, Г. (2012). *Теорија информационог друштва и промене у савременој економији и свету рада* [Необјављена докторска дисертација]. Ниш: Филозофски факултет.
- Tofler, A. (1983). *Treći talas I-II*. Beograd: Jugoslavija.
- Volerstin, I. (1997). *Kako otvoriti društvene nauke*. Podgorica: CID.

A PLEA FOR DIALOGUE AND OPENING OF SOCIAL AND HUMAN SCIENCES AND THE SCIENCES OF NEW TECHNOLOGIES AND THE ROLE OF DIGITAL SOCIOLOGY

Ljubiša R. Mitrović

Department of Sociology, Faculty of Philosophy, University of Nis, Serbia

Abstract

In the paper, the author presents his statement at the panel “New Technologies from the Perspective of Social and Human Sciences”, which was held on June 12 and 13, 2024, at the VIII Forum of Advanced Technologies in the Science and Technology Park – Niš. The author presents his plea for the opening and dialogue of the social and human

sciences and the sciences of new technologies, as well as their cooperation in the scientific universe and university academic practice of educating personnel for the new age. In this context, the author emphasizes the importance of institutionalization and development of digital sociology and its role as a transdisciplinary science and the need for cooperation between scientific-technological and social-humanistic sciences in the system of integrated education.

Keywords: dialogue and opening of sciences, digital sociology, transdisciplinary approach, integrated studies

RECEIVED: 21.02.2025.

ACCEPTED: 20.03.2025.

ljubisa.mitrovic@filfak.ni.ac.rs

КАРАКТЕРИСТИКЕ ВИРТУЕЛНОГ ИДЕНТИТЕТА У КОНТЕКСТУ ДОМИНАНТНИХ ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА

Никола Дојчиновић^{1**}, Ана Јевтовић^{***}

^{**}Департман за комунологију и новинарство, Филозофски факултет,
Универзитет у Нишу, Србија

^{***}Институту за политичке студије, Србија

Сажетак

У савременим условима премрежене глобалне Интернет заједнице, виртуелни идентитет постаје све више доминантно индивидуално обележје. У раду је најпре фокус на изучавању виртуелног идентитета у контексту глобалних Интернет трендова, промовисаних на друштвеним мрежама. Актуелно стање умреженог друштва огледа се у перфидном наметању начина понашања и стила живљења (од стране лидера мишљења, инфлуенсера...), те су описани изазови дигитализованог друштва и значајне идентитарне трансформације. Затим су приказани и описани, између осталих, значајни трендови који усмеравају начин употребе друштвених мрежа. На основу идентификованих и анализираних трендова, издвојене су карактеристике виртуелног идентитета, које су обликоване стратегијама трендовске културе.

С обзиром на то да се процеси умрежавања одвијају све више под утицајем потрошачке културе, аутори се у другом делу рада фокусирају на анализу виртуелног идентитета у оквиру потрошачких начела, креирајући нит која повезује трендовску и потрошачку културу.

Анализом конкретних трендова, идентификоване су нарцисоидне карактеристике и једнолично понашање које исходује шаблонизованим идентитетима. У контексту потрошачког тренда промовисаног на друштвеним мрежама, кристалишу се духовно сиромашне карактеристике личности, које потискују моралне и изворне вредности, оживљавањем материјалистичког погледа који се може одредити утопијским. Аутори праве осврт, у контексту тематске проблематике рада, и на чиниоце који утичу на кризу идентитета, као и на пасивизирање традиционалних културних идентитета.

Кључне речи: виртуелни идентитет, друштвене мреже, Интернет трендови, потрошачка култура.

¹ Autor za korespondenciju: dojchinovic.nikola@gmail.com

Rad citirati kao: Дојчиновић, Н. & Јевтовић, А. (2025). Карактеристике виртуелног идентитета у контексту доминантних друштвених мрежа. *Godišnjak za sociologiju*, 21(34): 27–43.

^{**}  <https://orcid.org/0009-0000-0785-6512>

^{***}  <https://orcid.org/0009-0003-3877-225X>

Увод

Човечанство савременог доба изложено је значајним трансформацијама под снажним утицајем дигиталне културе. Информатичка цивилизација, која увелико траје, може се одредити као доба у коме су обликоване све сфере људског делања. Тако данас можемо говорити о сајбер (енгл. *cyber*) религији, интернет култури, онлајн (енгл. *online*) пословима и многим другим поткатегоријама које указују на доминацију информатичког система. Дакле, уже посматрано, у оквиру интернет културе, кристалишу се нови начини комуникације и остваривања друштвених веза, чији процеси исходују креирањем нових идентитета. „Појам идентитета се сматра кључним питањем у модерном времену, значајним како за појединца, тако и за заједнице и друштво“ (Копривица према Ранђеловић, Минић & Ранђеловић, 2021, стр. 1019).

Постоји мноштво дефиниција идентитета према стручној литератури од којих у наставку издвајамо једну од уопштенијих према аутору Љубиши Митровићу: „Идентитет је оно помоћу чега се дефинишемо на персоналном и групном нивоу – у потрази за одговором на питање: ко смо ми, а ко други? (чиме се ми разликујемо од других). У том смислу он у себи садржи обрисе индивидуалног – генетског кода, персоналитета, али и колективних образаца, особености гекултуре одређеног простора, као и заједничке именитеље локалне и глобалне културе“ (Mitrović, 2008, str. 65). У савременом свету чини се да управо глобална култура представља основу за грађење идентитета. Међутим, круцијално је питање добровољности, односно колико припадници различитих друштава својевољно прихватају глобалне обрасце на чијим се вредностима граде идентитети. Према томе, можемо отворити питање индоктринације у вези са креирањем нових идентитета у дигитализованом окружењу, о чијим ће чиниоцима и механизмима бити разматрано у раду.

Нови идентитет је потребно анализирати у контексту новог глобално-дигиталног окружења које утиче на креирање и обликовање идентитета, али и њихово ширење посредством електронске глобалне заједнице. Сходно савременим трансформацијама и идентитети попримају нове карактеристике јер „у условима глобализације и настанка модерног и постмодерног друштва, идентитети постају динамични, покретни, плуралистички, глобални и децентрарани. Као такви, они нису ограничени територијално, геополитички нити етнополитички, већ су везани за питање културе избора од стране појединаца и група“ (Mitrović, 2008, str. 69). Дакле, чињеница је да нови идентитети теже сталним променама и надоградњи што може утицати на дестабилизацију идентитета услед константног креирања нових културних образаца и људске тежње за прилагођавањем. Савремена култура трендова и сталних иновација, која се константно трансформише и промовише посредством дигиталних платформи и друштвених мрежа, представља позив, нарочито младим Интернет генерацијама, да буду део динамичне заједнице². У датом контексту, сукоб личности се

² У том смислу је занимљиво запажање Зигмунта Баумана: „Пошто му је ужас од истека рока

може објаснити сучељавањем две чињенице – са једне стране човек је рационално биће које тежи ка животном складу и уравнотежености; док је са друге стране у човека усађена потреба о праћењу и уважавању савремених трендова који се смењују великом брзином. У овом раду је основни циљ идентификација управо савремених и доминантних трендова на водећим светским друштвеним мрежама, на чијој се основи креирају виртуелни идентитети и граде јединствене карактеристике. Фокус ће бити и на анализи карактеристика које се негативно/позитивно одражавају на личност.

Значај истраживања тематике рада проналазимо у актуелности и чињеници да виртуелни идентитет постаје све више човеково примарно обележје. На важност креирања и одржавања виртуелног идентитета указује веома распрострањена и свакодневна употреба друштвених мрежа у разне сврхе. Једна од засигурних, већ уопштених, чињеница је да се друштвене мреже користе у личне промотивне сврхе, са великом посвећеношћу у одржавању приватних профила на друштвеним мрежама. У вези са тим је значајно и питање прожимања, односно утицаја виртуелног идентитета на живот у реалности – да ли човек савременог доба запоставља сопство у реалном простору и времену услед тежње у креирању идеалног „ја“ на друштвеним мрежама?

Значај глобалних трендова у креирању виртуелног идентитета

Једно од круцијалних питања у савременом глобализованом свету односи се на одрживост различитости, односно јединствености карактеристика разних друштава и појединаца. Уколико се осврнемо на претходно наведену дефиницију идентитета према Митровићу, који у средишту одређења идентитета наводи потребу за одговором на питање „ко смо ми, а ко други?“, јасно је да управо различитост омогућује спознају и одређење идентитета. Међутим, у умреженом свету који све више интегрише припаднике разних нација, култура и традиција, упитна је могућност одговора на питање према наведеној дефиницији. „Живимо у доба глобализације света, настајања постнационалних констелација (Ј. Хабермас), феномена трансмутације нације и геополитичке транзиције Балкана. Сви ови процеси отворили су кризу и метаморфозу културних идентитета, којима се легитимишу друштвене групе, па и нације као глобалне друштвене групе“ (Mitrović, 2008, str. 63).

Дакле, све је реалније говорити о глобалном друштву заснованом на истоветним вредносним обрасцима. „Пре свега, будући да је умрежено друштво по природи глобално, оно функционише у оквирима и интегрише велики број култура које су повезане са историјом и географијом сваке територије на свету“ (Castells, 2014, str. 61). Чињеница је да у датим процесима трансформације

трајања стално за петам, живот у флуидном модерном друштву више не мора бити вучен напред замишљеним чудесима на самом крају послова на модернизацији. Овде се ради о потреби да се из све снаге јури само да би се остало на истом месту и далеко од корпе за смеће на коју су осуђени они на зачелу“ (Bauman, 2009, str. 11).

настају и нестабилни идентитети, јер је стабилност, услед сталних промена и трансформација, отежано могуће постићи. Најзад, анализирање идентитета, друштвених односа и вредности, неопходно је у актуелном контексту нове дигиталне културе. Управо се у оквиру дигиталне културе креирају и стално смењују трендови, што за последицу има потребу сталних трансформација и прилагођавања нове дигиталне генерације.

У средишту модерних, глобалних трендова налази се и потрошачка култура која подстиче управо менталитет брзине као значајне вредности. У складу са тим, издвајамо запажање Зигмунта Баумана, који пише о „потрошачком синдрому“: „У наслеђеној хијерархији препознатих вредности потрошачки синдром је деградирао трајност и узвисио пролазност. Вредност новитета поставио је изнад вредности трајања“ (Bauman, 2009, str. 103).

Глобални трендови на друштвеним мрежама могу се засигурно одредити као фактор утицаја на креирање карактеристика виртуелног идентитета. Њихова моћ је првенствено у начину усмеравања употребе дигиталних платформи и друштвених мрежа. Дакле, попут водича, интернет трендови усмеравају употребу ка наизглед исправном и доминантном правцу, моделујући начине понашања у оквиру интернет заједнице. Реч је углавном о светским трендовима који се најпре кристалишу на одређеном месту, а онда, захваљујући потенцијалу дигиталних технологија, трендови добијају моћ планетарне употребе и дејства. Употреба је чињенична последица промоције конкретних начина понашања, који добију обележје тренда када постану учестали и распрострањени. Но, посебно пажња мора бити усмерена ка изучавању дејства, односно ефеката од употребе трендова.

Могућа питања у оквиру овог дела би била – које карактеристике виртуелног идентитета креирају трендови на друштвеним мрежама? Који су то трендови? Са којим циљем се креирају? Које ефекте производе? Да ли утичу позитивно/негативно на идентитет?

Глобални Интернет трендови

Идентификацију трендова можемо одредити као полазну тачку разматрања предметне проблематике. Најпре је потребно указати да под трендом подразумевамо устаљене начине употребе друштвених мрежа глобалног друштва, док јачањем интензитета коришћења одређени тренд добија све већу снагу масовности. Од настанка друштвених мрежа до данас, смењује се велики број трендова, ипак, тематика рада изискује фокусирање, односно конкретизацију у идентификацији трендова који моделују виртуелни идентитет и утичу на креирање карактеристика. Према томе, фокус је искључиво на трендове који утичу на стварање, одржавање и обликовање карактеристика виртуелног идентитета.

Аутори Левак и Барић Шелмић наводе како су припадници млађе генерације стално у потрази за новим виртуелним изазовима и различитим комуникационим и медијским платформама, посредством којих би да деле садржај.

Аутори истичу и да се млади углавном окрећу друштвеним мрежама које нуде превагу слике над текстом, те да срж комуникације данас чине фотографије, селфији и видео-снимци. У складу са том чињеницом, наступило је претежно визуелно доба, али и доба инстант вредности (једна од карактеристика генерације „Z“, како аутори закључују) (Levak & Barić Šelmić, 2018, str. 37–50).

Селфи тренд је остварио велики друштвени утицај у разним сегментима људског делања. На основу спроведене студије, Кју (Qiu) и сарадници су закључили да *селфи* тренд креира *нарцисоидне* карактеристике (Lamba et al., 2016). Моћ *селфи* тренда, поред креирања личних карактеристика, показана је и снажним дејством *селфи* фотографије у пропагандне и политичке сврхе. Према ауторки Стојановић Прелевић, употреба *селфи* фотографије била је заступљена за време председничке кампање 2012. године у САД-у, када је Барак Обама користио *селфи* у самопромотивне сврхе (Стојановић Прелевић, 2019). Потребно је напоменути да је *селфи* тренд још увек веома заступљен и користи се у разне сврхе.

Како је употреба друштвених мрежа постала свакодневна потреба у друштву, нарочито код младих, може се рећи да креирању и обликовању карактеристика виртуелног идентитета доприносе управо свакодневно прегледавани садржаји који су у вези са *пожељним* начином живота. Овде бисмо издвојили и шире дефинисали *тренд објављивања животног стила*. Креатори наведеног тренда и карактеристика виртуелног идентитета у датом домену су идоли на друштвеним мрежама или лидери мишљења. Реч је о славним личностима из различитих области, али и све распрострањенијим инфлуенсерима и иновативном онлајн (енгл. *online*) занимању под називом „*Life coaching*“³. „У савременом друштву преоптерећеном информацијама из многобројних медија, звезде много више него остали актери на друштвеној сцени успостављају трендове у бројним областима живота и одређују владајуће укусе, пропагирају животне стилове и пожељне вредности и понашања. (...) Као нова елита, успешни и славни људи који су непрекидно медијски експонирани представљају кључне моделе за идентификацију“ (Vukadinović, 2013, str. 137).

Дакле, корисници који следе наведени тренд су најпре изложени процесу присвајања одређеног животног стила, затим и они постају једни од промотера тренда. Најзад, фазу промоције можемо означити као крунисање присвојених карактеристика и модела понашања, која има за циљ да утиче даље на нове кориснике и омасовљење тренда.

Нагласили смо да је *тренд објављивања животног стила* шире одређен из разлога што се може поделити у више поткатегорија. Уједно је он и најзначајнији за виртуелни идентитет јер се њиме моделује одговор на питање ко смо ми, којим циљевима тежимо, које радње предузимамо и шта све чинимо у

³ Стојановић и Панић наводе како у развијеним земљама све већи број људи плаћа услугу „*Life coaching*“, као и то да многи „трени“ кажу да корисници њихових услуга много чешће траже пажњу, него што очекују савете како да уреде свој живот. Аутори даље наводе да о размерама отуђености међу људима говори податак, да у последњих десет година у САД ово занимање има најбржи раст од свих самосталних делатности (Stojanović & Panić, 2019).

корист креирања идеалне виртуелне слике о сопству. Једно од одређења наведеног тренда у ужем смислу би био и савремени *тренд слављеничког карактера* који је масовно промовисан на друштвеним мрежама. Питање манифестације датог тренда сложеније је структуре и одвија се *удружено*, а заснивано је претежно на промоцији посредством друштвене мреже Инстаграм. Под сложенијом структуром се подразумева мноштво предузетих радњи разних субјеката у корист усађивања слављеничког менталитета код корисника. Наведени тренд, са једне стране, проистиче из начела потрошачке културе⁴ и тежње ка максималној ефикасности у економском смилу, јер је основни мотив фирми које пружају услуге остварити профит. Отуда и одређење да је овај тип тренда *удружен*. Наиме, промоцију спроводе разне фирме које пружају различите услуге у вези са организацијом прослава – у распону од ресторана/простора прославе, до музичких, декоративних, анимацијских, плесних и кетеринг услуга. Промоција претходно описаног типа вођена је капиталним интересом, док је са друге стране удружености у промоцији група која конзумира описане услуге. Међутим, циљ промоције се знатно разликује. Док је код организатора промоција вођена мотивом економског интереса, група за коју се организује прослава промоцију врши у сврху престижа и достизања високог друштвеног статуса.

Тренд објављивања животног стила често је одређен потрошачким начелима, јер је у сржи промоције животних образаца потрошња која се односи на куповину производа или услуга. У складу са тим, одредили бисмо и *потрошачки тренд* као поткатегорију. Суштина *потрошачког тренда* је креирање имица и престижних карактеристика виртуелног идентитета на основу конзумирања конкретних производа и услуга, које се односе на животну рутину и свакодневне активности. Дакле, потребан је одређени временски интервал понављања и промовисања одређених радњи (тиме и потрошње) да би се постигао жељени ефекат, односно да би особа била сврстана у ред *актуелних/популарних* корисника друштвених мрежа. Како бисмо ближе представили активности у оквиру *потрошачког тренда*, осврт би могао бити на конкретне ресторане или кафиће који се често посећују, као и дестинације, потом преферирану храну, марку гардеробе/накита и сл. Наведена врста промоције веома је распрострањена на друштвеним мрежама и управо се описаним активностима тежи ка креирању високорангираног, идеалног виртуелног идентитета.

Важно је напоменути и да се на друштвеним мрежама данас промовише животни идеал и перфекционизам који се наводно може достићи једноставно. У оквиру претходно одређене промоције сврстали бисмо онлајн активности које се односе, примера ради, на покретање бизниса, затим и брзог пословног успеха, осигурања менталног и телесног здравља и др. Наведене онлајн активности спроводе инфлуенсери, онлајн фитнес тренери, онлајн психолози, он-

⁴ „Питање које нам се нужно намеће јест – како је настала потрошачка култура и потрошачко друштво? Док неки аутори (McKendrik, Brewer & Plumb, 1982.; Corrigan, 2005) потрошачку револуцију налазе у 18. столећу, Braudel (1992) сматра да су се односи размене развили и пре индустријализације, при чему су сајмови и карневали били жаришта потрошње“ (Čolić, 2008, str. 954).

лајн економисти или људи који су одређени према новом занимању као „*Life coaching*“. Функционалност идентификованих активности одвија се искључиво посредством онлајн везе. Дакле, у претходно напоменуте радне категорије (са префиксом онлајн) сврстали бисмо занимања људи који нуде, промовишу и продају услуге онлајн – читав процес започиње и завршава се на мрежи. Реч је о професионалним и јавним профилима друштвених мрежа који имају велики број пратилаца и високу популарност. У оквиру датих профила врши се промоција објављивањем постигнутих резултата у сврху подстицаја и делања, односно у корист придобијања нових клијената. Вешто управљање професионалним профилима данас је већ распрострањена чињеница, те се добрим маркетиншким стратегијама утиче на придобијање корисника. С обзиром на то да се функционалност обавља на основу продаје/куповине одређених онлајн курсева, наведене активности се оправдано могу сврстати у потрошачки тренд.

Утицај идентификованих трендова на креирање карактеристика виртуелног идентитета разматраће се у наредном поглављу.

Глобални Интернет трендови у функцији моделовања карактеристика виртуелног идентитета

Основни циљ у овом поглављу је анализирати идентификоване трендове и утврдити начин на који они утичу на виртуелни идентитет. Значајно је поменути да свакодневно проведено време на мрежи и предузимање онлајн активности, од чега се састоји виртуелни идентитет, веома доприноси начину осећаја и животне организације у офлајн (енгл. *offline*) простору. Из тог разлога произилази и релевантност проучавања виртуелне сфере и актуелних дешавања која су чиниоци виртуелног идентитета. Распрострањена употреба глобалних интернет трендова производи последице којима се и дефинишу карактеристике виртуелног идентитета.

Напоментуо је већ у раду на основу претходних истраживања да *селфи* тренд креира нарцисоидне карактеристике, што бисмо одредили као негативан утицај овог тренда на виртуелни идентитет.

Неопходно је указати и на парадоксалну чињеницу у вези са промоцијом индивидуализма на друштвеним мрежама, који је само привидан. Наиме, у оквиру заједнице друштвених мрежа одавно се инсистира на слободи изражавања и употреби мрежа (било посредством текста или мултимедијалног садржаја попут фотографије или видеа). Чињенично слобода јесте омогућена, међутим, употреба мрежа, у контексту предмета рада, инструисана је глобалним интернет трендовима. Према томе, радње јесу предузете слободно, ипак, поставља се питање јесу ли донете својевољно, односно потпуно свесно, или је узрок утицаја и наметање на основу трендова? Почевши од описаног *тренда објављивања животног стила*, одговор би могао бити у афирмацији тезе да трендови утичу на моделовање употребе друштвених мрежа. Сходно томе и описаној функционалности *тренда објављивања животног стила*, може се

рећи да виртуелни идентитет, насупротив јединственим карактеристикама, чини *једнолично понашање* што се такође може одредити као негативна карактеристика. Дакле, у тежњи да се испрате трендови и предузму истоветне радње које су распрострањене на друштвеним мрежама, настају *шаблонизовани виртуелни идентитети*. Све израженијој шаблонизацији дефинитивно доприноси и снага глобализације која добија на значају посебно у доба технолошке револуције. У складу са наведеним, у наставку ћемо издвојити закључке аутора на основу спроведеног истраживања. Наиме, Левак и Барић Шелмић истичу како је анализа одговора показала да нема значајних разлика у преференцијама међу припадницима генерације „3“ у већим урбаним срединама и у мањим урбаним подручјима. Аутори даље пишу да нас ово наводи на закључак да је глобализација завладала, те да се трендови и догађаји више не разликују у већим урбаним и изолованијим срединама (Levak & Barić Šelmić, 2018, str. 50).

У контексту одређеног шаблонизовања издвајамо и описан *тренд слављеничког карактера*. У оквиру ове поткатегорије *тренда објављивања животног стила* присутан је феномен усађивања свести код корисника о сталном слављу, и то на основу удруженог маркетинга који је подржан, са једне стране, од људи који пружају професионалне услуге, и са друге, од људи за које се организује прослава. Док је код прве групе промотера мотив професионални интерес, код друге групе је основни циљ самопромоција. Управо је друга група и мета тренда, а у складу са тим и карактеристике *шаблонизованог виртуелног идентитета* се приписују другој групи.

Важно је напоменути да професионалне странице на друштвеним мрежама, у вези са пружањем услуга за прославе, подстичу жељу код корисника видео-снимцима и високотехнолошким ефектима, који представљају одређену врсту мамца. Затим, корисници тренда који купују наведене услуге неизоставно деле садржај са приватних профила друштвених мрежа у самопромотивну сврху. Тако двојак утицај остварује жудњу код осталих корисника која често резултира куповином идентичних услуга. На тај начин тренд добија све већу популарност и омасовљује се број корисника тренда који утемељују и истоветне карактеристике виртуелног идентитета.

Када је реч о онлајн курсевима различитих типова, напоменута је претходно распрострањеност понуде инфлуенсера и људи који су професионално опредељење усмерили искључиво на контактирање са клијентима посредством мрежа. Како у овом поглављу разматрамо утицај трендова на креирање конкретних карактеристика, ни у овом случају не можемо издвојити позитивне последице. Наиме, не оповргавамо у потпуности ефектност и успех у наведеном процесу пружања/добијања услуга, ипак, морамо скренути пажњу на већ истражену негативну последицу компјутеризације – одсуство контакта лицем у лице и роботизовање људске комуникације⁵, која је лишена емоционалне спознаје на основу невербалних и других сигнала. Уколико констатујемо

⁵ Мануел Кастелс, у оквиру поглавља „Комуникација у дигитално доба“, истиче да процес комуникације, између осталог, дефинише и технологија комуникације (Castells, 2014, str. 81).

чињеницу да вештачка интелигенција заједно са виртуелним механизмом пружања професионалних услуга постаје доминантна пракса, засигурно можемо изразити бојазан да ће идентитети бити још комплекснији и нестабилнији у будућности. Сагледано у контексту вештачке интелигенције, примера ради, „Chat GPT“⁶ представља „универзалног професионалца“ у свим областима. Постављањем питања могуће је добити одговоре у виду савета или стручног мишљења. Међутим, веома значајно питање је у којој мери интернет алат може заменити људску струку, искуство и међуљудску интеракцију? Са аспекта ефикасности могу се идентификовати позитивне карактеристике. Ипак, сагледано из угла социјалне интеракције, употреба и развој сличних алата представља озбиљну претњу друштвеним односима и идентитету.

Да бисмо идентификовали карактеристике као последицу *потрошачког тренда*, полазимо од чињенице да је у контексту тренда потрошње присутна тежња ка *константној* куповини производа/услуга у сврху постизања задовољстава. Међутим, фокус није на задовољењу основних животних потреба, већ на креирање менталитета који упућује да се свакодневном и обимном куповином постиже стање задовољења личности, које је, ипак, само привидно. „Своједобно је и Lasch приметио да чак и само рекламирање не служи толико оглашавању производа колико промицању потрошње као начина живота. Оно „преодгаја“ масе, стварајући им неутаживу пожуду не само за робом него и за новим искуствима и особним испуњењем” (Lasch prema Čolić, 2008, str. 957).

С обзиром на то да је потрошачка култура данас темељ шире друштвене свести и креирања потрошачког идентитета, наредно поглавље ће бити посвећено одређеним потрошачким начелима и њиховом утицају на савремени идентитет.

Потрошачка култура као смерница умреженог друштва

„Глобално умрежено друштво представља динамичну структуру која се у великој мери мења под утицајем друштвених сила, културе, политике и економских стратегија“ (Castells, 2014, str. 49). Разматрајући умрежено друштво⁷ у контексту проблематике рада, може се рећи да се процеси умрежавања одвијају све више на нивоу потрошачке културе. „Потрошачка култура усмерена је према различитим групама потрошача настојећи да код њих изазива разноврсне

⁶ Према ауторима, „Chat GPT“ изазива незапамћен ниво интересовања и контроверзи у овом тренутку. Алат је заснован на компјутерским механизмима **Generative Pre-trained Transformer** (отуда и назив GPT) који генеришу одговоре на упите, са могућношћу обраде (Chat GPT описује ово као способност разумевања) разних тема (Welsby & Cheung, 2023, p. 1047).

⁷ „Најважнија структурна последица нових информационих технологија на економију и све друге делатности и области – јесте умрежено друштво. Мрежа је основна јединица економске и социјалне организације друштва, а не породица, појединац или предузеће. М. Кастелс разматра структуру и динамику информационог капитализма у условима глобализације и настајућег умреженог друштва” (Mitrović, 2008, str. 28).

потребе“ (Krivokapić, 2008, str. 68). Тако долазимо до концепта свестране потрошње који има све више интеграционо дејство на умрежено друштво.

„Умрежено друштво је друштво чија је структура изграђена око мрежа које се активирају информацијама које су засноване на микроелектроници и које су обрађене дигиталним путем, као и на комуникационим технологијама“ (Castells, 2014, str. 47). Дакле, значајно је поменути да се појам умреженог друштва, у смислу ужег одређења, обликује и трансформише у складу са сталним технолошким иновацијама. У почецима умрежавања, друштво је било технолошки ограничено на понуду алата друштвених мрежа у мањем обиму. Тиме су и дејства потрошачке културе на мрежи била ограничена. Затим, развојем нових мрежа и алата паралелно су се отварале могућности за спровођење процеса који оснажују потрошачку културу на мрежи. Са једне стране, онлајн трговина је омогућила директну потрошњу посредством мрежа, док су са друге стране заступљене веште маркетиншке стратегије и промоције потрошачке културе на интернету⁸ – било са аспекта професионалног маркетинга или трендовске културе. Сагледано у актуелном периоду, дигитална култура је отворила пут ширењу и утемељивању *потрошачког идентитета*. Сходно томе, ауторка Чеко сасвим оправдано поставља питање – „Да ли је потрошачки идентитет један од најдоминантнијих код савременог човека?“ (Чеко, 2018, str. 106). Може се изнети тврдња да је у капиталистичком добу један од основних критеријума вредности материјалне природе. „Према Дебору, савремено, капиталистичко друштво постало је друштво спектакла којим доминирају слике. (...) Култура спектакла саставни је део шире културе и модерног друштва у коме је потрошња централна преокупација“ (Vukadinović, 2013, str. 72). У таквом окружењу се истиче и значај потрошачког идентитета. Међутим, намеће се чињеница да је доминацију потрошачког идентитета великим делом омогућило савремено дигитално доба.

„Имајући у виду да је потрошачки идентитет (који је и централна тема овог рада) један од облика флуидног идентитета важно је нагласити да флуидни идентитет и његове облике можемо означити као производ савременог друштва. Када говоримо о овој врсти идентитета имамо у виду, првенствено, потрошачки идентитет. Затим идентитет медијског конзумента, online/offline или дигитални идентитет, идентитет мигранта, идентитет незапосленог, идентитет „internet influencerа“ итд. Умножавање флуидних идентитета карактеристично је за ново време, брз начин живота и прилагођавање савременим друштвеним трендовима. Оно што је посебно занимљиво код ове врсте идентитета је што они нису територијално условљени, већ њихов настанак и развој, захваљујући умреженом глобалном друштву, захвата цели свет великом брзином“ (Чеко, 2018, str. 108–109).

Најзад, осврнувши се на претходно наведене чињенице у овом поглављу, тумачење би било да је потрошачка култура значајна одлика умреженог друшт-

⁸ „Електронички маркетинг (енгл. *e-marketing*) дефинисан је као постигнуће маркетиншких циљева кроз употребу информатичкокомуникацијске технологије. Развија се веома брзо, захваљујући првенствено великој брзини ширења интернета и развоју информатичкокомуникацијске технологије“ (Stanojević, 2011, str. 167).

ва. „Потрошња је тако виртуална тоталност свих предмета и порука већ конституираних као мање или више кохерентан дискурс. Ако уопште има значење, потрошња значи активност која се састоји од суставне манипулације знаковима (...) Да би постала објектом потрошње, ствар најприје мора постати знак“ (Maslov, 2009, str. 102).

Комплексни процеси потрошачких начела који се одвијају на мрежи представљају *смер* кретања умреженог друштва. Комплексност произилази из чињенице да је много фактора којима се утиче на утемељивање потрошачке свести код умреженог друштва. Темељ потрошачког менталитета је промоција материјалних вредности и повезаност материјалног богатства са успехом, а она се одвија великим делом управо у умреженој виртуелној заједници. Свестрана и агресивна промоција разних брендова (од стране лидера мишљења и др.) представља позив, али и пожељни модел живљења конзумирањем конкретних производа или услуга. Дакле, промоција је конструисана према моделу који, куповином одређених производа/услуга, обезбеђује припадност високоранжираних чланова друштва. „Значајна карактеристика потрошачког друштва је и појава животног стила (*lifestyle*), који путем симбола и кодова „уписаних“ у културне карактеристике друштва, ствара образац живота који омогућује „експресивну повезаност са друштвеним праксама које прате пораст потрошачке културе“, те ствара услове за учешће појединца као потрошача у „савременом пројекту самопоштовања“ (Ћеко, 2018, str. 110).

Сврха куповине производа (нпр. одређени бренд гардеробе, аутомобила, накита...) или услуга (нпр. путовање на одређену дестинацију, куповина онлајн курсава...) често је у вези са потребом личне промоције на мрежи како би се креирао пожељни виртуелни идентитет. На тај начин се долази до креирања потрошачког промотивног круга чији се обим увећава сваким новим чланом, који представља још један потрошачки мамац. Међутим, круцијално је питање, у контексту рада, какве суштинске карактеристике виртуелног идентитета производе описане околности потрошачке културе и умреженог друштва?

Карактеристике виртуелног идентитета у оквиру потрошачке културе

Анализирајући последице доминације потрошачке културе код савременог умреженог друштва, тумачење би било да потрошачки идентитет пасивизира значајније идентитете по племенити и ваљани развој појединца и друштва. „Формирање потрошачког идентитета у великој мери утиче на нестајање других облика идентитета и њихових обележја, као што су идентитет етничке заједнице, национални и верски идентитет, али и традиционалних културних идентитета. Доминантна постаје конзумеристичка култура која не познаје физичке границе, ни друга карактеристична обележја традиционалних друштава“ (Ћеко, 2018, str. 118). Из претходно наведеног, јасно је да се не могу идентификовати позитивне карактеристике. Потискивање идентитета који утичу на

креирање самосвести, затим верске, националне и друге припадности, утиче на креирање нестабилности и исходује нестабилним идентитетима. „Нестабилни друштвени услови савремености производе кризу личности јер онемогућавају адаптацију појединца уз стално мењајуће спољашње околности“ (Kučalo & Džafić, 2017, str. 140). Описану повезаност динамике и нестабилности можемо пронаћи управо у савременим околностима потрошачке културе и интернет мрежа. „Флуидни живот, у постмодерном друштву, одвија се у знаку конзумеризма, потрошачког синдрома сталног подстицања нових жеља за потрошњом и обиљем; за покретљивошћу, номадском егзистенцијом, уместо за стваралаштвом и слободом“ (Митровић, 2022, стр. 18).

Наиме, живимо у свету хиперпродукције у оквиру које се смењују актуелни производи сталном производњом нових, чија се промоција одвија свестрано посредством мрежа. Нестабилност као последица описаног стања се појављује под утицајем више фактора. Са једне стране, стална иновативна производња и њена мрежна промоција има моћ усмеравања потрошње и нагомилавања производа без реалних потреба код потрошача. Потрошњу описаног типа можемо одредити као ирационалну, док се негативне последице могу испољити код потрошача кроз финансијски аспект, односно освешћивањем да су предузимане потрошачке активности у одређеном временском интервалу изазвале неефикасно стање по питању финансијске, а тиме и животне стабилности. „Тако, у потрошачком друштву човечанство служи економији, уместо да економија служи човечанству. Живот се, као никада раније, претвара у круг зарађивања и трошења, сталног враћања зарађеног у потрошњу“ (Trandafilović, Radonjić & Filipović, 2015, str. 83).

Са друге стране, масовна производња диктира тржишну појаву⁹ мноштва производа што може довести до конфузних стања код потрошача приликом одабира. Профили друштвених мрежа су захваћени промотивном међавом разних производа и такво стање подстиче несигурност избора, односно стално преиспитивање ваљаности одабира и након куповине. Свестрана промоција на мрежи је једнако усмерена и на услуге (које су претходно описане у раду), чија разноликост изазива нелагодност у поступку избора или касније. Негативан исход описаног стања проналазимо у појави когнитивне дисонанце, која изазива напетост личности.

„Когнитивна дисонанца је углавном психолошки концепт, али има велики утицај на планирање и реализацију будућих куповина. У условима савременог пословања и маркетинга, које карактерише изразита пробирљивост потрошача услед велике понуде производа и/или услуга, тешко је избећи ситуације конфузности које доводе до настанка когнитивне дисонанце код потрошача [...] Когнитивна дисонанца јавља се у многим подручјима живота, но посебно је видљива у ситуацијама у којима је понашање потрошача у конфликту са уверењима која су саставни део њиховог идентитета“ (Gluhović, 2019, str. 38–42).

⁹ „Тржиште је данас медијатор у непријатним активностима везивања и развезивања међуљудских односа, окупљања и раздвајања људи, или њиховог спајања и раздвајања, уписивања и исписивања из именика“ (Bauman, 2009, str. 108).

Когнитивну дисонанцу дефинитивно подстичу друштвене мреже, како са аспекта културе трендова, тако и са аспекта промоције обиља производа/услуга. Требало би напоменути да су и наведени трендови у вези са начелима потрошачке културе, из разлога што они позивају на потрошњу. Дакле, трендови се овде могу одредити као елементи који оснажују потрошачку културу.

Дубље сагледано, уколико се идентификовани трендови на друштвеним мрежама и потрошња користе ради удоваљавања виртуелном идентитету и показивања другима како се живи идеални живот, веома значајно питање је какве су последице у офлајн стварној сфери?

Наиме, у реалном простору и времену се предузимају радње да би се приказале на друштвеним мрежама, како би се тиме задовољио статус виртуелног идентитета. Вођени трендовима, људи су спремни да раде ствари које изискују много времена и новца да би показали на друштвеним мрежама и тиме одржали доминантну позицију у оквиру онлајн сфере. На тај начин можемо изнети чињеницу да потрошачки трендови и виртуелни идентитет постају све више примарни водичи кроз живот. Виртуелни идентитет тиме контролише и усмерава радње у реалности, што чини још један од фактора доминације виртуелног идентитета.

У овом делу је значајно поменути и утицај инфлуенсера, јер су и они једни од креатора карактеристика виртуелног идентитета промовисањем потрошачке културе. Вуковић и сар. наводе како на потрошачко понашање генерације „Z“ утиче појава друштвених мрежа и све важнија улога инфлуенсера у промоцији производа. Аутори даље истичу како је ова врста маркетинга веома утицајна, односно како инфлуенсери помажу робним маркама да повећају свој досег на друштвеним мрежама, као и то да овај облик промоције постаје све популарнији (Vuković, Etinger & Plenar, 2022, str. 70). Узор омладини постају све више инфлуенсери и њихову улогу вође у стилу живљења афирмише омладина у великој мери. На тај начин је инфлуенсерима уступљена моћ друштвеног утицаја промовисањем жељених животних образаца, брендова, навика и начина понашања. Ауторка Бокшан и сарадници су спровели истраживање у вези са утицајем инфлуенсера на интернет предузетништво, на основу ког су дошли до следећег закључка: „Резултати истраживања су показали да у унапређивању пословања МСП¹⁰ путем Интернет предузетништва инфлуенсери могу да имају веома значајну улогу, уколико претходи добро осмишљена стратегија наступа на Интернету, избор адекватних личности за промоцију производа или услуге и добра комуникација између предузетника и инфлуенсера“ (Bokšan et al, 2020, str. 121). Дакле, према добијеним резултатима наведеног истраживања, инфлуенсери су важан фактор утицаја на мрежну промоцију потрошачке културе а тиме и на утемељивање карактеристика виртуелног идентитета у контексту потрошње.

Чињеница је да су друштвене мреже отвориле глобални простор за промоцију потрошачке културе, коју велике корпорације вешто користе у сврху

¹⁰ МСП – мала и средња предузећа.

ефикасног пословања. На том „капиталном путу“ је једини мотив – остварити добре економске резултате. „Као доктрина, у којој је кључни принцип „профит изнад људи“, она је довела до промоције ирационалне инструменталне рационалности у којој је човек обезвређен, али и сам живот и вредности људских права и слобода“ (Митровић, 2022, стр. 17). Из угла умрежених потрошача, а са становишта трендова, мотив је обезбедити високи друштвени статус куповином разних производа и услуга. Друштвене мреже представљају један од основних алата за достизање жељеног положаја и статуса, јер је у актуелном интернет окружењу тежиште на што ширу видљивост предузиманих потрошачких радњи, које ће кориснике издвојити као актуелне. Сходно томе, засигурно можемо рећи да је једна од доминантних карактеристика виртуелног идентитета – *потрошачка*. Међутим, уже сагледано, не можемо издвојити позитивне карактеристике виртуелног идентитета у оквиру потрошачке културе. Одлика конзумеристичког доба је позив на безграничну, бесмислену потрошњу и у таквим околностима је знатно ограничен развој идентитета ка смеру добробити друштва и човечанства. „Као што је и раније речено, супротно декларативним обећањима из реклама (којима се нашироко верује), суштина конзумеризма није *задовољавање* жеља, већ *подстицање* жеље за што више нових жеља – по могућству жеља које у принципу није могуће утолити“ (Bauman, 2009, str. 113).

Закључна разматрања

Разматрајући идентитет савременог дигиталног друштва, једно од основних тумачења би било да друштвене мреже доприносе дубоким трансформацијама идентитета. Кретање се одвија ка отвореном и динамичном окружењу у коме појединци попримају нове карактеристике, као саставни део идентитета. Промене се одвијају у виду последице све распрострањеније културе глобалних трендова на друштвеним мрежама, која је подржана и начелима потрошачке културе.

Идентификовани Интернет трендови указују на друштвено стање које не одликује одрживи смерни развој савременог појединца и човечанства. Анализом конкретних трендова издвојене су негативне карактеристике виртуелног идентитета. Наиме, показано је да *селфи* тренд креира нарцисоидне карактеристике, док се у оквиру *тренда објављивања животног стила* кристалише једнолично понашање које исходује шаблонизованим виртуелним идентитетима. У датим околностима је упитно колико индивидуа има моћ самоуправљања и креирања сопствених животних образаца. Присвајањем глобалне културе трендова која управља виртуелним идентитетима отвара се и питање одсуства самосвести и припадности, што може угрозити национални, верски и друге врсте традиционалног идентитета. У том контексту можемо констатовати да је друштво данашњице „поробљено у мрежу“ виртуелне заједнице.

Потрошачки тренд је још један од доминантних у умреженом друштву. У сржи овог тренда је константна и ирационална потрошња којом се дефини-

ше менталитет да се куповином производа/услуга постиже високи друштвени статус и успех. У таквом потрошачком окружењу чији су чиниоци агресивно промовисани посредством доминантних друштвених мрежа, кристалишу се духовно сиромашне карактеристике личности, које потискују моралне и изворне вредности, а оживљавају материјалистички поглед који можемо одредити утопијским.

Дакле, једна од основних смерница виртуелног идентитета је потрошачка култура. Наведени правац успостављају, великим делом, „звезде“ нове културе. Наиме, савремени виртуелни идентитети се групишу унутар Интернет заједнице према критеријумима које диктирају инфлуенсери, људи чије се занимање назива „*Life coach*“ и лидери мишљења. Они, попут „звезде водиле“, диктирају посредством Интернета животни стил, начин потрошње, понашања, навике – чиме моделују виртуелни идентитет. Процеси промоције и спровођења циљева потрошачке културе утичу негативно и стварањем конфузних стања приликом одабира производа/услуга, услед велике понуде. На тај начин долази до стања „когнитивне дисонанце“, које производи нелагодни осећај и може резултирати кризом идентитета.

Глобални Интернет трендови и промоција потрошачке културе на мрежи постају све више водила савременог друштва. Њихова моћ је у усмеравању онлајн и офлајн радњи, те се на њеним темељима, између осталог, заснива и доминација виртуелног идентитета. Закључно тумачење је и да се офлајн и онлајн радње прожимају, односно да се, са аспекта трендова, предузимају радње у реалности како би биле промовисане на мрежи. У складу са тим се отвара и питање утицаја виртуелног идентитета на традиционални идентитет и живот у реалности. Сумирајући образложену проблематику, закључак је да савремено друштво присуствује *доказивачкој* култури која удаљава друштво од вредности на којима је заснован просперитет глобалне заједнице. У складу са тим, у раду су идентификовани негативни утицаји као последица глобалних трендова и потрошачке културе на друштвеним мрежама.

Стога, важно је критиковати и указивати на негативне аспекте друштвених мрежа, како би идентитети, као стубови личности, били стабилнији у будућности. Виртуелни идентитет заузима све доминантнију позицију и неопходна су изучавања са различитих аспеката у оквиру дигиталне сфере. Научним истраживањима би се морало предочити актуелно стање у сврху видљивости проблема и њихових могућих решења.

Литература

- Bauman, Z. (2009). *Fluidni život*. Novi Sad: Mediterran Publishing.
- Bokšan, M., Rajković, T., Kostić-Stanković, M. & Lečić-Cvetković, D. (2020) Uticaj influensera na internet preduzetništvo. Slović, D., Stojanović, D. *XII Skup privrednika i naučnika - Lin transformacija i digitalizacija privrede Srbije*, str. 115–122. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka.

- Castells, M. (2014). *Moć komunikacija*. Beograd: Clio.
- Čeko, M. (2018). Potrošački identitet savremenog čovjeka. *Sociološki diskurs*, 8(15), str. 105–119.
- Čolić, S. (2008). Sociokulturni aspekti potrošnje, potrošačke kulture i društva. *Društvena istraživanja. Časopis za opća društvena pitanja*, 17(98), str. 953–973.
- Gluhović, N. (2019). Uticaj kognitivne disonance na ponašanje potrošača. *Journal of Faculty of Economics Brcko*, 13(1), str. 37–43.
- Krčalo, N., Džafić, A. (2017). Identitet u savremenoj državi. *Administration/Uprava*, (2), str. 135–149. Dostupno na: <https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=679300> (Pristupljeno april 2025).
- Krivokapić, N. (2008). Slobodno vrijeme i masovna potrošačka kultura. *Sociološka luča*, 2(1), str. 62–79.
- Lamba, H., Bharadhwaj, V., Vachher, M., Agarwal, D., Arora, M. & Kumaraguru, P. (2016). Me, myself and my killfie: Characterizing and preventing selfie deaths. *arXiv preprint arXiv:1611.01911*. Dostupno na linku: <https://arxiv.org/pdf/1611.01911> (Pristupljeno april, 2025).
- Levak, T., & Barić Šelmić, S. (2018). Escaping the “virtual promenade – new trends in use of social networks by members of generation “Z”. *Media, Culture and Public Relations*, 9, (1–2), str. 37–55.
- Maslov, G. (2009). Jean Baudrillard and Slavoj Zizek on Consumer Society. *Revija za Sociologiju*, 40(1–2), 95–120.
- Mitrović, Lj. (2008). *Geokultura razvoja Balkana, identiteti i kultura mira*. Niš: Filozofski fakultet u Nišu.
- Mitrović, Lj. (2008). Manuel Kastel’s Paradigm of the way of the Information of the Development and the Network Society. *Ekonomika, Journal for Economic Theory and Practice and Social Issues*, 54, 27–29.
- Митровић, Љ. (2022). *Социолошке маргиналије на савремене теме II*. Нови Сад: Прометеј.
- Ранђеловић, Д. Ј., Минић, Ј. & Ранђеловић, К. (2021). Национали идентитет средњошколаца у Републици Србији“. *Социолошки преглед*, 55(3), 1018–1054.
- Stanojević, M. (2011). Marketing na društvenim mrežama. *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 5(10), str. 165–180.
- Stojanović, R. & Panić, S. (2019). Umeće slušanja u poslovnoj komunikaciji. Ćirović I. (ur), *11th International Scientific „Conference Science and Higher Education in Function of Sustainable Development“*, str. 6–12. Užice: College of Applied Sciences.
- Стојановић Прелевић, И. (2019). Селфији политичара на друштвеним мрежама: улога и естетика. У Ђигић, Г., Милошевић Радуловић, Л., *Наука и савремено универзитет*, 8. *Наука и савремено друштво*, књига 1, стр. 167–177. Ниш: Филозофски факултет.
- Trandafilović, I., Radonjić, A. & Filipović, T. (2015). Karakteristike i posledice potrošačkog društva. *Ekonomski signali: poslovni magazin*, 10(1), str. 79–88.
- Vukadinović, M. (2013). *Zvezde supermarket kulture*. Beograd: Clio.

- Vuković, D., Etinger, D. & Plenar, S. (2022). Utjecaj društvenih mreža na potrošačko ponašanje generacije "Z". Tomić, D., Stjepanović, S. *Zbornik studentskih radova*, str. 69–84. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
- Welsby, P. & Cheung, B. M. (2023). ChatGPT. *Postgraduate Medical Journal*, 99(1176), 1047–1048.

CHARACTERISTICS OF VIRTUAL IDENTITY IN THE CONTEXT OF DOMINANT SOCIAL NETWORKS

Nikola Dojčinović, Ana Jevtović

Department of Communicology and Journalism, Faculty of Philosophy,
University of Nis, Serbia
Institute for Political Studies, Serbia

Abstract

In the modern conditions of the networked global Internet community, virtual identity is becoming more and more a dominant individual characteristic. The paper firstly focuses on the study of virtual identity in the context of global Internet trends, promoted on social networks. The current state of the networked society is reflected in the perfidious imposition of behavior and lifestyle (by opinion leaders, influencers...), and the challenges of the digitalized society and significant identity transformations are described. Then, the trends that direct the way of using social networks are shown and described. Based on the identified and analyzed trends, the characteristics of the virtual identity, which were shaped by the strategies of trendy culture, were singled out.

Given that networking processes are increasingly under the influence of consumer culture, the authors focus in the second part of the paper on the analysis of virtual identity within consumer principles, creating a thread that connects trade and consumer culture.

Analyzing specific trends identified narcissistic characteristics and monotonous behavior resulting from stereotyped identities. In the context of the consumer trend promoted on social networks, spiritually impoverished personality characteristics are crystallized, which suppress moral and original values, by reviving a materialistic view that can be defined as utopian. The authors write a review in the context of the thematic issues of the work and the factors that influence the identity crisis, as well as the passivization of traditional cultural identities.

Keywords: virtual identity, social networks, Internet trends, consumer culture

RECEIVED: 16.02.2025.

REVISION RECEIVED: 12.03.2025.

ACCEPTED: 17.03.2025.

dojchinovic.nikola@gmail.com

PRIMENA VEŠTAČKE INTELIGENCIJE U EKONOMIJI SRBIJE: DOMETI I OGRANIČENJA

Ivana Božić Miljković¹*
Univerzitet Metropolitan, Beograd, Srbija

Sažetak

U savremenoj privredi, digitalna transformacija i primena tehnologija veštačke inteligencije predstavljaju generatore razvoja preduzeća i determinante unapređenja poslovnih performansi. Uprkos činjenici da su konkurentnost preduzeća na tržištu, kao i opstanak i razvoj uslovljeni tehnološkom modernizacijom, u srpskim preduzećima je primena tehnologija i alata veštačke inteligencije na početku razvoja. Zastoj u modernizaciji ima opravdanje u nedostatku finansijskih sredstava, zastareloj tehnološkoj infrastrukturi preduzeća i nedostatku kvalifikovane radne snage. Takođe, prisutne su i dileme pravne i etičke prirode poput zabrinutosti zbog zaštite podataka i privatnosti i brige za očuvanjem radnih mesta. Poseban problem je nepostojanje zakonske regulative za oblast primene veštačke inteligencije. Cilj ovog rada je da ukaže na značaj uvođenja tehnologija veštačke inteligencije u proces poslovanja preduzeća, ukaže na domete koji su u tom pogledu postignuti u Srbiji i analizira ograničenja i moguća rešenja za obezbeđenje održivog rasta u budućnosti.

Cljučne reči, veštačka inteligencija, digitalna transformacija, privreda Srbije, konkurentnost.

Uvod

Četvrta industrijska revolucija promovisala je veštačku inteligenciju kao tehnologiju opšte namene sa potencijalom za masovnu primenu u gotovo svim oblastima života i rada. Sa aspekta istraživanja potencijala i efekata korišćenja veštačke inteligencije posebno je interesantna njena primena u ekonomiji. Poslednjih decenija, pod uticajem procesa globalizacije, ekonomija je i u teoriji i u praksi pretrpela velike promene. Primena alata veštačke inteligencije je promenila način na koji se odvijaju proizvodnja, potrošnja, trgovinske i finansijske transakcije. Savremena ekonomija napušta koncept masovne proizvodnje i teži industriji sa dodatom vrednošću, što znači da je, jednako kao proizvodnja važna i vrednost koju neka industrija stvara za individualnog

¹ Autor za korespondenciju: iboziemiljkovic@gmail.com

Rad citirati kao: Božić Miljković, I. (2025). Primena veštačke inteligencije u ekonomiji Srbije: dometi i ograničenja. *Godišnjak za sociologiju*, 21 (34): 45–58.

*  <https://orcid.org/0000-0002-3311-7841>

potrošača (Topleva, 2018, str. 41). Od industrije se danas zahteva da bude automatizovana, održiva i integrativna, da ima veću operativnu efikasnost i rezilijentnost. Resursi kao što su veliki podaci i veštačka inteligencija to mogu da obezbede. Zahvaljujući primeni veštačke inteligencije u privrednim aktivnostima omogućena je automatska i fleksibilna adaptacija lanaca proizvodnje, kao i praćenje sinhronizacije rada sektora preduzeća i fazne proizvodnje proizvoda; olakšanje komunikacije između sektora, proizvoda i mašina; primena paradigme interakcije čovek-mašina (HMI); optimizacija proizvodnje uz podršku IoT-a i obezbeđenje novih vrsta usluga i poslovnih modela interakcije u lancu vrednosti (Masood & Sonntag, 2020, p. 2).

Intenzivno usvajanje savremenih visokosofisticiranih tehnologija nije automatski proces, već ono zahteva dinamične kompanije koje imaju kapacitete za njihovo brzo apsorbovanje i radnu snagu sa veštinama i znanjem koje omogućava njihovu efikasnu primenu. Primena veštačke inteligencije nudi ogromne mogućnosti za unapređenje poslovnih procesa, smanjenje troškova i povećanje produktivnosti, a glavni izazovi za njenu primenu su u domenu etike, bezbednosti i zakonske regulative (Broekhuizen et al., 2023, 128). U privredi Srbije, veštačka inteligencija je u početnoj fazi implementacije. Efekti njene primene u ekonomskim aktivnostima vidljivi su u povećanju produktivnosti i efikasnosti proizvodnje, kao i u optimizaciji i automatizaciji širokog spektra poslovnih procesa. Oblasti u kojima je primena veštačke inteligencije našla svoje mesto i široku primenu su e-trgovina, online realizacija plaćanja, korišćenje cloud servisa, automatizacija proizvodnih procesa, marketing, korišćenje sistema poput ERP, CRM i sl. (Stefanović, Đorđević, Milosavljević & Đonović, 2021, 24–25).

Treba napomenuti da Srbija ne poseduje značajne kapacitete za proizvodnju tehnologija veštačke inteligencije, već primenjuje uvezena rešenja i razvija proizvode na bazi primene veštačke inteligencije. Tome doprinose brojna ograničenja i izazovi koji stoje na putu, kako razvoju domaćih tehnoloških rešenja, tako i široj primeni najsavremenijih svetskih tehnoloških dostignuća. Ti izazovi su uslovljeni najpre odsustvom zakonske regulative u oblasti proizvodnje i primene veštačke inteligencije, a zatim i finansijskim, tehničkim i infrastrukturnim ograničenjima. Odsustvo zakonske regulative nije izazov koji je svojstven samo Srbiji već je prisutan i u većini ekonomski razvijenih zemalja koje proizvode tehnologiju veštačke inteligencije. Izuzetak čini Evropska unija koja je donela zakon o veštačkoj inteligenciji i isti je stupio na snagu 01.08.2024. godine (EU, 2024). U ostalim zemljama, uključujući i Srbiju, regulacija se još uvek sprovodi posredstvom zakona koji regulišu privatnost i zaštitu informacija. Osim pomenutog, postoji još niz izazova koji prate uvođenje i primenu veštačke inteligencije u Srbiji. Najveći izazov predstavlja finansiranje, odnosno troškovi implementacije tehnologije koja se zasniva na veštačkoj inteligenciji, zatim, nedostatak znanja i veština u pogledu korišćenja mogućnosti koje pruža veštačka inteligencija, usklađenost i integracija sa postojećim sistemima i pronalaženje relevantnih partnera i rešenja (ICT Hub, 2024, str. 27).

Budući ekonomski razvoj Srbije uslovljen je njenim angažovanjem u praćenju međunarodnih dostignuća i regulativa kao i učešćem u kreiranju regionalnih strategija vezanih za primenu veštačke inteligencije. Takođe, poželjan je proaktivan pristup u pogledu informisanosti i implementacije savremenih tehnoloških dostignuća. Proaktivan pristup podrazumeva podsticanje inovacija i istraživačkih projekata u oblasti

veštačke inteligencije, automatizacije i digitalizacije poslovnih procesa, obuku radne snage i ulaganje u infrastrukturu koja podržava primenu i integraciju novih tehnologija u poslovanju (Baptista et al., 2020, p. 4; Duolin, W. 2023, pp. 22–23). Odsustvo proaktivnog pristupa imalo bi za posledicu gubitak sredstava od potencijalnih investitora – investicije se usmeravaju u ona tržišta koja imaju kapacitete da brzo usvajaju nove tehnologije, zatim, smanjenu efikasnost poslovnih procesa uslovljenu njihovim zastarevanjem, smanjenje konkurentnosti i isključenje domaćih preduzeća iz globalnih poslovnih mreža kao što su globalni lanci proizvodnje i snabdevanja (Nguyen et al., 2022, p. 677).

Značaj veštačke inteligencije i primena u ekonomiji

Poslednjih godina došlo je do brzog razvoja veštačke inteligencije i njene primene u širokom spektru ekonomskih aktivnosti – od proizvodnih procesa, preko logistike, finansijskih transakcija, do načina upravljanja. Veštačka inteligencija je kreirana kao inteligentni sistem koji se u donošenju odluka, rešavanju problema i/ili razumevanju jezika ponaša kao čovek (Kahyaoglu, 2021, p. 11). U sferi ekonomije, najvidljiviji pomak u primeni tehnologija veštačke inteligencije i digitalizacije zabeležen je u maloprodaji i realizaciji finansijskih transakcija. Brza tranzicija u tehnologiji izmenila je mehanizme primena metoda putem kojih se odvijaju finansijske transakcije, kao i načine funkcionisanja, izdvojivši kao vodeće one koji su štedljivi u pogledu vremena koje je potrebno za obavljanje transakcije i efikasni u pogledu troškova (e-banking i povezane aplikacije pomoću kojih je moguće trenutno platiti proizvod ili uslugu). Primena veštačke inteligencije doprinela je brzom i efikasnoj analizi velikih finansijskih podataka, omogućila praćenje prihoda i troškova na nivou preduzeća, efikasno planiranje proizvodnje i alokaciju resursa. Takođe, razvoj industrije 4.0 rezultirao je tehnologijama kao što su mašinsko učenje, veliki podaci, automatizacija i robotika koji su našli primenu u organizaciji i optimizaciji lanaca snabdevanja i uspostavili nove obrasce trgovine (Zauškova et al., 2022, p. 257). Tehnologije koje su rezultat industrije 4.0 našle su primenu i u poljoprivrednoj proizvodnji. Praćenje useva u realnom vremenu, prikupljanje, obrada, čuvanje i poređenje podataka imaju značajnu ulogu u donošenju odluka vezanih za korišćenje obradivog zemljišta, setvu, oplemenjivanje biljaka i predikciju prinosa na godišnjem nivou, kao i u analizi postupaka koje je potrebno preduzeti da taj prinos bude veći (Prodanović et al., 2023, str. 86).

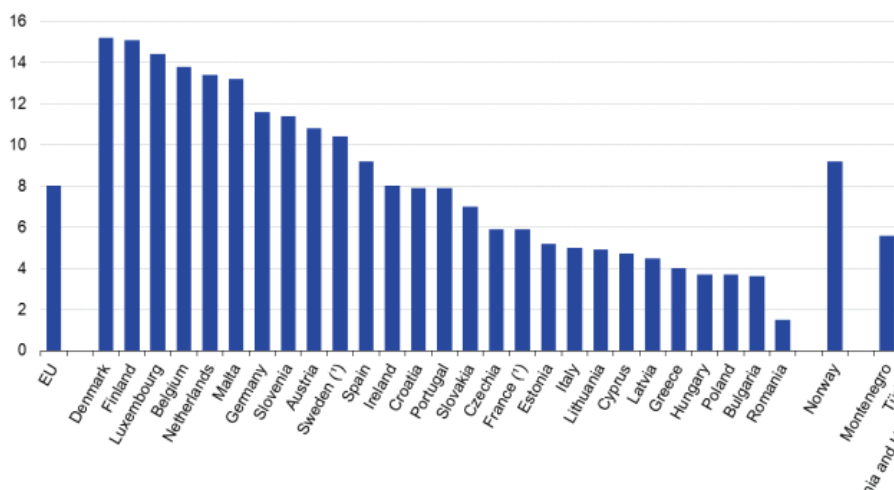
Savremena tehnologija bazirana na veštačkoj inteligenciji ima globalni značaj i u eri najnovije tehnološke revolucije tako što preoblikuje strukture i menja prioritete ekonomskih politika nacionalnih država. Da bi se iskoristio ogroman potencijal veštačke inteligencije, potrebno je stvoriti uslove za razvoj nacionalnih inovacionih kapaciteta i jačanje intelektualnog kapitala. Promene koje upotreba veštačke inteligencije nosi praćene su brojnim izazovima u vezi nivoa pouzdanosti i bezbednosti funkcionisanja tehnološki naprednih sistema. To se može postići usvajanjem strategija i novih propisa, koji će precizno definisati standarde, koje moraju da ispune aplikacije koje koriste veštačku inteligenciju. Kako mnoga pitanja vezana za upotrebu veštačke inteligencije do sada nisu bila

regulisana, neophodno je doneti propise koji će omogućiti kompanijama i pojedincima bezbedno korišćenje veštačke inteligencije i pravna sredstva za otklanjanje eventualnih negativnih posledica upotrebe ove tehnologije (Prlja et al., 2021, str. 7).

Podrazumeva se da implementacija i korišćenje alata veštačke inteligencije, za većinu zemalja predstavlja veliki izazov, posebno za one koje nemaju sopstvene kapacitete za njihov razvoj, već su upućene na uvoz iz razvijenih zemalja. Bilo da su zemlje proizvođači ili uvoznici, odnosno konzumenti savremenih tehnologija, njihov transfer, implementacija i korišćenje mora biti pravno regulisano. Regulatorna tehnologija (RegTech) definiše se kao informaciona tehnologija (IT) koja (a) pomaže firmama u upravljanju regulatornim zahtevima i obavezama u vezi sa usklađenošću identifikovanjem uticaja regulatornih odredbi na poslovne modele, proizvode i usluge, funkcionalne aktivnosti, politike, operativne procedure i kontrole; (b) omogućava usklađene poslovne sisteme i podatke; (c) pomaže u kontroli i upravljanju regulatornim, finansijskim i nefinansijskim rizicima i (d) vrši izveštavanje o regulatornoj usklađenosti (Butler i O'Brien, 2019).

Relevantnost koju primena veštačke inteligencije ima u ekonomiji razlikuje se između zemalja, a meri se brojem preduzeća koja su prihvatila i u svakodnevnom poslovanju koriste alate ove savremene tehnologije, odnosno procentualnim njihovim učešćem u ukupnom broju preduzeća. Prema podacima Eurostat koji su prikazani na Slici 1, Danska, Finska i Luksemburg su zemlje u kojima se nalazi najveći broj preduzeća koja su implementirala veštačku inteligenciju u svoje poslovne aktivnosti. U ovim zemljama preko 14% preduzeća koristi veštačku inteligenciju u svojim poslovnim procesima. Slede Holandija, Belgija i Malta sa više od 12% i Nemačka, Slovenija i Austrija sa više od 10% tehnološki modernizovanih preduzeća. Što se Srbije tiče, 2023. godine je nešto manje od 2% preduzeća koristilo prednosti veštačke inteligencije i po tome je ona, uz Rumuniju najniže kotirana zemlja. Poređenja radi, u Crnoj Gori, Bosni i Hercegovini i Turskoj, učešće preduzeća koja koriste alate veštačke inteligencije je preko 5%.

Slika 1: Preduzeća koja koriste tehnologiju veštačke inteligencije (u %) 2023. godine



Izvor: EUROSTAT, 2024 https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Use_of_artificial_intelligence_in_enterprises

Očigledno je da se veštačka inteligencija razvija veoma brzo i postaje ključni faktor za unapređenje industrijskih procesa širom sveta. U poređenju sa razvijenim zemljama Evrope, u Srbiji se može reći da je veštačka inteligencija u početnoj fazi implementacije i primenjuje se na bazičnom nivou sa ciljem automatizacije procesa koji bi za rezultat imali povećanje efikasnosti i smanjenje troškova proizvodnje.

Regulatorni okvir i strateške inicijative za digitalnu transformaciju u Srbiji

Od '90-tih godina prošlog veka, Srbija je kao zemlja u tranziciji, bila suočena sa različitim izazovima procesa transformacije privrede. Poslednjih godina, veoma važna komponenta tog procesa je digitalna transformacija koja je nastala kao rezultat globalnog trenda i prepoznavanja činjenice da je jačanje proizvodnog i inovacionog kapaciteta i konkurentnosti privrede uslovljeno dinamikom digitalne transformacije. Međutim, digitalna transformacija je kompleksan proces koji podrazumeva upotrebu digitalnih tehnologija za stvaranje „poremećaja“ koji prisiljavaju organizacije da naprave strateške promene u načinu na koji kreiraju vrednost. Međutim, ovaj proces takođe zahteva upravljanje strukturalnim promenama i organizacionim barijerama koje mogu ili olakšati ili otežati uspeh digitalne transformacije (Vial, 2021, p. 19). Implementacija procesa digitalne transformacije može u nekim preduzećima biti sprovedena delimično, na nivou automatizacije proizvodnih procesa, integracije podataka ili logistike, ali češći je slučaj njene vertikalne primene koja osim proizvodnih procesa, redefiniše i način rukovođenja i korporativnu kulturu. Pritom, digitalna transformacija nije jednokratna, već evolutivan proces, koji zahteva revizije i unapređenja, s obzirom da se radi o tehnologijama čiji je vek aktuelnosti kratak, odnosno koje brzo zastarevaju i bivaju zamenjene novim, savremenijim tehnologijama.

Pored ogromnih potencijala i prednosti od digitalne transformacije i primene veštačke inteligencije u poslovanju, korišćenje ovih alata nosi sa sobom i brojne rizike po prava i slobode građana. Primenom veštačke inteligencije mogu biti ugrožena različita prava, poput prava na slobodu, prava na zaštitu podataka o ličnosti, prava na privatnost itd. (Andonović, 2020, str. 118). Dinamika razvoja digitalnih tehnologija, razuđenost alata veštačke inteligencije i njihova sve šira primena, zahtevaju poštovanje etičkih načela, odnosno pravno uređenje i jasan strateško-pravni okvir koji će obezbediti maksimalno iskorišćenje benefita koje ove tehnologije nose i ujedno pružiti zaštitu prava koja mogu biti ugrožena pri implementaciji i korišćenju.

Uprkos prepoznavanju značaja digitalne transformacije za razvoj privrede i društva, u Srbiji je prvi pomak ka izradi formalne strategije koja će regulisati tu oblast načinjen 2010. godine donošenjem *Zakona o elektronskim komunikacijama* (Sl. Glasnik RS 44/2010). Osnovu pomenutog Zakona čini Digitalna agenda EU, odnosno, regulatorni okvir EU u oblasti elektronske komunikacije iz 2002. godine (Vukašinović Radojičić & Marković, 2019, str. 289). Najnovija verzija Zakona usvojena je 2023. godine (Sl. Glasnik RS 35/2023), a obuhvata pitanja vezana za dalji proces modernizacije informatičko-komunikacione infrastrukture koja će, između

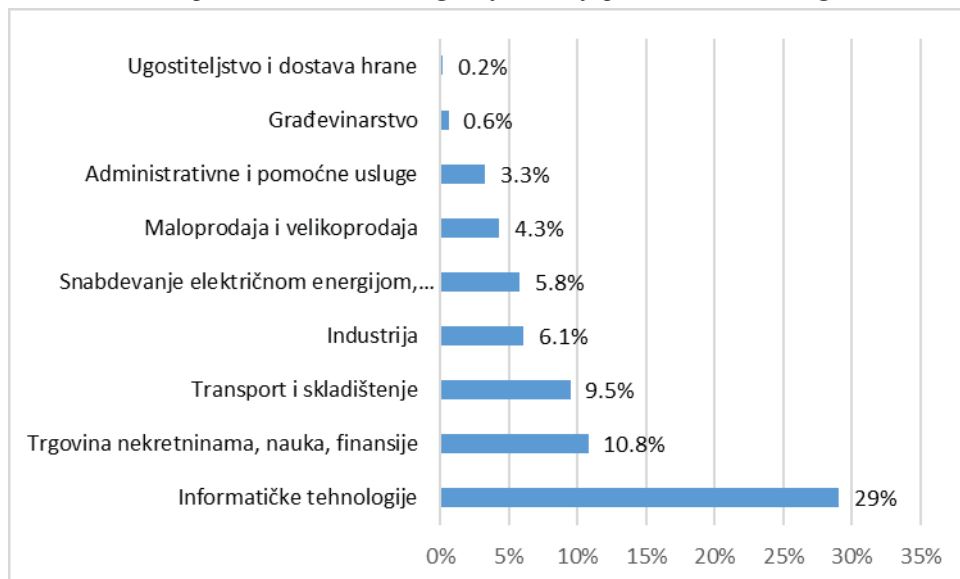
ostalog, biti i u funkciji efikasnijeg i bržeg razvoja privrede (na primer, stvaranje preduslova za uvođenje i razvoj 5G mreža; jačanje tržišne konkurencije u savremenim uslovima; jačanje prava krajnjih korisnika, kako bi im se omogućio što veći izvor usluga uz konkurentne cene i sl.) (*Zakon o elektronskim komunikacijama*, Sl. Glasnik RS 35/2023). Strateški okvir digitalne transformacije čini i Strategija razvoja digitalnih veština u Republici Srbiji za period od 2020. do 2024. godine (Sl. Glasnik RS, 21/2020; 8/2023) i *Akcioni plan za sprovođenje strategije razvoja digitalnih veština u Republici Srbiji za period od 2020. do 2024. godine u periodu od 2023. do 2024. godine* (Sl. Glasnik RS, 8/2023). U pogledu regulisanja primene veštačke inteligencije u privrednom i društvenom životu, 2019. godine je usvojena prva *Strategija razvoja veštačke inteligencije za period od 2020. do 2025. godine* (Sl. Glasnik RS 73/19). Ovom Strategijom je postavljena osnova razvoja veštačke inteligencije i definisani su pravci njenog razvoja. Uloga ove Strategije je da kreira stimulativni ambijent za razvoj nauke i inovacija u oblasti veštačke inteligencije koji će generisati razvoj ekonomije zasnovane na veštačkoj inteligenciji i doprineti tome da Srbija, u pogledu modernizacije poslovanja, ne zaostaje za razvijenim zemljama Evrope. Nova *Strategija razvoja veštačke inteligencije za period od 2025. do 2030. godine* usvojena je januara 2025. godine (Sl. Glasnik RS 5/25). Strategija donosi nove mere za kontinuirani razvoj veštačke inteligencije u Srbiji u skladu sa aktuelnim globalnim trendovima. Pomenute Strategije su okosnica regulisanja veštačke inteligencije u Srbiji, s obzirom da *Zakon o veštačkoj inteligenciji* još uvek nije donet. Evropska unija je jula 2024. godine usvojila *Zakon o veštačkoj inteligenciji* (EU, 2024) i njime se uspostavlja i reguliše sistem njenog razvoja, implementacije i korišćenja. Ovaj zakon predstavlja okvir za domaće zakonodavstvo i model za što skoriju regulativu u ovoj oblasti. Izazov sa kojim se mogu susresti donosioci odluka u procesu kreiranja, usvajanja i implementacije zakona, strategija i drugih akata, jeste taj što je oblast veštačke inteligencije jako dinamična, veoma brzo se razvija i promene koje donosi su intenzivne i kontinuirane, tako da se postupak usvajanja i revizije jednom donetih zakona mora odvijati tako da prati dinamiku razvoja veštačke inteligencije i sve novine koje ona donosi u svakoj oblasti gde se primenjuje.

Stilizovane činjenice o primeni veštačke inteligencije u Republici Srbiji

Korišćenje sistema veštačke inteligencije u poslovanju preduzeća, postalo je determinanta njihovog opstanka i uslov uspeha na tržištu. Primenu veštačke inteligencije u širem opsegu poslovnih aktivnosti u Srbiji prati izvestan oprez i neravnomernost u dinamici implementacije u čijoj su osnovi prepreke objektivne prirode poput visokih troškova uvođenja i nedostatka visokokvalifikovane radne snage. U Srbiji je 2021. godine 0,90% preduzeća koristilo veštačku inteligenciju u svojim poslovnim aktivnostima, 2023. godine 1,82%, a 2024. godine čak 6,95% preduzeća je poslovanje zasnivalo na upotrebi najsavremenijih tehnologija (EUROSTAT, 2024). Sektori u kojima postoji primena sa vidljivim i značajnim efektima su informisanje i

komunikacije, finansijske delatnosti, trgovina na veliko i malo, trgovina nekretninama, snabdevanje električnom energijom, gasom, parom i klimatizacija, obrazovanje i sl. Sektori privrede u kojima je primena veštačke inteligencije još uvek simbolična su rudarstvo, usluge smeštaja i ishrane, prerađivačka industrija i dr.

Slika 2: *Upotreba veštačke inteligencije u Srbiji po sektorima 2024. godine*



Izvor: EUROSTAT, 2024 https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_eb_ai/default/table?lang=en

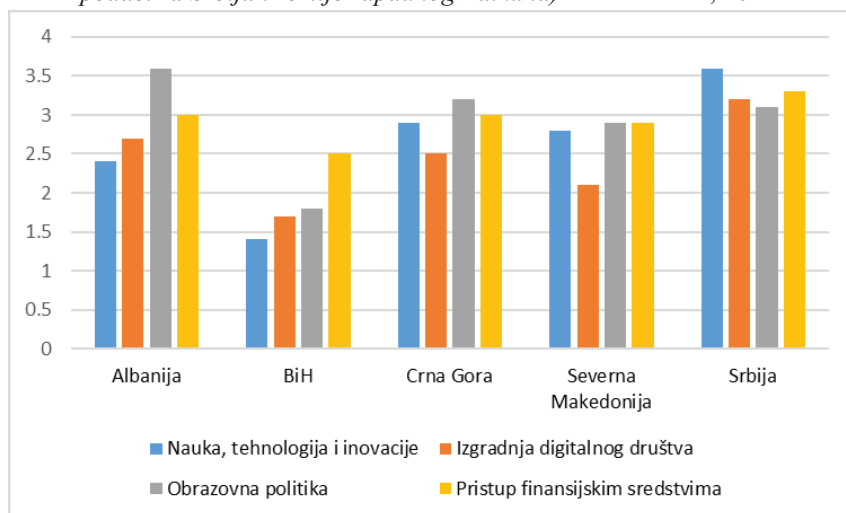
Potencijal preduzeća za implementaciju veštačke inteligencije u sistem poslovanja podrazumeva sveobuhvatan pristup internetu kao i visok nivo digitalne pismenosti koji tu implementaciju omogućava. Srbija je od 2020. godine postigla visok nivo pristupa internetu među preduzećima, dostižući stopu od 100%, ali sa druge strane, samo 45,73% korisnika interneta je zapravo digitalno pismeno (Bjelić, Kastratović, Rajković, 2024, str. 31; RZS, 2023). Otvorenost ka novim znanjima i veštinama je preduslov za digitalnu pismenost određene zemlje i njenu spremnost da prihvati i ovlada najmodernijim tehnologijama. Pomenuti stepen spremnosti preduzeća moguće je izmeriti i kvantitativno izraziti pomoću indeksa spremnosti za veštačku inteligenciju Oxford Insights, (2025). Indeks analizira 40 indikatora sistematizovanih kroz tri stuba: Vlada, Tehnološki sektor i Podaci i infrastruktura. Indikatori ukazuju na dostignuti stepen zrelosti privatnog sektora i društva za primenu tehnologija koje u osnovi imaju veštačku inteligenciju. Indeks je kompozitni što znači da je multidimenzionalan i predstavlja agregatnu meru kombinacije složenih fenomena koji su vezani za posmatranu pojavu i koji definišu njegovu konačnu kvantitativno izraženu vrednost (Booyesen, 2002, p. 115).

Prema Indeksu spremnosti za veštačku inteligenciju Srbija je, u 2020. godini bila rangirana na 46. mestu od 172 države, pozicionirajući se ispred Albanije, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Severne Makedonije, ali i Bugarske, Hrvatske i Rumunije (Krivoka-

pić & Nikolić, 2022, str. 94). Istraživanje je već 2024. godine prošireno na 194 zemlje, pri čemu su stubovi istraživanja, Vlada, Tehnološki sektor i Podaci i infrastruktura, ostali nepromenjeni u odnosu na prethodno posmatrani izveštaj. Prema izveštaju iz 2024. godine, Srbija se nalazi na 58. mestu i njena pozicija se, uzevši u obzir broj zemalja obuhvaćenih istraživanjem, nije značajno promenila. Kao što je već pomenuto, istraživanje je 2020. godine obuhvatilo 172 zemlje, dok je u 2024. godini prošireno na 194. Ovaj širi okvir znači da je konkurencija postala veća, jer su u indeks ušle nove zemlje, a postoji mogućnost da su zemlje koje su ranije bile van fokusa, zahvaljujući performansama vezanim za infrastrukturu i politiku korišćenja veštačke inteligencije, dospele na više pozicije. Redosled zemalja na rang listi koje su lošije kotirane od Srbije ostao je nepromenjen, sa izuzetkom Bugarske koja sada ima bolji skor od Srbije u pogledu spremnosti za prihvatanje veštačke inteligencije (Oxford Insights, 2025). Takođe, razlog promenjene pozicije Srbije na listi zemalja prema spremnosti za veštačku inteligenciju delimično je i rezultat javnih politika. Ulaganja u digitalnu infrastrukturu, istraživanja i inovacije u oblasti veštačke inteligencije nisu dovoljna da Srbiji obezbede konkurentniju poziciju u odnosu na druge posmatrane zemlje. Srbija ima potencijal u oblasti razvoja obrazovanja i tehnologije, međutim, razvoj veštačke inteligencije zahteva saradnju sa globalnim tehnološkim centrima i kompanijama, kao i adaptaciju savremenih tehnologija.

Napredak u procesu digitalne transformacije i prihvatanju veštačke inteligencije može se meriti i analizom indikatora iz Globalnog indeksa konkurentnosti koji je izrađen od strane OECD za zemlje zapadnog Balkana (OECD, 2024). Odabrani indikatori su Nauka, tehnologija i inovacije, Stvaranje digitalnog društva, Obrazovna politika i Pristup finansijskim sredstvima. Skor po svakom indikatoru je prikazan za Srbiju i za zemlje zapadnog Balkana, tako da su dati uporedni podaci. Vrednost svakog indikatora se kreće u rasponu od 0 do 5, gde 0 znači najniži, a 5 najviši skor po određenom indikatoru.

Slika 3: Odabrani indikatori iz Indeksa globalne konkurentnosti koji opisuju rezultat postignut u digitalnoj transformaciji i prihvatanju veštačke inteligencije 2024. godine (uporedni podaci za Srbiju i zemlje zapadnog Balkana) Izvor: OECD, 2024.



Na osnovu prezentovanih podataka, može se zaključiti da je Srbija, u odnosu na druge zemlje zapadnog Balkana, bolje rangirana po gotovo svim sagledanim indikatorima, s izuzetkom obrazovne politike, u kojoj su Albanija i Crna Gora postigle bolji rezultat. Posebno se ističe napredak Srbije u izgradnji digitalnog društva, pri čemu je postignut značajan napredak u širenju infrastrukture širokopojasnog interneta, uključujući proširenje pristupa optičkoj mreži u ruralnim područjima, koji je porastao sa 74% u 2021. na skoro 80% do 2023. godine (OECD, 2024). Takođe, Srbija se izdvaja među ekonomijama zapadnog Balkana po tome što najveći procenat pojedinaca i preduzeća koristi internet za interakciju sa državnom upravom. Srbija se, među zemljama zapadnog Balkana prepoznaje i kao pionir u primeni novih tehnologija, poput veštačke inteligencije, što potvrđuje osnivanje Instituta za istraživanje i razvoj u ovoj oblasti 2021. godine (sl. Glasnik RS, 24/21). U kontekstu razvoja nauke, tehnologije i inovacija, Srbija ulaže značajna sredstva u izgradnju Naučno-tehnoloških parkova, ali izdvajanja iz budžeta za razvoj nauke i tehnologije i dalje ostaju skromna, sa 0,4% BDP-a u 2023. godini i 0,5% BDP-a u 2024. godini (RZS, 2024). Uprkos tome što ovi indikatori ukazuju na napredak u određenim aspektima digitalne transformacije, potrebno je dalje raditi na integraciji sistema veštačke inteligencije u privredu i društvo. U tom smislu, navedena analiza treba da pruži uvid u praznine koje još uvek postoje i da bude korisna donosiocima odluka koji su angažovani na ovom procesu.

Izazovi i mogućnosti implementacije veštačke inteligencije u preduzećima Srbije: Kretanje ka modernizaciji kroz tehnološke akvizicije i obuke radne snage

Prethodni indikatori pokazuju spremnost zemlje za korišćenje veštačke inteligencije i omogućavaju merenje učinka u procesu digitalne transformacije. Uprkos činjenici da je Srbija, po posmatranim parametrima dobro pozicionirana za korišćenje veštačke inteligencije u poslovnim aktivnostima, te mogućnosti nisu u dovoljnoj meri iskorišćene. U primeni tehnologija veštačke inteligencije prednjače velika preduzeća, dok mala preduzeća i ona koja se bave tradicionalnim delatnostima tek simbolično koriste prednosti modernih tehnologija. Prilagođavanje poslovnih procesa i sistema preduzeća savremenom poslovnom okruženju, za veliki broj preduzeća u Srbiji predstavlja izazov. Taj izazov je veći u slučaju malih i srednjih preduzeća koja se suočavaju sa nedostatkom finansijskih sredstava za nabavku, implementaciju i održavanje novih tehnologija, zatim sa nedostatkom kvalifikovane radne snage i nedostatkom infrastrukture unutar samih preduzeća koja bi podržala uvođenje i korišćenje tehnologija veštačke inteligencije. Istovremeno, savremeno tržište i potreba za unapređenjem konkurentnosti podrazumevaju kontinuiran tehnološki razvoj i praćenje aktuelnih trendova poslovanja što većini preduzeća stvara dodatni pritisak i nameće promenu strategije razvoja. U privredi Srbije veliki broj preduzeća nije u stanju da svoju konkurentnost temelji na razvoju inovativnosti (Mitrović & Mitrović, 2020, str. 25). Takvo stanje rezultat je dugog trajanja procesa tranzicije i

odsustva mehanizama koji bi stvorili ambijent za deljenje inovativnih ideja među kompanijama i stimulatивно uticali na veći nivo saradnje između istraživačkih instituta i privrede. Takođe, u većini domaćih preduzeća je primetno odsustvo motivacije za ulaganja u istraživanja i razvoj i to za posledicu ima diskontinuitet koji se često ne ogleda samo u razvoju i implementaciji inovacija već i u indiferentnom odnosu prema informisanosti o najnovijim trendovima u svetu u određenoj oblasti poslovanja (Božić Miljković & Stanišić, 2022, str. 232).

Jedan od ključnih načina za prevazilaženje prepreka u implementaciji tehnologija veštačke inteligencije može biti korišćenje *tehnoloških akvizicija*. Ove akvizicije predstavljaju efikasan način za brzu integraciju inovativnih tehnologija u poslovne modele preduzeća, čime se omogućava prevazilaženje tehnoloških praznina. Naime, tehnološke akvizicije podrazumevaju spajanje preduzeća koja poseduju specifične tehnologije i baze znanja sa onima koji žele da unaprede svoje inovacione kapacitete i performanse. Kroz ovaj proces, preduzeća mogu ubrzati implementaciju novih tehnologija i stvoriti konkurentne prednosti na tržištu (Dezi, Battisti, Ferraris & Papa, 2018; Cefis & Marsili, 2015).

Međutim, šira primena veštačke inteligencije, naročito u tradicionalnim industrijama, suočava se s ozbiljnim izazovima. Jedan od glavnih problema je *racionalizacija radnih mesta*, jer uvođenje AI tehnologija često podrazumeva smanjenje potrebe za ljudskim radom. Ova zabrinutost može usporiti proces integracije AI u preduzeća, jer radnici i menadžeri strahuju od gubitka radnih mesta. Ipak, ovo pitanje se može rešiti kroz *edukaciju i obuku radne snage*, što omogućava radnicima da se prilagode novim radnim mestima koja će nastati kao rezultat digitalne transformacije i primene AI tehnologija. Na taj način, uvođenje veštačke inteligencije može podstaći *stvaranje novih poslovnih modela i novih vrednosnih ponuda*, čime se doprinosi konkurentnosti preduzeća na tržištu.

Za srpske firme, koje se tek nalaze na početku modernizacije, važno je razumeti da u brzom globalnom okruženju, tehnološke promene nisu opcija, već nužnost. Ove promene moraju biti strateški vođene, kako bi preduzeća mogla da ostanu konkurentna i dugoročno uspešna.

Zaključak

Veštačka inteligencija predstavlja jednu od najbrže rastućih oblasti tehnologije, koja je sve više prisutna u svakodnevnom životu i poslovnim procesima. Poslednjih godina, veštačka inteligencija je umnogome promenila način na koji funkcionišu mnoge industrije. U ekonomiji, veštačka inteligencija nudi ogromne mogućnosti za unapređenje poslovnih procesa, u pogledu efikasnosti, smanjenja troškova i povećanja produktivnosti, ali takođe donosi brojne izazove u pogledu etike, sigurnosti i zakonodavstva. Srpska preduzeća ne koriste u dovoljnoj meri prednosti ovog načina modernizacije, iako su potencijali za implementaciju i korišćenje značajni, naročito u tradicionalnim procesnim industrijama. Da bi se stvorili uslovi da se tehnologija veštačke inteligencije implementira u punom kapacitetu, potrebno je da se prevaziđu

izazovi poput tehničke infrastrukture, nedostatka obrazovane radne snage i regulatornih prepreka. Jedan od načina za prevazilaženje ograničenja jeste tehnološka akvizicija. U narednim godinama, predviđa se da će veštačka inteligencija postati ključna determinanta konkurentnosti srpske industrije, posebno u kontekstu globalne digitalizacije i industrijske transformacije.

Literatura

- Akcioni plan za sprovođenje strategije razvoja digitalnih veština u Republici Srbiji za period od 2020. do 2024. godine u periodu od 2023. do 2024. godine, *Sl. Glasnik RS*, 8/2023.
- Akerkar, J. (2019). *Artificial Intelligence for Business*. Springer Brief Book Series. <https://link.springer.com/bookseries/8860>
- Andonović, S. N. (2020). Strateško-pravni okvir veštačke inteligencije u uporednom pravu. *Strani pravni život*, 3, 111–123. <https://doi.org/10.5937/spz64-28166>
- Ashri R. (2020). *The AI-Powered Workplace. How Artificial Intelligence, Data, and Messaging Platforms are Defining the Future of Work*. Berkeley, CA: Apress.
- Baptista, J, Stein, M.K., Klein, S, Watson-Manheim, M.B. & Lee, J. (2020). Digital work and organisational transformation: Emergent Digital/Human work configurations in modern organisations, *Journal of Strategic Information Systems*, 29(2) (2020), Article 101618, Doi: 10.1016/j.jsis.2020.101618
- Bjelić, P., Kastratović, R. & Rajković, M. (2024). Comparative Analysis of ICT Utilization in Trade: The Case of Serbia and Türkiye. 21st SCF International Conference „Implications of ICT Development for Sustainable Development in a Global Perspective“ Proceedings Book, e-book ISBN 978-625-94286-5-9 https://www.researchgate.net/publication/387377366_Comparative_Analysis_of_ICT_Utilization_in_Trade_The_Case_of_Serbia_and_Turkiye
- Booyesen, (2002). An Overview and Evaluation of Composite Indices of Development. *Social Indicators Research*. 59, 115-151. DOI: <http://dx.doi.org/10.1023/A:1016275505152>
- Božić Miljković, I & Stanišić, N. (2022). Inovacije i primena digitalnih tehnologija kao faktori unapređenja izvozne konkurentnosti Republike Srbije, Zbornik radova, Veselinović, P. (ed) *Institucionalne promene kao determinanta privrednog razvoja republike Srbije*, str. 229–250. Kragujevac: Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet.
- Butler, T., & O'Brien, L. (2019). Understanding RegTech for digital regulatory compliance. In Theo Lynn, T, Mooney, G. J., Rosati, P, & Cummins, M, (eds.) *Disrupting Finance. FinTech and Strategy in the 21st Century* (pp. 85–102). Cham: Palgrave Pivot.
- Cefis, E., Marsili, O. (2015) Crossing the innovation threshold through mergers and acquisitions. *Research Policy*, 44(3), 698–710.
- Dezi, L., Battisti, E., Ferraris, A. & Papa, A. (2018) The link between mergers and acquisitions and innovation: A systematic literature review. *Management Research Review*, 41(6), 716–752.
- Duolin, W. (2023) The Long-Term Impact of Digital Transformation on Businesses: The Lagging Effect of Digitalisation. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4591187> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4591187>

- EU (2024). *The EU Artificial Intelligence Act*. Available at <https://artificialintelligence-act.eu/>
- EUROSTAT (2024). Artificial intelligence by size class of enterprise. Available at https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_eb_ai/default/table?lang=en
- EUROSTAT (2024). *Use of artificial intelligence in enterprises*. Available at https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Use_of_artificial_intelligence_in_enterprises
- ICT HUB (2024). Primena veštačke inteligencije u kompanijama u Srbiji: Trenutno stanje, izazovi i prilike. Dostupno na: https://mcusercontent.com/f88f610ba4e9aaf-2d60527e23/files/0990e20d-a0d3-cf44-1395-b6a71283e12b/Primena_ves_tac_ke_inteligencije_u_kompanijama_u_Srbiji_2024..01.pdf
- Kahyaoglu, B. S. (ed) (2021). *The Impact of Artificial Intelligence on Governance, Economics and Finance*, Volume 1. Singapore: Springer.
- Krivokapić, Đ., & Nikolić, A. (2022). Regulisanje veštačke inteligencije – stanje i perspektive. *Revija Kopaoničke škole prirodnog prava*, 4(1), 93–111. <https://doi.org/10.5937/RKSPP2201093K>
- Marwala T. and Hurwitz E. (2017). *Artificial Intelligence and Economic Theory: Skynet in the Market*. Springer International Publishing AG.
- Masood, T. & Sonntag, P. (2020). Industry 4.0: Adoption Challenges and Benefits for SMEs. *Computers in Industry*, 121, Article ID: 103261. <https://doi.org/10.1016/j.compind.2020.103261>
- Mitrović, V & Mitrović, A. (2020). Politika inovacija poslovnih subjekata u industriji kao faktor održivog razvoja u tranzicionom okruženju. *Ekonomski signali*, 15(2), 31–47.
- Nguyen, T, Ngan, H. T. T, Nguyen, H & Anh, L. (2022). The Impact of Digital Transformation on the Economic Growth of the Countries, pp. 670–680. In: Ngoc Thach, N., Ha, D. T., Trung, N. D., Kreinovich, V. (eds). *Prediction and Causality in Econometrics and Related Topics. ECONVN 2021. Studies in Computational Intelligence*, vol 983. Cham: Springer Doi: 10.1007/978-3-030-77094-5_49.
- OECD (2024). The Competitiveness Data Hub covers six Western Balkan economies. Available at <https://westernbalkans-competitiveness.oecd.org/economies/>
- Oxford Insights (2025). *The Government AI Readiness Index 2024*. Available at <https://oxfordinsights.com/ai-readiness/ai-readiness-index/>
- Prlja, D, Gasmi, G. & Korać, V. (2021). *Veštačka inteligencija u pravnom sistemu EU*. Beograd: Institut za uporedno pravo.
- Prodanović, S, Luković, K. & Radinović, I & Suman, R. (2023). Primena veštačke inteligencije u oplemenjivanju poljoprivrednih biljaka. U: Perišić, V, Luković, K, Bratković, K. (ur.) *125 godina primenjene nauke u poljoprivredi Srbije*, str. 84–92. Kragujevac, 22. jun 2023. godine, Centar za strna žita I razvoj sela Kragujevac
- RZS (2023). Školska sprema, pismenost i kompjuterska pismenost. Dostupno na <https://www.stat.gov.rs/en-us/vesti/20230731-skolska-sprema-pismenost/>
- RZS (2024). *Vesti. Nauka, tehnologije, inovacije*. Dostupno na <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/vesti/?a=10&s=1001>
- Savović, S., Zlatanović, D. & Nikolić, J. (2021). Tehnološke akvizicije kao instrument

- podrške unapređenju inovativnog potencijala preduzeća. *Ekonomski horizonti*, 23(1), 3–18. <https://doi.org/10.5937/ekonhor2101003S>
- Stefanović, M. Đorđević, I., Milosavljević, N. & Đonović, A. (2021). *Analiza stanja inovacija i procesa digitalne transformacije u Republici Srbiji*. Beograd: NALED.
- Strategija razvoja digitalnih veština u Republici Srbiji za period od 2020. do 2024. godine. *Sl. Glasnik RS*, 21/2020; *Sl. Glasnik RS*, 8/2023.
- Strategija razvoja veštačke inteligencije za period od 2020. do 2025. godine, *Sl. Glasnik RS*, 73/2019.
- Strategija razvoja veštačke inteligencije za period od 2025. do 2030. godine, *Sl. Glasnik RS*, 5/2025.
- Thijs Broekhuizen, T., Dekker, H., de Faria, P., Firk, S., Nguyen, K. D. & Sofka, W. (2023). AI for managing open innovation: Opportunities, challenges, and a research agenda, *Journal of Business Research*, 167, 14–196. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114196>.
- Topleva, S. (2018). Industry 4.0: Transforming Economy Through Value Added. *Asian Journal of Economic Modelling*, 6, 37–46. [10.18488/journal.8.2018.61.37.46](https://doi.org/10.18488/journal.8.2018.61.37.46).
- Vial, G. (2021). Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda. In A. Hinterhuber, T. Vescovi, & F. Checchinato (Eds.), *Managing Digital Transformation* (pp. 13–66). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003008637-4>
- Vukašinović-Radojčić, Z. Z. & Marković, N. V. (2019). Izazovi primene savremenih informacionih tehnologija i reforma javne uprave u Republici Srbiji. *Правни живот*, 616(10), 285–297.
- Zakon o elektronskim komunikacijama, *Sl. Glasnik RS* 35/2023.
- Zakon o elektronskim komunikacijama, *Sl. Glasnik RS* 44/2010.
- Zaušková, A., Kusá, A., Kubovics, M., Ščepková, S., & Miklenčičová, R. (2022). Svest o Industriji 4.0 i njenim alatima širom V4 zemalja, Srbije i Bugarske. *Serbian Journal of Management*, 17(1), 253–264. <https://doi.org/10.5937/sjm17-36472>

APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE SERBIAN ECONOMY: ACHIEVEMENTS AND LIMITATIONS

Ivana Božić Miljković
Metropolitan University, Belgrade, Serbia

Summary

In the modern economy, digital transformation and the application of artificial intelligence technologies serve as key drivers of business development and determinants of improved business performance. Despite the fact that the competitiveness of companies in the market, as well as their survival and growth, are conditioned by technological modernization, the application of artificial intelligence tools and technologies in Serbian companies is still in its early stages. The stagnation in modernization is justified by the lack of financial resources, outdated technological infrastructure, and

a shortage of skilled labor. Additionally, there are legal and ethical concerns, such as data protection and privacy issues, as well as worries about job preservation. A particular challenge is the lack of legislative regulation regarding the application of artificial intelligence. The aim of this paper is to highlight the importance of introducing artificial intelligence technologies into business processes, examine the progress made in this regard in Serbia, and analyze the limitations and potential solutions to ensure sustainable growth in the future.

Keywords: artificial intelligence, digital transformation, Serbian economy, competitiveness

RECEIVED: 18.02.2025.

REVISION RECEIVED: 14.03.2025.

ACCEPTED: 21.04.2025.

ibozicmiljkovic@gmail.com

LJUBAV PREKO ŽICE: LJUBAVNE PREVARE U DOBA INTERNETA I DIGITALNIH MEDIJA

Mihajlo Lahtov^{1*}

Univerzitet Singidunum

Fakultet za medije i komunikacije, Beograd, Srbija

Sažetak

Ljubavne prevare u onlajn vezama su vrsta prevara zasnovanih na poverenju, u kojima sajber-kriminalci manipulišu romantičnim vezama na internet platformama za upoznavanje. Žrtve veruju da su u vezi (prijateljskoj ili romantičnoj), ali su zapravo prevarene kako bi poslale novac kriminalcima koji operišu na internetu. Ovaj oblik kriminala ne prouzrokuje samo finansijski gubitak, već često ostavlja žrtvu sa emocionalnim posledicama.

Rad analizira pojavu ljubavnih prevara u onlajn prostoru krajem prve decenije dvadeset i prvog veka i ispituje načine i faze u kojima se ove kriminalne aktivnosti odvijaju. Pokušava da objasni fenomen i sumira razloge zbog kojih su ove prevare danas veoma uspešne. Rad isto tako posmatra međuljudske odnose i njihovu dinamiku u kontekstu onlajn komunikacije, oslanjajući se na teoriju hiperpersonalnosti, kao i elemente komunikacije posredstvom kompjutera koje je razvio američki teoretičar Džozef B. Valter (Joseph B. Walther).

Iako postoji splet različitih kognitivnih i motivacionih razloga zbog kojih žrtve upadaju u zamku ljubavnog prevaranta, teza ovog rada je da je pojava interneta i novih digitalnih medija ključna za ekspanziju ovog tipa obmana. Samo zahvaljujući komunikaciji posredstvom kompjutera (KPK), koja omogućava isključivanje čitavog spektra gestova, ekspresija, pokreta i pogleda iz komunikacije, prevarant uspeva da obmane žrtvu kojoj nedostaju ključne informacije za donošenje promišljenih procena i odluka.

Ključne reči: Ljubavna prevara u onlajn vezama, internet prevare, komunikacija putem kompjutera.

Uvod

Prevara je trik, nepošteni način da se dođe do nekakve koristi. Prema *Rečniku srpskog jezika*, prevare su „reči ili dela kojima se namerno neko dovodi u zabludu, obmanjuje i sl. obično zbog koristi, obmana, podvala” (Rečnik srpskog jezika, 2011,

¹ Autor za korespondenciju: mihajlo.lahtov.20234003@fmk.edu.rs

Rad citirati kao: Lahtov, M. (2025). Ljubav preko žice: ljubavne prevare u doba interneta i digitalnih medija. *Godišnjak za sociologiju*, 21(34), 59–68.

*  <https://orcid.org/0009-0004-6927-8825>

str. 987). Prezare i obmane nisu nova pojava, ali činjenica je da su internet revolucija i novi, digitalni mediji, ponudili platformu kriminalcima da veoma lako stignu do potencijalnih žrtava i monetizuju svoje kriminalne ideje.

Društvene mreže, poput Fejsbuka, Tvitera, Instagrama, Tik-Toka, kao i ekspanzija sajtova za upoznavanje poput Tindera, omogućili su korisnicima da putuju bez da uopšte moraju spremati kofere. Ta eliminacija putovanja, ili da se stigne negde bez da uopšte mora da se polazi, ponudila je teleprisutnost u realnom vremenu, ali i mogućnost upoznavanja, časkanja i zaljubljivanja na velikim udaljenostima. Zaljubljivanja, nažalost, nisu uvek bila iskrena i prava, ili bar ne za sve učesnike u ljubavnoj vezi. Između 2007. i 2008. godine, pojavljuje se tip obmane, koji će kasnije u teoriji dobiti naziv – *ljubavna prevara u onlajn vezama* (online dating romance scam) (Whitty, 2013).

Ljubavne prevare u onlajn vezama su oblik socijalnog inženjeringa, u kojima kriminalci fingiraju početak onlajn ljubavne veze, obično putem veb sajtova za upoznavanje ili društvene mreže, ali sa namerom da prevare svoje žrtve i od njih iznude novac (Bilz, Shepherd & Johnson, 2023). Za žrtvu je sve do kraja veza autentična, što rezultira ne samo finansijskim gubitkom, nego i prouzrokuje veoma veliku emocionalnu štetu kod žrtava (Cross & Holt 2021, pp. 385–386). Koreni ovih prevara se mogu naći još u šesnaestom veku, u šemi „španski zatvorenik”, koja se, kako i ime sugerira, bazirala na iznudi novca od žrtve za oslobođenje ljubavnika iz zatvora (Cross & Holt 2021, p. 387).

Prema Moniki Viti (Monica Whitty), koja ovaj tip onlajn prevare prati od samog njegovog pojavljivanja, izvođenje ljubavnih prevara u onlajn vezama se obično odvija u više faza (Whitty, 2013). Ona je razvila *Model prevarantskog ubeđivanja* koji sadrži pet faza, uključujući kreiranje idealnog profila, proces šarmiranja (kreiranje poverenja), ubod (traženje novca), seksualno iskorišćavanje (onlajn seks) i otkrivanje (Whitty, 2013). Na samom početku prevarant postavlja atraktivan profil na nekoj društvenoj mreži ili na sajtu za upoznavanje. Profil je obično replika neke javne ličnosti ili figure autoriteta, ali može prikazivati i potpuno fiktivni identitet. Nakon kreiranja profila, prevarant kontaktira potencijalne žrtve i pokušava da ih namami da stupe u onlajn konverzaciju (Bilz, Shepherd & Johnson, 2023).

Prema Viti, vrlo brzo nakon uspostavljanja komunikacije, prevarant ubeđuje žrtvu da se prebace na drugi kanal, na primer SMS poruke, email ili instant poruke na nekim od mreža, kako bi se zaštitio od kontrole koje su uspostavljene na sajtovima za upoznavanje i društvenim mrežama (Whitty, 2013). Sledi faza pridobijanja poverenja, tokom koje se uspostavlja jaka, emocionalna veza, pre nego što kriminalac od žrtve zatraži novac u zajam, koji je obično potreban za prevazilaženje neke tragične situacije ili nekog problema (Whitty, 2013). Često je ovaj inicijalni zahtev test, da bi se procenilo koliko je žrtva spremna da odvoji od svog novca i koliko je potencijal u toj obmani (Whitty, 2013). Na kraju dolazi faza u kojoj se žrtvi konstantno traže različite sume novca sa raznim obrazloženjima, a prevara obično završava kada žrtve ostanu bez novca ili shvate da su bile žrtve prevare (Bilz, Shepherd & Johnson, 2023). Naravno, ne prolaze sve ljubavne prevare u onlajn vezama kroz svih pet faza. Ključna razlika između ove i drugih ljubavnih finansijskih prevara, je to što preva-

ranti u ljubavnim prevarama, nikad ne ostvaruju kontakt sa svojim žrtvama u realnom svetu, nego koriste samo percepciju veze u virtuelnom prostoru da bi iskoristili žrtvu (Whitty, 2013).

Fatalne ljubavi u onlajn okruženju

„Sve je počelo jednim ljubaznim pozdravom, a taj pozdrav posle godinu i po, koštao ju je 40.000 eura“ (Топалова, 2020). Ovako počinje TV prilog o usamljenoj ženi iz Skoplja, koja je svoju onlajn romansu skupo platila. Samo nakon kratkog vremena otkako je otvorila svoj prvi nalog na društvenim mrežama, dobila je poruku od jednog, kako ona kaže „atraktivnog Amerikanca“ balkanskog porekla. Njihov prijateljski odnos se razvijao postepeno, sve do momenta kada ju je on zamolio da mu pošalje pare kako bi došao u Skoplje. Iako je pare za kartu poslala, a Amerikanca nikad nije dočekala, Skopljanka je produžila slati novac za koji je prevarant uvek imao dobro smišljenu priču i razloge. Prevarena žena je razvila duboku emocionalnu vezu sa prevarantom i do samog kraja verovala da priča sa čovekom koji ima iskrene namere, a ne sa onlajn kriminalcem. Ona je upala u dugove da bi zadovoljila apetite svog „voljenog Amerikanca“, ali kada ja shvatila da je prevarena, zbog stida i mogućeg osuđivanja od strane okoline, porodice i prijatelja, slučaj nikad nije prijavila policiji.

U Izveštaju o internet kriminalu za 2023. godinu, FBI-ev Centar za prijavu internet kriminala (IC3) primio je 880.418 prijava, sa potencijalnim gubicima većim od 12,5 milijardi dolara – što predstavlja povećanje od gotovo 10% u broju prijava i povećanje od 22% u finansijskim gubicima u odnosu na 2022. godinu (FBI, 2024). Prevare zasnovane na poverenju i romantičnim vezama izazvale su značajne finansijske gubitke. U 2023. godini, 17.832 žrtve prijavile su ukupne gubitke veće od 650 miliona dolara (FBI, 2024). Međutim, ove brojke su verovatno potcenjene, jer kao što je to bio slučaj i sa žrtvom iz Skoplja, mnogi od slučajeva, naročito zbog osude okoline i porodice, ostaju neprijavljeni.

Najveći deo istraživanja ljubavnih onlajn prevara, u poslednjih deceniju i po, bilo je fokusirano na razloge njihove uspešnosti. Iako se ne fokusiraju izričito na ljubavne prevare u onlajn vezama, nego istražuju razloge za sve tipove onlajn kriminala, Piter Fišer (Peter Fischer), Stiven Li (Stephen Lea) i Ket Evans (Kath Evans) izdvajaju nekoliko kognitivnih i motivacijskih razloga koji utiču na uspešnost prevara. Kao najvažniji razlog, oni izdvajaju poverenje i autoritet. “Ljudi imaju tendenciju da slušaju autoritete, pa prevaranti koriste znakove koji čine da ponuda izgleda kao legitimna, koju daje pouzdana zvanična institucija ili ugledna firma, i žrtve nasledaju na te znakove” (Fischer, Lea & Evans, 2009, p. 6).

Mnoge od ovih ljubavnih prevara u onlajn vezama uključuju i neku vrstu poslovnog prilika, novac, imovinu ili bar nagoveštaj boljeg života. Zato i pošiljaoci poruke često biraju profesiju kao što je lekar, advokat ili bogati američki biznismen, profesije kojima se može verovati, a zatim grade scenario koje će najviše odgovarati situaciji i lažnom identitetu (Cross & Holt 2021, p. 388). U svom predavljanju

prevaranti se koriste takvim znakovnim oruđima koje demonstriraju autoritet, ali i odražavaju društvenu klasu, uključujući tu i simbole koji izražavaju materijalno bogatstvo (Gofman, 2000). Pa tako, u primeru, još na početku, prevarant se predstavio kao bogati Amerikanac, koristeći dobro poznati stereotip o obećanoj zemlji u kojoj su ljudi uspešni i bogati. Usamljena Skopljanka, koja je ovo prijateljstvo stekla samo što je otvorila svoj prvi nalog na Fejsbuku, neiskusna u komunikaciji na društvenim mrežama i nesvesna opasnosti koje vrebaju, lako je upala u zamku „bogatog Amerikanca“. Drugi najvažniji razlog prema Fišer, Li i Evans (2009) jeste iskorištavanje intuitivnih reakcija. Naime, „Prevaranti koriste osnovne ljudske afekte i želje – kao što su pohlepa, strah, izbegavanje fizičkog bola ili želja da budu voljeni – kako bi izazvali intuitivne reakcije i smanjili motivaciju ljudi da duboko analiziraju sadržaj poruke prevare“ (Lea, Fischer & Evans, 2009, p. 6).

Ali to što je karakteristično za sve ljubavne prevare u onlajn vezama, jeste kompletno odsustvo neverbalne komunikacije, što zapravo internet komunikacija omogućava. Jedna od strategija ovih kriminalaca je da komunikaciju vode putem teksta, izbegavajući kamere i razgovor u živo. Izbegavanje video-komunikacije je jedna od najprepoznatljivijih strategija koju koriste kriminalci u ljubavnim prevarama na internetu. Ova praksa se opravdava raznim izgovorima, u zavisnosti od identiteta koji prevarant preuzima. Na primer, Kros i Holt (prema: Bilz, Shepherd & Johnson, 2023) ističu da se kriminalci koji se predstavljaju kao vojnici često pozivaju na bezbednosne razloge, tvrdeći da im vojna pravila strogo zabranjuju korišćenje kamere ili video poziva. Slično tome, u slučaju žene iz Skoplja, prevarant je tvrdio da mu je kamera pokvarena i da zbog toga nije u mogućnosti da komunicira putem video-poziva, već je insistirao na isključivo tekstualnoj prepisci (Топалова, 2020). Ovakvi izgovori nisu retkost i predstavljaju čest obrazac ponašanja u ovakvim obmanama, jer omogućavaju prevarantima da sakriju svoj pravi identitet i spreče žrtvu da primeti bilo kakve nedoslednosti ili laži u njihovim pričama. Na taj način, odsustvo neverbalne komunikacije, pogotovo vizuelnog kontakta, prevarantima olakšava manipulaciju, dok žrtvu ostavlja uskraćenom za važne signale koji bi mogli da ukažu na prevaru.

Erving Gofman (Erving Goffman) je smatrao da postoje dva tipa komunikacija: svesno produkovanih ekspresija, koji su deo verbalne komunikacije, i ekspresije koje odaju, odnosno neverbalne, bez obzira da li su one nenamerne ili iscenirane (Goffman 2000, p. 19). Totalno zamagljena uloga ekspresija koje nas odaju, pruža bezbroj mogućnosti jednom subjektu da se predstavi na način na koji želi, ne isključujući tu i lažno predstavljanje.

U jednom od svojih pisama Mileni, Franc Kafka (Franz Kafka) će primetiti koliko je ljubav nestvarna kada se ostvaruje u pismima. Kako se mogla roditi zamisao da će pismo ljudima dati sredstvo da opšte među sobom, pita Kafka u svom pismu (Kafka, n. d.): Pisani poljupci ne stižu na svoje odredište, sablasti ih usput ispiju. Zahvaljujući toj obilnoj hrani one se tako čudesno razmnožavaju. Čovečanstvo to oseća i bori se protiv pogibelji; koliko god je moglo, pokušavalo je da uništi sablasnost među ljudima, trudilo se da među njima uspostavi prirodne odnose, da vrati mir u duše izmisliši železnicu, auto, avion; ali to više ničemu ne služi (ti izumi

su načinjeni kada je pad već bio započeo); protivnik je toliko smireniji, toliko jači; posle pošte, izmislio je telegraf, telefon, bežičnu telegrafiju. Duhovi neće umreti od gladi, ali mi, mi ćemo izginuti” (Kafka, n. d., str. 267).

Duhovi su u međuvremenu izmislili internet, digitalne medije, pametne telefone, i na stotinu različitih aplikacija koji našu komunikaciju iz bilo kog dela sveta prave mogućom. To što se nije promenilo nikada jeste da se još hrane našim poljupcima, koji nikad ne pronađu način da stignu onome kome su namenjeni. Slično kao i Kafkina pisma ni današnja digitalna komunikacija nas ne približuje voljenom biću, nego udaljava.

Komunikacija posredstvom kompjutera i hiperpersonalne veze

U onlajn okruženjima, a naročito u ljubavnim prevarama u onlajn vezama, pojedinci često razvijaju veze koje su intimnije nego što bi inače doživeli u realnoj vezi licem u lice, što Džozef B. Valter (Joseph B. Walther) naziva hiperpersonalnom vezom (Walther, 2007). Prema Valterovoj teoriji hiperpersonalnosti, u vezama na daljinu, primaoci nemaju direktan kontakt sa svojim partnerima, što ih ne sprečava da ih idealizuju na osnovu okolnosti ili elemenata poruke koji ukazuju na sličnost ili poželjnost. Pošiljaoci, sa druge strane, predstavljaju se selektivno, otkrivajući stavove i aspekte sebe na kontrolisan i društveno poželjan način ili kompletno izmišljaju vlastite karakteristike i modeliraju svoje stavove da bi se dopali primaocu (Walther 2007). To što im daje veliku slobodu je medijski kanal ili komunikacija posredstvom kompjutera (KPK) koji im omogućava uređivanje, diskreciju i praktičnost, kao i sposobnost da se isključe okolne distrakcije i preusmere kognitivni resursi kako bi poboljšali svoje poruke (Walther 2007, p. 2539).

Ne isključujući sve ostale razloge za uspešnost ljubavnih prevara u onlajn vezama koje smo spomenuli prethodno, KPK je jedan od ključnih razloga, zašto onlajn prevaranti uspevaju da se predstave na poželjan način, bez da izazovu sumnje kod svojih žrtava. Ako se vodimo Mekluanovom (Marshall McLuhan) teorijom vrućih i hladnih medija (McLuhan, 2008), digitalni mediji bi definitivno spadali u hladne medije koji su „nisko-definisani”, zato što pružaju mnogo toga što primalac poruke mora dopuniti. To potiče primaoca da sudeluje i dopunjuje sve što je ostalo prazno i ostavlja prostor za interpretaciju, ali istovremeno je i prednost za pošiljaoca koji može kontrolirati komunikaciju na način koji će mu omogućiti ostvarenje zamišljenih ciljeva. Pri tome, kao što je već pomenuto, onlajn kriminalci svesno izbegavaju video-komunikaciju, koristeći različita obrazloženja, poput tehničkih problema, bezbednosnih razloga ili profesionalnih zabrana, kako bi dodatno učvrstili uverljivost svog nastupa. Ovakvim izgovorima oni ne samo da održavaju iluziju autentičnosti, već i sprečavaju žrtvu da kroz neverbalne signale prepozna potencijalnu prevaru. Na taj način, ograničenje komunikacije isključivo na tekst omogućava prevarantima da zadrže potpunu kontrolu nad sopstvenim predstavljanjem i dodatno iskoriste sve prednosti „hladnog” medija.

Kako objašnjava Valter, jedna od najvažnijih karakteristika KPK je što omogućuje uređivanje, odnosno korisnici mogu da promene ili čak i obrišu svoje poruke,

pre nego je isprate, ali i nakon ispraćanja, naravno ukoliko je primalac ne vidi (Walther 2007, p. 2539). Ovo je vrlo važna karakteristika, luksuz koji nemamo prilikom direktne komunikacije oči u oči. Ovakvu mogućnost danas ne nude samo tekstualne poruke kako je tvrdio Valter, nego i glasovne poruke, koje pošiljalac može presnimavati nekoliko puta sve dok ne bude zadovoljan rezultatom. Druga karakteristika KPK je što daje puno više vremena za sastavljanje poruka, nego što je to slučaj prilikom direktne komunikacije. Osim ako se ne radi o onlajn videu ili audio komunikaciji uživo, pošiljalac može odvojiti dovoljno vremena da osmisli svoju poruku, a da to uopšte ne izgleda čudno primaocu.

Još jedna karakteristika, ali i prednost KPK je što pošiljalac sastavlja svoje poruke u izolaciji, odnosno daleko od očiju primaoca, što mu daje priliku da maskira znake koji ga mogu odati ili udaljiti od željenog cilja. Ovo omogućuje pošiljaocu da lakše kontroliše ponašanje drugih, a naročito način na koji ga oni doživljavaju ili kako kaže Gofman (2000, str. 20), da utiče na definiciju situacije koju će drugi prihvatiti.

I na kraju, KPK se karakteriše isključenjem neverbalne komunikacije i stavlja akcenat na poruku (Walther 2007, p. 2540), na onu poruku za koju smo već utvrdili da pošiljalac može da promeni, zameni, da je na miru u izolaciji od primaoca pažljivo sklopi i pripremi. Na ovaj način pošiljalac totalno izbegava ono što Gofman naziva suštinskom asimetrijom komunikativnog procesa (Gofman, 2000, str. 20), jer izbegavanjem video-komunikacije i oslanjajući se na tekstualne poruke u svojoj komunikaciji moći će isključiti govor tela i facijalne ekspresije kao elementi koji ga mogu odati. U slučajevima obmane i lažnog predstavljanja, KPK omogućuje da onlajn prevaranti sakriju svoj lik, predstave se lažnim likom i lažnim identitetom i ispraćaju lažne slike ili videa drugih ljudi. Isto tako, KPK lišava primaoce poruka različitih znakova koji mogu da utiču na percepciju i na otkrivanje obmane.

Nedostatak ekspresija i ličnih znakova presudno za uspeh ljubavnih prevara u onlajn vezama

Samo je zahvaljujući KPK ili totalnom odsustvu neverbalne komunikacije, kriminalac koji se predstavlja kao uspešan američki biznismen, mogao vrlo vešto sastavljati svoje poruke i graditi svoju komunikacijsku strategiju kako bi došao do svog zamišljenog cilja. On je u prvoj fazi kreirao atmosferu i radio na tome da obezbedi poverenje i naklonost žrtve. Imajući u vidu da usamljena žena ima potrebe od nekog ko će pokazati brigu i interesovanje, obmanjivač je gradio upravo takav nastup. Svaki dan, kako kaže žrtva, njihov razgovor je tekao na ovaj način: „Kako si spavala noćas? Ja kažem dobro. Jesi li popila kafu? Ja kažem ne, evo sada ću da izađem na balkon. Jesi li doručkovala? Ja kažem ne, ne jedem ujutru, a on kaže, to nije dobro – moraš doručkovati zbog zdravlja“ (Топалова, 2020). Kod žene koja je bila usamljena, jer je kako kaže živela sama bez dece koja su se odselila, ovakav pristup je ukazivao na interes i brigu. Pažljivo sklopljene poruke su imale za cilj da pokažu da je pošiljalac brižan i iskren, zainteresovan za nju i njeno zdravlje.

Nakon što je obezbedio naklonost i poverenje, u sledećoj fazi je zatražio prvi zajam od 300 eura kako bi je posetio u Skoplju. Iako u Skoplje nikad nije stigao, uspevao je pronaći različite izgovore kako bi to opravdao, a i da bi nastavio sa svojim planom iznuđivanja. Sume su rasle, a on je pažljivo kreirao svoje poruke da ne bi izazvao sumnju ili nepoverenje. To što je njihova čitava komunikacija bila posredstvom kompjutera, a ne direktna, njemu je omogućilo da stigne do svog cilja, odnosno da izvuče što više novca sa bankarskog računa žrtve. On je imao vremena da žrtvu prouči, i da svoje poruke sastavi na način koji će biti najprivlačniji za žrtvu i osigurati njenu naklonost.

U ovakvim okolnostima, prepuštenim komunikaciji preko „hladnog medija”, u nedostatku vizuelnih znakova, ekspresije govora tela, primaocu su tekstualne poruke jedino na šta se može osloniti. Prema teoriji deindividualizacije socijalnog identiteta koju su razvili Martin Li (Martin Lea) i Rasel Spirs (Russell Spears), upravo zbog nedostatka ličnih znakova koje bi navele na osobine ličnosti pošiljaoca (tj. pojedinca koji pokreće poruke/razgovor), tekstualne poruke prikazane putem KPK postaju izuzetno vredne za primaoca, do te mere da dolazi do preterane atributivne pristrasnosti ili snažno oslanjanje na ono što pošiljalac piše (Lea & Spears 1992). Ono što su one zaključile iz eksperimenata koje su sprovele, jeste da u slučajevima kad audio i vizuelni znaci nisu prisutni, primaoci tekstualnih poruka nastoje da pomoću para-lingvističkih elemenata u poruci (gramatičke greške, stil pisanja, pravopis itd.) formiraju neku sliku o individualnim karakteristikama pošiljaoca. U konkretnom primeru, ljubazan ton, učtivost, reči koje su bile pažljivo odabrane da zrače učtivošću, kod primaoca poruka uspele su da doprinesu stvaranju poverenja i pristrasnosti. Nepostojanje fizičkog kontakta između pojedinaca, kažu Li i Spirs (1992) povećava deindividualizaciju i umanjuje potrebu za verifikacijom.

U tome je i jedna od najbitnijih karakteristika KPK, na koju Valter ne obraća naročitu pažnju. Pri komunikaciji pomoću kompjutera nemamo samo nedostatak fizičkog kontakta, nego kompletno odsustvo taktilnosti, kako kaže Han (Byung-Chul Han), ono što ulazi u multidimenzionalnost i multislojevitost čovekove komunikacije i uključuje ne samo vizuelno polje, nego i sva ostala čula (Han, 2017, p. 22). KPK isključuje lica i tela, pa tako naši sagovornici postaju sve nejasniji i zamagljeniji. Digitalno, kaže Han, kompletno restrukturira Lakanovu trijadu realnog, imaginarnog i simboličkog, gde realno potpuno nestaje u totalizaciji imaginarnog (Han, 2017, p. 22).

Za ljubav su veoma važni pogledi, a poglede je u digitalnoj komunikaciji nemoguće razmeniti. Čak i da su imali mogućnost da razgovaraju pomoću nekih od aplikacija koje omogućuju razmenu slike i zvuka, poput Skajpa na primer, usamljena žena iz Skoplja i njen uspešni američki biznismen, ne bi nikako mogli razmeniti poglede. Kamere koje koristimo da bismo svoje video-poruke ispratili nekome, postavljene su na vrhu ekrana. Pa tako i kad gledamo u našeg sagovornika, njemu se čini da gledamo dole. Tako i kada bismo proveli sate i sate u razgovoru, mi nikad ne bismo naše poglede razmenili, nego bismo uvek gledali po strani (Han, 2017, p. 22). Ali usamljenoj Skopljanki taj pogled nije bio potreban. Provodeći dane ispred kompjuterskog ekrana, ona se kao Narcis zaljubila, ne u ogledalo, nego u svoj imaginarni lik u ekranu, ili u sliku perfektnog života koji je za sebe zamišljala, život koji nova

digitalna kulturna industrija reklamira kao idealan, pored svog voljenog, bogatog i uspešnog Amerikanca.

Zaključak

U ovom radu analizirana je pojava ljubavnih prevara u onlajn vezama, kao i načini i faze u kojima se ove aktivnosti odvijaju. Analizirajući različite kognitivne i motivacijske razloge zbog kojih žrtve upadaju u zamku onlajn kriminalaca, fokusirao sam se, na za mene najznačajniji aspekt, a to je pojava interneta i novih digitalnih medija koji su omogućili platformu prevarantima i ovim obmanama. Zahvaljujući platformi koja pruža mogućnost da se ekspresije, pokreti i pogledi isključe iz komunikacije, prevaranti imaju mogućnost da lako i uspešno prevare žrtvu.

Zbog nedostatka gestova, govora tela, različitih ekspresija i ličnih znakova koje bi mogle uputiti na namere i osobine ličnosti pošiljaoca poruke, tekstualne poruke prikazane putem komunikacije posredstvom kompjutera postaju veoma značajne za primaoca, pa dolazi do preterane atributivne pristrasnosti ili snažnog oslanjanja na ono što pošiljalac piše. Upravo zbog toga, žrtve reaguju neracionalno i posuđuju velike sume novca ljudima koje su upoznali samo u onlajn svetu.

Takođe, važno je napomenuti da digitalni mediji ne samo što omogućavaju prevarantima da sakriju svoj pravi identitet, već i da kreiraju lažne identitete koji su često veoma uverljivi. Ove platforme omogućavaju prevarantima da se predstave na način koji je optimalno dizajniran da izazove emotivnu vezu i poverenje kod žrtve. Uz to, brzina i dostupnost komunikacije na internetu omogućavaju prevarantima da uspostave i održe kontakt sa velikim brojem potencijalnih žrtava, povećavajući tako svoje šanse za uspeh.

Ovaj rad nije ponudio konkretne ideje i strategije kako ove obmane izbeći, lako uočiti i onemogućiti. Dodatno istraživanje u ovom pravcu moglo bi uključiti preporuke za korisnike interneta, edukativne programe i tehničke mere koje bi pomogle u identifikaciji i prevenciji ovakvih prevara. To što budući rad može ponuditi su konkretni koraci ka rešavanju ovog problema.

Literatura

- Bilz, A., Shepherd, L. A., & Johnson, G. I. (2023). *Tainted Love: A Systematic Review of Online Romance Fraud*. UK: School of Design and Informatics, Division of Cyber Security, Abertay University, Dundee, United Kingdom.
- Han, B.C. (2017). *In the Swarm: Digital Prospects*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Cross, C., & Holt, J.T. (2021) The Use of Military Profiles in Romance Fraud Schemes, *Victims & Offenders*, 16(3), 385–406, doi:10.1080/15564886.2020.1850582
- Federal Bureau of Investigation. (2024). *Izveštaj o internet kriminalu 2023* [2023 Internet Crime Report]. Preuzeto 13. marta 2025. sa <https://www.fbi.gov>

- Fischer, P., Lea, S., & Evans, K. (2009). The Psychology of Scams: Provoking and Committing Errors of Judgement. *A report for The Office of Fair Trading*. Retrieved from Office of Fair Trading website: http://www.oft.gov.uk/shared_oftr/reports/consumer_protection/oft1070.pdf
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York, NY: Anchor.
- Kafka, F. (n.d.). *Pisma Mileni*. Beograd: Službeni glasnik.
- Lea, M., & Spears, R. (1992). Paralanguage and social perception in computer-mediated communication. *Journal of Organizational Computing*, 2(3–4), 321–341.
- Leary, M. R. (1995). *Self-presentation: Impression management and interpersonal behavior*. Dubuque, IA: Brown & Benchmark's
- McLuhan, M. (2008) *Razumijevanje medija*. (Understanding Media, 1964) Zagreb: Golden marketing; Tehnička knjiga.
- Rui, J., & Stefanone, M. A. (2013). Strategic self-presentation online: A cross-cultural study. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 110–118.
- Schlenker, B. R., & Pontari, B. A. (2000). The strategic control of information: Impression management and self-presentation in daily life. In A. Tesser, R. B. Felson, & J. M. Suls (Eds.), *Psychological perspectives on self and identity* (pp. 199–232). Washington, D.C.: American Psychological Association.
- Schulman, A., Joost, H., Jarecki, A., Ratner, B., Smerling, M. (Producers) & Schulman, A., & Joost, H. (Directors). (2010). *Catfish* [Motion picture]. Universal Pictures.
- Топалова, К. (2020, Septembar 21). „Атрактивен Американец“ од скопјанка измамил 40.000 евра онлајн. *Само правај*. Dostupno na: https://samoprasaj.mk/naa-cik/40-000/?fbclid=IwAR1YoZOm_PKs20E5IIt015v0ApPu1G8yCtG0Dso0uGF-FNMpL2V_VJ8dQBo
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computer in Human Behavior*, 23, 2538–2557.
- Whitty, M. T. (2013). The scammers persuasive techniques model: development of a stage model to explain the online dating romance scam. *British Journal of Criminology*, 53(4), 665–684.
- Widiger, T. A. (2005). Classification and diagnosis: Historical development and contemporary issues. In J. E. Maddux & B. A. Winstead (Eds.), *Psychopathology: Foundations for a contemporary understanding* (pp. 63–83). New York: Lawrence Erlbaum Associates.

LOVE THROUGH THE WIRE: ROMANCE SCAMS IN THE AGE OF THE INTERNET AND DIGITAL MEDIA

Mihajlo Lahtov
Singidunum University
Faculty of Media and Communications, Belgrade, Serbia

Abstract

Online dating romance scam is a type of trust-based fraud in which cybercriminals manipulate romantic relationships on online dating platforms. Victims believe they are in a (friendship or romantic) relationship, but in reality, they are deceived into sending money to criminals operating online. This type of crime results not only in financial loss but also in lasting emotional consequences for its victims. This paper analyzes the emergence of online dating romance scams at the end of the first decade of the twenty-first century and examines the methods and stages in which these criminal activities unfold. It seeks to explain the phenomenon and summarize the reasons why these scams are highly successful today. Additionally, the paper explores interpersonal relationships and their dynamics in the context of online communication, relying on the hyperpersonal theory and elements of computer-mediated communication developed by American theorist Joseph B. Walther.

Although various cognitive and motivational factors contribute to why victims fall into the trap of romance scammers, the central thesis of this paper is that the advent of the Internet and new digital media has been crucial to the expansion of this type of deception. Only through computer-mediated communication (CMC), which excludes an entire spectrum of gestures, expressions, movements, and eye contact from interaction, can scammers successfully deceive victims, who lack key information necessary for making well-informed judgments and decisions.

Keywords: online dating romance scam, Internet fraud, computer-mediated communication

RECEIVED: 13.03.2025.

REVISION RECEIVED: 15.04.2025.

ACCEPTED: 21.04.2025.

mihajlo.lahtov.20234003@fmk.edu.rs

ČLANCI



ARTICLES

HUMOR AGAINST HEGEMONY: IRONY, SATIRE AND PARODY AIMED AT THE SERBIAN ORTHODOX CHURCH^{1*}

Miloš Jovanović^{2**}

Department of Sociology, Faculty of Philosophy, University of Niš, Serbia

Abstract

The paper deals with the analysis of the interpretations and “framings” of the Serbian Orthodox Church in publicly shared comic content.

The Church in contemporary Serbian society is an organization with a considerable reputation among the citizens, endowed with great trust. It has numerous privileges and utilizes a fair number of resources provided by the political oligarchy. The Church enjoys a prominent public presence, both through the formal involvement of clergy and Church representatives in the work of secular institutions, and through the informal everyday practices of people. The hegemonic position of the Serbian Orthodox Church, as a (self-)proclaimed moral and spiritual leader, makes it a particularly suitable target for mocking and comic treatment using irony, satire and parody.

The undertaken analysis conceptually relies on Gramsci’s deliberations on hegemony and Peter Berger’s constructivist approach to humor. Using netnography as the method for data collection and thematic analysis for data interpretation, the study will demonstrate the delegitimizing potential of ridicule in social struggles. The analysed and interpreted data is comprised of visual and textual content that was created as a reaction to various public appearances of the Church. Most often thematized were “blunders”, “inappropriate” behavior, “problematic” statements and attitudes of Church dignitaries, as well as the practices of the Church representatives seen as opposed to the Christian teachings and the moralities preached by the Church (material opulence, moralizing and interference in the private lives of the people, aggressive outbursts, supporting disavowed politicians, superstition, sex misconduct and other scandals).

Keywords: Serbian Orthodox Church, Hegemony, Humor, Symbolic struggle, Netnography, Thematic Analysis

¹ * Corresponding author: milos.jovanovic@filfak.ni.ac.rs

The paper is based on the presentation “Humor against Hegemony: Ridiculing the Serbian Orthodox Church”, delivered at the *16th Conference of the European Sociological Association*, “*Tension, Trust and Transformation*” held in Porto, Portugal from 27–30 August 2024.

This study was supported by the Ministry of Science, Technological Development and Innovations of the Republic of Serbia (Contract No. 451-03-137/2025-03/ 200165).

Please cite as: Jovanović, M. (2025). Humor against Hegemony: Irony, Satire and Parody Aimed at the Serbian Orthodox Church. *Godišnjak za sociologiju*, 21(34): 71–95.

² **  <https://orcid.org/0000-0002-0630-0886>

The jokes were the tip of an iceberg of discontent.
(Davies, 2007, p. 304)

Introduction

The Serbian Orthodox Church (SOC) has increasingly gained political influence, especially since the late 1980s. It has assumed a central role in the nation-building process in the 21st century. The widespread social acceptance of Orthodox symbols, imagery, and religious rituals among the general public, while primarily representing nominal religious affiliation, also implicitly signal ethnic identity and collective belonging for the Serbian people (Metreveli, 2021, p. 321). The SOC benefits from various concessions and financial support that facilitate its activities in areas such as finance, religious education, media regulation, and participation, as well as in the privileged restitution of property confiscated after World War II.

The significant government funding directed towards the SOC serves as clear evidence of the strengthened relationship between the state and the church (Jovanović, 2022, pp. 52-53). From 2002 to the beginning of 2017, the Serbian state allocated around €90 million for the needs of all churches and religious communities, of which the Serbian Orthodox Church received by far the most, with Church not being obliged to give any account for the use of the donations (Jovanović, 2024).³ A particularly visible indicator of the status that the SOC has in Serbian society is a ubiquitous “construction boom with more churches, monasteries, parish halls, bishops’ palaces and houses for priests, built in the last two decades than in the SOC’s entire history” (Aleksov & Lackenby, 2022, p. 217).

Having a firm grip on hearts and minds (and state budget) of the people, the Serbian Orthodox Church occupies a *hegemonic position* in Serbian society. The concept of *hegemony* is usually defined as a cultural dynamic by which a group claims and sustains a leading position in social life by imposing its worldview, i. e., cultural ideal. “It is the power to establish the ‘common sense’ or ‘doxa’ of a society, the fund of self-evident descriptions of social reality that normally go without saying” (Fraser, 1992, p. 53).

Hegemony (egemonia culturale) is a term that Antonio Gramsci used for the “discursive face of power”. It is obtained through struggles for meaning and power “performed by individuals who elaborate and bring cultural essentials to the fore”, and through conflicts “in which beliefs, symbolism, and practices are open to antagonistic interpretations” (Forlenza, 202, p. 39). Predominance or hegemonic rule is obtained by consent rather than force, and it usually entails implicit or uncritical intellectual or emotional acceptance of the sociopolitical order (see: Gramsci, 1971, p. 323; 326).

Generally speaking, “humor, as a boundary-challenging phenomenon, is attracted to rule-bound manifestations of religion and (...), conversely, religious authorities tend to be wary of the subversive effects of irreverent humor” (Schweizer,

³ As we are writing this article, the public is learning that another “51.9 million dinars have been allocated from the budget reserve for subsidies to the Serbian Orthodox Church dioceses” (Petaković, 2025).

2024, p. 557). The insight that “comedy and religion are mutually attracting phenomena” (Schweizer, 2020, p. 162), is even more valid in situations where a religious institution holds a hegemonic position in society.

Peter Berger, taking cues from Alfred Schütz’s theory of multiple realities (Schütz, 1962), wrote of comic as one possible “intrusion” that poses a threat to the routines of the taken-for-granted reality:

“Social order, when it functions well, envelops the individual in a web of habits and meanings that are experienced as self-evidently real. (...) Despite this semblance of solidity, social order is always vulnerable to disruptions. These disruptions are caused, among other things, by the intrusions of *other* realities. The sacred is one such intrusion. The comic is another.” (Berger, 2014, p. 61)

Although in a constant tension, religion and humor can also be seen as “emancipating provinces of meaning” (Barber, 2017), providing relief from the tediousness and anxieties of the everyday life routines – an ever-needed escape from the firm grip of the social order, upheld by hegemony of the mighty.

Over the past two decades, the Serbian Orthodox Church – a historically dominant cultural institution – has become a somewhat frequent target of online humor and satire in Serbia. Social media users, satirists, and commentators have lampooned the Church’s clergy and practices through memes, cartoons, parody news, video clips and sketches. These humorous expressions reflect underlying social tensions and serve as a form of “symbolic struggle” (Bourdieu, 2018) against the Church’s hegemonic role.

Method and Data

This paper examines the primary forms and themes of humor targeting the Serbian Orthodox Church (SOC), analyzing the content and rhetoric of these jokes, as well as their social functions and reception within contemporary Serbian society. Data collection was carried out using netnography, a qualitative research method adapted from ethnography that explores social interactions and cultural meanings within digital communication contexts (Kozinets, 2020; Kozinets & Gambetti, 2021; Kozinets, Dolbec & Earley, 2014). The data were derived from the digital traces of public conversations, intense debates, commentaries, columns, news articles, blogs, and social media posts, tweets, and comments across various communication networks.

The analyzed sample consisted of over 120 publicly accessible items, including memes, caricatures, photos, comments, and satirical pieces, predominantly sourced from Facebook, where these materials are commonly shared. The content, both visual and textual, was created in response to various instances involving the SOC or its representatives, whether as active participants or subjects of public attention. Interpretation of the data was carried out through thematic analysis (Braun & Clarke, 2006; 2012; 2022).

In what follows, we will examine: 1) the most common forms of humor used in relation to SOC (e.g., memes, caricatures, satire, parody, etc.); 2) the dominant themes and recurring motifs in these humorous expressions; 3) the content of jokes, memes, and satirical pieces and

their underlying social significance, and 4) the functioning of humor in contemporary Serbian society as a form of social critique, resistance, or reinforcement of cultural narratives.

Forms of Humor Targeting the SOC

A primary mode of ridiculing the SOC are viral images or short videos with humorous captions – circulated on Facebook, Twitter, Instagram, and other social media. A number of Facebook pages and Twitter threads share images that parody priests, churches, or religious rituals. These often consist of a photo (or iconography altered in Photoshop) accompanied by a biting caption. For example, one meme joked that church attendance has “decreased drastically in the last couple of years” simply because “people just don’t have the money”, implying the Church cares more about donations than redemption of souls. A large number of analyzed pieces exhibited contempt for the mutual alliance of religion and moneyed interests.

Figure 1

Former Patriarch’s grim note



Other viral posts include one-liners and screenshots lampooning church leaders’ statements – for instance, users widely shared and mocked a video of Patriarch Porfirije disparaging gender-inclusive language, sparking a wave of reactions online (Reporting Diversity Network, 2023). Such posts spread rapidly and allow everyday citizens to participate in the humor with comments and shares.

Satirical News and Parody Sites

Serbia’s popular satire news site *Njuz.net* has featured numerous pieces ridiculing the SOC. These articles mimic real news but with absurd twists that highlight perceived church failings. For example, *Njuz.net* “reported” that the SOC called on citizens “not to lose faith in Vučić” because “our salvation depends on faith in this man” (Dražić, 2019) – a sharp parody of the Church’s closeness to President Vučić. Another piece joked that the Church had ordered 5,000 pilates balls to lure priests away from the “sin of yoga,” so clergy could “stretch as God commands, and not as Brahma, Vishnu or Shiva command” (Milosavljević, 2023). These parody articles, shared on social media, use deadpan reportage and irony to expose the Church’s political entanglements or dogmatism.

Caricatures and Digital Art

Political cartoonists and digital artists have also satirized the SOC in newspapers and online. Caricatures by renowned cartoonists like Predrag Koraksić Corax and Dušan Petričić exaggerate the features and actions of church leaders for comic effect. Such cartoons often appear in independent media (*Danas*, *NIN*, etc.) and get shared online. One Petričić cartoon in 2021, for instance, depicted Patriarch Porfirije seated at a lavish table among political power-brokers (including the president's inner circle) – a visual satire of the Church's alliance with the ruling elite (Nikolić, 2021).

Figure 2

"Change the society in the New Year – Good luck!"



Another series of Corax cartoons so sharply criticized the SOC that it even prompted debate on whether they crossed into hate speech (Jovićević, 2023). Digital art projects have also reimaged Orthodox imagery satirically; artist Aleksandar Todorović painted "ironic icons" using traditional iconography style but portraying contemporary figures and vices instead of saints (RFE/RL's Balkan Service, 2018), blending art and parody to comment on church and state. These visual mediums – whether simple memes or detailed illustrations – are a powerful and shareable form of humor.

Comedic Videos and Performances

Video satire has played a role as well. Serbian TV comedians and YouTubers have created sketches that mock the SOC's image. In 2013, for example, popular talk-show host Ivan Ivanović aired a fake commercial for the Serbian Orthodox Church

on primetime television (Ivanović, 2013). This skit mimicked advertisement tropes to humorously “promote” the Church, likely highlighting its opulence or influence in a tongue-in-cheek way. Similarly, satirical TV shows like *24 minuta sa Zoranom Kesićem* regularly include segments poking fun at church officials’ public statements and the state’s deference to the clergy (for one example see: *24 minuta sa Zoranom Kesićem*, 2024). Amateur comedy videos on YouTube and TikTok – from parody sermons to comedic songs about church scandals – have also added to the trend. In all these formats, the SOC’s stature is playfully subverted through irony and absurdity.

Dominant Themes and Motifs in SOC Satire

Despite the variety of formats, the humor directed at the SOC converges on a set of recurring themes and motifs. A thematic analysis of over a hundred such memes, posts, and cartoons finds that they most commonly target the Church on issues of greed, hypocrisy, and entanglement with power.

Greed, Wealth, and Corruption

A prominent motif is the *avarice* of church officials – satire often portrays priests and bishops as overly fond of money and luxury. Jokes reference bishops riding in expensive cars, church leaders living in elite neighborhoods (e.g., Belgrade’s upscale Dedinje district), or the constant seeking of donations from a struggling populace. The subtext is that the SOC has strayed from its professed ideals of modesty, implying the Church’s pursuit of wealth drives away believers. Allegations of financial misconduct, like misused funds or tax evasion, are also fertile ground – a meme retorting to the Patriarch’s moral pronouncements stated, “Serbian women have no duties; *your duty is to pay taxes!*”, directly accusing the Church of not contributing its fair share. These jokes tap into public perceptions of the Church as a wealthy institution insufficiently accountable to society.

Figure 3

“Serbian women’s duty is to procreate and give birth! / Serbian women have no duties; *your duty is to pay taxes!*”





Figure 4

"Where is Dedinje⁴ here? I'm looking for Porfirije"

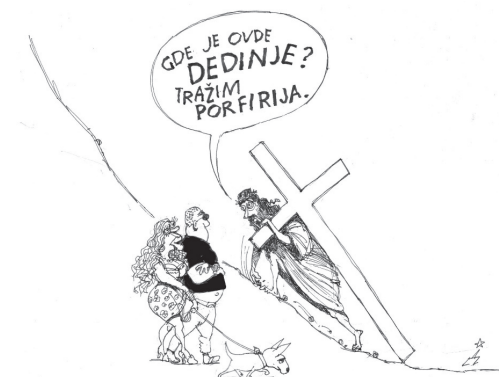


Figure 5

Current Patriarch touched by the hand with money



⁴ Dedinje: high society's favourite place of residence (comparable to *le XVI^e arrondissement* in Paris, London's *Royal Borough of Kensington and Chelsea* or Berlin's *Charlottenburg*).

Moral Hypocrisy and Scandals

Many humorous jabs highlight the contradiction between the SOC's preached morals and the behavior of its clergy. Memes invoke known scandals – from priests caught in illicit affairs or alleged sexual misconduct, to monks involved in drug or alcohol incidents – to underscore clerical fallibility. The humor tends to be biting, as a number of jokes specifically lampoon improper behavior of the clerics (financial, drug and/or sex scandals), blending dark humor with public outrage. Satirists also accuse the Church of glorifying evildoers – a reference to instances where Church officials have officiated funerals or bestowed blessings on controversial figures (such as convicted war criminals or corrupt politicians). Cartoonists illustrate this hypocrisy by drawing smiling bishops handing halos to dubious characters, or by showing churchmen turning a blind eye to sins when power or money is involved. Such motifs reinforce the view that the Church fails to practice what it preaches, providing rich material for satire.

Figure 6

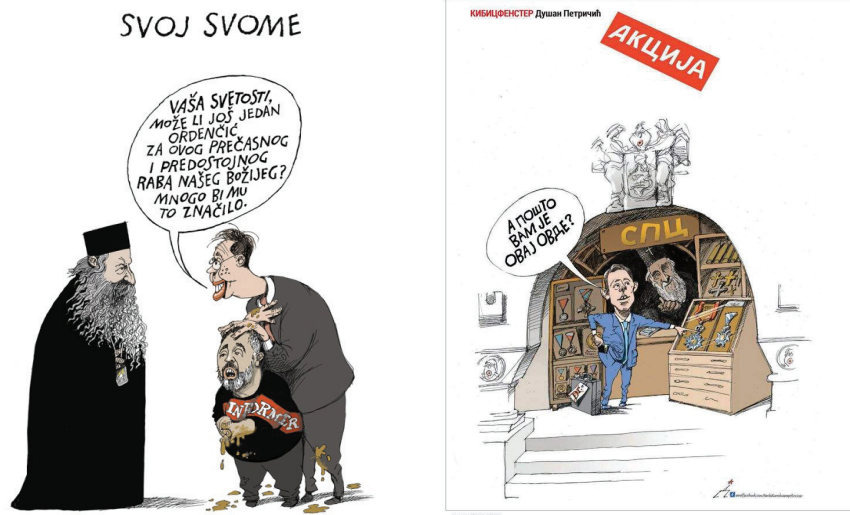
*Orthodox porn film festival*⁵



⁵ The joke refers to the situation when The Holy Synod watched a pornographic video of Bishop Kačavenda. For more details see: Trivić, 2013.

Figure 7

“Each (gives) to their own” (“Your Holiness, how about another medal for this reverend and worthy servant of our God? It would mean a lot to him.”)⁶ / “How much for this one?”⁷



Political Entanglement and Power

Another dominant theme is the SOC's close alignment with nationalist politics and the ruling elite. Humorists frequently portray Church leaders as extensions of the government or ruling party, rather than independent moral authorities. The satirical news cited above – with the Church instructing people to have “faith in Vučić” for salvation – is a direct parody of this entanglement. In the spoof, Patriarch Irinej (then head of SOC) supposedly extols President Aleksandar Vučić's “daily sacrifices” and even lists “Vučić's miracles” (such as not using the toilet for 15 hours during a parliamentary session, or feeding the multitudes with one pot of squid) – a tongue-in-cheek comparison of Vučić to a saintly figure performing miracles. This kind of *hyperbolic parody*, mixing religious language with political commentary, highlights how closely satire links the Church to state power. In one of the memes, the word *patrijarh* (patriarch) was altered to “party-arch”, implying the Church serves the party line.⁸ The overarching motif is that the SOC, instead of acting as an

⁶ The caricature refers to Dragan J. Vučićević, the editor in chief of the notorious *Informer* tabloid.

⁷ Minister of Finance Siniša Mali is asking for the price of the medal at the church store.

⁸ At the end of November 2021, a protest took place in Serbia against the Rio Tinto company, which intended to mine lithium in the Jadar Valley (with an agreement with the Government of Serbia). Citizens repeatedly asked Patriarch Porfirije for support – to use his position and influence President Vučić to repeal the Law on Referendum and the Law on Expropriation (and thus prevent the exploitation of lithium in the area of Podrinje). However, the support was not given, since, according to the patriarch, “it is not the primary job of the Serbian Orthodox Church to deal with social, economic and political issues”, and that “the reaction of the Church is sought by those who have not even entered it”. The patriarch's statement

independent spiritual guide, has overstepped its domain by involving itself in secular governance (especially in education) and nationalist agendas. This theme resonates strongly in a society where Church and state are officially separate (Article 11 of the Constitution), and the humor serves to call out that blurred boundary.

Figure 8

Parodying the Patriarch (hammer instead of “T”; “PARTYARCH”)



Figure 9

Patriarch being payed to keep quiet about Rio Tinto in Serbia



equated citizens who peacefully protested with thugs who attacked them with excavators, batons and rubber mallets with the intention of “breaking up” the protest. Hence the hammer replacing the “T”.

Dogmatism, Backwardness, and Fanaticism

Many satirical pieces poke fun at what they see as the SOC's rigidity and outdated attitudes. This includes the Church's stance on social issues, education, science, and other spiritual practices. For example, when a high-ranking bishop condemned the popular practice of yoga as satanic, *Njuz.net* ran the parody about issuing pilates balls to keep priests away from "the hell of meditation". The absurd image of clergy bouncing on pilates balls "as God commands" instead of stretching on yoga mats lampoons the Church's perceived paranoia toward anything non-Christian. Similarly, during the COVID-19 pandemic, as the Church insisted on traditional communion with a shared spoon despite public health concerns (Jovanović, 2022), satirists responded with dark humor. One widely shared meme created a fictional new saint – "Saint Asepsolius the Sterile" – depicted as urging people to "wash your hands for goodness' sake". The caption "God protects you, don't be afraid – take it!" was mockingly attributed to clergy encouraging communion, highlighting the perceived denial of science. Other jokes target the Church's views on women's and LGBT rights as antiquated. The "backwardness" motif thus comes through in caricatures of priests as dark anti-englighteners. Such humor underscores a clash between a progressive, secular outlook and the traditionalist, dogmatic positions associated with the Church.

Figure 10

"School. Who turned off the light?" / "Won't be needing that"



Figure 11

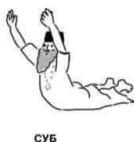
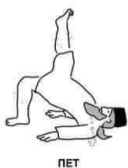
“Saint Asepsolius the Sterile, the Blessed” / “God protects you, don’t be afraid – take it!”



Figure 12

“OrthoPilates®. With the blessing of the SOC. Exclaicercise⁹ with love!”

ПРАВОПИЛАТЕС®
УЗ БЛАГОСЛОВ СПЦ
ВОЗГИБНИМО С ЛЉУБАВЉУ!



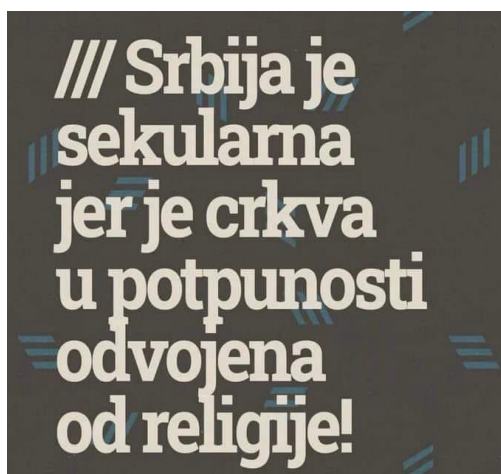
⁹ “Возгибнимо” – word pun, combination of the archaic “воскликнимо” (exclaim) and “гибање” (movement, exercise). Also, a reference to the first line of the Hymn to St. Sava: “Воскликнимо с љубављу светитељу Сави”.

Moral Contradictions and Dogma vs. Reality

A unifying motif across these themes is moral contradiction – the Church is ridiculed for failing to live up to its own teachings. Satire often uses the Church's own rhetoric and symbols to expose these contradictions. For instance, a clever meme declared, "Serbia is secular because the church is completely separated from religion!" – a jibe that the SOC has become so politicized and materialistic that it is effectively divorced from genuine spirituality (hence "separated from religion"). In essence, the humor holds up a mirror: the very values the Church preaches (humility, charity, faith, piety) are inverted by the Church's actions (opulence, political lobbying, intolerance), and the jokes latch onto that irony.

Figure 13

"Serbia is secular because the church is completely separated from religion!"



These recurring themes – corruption, hypocrisy, political collusion, intolerance – form the core of the satirical narrative about the SOC. In satiric content, "clerics are portrayed as failed professionals who concentrate on fund raising instead of spirituality, and are more interested in political power than in ... modesty, morality and charity" (Tsakona, 2011, p. 257). Through exaggeration and mockery, the humor continuously reinforces this critical image of the Church.

Content, Structure and Rhetorical Strategies of the Jokes

The content and style of jokes and memes about the SOC reveal several rhetorical strategies: irony, parody, satire, and absurd exaggeration are the most prevalent. Creators of these jokes skillfully use the language and symbols of both Orthodoxy and pop culture to maximize comedic effect and social commentary.

Irony and Role Reversal

Much of the humor is highly ironic, saying the opposite of what is expected to highlight a point. For example, the satirical claim that “our salvation depends on faith in (President) Vučić” (Dražić, 2019) puts a politician in the role of a savior – a clear reversal of the Church’s teaching that salvation comes only through Christ. By having an SOC statement idolize a living politician with quasi-religious devotion, the satire underlines the irony of a supposedly pious institution seemingly worshipping worldly power. Likewise, the line “Serbia is secular because the church is completely separated from religion” is pure irony – it uses a literal truth (a secular state separates church from governance) to deliver a sarcastic punch: the Church, by its behavior, appears separated from genuine religion. Such ironic twists force readers to reevaluate the reality behind official narratives.

Parody of Religious Forms

Satirists often mimic religious language, rituals, or iconography in a parodying way. This rhetorical strategy both pokes fun and signals the target clearly. In the *Njuz.net* piece on “losing faith in Vučić,” the author structured it like a church communiqué or sermon, complete with a list of “miracles” and even referencing apocryphal “gospels” – “the Gospel according to Sarapa... Vučićević... Marić” (naming pro-government media figures as evangelists). This parody of biblical style casts the regime as a kind of cult and the Church as its mouthpiece, a satirical analogy that is immediately recognizable. During the COVID controversy, the creation of “Saint Asepsolius” with a mock icon image and saintly title is a parody of the Orthodox tradition of saints and relics, used here to humorously sanctify public health guidelines. Through such parodic techniques, the humor appropriates sacred symbols (saints, gospels, liturgical pronouncements) and flips them into tools of critique.

Hyperbole and Absurdity

Exaggeration to absurd levels is another hallmark of SOC-related jokes. By taking a real issue and stretching it to a ludicrous extreme, satirists expose its underlying folly. The *Njuz.net* story attributing fantastical feats to Vučić – not using the bathroom for 15 hours, feeding crowds with a single pot – mimics biblical miracles to absurd effect, signaling that the veneration of political leaders by some church officials is absurd in itself. Memes describing bishops with luxury cars or priests conducting “Orthodox Porn Film Festival” (an outlandishly juxtaposed concept) use shock and the ridiculous to provoke laughter and make a point about alleged clerical indulgence or hypocrisy. This form of grotesque inversion – turning the accepted norms upside down – is a classic satirical method. It underlines Peter Berger’s observation on the comic, in the form of biting satire, representing a destructive intrusion into social reality that can invert norms. By making church figures do or say outrageous things in jokes, creators momentarily invert the social order (priests become fools, patriarchs spout nonsense), thereby demystifying their authority.

Wordplay and Puns

A subtler strategy in some SOC humor is wordplay. Serbian language allows puns that replace one or two letters to alter meaning – for instance, calling the Patriarch “Partijarh” (playing on „patrijarh”, inserting “partija/party”) to imply he serves a political party, or referring to certain bishops with nicknames that riff on their titles (like turning “His Holiness” into “His Wealthiness”), or referring to Patriarch Porfirije as “Profitije” (pointing to his focus on money and profits). Such puns often appear in Twitter jokes or cartoon captions. They rely on shared linguistic context for the audience to catch the double meaning.

Satirical Framing and Juxtaposition

Many jokes set up a scenario that contrasts ideal vs. reality. A common structure is to cite a lofty Christian principle or biblical quote, then append a contrasting punchline about the Church’s behavior. For instance: “Love thy neighbor as thyself – unless he’s different, says an SOC spokesperson” – a fictitious quote that frames the Church as failing its own teachings on love and tolerance. Another meme showed two panels: one of Jesus driving merchants out of the temple, and another of a modern bishop welcoming politicians into church – a visual juxtaposition that wordlessly comments on hypocrisy. This frame-switching technique is effective on social media where images speak quickly.

In terms of content structure, many satirical pieces begin by mirroring official discourse then gradually descend into satire. The reader or viewer initially might think it is real (for a few seconds) until the exaggeration becomes apparent. This structure heightens the humor by playing on the fine line between reality and farce – which in Serbia’s tumultuous context can sometimes be thin. As veteran cartoonist Corax noted: “our political scene is itself a caricature... everything is so absurd, you can hardly make it more absurd” (Sejdinović, 2020). Satirists leverage that by crafting content that is not too far from the truth, until it veers into comedic exaggeration.

Crucially, even as these jokes employ ridicule, they rarely attack faith or Orthodoxy as a religion per se. The satire is almost always aimed at the people, policies, and institutional behavior of the SOC, not at the core tenets of Orthodox Christianity. Orthodox Christianity as such is never contested or ridiculed – mocking the Church officials and their policies is often based on the very values they emphatically employ in their rhetoric. In other words, the humor holds church leaders to the standards they profess (Christian charity, humility, etc.), rather than mocking the beliefs themselves. This distinction in content keeps much of the satire in the realm of social and political critique, rather than religious blasphemy – although devout traditionalists might not see a difference, the intent of the humorists is to lampoon human failings and institutional power, not the sacred beliefs.

Social Functions of SOC Humor in Serbia

Humor targeting the SOC serves several social functions in contemporary Serbian society. It operates as a form of social critique and resistance, a means of community-building among like-minded secularists, and a symbolic release valve for tensions – all while reinforcing certain cultural narratives about the Church.

A Tool of Social Critique and Accountability

In a society where the Church holds significant influence, humor has emerged as a popular tool to question and “talk back” to authority. Jokes reveal prevalent social, cultural and political attitudes and moods and satire can spotlight issues that official discourse may ignore or gloss over. As Berger puts it, “a good cartoon or joke can be more revealing of a particular social reality than any number of social-scientific treatises” (Berger, 2014, p. 65), effectively serving as a sort of popular sociology. Humor and the comic, thus, operate as auxiliary sociological tools, with comedians being “allies of the sociologist because they ask questions that our everyday routines lead us to forget” (Bourdieu, 2018, p. 10) or implicitly “forbid” such questions to be posed. Humor, “after and besides making us laugh, could incite or even force us to see things from a different perspective” (Tsakona & Popa, 2013, p. 7). There are social scientists who contend that “sociologists without a sense of humor will never be able to understand the workings of the social world, for humor separates its seemingly seamless joints, making them visible” (Davis, 1979, p. 109).

Jokes about the SOC often carry implicit criticism – whether it is exposing corruption, pointing out misogyny, or condemning political meddling. This comedic critique aligns with the classic notion of humor as a “social corrective”. By laughing at the Church’s foibles, society reinforces the idea of how the Church ought to behave. For instance, widespread ridicule of the Church’s tax-exempt wealth or its opulent lifestyle implicitly calls for reform towards greater modesty and accountability. In this way, humor performs a watchdog function, “punching up” at a powerful institution in a manner accessible to ordinary people. While one joke alone will not change church policy, the cumulative effect of being regularly lampooned signals public disapproval, potentially nudging the SOC to be more cautious or publicly responsive on certain issues (at least to avoid ridicule).

Counter-Hegemonic Resistance (The “Weapon of the Weak”)

From a sociological perspective, mocking the SOC can be seen as a form of resistance by less powerful groups against a hegemonic authority. The SOC occupies a hegemonic position in Serbian cultural life – it often asserts what is “moral” or “traditionally Serbian.” Humor provides a way to subvert that dominance symbolically. Referring to anthropologist Mary Douglas’s theory, official religious rites convey that social patterns are fixed and sacred, whereas “the message of a joke is that they are escapable” (Douglas, 2002, p. 155). In other words, jokes are by nature “anti-rites” that symbolically overturn hierarchy and dogma, suggesting

that the established order (the Church's authority, in this case) is not invincible or beyond question. By caricaturing a bishop or making the Patriarch the butt of a joke, the humor momentarily “melts away the harsh contours of social reality”, allowing people to imagine an alternative social order where the mighty are humbled. This is akin to what anthropologist James C. Scott called the “weapons of the weak” – subtle, everyday forms of resistance that the powerless use to cope with domination. Humor, when counter-hegemonic, is the symbolic weapon of the weak – it enables citizens who feel the Church is too influential (or aligned with an unaccountable government) to push back through satire since direct confrontation might be ineffective or risky.

In post-socialist Serbia, where formal censorship is lower than it was in “communism”, words and jokes can fly freely – yet systemic change is slow, leading some to wryly note that nowadays you can think, say or write whatever you want, without any effect. In that light, the humor serves as *a safe outlet for dissent*: it will not topple the Church's power, but it allows dissident voices to be heard and shared widely in society. This function is evident during events like celebrating St. Sava as the “first Serbian enlightener” – satirical drawings parodying him often appear, signaling resistance to Church's authority in the matters of education. While the immediate political impact is limited, such humor keeps an undercurrent of skepticism alive in the public sphere.

Figure 14

Fake children's drawings of Saint Sava (“playing poker with his Serbs”; “investing in crypto currency”; “handing over the decision to dismiss the principal of the elementary school Aleksa Šantić in Sečanj”¹⁰)



¹⁰ Reference to the elementary school principal who in January 2023 imposed a ban on performing a religious ritual in a state school as a part of the celebration of St. Sava. The Minister of Education, against the principle of secularism, supported the clerical glorification of a church saint as a part of the presumably lay honoring of an educator and the first Serbian enlightener. For more details see: Radio Slobodna Evropa, 2023.

Community Building and Solidarity

Sharing a laugh at the SOC's expense can also foster a sense of camaraderie among secular or "liberal" segments of Serbian society. In a country where attitudes toward the Church vary from deeply devout to strongly critical, these jokes act as a social filter – those who "get it" and find it funny are often those who share similar views and criticisms of the Church. By circulating memes that rely on shared values (like valuing democracy, pluralism, or modern lifestyle) and shared background knowledge (awareness of Church scandals or political ties), individuals create an in-group of like-minded peers. Sociologists note that humor often demarcates group symbolic boundaries (Lamont & Molnár, 2002; Lamont, Pendergrass & Pachucki, 2015). Laughing at the same jokes implies a common perspective and group belonging: "a successful joke marks social boundaries. The ones who are laughing are visibly 'in on the joke', those who do not join in are exposed as outsiders: they do not belong" (Kuipers, 2022, p. 4). Allusions in SOC satire – for example, referencing a known corrupt tycoon who got a church accolade – appeal to shared values and beliefs, thus contributing to in-group cohesion and reinforcement of symbolic boundaries: "Through laughter and humor the group is united together against the target of the mockery" (Mascha, 2008, p. 83). Within social media comment threads, one can see users bonding over these jabs, often building on each other's jokes in a show of collective creativity. This solidarity has a reinforcing effect: it bolsters the collective narrative that "we are the ones who see through the hypocrisy," unlike the out-group (perceived as blindly religious or nationalist followers). Essentially, humor becomes a way for secular-oriented Serbs to assert their identity. It says, in effect, "we share a modern, irreverent outlook that questions authority," and that message strengthens the group's cultural confidence and solidarity.

Reinforcing Cultural Narratives and Stereotypes

While humor can challenge authority, it can simultaneously reinforce certain existing cultural narratives. Many jokes about the SOC draw on longstanding stereotypes – the "fat priest" obsessed with money, the "fire-and-brimstone bishop" who hates progress, etc. By invoking them, today's memes tap into a collective memory and "confirm" what people already suspect about the Church. Humorous discourse is often based on stereotypes which are already part of the background knowledge of the community. For example, depicting clergy as bumbling or avaricious aligns with a traditional irreverence in Serbian culture (Serbs historically have a rich tradition of aphorisms and jokes that spare no institution). The effect is that these jokes do not necessarily change minds; rather, they amplify pre-existing cynicism or distrust toward the SOC among the population predisposed to view it skeptically. In that sense, humor serves to normalize critique of the Church – making it acceptable, even routine, to laugh at the "untouchable clergy". This can gradually erode the aura of unquestionable respect that surrounded the Church, replacing it with a more skeptical cultural narrative. However, it can also deepen the rift between different segments of society: those who are amused may double down on seeing

the Church as corrupt and backwards, while those offended might feel the Church is under unfair attack. Thus, humor bolsters each side's narrative – the secular critique and the traditionalist counter-critique – contributing to the ongoing cultural struggle.

Emotional Relief and Coping

On a psychological level, satire provides ordinary citizens a cathartic release. Faced with frustration over issues like church interference in politics or scandals, people can feel powerless. Making jokes about it offers a form of relief – it is a way to vent and reduce the frustration through laughter. The SOC is a serious authority, but humor strips it of some seriousness, which can be comforting. As Berger, following Douglas, describes the joker as a “kind of minor magician” who “waves his magic wand and, at least for a moment, the harsh contours of social reality melt away and imagination can fill the resulting empty space” (Berger, 2014, p. 68). In those moments of laughter, the strictures of social life – the need to publicly respect religious authority – are loosened. This helps individuals cope with any sense of oppression or disagreement. Particularly during crises (like the pandemic or political turmoil), humorous takes on the Church's stance (e.g., memes about the “holy spoon” during COVID) helped people deal with fear and anger by laughing instead of despairing. It is a form of “gallows humor” in some cases, allowing critique of dangerous decisions (like refusing to modify communion) in a digestible way.

Reception and Broader Social Context

Humor about the SOC does not occur in a vacuum – its impact and permissibility are shaped by how different social groups and institutions receive it. Reactions to this satire vary widely in Serbia, reflecting the country's cultural and ideological divides.

Secular-oriented Serbians, including a large portion of urban youth, activists, and intellectuals, generally receive SOC humor enthusiastically. They view it as a healthy critique of an institution they feel wields too much conservative influence. For them, sharing a cutting SOC meme or laughing at a Kesić monologue about the Patriarch's latest political statement is almost an act of affirmation – it signals alignment with values of free expression, modernity, and holding power to account. Many in this group argue that the Church, by engaging in public affairs, earns scrutiny and satire like any political body. Thus, they defend such humor as legitimate. In liberal media outlets and online forums, one finds support for cartoonists and comedians when their religious satire sparks controversy. For example, when a bold caricature or a provocative skit draws ire from conservatives, secular commentators typically uphold the joker's right to criticize, framing the humor as part of free speech and necessary social critique. In short, among secularists, this humor is seen as speaking truth to power and reflecting popular sentiment, thus largely positive and even important.

In contrast, more conservative and religious segments of society often react negatively to ridiculing the SOC. Devout Orthodox believers may feel that mocking

church leaders or rituals is offensive and blasphemous, even if the jokes stop short of heresy. For them, the SOC is intertwined with Serbian national identity and tradition, so an attack on the Church can feel like an attack on “Serbdom” itself. It is not uncommon to see pro-church individuals denounce satirists as “haters of the Church” or morally lost “westernized” elements. Some go so far as to label sharp caricatures of bishops as anti-Serbian propaganda or hate speech against Orthodox Christians. Church officials occasionally respond defensively to ridicule. While the SOC as an institution does not sue comedians or ban cartoons (since, legally, Serbia does not have anti-blasphemy laws)¹¹, they do issue statements when they feel lines are crossed (PT Балкан, 2025; Деврња, 2025). These reactions show that the SOC’s establishment and its supporters are sensitive to satire, often viewing it not as constructive criticism but as part of a broader anti-traditional trend. In the eyes of traditionalists, such humor can reinforce their perception that faith is under siege in a secularizing world, sometimes prompting a rally-around-the-church effect. Nonetheless, outright attempts to censor this humor have been limited – instead, the common strategy is public condemnation and social pressure. In sum, the reception among church loyalists is largely negative and characterized by efforts to discredit the humor as disrespectful or beyond the pale.

Within Political Circles

Political entities in Serbia have mixed responses to SOC-focused humor, often depending on their alignment with the Church. The ruling government (led by President Vučić and the SNS party in recent years) tends to ally with the SOC, so its members are quick to defend the Church or condemn extreme satire, as noted above. They may accuse satirists of sowing division or insulting the nation’s heritage. However, the government also treads carefully – outright censorship of religious satire could backfire internationally and domestically. Thus, officials sometimes join the rhetorical pushback but stop short of legal measures. On the other hand, opposition politicians and independent media often amplify the satire. They share cartoons or jokes that align with their criticism of the regime-SOC nexus. For example, when *Njuz.net* published the parody about the Church urging faith in

¹¹ “Legally, the prohibition of blasphemy in any form has not existed at any time in the recent history of Serbia – or even in the older one, given that even *Dušan’s Code* only mentions offences such as cursing the bishop (but not God), destroying the church (but not showing disrespect), and ‘heresies’ such as “Latin” and “Bogomil” (but unquestionably primarily in the sense of a potential danger to the government). It would be difficult to list offences that would resemble sacrilege in the sense of an impure mixture that could be legally sanctioned. The first Constitution of modern Serbia, adopted on Sretenje (Feast of the Holy Encounter) in 1835, since it was written according to the model of the French and Belgian ones, did not have any similar provisions at all. Blasphemy and sacrilege in a symbolic sense were not criminal offences even at a time when the Kingdom of Serbia, and later Yugoslavia, had an official, or privileged, church. Article 317 of the current Criminal Code, in this aspect inherited from the socialist era, prohibits incitement to national, racial and religious hatred and intolerance, and this refers to the real possibility of provoking the anger of the majority against members of one group, which could lead to violence. In short, there is no experience or tradition, ancient or recent, of criminal liability for sacrilege on the territory of Serbia” (Igrutinović, 2023: 45-46; author’s translation).

Vučić, opposition-leaning social media loudly spread it, implicitly using humor to underscore their argument that the regime exploits the Church's authority. In this way, humor becomes a proxy battleground for politics. It is noteworthy that satirists themselves (such as Kesić or the *Njuz.net* team) often insist on political independence – they skewer all sides – but their SOC jokes are certainly used by various actors to bolster political narratives. Another institution to consider is the media: liberal outlets give space to this humor, while pro-government tabloids occasionally attack the comedians. Overall, in the political sphere, SOC humor is both a barometer of sentiment (if jokes gain traction, it signals popular discontent on an issue) and a tool wielded in discourse by different factions.

Conclusion

In summary, the reception of humor about the SOC mirrors Serbia's cultural fault lines. What is satire and fair critique to some is sacrilege and hate to others. This dynamic means the humor itself becomes a topic of discussion, raising questions about the role of the Church and the boundaries of free expression.

Society has largely agreed that satirizing the Church is within the realm of free expression (no serious calls for blasphemy laws or censorship have advanced), but society is also aware that the Church's real influence remains intact despite the jokes. In talk shows and online debates, one often hears a note of cynicism: humor is the only recourse left when formal institutions fail to address an issue. Public reception of the humor can sometimes be meta-analytical: people joke about how they have to joke to be heard.

Through memes, satirical news, cartoons, and comedy sketches, Serbians have voiced critiques of the SOC's perceived greed, hypocrisy, political ties, and dogmatism in a form both accessible and entertaining. The thematic patterns – from poking fun at bishops' wealth to parodying the Church's nationalist zeal – underscore an ongoing negotiation of the Church's authority. Rhetorically, this humor leverages irony, parody, and exaggeration to cleverly turn the Church's own symbolism against itself, stripping away its aura of trustworthiness.

Socially, the act of mocking the SOC serves as a safety valve and a mirror: a safety valve for citizens to vent discontent with an influential institution, and a mirror reflecting society's expectations (and disappointments) of that institution. It operates as a form of soft resistance, chipping at an ideological hegemony with the tools of laughter. In doing so, it fosters solidarity among those who share the skepticism and contributes to an irreverent counter-narrative in Serbian culture – one that says no authority, however sacrosanct, is above question or satire.

However, the power of this humor has its limits. The humor's immediate effect is more cultural or symbolic than concrete: it democratizes criticism and reminds leaders that their legitimacy can be punctured by a punchline. "Jokes are a thermometer, not a thermostat; they provide an indication of what is happening in a society, but they do not feed back into and change or reinforce the social processes that generated them in

any important way” (Davies, 2011, p. 248). Nevertheless, over time joking can slowly shift the *Overton window* of what is expected from the Church. Yet, it is also true that humor can let off pressure that might otherwise build into direct action – a double-edged sword wherein jokes substitute for more tangible demands.

References

- 24 minuta sa Zoranom Kesićem. (2024, April). *Crkva odlikovala Kačavendu. Satana lajkuje!* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NR5LVN06BNE>
- Aleksov, B., & Lackenby, N. (2022). Orthodoxy in Serbia: between its public image and the everyday religiosity of its believers. *International Journal for the Study of the Christian Church*, 22(3), 214–229. <https://doi.org/10.1080/1474225X.2022.2101829>
- Barber, M. (2017). *Religion and Humor as Emancipating Provinces of Meaning*. Cham: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-62190-6>
- Berger, P. (2014). *Redeeming Laughter: The Comic Dimension of Human Experience*. Berlin; Boston: Walter de Gruyter.
- Bourdieu, P. (2018). *Classification Struggles*. Cambridge, UK ; Medford, MA: Polity Press.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Braun, V. & Clarke, V. (2012). Thematic analysis. In H. Cooper, P. M. Camic, D. L. Long, A. T. Panter, D. Rindskopf, & K. J. Sher (Eds.), *APA handbook of research methods in psychology, Vol. 2. Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological* (pp. 57–71). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/13620-004>
- Braun, V. & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: a practical guide to understanding and doing*. London; Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Davies, C. (2007). Humour and Protest: Jokes under Communism. *International Review of Social History*, 52(S15), 291–305. <https://doi.org/10.1017/S0020859007003252>
- Davies, C. (2011). *Jokes and Targets*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Davis, M.S. (1979). Sociology Through Humor. *Symbolic Interaction*, 2(1), 105–110.
- Деврња, З. презвитер. (2025, February 5). *Актуелни умрежени напади на Патријарха попримају карактер организоване харанге*. Српска православна црква. <https://www.spc.rs/sr/news/aktuelno/13321.aktuelni-umrezeni-napadi-na-patrijarha-poprimaju-karakter-organizovane-harange.html>
- Douglas, M. (2002). *Implicit Meanings: Selected Essays in Anthropology*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203029909>
- Dražić, M. (2019, April 18). *SPC pozvala građane da ne gube veru u Vučića*. Njuz.net. <https://www.njuz.net/spc-pozvala-gradjane-da-ne-gube-veru-u-vucica/>
- Forlenza, R. (2021). Antonio Gramsci on religion. *Journal of Classical Sociology*, 21(1), 38–60. <https://doi.org/10.1177/1468795X19865119>
- Fraser, N. (1992). The Uses and Abuses of French Discourse Theories for Feminist Politics. *Theory, Culture & Society*, 9(1), 51–71. <https://doi.org/10.1177/026327692009001004>

- Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. New York: International Publishers.
- Igrutinović, D. (2023). *Sveto i svetogrđe u postsekularnoj Srbiji*. Beograd: Biblos Books.
- Ivanović, I. (2013, June 15). *Promo za SPC* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=f_ljq7oAiOA
- Jovanović, M. (2022). *Simbolički sukobi oko pričešća u Srbiji za vreme pandemije*. Niš: Filozofski fakultet. <https://doi.org/10.46630/spp.2022>
- Jovanović, M. (2024, February 12). *Država i crkve u Srbiji: Finansiranje SPC pod velom tajne*. Vreme. <https://vreme.com/vesti/drzava-i-crkve-u-srbiji-finansiranje-spc-pod-velom-tajne/>
- Jovičević, M. (2023). Satira ili govor mržnje – primer karikatura Predraga Koraksića Corax-a posvećenih Srpskoj pravoslavnoj crkvi. *Nacionalni interes*, 46(3), 119–141. <https://doi.org/10.5937/nint46-46654>
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: the essential guide to qualitative social media research (3rd ed.)*. London; Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Kozinets, R. V. & Gambetti, R. (eds). (2021). *Netnography Unlimited: Understanding Technoculture Using Qualitative Social Media Research*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003001430>
- Kozinets, R. V., Dolbec, P.-Y. & Earley, A. (2014). Netnographic Analysis: Understanding Culture through Social Media Data. In U. Flick (Ed.). *SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis* (262–275). London: SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781446282243.n18>
- Kuipers, G. (2022). Humor, risk, and religion. In R. Dijkstra & P. van der Velde (Eds.). *Humour in the Beginning: Religion, humour and laughter in formative stages of Christianity, Islam, Buddhism and Judaism* (3-10). Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/thr.10.01kui>
- Lamont, M. & Molnár, V. (2002). The Study of Boundaries in the Social Sciences. *Annual Review of Sociology*, 28(1), 167–95. <https://doi.org/0.1146/annurev.soc.28.110601.141107>
- Lamont, M., Pendergrass, S. & Pachucki, M. (2015). Symbolic Boundaries. In J. D. Wright (Ed.) *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, (850–855). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.10416-7>
- Mascha, E. (2008). Political satire and hegemony: A case of “passive revolution” during Mussolini’s ascendance to power 1919–1925. *Humor*, 21(1), 69-98. <https://doi.org/10.1515/HUMOR.2008.003>
- Milosavljević, N. (2023, November 3). *Srpska pravoslavna crkva naručila 5.000 pilates lopti*. Njuz.net. <https://www.njuz.net/srpska-pravoslavna-crkva-narucila-5-000-pilates-lopti/>
- Nikolić, B. (2021, October 15). *Ko je ko na Petričićevoj karikaturi koja je podelila Srbiju*. Nova.rs. <https://nova.rs/kultura/ko-je-ko-na-petricicevoj-karikaturi-koja-je-podelila-srbiju/>
- Petaković, N. (2025, March 25). *Za dotacije eparhijama SPC izdvojeno 51,9 miliona dinara iz budžetske rezerve*. Forbes Srbija. <https://forbes.n1info.rs/novac/za-dotacije-eparhijama-spc-izdvojeno-519-miliona-dinara-iz-budžetske-rezerve/>
- Radio Slobodna Evropa. (2023, January 27). *Vojvođanske NVO: Direktorica škole izložena progonu jer nije dozvolila verski obred*. Radio Slobodna Evropa. <https://www.slobodnaevropa.org/a/sveti-sava-secanj-proslava-skolske-slave/32242566.html>

- Reporting Diversity Network. (2023, June). *TROLL OF THE MONTH: Patriarch of the Serbian Orthodox Church, Porfirije*. Reporting Diversity Network. <https://www.reportingdiversity.org/troll-of-the-month-patriarch-of-the-serbian-orthodox-church-porfirije/>
- RFE/RL's Balkan Service. (2018, November 16). *Ironic Icons: Serbian Artist Remakes Orthodox Imagery*. Radio Free Europe/Radio Liberty. <https://www.rferl.org/a/serbia-art-orthodox-church/29600607.html>
- PT Балкан. (2025, March 10). *Информативна служба СПЦ: Неосноване увреде, претње и напади на патријарха Порфирија*. PT Балкан. <https://rt.rs/srbija-i-balkan/127808-demanti-patrijarh-porfirije-uvrede-autokomanda-bakic/>
- Sejdinović, N. (2020, September 24). *VELIKI PREDRAG KORAKSIĆ CORAX ZA LUPIGU: Ova politička scena sama je po sebi – karikatura*. Lupiga. <https://www.lupiga.com/intervju/veliki-predrag-koraksic-corax-za-lupigu-ova-politicka-scena-sama-je-po-sebi-karikatura>
- Schutz, A. (1962). On Multiple Realities. In M. Natanson (Ed.), *Collected Papers I* (207-286). Dordrecht: Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-010-2851-6_9
- Schweizer, B. (2020). *Christianity and the Triumph of Humor: From Dante to David Javerbaum*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429196690>
- Schweizer, B. (2024). Humor in Religious Contexts: An Overview. In T. Ford, W. Chłopicki & G. Kuipers (Ed.), *De Gruyter Handbook of Humor Studies* (pp. 557-574). Berlin, Boston: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110755770-033>
- Trivić, B. (2013, April 16). *Sinod SPC gledao porno snimak vladike Kačavende*. Radio Slobodna Evropa. <https://www.slobodnaevropa.org/a/sinod-spc-gledao-porno-snimak-vladike-kacavende/24960631.html>
- Tsakona, V. (2011). Humour, Religion and Politics in Greek Cartoons: Symbiosis or Conflict?. In H. Geybels & W. Van Herck (Ed.), *Humour and Religion: Challenges and Ambiguities* (pp. 248–268). London: Continuum. <http://dx.doi.org/10.5040/9781472549075.ch-015>
- Tsakona, V. & Popa, D. E. (2013). Editorial: Confronting power with laughter. *European Journal of Humour Research*, 1(2), 1–9. <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2013.1.2.tsakona>

HUMOR PROTIV HEGEMONIJE: IRONIJA, SATIRA I PARODIJA USMERENE NA SRPSKU PRAVOSLAVNU CRKVVU

Miloš Jovanović

Departman za sociologiju, Filozofski fakultet, Univerzitet u Nišu, Srbija

Sažetak

Rad se bavi analizom tumačenja i „uokvirivanja” Srpske pravoslavne crkve u javno dostupnim humorističkim sadržajima.

Crkva u savremenom srpskom društvu je organizacija sa značajnim ugledom među građanima, koji u nju imaju veliko poverenje. Ona uživa brojne privilegije i koristi

priličnu količinu resursa koje joj obezbeđuje politička oligarhija. Crkva zauzima istaknuto mesto u javnom životu savremene Srbije, kako kroz formalno uključivanje sveštenstva i crkvenih predstavnika u rad svetovnih institucija, tako i kroz neformalnu svakodnevnu praksu građana. Hegemoni položaj Srpske pravoslavne crkve, kao (samo)proglašene vodeće moralne i duhovne organizacije, čini je posebno pogodnom metom za komično tretiranje kroz upotrebu ironije, satire i parodije.

Analiza gorepomenutih humorističkih sadržaja konceptualno se oslanja na Gramšijeva razmatranja hegemonije i konstruktivistički pristup humoru Pitera Bergera. Koristeći netnografiju kao metod za prikupljanje podataka i tematsku analizu za njihovu interpretaciju, studija ukazuje na delegitimišući potencijal humora u društvenim borbama. Analizirani i interpretirani podaci se sastoje od vizuelnih i tekstualnih humorističkih sadržaja koji su se pojavljivali kao reakcija na istupe Crkve u javnosti. Najčešće su tematizovani: „ispadi“, „neprimereno“ ponašanje, „problematične“ izjave i stavovi crkvenih velikodostojnika, kao i prakse predstavnika Crkve koje su viđene kao suprotstavljene hrišćanskom učenju i moralu koje Crkva propoveda (materijalna raskoš, moralizovanje i mešanje u privatni život ljudi, agresivni ispadi, podrška dezavuisanim političarima, sujeverje, seksualno zlostavljanje i drugi skandali).

Ključne reči: Srpska pravoslavna crkva, hegemonija, humor, simbolička borba, netnografija, tematska analiza.

RECEIVED: 04.04.2025.

ACCEPTED: 12.04.2025.

milos.jovanovic@filfak.ni.ac.rs

САГЛЕДАВАЊЕ ФЕНОМЕНА ЗАНЕМАРИВАЊА ДЕЦЕ У СРБИЈИ¹

Славица Коматина^{2*}

Висока струковна васпитачка и медицинска школа, Вршац, Србија

Апстракт

У раду се бавимо феноменом занемаривања деце у нашем друштвеном контексту. Он се, с једне стране, сагледава кроз усвојена и општеприхваћена одређења садржаја појма и, с друге стране, кроз анализу доступних података о реалном одговору нашег друштва и одговарајућих јавних политика на овај проблем. Од методолошких приступа примењена је анализа садржаја актуелне научне и стручне литературе, као и законодавног оквира који се бави овом проблематиком и дескриптивна анализа релевантних статистичких података. Циљ овог рада је покушај да се сагледају сви аспекти и утврде размере занемаривања деце у нашем друштву, као и одговорност кључних друштвених актера за препознавање, деловање и спречавање ове појаве. Посебно се бавимо децом припадника ромске националности, јер је ова национална заједница у нашем друштву препозната као етно-класа, сиромашнија од најсиромашнијих. Закључујемо да велики део одговорности за занемаривање деце у нашем друштву сноси управо држава и њена неадекватна социјална политика, која се у раду сагледава кроз мере које држава предузима према најсиромашнијима. Такође, мере популационе политике су селективне и нису усклађене са реалним социјалним потребама становништва. Између декларативне популационе политике, законодавног оквира, социјалне политике, деловања друштвених институција и праксе постоји велика недоследност и много конфузије. У дезоријентисаном и вредносно уназађеном друштву, које притом интензивно стари, неадекватан одговор државе када је у питању остваривање дејих права имаће несагледиве негативне последице по развој укупне популације.

Кључне речи: занемаривање деце, дејја права, социјална политика, популациона политика

¹ Автор за korespondenciju: slavica29komatina@gmail.com

Рад је усмено изложен на међународној конференцији „Превазилажење неједнакости, одговори теорије и праксе социјалне политике и социјалног рада“ одржане 2. јуна 2023. године на Факултету политичких наука у Београду.

Рад цитирати као: Коматина, С. (2025). Сагледавање феномена занемаривања деце у Србији. *Godišnjak za sociologiju* 21(34), 97–113.

² *  <https://orcid.org/0000-0001-9374-8891>

Увод

Занемаривање деце једна је од најчешћих форми несавесног и оштећујућег односа према деци. Овај феномен у раду се посматра кроз општеприхваћен концепт деčјих права и његову присутност у најважнијим нормативним актима који се баве овом проблематиком. Најчешће се занемаривање деце ограничава на посматрање ове појаве у породичном контексту, односно кроз родитељски пропуст да се задовоље деčје потребе. У раду се фокус шири на читаву друштвену заједницу, кроз анализу институционалних одговора на овај друштвени проблем. Анализа релевантних актуелних статистичких података илуструје одговор државе на егзистенцијалне проблеме најсиромашнијих, међу којима су значајно заступљене породице са децом и једнородитељске породице, као и велики део ромске популације. Занемаривање деце у држави посматра се кроз неадекватне мере социјалне политике у области социјалне заштите најсиромашнијег становништва и породица са децом, које се сагледавају компарацијом номиналних износа новчане социјалне помоћи и статистички утврђених граница сиромаштва. Поред мера социјалне политике, анализирају се и мере популационе политике, које као једнократне или краткорочне, не пружају родитељима континуирану и трајну подршку и сигурност; не циљају најсиромашније породице са децом и нису подједнако праведне и подржавајуће са *сву* децу.

Шта подразумевамо под занемаривањем деце?

Занемаривање деце представља универзалну друштвену појаву, сусрећемо је у свим друштвеним заједницама, током читаве досадашње људске историје. Међутим, свеобухватну и јединствену дефиницију овог феномена није могуће одредити због различитих представа о детету и детињству и различитих односа према деци током друштвеног развоја.

Однос друштва према најмлађим и најрањивијим члановима зависи у највећој мери од особина самог тог друштва, наиме карактеристике културолошких образаца односа одраслих према деци у највећој мери су детерминисане друштвено-историјским и економским околностима у којима се конкретно друштво налази. Од тих околности зависи и начин на који ћемо посматрати феномен детињства и положај детета у друштву. У традиционалним патријархалним друштвима инфериоран положај деце подразумевао се као део природног поретка заједнице у коме доминирају старији над млађима, односно у породици родитељи над децом.

У незаобилазној саги о детињству, „Векови детињства“ Филипа Аријеса (1989), аутор нам дочарава свет у коме је дете саставни, али невидљиви и инфериорни члан заједнице, за кога се подразумева да је ту, али се претерано не обраћа пажња на њега, који је „човек у малом“, када још увек „није постојала свест о томе да дете већ садржи у себи личност одраслог човека, коју ми данас имамо“ (Аријес, 1989: 65). Из перспективе савременог друштва, могли бисмо да

кажемо да се радило о потпуном занемаривању децјих жеља и потреба, али је питање колико бисмо били у праву.

Са развојем друштвених наука дете се дуго посматрало као „објекат социјализације“, односно детињство се проучавало из перспективе односа родитеља према деци и анализе различитих васпитних пракси. Данас увелико говоримо о новој парадигми детињства, односно о детињству као друштвено конструисаној пракси (Milić, 2007, str. 160–163), о детету као актеру социјализације, али и о израженој институционализацији и фамилизацији савременог детињства у коме се простори слободе у одрастању драстично сужавају (Tomanović, 2015).

У савременој породици дете је главни актер и центар свих породичних активности и никада положај детета у породици није био толико доминантан као у савременом друштву. Он је условљен променама у друштву које су трансформисале структуру и функције савремене породице, довеле до демократизације односа како између брачних партнера, односно родитеља, тако и родитеља према деци. Зато када причамо о занемаривању деце данас, имамо у виду актуелне културолошке и цивилизацијске стандарде. Ти стандарди су на међународном нивоу успостављени и у већини земаља света прихваћени усвајањем Конвенције о правима детета УН (1989), која је и код нас, када смо још били део бивше СФРЈ, потврђена већ наредне године од њеног усвајања Законом о ратификацији конвенције Уједињених нација о правима детета (1990). У овом документу се нормативно уобличава и подржава идеја о детету као самосталном правном субјекту и гарантују му се бројна грађанска, политичка, економска и културна права (Stevanović, 2014, str. 37–44).

Ова и оваква права требало би да гарантују високи степен заштите деце од различитих облика неадекватног и оштећујућег поступања, која се могу дефинисати на различите начине.

Према дефиницији Светске здравствене организације, која је општеприхваћена, злоупотреба или злостављање детета обухватају све облике физичког и/или емоционалног злостављања, сексуалну злоупотребу, занемаривање или немаран поступак, као и комерцијалну и другу експлоатацију, што доводи до стварног или потенцијалног нарушавања здравља детета, његовог преживљавања, развоја и достојанства, у оквиру односа који укључује одговорност, поверење или моћ (World Health Organization [WHO], 1999).

Ову дефиницију сусрећемо и у домаћој литератури која се бави овом проблематиком (Žegarac, 2004; Išpanović-Radojković, 2011; Петковић, 2015).

Дакле, занемаривање детета сматра се једним од облика злоупотребе или злостављања детета и обухвата читав низ пропуста да се детету пружи одговарајућа нега и заштита како у адекватној исхрани, смештају и безбедном окружењу, тако и у друштвеном, емоционалном и интелектуалном развоју.

Занемаривање представља немар или пропуст пружаоца неге да обезбеди развој детета у свим областима: здравља, образовања, емоционалног развоја, исхране, смештаја и безбедних животних услова, а у оквиру разумно расположивих средстава породице или пружаоца неге, што нарушава или може са

великом вероватноћом нарушити здравље детета и његов физички, ментални, духовни, морални или друштвени развој. Оно обухвата и пропуст у обављању правилног надзора и заштите деце од повређивања у оној мери у којој је то изводљиво (WHO, 1999).

Иако се ради о најзаступљенијем облику неадекватног и оштећујућег односа према деци, које има бројне негативне последице по живот, здравље и свеукупан развој, у широј јавности, па и научној и стручној, овој појави се не придаје одговарајући значај. Чињеница је да је тешко операционализовати појам и одредити прецизну границу задовољавања свих основних потреба детета. У свакодневном животу код већине деце вероватно постоје одступања у неким аспектима задовољавања оптималних развојних потреба и на то утиче пуно социјалних фактора, а пре свега економски статус породице, образовни статус родитеља и квалитет институционалне подршке шире друштвене заједнице. Занемаривање детета може бити намерно и ненамерно, свесно или несвесно и у великој мери је детерминисано цивилизацијским стандардима и културолошким особеностима конкретног друштва. Ради се о веома сложеној појави која има пуно различитих димензија (егзистенцијалну, здравствену, образовну) и свака може да има штетне последице, али је најопасније њихово мултипликовање, када су околности друштвеног развоја детета такве да је оно осујећено у великом броју или у свим аспектима живота.

Жегарац (2004) се у свеобухватној студији о изазовима и трендовима професионалне праксе у заштити деце од злостављања и занемаривања бави овом проблематиком из перспективе социјалног рада и социјалне политике. Као основне форме занемаривања деце дефинише физичко, образовно, здравствено, емоционално, васпитно занемаривање, експлоатацију деце, неадекватан надзор и напуштање деце, који могу бити препознати на основу специфичних физичких, бихејвиоралних и породичних индикатора (Žegarac, 2004, str. 45–47).

Заштита деце од злостављања и занемаривања у Републици Србији – нормативни ниво

Сва званична државна документа која се односе на заштиту деце од различитих облика злостављања и занемаривања у Србији базирају се на основним принципима заштите деце гарантованим Законом о потврђивању Конвенције УН о правима детета (1990) и Уставом Републике Србије (2006). У овим документима, под дететом се подразумева особа до навршене 18. године живота. Ова дефиниција, односно старосна граница, наводи се и у многим домаћим законима који регулишу области које су на неки начин у вези са деčјим правима.

Национални план акције за децу (2004) први је стратешки документ Владе Републике Србије који дефинише општу политику земље према деци до 2015. године. У овом документу инсистира се на неопходности успостављања међусекторске сарадње у области заштите деце од злостављања и занемаривања међу стручњацима из релевантних области, а пре свега запослених у здравству,

образовању, социјалној заштити, правосуђу и полицији. Предвиђа се и израда посебних протокола, који треба да уреде интерне поступке унутар појединих установа и система. Овај документ представља напор државе да унесе ред и успостави систем у област социјалне заштите деце.

У складу са претходним документом, следеће године Влада доноси Општи протокол о заштити деце од злостављања и занемаривања (2005), који предвиђа развој и ширење мрежа мултидисциплинарних тимова за заштиту деце у локалној заједници и њихово обједињавање на локалном нивоу у читавој земљи. У складу са Општим протоколом и ради успостављања ефикасне међусекторске сарадње између надлежних министарстава (просвете, здравства, рада, запошљавања и социјалне политике, правде и унутрашњих послова), предвиђа се увођење посебних протокола унутар сваког од ових система. Све пријаве на злостављање и занемаривање деце усмеравају се према центрима за социјални рад који треба да развију службу за тријажу и хитне интервенције. У документу су преузете поменуте и општеприхваћене дефиниције злостављања и занемаривања Светске здравствене организације.

Најновији документ везан за ову проблематику Влада Републике Србије усвојила је 2022. године – Општи протокол за заштиту деце од насиља. У њему се истиче да је право на заштиту од свих облика насиља основно право сваког детета, а под „насиљем“ се подразумевају сви облици оштећујућег односа према деци, укључујући и занемаривање. Поред системске континуиране превенције свих облика насиља над децом и осигурања ефикасних мера заштите, као посебни циљеви издвајају се унапређење компетенција стручњака који раде са децом и информисања шире јавности, укључујући и децу, о начинима поступања у случајевима када се сумња да је дете жртва насиља или је у ризику да то буде; даље унапређење оперативних процедура и остваривање ефикасније међусекторске сарадње.

После увођења демократских промена, Влада РС је донела и две стратегије о превенцији и заштити деце од насиља: Националну стратегију за превенцију и заштиту деце од насиља, за период од 2009. до 2015. године (2008) и Стратегију за превенцију и заштиту деце од насиља од 2020. до 2023. године (2020). Занемаривање деце у оба поменута стратешка документа сматра се једним од облика насиља над децом. У другој стратегији наводи се чак 14 домаћих закона који препознају и санкционишу различите облике насиља над децом, а помињу се и налази истраживања који указују на широку заступљеност различитих видова насиља над децом у Србији (Стратегија, 2020, стр. 7). Поред основних, у Стратегији се помиње велики број конкретних облика насиља и група над којима се врши насиље, па се, између осталих, помињу и „ромска деца“ и њихови „небезбедни и неповољни животни услови“, али се у одељку 4 – *Дефинисане жељене промене* не наводи које конкретне промене се очекују у животу ромске деце и ромских породица, само се помињу „политике борбе против сиромаштва и социјалне искључености“ (Стратегија, 2020, стр. 21).

Конкретизацију основних принципа заштите деце од злостављања и занемаривања анализираћемо у Породичном закону, Закону о социјалној заштити и

Закону о основама система образовања и васпитања.

Породични закон (2015) један је од најважнијих закона који се бави породичноправном заштитом деце и уређује широк дијапазон деčјих права, међу којима је и право на живот детета са родитељима и да се родитељи о њему старају пре свих других (чл. 60), као и право на обезбеђење најбољих животних и здравствених услова за правилан и потпун развој (чл. 62).

Закон прецизно уређује садржину родитељских права, али установљава и обавезу државе да предузима све неопходне мере у циљу заштите деце од занемаривања, експлоатације и различитих облика злостављања, укључујући и потпуно лишавање родитељског права (чл. 81).

Према Закону о социјалној заштити (2022), малолетно лице (дете) и пунолетно лице до завршених 26 година живота може бити корисник права или услуга социјалне заштите када му је, услед породичних и других животних околности, угрожено здравље, безбедност и развој, односно ако је извесно да без подршке система социјалне заштите не може да достигне оптимални ниво развоја.

У Закону се прецизирају и ситуације, односно разрађују узроци који могу да доведу до тог стања: 1) ако је без родитељског старања или у ризику од губитка родитељског старања; 2) ако његов родитељ, старатељ или друго лице које се о њему непосредно стара није у стању да се о њему стара без подршке система социјалне заштите, услед здравствених разлога, менталног обољења, интелектуалних тешкоћа или неповољних социоекономских околности; 3) ако има сметње у развоју (телесне, интелектуалне, менталне, сензорне, говорно-језичке, социоемоционалне, вишеструке), а његове потребе за негом и материјалном сигурношћу превазилазе могућности породице; 4) ако је у сукобу са родитељима, старатељем и заједницом и ако својим понашањем угрожава себе и околину; 5) ако се суочава с тешкоћама због злоупотребе алкохола, дрога или других опојних средстава; 6) ако постоји опасност да ће постати жртва или ако јесте жртва злостављања, занемаривања, насиља и експлоатације, односно ако су му физичко, психичко или емоционално благостање и развој угрожени деловањем или пропустима родитеља, старатеља или друге особе која се о њему непосредно стара; 7) ако је жртва трговине људима; 8) ако је страни држављанин односно лице без држављанства, без пратње; 9) ако се његови родитељи споре око начина вршења родитељског права; 10) ако има друге потребе за коришћењем социјалне заштите (чл. 41).

Закон о основама система образовања и васпитања донет 2009. године веома је значајан за препознавање и превенцију образовног занемаривања деце. Овај кровни закон уводи инклузивни принцип у целокупан систем предуниверзитетског образовања; уноси новине у уписну политику, уводи нове системе образовне подршке детету и ученику и детаљно се бави забраном дискриминације, насиља, злостављања и занемаривања у образовној установи.

Закон у чл. 97, ст. 2 обезбеђује равноправност све деце приликом уписа – ни једном детету се не може оспорити упис у предшколску установу, односно основну школу, нити се присилити родитељи да га упишу у специјалну школу

(Коматина, 2017, стр. 75). На тај начин се прекида пракса неуписивања деце из социјално депривираних средина и ромске деце због административних препрека (недостатка неког документа), културолошких разлика или недовољног познавања српског језика и њихово масовно уписивање деце у специјалне школе.

Поред једнакости при упису, овим Законом дефинисани су и поступци који отклањају препреке у школовању које имају поједина деца, прилагођавајући програм и начин рада развојним потребама и могућностима сваког детета.

Чланом 45 Закона забрањује се насиље, злостављање и занемаривање деце, а у ставу 3 овог члана каже се: „Занемаривање и немарно поступање представља пропуштање установе или запосленог да обезбеди услове за правилан развој детета и ученика“.

Шири друштвени контекст занемаривања деце

Размере сиромаштва и конкретне мере социјалне политике

Будући да се многи аспекти занемаривања деце могу посматрати као директна последица сиромаштва, логично је претпоставити да демократске државе имају адекватан одговор на овај проблем, односно да на њега делују превентивно адекватним мерама социјалне политике.

Чини се да смо у стручним и званичним државним документима постигли висок степен сагласности око тога шта подразумевамо под занемаривањем деце, у којим све видовима ова појава може да се препозна и како да се утиче на њено смањење. Овај облик некоректног односа према деци најчешће се везује за породицу и пропуст родитеља да обезбеде оптималне услове за развој деце. Само није јасно шта се заправо под тим условима подразумева, да ли су они у релацији са породичним могућностима и, ако нису, како се практично то превазилази? Колико има деце која су занемарена небригом родитеља/старатеља, а колико има деце која су осуђена на осујећивање основних развојних потреба због немогућности и немоћи родитеља да им их пружи? Како шири друштвена заједница, односно држава решава проблем неадекватних услова у којима деца одрастају и колико има такве деце код нас?

У Саопштењу Републичког завода за статистику [РЗС] од 15. октобра 2024. године (РЗС, 2024), приказани су најновији подаци о сиромаштву и социјалној неједнакости у Републици Србији, који се односе на 2023. годину.

Стопа ризика од сиромаштва или социјалне искључености, која показује проценат лица која су у ризику од сиромаштва, или су изразито материјално и социјално ускраћена, или живе у домаћинствима веома ниског интензитета рада за укупну популацију у Србији је била чак 27,2%.

Те године *стопа ризика од сиромаштва* била је 19,9%, што значи да је 1/5 становника Србије била сиромашна. Ова стопа представља удео лица у укупној популацији чији је приход нижи од прага ризика од сиромаштва. Праг ризика од сиромаштва дефинисан је као приход од 29.100 динара просечно месечно

за једночлано домаћинство; за домаћинство с двоје одраслих и једним дететом млађим од 14 година (трочлано) 52.380 динара (17.460 по члану домаћинства); за четворочлано домаћинство са двоје одраслих и двоје деце млађе од 14 година 61.110 динара (15.277,5 динара по члану). Уместо да се праг ризика од сиромаштва повећава са повећањем броја деце, он се смањује. Тако највећу *стоњу ризика од сиромаштва* према типу домаћинства имају она у којима живи двоје родитеља са троје или више издржаване деце – 34,7%.

Гини коефицијент, који представља меру неједнакости прихода био је 31,7 и он је виши него у већини земаља Европске уније. Према подацима Еуростата (Eurostat Data Browser, 2025), просечна вредност овог коефицијента у земљама ЕУ 2023. године износила је 29,6.

Значајан показатељ економског развоја је и БДП по глави становника који је у 27 земаља ЕУ 2024. године био у просеку 33.530, а у Србији 3,7 пута мањи, односно само 8.900 евра (Eurostat Data Browser, 2025a).

Осврнућемо се на висине износа новчане социјалне помоћи, чија се основица, према Закону о социјалној заштити (2022, чл. 87–90), усклађује двапут годишње, 1. априла и 1. октобра, са индексом потрошачких цена у претходних 6 месеци. Тако новчана социјална помоћ 1. октобра 2024. године износи 11.919 динара за појединца, односно носиоца права у породици; 5.960 динара (половину основе за носиоца) за сваку наредну одраслу особу и 3.576 динара за свако дете старости до 18 година. Ако према овоме, израчунамо приход четворочлане породице (родитељи и двоје деце) која живи од новчане социјалне помоћи, он износи 25.031 динар (6.258 динара по члану домаћинства) и нижи је за 36.079 динара од утврђеног прага сиромаштва (61.110 динара) (Решење о номиналним износима новчане социјалне помоћи, 2024).

У 2022. години³ 9,3% пунолетног становништва РС, односно 707.188 људи било је на евиденцији центара за социјални рад, а од тог броја 56,3% остварује право на новчану социјалну помоћ (Републички завод за социјалну заштиту [РЗСЗ] 2024).

На евиденцији центара за социјални рад у току 2022. било је укупно 179.802 деце, односно 15% од укупног броја деце у земљи. Међу њима је 7,11% деце која су сврстана у категорију „жртве занемаривања и насиља“ (РЗСЗ, 2024a).

Мере популационе политике

Општи друштвени консензус постоји око тога да нам треба адекватна популациона политика, будући да су стопе наталитета и фертилитета ниске и да број умрлих далеко превазилази број живорођених, па нам је природни прираштај већ

³ Какво је стање у нашем систему социјалне заштите може се закључити и на основу два извештаја Републичког завода за социјалну заштиту за 2024. годину: Пунолетни у систему социјалне заштите и Деца у систему социјалне заштите. У њима се наводе (понављају) подаци који се односе на 2022. годину, уз објашњење да нови подаци центара за социјални рад нису објављени, због недовољног квалитета и непоузданости (РЗСЗ, 2024, стр. 4).

деценијама негативан. Све то доводи не само до опадања броја становника, већ и до старења укупне популације и смањења како апсолутног броја, тако и релативног удела деце и младих у укупној популацији. Ситуацију у том погледу само погоршава висок степен миграција младог и високообразованог становништва.

Такви популациони трендови подразумевају добро осмишљене мере популационе политике. Последњих година најупадљивије и медијски веома експонирани су пре свега мере финансијске подршке коју породице добијају приликом рођења детета, које се исплаћују за прво, друго, треће и четврто дете и мере којима држава финансијски подржава породице код вештачке оплодње. Значајна економска мера популационе политике је и исплата зараде запосленој мајци за време породилског одсуства у трајању од годину дана.

Сви видови новчане помоћи породицама са децом уређени су Законом о финансијској подршци породици са децом (2024). Овим законом, у чл. 23а дефинисани су актуелни износи родитељског додатка, који за прво дете рођено 1. јануара 2024. г. износи 500.000 дин. (исплаћује се једнократно), за друго 600.000 дин. (у 24 рате), за треће 2.280.000 дин. (у 120 месечних рата), за четврто 3.180.000 дин. (у 120 месечних рата).

Док су актуелне мере за новорођену децу прилично стимулативне, износ децејег додатка и номинални цензуси за његово остварење су крајње неадекватни.

По нашем законодавном систему, децу треба издржавати најмање 18, односно 26 година (ако редовно похађају школу), па једнократне и краткорочне мере новчане подршке нису добро решење, ако нису праћене адекватном континуираном подршком деце и породице.

Од 2019. године, цензуси за оставаривање права на децји додаток усклађују се двапут годишње, 1. јануара и 1. јула, на основу података Републичког завода за статистику, са кретањем индекса потрошачких цена у Републици Србији у претходних шест месеци, а њихове номиналне износе утврђује решењем министар за социјална питања.

Тако номинални износ децејег додатка од 1. јануара 2025. године износи само 4.299,63 динара (за једнородитељске породице и старатеље овај износ се увећава за 30%, а за родитеље деце са сметњама у развоју и инвалидитетом за 50%). Овако ниски износи децејег додатка представљају флагрантно занемаривање деце од стране државе. И не само да је износ децејег додатка срамотно низак, већ је и ограничен на најсиромашније категорије становништва. Наиме, номинални износ цензуса за остваривање права на децји додаток, на основу укупних месечних прихода породице остварених у три месеца који претходе месецу у коме је поднет захтев, по члану породице, почетком ове године износи 12.898,88 динара (Министарство за бригу о породици и демографију, 2025).

Проблеми депопулације и старења становништва Србије не могу се решити политичким мерама, већ би требало да се доносе у сарадњи са стручњацима из релевантних области и да буду дугорочне и ефикасне. Проблем је и у самом друштвеном, економско-политичком и културном амбијенту наше државе, који не одаје утисак просперитета и демократије, па никаквим мерама не можемо да натерамо младе људе да рађају децу или да остану у земљи.

Бројни нерешени проблеми друштвеног положаја деце у Србији, неадекватна решења и примери неусклађеног и неефикасног деловања институција говоре о друштвеној небризи и друштвеном занемаривању деце код нас.

Нажалост, сведоци смо популистичких и манипулативних потеза државе, па чак и злоупотребе самих средстава намењених побољшању положаја деце.

Очигледна манипулација статистичким подацима о порасту наталитета и потврђивању ефикасности мера популационе политике присутна је у самом врху државе – Истиномер (Šljukić, 2023) на свом сајту наводи изјаву премијерке Ане Брнабић о порасту стопе укупног фертилитета (са 1,45 2012. на 1,63 2022. године), који она тумачи као последицу мера популационе политике њене владе. При том наводи званичне податке РЗС, али неупоредиве, будући да су израчунати на основу различитих методологија⁴.

Од институција које би посебно требало да буду посвећене деци и породицама са децом истиче се Министарство за бригу о породици и демографију. Документација до које су дошле невладине организације Балканска истраживачка мрежа Србије и Грађанске иницијативе, уз снимке који су постали вирални, показује организовану превару у којој се помиње Влада, односно њено Министарство за бригу о породици и демографију. Фантомска удружења грађана су на конкурсима овог Министарства током 2021. године добила најмање 5 милиона евра. Тај новац су пребацивали приватним агенцијама, а извештаје о спроведеним активностима и потрошеним средствима лажирали (Andrić & Đorđević, 2023). Ове коруптивне и криминалне радње нису заинтересовале полицију и правосудни систем.

Неадекватни институционални одговори

Држава повремено примењује и универзалне мере једнократне новчане подршке појединим категоријама становништва, између осталих и деци. Будући да су неселективне, ове мере су у погледу побољшања положаја деце потпуно неефикасне, јер се новац не усмерава пропорционално, у сразмери са реалним социјалним потребама породица, упркос очигледној и статистички потврђеној чињеници да велики број породица не може или је у константној борби да задовољи основне животне потребе своје деце.

Кад су у питању једнородитељске породице, нема ефикасног решења перманентног проблема плаћања алиментације. У студији „Много одговорности, премало подршке: сами родитељи на Западном Балкану“, Марина Хјусон (Hughson) (2015) приказује резултате истраживања услова живота и стратегија

⁴ Стопа укупног фертилитета за период од 2012. до 2021. године израчуната је на основу процена базираних на подацима Пописа из 2011. године када је у Србији било 7.186.862 становника, док је стопа укупног фертилитета за 2023. годину израчуната на основу процена базираних на резултатима Пописа из 2022, када је у Србији избројано 6.647.003 становника. „Процене од 2012. до 2021. године не укључују спољну миграцију која је негативна, док је процена за 2022. годину по природи ствари базирана на попису који укључује спољну миграцију“, каже демограф Владимир Никитовић за Истиномер. Он побија и премијеркину тврдњу да се млади враћају у Србију, истичући, нажалост, да ни једна студија то не потврђује. Напротив, процене су да око 30.000 људи годишње напусти Србију (Šljukić, 2023).

родитеља који децу одгајају сами, као и институционалне одговоре на њихове потребе. Међу бројним проблемима самохраних родитеља, истиче се проблем нередовног или потпуног изостанка плаћања законом утврђене алиментације од стране другог родитеља, најчешће оца. Хјусон наводи да је у време истраживања у Србији постојало отворено одбијање званичних државних представника да се овакав фонд оформи. „Званично државно објашњење било је да држава не може да преузме одговорност од родитеља за дуге и компликоване правне процедуре, па ни да накнадно наплати дугове од неодговорних родитеља који избегавају алиментације“ (2015, стр. 55–56). Овакво објашњење ауторка квалификује као у великој мери цинично, јер држава охрабрује мајке да покрећу поступке, а сама неће да формира фонд, јер је свесна да процеси против неодговорних родитеља трају годинама и да би јој било готово немогуће да наплати алиментације⁵.

У студији „Деца улице“ (2014), ауторка Ивана Стевановић расветљава проблем најнезаштитенијег и најрањивијег дела популације, децу која живе и раде на улици и захтева адекватну државну реакцију. Без намере да овде улазимо у узроке и последице овог веома компликованог и тешког друштвеног проблема, морамо да констатујемо да је малолетно дете препуштено улици у супротности са већином закона који се на неки начин баве деčјим правима и да толерисање ове појаве представља неадекватно функционисање многих државних институција и флагрантно државно занемаривање деце.

Ромска деца су честа асоцијација на занемарену децу, али „није лако бити чист, здрав, лепо обучен и нахраћен, ако живите у учерици склепаној од картона, без струје, воде и грејања“ (Коматина, 2018, стр. 88). Познат је изразито неповољан друштвено-економски положај ове популације перманентно изоловане од друштвене заједнице, уз спорадична и углавном несистемска решења њихових бројних проблема.

Стога, у контексту државног занемаривања деце можемо говорити и о ромској деци у Србији. Истраживачи који проучавају живот Рома на нашем простору давно су их препознали као етно-класу (Митровић, 1990, стр. 119), доказали да су етничка група према којој постоји највиша социјална дистанца (Миладиновић, 2009), која је у скоро свим димензијама друштвеног живота искључена, маргинализована и сегрегисана (Тодоровић, 2011, стр. 1139) и да су најугроженија мањинска заједница у Србији са скоро никаквом друштвеном покретљивошћу (Радуски & Коматина, 2013, стр. 101).

⁵ Пошто се наведено истраживање односи на земље западног Балкана, није згорег напоменути да је у међувремену Црна Гора 2022. године донела *Zakon o privremenom izdržavanju djece* (*Sl. list C.G.*, бр. 80/22), који у члану 1 предвиђа оснивање Алиментационог фонда. Последњи приступ 2. 8. 2023.

<https://me.propisi.net/zakon-o-privremenom-izdrzavanju-djece/>

Што се Србије тиче, једино постигнуће је Предлог закона о привременом издржавању деце из Алиментационог фонда, који је 28. фебруара 2023. године председнику Народне скупштине поднела група народних посланика опозиције. Последњи приступ 2. 8. 2023.

http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/predlozi_zakona/13_saziv/011-388_23.pdf

Бавећи се односом између социјалне депривације и родитељског отуђења, Коматина (2021) закључује да у пракси родитеља ромске деце из социјално депривираних средина може да се уочи пуно елемената различитих форми занемаривања: физичко занемаривање у виду неадекватне хигијене, одеће и исхране, као и неодговарајућег надзора, здравствено занемаривање, образовно занемаривање деце, неповољни утицаји неадекватне породичне атмосфере која се огледа у насилном решавању проблема међу партнерима, неадекватна социјализација, практиковање традиције (склапање малолетничких бракова) која је у супротности са интересима детета. Међутим, ауторка закључује да се занемаривање ромске деце не може приписати искључиво родитељима, јер они у великој мери немају могућности да задовоље ни најосновније потребе и да је за угрожавање елементарних људских и дејчјих права директно одговорна неадекватна државна политика.

У опсежној студији која се бави узроцима неповољне образовне структуре ромске популације и образовањем ромске деце у Србији, Коматина (2020) примећује да родитељи ромске деце и просветни радници не сарађују на најбољи начин и у интересу деце. Тако, поред необразованих и немоћних родитеља који су и сами преживели понижења током свог школовања, имамо и просветне раднике који нису претерано подстицајни, па уместо да удружено делују за добробит деце, најчешће пребацују одговорност једни на друге. Резултати квантитативног истраживања школског успеха ромске деце из седам београдских основних школа током две школске године показују да је највећи проценат ромске деце међу децом која су напустила школу (83%), која полажу разредни испит (95%), понављају разред (89%). Оно што се као очигледно занемаривање од стране образовних институција може уочити је чињеница да их је међу ђацима који са којима се радило по ИОП-у било само 55%.

Ако имамо у виду чињеницу да су Роми у великом броју корисници социјалне помоћи и ако се присетимо висина њихових износа и износа дејчјих додатака, онда слободно можемо да кажемо да су ромска деца занемарена од стране државе, јер махом живе у веома сиромашним, али и многобројним породицама, а са повећањем броја чланова, опадају месечни износи социјалних давања по члану породице. Непотпун обухват ромске деце код поласка у школу и њихово осипање током школовања једним делом су последица непоштовања закона и институционалне дискриминације.

Занемаривање ромске деце од стране институција (посебно социјалних, образовних и правних) огледа се у „толерантном“ односу према малолетничким, односно дејчјим браковима, када деца ромске националности престану да похађају школу.

О институционалном занемаривању деце можемо да говоримо не само када закажу поједине институције, већ када закажу многе, као и њихова сарадња прописана законом. Примери су бројни, па тако скоро свакодневно слушамо и читамо различите потресне приче, на пример о занемареној од свих – девојци коју је отац присиљавао да живи у кади (Младеновић, 2023), масовном убиству деце у ОШ Владислав Рибникар из Београда (Веселиновић, 2023),

акушерском насиљу у нашим породицима (Богдановић & Гајић, 2024), фаталним последицама неадекватног вакцинисања деце (Фочанин, 2024).

Институционална дискриминација и занемаривање деце присутно је и у недовољно развијеним и веома сиромашним деловима Србије, оно се огледа у недостатку предшколских установа, неадекватним условима одвијања школске наставе (недостатак тоалета, грејања), неадекватној здравственој заштити.

Закључак

О занемаривању деце најчешће се прича у контексту осталих облика оштећујућег односа према деци, упркос томе што се ради о веома раширеној појави која има специфичне узроке и бројне и веома негативне последице по живот, здравље и просперитет деце.

Ако посматрамо законску регулативу и стратешке државне документе, изгледа да се овој појави у нашем друштву придаје одговарајући значај, али пракса нас демантује. У овом раду се фокус занемаривања деце помера са породичног плана и искључиве одговорности родитеља, на одговорност шире друштвене заједнице, односно државе и њених институција.

Савремена породица данас не може да функционише без друштвене подршке оличене у бројним формалним институцијама, у првом реду то су образовне, здравствене и установе социјалне заштите. Све ове институције веома су значајне у препознавању појаве занемаривања деце и у обавези да се овим проблемима баве на законом прописан начин као и да међусобно сарађују. Нажалост, из бројних примера могло би се закључити да су институције неефикасне, да не функционишу усклађено и према прописаним стандардима.

С друге стране, поједини стандарди, односно прописане мере социјалне политике, посебно у области социјалне заштите најсиромашнијих, су веома упитни са становништва државне бриге о деци и спречавања занемаривања деце. Када су у питању сиромашне породице са децом, посебно породице са више деце, и већина породица припадника ромске националне мањине, мере социјалне политике су такве да не могу да заштите ову децу од занемаривања.

Притом, статистички подаци показују велике уделе становништва чији су приходи недовољни за преживљавање. Међу њима је висок проценат породица са децом. С друге стране, износи новчане социјалне помоћи су екстремно и неразумно ниски. И, парадоксално, што је већи број деце у породици, све су нижи просечни износи по члану домаћинства. Генерално, у законској регулативи и механизмима за њену примену, недостају ефикасне и хумане мере подршке сиромашним породицама са децом. Чињеница је да у економском развоју заостајемо у односу на све земље Европске уније и скоро све земље Европе, али и да су социјалне разлике у нашем друштву веће него у већини земаља Европске уније. Праведнија пореска политика смањила би социјалне разлике, а мере као што су укидање ПДВ-а на опрему за бебе и децу биле би велико олакшање за родитеље.

Перманентна депопулација и старење становништва имплицирају потребу брижног и мудрог односа државе према најмлађој популацији и претпостављају императив увођења дугорочних, стабилних, системских и праведних мера популационе политике, усклађених са реалним потребама у подизању све, а не само новорођене деце.

Свако дете мора да буде третирано од стране државе на одговарајући и праведан начин. Мере које држава примењује не треба да разликују прво, друго и треће дете по реду рођења, јер то неће подстаћи рађање. Мере треба да буду праведне у смислу разлика у односу на економски статус и могућности породице да обезбеди детету целовит развој без лишавања у погледу елементарних животних потреба.

Литература

- Andrić, G. & Đorđević, A. (2023). Lažne isplate, fiktivna predavanja: Kako su milioni evra za ugrožene završili u tuđim džepovima. *Istinomer*. <https://birn.rs/milioni-evra-izvuceni-na-javnim-konkursima-za-mlade-i-decu/>, последњи приступ 3. 11. 2023.
- Arijes, F. (1989). *Vekovi detinjstva*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Bogdanović, N. & Gajić, I. (2024). Bila sam iskasapljena: Raste broj optužbi za akušersko nasilje u Srbiji. *Slobodnaevropa.org* <https://www.slobodnaevropa.org/a/srbija-optuzbe-akusersko-nasilje/32787145.html>, последњи приступ 22. 1. 2024.
- Eurostat Data Browser. (2025). „Gini coefficient of equivalised disposable income - EU-SILC survey”. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ilc_di12_/default/table?lang=en, последњи приступ 1. 2. 2025.
- Eurostat Data Browser. (2025a). „Real GDP per capita”. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_08_10/default/table?lang=en, последњи приступ 22. 1. 2025.
- Fočanin, S. (2024). Zdravstveni sistem Srbije u borbi protiv antivaksera i neredovne vakcinacije. <https://www.slobodnaevropa.org/a/vaccine-deca-veliki-kasalj-morbili-srbija/32796830.html>, последњи приступ 30. 1. 2024.
- Hjerson [Hughson], M. (2015). *Mnogo odgovornosti, premalo podrške, sami roditelji na Zapadnom Balkanu*. Beograd: Institut za kriminološka i sociološka istraživanja.
- Išpanović-Radojković, V. (ur.) (2011). *Zaštita deteta od zlostavljanja i zanemarivanja: Primena opšteg protokola*. Beograd: Centar za prava deteta.
- Komatina, S. (2021). Social deprivation and parental alienation. *Konińskie Studia Społeczno-Ekonomiczne*, 2, 117–130. doi: 10.30438/ksse.2021.7.2.1
- Коматина, С. (2017). *Актуелни проблеми образовања Рома у Србији*. Вршац: Висока школа струковних студија за васпитаче „Михаило Палов“.
- Коматина, С. (2018). Национални идентитет Рома и етничка дистанца. У: Н. Радушки (ур.), *Национални идентитет и етнички односи* (стр. 81–94). Београд: Институт за социјалну политику.
- Коматина, С. (2020). *Образовна енигма Рома*. Вршац: Висока школа струковних студија за васпитаче „Михаило Палов“.

- Konvencija o pravima deteta. (1989). Beograd: UNICEF. <https://www.unicef.org/serbia/media/3186/file/Konvencija%20o%20pravima%20deteta.pdf>, poslednji pristup 2. 2. 2024.
- Milić, A. (2007). *Sociologija porodice*. Beograd: Čigoja.
- Миладиновић, С. (2008). Етничка и социјална дистанца према Ромима. *Социолошки преглед*, 17 (3), 417–437.
- Министарство за бригу о породици и демографију (2025). Решење о номиналним износима дечијег додатка и цензуса за остваривање права на дечији додатак од 1. јануара 2025. године, 2025. <https://www.minbpd.gov.rs/wp-content/uploads/2025/01/cenzusi-i-iznosi-dd-od-1.-januara-2025.pdf>, последњи приступ 2. 2. 2025.
- Митровић, А. (1990). *На дну. Роми на границама сиромаштва*. Београд: Научна књига.
- Mladenović, J. (2023). Čak šest institucija zakazalo u slučaju devojčice koju je otac držao zatočenu u stanu u Mirijevu i nikom ništa. *Nova.rs* Poslednji pristup 8. 11. 2023. <https://nova.rs/vesti/hronika/cak-sest-institucija-zakazalo-u-slucaju-devojci-ce-koju-je-otac-drzao-zatocenu-u-stanu-u-mirijevu-i-nikom-nista/>, poslednji pristup 8. 11. 2023.
- Национална стратегија за превенцију и заштиту деце од насиља. (2008). Београд: Влада Републике Србије.
- Национални план акције за децу. (2004). Београд: Савет за права детета Владе Републике Србије.
- Општи протокол за заштиту деце од насиља. (2022). Београд: Влада Републике Србије.
- Општи протокол о заштити деце од злостављања и занемаривања. (2005). Београд: Влада Републике Србије.
- Петковић, Н. (2015). *Занемаривање и злостављање деце у Србији: феноменологија, етиологија и друштвена реакција* (докторска дисертација). Београд: Универзитет у Београду, Факултет за специјалну едукацију и рехабилитацију. <https://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/4837/Disertacija469.pdf>, последњи приступ 23. 12. 2023.
- Породични закон. (2015). *Службени гласник РС*, бр. 18/2005, 72/2011 – др. закон и 6/2015.
- Предлог закона о привременом издржавању деце из Алиментационог фонда. http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/predlozi_zakona/13_saziv/011-388_23.pdf, последњи приступ 2. 8. 2023.
- Радушки, Н. & Коматина, С. (2013). Друштвена инклузија Рома као изазов за социјалну политику Србије. *Социјална политика*, 3, 93–110.
- Републички завод за социјалну заштиту [РЗСЗ]. (2024). *Пунолетни у систему социјалне заштите у 2023. години*. Београд: Републички завод за социјалну заштиту. <https://www.zavodsz.gov.rs/media/2918/punoletni-u-sistemu-socijalne-zaz%C5%A1tite-2023-final-februar.pdf>, последњи приступ 2. 2. 2025.
- Републички завод за социјалну заштиту [РЗСЗ]. (2024а). *Деца у систему социјалне заштите у 2023*. Београд: Републички завод за социјалну заштиту. <https://www.zavodsz.gov.rs/media/2883/deo-izve%C5%A1taja-deca-u-ssz-2023-1311docx.pdf>, последњи приступ 2. 2. 2025.

- Републички завод за статистику [РЗС]. (2024). Саопштење РЗС од 15. октобра 2024. године – „Сиромаштво и социјална неједнакост 2023“. <https://www.stat.gov.rs/vesti/statisticalrelease/?p=15328>, последњи приступ 7. 2. 2025.
- Решење о номиналним износима новчане социјалне помоћи. (2024). *Службени гласник РС*, бр. 104/2024. <https://www.paragraf.rs/propisi/resenje-o-nominalnim-iznosima-novcane-socijalne-pomoci.html>, последњи приступ 10. 2. 2025.
- Stevanović, I. (2014). *Deca koja čekaju*. Beograd: Institut za kriminološka i sociološka istraživanja.
- Стратегија за превенцију и заштиту деце од насиља од 2020. до 2023. године. (2022). Београд: Влада Републике Србије.
- Šljukić, M. (2023). Stopa ukupnog fertiliteta veća, jer mladi ostaju u Srbiji i vraćaju se u zemlju. *Istinomer*. <https://www.istinomer.rs/izjava/stopa-ukupnog-fertiliteta-veca-je-mladi-ostaju-u-srbiji-i-vracaju-se-u-zemlju>, poslednji pristup 3. 11. 2023.
- Тодоровић, Д. (2011). Роми на Балкану и у Србији. *Теме*, 35(4), 1137–1174.
- Tomanović, S. (2015). Konceptualizacija svakodnevnog života iz perspektive sociologije detinjstva. *Krugovi detinjstva*, 2, 75–80.
- Устав Републике Србије. (2006). *Службени гласник Републике Србије* бр. 98/2006.
- Veselinović, S. (2023). Tragedija u Beogradu: Dan kada je glavni grad Srbije zenemeo. *Bbc.com* <https://www.bbc.com/serbian/lat/srbija-65483559>, poslednji pristup 1.1. 2024.
- World Health Organization [WHO]. (1999). *Report of the consultation on child abuse prevention: 29-31 March 1999*. Geneva, Switzerland: World Health Organization, Violence and Injury Prevention, Social Change and Mental Health.
- Закон о привременом издржавању деце. (2022). *Службени лист СГ*, бр. 80/2022 и 123/2023. Последњи приступ 3. 1. 2024. <https://me.propisi.net/zakon-o-privremenom-izdravanju-djece/>, последњи приступ 3. 1. 2024.
- Закон о ратификацији Конвенције Уједињених нација о правима детета. (1990). “Службени лист СФРЈ – Међународни уговори” бр. 15/90 и “Службени лист СРЈ – Међународни уговори” бр. 4/96 и 2/97.
- Закон о основама система образовања и васпитања. (2009). *Службени гласник Републике Србије*, бр. 72/2009.
- Закон о социјалној заштити. (2022). *Службени гласник РС*, бр. 24/2011 и 117/2022 – одлука УС.
- Закон о финансијској подршци породици са децом. (2024). *Службени гласник РС* бр. 113/2017-266, 50/2018-10, 46/2021-23 – одлука УС, 51/2021-77 – одлука УС, 53/2021-110 – одлука УС, 66/2021-3, 130/2021-3, 43/2023-84 – одлука УС, 62/2023-5, 11/24 – одлука УС и 79/24).
- Žegarac, N. (2004). *Deca koja čekaju*. Beograd: Save the Children i Centar za prava deteta.

INSIGHT INTO THE PHENOMENON OF CHILD NEGLECT IN SERBIA

Slavica Komatina

Preschool Teacher Training and Medical College, Vršac, Serbia

Resume

In the paper, we deal with the phenomenon of child neglect in our social context. On the one hand, it is viewed through the adopted and generally accepted definitions of the term and, on the other hand, through the analysis of available data on the real response of our society and corresponding public policies to this problem. Among the methodological approaches, a content analysis of the current scientific and professional literature, as well as the legislative framework dealing with this issue, and also a descriptive analysis of the relevant statistical data were applied. The goal of this work is to try to look at all aspects and determine the extent of child neglect in our society, as well as the responsibility of key social actors for recognition, action and prevention of this phenomenon. We especially deal with children of Roma nationality, because this national community is recognized in our society as an ethno-class, poorer than the poorest. We conclude that a large part of the responsibility for the neglect of children in our society is born by the state and its inadequate social policy, which is considered in the paper through the measures taken towards the poorest. Additionally, population policy measures are selective and not aligned with the real social needs of the population.

There is a great inconsistency and a lot of confusion between the declarative population policy, the legislative framework, social policy, the operation of social institutions and practice. In a disorientated and value-regressed society, which is at the same time intensively aging, the inadequate response of the state when it comes to the realization of children's rights will have unfathomable negative consequences for the development of the entire population. Social protection measures aimed at the poorest families with children and Roma families cannot protect children from neglect.

Keywords: child neglect, children's rights, social policy, population policy

RECEIVED: 14.02.2025.

REVISION RECEIVED: 08.04.2025.

ACCEPTED: 09.04.2025.

slavica29komatina@gmail.com

POBOLJŠANJE EMPATIJE U KONTEKSTU SAVREMENOG MORALNOG NATURALIZMA I NEOLIBERALNOG INDIVIDUALIZMA

Ana Andrejić^{1*}

Centar za humanističke studije, Niš, Srbija

Apstrakt

Ovaj rad se fokusira na predloge i prakse poboljšanja empatije i srodnih sposobnosti, koji su formulisani u okviru debate o moralnom poboljšanju i u oblasti društvene neuronauke, kako bi se razmotrilo njihovo shvatanje društvenog i moralnog subjekta u odnosu na rasprostranjene koncepcije subjekta u društvu. Iako bi empatija trebalo da služi kao osnova društvenosti i moralnosti, garantovana evolutivno drevnim neuralnim mehanizmima, njeno istraživanje neuronaučnim metodama i popularizacija predloga o njenom poboljšanju redefinišu moralnost i društvenost na individualističkim osnovama. Savremenu popularnost empatije i predloga za njeno poboljšanje moguće je shvatiti kao rezultat toga što je savremeni naučni naturalizam u skladu sa neoliberalnim društvenim kontekstom.

Cljučne reči: empatija, društvena neuronauka, biološko moralno poboljšanje, neoliberalizam, naturalizam.

Uvod

Od poslednje decenije 20. veka, koju je tadašnji američki predsednik Džordž Buš proglasio „Dekadom mozga” (Rose & Abi-Rached, 2013, p. 5), među brojnim mentalnim sposobnostima čije neuralne osnove se intenzivno istražuju neuronaučnim metodama, kao istaknuti predmet istraživanja pojavila se i empatija, uz srodne sposobnosti „moralnog” i „društvenog mozga”. Empatija je od tada povezivana sa različitim neuralnim osnovama – sa aktivacijom pojedinih regiona mozga, sa mirror-neuronima, i sa hormonom oksitocinom, ali još uvek nije jednoznačno povezana

¹ Autor za korespondenciju: ana.andrejic1@gmail.com

Ovaj članak koristi neke ideje iz moje doktorske disertacije pod naslovom *Empatija i savremena moralna subjektivnost: sociološki pristup interpretacijama neuronaučnih istraživanja* (2024), koja je predata Filozofskom fakultetu Univerziteta u Nišu.

Rad citirati kao: Andrejić, A. (2025). Poboljšanje empatije u kontekstu savremenog moralnog naturalizma i neoliberalnog individualizma. *Godišnjak za sociologiju*, 21 (34): 115–126.

*  <https://orcid.org/0009-0001-7432-1507>

sa mozgom. Svejedno, nalazi o njenim mogućim osnovama su široko popularizovani u medijima (Lilienfeld et al., 2018), i to često od strane samih neuronaučnika koji ih istražuju (na primer, neuronaučnik Marko Jakoboni se pojavljuje u vezi sa miror-neuronima; neuronaučnik Pol Zak u vezi sa oksitocinom; a Tanja Singer promoviše poboljšanje sposobnosti „društvenog mozga” na osnovu svojih istraživanja sa saradnicima).

Bez obzira na kritike, koje tvrde da aktuelni neuro-obrt nije doneo značajan napredak u povezivanju društvenih sposobnosti sa neuralnim osnovama, poslednje dve decenije donele su obimnu produkciju i nastanak novih integrativnih „neuro-disciplina” (Vidal & Ortega, 2017). Usled primarnosti neuronaučnog znanja u integraciji nivoa analize, društveno-naučna znanja o empatiji i drugim moralnim i društvenim konceptima se u njima skoro potpuno zanemaruju. Sa druge strane, kada se radi o doprinosu integracije neuronaučnih nalaza sociološkom istraživanju, Fon Šefe, na primer, tvrdi da bi mogli da se koriste već postojeći psihološki nalazi, tako da „znanje o neuralnim supstratima ili korelatima određenih fenomena ne donosi apsolutno nikakvu dodatnu vrednost sociološkom ispitivanju” (von Scheve, 2011, p. 270). Vidal i Ortega smatraju da novi interdisciplinarni projekti nisu motivisani neuronaučnim otkrićima, nego cerebralnom koncepcijom subjekta, koja je dužeg trajanja od poslednjeg neuro-obrta (Vidal & Ortega, 2017). Po njima, glavni efekat integracije neuronaučnih nalaza sa društveno-naučnim stavovima je redefinicija društvenog subjekta kao cerebralnog.

U okviru društvene neuronauke i u debati o moralnom poboljšanju iznete su u toku poslednjih par decenija široko komentarisane ideje o poboljšanju, čiji je cilj da preko intervencija usmerenih na mozak doprinesu, u krajnjoj liniji, opstanku i progresu društva. Ovi predlozi daju centralni značaj empatiji, iako ona ne mora da ima prosocijalne ili moralne posledice (Batson, 2011; Decety & Cowell, 2014). „Više” empatije, ili njena bolja kognitivna regulacija trebalo bi da koriguju njene pristranosti i osiguraju da se ona usmeri prema širem krugu osoba. Iako je taj rezultat neizvestan, u aktuelnom neuro-obrtu i savremenom moralnom naturalizmu mogućnost poboljšanja empatije dobila je značajnu ulogu. Ovaj rad pokazuje da koncepcija subjekta u osnovi predloga poboljšanja empatije usklađuje moralni autoritet ljudske prirode sa neoliberalnim društvenim kontekstom.

Poboljšanje sposobnosti „društvenog mozga” pomoću mentalnog treninga u okviru društvene neuronauke

Uticajna studija Singer i saradnika, koja je ključno doprinela razvoju društvene neuronauke empatije (Singer et al., 2004) pronašla je metodom funkcionalne magnetne rezonance (fMRI) „zajedničke neuralne aktivacije” (eng. *shared neural activations*) u regijama mozga za koje se smatra da procesuiraju afektivno-motivacione komponente bola. Društveni neuronaučnici pretpostavljaju da oni regioni mozga, koji podržavaju „mentalne reprezentacije koje su obično u osnovi direktnog emocionalnog iskustva” (Lamm & Majdandžić, 2014, p. 16), bivaju aktivirani i pri empa-

tijskom „deljenju” emocija drugih. Društvena neuronauka empatije najviše istražuje empatiju za bol, prateći Bejtssonova istraživanja iz moralne psihologije, po kojima afektivna empatija sa tuđim bolom može da vodi empatijskoj brizi i prosocijalnoj motivaciji, ukoliko ne rezultuje u prevelikoj ličnoj uznemirenosti (Batson, 2011).

Društveni neuronaučnici prave razliku između evolutivno starijih procesa, koji ne uključuju kognitivne komponente, i empatije kod ljudi, koja zahteva kognitivno zauzimanje perspektive. Iako ova sekvenca pojavljivanja nije nužna, oni smatraju da „je emocionalna zaraza prethodnica empatije, koja po redu prethodi simpatiji, empatijskoj brizi i sažaljenju, koji naredno mogu da motivišu prosocijalno ponašanje” (Singer & Decety, 2011, pp. 552–553). Empatija je za njih pre svega afektivna i označava osećanje koje se javlja kao reakcija na posmatranje ili zamišljanje tuđih osećanja, pri čemu je posmatrač svestan da njegovo osećanje potiče iz osećanja druge osobe (p. 552). Oni razlikuju empatiju od teorije uma, ili mentalizacije, tj. kognitivnog razumevanja tuđih osećanja i mentalnih stanja (p. 552). Dok empatija zahteva da osećanje bude „izomorfno” kod osoba u empatijskom odnosu, simpatija (saosećanje, ili empatijska briga), koju Singer i saradnici označavaju kao sažaljenje (eng. *compassion*) znači „emocionalni odgovor kongruentan sa osećanjem druge osobe” (Singer & Decety, 2011, p. 552), koji se odnosi na njenu dobrobit. Sažaljenje „uključuje motivaciju da se deluje, to jest, da se drugome pomogne” (p. 552). Singer i saradnici u sličnom smislu koriste i koncept „nežne dobrote” (eng. *loving-kindness*) iz istočnih kontemplativnih tradicija, koji označava želju da drugi budu srećni (p. 552).

Singer i drugi istraživači iz društvene neuronauke propagiraju ideju da se prosocijalne posledice empatije unaprede kroz iskustvo i vežbanje, koja pridaje njihovom istraživanju „ogromne implikacije za obrazovanje i društvo kao celinu” (Singer & Lamm 2009, p. 93). Oni izvedu brojna intervencionista istraživanja o efektima različitih praksi mentalnog treninga na funkcionalnu i strukturnu plastičnost mozga, kojima su utvrdili diferencijalne promene u aktivnosti mozga nakon treninga sposobnosti za empatiju, sažaljenje, ili teoriju uma (mentalizaciju). Rezultati istraživanja su pokazali da je praktikovanje sažaljenja „u stanju da poveća pozitivan afekt i aktivaciju u neuralnim mrežama obično povezanim sa pozitivnim emocijama” (Singer & Klimecki, 2014, R877). Cilj treninga je bio da se pospeše „benevolentni i prijateljski stavovi prema sebi i drugim osobama” (Klimecki et al., 2013, p. 1553), koji bi trebalo da se generalizuju u „prosocijalno osećanje i motivaciju, nezavisno od posebnih osoba i situacija” (p. 1553).

Singer i saradnici promovišu trening sažaljenja kao način regulacije negativnog afekta i „strategiju suočavanja” sa svedočenjem tuđoj patnji (Klimecki et al., 2013, p. 1552) bez dominacije lične uznemirenosti, jer tvrde da on pomaže ispitanicima da „reinterpretiraju smisao empatije ... kao uznemirujuće i averzivne emocije, koja može da rezultuje u tendencijama ka povlačenju” (p. 1559). Prema njima, poboljšanje sažaljenja koristi istovremeno „osobi koja ga doživljava (kroz ojačanje pozitivnog afekta) i primaocu sažaljenja (kroz pospešivanje prosocijalne motivacije)” (p. 1560). Društveni neuronaučnici obećavaju i prevazilaženje egoizma, usamljenosti i psihosocijalnog stresa (Singer & Engert, 2019). Njihovi programi bi trebalo da pomognu pripadnicima pomažućih profesija da regulišu sopstvena negativna osećanja.

Oni promovišu svoje nalaze u školama, zdravstvenim ustanovama i korporacijama, obećavajući smanjenje vršnjačkog nasilja i „sagorevanja” zaposlenih (Klimecki et al., 2014).

Ideja biološkog moralnog poboljšanja preko poboljšanja empatije oksitocinom

Za razliku od društvenih neuronaučnika, koji promovišu sopstvena istraživanja i izvode intervencione studije, zastupnici biološkog moralnog poboljšanja su mahom filozofi i bioetičari, koji se pozivaju na neuroekonomska istraživanja o hormonu oksitocinu i njegovim prosocijalnim ili moralno relevantnim efektima. Debata o moralnom poboljšanju je započela 2008. godine, kada je objavljen najuticajniiji inicijalni predlog biološkog moralnog poboljšanja (Person & Savulescu, 2012), kome se usprotivila druga struja ranijih transhumanističkih istomišljenika (Haris, 2012).

Zastupnici biološkog moralnog poboljšanja su, naročito u početku debate, insistirali na emocionalnoj prirodi moralnosti, svodeći je na evolutivni altruizam, u kome je empatija centralna, evolutivno nastala sposobnost. Oni su opravdavali potrebu za biološkim, tj. farmakološkim sredstvima poboljšanja time što se pojavio raskorak između brzog i kumulativnog progressa u kognitivnom poboljšanju i sporog moralnog progressa čovečanstva (Persson & Savulescu, 2012, p. 103), kao i između primitivne moralnosti, koja je po njima ostala konzervirana u biologiji iz evolutivne prošlosti, i savremenih uslova života (Persson & Savulescu, 2013, p. 124). Ovi raskoraci bi mogli da dovedu do toga da nepoboljšane individue egzistencijalno ugroze čovečanstvo tehnološkim sredstvima, argumentovali su zastupnici bio-poboljšanja. Oni tragaju za preciznim i efikasnim sredstvima, jer smatraju da su „društvena” sredstva moralnog poboljšanja nedovoljna. Džon Haris i ostali protivnici moralnog bio-poboljšanja su se usprotivili farmakološkim sredstvima, jer bi ona zaobišla moralnu refleksiju, i naročito obaveznosti takvog poboljšanja, koje bi ukinulo slobodu pojedinaca da odlučuju o alternativama i moralno procenjuju.

Debata je vođena u okviru dihotomija, koje nisu međusobno isključive – između emocionalnih i racionalnih komponenti moralnosti, i bioloških i društvenih sredstava njenog poboljšanja. Debata se nakon deceniju i po od inicijalnih predloga rastočila i dospela u zastoј (Paulo & Bublitz, 2019). Iako su činili neke koncesije kritičarima, zastupnici biološkog moralnog poboljšanja su odlučno branili moralni naturalizam, po kome je moralnost evolutivno nastala i biološki je zasnovana, kao i varijantu moralnog sentimentalizma, u kome empatija i emocije imaju ključnu motivacionu ulogu u moralnosti. Ali, u poslednjim godinama se u svrhu moralnog poboljšanja umesto oksitocina kao sredstva i empatije kao mete predlažu neke alternative. Iako neuronaučnici i dalje istražuju prosocijalne efekte oksitocina, ukazivanje na njegovu neadekvatnost kao sredstva za poboljšanje poljuljalo je nade u precizan i targetirani biološki uticaj na moralnost. Kao što empatija ne motiviše nužno prosocijalno ponašanje (Batson, 2011), dejstvo oksitocina zavisi od društvene pripadnosti, i može da ima antidruštvene efekte u odnosu na autsajdere (Wiseman, 2016).

Kritičari su ukazali na metodološki individualizam zamisli bio-poboljšanja, po kome je „[m]oralno defektno ponašanje prouzrokovano psihološkim deficitima u individualnom umu” (Paulo & Bublitz, 2019, p. 97). U njoj se globalni rizici po opstanak čovečanstva shvataju kao rezultat deficita u individualnoj psihologiji, iako transformacija na individualnom nivou ne bi mogla da reši kulturne i društveno-strukturne probleme. Ova neusklađenost između ciljeva i sredstava poboljšanja bila je predmet kritika (Paulo & Bublitz, 2019; Wiseman, 2016; Wade, 2015; Mitrović, 2012).

Koncepcija subjekta u predlozima poboljšanja empatije i sažaljenja

Upkos značajnim razlikama između dva predloga neuralnog poboljšanja empatije i srodnih sposobnosti, u njihovoj koncepciji moralnog i društvenog subjekta postoje temeljne sličnosti. Poboljšanje empatije, i preko nje, moralnosti i prosocijalne motivacije, tvrde njegovi zastupnici, dobro je i za nas i za druge istovremeno (Klimecki et al., 2014; Earp et al., 2018). Predlozima poboljšanja se pripisuje širi društveni značaj, bez obzira na to da li je njihova primena u većim razmerama izgledna i realistična. Predlog društvene neuronauke u osnovi ima naučni cilj, da pomoću mentalnog treninga sposobnosti društvenog mozga doprinese konceptualnom razjašnjavanju i povezivanju psiholoških koncepata sa neuralnim osnovama, ali se takođe popularizuje i primenjuje u praksi. Za razliku od toga, zastupnici biološkog moralnog poboljšanja naglašavaju društvenu neophodnost poboljšanja, iako je njihov predlog spekulativan i do sada nije imao praktičnu primenu.

Predlozi poboljšanja doprinose tome da se utvrdi društveni značaj neuronaučnog istraživanja, jer poboljšanje empatije zahteva da se što preciznije utvrde njene neuralne osnove i mehanizmi. Zastupnici biološkog moralnog poboljšanja pretpostavljaju da sredstva poboljšanja moraju da budu farmakološka, iako na neuralne osnove i mehanizme moralnosti verovatno nikada neće moći da se precizno deluje preko „moralnih molekula”. U debati se ne govori o mentalnom treningu, ali je koncepcija subjekta u oba predloga poboljšanja cerebralna, budući da je intervencija usmerena na mozak.

Strategija poboljšanja se u oba predloga u krajnjoj liniji sastoji u širenju kruga moralne zajednice, kome bi trebalo da vodi „više” afektivne empatije, korekcija njenih pristrasnosti, i poboljšanje njene kognitivne regulacije. Zastupnici biološkog moralnog poboljšanja smatraju da empatija, ukoliko se intenzifikuje, može da se „prelije” iz unutargrupnih okvira, dok društveni neuronaučnici teže tome da promene uticaj i balans pozitivnog i negativnog afekta, kao i da poboljšaju kognitivne komponente razumevanja sebe i drugih. Svejedno, poboljšane individue bi trebalo da budu u stanju da apsorbuju veću količinu tuđe patnje, i da pomognu drugima i drugačijima bez promena u društvenim uslovima koji uzrokuju tu patnju.

U društvenoj neuronauci se emocionalne i kognitivne komponente empatijskih procesa povezuju, ali je dihotomija između njih i dalje prisutna, jer se lociraju u posebnim strukturama mozga. Debatu o moralnom bio-poboljšanju, na drugoj stra-

ni, strukturiše osnovna dihotomija između emocionalnog i racionalnog, preko koje se mapira dihotomija biološko-društveno, čiji polovi nisu međusobno isključivi. Svejedno, emocionalno figurira kao „prirodnija” strana dihotomije, čije su neuralne osnove locirane u evolutino starijim strukturama mozga.

Sa evolutivnim shvatanjem moralnosti i društvenosti povezan je i metodološki individualizam. Društvena neuronauka usklađuje „individualističku i evolutivnu ideju o ‘društvenom’” (Matusall, 2013, p. 1). Pretpostavka da je „društveni mozak” nastao kao evolutivna adaptacija kombinuje se sa metodama socijalne psihologije i neuro-naučnim metodama vizuelizacije, i kao rezultat društvene sposobnosti se „istražuju unutar individue” (p. 3). Tome odgovara interaktivna koncepcija društvenosti, u kojoj empatija i srodne sposobnosti društvenog mozga imaju centralnu ulogu (Rose & Abi-Rached, 2013). Kod zastupnika moralnog poboljšanja individualizam potiče iz potrage za biološkim sredstvima poboljšanja, i očigledan je u tome što insistiraju, bar inicijalno, da svaki pojedinac mora obavezno da bude biološki poboljššan.

Savremeni moralni naturalizam i „ljudska priroda 2.0”

Predlozi poboljšanja empatije deo su savremenog trenda naturalizacije moralnosti i društvenosti. Koncepcije „društvenog mozga” donose novo shvatanje ljudske prirode kao inherentno društvene (Rose & Abi-Rached, 2013). Slično njima, nova „nauka o moralnosti” popularizuje shvatanje ljudske prirode kao nesebične, afektivne i empatične (Slaby, 2013), koje je Alan Jang označio kao „ljudska priroda 2.0” (Young, 2012). Ona izgleda kao dijametralno suprotna dominantnoj viziji ljudske prirode iz 1970-ih, jer u popularnim naučnim publikacijama „više ne čujemo skoro ništa o individualističkim naporima i maksimizovanju, a mnogo više o emociji, kooperaciji, komunikaciji, društvenoj inteligenciji, empatiji, i interpersonalnoj rezonanci” (Slaby, 2013a, p. 6).

Empatija je istovremeno predmet istraživanja neuronaučnim metodama, ali i evolutivno drevna osobina ljudske vrste, koju naučna otkrića navodno tek sada iznose na svetlo dana. Ona je dominantno shvaćena kao pozitivna, uprkos tome što nema nužno moralne posledice, tome što se u medijima pojavljuju protivnici njene „moralnosti” (Bloom, 2016) i upozorenja o njenoj „tamnoj strani” (Breithaupt, 2019). To što je empatija centralna u novoj koncepciji ljudske prirode, prema Slabiju, reflektuje, ali i ideološki prikriva neoliberalne društveno-ekonomske odnose „kroz model visceralne društvenosti, koji nagrađuje afektivnu vezanost i harmoničnu povezanost, pružajući narativ, podržan prirodom, o docilnoj, fleksibilnoj, konzumerističkoj subjektivnosti” (Slaby, 2013, p. 25).

Promena u koncepciji ljudske prirode zamagľuje kontinuitet individualizma. Dok je za Slabiju empatična ljudska priroda u suprotnosti sa neoliberalnim društvenim kontekstom, za sociologa Erenberga koncepcija društvenog mozga, koja pretpostavlja biološku individualnost, refleksija je i „nus-proizvod individualizma, to jest, činjenice da naša društva pripisuju najveću vrednost individui” (Ehrenberg, 2011, p. 131). Ona svodi društveno na biološku „unutrašnjost”, na „intersubjektivnu

vezu, na link između jedne i druge individue, pri čemu je individua organizam” (p. 130). Biološka individualnost je ipak u skladu sa neoliberalnim individualizmom, jer prosocijalne i moralne posledice empatije treba da proizvedu pojedinci, „brinući se o svojim promenljivim, fleksibilnim i vrednim društvenim mozgovima” (Rose & Abi-Rached, 2013, p. 163).

Kao i druga naučna znanja o čoveku, neuronaučno istraživanje društvenog mozga „ima jaku tendenciju da mobiliše, i posledično učvrsti, posebne vrednosti koje su ... vezane za konstrukte prirode i prirodnosti” (Slaby, 2013, p. 19). Istoričari nauke Lorejn Daston i Fernando Vidal „naturalizaciju” određuju kao „najčešći način predstavljanja autoriteta prirode u ljudskim delatnostima” (Daston & Vidal, 2004, p. 2). Istraživanja o biološkim osnovama moralnosti i društvenosti imaju „duboke implikacije po to kako smo konstituisani kao subjekti” (Wade, 2015, p. 152). Intervencije u svrhu moralnog poboljšanja zahtevaju (samo)transformaciju subjekta, koja izgleda da ukida moralnu odgovornost, dok istovremeno dodeljuje dodatnu odgovornost pojedincima da upravljaju sobom kao biološkom individuum, tako da „zagovaraju uznemiravajuće zaobilaženje etičkog subjekta u jednom smislu, ali sa dodatnom ličnom odgovornošću u drugom, pa se možemo zateći kako praktikujemo hiperrefleksivnu etiku brige o sebi, pri čemu naša svesna sopstva na neurološkom nivou indukuju sklonosti ka ‘dobrom’ delovanju” (p. 155).

Neoliberalna i cerebralna koncepcija subjekta

Neoliberalne teorije su se pojavile 1930-ih, a u praksi se neoliberalna ekonomska racionalnost od polovine 20. veka progresivno i globalno širi i obuhvata sve oblasti života. Fuko je 1978/79. godine analizirao ekonomske teorije neoliberalizma u predavanjima, objavljenim 2004. godine kao „Rađanje biopolitike” (Fuko, 2005). Na osnovu radova američkog teoretičara Gerija Bekera, Fuko pokazuje da je odlika neoliberalizma da ekonomsku analizu primenjuje i na „područja koja nisu isključivo ili nisu prvenstveno ekonomska” (Fuko, 2005, p. 440). Neoliberalizam ekonomizuje sve aktivnosti subjekta, tako da usmerava ponašanje pojedinaca indirektno, kroz „oblike samo-regulacije” (Lemke, 2002, p. 59), preko „vladanja vladanjem” (p. 50). Zbog toga, „neoliberalizam izgleda da, paradoksalno, upravlja i bez upravljanja; to jest, da bi funkcionisao, njegovi subjekti moraju da imaju u velikoj meri slobodu da deluju” (Read, 2009, p. 29).

Prema Fukou, neoliberalni subjekt je korelat neoliberalnog upravljanja. Dok je liberalni *homo economicus* bio „partner u razmeni” (Fuko, 2005, p. 310), neoliberalna inkarnacija *homo economicus*-a predstavlja čoveka „preduzeća i proizvođača” (p. 206), preduzimača na sebi, „koji je sam sebi kapital, sam sebi proizvođač, sam sebi izvor prihoda” (p. 310). Koncepcija subjekta kao ljudskog kapitala je sveobuhvatna, jer su svi faktori ljudskog kapitala podložni unapređenju kroz investicije i akumulaciju. Ova koncepcija subjekta postala je i zdravorazumsko „razumevanje ljudske prirode i društvene egzistencije” (Read, 2009, p. 26), u skladu sa kojom se subjekti odnose prema sebi. Ako pojedinci shvataju sebe kao projekte akumulacije ljudskog

kapitala, nije iznenađujuće da postoji medijsko interesovanje za naučna znanja o mozgu, uključujući ona na kojima se zasnivaju društvene i moralne sposobnosti, na osnovu kojih se može povećati svoj „mentalni” ili „emocionalni” kapital (Slaby, 2010; Illouz, 2007).

S obzirom na to da cerebralna koncepcija subjekta, po kojoj je ličnost jednaka svom mozgu (Vidal & Ortega, 2017), kao i neoliberalna, potiče iz transformacija liberalnog individualizma, one danas u međusobnoj interakciji ključno utiču na dominantne predstave o društvenosti, emocijama i moralnosti. Naučna saznanja o mozgu, naročito ona o plastičnosti mozga „postaju relevantna u javnosti” (Pitts-Taylor, 2010, p. 646) kroz prizmu neoliberalne racionalnosti. Cerebralna plastičnost je „veoma kompatibilna sa neoliberalnim zahtevima brige o sebi, lične odgovornosti, i konstantne fleksibilnosti” (Pitts-Taylor, 2010, p. 640). U tom smislu, programi neuralnog poboljšanja računaju na to da su pojedinci voljni da „preuzmu na sebe uvećani obim lične odgovornosti protiv rasprostranjenih pretnji” (Wade, 2018, p. 314). Ali ne samo to – od pojedinaca se danas očekuje da proizvedu moralno poželjne osobine i društvene odnose: „Kao odgovorni subjekti, zaduženi da rukovodimo sobom u ime svog sopstvenog zdravlja, čini se da sada imamo dodatnu dužnost da ispunjavamo naše odgovornosti prema drugima brinući se o svojim promenljivim, fleksibilnim i vrednim društvenim mozgovima” (Rose & Abi-Rached, 2013, p. 163).

Usklađenost neuronaučnih i široko rasprostranjenih koncepcija subjekta u društvu omogućava da se neuronaučnoj produkciji znanja pridaje širi društveni značaj. Neoliberalno shvatanje subjekta je u skladu sa metodološkim individualizmom, koji odlikuje neuronaučno istraživanje (Abend, 2011), kao i „tradicionalno” psihološko shvatanje mentalnih kapaciteta (Ber, 2001), kojim se služe neuronauke, ali i zdravorazumsko shvatanje osobe. Metodološki individualizam reifikuje individuu, kao „jedini ontološki izvestan element preostao u društvenom životu” (Jepperson & Meyer, 2011, p. 69), ali se odnosi i na shvatanje kolektiviteta, jer pretpostavlja da oni nastaju tako što se akcije i izbori pojedinaca „sabiraju na plebiscitarni način ili nalik tržištu” (p. 69). U tom kontekstu, redefinicija društvenog subjekta kao cerebralnog i zasnovanog u sposobnostima „društvenog mozga” deluje plauzibilno.

Zaključak

Zašto poboljšavati empatiju na individualnom nivou, ako njene moralne ili prosocijalne posledice nisu garantovane? U savremenom moralnom naturalizmu i predlozima poboljšanja moralnih i društvenih sposobnosti empatija ima centralnu ulogu, jer se čini da bi mogla da bude zajednički imenitelj u moralnosti, uprkos njenoj društvenoj i kulturnoj varijabilnosti i sveopštoj ekonomizaciji društvenih odnosa. Ona pruža nadu u suštinsku dobrotu ljudske prirode (Meloni, 2012). Međutim, naturalizam nije dovoljan da objasni savremenu popularnost empatije. U ovom radu sam ukazala na to da je biološka individualnosti u skladu sa neoliberalnim individualizmom u širem društvenom kontekstu. Iako bi sposobnosti „društvenog mozga” trebalo da povežu pojedince, empatija je u stanju da vrši funkciju povezivanja moralnosti i

društvenosti sa biološkim osnovama upravo zbog toga što je koncept individualnog nivoa. Iako njena unutargrupna pristrasnost i „tamna strana” ne pogoduju moralnosti, empatija i srodne sposobnosti su postale meta poboljšanja zbog toga što mogu da se istražuju i poboljšavaju na nivou individua i ne zahtevaju društvene promene.

Empatija se poslednjih decenija navodi kao „lek” ili „rešenje” za veoma veliki raspon društvenih bolesti” (Pedwell, 2014, p. x). Ali, ona ne mora nužno da vodi izlečenju tih problema, nego „može da funkcioniše kao tehnologija kontrole i regulacije, koja deluje da održi afektivnu povezanost sa dominantnim društvenim i ekonomskim formama i strukturama u kontekstu neoliberalnog upravljanja” (p. 63). To ne znači da empatija kao vrednost i sposobnost ne može da ima ulogu u društvenoj transformaciji, ukoliko se politizuje drugačije od dominantnih neoliberalnih modela individualizma i moralnog naturalizma.

Literatura

- Abend, G. (2011). Thick concepts and the moral brain. *European Journal of Sociology*, 52(1), 143–172. <https://doi.org/10.1017/S0003975611000051>
- Ber, V. (2001). *Uvod u socijalni konstrukcionizam*. Beograd: Zepter Book World.
- Batson, C. D. (2011). *Altruism in humans*. New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195341065.001.0001>
- Bloom, P. (2016). *Against empathy: The case for rational compassion*. London: The Bodley Head.
- Breithaupt, F. (2019). *The dark sides of empathy*. Ithaca and London: Cornell University Press.
- Daston, L., & Vidal, F. (2004). Introduction: Doing what comes naturally. In L. Daston & F. Vidal (Eds.), *The moral authority of nature* (pp. 1–20). Chicago, IL: The University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226136820.003.0001>
- Decety, J., & Cowell, J. M. (2014). Friends or Foes: Is Empathy Necessary for Moral Behavior? *Perspectives on Psychological Science: A Journal of the Association for Psychological Science*, 9(5), 525–537. <https://doi.org/10.1177/1745691614545130>
- Earp, B. D., Douglas, T., & Savulescu, J. (2018). Moral neuroenhancement. In S. Johnson & K. Rommelfanger (Eds.), *The Routledge handbook of neuroethics* (pp. 166–184). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315708652-13>
- Ehrenberg, A. (2011). The “social” brain: An epistemological chimera and a sociological fact. In F. Ortega & F. Vidal (Eds.), *Neurocultures: Glimpses into an expanding universe* (pp. 117–140). Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien: Peter Lang Group AG.
- Fuko, M. (2005). *Rađanje biopolitike. Predavanja na Kolež de Fransu 1978–1979*. Novi Sad: Svetovi.
- Haris, Dž. (2012). Moralno poboljšanje i sloboda. U V. Rakić, I. Mladenović i R. Drezgić (ur.), *Bioetika* (pp. 307–328). Beograd: Službeni glasnik; Institut za filozofiju i društvenu teoriju.

- Illouz, E. (2007). *Cold intimacies: The making of emotional capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Jepperson, R., & Meyer, J. W. (2011). Multiple levels of analysis and the limitations of methodological individualisms. *Sociological Theory*, 29(1), 54–73. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2010.01387.x>
- Klimecki, O.M., Leiberg, S., Lamm, C., & Singer, T. (2013). Functional neural plasticity and associated changes in positive affect after compassion training. *Cerebral Cortex*, 23(7), 1552–1561. <https://doi.org/10.1093/cercor/bhs142>
- Klimecki, O.M., Leiberg, S., Ricard, M., & Singer, T. (2014). Differential pattern of functional brain plasticity after compassion and empathy training. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 9(6), 873–879. <https://doi.org/10.1093/scan/nst060>
- Lamm, C., & Majdandžić, J. (2014). The role of shared neural activations, mirror neurons, and morality in empathy – A critical comment. *Neuroscience Research*, 90, 15–24. <https://doi.org/10.1016/j.neures.2014.10.008>
- Lemke, T. (2002). Foucault, governmentality, and critique: Rethinking marxism. *A Journal of Economics, Culture & Society*, 14(3), 49–64. <https://doi.org/10.1080/089356902101242288>
- Lilienfeld, S. O., Aslinger E., Marshall, J., & Satel, S. (2018). Neurohype: A field guide to exaggerated brain-based claims. In S. Johnson & K. Rommelfanger (Eds.), *The Routledge handbook of neuroethics* (pp. 241–261). London: Routledge.
- Matusall, S. (2013). Social behavior in the “Age of Empathy”? A social scientist’s perspective on current trends in the behavioral sciences. *Frontiers in Human Neuroscience*, 7(236), 1–5. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2013.00236>
- Meloni, M. (2012). On the growing intellectual authority of neuroscience for political and moral theory: Sketch for a genealogy. In F. Vander Valk (Ed.), *Essays on neuroscience and political theory: Thinking the body politic* (pp. 25–49). London: Routledge.
- Mitrović, V. (2012). Mit o moralnom poboljšanju: povratak u budućnost? *Filozofija i društvo*, 23(2), 111–123. <https://doi.org/10.2298/FID1202111M>
- Paulo, N., & Bublitz, J. C. (2019). How (not) to argue for moral enhancement: Reflections on a decade of debate. *Topoi*, 38, 95–109. <https://doi.org/10.1007/s11245-017-9492-6>
- Pedwell, C. (2014). *Affective relations: The transnational politics of empathy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137275264>
- Person, I., Savulescu, Dž. (2012). Opasnost od kognitivnog poboljšanja i neodložan imperativ za poboljšanje moralnog karaktera čovečanstva. U V. Rakić, I. Mladenović i R. Drezgić (ur.), *Bioetika* (pp. 283–305). Beograd: Službeni glasnik; Institut za filozofiju i društvenu teoriju.
- Persson, I., & Savulescu, J. (2012). *Unfit for the future: The need for moral enhancement*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199653645.001.0001>
- Persson, I., & Savulescu, J. (2013). Getting moral enhancement right: The desirability of moral bioenhancement. *Bioethics*, 27(3), 124–131. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8519.2011.01907.x>

- Pitts-Taylor, V. (2010). The plastic brain: Neoliberalism and the neuronal self. *Health*, 14(6), 635–652. <https://doi.org/10.1177/1363459309360796>
- Read, J. (2009). A genealogy of homo-economicus: Neoliberalism and the production of subjectivity. *Foucault Studies*, (6), 25–36. <https://doi.org/10.22439/fs.v0i0.2465>
- Rose, N. & Abi-Rached, J. M. (2013). *Neuro: The new brain sciences and the management of the mind*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Singer, T., & Decety, J. (2011). Social neuroscience of empathy. In J. Decety & J. T. Ciccioppo (Eds.), *The Oxford handbook of social neuroscience* (pp. 551–564). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195342161.013.0037>
- Singer, T., & Engert, V. (2019). It matters what you practice: Differential training effects on subjective experience, behavior, brain and body in the ReSource Project. *Current Opinion in Psychology*, 28, 151–158. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2018.12.005>
- Singer, T., & Klimecki, O. M. (2014). Empathy and compassion. *Current Biology*, 24(18), R875–R878. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2014.06.054>
- Singer, T., Seymour, B., O’Doherty, J., Kaube, H., Dolan, R. J., & Frith, C. D. (2004). Empathy for pain involves the affective but not sensory components of pain. *Science*, 303(5661), 1157–1162. <http://doi.org/10.1126/science.1093535>
- Slaby, J. (2010). Steps towards a critical neuroscience. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 9, 397–416. <https://doi.org/10.1007/s11097-010-9170-2>
- Slaby, J. (2013). *Against empathy: Critical theory and the social brain*. Academia. https://www.academia.edu/3576043/Against_Empathy_Critical_Theory_and_the_Social_Brain
- Vidal, F., & Ortega, F. (2017). *Being brains: Making the cerebral subject*. New York: Fordham University Press.
- von Scheve, C. (2011). Sociology of neuroscience or neurosociology? In: M. Pickersgill & I. van Keulen (Eds.) (2011). *Sociological reflections on the neurosciences* (pp. 255–278). Bingley: Emerald Group Publishing. [https://doi.org/10.1108/S1057-6290\(2011\)0000013015](https://doi.org/10.1108/S1057-6290(2011)0000013015)
- Wade, M. (2015). Neuroethics and ideals of the citizen-subject: A sociological critique of an emerging discipline. In *TASA 2015 annual conference: Neoliberalism and contemporary challenges for the Asia-Pacific* (pp. 150–158). The Australian Sociological Association. https://www.academia.edu/19261208/Neuroethics_and_ideals_of_the_citizen_subject_A_sociological_critique_of_an_emerging_discipline
- Wade, M. (2018). Virtuous play: The ethics, pleasures, and burdens of brain training. *Science as Culture*, 27(3), 296–321. <https://doi.org/10.1080/09505431.2018.1458828>
- Wiseman, H. (2016). *The myth of the moral brain: The limits of moral enhancement*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Young, A. (2012). Empathic cruelty and the origins of the social brain. In S. Choudhury & J. Slaby (Eds.), *Critical neuroscience: A handbook of the social and cultural contexts of neuroscience* (pp. 159–176). London: Wiley-Blackwell.

ENHANCEMENT OF EMPATHY IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY MORAL NATURALISM AND NEOLIBERAL INDIVIDUALISM

Ana Andrejić

Center for Studies in Humanities, Niš, Serbia

Abstract

This paper focuses on proposals and practices for enhancement of empathy and related capacities, which have been formulated within the debate about moral enhancement and in the field of social neuroscience, in order to consider their understanding of the social and moral subject in relation to conceptions of the subject, widespread in society. Although empathy is supposed to serve as the basis of sociality and morality, guaranteed by ancient evolutionary neural mechanisms, its research using neuroscientific methods and the popularization of proposals for its enhancement redefine morality and sociability on individualistic grounds. The contemporary popularity of empathy and proposals for its improvement can be understood as a result of correspondence between contemporary scientific naturalism and the neoliberal social context.

Keywords: Empathy, Social neuroscience, Biological moral enhancement, Neoliberalism, Naturalism

RECEIVED: 10.05.2025.

ACCEPTED: 12.05.2025.

ana.andrejic1@gmail.com

PRIKAZI



REVIEWS

ВРЕДАН ПРИЛОГ ВАЛОРИЗАЦИЈИ ЕКСПЕРИМЕНТА У СОЦИОЛОШКИМ ИСТРАЖИВАЊИМА¹

Михаило Петровић^{2*}
Филозофски факултет у Нишу

Експеримент, као истраживачка техника у социологији, стара је колико и социологија као наука. Упркос томе, експерименту није поклоњена довољна пажња социолога у односу на друге истраживачке технике. Оваква дискрепанција делом се може објаснити самом природом експеримента и његовом несумњивом повезаношћу са природним наукама, али не сме се занемарити (не)могућност социологије да, као теоријска наука, инкорпорира експеримент као легитимну методу у проучавању друштвених појава и односа. Проблем који се намеће захтева бољу информисаност о експерименту и условима у којима је валидно користити га, не само у социологији, него и у осталим друштвеним наукама.

Решавање овако комплексног проблема почиње са систематичним прегледом досадашњих резултата у примени метода експеримента у социологији. Управо је из овог разлога Жељка Манић, професорка на Филозофском факултету у Београду и истраживач Института за социолошка истраживања, у 2024. години написала монографију под називом *Експеримент у социолошким истраживањима* са јасним циљем да се побољша углед метода експеримента и популаризује његова примена у истраживањима узрочности друштвених појава (ст. 9).

Монографија је подељена у осам целина: *Увод* (7–10), *Одређење појма експеримент* (11–46), *Епистемолошке основе социолошког експеримента* (47–76), *Историјат експеримента у социолошким истраживањима* (77–100), *Врсте (квази)експерименталних истраживања у социологији* (101–128), *Извођење експеримента у социолошким истраживањима* (129–158), *Примери примене (квази)експеримента у социолошким истраживањима* (159–181) и *Закључак* (182–189); монографија укључује и обимну литературу на крају.

¹ Манић, Жељка (2024). *Експеримент у социолошким истраживањима*. Београд: Универзитет у Београду – Филозофски факултет, Институт за социолошка истраживања, (1–198).

² Аутор за кореспонденцију: mihailo.petrovic@filfak.ni.ac.rs

Ово истраживање подржало је Министарство науке, технолошког развоја и иновација Републике Србије (Уговор бр. 451-03-137/2025-03/ 200165).

Рад цитирати као: Петровић, М. (2025): Вредан прилог валоризацији експеримента у социолошким истраживањима. *Godišnjak za sociologiju* *Godišnjak za sociologiju* 21(34), 115–126.

*  <https://orcid.org/0009-0002-1709-0906>

Прво поглавље (*Увод*) настоји да приближи читаоцу контекст коришћења експеримента у проучавању узрочности друштвених појава у веку иза нас. Посебно се наглашава скептичност научника током конститутивног периода социологије према коришћењу експеримента за проучавање друштвених феномена. Осим тога, ауторка образлаже циљеве и разлоге за писање ове монографије, након чега, у кратким цртама, описује различите теме којима ће се бавити у наставку монографије.

Друго поглавље (*Одређење појма експеримент*) посвећено је проучавању узрочних односа у друштву, дефиницијама појма експеримент и предностима и ограничењима примене експеримента у социолошким истраживањима. Поред осврта на важност проучавања друштвене узрочности, ауторка даје одређење основних појмова у вези с методама у социологији, осврћући се на проблематику експеримента и његово сврставање у одређене методолошке категорије од стране појединих аутора. Све ово компликује одређење експеримента што резултира многобројним дефиницијама, не само у социологији, већ у друштвеним наукама уопште. Оваква природа експеримента нужно покреће дебату о примени овог метода у социолошким истраживањима.

У трећем поглављу (*Епистемолошке основе социолошког експеримента*) објашњавају се два основна циља епистемологије на примеру експеримента: одређење норми научног сазнања и оцена његове научне вредности. Такође, преиспитује се могућност доласка до објективних, систематичних, поузданих, прецизних, општих и валидних сазнања употребом експеримента у социологији. Наведена својства сазнања су нормативни стандарди ка којима експеримент, као метод, стреми.

Четврто поглавље (*Историјат експеримента у социолошким истраживањима*) осврће се на историјску примену експеримента кроз различите развојне ступњеве социологије. Ауторка описује коришћење и поимање експеримента од стране различитих научника различитих друштвених наука, уз посебан осврт на истраживачки рад Стјуарта Чапина, и његов пионирски допринос употребе експеримента у социологији.

Пето поглавље (*Врсте (квази)експерименталних истраживања у социологији*) ослања се на разликовање методе експерименталних од квазиексперименталних истраживања. Дистинкција између ова два модалитета детаљно се објашњава дефинисањем појмова, различитим својствима и њиховим применама у специфичним истраживањима. Осим тога, посебан нагласак стављен је на социолошка истраживања и специфичност употреба ових модалитета у анализи друштвених појава.

Шесто поглавље (*Извођење експеримента у социолошким истраживањима*) првенствено се бави фазама извођења експеримента у методолошкој литератури. Поред многоструких виђења различитих научника, ауторка издваја четири фазе: избор и теоријска разрада проблема експерименталног истраживања, припрема за оперативно извођење експеримента, излагање експерименталног објекта утицају експерименталног чиниоца и анализа резултата експеримента. Значајност добро разрађених корака при примени метода

експеримента напомиње и сама ауторка тврдећи да: „свака од наведених фаза укључује низ различитих корака чије је адекватно спровођење нужно да би се експериментом могли добити ваљани налази о претпостављеној узрочној вези између друштвених појава“ (стр. 131).

Седмо поглавље (*Примери примене (квази)експеримента у социолошким истраживањима*) посвећено је најзначајнијим примерима коришћења метод експеримента и његових различитих врста у социолошкој пракси. Пре свега се описује мали број правих, лабораторијских као и експеримената у природним условима, након чега се фокус ставља на квазиексперименте, *ex post facto* и природне експерименте. Ауторка се осврнула и на примере примене експеримената у домаћој социологији, при чему и сама указује на маргинализацију овог метода на нашим просторима, истичући да постоје само два примера коришћења овог метода.

На крају, у осмом поглављу (*Закључак*) ауторка резимира досадашња разматрања о методу експеримента и сама констатује да експеримент и његова улога у социолошком методу није значајна, али да у сваком случају постоји место за експеримент и његову примену у социолошким истраживањима. Како и сама наводи: „експеримент није и никада неће бити основно средство социолошког истраживања узрочности [...] Ипак, то не значи да простора за употребу експеримента нема и да не постоје подручја друштвеног живота доступна оперативном истраживању...“ (стр. 187–188).

Монографија Жељке Манић представља прву студију о експерименту у домаћој социологији. Као таква, монографија може послужити да подстакне студенте, истраживаче и научнике на примену овог метода, а почетак тога јесте читање овог дела и разумевање експеримента, његове важности и његовог потенцијала у будућим социолошким истраживањима. Ауторка својим радом акцентује могућност методолошког плурализма у социологији која се некоришћењем експеримента умањује. Ипак, најзначајнији допринос ове монографије јесте указивање на значај експерименталног поступка у утврђивању узрочности и формулисању научних закона и научне теорије који чине основ научног објашњења и научног предвиђања, што се и може сматрати основном интенцијом сваке науке, па и саме социологије.

Литература

Манић, Ж. (2024). *Експеримент у социолошким истраживањима*. Београд: Универзитет у Београду – Филозофски факултет, Институт за социолошка истраживања.

RECEIVED: 05.05.2025.

ACCEPTED: 06.05.2025.

mihailo.petrovic@filfak.ni.ac.rs

INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

The following INSTRUCTION FOR AUTHORS, together with AUTHOR STATEMENT, DECLARATION OF AUTHORSHIP and COPYRIGHT NOTICE FORM can be downloaded from the Journal's site:
<https://izdanja.filfak.ni.ac.rs/casopisi/godisnjak-za-sociologiju>

The *Sociological Annual (Godišnjak za sociologiju)* journal publishes original research, review papers and work done by experts from all areas of psychology, papers which have previously not been published, nor submitted for publication to any other journals.

The review process and publication. The submitted manuscripts will be reviewed by two independent and anonymous reviewers. Based on the review results, the journal editorial board will make the decision on whether to publish the manuscript and will inform the author of its decision. The possible decisions include the following: a) acceptance of the manuscript in the form it has been received; b) acceptance with minor changes; c) publication with major changes to the manuscript and d) rejection.

The text of the manuscript. The manuscript must be in Microsoft Word .doc format, font Times New Roman, size 11, line spacing single, B5 format. All papers should contain the page number, flush right, in the header of every page. Use the automatic page-numbering function of your word-processing program to insert page numbers in the top right corner; do not type page numbers manually. The title page is page number 1. The main body of the text (without the references and appendices) should contain no more than 30.000 characters with spacing, but the editorial board does reserve the right to publish longer manuscripts as well. Text preparation should be in accordance with the standards and rules defined in the 7th edition of the *APA Publication Manual*, and the manuscript should contain a title and abstract with key words, as well as an introduction section, Method, Results, Discussion, Conclusion (optional), References and Appendices (optional) section. The problem, objectives and hypotheses of the research should be presented at the end of the introduction section. Indent the first line of every paragraph 0.5 in/1.27 cm.

Use a numbered list to display complete sentences or paragraphs in a series (e.g., itemized conclusions, steps in a procedure). Use a lettered or bulleted list rather than a numbered list if the items are phrases (if the order of the phrases is not relevant). When quoting the instruments used in the research, the response format should also be provided, with the answers provided being in *Italic* style (e.g. 1 - *generally disagree*; 2 - *partially agree*; 3 - *nor agree, nor do they agree I agree...*). The text should be proofread prior to submission.

The title of the manuscript. On the first page of the manuscript the title should be written in bold letters (all significant words are capitalized), centered. The title should be as concise as possible, and such that it unambiguously allows the reader to conclude what the manuscript will be about. Beneath the title, the names of the authors and their affiliations should be stated. After the name of the first author insert a footnote containing the email address of the author.

The abstract. The length of the abstract should not exceed 250 words. The abstract should be in one paragraph and contain the most relevant information on the text (the aim of the research, the method, results and conclusion). The abstract as a rule does not contain any references. After the abstract, the key words should be included in a new paragraph. Do not include more than five key words.

At the end of the text, after the reference section, the title should be written in bold, centered in Serbian. Beneath the title, the names of the authors with their affiliations translated into Serbian, followed by the abstract with key words in Serbian. All the rules for writing the abstract in English also apply to writing the abstract in Serbian. If authors do not speak Serbian the journal will provide the translation.

Titles and subtitles. The paper title, that should be at the top of the first page of text (all significant words are capitalized), and section titles (**Method, Results,** etc.) are written in **bold**, centered. Second and third level headings are written in **bold**, left alignment.

The names of the instrument are written in bold letters with a dot at the end, and other necessary data for the instrument are given below. Provide the full name of the instrument, abbreviation and reference.

Example: **Inventory for the assessment of positive and negative affect (PANAS-X; Watson et al., 1988; for Serbian adaptation see Mihić et al., 2014).**

Tables, images and graphs. Tables, images and graphs should be provided in Word format. The text in the tables, graphs and images can be in a language other than the language of the text only when that is justifiable based on the topic and content of the manuscript (for example a comparison of the test items in various languages, followed by an overview of how each item is translated into the two languages, etc.). The distribution of the data in the tables should be achieved solely through organizing the cells and using the tools for working with tables. The use of formatting in the tables or using spaces and similar characters to achieve the desired distribution is not permitted.

Each table needs to be marked by a number and appropriate title (for example. Table 7. *The results of the parallel analysis*). Each category (image, graph, table) should be numbered sequentially. If the image has been taken from somewhere else, it is obligatory to cite the source.

The tables should also be organized according to APA standards. The tables should have a left adjustment. Each table should be labeled with the number, bold (e.g. **Table 7**) and the appropriate name, with the name being *Italic* style, and all significant words are capitalized (e.g., *Parallel Analysis Results*). The number of the table and its name should be above the table having a left adjustment, and the title of the table is single line below the number of the table. The tables should not contain vertical lines, the font should be 10 pt (unless the table needs to be reduced), and the line spacing should be 1 (Single). You should not bold the values in the table. If the representation of the *p* value of a table represents an unobtrusive, statistically significant value can be marked by the stars, and it will be necessary to include their meaning below the table (e.g. *Note.* * *p* < .05; ** *p* < .01; *** *p* < .001). The data shown in the table should be aligned by points. You can find more information on formatting the table in the writing form (template).

Example of the table formatting:

Table 1

Correlation between subjective well-being and loneliness

	Social loneliness	Loneliness in love	Loneliness in family
Satisfaction with life	-.51**	-.34**	-.34**
Positive affect	-.21**	-.04	-.11
Negative affect	.16	.07	.19**

Note. ** *p* < .01.

Images and graphs should also be organized according to APA standards. Each image or graphic should be labeled with the number, bold (e.g. **Graph 5.**) and the appropriate name, with the name being *Italic* style, and all significant words are capitalized (e.g., *Distribution of results in the experimental group*). The number of the image/graph and its name should be above the image/graph having a left adjustment, and the title is single line below the number of the image/graph. The abbreviations listed in the tables and figures should be explained below the table or figure.

Statistical data. The displayed statistical data must be relevant, that is, should display only the results of those statistical procedures which are relevant to the topic of the text. **The same data should not be presented in both graph and table form.** It is recommendable to use conventional means of concluding based on statistical data (for example, the levels of significance *p* (for example: .05, .01, .001). The results of the statistical tests should be given in the following form: *F* (5, 109) = 2.42, *p* < .05, and likewise for other tests (for example χ^2 (3, *N* = 323) = 3.44, *p* < .01 or *t* (120) = -33.63, *p* < .01). Statistical indicators should be in *Italic* style (e.g., *F*,

r , p , N , M) except for Greek characters (α , β , χ , λ). If decimal numbers are decimal, two decimal places are required, unless the value of the statistical indicator is such that it requires guidance and treatment. Decimal numbers should be separated by a dot, instead of a comma. If the range of the value of the parameter is 0 to 1, 0 is not written before.

Citations and including references in the text. Every quotation or claim which is not based on the research findings presented in the text should be accompanied by a reference provided in parentheses immediately following the quote in the following format: (Buttermore, 2009). If text is literally being quoted from the source, that part of the text is included in quotation marks, and the page on which the quote can be found is also included in parentheses following the reference (for example, Rot, 1985, p. 56). For each quotation longer than 350 characters, it is necessary to provide written consent from the authors for publishing these quotes in the text.

If the text has one or two authors, list author(s) in every citation (Tracy & Robins, 2004). If the text has three or more authors, cite only the last name of the first author and the abbreviation “et al.”. If there are several sources cited in parentheses, they should be listed in alphabetical order based on the authors’ last names, and not in chronological order (for example, Beck et al., 1985; Clark & Wells, 1995; Ollendick & Hirshfeld-Becker, 2002; Rapee & Heimberg, 1997; Rapee & Spence, 2004; Schenker & Leary, 1982).

List of references. The reference list should be on a new page after the text. Place the section label “**References**” in bold at the top of the page, centered. Order the reference list entries alphabetically by author. Complete biographical data for all the quotations should be cited in accordance with APA guidelines (7th edition) (<http://www.apastyle.org/>), and in the section titled References. All of the references included in the text must also be included in the list of references (and vice versa).

Text formatting in reference list: Times New Roman, 11 pt., Line spacing: single; Paragraph alignment: Justify, Paragraph Indentation: Hanging, indent of 0.5 in/1.27cm (meaning that the first line of the reference is flush left and subsequent lines are indented 0.5 in. from the left margin.).

Title of the paper or the book which are not on English, should be translated in English (for example, Stojiljković, S. (1998). *Ličnost i moral*. [Personality and morality.] Institut za pedagoška istraživanja.)

Instruction and examples of citing in reference list:

Books (monographs) are cited in the following manner:

Palmore, E. (1999). *Ageism: Negative and positive*. Springer

Stojiljković, S. (1998). *Ličnost i moral*. [Personality and morality.] Institut za pedagoška istraživanja.

Chapters in a book or proceedings are cited in the following manner:

Widiger, T. A. (2005). Classification and diagnosis: Historical development and contemporary issues. In J. E. Maddux & B. A. Winstead (Eds.), *Psychopathology: Foundations for a contemporary understanding* (pp. 63-83). Erlbaum.

Journal articles are cited in the following manner:

Tracy, J. L., & Robins, R. W. (2004). Putting the self into self-conscious emotions: A theoretical model. *Psychological Inquiry*, 15(2), 103-125. https://doi.org/10.1207/s15327965pli1502_01

In-text example: (Tracy & Robins, 2004)

Webpage on a website - Author Surname, Initial(s) *or* Organisation Name. (year). *Title of webpage*. Site Name. URL

In text (Author, year)

If there is no information about the year then in parentheses should be given abbreviation n.d.

Citing **unpublished manuscripts** (for example, abstracts from scientific conferences, unpublished papers, etc.) is not desirable. If it is impossible to avoid, complete data regarding the source should be provided, based on the following general format:

Unpublished dissertation or thesis

Author, A. (year). *Title of the master's or doctoral dissertation* [Unpublished master's or doctoral dissertation]. The name of the institution.

Published dissertation or thesis

Author, A. (year). *Title of the master's or doctoral dissertation* [Master's thesis or Doctoral dissertation, The name of the institution]. Date base/Archive. URL.

Referring to **secondary sources or citing them** (for example, Gray, 1982; as cited in Smederevac et al., 2014) should be also avoided.

If one author is cited more than once, the publications are included based on the year of publication, that is (if there are any co-authored works) according to the last name of the co-author.

If more than one work of the same author published in the same year is being cited, the years need to be marked out in letters a, b, c, for example (1995a), (1995b), both in the text itself and in the reference section.

Appendix. The appendix should include only those descriptions of material which would be of use to the readers for understanding, evaluating or reproducing the research.

Footnotes and abbreviations. Footnotes should be avoided, except when necessary (for example, citing that the work originated as part of a project, etc.). Abbreviations should also be avoided, with the exception of frequently usual ones. Abbreviations which are included in tables and images should be explained.

In addition to these instructions, the authors can also use the template for preparing their submissions, which is available for download at the Journal's site: <https://izdanja.filfak.ni.ac.rs/casopisi/godisnjak-za-sociologiju>

GODIŠNJAK ZA SOCIOLOGIJU / SOCIOLOGICAL ANNUAL
XXI/34 (2025)

Izdavač
FILOZOFSKI FAKULTET
UNIVERZITETA U NIŠU

Za izdavača
Prof. dr Natalija Jovanović, dekanica

Koordinatorica Izdavačkog centra
Doc. dr Sanja Ignjatović, prodekanica za naučnoistraživački rad

Lektura
Dr Maja D. Stojković (srpski jezik)
Dr Marija Stojković (engleski jezik)

Tehničko uredništvo
Darko Jovanović (Dizajn korice)
Milan D. Ranđelović (Prelom)
Izdavački centar (Digitalizacija)

Format
B5

Tiraž
40

Štamparija
SVEN, Niš

Niš, 2025.

Elektronsko izdanje
<https://izdanja.filfak.ni.ac.rs/casopisi/godisnjak-za-sociologiju>

Print
ISSN 1451-9739

Online
ISSN 1820-6360

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

316

**GODIŠNJAK za sociologiju = Sociological
Annual /**

Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu ; urednica
Jasmina Petrović. - God. 1, br. 1 (2005)- . - Niš
: Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu, 2005-
(Niš : Sven). - 24 cm

Dostupno i na: [https://godisnjak-za-sociologiju.
filfak.ni.ac.rs/](https://godisnjak-za-sociologiju.filfak.ni.ac.rs/). - Polugodišnje. - Tekst na srp. i
engl. jeziku. - Drugo izdanje na drugom medijumu:
Годишњак за социологију (Филозофски
факултет у Нишу. Online) = ISSN 1820-6360

ISSN 1451-9739 = Годишњак за социологију -
Филозофски факултет у Нишу

COBISS.SR-ID 121295372