

Jelena GAKOVIĆ (2023):

DRUŠTVENA ARHITEKTONIKA DIGITALNOG DOBA

(Sarajevo: Academia Analytica, 2023, str. 151)

Društvena i kulturološka kritika koja se daje kroz konceptualnu analizu vrlo je riskantan poduhvat, posebno kada je preduzima *insider*, neko ko poznaje prakse i strategije koje društvo preferira i koje kultura verificira (voljno ili ne). Neko ko je sposoban da se uhvati u koštac sa najvažnijim i aktuelnim područjem istraživanja u društvenim znanostima danas, u doba koje producira milenijske traume za generacije koje su “zastarjele za nove kontekste” i istovremeno predstavlja milenijsku priliku za kontekstualno smještene generacije koje tek dolaze.

Dr. Jelena Gaković, profesorica na Odsjeku za sociologiju Filozofskog fakulteta u Sarajevu (Univerziteta u Sarajevu), autorica je s rijetkom sposobnošću usklađivanja praktičnih vještina i konceptualne inteligencije u području informacijsko-komunikacijskih praksi baziranih na medijima i tehnologijama, te njihovom ulogom kojom se društvene znanosti moraju baviti. Njena autorska knjiga *Društvena arhitektonika digitalnog doba* (Sarajevo, Academia Analytica, 2023) jasno svjedoči o visokoj znanstvenoj kulturi kritičkog pristupa temi koja je naizgled udaljena od starih topika klasične sociologije vezanih uz industrijsko doba; istraživanje moći, političke komunikacije, uloge medija i sredstava komuniciranja, uvijek aktuelnih, posebno u vremenu koje je “inficirano” i u potpunosti određeno informacijsko-komunikacijskim tehnologijama. Iz samog naslova knjige jasno je da se autorica bavi “ambijentom inteligentnog prostora” koji i sam pripada “društvu znanja”. To su dva vrlo sofisticirana vektora društvene ontologije i društvene epistemologije, od kojih svaki producira brojne aspekte djelujući interaktivno i uvezano kroz sve sektore zbiljskog i virtuelnog svijeta.

Knjiga “Društvena arhitektonika digitalnog doba”, objavljena u Sarajevu (Academia Analytica, 2023), sastoji se od šest poglavlja: (1) Uvod, (2) Doba digitalnog društva u sociološkoj perspektivi – “tiče se transformacije modernih društava kako sve većeg značaja informacija i znanja, tako i kulture općenito, koja zauzima centralno mjesto društvenosti”, (3) Globalizacija kao metaproces suvremenog svijeta – “analizira različite domene, prije svega ekonomski, zatim politički i na kraju kulturni segment, uzimajući u obzir značaj tehnološki zasnovanih medija za svaki od ovih aspekata”, (4) Medijacija društvene i političke komunikacije – “fokusira se na demokratsku ulogu medija i postavlja pitanje o izmijenjenom licu demokracije”, (5) Razvoj i perspektive medijskih tehnologija – “pruža čitaocima pregled razvoja medijskih tehnologija u preddigitalnoj i digitalnoj sferi s naglaskom na društvene izazove koje uzrokuje internet i komunikacija na društvenim mrežama. Kratak osvrt na bosanskohercegovačko društvo je također sadržajni dio ovog poglavlja”, i (6) Umjesto zaključka” – “zaokružuje istraživanje i sumira osnovne probleme i argumente koji proizilaze iz poduzete konceptualne analize”.

Na ovaj ili onaj način, sve navedene teme su duboko vezane za oblast sociologije komunikacije, kojom se Jelena Gaković godinama uspješno bavi u svojim radovima. Naime, sama komunikacija određena je permanentnom modernizacijom, koja neprestano napreduje u vremenu i prostoru, jer se komunikacijska tehnologija razvija i koristi takvom brzinom da se *tehnološki metabolizam* neposredno uočava zbog simultanosti drastičnih promjena u društvenoj strukturi. Paradoks digitalnog doba leži upravo u činjenici da se ove drastične promjene tako brzo i masovno prihvataju i bivaju dijelom društvenog ponašanja i kolektivne intencionalnosti; da se tretiraju kao “normalan razvoj” (“progres”, “prosperitet”, “usavršavanje”) konteksta i doba kojem pripadaju. I naizgled, fenomeni koji nastanjuju taj “normalan kontekst” čine se samorazumljivim! Ali, samorazumljivost je uvijek razlog filozofskih i socioloških sumnji o supstancijalitetu fenomena koji tako zaposjeda vrijeme i prostor našeg okruženja.

Autorica Jelena Gaković vrlo stručno i znalački ukazuje na to da istraživanje transfera ideja u modernim demokratskim društvima i društvima u tranziciji kroz direktne i indirektne uticaje medijskih i informacijskih tehnoloških sredstava znači istraživanje posredovanja između vlasnika ideja, vlasnika informacije i komunikacijskih tehnologija, vlasnika medija i “vlasnika mišljenja” koji se konstituiraju u ovom cirkularnom i pervertiranom odnosu prema informaciji. Tehnologija i proces medijalizacije svih sektora društvene ontologije postao je institucija po sebi, koja ima eklezijastičku medijsku moć i tehnološke korporacije što su umrežile društvo ne dopuštajući mu da “zastari” i postane arhaično, osim u muzejskim prostorima i netehničkim kulturnim oazama lociranim u nevladinom sektoru. Politička komunikacija je efikasna onoliko koliko animira društvene grupe da je prate, daju komentare... kako bi bili prisutni u virtuelnom online prostoru.

Živjeti u takvom dobu koje pretvara čitavo društvo u “posmatračke ekrana”, u dobu koje u svakom momentu ostavlja iza sebe one koji ne mogu ići ukorak s novim znanjem tog vremena, šokira brzinom promjena koje ovo razdoblje nosi. Tehnologija koja proširuje inovacije brzinom svjetlosti, a ima globalni uticaj na život, *nema vremena za historiju...* Mnogo je važnije otkriti aplikativne ideje koje dolaze iz budućnosti, jer sadašnjost mora biti nova i moderna! Historičari su proroci onoga što se dogodilo, onoga što je bilo u prošlosti, ali historija budućnosti, koja kao metod mora koristiti “projektivnu semantiku društvenih relacija” (Ibrulj, 2017), može istovremeno producirati i egzistencijalnu brigu i nadu u tehnološki napredak i strah od artificijelne inteligencije!?). Budućnost, međutim, uvijek šokira mogućnostima koje posjeduje, a koje se otkrivaju kroz projektivnu semantiku društvenih fenomena koji su uvijek i instrumentalno-tehnologijski.

Jelena Gaković se veoma uspješno i uvjerljivo bavi medijalizacijom kao posebnim fenomenom u okviru društvene arhitektonike digitalnog doba, koja od čovjeka pravi “Plug-In-Prometeja”, okovanog ili priključenog na Monitor, koji bi trebao sve znati, biti informiran i konstantno

bombardiran kontradiktornim vijestima iz suprotstavljenih medija i suprotstavljenih ideologija. Medijatzacija dan za danom producira dvo-smislenu zbilju, istinu prekrivenu lažima i laž predstavljenu kao istinu, proizvedeći nove oblike barbarizma i normativizma. Postalo je upitno prenose li mediji uopće informacije ili ih produciraju kao ideološki instrument što podupire moć digitalnih faraona koji imaju političke ambicije? Proizvodnja lažnih vijesti postala je predmetom zakonodavstva i mjera raznih državnih agencija koje se navodno brinu o suzbijanju govora mržnje, rasističkih i diskriminatornih interpretacija, a kadrove u te strukture postavljaju (ideološki) suprotstavljene političke partije.

Postoji strah od tehnike i strah od tehnologije, koji se trenutno ispoljava kao strah od vještačke inteligencije, od *pametne supstancije* o kojoj govori Kim Eric Drexler (*Engines of Creation*, 1986), kao i od ekspanzije ambijenta inteligentnog prostora. Knjiga *Future Shock*, autora Alvina Tofflera iz 1970, govori o tadašnjoj modernoj tehnologiji, uključujući informacijsku i digitalnu tehnologiju i društvene promjene koje će digitalno doba donijeti, a njen autor ističe vjerovatnoću da osoba koja se ne mijenja u svijetu brze mijene postane “zastarjeli čovjek”. Ustvari, Alvin Toffler je “poslao prvi **udarni val** svijetu zapadnog društva” kao upozorenje da digitalno doba dolazi s novim procesima koji se ne mogu izbjeći. “Brzo zastarijevanje sastavni je dio cjelokupnog ubrzanog procesa – procesa koji ne uključuje samo životni vijek svjećica već cijelih društava. Povezan s usponom znanosti i ubrzanjem stjecanja znanja, ovaj se povijesni proces teško može pripisati podlom planu nekolicine suvremenih trgovaca” (Toffler, 1970). Računajući samo s onim što možemo učiniti danas i u budućnosti s umjetnom inteligencijom, nismo uvijek spremni vidjeti šta umjetna inteligencija čini od nas samih.

Istraživanje Jelene Gaković otkriva arhitektoniku tog digitalnog vala koji je stigao u naš grad i učinio ga “pametnim gradom”, od naše klupe u parku napravio “pametnu klupu”, na našu školsku tablu donio “pametnu tablu”. Stvari postaju pametnije, a ljudi gluplji i sve više ovisni o memoriji

izvan njih, o nekom uređaju i o aplikaciji koju pokreću jednim prstom. U našem dobu informacijska i komunikacijska tehnologija povećava moć korporativnog kapitala, koji svakodnevno kontrolira medije i političku komunikaciju. Na taj način, ovaj **digitalni val** olakšava prodor ideja koje oživljavaju u digitalnim aplikacijama koje se vežu ne za androidne uređaje, već za ljude koji ih koriste... Činjenica da neko posjeduje *digitalni status* funkcionira kao društveni status ako i samo ako je “na Viber-u” ili “na WhatsApp-u” ili “na Instagram-u” ili na Facebook-u” ili čeka “na FaceTime” ili razgovara preko “Twitter-a”, samo je jedan izraz za *technofix* u kojem čovječanstvo uživa globalno u digitalnom dobu. Moć onih koji stvaraju *digitalne slikovne knjige za gledaoce ekrana* kojima je cijeli dan potreban samo kažiprst, koji kreiraju ili destruiraju svoj ili tuđi (virtuelni) život jednim klikom ili dodirrom, pretvara korisnike u *ljude s jednim prstom* koji mogu stvoriti ili uništiti ekonomiju zemlje ili dovesti čitav svijet u ekonomsku krizu ili, pak, poslati diviziju pametnih kamikaza dronova na “manje pametne” gradove susjedne zemlje.

Svako društveno razdoblje zasigurno je determinirano ljudskom inteligencijom koja se koristi za rješavanje problema i donošenje odluka. Svako društveno doba ima svoju arhitektoniku uma koja djeluje na produkciju i regulaciju životnih formi. Svaka arhitektonika uma povezana je sa tehnikom i instrumentima za realizaciju rješenja i odluka. Čovjek uvijek živi u doba instrumentalne inteligencije bilo da koristi kost kao čekić, kamen, željezo, bakar, silikonski mikročip ili nanočestice i digitalnu informaciju. Ljudski um oblikovan je instrumentima s kojima radi i producira svoju okolinu. I ovi instrumenti su manifestacija kolektivne svijesti i kolektivnog znanja koje ne postoji dok ne postoji društvo. Prema Don Ihde, ne postoji instrument koji ne pripada “nekom skupu kulturalno konstituiranih vrijednosti i procesa” (*Don Ihde, Technology and the lifeworld. From Garden to Earth*, 1990).

Stoga, ako želimo nešto znati o sebi, moramo znati neke činjenice o arhitektonici društva doba u kojem živimo. Ako definiramo to doba

kao digitalno doba, onda je neophodno upitati se: koja je društvena arhitektonika digitalnog doba i koja je instrumentalna inteligencija koja koristi kolektivnu intencionalnost kada stvara svijet životnih formi i svijet društvenih institucija koji omogućuje produkciju institucionalnih činjenica? Knjiga *Društvena arhitektonika digitalnog doba* autorice Jelene Gaković, objavljena u Sarajevu u izdanju *Academia analitica* (2023), sadrži sve sociokulturne instrumente za prepoznavanje karakteristika doba koje nazivamo digitalnim.

Jasno je da prihvatanjem novih instrumenata za rješavanje starih problema i za donošenje odluka u različitim životnim praksama također prihvatamo i skup sociokulturnih relacija iz kojih i za koje su ovi instrumenti kreirani. Možemo se složiti sa Don Ihdeom da su to “relacije koje kreiraju situaciju ovisnosti” o prihvatanju kulture jednog doba (Ibid, 126). Paradoks brzine globalne ili masovne prihvatljivosti promjena u digitalnom svijetu tehnologije demonstriran je kroz konzumerističku histeriju pod nazivom *Black Friday*. Za generacije koje su ovisne o *technofixu* i moći koju dobijaju u političkoj komunikaciji kroz korištenje medija *šok budućnosti* traje vrlo kratko, u suštini on je sastavni dio *ontološkog imuniteta* koji jednostavno funkcionira kroz adaptaciju konstantnog ponavljanja novih i novih i novih proizvoda ili proizvodnih modela.

Jelena Gaković promišljeno ulazi u razmatranje fenomena digitalnog doba i proširuje istraživanje u mrežu pojmova, od kojih se neki čine perifernim u odnosu na pojam “digitalnog”. Riječ je o vrlo pažljivim analizama političke komunikacije i, što je još važnije, one ulaze u polje diskurzivnog konteksta, koji se u toj komunikaciji prikazuje ne samo kao skup socijalnih varijabli nego i kao kognitivni sadržaj koji se intencionalno uvodi u komunikaciju kao razlog za djelovanje kroz medije i tehnologije.

Ovakav pristup autorice Jelene Gaković dovodi njen izuzetan rad u područje kritičke analize diskursa koncepata u kontekstu ideja koje su medijalizirane kako bi djelovale kao forme tehno-društvene fiksacije, te koje se pojavljuju kao da su objektivne činjenice, jer su prezentne u medijima,

na webu, online, u bazi podataka, dostupne, vidljive, navodno pripadaju instalaciji otvorenog izvora koje su stoga epistemološki objektivne po sebi i, kroz medijsku prezentnost, ontološki objektivne. Analiziranjem ovog pitanja kao produkcije činjenica koja izvrće subjektivnu moć posjednika sredstava komunikacije u “objektivnu i istinitu društvenu realnost” je istaknut i značajan poduhvat koji autorica knjige preduzima oslanjanjem na najvažnije mislioce društvene ontologije kao što su Giddens, Keucheyan, Nash, Beck, Ziima, Jameson, Castells, Touraine, Bell i mnogi drugi.

Analiza kontekstualnih uvjeta političke komunikacije je također analiza društvenog konteksta, koji je uvijek kontekst moći, kontekst ideologije i kontekst tehnologija za realizaciju moći. Prema Teun Van Dijku (*Discourse and Context: A sociocognitive approach*, 2008, vii), *Critical Discourse Analysis* (CDA): “kritička analiza diskursa se presudno interesira za društvene uvjete diskursa i specifično za pitanja moći i zloupotrebe moći, ali je propustila da razvije eksplicitnije teorije konteksta kao temelja za svoja kritička nastojanja. Očigledno, moć nije prikazana samo u nekim aspektima ‘moćnog govora’ i trebamo uvid u cjelinu kompleksnog konteksta da bismo znali kako se moć odnosi prema tekstu i govoru, i općenito kako diskurs reproducira društvenu strukturu.”

Kako navodi u knjizi, Jelena Gaković analizira “strukturne konsekvence i uticaje novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija na ekonomiju, politiku i kulturu u savremenom društvu sa posebnim fokusom na političku komunikaciju”. Njen argument je izravan: promjene u društvenoj arhitektici digitalnog doba kompatibilne su i prožete rapidnim razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologija, uključujući i nove medije. Iz tog razloga autorica razmatra i evaluira medije prvenstveno kao instrumente društvenih transformacija, promjena u politici, komunikacijskim i demokratskim društvenim procesima. Istraživanje ove vrste fenomena po sebi iziskuje interdisciplinarni pristup koji dobija *inpute* iz sociološkog razumijevanja društvene i političke ontologije koji su posredovani sredstvima modernih informacijsko-komunikacijskih tehnologija.

Pored toga, dobro je od autorice knjige preuzeti odredbu njezine temeljne ideje iz koje šalje sociološki input drugim disciplinama i područjima istraživanja:

“Osnovna ideja istraživanja su značajne implikacije koje mediji imaju u legitimaciji socio-političkih poredaka. Argumenti koji podržavaju tezu knjige, vezuju se za podvrgavanje ekonomskoj funkcionalnosti i kapitalističkoj biznis matrici u procesu globalizacije, medijske kolonizacije političkog polja u kojem vlada logika reprezentacije inherentna marketinškim strategijama gdje je bitniji imidž, nego efektivno političko djelovanje. Pri tom periferno biva centralno, a javno privatno. Uprkos neprikosnovenoj moći, u uvjetima ekonomskih strukturalnih uvjeta mediji ne ostvaruju protubalans vladajućim strukturama u korist građana. Mediji koji djeluju pod kontrolom i u sprezi sa političkim elitama, konstruiraju i internaliziraju vrijednosti koje doprinose društvenoj stagnaciji i političkom statusu quo. Najzad, konstatuje se veći potencijal za proaktivno demokratsko učešće putem interneta i društvenih medija u javnom životu, ali uprkos tome identificira problematika društvene dezintegracije, subjektivizacije ili otuđenja.”

Sudeći prema svemu što nam otkriva knjiga *Društvena arhitektionika digitalnog doba*, Jelena Gaković je uspjela konstruirati arhitekturu jedinstvene teorije moći, akcije i medijske komunikacije u digitalnom dobu koristeći konceptualnu analizu modernog društvenog konteksta, modeliranu kroz informacijsko-komunikacijske tehnologije, i kreirajući mreže produkcije akcija i reakcija društvenih subjekata.

Posebna vrijednost knjige *Društvena arhitektionika digitalnog doba* je uključivanje stanja stvari i procesa u polju medijatzacije i korištenja informacijsko-komunikacijske tehnologije u Bosni i Hercegovini. Sve što se dešava na globalnom planu, procesi medijatzacije, *tehnofix* kulturalizacija (kao a-kulturalizacija) i “život društvenih mreža”, sve u vezi sa konzumerističkom psihologijom *produciranja potreba*, prisutno je u bosanskom društvu, iako sve što je globalno biva lokalizirano kroz

modele političkog kriminala i nacio-etnonacionalnih paraliberalnih vrijednosnih praksi, koje se i dalje poimaju kao reprezentacija “inputa iznutra”, a ne kao autentična demonstracija ovih životnih formi. Upravo ove elemente “lokalnog žargona autentičnosti” (Theodor W. Adorno) Jelena Gaković otkriva u njenom istraživanju:

“Bosanskohercegovački javni prostor dominantno je obilježen ‘etnopolitikom’ i vrijednostima koje nisu spojive s duhom liberalne demokratije, tako da je ishod procesa tranzicije prema zrejoj, konsolidiranoj demokratiji s punim građanskim i medijskim slobodama prilično neizvjestan. Uz ovaj poseban ‘mentalitet’ i povezane institucionalne probleme, mediji kao komunikacijska industrija podliježu ekonomskim tržišnim zakonima, gdje se uspjeh uglavnom ne mjeri postignutim stupnjem slobode, već zapravo ide smjerom nepovoljnim za ovaj etičko-politički ideal: maksimiziranje profita postiže degradaciju profesionalnih i etičkih standarda.”

Konačno, može se s pravom tvrditi da se arhitektonika digitalnog doba nadvila nad bosanskohercegovačkim društvom i da transformacije idu u smjeru kreacije nevidljive moći korporativnog kapitala, koji operira kroz neoliberalne snage i političku psihologiju. Globalnoj “privlačnosti”, koju Noam Chomsky koncipira kroz frazu “profit nad ljudima” (1999), autorica Jelena Gaković nadodaje misao “medijske istine nad ljudima” ili “političke moći nad ljudima” prisutne i u bosanskohercegovačkom društvu.

Digitalno doba promijenilo je sve koncepte: koncept moći i koncept dobara i koncept rada: sve je ujedinjeno u konceptu informacije i njene obrade u digitalnom rudarenju digitalnim valutama i internetskoj prodaji. Ali ono što ostaje neizmijenjeno u svakom dobu, bez obzira na to kako ga nazvali, kameno ili digitalno, utisnut u mikročipove i nanočipove, jeste profit i vlasništvo nad sredstvima koji ga kreiraju. Danas je to vlasništvo korporativno, bezimeno, s izmišljenim korporativnim reklamnim imenima. Pravo ime i reklamno ime, pronalazak Hollywooda kao pravo i umjetničko (virtuelno) ime za glumce, transformira se danas u paradoks

‘anonimno ime’ koje koriste svi koji rade prikriveno. A moderni korporativni kapital koji se skriva u “slamnatim” korporacijama širom svijeta danas operira pod maskom, pod imenom Anonimusa, kao i digitalnih lopova koji prate trag tog kapitala, te digitalnih medija koji se nose s oboje.

Za naslovnicu knjige odabrana je, ne slučajno, slika japanskog slikara Katsushika Hokusai (1831) *The Great Wave of Kanagawa*, koja na neki način predstavlja i *moto* knjige, udaljenog označitelja koji treba naći značenje. Tekst koji je izdvojen kao autorski *credo* knjige na prvoj stranici misao je Harukija Murakamija (2002), modernog japanskog pisca: “And once the storm is over, you won’t remember how you made it through, how you managed to survive. You won’t even be sure, whether the storm is really over. But one thing is certain. When you come out of the storm, you won’t be the same person who walked in. That’s what this storm’s all about” (*Kafka on the Shore*, 2002). Odabranim motom i *credom* knjige mnogo je rečeno. Kritička teorija socijalne fenomenologije novog doba ne ostavlja prostora za nekoga da bude *lovac u žitu* (*lovac u digitalnom valu*) danas (u digitalnom dobu) zbog toga što je infrastruktura tog društva koristan alat za svakoga koji se njome mora koristiti (koristan čak i za lovca na digitalne grijeh!), pa čak i kada se neko želi okrenuti protiv doba koje ga je kreiralo. U digitalnom valu krije se i opasnost i spas, tekst i kontekst koji treba biti kritički analiziran.

Biti *lovac u digitalnom valu* znači biti usred opasnosti koju digitalni val sa svojom arhitektonikom i svojom moći nosi... i korištenje moći tog vala i tog vjetra da se društvo oslobodi i pomjeri ka... možda nekom novom velikom valu koji objedinjuje razvoj moći, medija i informacijske tehnologije. Moderna sociologija koja prati ovaj razvoj će vjerovatno biti sociologija *šoka budućnosti* kao *Sociological Foresight*; sociologija koja će moći predvidjeti nove šok-modele budućnosti koristeći *projektivnu semantiku društvenih odnosa*.

Društvo znanja treba stručnjake u polju društvenih znanosti i humanistike, a potreba da se proširi filozofska hermenutika i društvena

fenomenologija na tehnologiju i medije nema drugog načina nego da akomodira znanje praksi i strategija u društveno prihvatljive paradigme koje same po sebi trpe vlastiti metabolizam u hodu.

Klimatske promjene (*klimatiké metabolé*) i tehnološke promjene (*tehnologikés metabolé*) su nešto što se odvija tako brzo da možemo govoriti o zastarjelosti čovjeka koji misli da je najbolji način odnošenja prema njima okretanje glave ili potonuće u metafizički pijesak.

Na osnovu navedenog da se zaključiti da je Jelena Gaković suvremena sociologinja koja ima kapacitet za sociološko istraživanje koje se provodi, kako Neurath kaže, na otvorenom moru, u toku plovidbe, u smjeru za koji se još ne zna gdje vodi, daleko od smjera koji ostaje na kopnu ispraznih i trivijalnih socioloških aksioma o “čovjeku kao društvenom biću” i o sociologiji kao “znanosti o društvu”. Zasigurno da ima istine u tvrdnji Rayja Kurzweila (*The Singularity is Near: When Humans Transcend Biology*, 2005) da sa novim tehnologijama čovjek ima mogućnost da transcendirira i svoj socijalni i svoj biološki koncept, i da to mijenja i socijalnu strukturu i strukturu znanja o socijalnoj strukturi. Budućnost ponovo šokira (vidi u: *Max Tegmark, Life 3.0: Being Human in the Age of Artificial Intelligence*, 2017) korištenjem digitalnog Prometeja, umjetna inteligencija aplicirana kroz mašine i robotiku gasi milione poslova širom svijeta i odmjenjuje zastarjelog čovjeka, deduktivni softver automatski proizvodi lažne vijesti koje sve više nalikuje istinitim (istinolikim) vijestima, humanistička objašnjenja ljudske prirode postaju sve zastarjelija i nepotrebna za novi ontološki imunitet ljudske vrste... Veći dio ovih formi koje transcendiraju ljudsku prirodu, i koje je kreirao sam čovjek, uspješno je sagledala autorica knjige *Društvena arhitektonika digitalnog doba*.

Prof. dr. Nijaz IBRULJ

Univerzitet u Sarajevu

Filozofski fakultet u Sarajevu

Odsjek za filozofiju

nijaz.ibrulj@ff.unsa.ba