

MEDIJI I DIGITALNA DIPLOMATIJA U EKONOMIJI POSTMODERNE EPOHE GLOBALIZACIJE (Pozivni referat)

Akademik prof. dr Slobodan Nešković, email: slobneskovic@gmail.com

Univerzitet Privredna Akademija u Novom Sadu FEEPS, Professor Honoris Causa
Univerzitet "Sveti Kiril i Metodij" Veliko Trnovo, Republika Bugarska, SKAIN, Ukrajinska
Tehnološka Akademija, Kijev

Sažetak: Postmoderni tokovi globalizacije proizveli su korenite promene sa brojnim protivrečnostima u svim sferama javnog života. Procesi koji traju punih pet decenija u potpunosti su izmenili nekadašnju sliku sveta, naročito u politici, ekonomiji i sferi komunikacijama. Prisutna je velika ekspanzija informaciono - komunikacionih tehnologija koje su inkorporirale nove paradigme poslovanja i preduzetničke kulture. Ekonomija se direktno povezuje sa diplomatijom, pomerajući se od industrijskog prema digitalnom kontekstu, sa poslovanjem na internetu i virtuelnom tržištu. Koncept digitalne ekonomske diplomatije podrazumeva implementaciju medijskih sadržaja, postmodernih tehnologija i platformi društvenih mreža u realizaciji projektovanih ciljeva. Mediji predstavljaju esencijalno sredstvo u ostvarivanju poslovnih strategija primenom metoda adekvatnog redukovanja prostorno vremenskih dimenzija događaja. Ekonomska diplomatija u digitalnoj globalnoj epohi sprovodi kompleksne aktivnosti promocije vlastitih nacionalnih vrednosti, osvajanja tržišta, uvećanja budžeta i doprinosa ukupnom razvoju zemlje.

Ključne reči: mediji, digitalna ekonomska diplomatija, informaciono - komunikacione tehnologije, društvene mreže, internet, tržište, globalizacija

MEDIA AND DIGITAL DIPLOMACY IN THE ECONOMY OF THE POSTMODERN ERA OF GLOBALIZATION (Keynote paper)

Abstract: The postmodern trends of globalization have produced radical changes with numerous contradictions in all spheres of public life. The processes that have lasted for five decades have completely changed the former image of the world, especially in politics, economy and the sphere of communications. There is a large expansion of information and communication technologies that have incorporated new paradigms of business and entrepreneurial culture. Economics connects directly with diplomacy, shifting from an industrial to a digital context, with online business and virtual markets. The concept of digital economic diplomacy involves the implementation of media content, postmodern technologies and social networking platforms in the realization of projected goals. The media are an essential tool in the pursuit of business strategies by applying methods to adequately reduce the spatial and temporal dimensions of events. Economic diplomacy in the digital global age is carrying out complex activities to promote its own national values, conquer markets, increase its budget and contribute to the overall development of the country.

Keywords: media, digital economic diplomacy, information and communication technologies, social networks, internet, market, globalization

UVOD

Savremeno društvo treba pre shvatiti kao dugotrajan istorijski proces u kojem se formira čitav niz karakterističnih svojstava nego kao određen istorijski period. Svakako najznačajnija pojava našeg vremena jeste globalizacija. Ona se ispoljava, pre svega, u oblasti ekonomije kao širenje slobodnog i integrisanog tržišta, ubrzanje međunarodnih tokova kapitala, roba i radne snage, integracije i jačanja multinacionalnih kompanija. Globalizacija se ispoljava i u socijalnim odnosima kao jačanje bogatih slojeva i pojedinaca, ali i kao širenje siromaštva.

Globalizacija je zahvatila i oblasti diplomatija, obrazovanja i kulture. Globalizacija dovodi do velikih promena u društvu i načinu života svakog čoveka. Globalizacija donosi neke pozitivne elemente u razvoju savremenog društva, ali i dosta negativnih posledica po različite socijalne, etničke i kulturne grupe. Sve to ostavlja tragove na položaj porodice kao primarne društvene grupe i osnovne ćelije društva. Uporedo sa globalizacijom nastupa i liberalizacija u društvu i društvenim odnosima od ekonomije do kulture. Ona pokreće transformaciju svih tradicionalnih, konzervativnih i dogmatskih elemenata u društvenoj strukturi savremenog društva. Naučno tehnička dimenzija savremenog društva uslovljava stalnu transformaciju ekonomije, pomerajući je sa proizvodnog sektora prema uslužnom, od industrijskog ka informatičkom i digitalnom prostoru, od klasičnog poslovanja na realnom tržištu ka poslovanju na internetu i virtuelnom tržištu.

Potreban je visok nivo globalne svesti da bi se rizici koje proizvodi nauka i tehnika mogli smanjiti. Za sada svet ne ide u tom pravcu, rizika je sve više i svakim danom se pojavljuju novi za koje postoje sve manji izgledi da se mogu kontrolisati ili otkloniti. Takvo stanje dovodi do različitih deformacija u organizaciji savremenog društva, u njegovom funkcionisanju, u njegovim socijalnim i kulturnim prostoru.

Predmet ovog rada jesu mediji i ekonomska diplomatija u globalizovanoj digitalnoj epohi.

Globalni skeptici globalizaciju tumače kao preterivanje. Oni u opravdanju svojih stavova koriste ekonomske pokazatelje, dokazujući da je veoma mali broj istinskih multinacionalnih kompanija. Oni smatraju da su te kompanije zapravo samo smeštene u okviru jednog društva i da je ekonomija tih nacija dosta manje otvorena nego u nekom prethodnom istorijskom periodu. Ova grupa zagovornika smatra da su investicije raspoređene isključivo u okviru Sjedinjenih Američkih Država, Japana i zapadnog dela Evrope. Dakle, za njih je to samo pogrešno shvaćen proces kroz koji prolaze moderne zemlje u svom razvoju.

Krajem prošlog i početkom ovog veka, došlo je do rapidnog unapređenja tehnologije. To je, potom, uticalo na povećanu fragmentisanost medija, ali takođe i na pojavu novih kanala. Moć i uticaj pojedinih medija je promenjena, a akcenat se stavlja i na integraciju starih kanala sa novim. Kao primer ove promene, mogu se navesti promene u vezi sa televizijskim kanalima i pojavom kablovske televizije. Uz ovu promenu, identifikuje se i nastanak novih radio stanica, časopisa, dnevnih novina itd. Može se primetiti i sve veći uticaj nacionalnih televizijskih mreža, koje imaju sve veći broj stanica kablovskog tipa. Sve češće se javljaju i specijalizovane stanice, kao i interaktivni programi koji su omogućeni povezivanjem televizijske i računarske opreme.

Današnji sistem informisanja pretvara ljude u slepe promatrače gotovih i nedovoljno proverenih informacija (nekada i izmišljenih radi plasiranja). Polako se gubi objektivno informisanje. Razvoj komunikacijskih tehnologija je omogućio ogroman protok informacija, pa je danas teško odrediti koja je informacija relevantna. Postoji oligopol na tržištu informacija, najveće međunarodne korporacije drže ključne pozicije na tom tržištu, pa je pitanje danas da li je vest tačna, ko je bira i na koji način. Zahvaljujući tome, ljudi su danas bombardovani mnogim nepotrebnim vestima, da bi se prikrio pravi problem i skrenula pažnja sa njega.

U diplomatskoj komunikaciji postoje najmanje 3 aktera: političari na prvom mestu, potom mediji i javnost. Pojavom modernih medija, kao što su internet i društvene mreže (Facebook, Instagram, Twitter), promenio se odnos političara i načinu njihove komunikacije sa javnošću. Zahvaljujući internetu, javnost se uključuje u politički život jedne države i aktivno učestvuje u političkoj komunikaciji. Suprotno, političari lakše dolaze do javnosti, pridobijaju svoje pratiocce (što se posebno uočava u pred izbornoj kampanji) i najvažnije oni dobijaju povratne informacije koje doprinose donošenju odluka. Kao što su u Staroj Grčkoj postojale agore, oko kojih su se ljudi okupljali da bi diskutovali o aktuelnim političkim temama, tako danas ovu ulogu preuzima internet, koji predstavlja jedan vid “virtuelne agore” i sve to zahvaljujući informaciono-tehničkim otkrićima današnjice.

1. OSNOVNE KARAKTERISTIKE FENOMENA GLOBALIZACIJE

U savremenom dobu se vode brojne rasprave koje za svoj predmet uzimaju novoskovani pojam, globalizaciju. Rasprave su veoma raznolike, što se javlja posledica različitih stavova teoretičara u vezi sa ovim kontekstom. Poslednjih tridesetak godina dramatično su intenzivirane transnacionalne interakcije, od globalizacije proizvodnih sistema i finansijskih transfera do medijskog rasprostiranja informacija i slika širom sveta ili masovnih pokreta ljudi, bilo da su oni turisti, radnici, migranti ili izbeglice.¹

Ukoliko se razmotri sveukupnost stavova, može se uočiti da postoje dve struje u raspravama o globalizaciji:

- prvi stav podržava sve što se odnosi na planetarne procese,
- drugi stav podržava sve što se dovodi u vezu sa planetarnim procesima.

Bez obzira što postoje suprotni stavovi u vezi sa ovim fenomenom, ne može se dovesti u pitanje njegovo postojanje, jer se on manifestuje kao sve veća međuzavisnost između društava i kultura. Globalizacija je definisana kao skup društvenih odnosa koji intenziviraju transnacionalne interakcije, bilo da je reč o transnacionalnoj međudržavnoj, kapitalističkoj ili društvenoj i kulturnoj praksi. Za globalizaciju se može reći da je to proces koji se odlikuje time što sve više skraćuje prostorne i vremenske udaljenosti između ljudi, briše razlike i podele, stvarajući osećaj u svakom čoveku da živi u jednom velikom svetu.²

Globalizacija, dakle podrazumeva dugotrajan proces koji je istorijski poznat i u okviru kog dolazi do razvoja jedne nacije i njene kulture, a danas je samo ubrzao svoj tempo, jer su se razvile sve predispozicije koje su obezbedile da se granice izbrišu i da se svet posmatra kao jedna celina. Pošto je predmet rada uticaj globalizacije na rad, bitno je da se napomene da svaka promena nastala u ovom kontekstu ima veze sa vrednostima koje vladaju u okviru stanovništva u datom vremenskom periodu i da se one manifestuju na osnovu određenih ciljeva koji su postavljeni, a koji ne moraju biti u potpunom skladu sa tim stanovništvom. Jednostavnije rečeno, određene forme organizacije rada su prisutne do onog momenta kada su one komplementarne sa vrednostima i ciljevima jedne grupe ljudi.

Autori Varda i Aberkombi su identifikovali tri stanovišta koja se odnose na procese globalizacije i to:³

¹ Nešković, S., Dihotomy of Economic Diplomacy and Spiegeling from angle of Social Development, Istaknuti tematski zbornik radova vodećeg nacionalnog značaja, Edicija Bezbednost u postmodernom ambijentu knjiga 27., Proceedings, Međunarodna konferencija "Društveno - ekonomski razvoj i bezbednost zajednice sa akcentom na Grad Valjevo i Kolubarski okrug" 18 - 20. april 2019, Beograd: Centar za strateška istraživanja nacionalne bezbednosti - CESNA B, Beograd i Internacionalni Univerzitet Travnik, BiH, 2019, p. 47.

² Milošević, B., Transformacija organizacija rada u procesima globalizacije: uticaj novoliberalne ideologije, Filozofski fakultet, Novi Sad, 2005, str. 145.

³ Abercombie, N., Warde, A., Contemporary British Society, Longman Group, London, 2003, str. 11.

- stav globalnih entuzijasta,
- stav globalnih pesimista,
- stav globalnih skeptika.

Globalni entuzijasti sa pozitivnim naklonom gledaju na proces globalizacije i smatraju da oni pružaju brojne mogućnosti za svakog čoveka. Prvi faktor koji je nastao kao posledica pomeranja granica sloboda čoveka jeste sloboda trgovanja. Entuzijasti smatraju da je globalizacija zagovornik savremenog, svetskog društva u okviru kog neće biti konflikata većih razmera, a naravno ni ratova.

Globalni pesimisti smatraju da proces globalizacije vraća čoveka unazad i ne donosi ništa dobro planeti. Porede ga sa organizacijom društva u srednjem veku, iz razloga što smatraju da on može samo da oslabi jednu državu. Baš kao što su u srednjem veku feudi bili mnogo moćniji od države, tako su i brojne multinacionalne kompanije moćnije od jednog društva. Takođe, u srednjem veku su formirani gradovi, a sada se formiraju megalopolisi. Kada globalizacija deluje na društvo, po mišljenju ovih analitičara, ona ga slabi i na taj način mu ne dozvoljava da unapredi uslove svog života.

Osnovni faktori koji su obezbedili da dođe do promene načina shvatanja poslovne komunikacije jesu:⁴

- mediji su fragmentisani,
- pojavili su se mediji koji su interaktivni,
- današnji poslovni sistemi mogu da kreiraju baze podataka.

Dakle, ljudi imaju mogućnost da prime i da pošalju željene informacije na više adresa, mnogo lakše nego što je to bilo u prošlosti. Ovo je uslovalo promene strategija komunikacije u okviru organizacija. Primećena je i pojava medija koji su interaktivnog karaktera, ali i sve češći razvoj baza podataka. Sada je moguće poslati i primiti informaciju u isto vreme. Zaposleni su se vremenom prilagođavali novonastalim situacijama u oblasti procesa komunikacije, pa su razvili sopstvene sisteme za koje su smatrali da će biti efikasni i efektivni. Danas zaposleni moraju da se orijentišu ka masovnim kanalima i oblicima komunikacije, jer poslovanje to od njih zahteva.

Preduzeće je sada sposobno da prvenstveno plasira informacije, a da potom sazna kako je tržište reagovalo na te informacije. Zahtevi korisnika brže nego ikada mogu da dođu do preduzeća, a oni su razvili takve organizacione šeme koje obezbeđuju da se ti zahtevi u veoma kratkom roku prevedu u specifikacije, koje će rezultirati proizvodima u skladu sa željama korisnika.

Pošto je moguće kreirati baze podataka, organizacije raspolažu brojnim informacijama o korisnicima, pa mogu da personalizuju svoju ponudu. Svaka pojedinačna tražnja može biti zadovoljena. Omogućeno je da se prikupe informacije ne samo o sadašnjim korisnicima, već i o potencijalnim. Sve ove promene, uslovile su sposobnost organizacije da prilagodi svoj marketing pristup situaciji, odnosno da se preorijentiše na masovni ili ciljni pristup, u skladu sa karakteristikama trenutne situacije. Informaciono komunikacioni razvoj je tekao tako da se od globalnog pristupa ciljnom tržištu, došlo do pojedinačnog pristupa, što je veliki napredak za poslovanje jedne organizacije, ali i velika promena.

Promene u vezi sa informaciono komunikacionom tehnologijom, uticale su na proces komunikacije u organizaciji na više načina:⁵

⁴ Nešković, S., Business Diplomacy and Human Capital in the Function of Entrepreneurship and Branding in Public Management, Istaknuti tematski zbornik radova vodećeg nacionalnog značaja, Proceedings, Međunarodna konferencija "Transgranična saradnja, preduzetništvo i bezbednost sa osvrtom na Zlatar i Novu Varoš" 27 - 29. septembar 2019, Beograd: Centar za strateška istraživanja nacionalne bezbednosti - CESNA B Beograd i Internacionalni Univerzitet Travnik u Travniku, BiH, 2019, p. 73.

⁵ Ibidem, p. 74.

- došlo je do multiplikacije znanja,
- komunikacija je postala više usmerena,
- poruke su personalizovane,
- pouzdanost je povećana,
- procesi prenošenja i primanja poruke su unapređeni,
- troškovi su redukovani,
- kontrola od strane zainteresovanih strana je poboljšana.

Svaka osoba, bez obzira da li je zaposlena ili ne, svesna je toga koliko su informaciono komunikacione tehnologije napredovale. Računari se sada mogu umrežiti, došlo je do pojave pošte elektronskog tipa, razvijeno je korišćenje baza podataka, Internet se sve više koristi i sve više postaje dostupan, publikacije postaju javno dostupne, razvijaju se elektronske konferencije, nastaju knjižare digitalnog tipa. Ovo su samo neke od promena sa kojima se svet susreo u veoma kratkom roku. Svaka pojedinačna promena uslovljava je promenu u okvirima organizacije. Sada se sve češće mogu sresti termini kao što su: informaciono društvo, mreže, kultura u sajber prostoru, mediji.

Informaciono komunikacione tehnologije su uvele novu kulturu poslovanja. Ta nova kultura se ne može zamisliti bez njihove podrške. Komunikacija postaje sve ubrzanija, znanje se sve više produkuje, a promene koje se identifikuju su kvalitativnog i kvantitativnog tipa. U današnjem poslovanju ne postoje granice. Naučno tehnička dimenzija savremenog društva uslovljava stalnu transformaciju ekonomije, pomerajući je sa proizvodnog sektora prema uslužnom, od industrijskog ka informatičkom i digitalnom prostoru, od klasičnog poslovanja na realnom tržištu ka poslovanju na internetu i virtuelnom tržištu.

Potreban je visok nivo globalne svesti da bi se rizici koje proizvodi nauka i tehnika mogli smanjiti. Za sada svet ne ide u tom pravcu, rizika je sve više i svakim danom se pojavljuju novi za koje postoje sve manji izgledi da se mogu kontrolisati ili otkloniti. Takvo stanje dovodi do različitih deformacija u organizaciji savremenog društva, u njegovom funkcionisanju, u njegovim socijalnim i kulturnim prostoru.⁶

Ograničenja u današnjem poslovanju ne postoje. Garancije koje su nekada predstavljale prepreke za plasiranje proizvoda ili usluga na određena tržišta, sada su otvorene. Putem Interneta je omogućeno da se tradicionalno poslovanje potpuno zameni novim poslovnim kulturama.

Oblici informaciono komunikacione tehnologije koji su karakteristični za današnji period poslovanja, nastali su pod uticajem kombinovanja različitih sastava komunikacija. Sve to je dovelo do nastanka jednog informacionog društva, koje svoje uticaje emituje na sve sfere i privatnog i javnog života. Danas se pod informacionim društvom podrazumeva takvo društvo koje ceni znanje, informaciju i podatak. Proizvodnja informacija i njena obrada, sada postaju izvor moći na tržištu, odnosno konkurentске prednosti. Informaciono društvo svoj značaj manifestuje i u smeru lakšeg i efikasnijeg čuvanja informacija, njihove obrade i prenošenja.

Obrazovanje se stavlja u prvi plan. Organizacije ulažu dosta sredstava kako bi obrazovale različite zainteresovane strane, jer su uvidele da se povećanjem nivoa znanja okoline, olakšava proces obavljanja delatnosti. Sve češće se organizuju obuke zaposlenih, ali isto tako, kreiraju se i elektronske obuke koje omogućavaju da se potrošači informišu u vezi sa korišćenjem proizvoda ili konzumiranjem usluga koje poslovni sistem nudi. Znanje i informisanost, postaju ključni temelj organizacije.

Kompanija Cisco Systems se nalazi u okviru Silikonske doline i ona je veoma važan snabdevač računarske opreme. Ova organizacija je takođe poznata po tome što informiše svoje

⁶ Đelic, T. A., Neskovic, S., Ketin, S., Lutovac, M., Economic and Environmental Context of Organic Agriculture and Farms in Serbia - Case Study, Fresenius Environmental Bulletin - FEB, Volume 28 - No. 1 / 2019, p. 88.

zainteresovane strane, o svim bitnim promenama, događajima, poduhvatima putem Interneta. Kompanija je potpuno eliminisala tradicionalne vidove slanja poruka i potpuno je usredsređena na nova dostignuća nauke i tehnologije. Ona je time obezbedila da se sve granice eliminišu.

Osiguravajuće društvo State Farm Insurance omogućuje svojim budućim zaposlenim da pregledaju razne događaje putem kompjutera, u okviru kojih je došlo do štete većeg obima. Oni mogu tim putem da sprovedu diskusiju u vezi sa nastalim situacijama i da razmene mišljenja, pa se nivo znanja povećava, a problem se efikasnije rešava. Od njih se konkretno traži da prikažu svoje umeće da se snađu u potencijalnim situacijama sa kojima će se često susretati ukoliko prođu proces selekcije. Dužni su da procene štetu ili potrebna ulaganja za oporavak narušenih sistema.

Promene su identifikovane i u oblasti transporta. Sada brojne kompanije, ali i isporučioци paketa, mogu da se u svakom trenutku informišu o tome u kom delu sveta se nalazi njihova pošiljka.

Primećena je tendencija nastanka kancelarija koje neće koristiti papir. Ova promena je većeg obima, pa se zato sporije realizuje. Potpuno izbacivanje papira iz upotrebe, značilo bi potpuno raskidanje sa tradicionalnim načinima poslovanja. To bi promenilo i svakodnevne aktivnosti ljudi. Primećene su brojne organizacije koje svakodnevno pokušavaju da dostignu epitet kancelarije bez papira, čime bi uticale i na očuvanje životne sredine.

Celokupan napredak nije ostavio nepromenjeno ni tržište akcija. Ovo tržište prolazi kroz proces tranzicije. Berze sve češće izbacuju iz upotrebe hartije. Primećen je i trend gašenja kancelarija za trgovanje akcijama, jer se prelazi na elektronski način komuniciranja i obavljanja poslovnih aktivnosti. Brokeri se umrežavaju i razmenjuju podatke putem svojih personalnih računara i radnih stanica. Oblasti poslovanja u sektoru poljoprivrede i hemijske industrije su takođe unapređene. Kompjuterski programi su postali veoma razvijeni i oni omogućavaju farmerima da predvide buduće prinose i da organizuju svoje aktivnosti na efikasan način.

2. MEDIJI U SAVREMENIM USLOVIMA GLOBALIZACIJE

U današnjem svetu nije nam strana upotreba kompjutera, telefona, niti interneta. Internet se javio kao sredstvo za ubrzavanje i olakšavanje komunikacije, ali nažalost i za otuđivanje ljudi i svodjenje svakodnevnih ljudskih odnosa samo na elektronsku razmenu poruka, bez direktnog kontakta. Pozitivna strana interneta je da je on omogućio da se mnogi poslovi, poput administracije, rukovodstva, trgovine i mnogih drugih, obavljaju iz sopstvenog stana, što je dovelo do uštede troškova. Međutim, internet pretil uništenju ljudskog druženja i socijalizacije.

Postao je izvor brojnih zarada, koje rastu iz dana u dan, te im se ne može odrediti tačna cifra, počev od samog oglašavanja i reklamiranja, pa sve do različitih usluga koje nam danas pruža internet. Bez obzira na brojne pozitivne aspekte interneta, ne smemo zanemariti i moguće zloupotrebe u industriji, špijunaži, konkurenciji, nedozvoljenoj monopolizaciji, pa čak i lišenje ličnih sloboda. Ljudska potreba za informacijama, kao činioca uspešnog privrednog poduhvata dovodi do internacionalizacije medija. Putem interneta, ljudi su u mogućnosti da se u svako doba dana informišu pomoću vesti u elektronskoj varijanti. Polako, ali sigurno se štampa, kao medij, gubi i biva potisnuta od strane elektronskih prenosioca informacija. Takođe i satelitski TV kanali informišu ljude o događajima gotovo istovremeno sa njihovim dešavanjem.

Oligopolske medijske kuće ukidaju demokratičnost, koja je i sama osnovna ideja medija, da budu platforma za slobode govora i javnog mišljenja. Mediji ne samo što su izgubili ovu osnovnu funkciju prenosnika komunikacije u oba pravca, nego su postali i čisti prenosioci informacija u jednom pravcu, oblikujući stavove i mišljenja društva. Tako globalni mediji stižu od zapada prema ostalim zemljama. Globalna društva putem kulturne diplomatije ostvaruju

komunikaciju sa drugim društvima i primetna je nejednaka razmena između najrazvijenijih država i onih koje su manje razvijene. Takođe od posebne je važnosti i industrija kulture u ovom procesu.⁷

Ekonomija polako postaje centar diplomatije, iako je bila samo deo moderne diplomatije. U ekonomskoj globalizaciji, ekonomska diplomatija postaje razlog postojanja tradicionalne diplomatije. Termin javna diplomatija se najviše koristio za vreme hladnog rata, da bi po njegovom završetku više počeo da se koristi termin – meka sila (soft power). Termin meka sila je uveo Džozef Naj, profesor sa Harvardskog univerziteta, koji je bio i član administracije Bila Klinton. Naj u svojoj knjizi Budućnost moći navodi kako se klasična diplomatija (kabintetska diplomatija - koja je podrazumevala slanje poruka jednog vladara drugom kroz poverljive kanale komunikacije) postepeno dobijala oblike i javne diplomatije kroz nastojanje država da indirektno utiču na druge vlade.⁸

Na složenost javne diplomatije uticao je razvoj novih tehnologija, ali i pojava međuvladinih i transnacionalnih organizacija. Sada se komunikacija i uticaj šire i uključuju pored vlada država i javnost, društvo i nevladine organizacije. Pojam digitalna diplomatija je prvi put opisan 2001. godine kao jedna od priča u gradu i hodnicima međunarodne diplomatije. Neki su definisali digitalnu diplomatiju kao rastuću upotrebu informacionih i komunikacionih tehnologija i platformi društvenih mreža u vođenju javne diplomatije. Oni koji usvajaju ovu definiciju veruju da se medij promenio, ali ne i poruka.⁹

Diplomatija i državna ministarstva spoljnih poslova, ekonomije i obrazovanja, kao i sve druge delatnosti ljudskog društva u Srbiji moraju se prilagoditi IKT. Iako u Republici Srbiji ne postoji svest o digitalnoj diplomatiji i njenim prednostima za bolji spoljnopolitički položaj i međunarodne aktivnosti zemlje, perspektive njene upotrebe i razvoja su otvorene. Digitalna diplomatija u Srbiji pruža mogućnost da svakodnevno, u realnom vremenu iz minuta u minut srpske vrednosti budu prisutne među domaćom i svetskom populacijom, pojedinačnim sadržajima, kako zvaničnika tako i ostalih građana korisnika interneta.

Servisi srpske elektronske vlade prevazilaze u broju i kvalitetu mnogo razvijene zemlje Evrope sa realnom tendencijom ubrzanog rasta. Srbija se nalazi na prvom mestu u regionu, kada je reč o e-participaciji, odnosno učešću njenih građana u procesima upravljanja i vladanja preko nacionalnog portal eUprava. Na globalnoj rang listi, po ovom kriterijumu zauzimamo visoko mesto, od ukupno 193 zemlje. Srbija ima informaciono dobro edukovanu populaciju ima aktivne korisnike društvenih mreža, čak i eksperte koji uspešno ali nelegalno modifikuju sadržaje i komentare na sajtovima.¹⁰

Diplomate su lišene privilegije da sakupljene informacije analiziraju na miru i da o svojim stečenim saznanjima obaveste centralu. One moraju reagovati brzo na događaje, analizirati ih na licu mesta, konsultovati nekoliko izvora i na osnovu tako sakupljenog materijala, pripremiti informaciju ministarstvu, uzimajući pri tome u obzir potrebe korisnika. Već danas svaki diplomata mora da zna ne samo da bez posebne pripreme odgovori na postavljena mu pitanja, nego mora i da bude u stanju da ad hoc preuzme odgovarajuće inicijative kako bi bio prisutan u medijima i javnosti, uključujući globalnu mrežu. Britansko ministarstvo na primer dozvoljava svojim diplomatama da svakodnevno komuniciraju sa korisnicima interneta i da postave svoje stavove o određenim pitanjima preko bloga koji je pri tom otvoren za dozu kritike.

⁷ Nešković, S., Ekonomska diplomatija, Univerzitet Privredna akademija, Novi Sad, 2009, str. 105.

⁸ Naj, Dž., Budućnost moći, Arhipelag, Beograd, 2012, str. 60.

⁹ Beridž, Dž., Diplomacija teorija i praksa, Akademija za diplomatiju i bezbednost, Beograd, 2008, str. 33.

¹⁰ Milovanović, M., Digitalna diplomatija – razvoj, pojam, izazovi i mogućnosti, Forum mladih Evropskog pokreta u Srbiji, Beograd, 2017, str. 3.

Važna funkcija diplomate novog doba i dalje će biti predstavljanje nacionalnih interesa, ne samo stranim vladajućim strukturama, nego i širokoj stranoj publici i na taj način ostvarujući prezentaciju dalje od ministarstva spoljnih poslova, predsednika vlade i države i starih državnih elita. U kontekstu sve češćeg neposrednog kontakta, efektivno prezentovanje zahteva povezivanje sa širokom publikom, predstavnicima vlasti, lokalnom upravom, nevladinim sektorom – dakle svi oni će za službu spoljnih poslova biti glavna publika.

Lični kontakti, ljudska ekspertnost i iskustvo, postavljeni kao kontrola i povratni mehanizam, karakteristične za diplomatsku praksu će i dalje nastaviti da vrše uticaj preko diplomatije kao i rekonstrukcije diplomatske prakse kao suptilnu i kompleksnu vežbu. Lični kontakt s predstavnicima vlasti zemlje domaćina, odnosno drugim uticajnim faktorima, verovatno se nikada neće moći zameniti informatičkom tehnologijom, jer fizički kontakt i odnos koji iz njega proizilazi stvara uzajamno poverenje, neretko i prijateljstvo koje internet ne može da pruži. Smatra se da će bitan element diplomatske aktivnosti u budućnosti obuhvatiti podršku netradicionalnim nacionalnim interesima.

Sa sve češćim održavanjem velikih međunarodnih pregovora, koji obuhvataju mnoga netradicionalna pitanja treba očekivati širok spektar učesnika iz nevladinih interesnih grupa. Regionalne organizacije, kao i njihovi predstavnici u zemlji domaćina imaće sve veću pažnju, jer će se mnogi od njih baviti trgovinom i ekonomskim razvojem, umesto političkim pitanjima. Devedesetih godina prošloga veka bilo je neophodno da se bude velika država da bi se širile informacije, da bi se povećavao tiraž štampanog materijala, da bi se jačali signali radio televizijskih stanica.

Novi diplomate poseduju znanja i potrebne veštine za vođenje pregovora i pripremanja prikupljenih informacija vodeći računa o korisniku i njegovim potrebama istovremeno zastupajući interese svoje zemlje. Uspeh diplomatskih aktivnosti dobrim delom zavisi od pouzdanosti raspoloživih informacija koje kruže svetom i komunikacijskom infrastrukturu. Mogućnost zaštite diplomatskih misija nešto je složenija obzirom na njihovu teritorijalnu razgraničenost. Zaštita mora biti kompatibilna s okolinom, ali i s mrežom interne povezanosti s matičnom kućom. Korišćenje savremene IKT pruža mogućnost da se postigne veća poverljivost, tajnost pregovaranja i mogućnost prikrivanja određenih podataka i informacionih sadržaja.¹¹

Da bi neko društvo bilo demokratsko, to zavisi od stepena njihove informisanosti i sposobnosti da naprave pravi politički izbor. Po mišljenju Jirgena Hebermsa: „Javnost se najbolje ogleda u neprofitnom, nekomercijalnom javnom servisu, kakav je BBC, koji teži da bude relativno nezavisan, a samim tim i objektivan.“¹² Najbitnija i najmoćnija sredstva komuniciranja sa stanovništvom jedne države, su pre svega mediji, u kojima javno učestvuju u političkim procesima.

Globalni mediji su glavno sredstvo za reklamiranje komercijalnih proizvoda i kao takvi, oni olakšavaju prodor kompanija na nova tržišta. Prvi masovni mediji su bile novine, koje su bile dominantne tokom 19. veka u Zapadnoj Evropi. Ovaj uspon pismenosti i samog procesa štampe, implicirao je demokratsku revoluciju. Razvojem kapitalizma i novine, kao i drugi masovni mediji, su pali pod kontrolu biznisa. Komercijalni mediji, koji su osnivani kao mala preduzeća, su tokom vremena prerastali u velika preduzeća na monopolističkim i oligopolističkim tržištima, samim tim zapadne korporacije su postale glavni kreatori globalnih medija toga doba. Početak telekomunikacija se posmatra od pojave podvodnih kablova i telegrafa sredinom 19. veka. Najznačajnije telegrafске međunarodne novinske agencije su bile:

¹¹ Mitrović, V., Globalno umrežavanje i digitalna diplomatija, Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2018, str. 13.

¹² Herman, E., Mekčesni, R., *Globalni mediji*, CLIO, Beograd, 2004, str 8.

francuska Havas, nemačka Wolff, britanska Reuters, američka Associated Press. Ove agencije su bile prve značajne forme globalnih medija sve do kraja 20. veka, kada se njihov uticaj počeo smanjivati. Pojava pokretne slike doprinela je daljem usponu globalnih medija. Radio se pojavio tek početkom dvadesetog veka u SAD-u, gde su transnacionalne korporacije brzo uvidele značaj ovog medija za preuzimanje kontrole u politici. Najveću promenu globalnih medija izazvala je televizija u posleratnom periodu. Pre svega, ona je osnovana kao neprofitni i nekomercijalni javni servis, međutim reklamiranje pokreće razvoj komercijalizacije globalnih medija. Televizija se smatrala medijom veka, koji predstavlja glavnu osnovu za globalno medijsko tržište. Sa pojavom satelitske i kablovske distribucije 90-ih godina, povećan je broj kanala u mnogim zemljama i ovaj period se smatra najbitnijim za proces komercijalizacije. Najveće gigantske kompanije u ovoj industriji su Time Warner, Disney, Bertelsmann, Viacom, News Corporation i oni imaju u svom vlasništvu ogromne filmske i televizijske kapacitete.

Dve značajne karakteristike digitalizacije su to da ona ruši sve prepreke pred sobom između tradicionalnih medijskih industrija, kao i razlike između njih i da ona predstavlja novi kanal, odnosno univerzalni medij, kompjuter. Globalna upotreba interneta i njegova ekspanzija počele su tek kada je Tim Berners osmislio World Wide Web, odnosno mrežu koja je trebala da bude rasprostranjena po celom svetu. Do tada je to bila ograničena mreža, putem koje su se razmenjivale informacije između univerziteta i drugih istraživačkih centara i institucija. Devedesetih godina prošlog veka, prelazak na ovaj digitalni format informacija tekao je ubrzano. Prvenstveno je razvoj ovog globalnog medija definisan u Sjedinjenim Američkim Državama, ali je internet u osnovi globalni medij celog sveta. Kako glavni izvršni direktor firme Oracle govori da je kompjuterski softver postao najznačajnija industrija u svetu, kao što je pre to bilo u pitanju sa naftom prošlog veka. Svi su bili zahvaćeni razvojem interneta i niko se nije mogao odupreti njegovom uticaju.

Koliko god imale značajnih prednosti i dostignuća, globalizacija i komercijalizacija globalnih medija takođe imaju štetne posledice i čak se može reći za njih da predstavljaju pretnju demokratskim procesima. Građani postaju žrtve manipulisanja, jer im se uskraćuje mogućnost detaljnijeg informisanja, jer oni nekritički usvajaju nove informacije, primaju ih zdravo za gotovo. Čak su i komercijalne televizije imale negativne posledice u političkom procesu. Do slabljenja demokratije dovela je i komercijalizacija emitera, odnosno transnacionalnih kompanija. Ne postoji velika razlika i u medijima u drugim državama, i oni su sličnih karakteristika kao i oni u Sjedinjenim Državama. Sve komercijalne televizije posluju po uzoru na američke medije, koji su pod uticajem konstantnih ekonomskih, političkih i vojnih pritisaka, plasirajući narodu samo jeftine, brze, kratke informacije i vesti, sa što više akcije, kako bi privukli i pridobili njihovu pažnju.

Kroz istoriju možemo pratiti pokret antiglobalizma, koji se razvio uporedo sa pojavom globalizacije. Ovi snažni pokreti nezadovoljstva i bunta protiv globalnih mas medija i njihovog takoreći antidemokratskog delovanja, postoje širom sveta. Zemlje Trećeg sveta, odnosno nerazvijene i siromašne zemlje, su nosioci ovog pokreta i one pokreću raspravu u posledicama globalnih medija. Glavna rasprava se vodi oko monopola koji poseduje Zapad nad globalnim informativnim servisima i njihovo služenje samo potrebama najrazvijenijih država. Članovi ove rasprave i pokreta antiglobalizma kritikuju dominaciju zabavnih programa, pre svega sa američkog područja, smatrajući ih kulturnim imperijalizmom, koji omladini današnjice nameće zapadne vrednosti i identitet. Stoga mladi u celom svetu liče jedni na druge, isto se oblače, istu vrstu muzike slušaju, prate iste trendove i počinju da se ponašaju na isti način, što dovodi do gubljenja jedinstvene nacionalne kulture svakog naroda, koja je posebna sama po sebi, i čiji kult bi trebao da se neguje.

Globalni mediji su u službi transnacionalnih kompanija i marketinga, koji imaju negativne efekte na one manje razvijene države, jer samo doprinose jačanju jaza između razvijenih i nerazvijenih država, odnosno produbljuju nejednakost svetske ekonomije. Bez obzira na sve prethodno nabrojane pozitivne posledice porocesa globalizacije i njenih ekonomsko-proizvodnih zasluga u svetu, globalna tržišna ekonomija ima odlike antidemokratije. Demokratska obeležja se ogledaju u tome da svi ili skoro svi ljudi mogu da učestvuju u donošenju bitnih odluka, da budu uključeni u formiranje ključnih političkih i ekonomskih dešavanja i da mogu da iznesu svoje stavove i mišljenja, koji će biti uvaženi. Međutim, danas to nije slučaj, ljudi osećaju političku nemoć.

Četiri najbitnije karakteristike, koje treba istaći su:¹³

1. u najvećem delu svetu, ubrzan razvoj globalnog komercijalnog medijskog sistema utiče na pravac, sadržaj i ponudu nacionalnih medija
 2. transnacionalne korporacije u ovom sektoru medija vladaju celokupnim sistemom globalnih medija i najveći deo tih kompanija ima sedišta u Sjedinjenim Američkim Državama
 3. krucijalna i neophodna komponenta globalizacije tržišta ekonomije u celom svetu je globalni medijski sistem
 4. smanjen je doprinos demokratiji jer globalni medijski sistem ima strukturne nedostatke
- Američki kapitalizam je uticao na populaciju, time što utiče na načine života širom sveta i vršeći pritisak da usvoje vrednosti i navike koje oni žele. Ljudi danas slepo i bezuslovno veruju da je globalizacija pozitivan proces koji donosi mogućnosti pristupa najrazličitijih kulturnih vrednosti. Naš način života, navike koje posedujemo od trenutka kada se probudimo, su pod konstantnim uticajem iz daljine. Muzika koju slušamo, filmove koje gledamo, modne trendove koje pratimo, hranu koju jedemo, način na koji se ponašamo i govorimo, sve je to delo događaja iz medija, koje distribuiraju američke konglomeratske kuće. Ne postoji više pojam „moja zemlja“, već se danas sve vrti oko „globalnog sela“, gde svi međusobno počinjemo da ličimo jedni na druge, gde se gubi unikatnost i lepota svakog zasebnog naroda. Živimo u eposi virtuelne homogenizacije, gde je sve standardizovano, uniformisano i ujednačeno. U budućnosti koja nam dolazi, će samo doći do još većeg jačanja ekonomskog jaza između država, jer svi se kreću ka masovnoj nametnutoj kulturi.

3. INTERNET I DRUŠTVENE MREŽE U DIPLOMATSKOJ KOMUNIKACIJI

Internet utiče na sve sfere života i sami smo svedoci na njegove posledice. Novi mas mediji, pre svega i najznačajniji internet, sa svojim društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Google...) omogućili su nastanak globalnog komunikacionog sistema, odnosno jednog virtuelnog sveta. U ovom virtuelnom prostoru je zapravo sve stvarno i realno, počev od udaljenih osoba sa kojima se dopisujemo, događaja o kojima čitamo, vesti koje se dešavaju po čitavom svetu, pa sve do proizvoda koje naručujemo online i usluga koje se reklamiraju. Kao što je već spomenuto, prostor i vreme su izgubile svoje glavne odlike ograničenosti, više ne postoje granice, a vremenske zone su postale beznačajne. Ovaj bezvremenski i bezgranični prostor je omogućio diplomatama, a sa druge strane i građanima, da lakše komuniciraju međusobno.

Stari, klasični mediji ubrzano gube svoju vrednost sa pojavom interneta, koji ruši sve pred sobom. Štampa, radio, televizija, knjige, muzička i filmska industrija se u mnogome čemu

¹³ Nešković, S., Foreign Policy Orientation and Security of the Western Balkans, New Challenges to the Balkan Security, Vol. 2, Thematic Collective Book, Veliko Turnovo, St. Cyril and St. Methodius University, 2015, p. 15.

razlikuju od novih modernih medija. Ali postoji i nešto zajedničko za njih, a to je da su ti stari mediji svi uključeni u nove, samo su digitalizovani i inkorporirani. Internet se definiše kao mreža računara koji su svi međusobno povezani i spojeni sa davaocem internetskih usluga, odnosno provider-om, centrom iz kojeg i ka kojem se pružaju sve druge mreže računara. Ta internetska, mrežna zajednica računara je mreža koja poseduje slobodu i ogromne mogućnosti u procesima komunikacije, informisanja i tako dalje.

Još od početka prvih civilizacija, ljudi su imali potrebu za komunikacijom i druženjem. Internet je u mnogome čemu olakšao ove procese. Politička komunikacija, bez obzira o kom sistemu se radi, je rasprostranjenija, jer internet nudi neograničene mogućnosti za to. Internet se prvi put pojavio u pred izbornim kampanjama u Sjedinjenim Američkim Državama 1992. godine. Svi diplomatski akteri su ubrzo shvatili značaj i prednosti koje ovaj kanal komunikacije nudi i shvatili da putem njega mogu doći do velikog broja ljudi, i isto tako pridobiti simpatizere. Pre pojave interneta, politička komunikacija se odvijala putem klasičnih mas medija, televizijskih spotova, vesti, plakata, brošura, radio emisija, prikupljanja donacija, dobrovoljnog rada, konferencija... međutim, sva ova dešavanja se mogu odvijati i pomoću (putem) interneta, ali sa uštedom u finansijskim sredstvima i sa manje utrošenog vremena i rada.¹⁴

Kako zaključujemo, internet ima veliki uticaj na sam način diplomatske komunikacije sa građanima. On pruža svima lakši pristup informacijama, omogućava lakšu organizaciju događaja, prikupljanje i analizu stavova, mišljenja i pomoći od svojih članova. Sve ovo vodi transparentnijoj i bržoj diplomatskoj komunikaciji.

Internet poseduje mnogobrojne prednosti, a neke od njih su:¹⁵

- Da je to dopunski medij, koji upotpunjuje političke kampanje na tradicionalnim mas medijima (televizija, radio emisije...)
- Uključuje sve dosadašnje medije
- Stalno povećanje broja korisnika, sve više ljudi ima pristup internetu
- Niži troškovi (ekonomičnost), vremenske uštede pri izradi
- Svi sadržaji su prilagođeni korisnicima, ali i sam korisnik ima mogućnost da bira sadržaje koji ga interesuju – adaptirana i personalizovana kampanja
- Dvosmerna komunikacija političkih aktera i građana
- Potpunije i tačnije informacije (građani su samo klikom udaljeni od informacija u odnosu na tradicionalne medije)
- Informacije su direktne od kandidata (političkih aktera)
- Politički kandidati brzo odgovaraju na zahteve i pitanja birača, oni su angažovani u izornoj kampanji, internet pruža mogućnost brze komunikacije

Internet komunikacija je otvorena komunikacije, koja ne zahteva posebnu infrastrukturu i gde svi mogu kreirati sadržaje, pri čemu komunikacija teče dvosmerno. Kao što uvek postoje prednosti, tako sa druge strane imamo i mnogobrojne nedostatke interneta u službi političke komunikacije, a neki su:¹⁶

- Živimo u svetu u kome je naglašen jaz između razvijenih i nerazvijenih država, te samim tim građani mnogih siromašnih država nemaju pristup internetu ili su elektronski nepismeni. Internet još više naglašava razliku između populacija.

¹⁴ Nešković, S., Biznis diplomatija i pravna regulativa u kontekstu evropskih integracija Republike Srbije, Zbornik radova br. 15. "Srbija na putu ka Evropskoj Uniji", Beograd: Centar za strateška istraživanja nacionalne bezbednosti - CESNA B Beograd, 2015, str. 57.

¹⁵ Nešković, S., Ketin, S., Šećerov, P., Đelić, T., A., International Politics and Ecology: Special Focus to the Protection of Air, Frensenius Environmental Bulletin - FEB, Vol. 27. No 11 / 2018, p. 7545.

¹⁶ Ibid, p. 7546.

- Da bi bile konkurentne tradicionalnim mas medijima, internet stranice se moraju stalno ažurirati.
- Da bi se internetske stranice konstantno ažurirale i dopunjavale novih informativnim sadržajem, one iziskuju dodatne ljude, vreme i novac (troškovi multimedijalnosti).
- Informacije na internetu su već prethodno date na nekom drugom mediju, promenjena je samo forma te informacije, ali ne i njen sadržaj.
- Korisnike ometaju puno različitih sadržaja i šarenilo na internetskim stranicama.

Kada stavimo na jednu stranu internet, a na drugu tradicionalne medije, uočavamo da i jedni i drugi poseduju i pozitivne i negativne odlike, te nema svrhe upoređivati ih. Internet treba shvatiti kao jednu neiscrpnu mogućnost za informisanje naroda i njega kao takvog treba u potpunosti iskoristiti. Prednosti interneta su velike, a svi nedostaci interneta su vezani za ekonomske, kulturološke i obrazovne procese, te ti nedostaci zapravo nisu problem i tematika interneta kao globalnog mas medija, već društvenog okruženja i ekonomskog stanja u svetu. Internet se smatra sastavnim delom procesa demokratije u današnjem savremenom dobu. On poseduje mogućnost, da građani postanu aktivni igrači u procesu donošenja diplomatskih odluka, a ne samo da su puki posmatrači. A sa druge strane, diplomatski akteri treba da iskoriste internet za sopstvenu promociju.

Društvene medije definišemo kao besplatne web-servise koji korisnicima pružaju mogućnost komunikacije sa drugim korisnicima, na dva načina: kao samoprezenzacije (stvaranje publike, sledbenika) ili kao interaktivna komunikacija (stvaranje prijateljstava). Radi se o vrsti komunikacije „mnogi ka mnogima“, za razliku od tradicionalnih medija gde je komunikacija isključivo bila jednosmerna, odnosno „jedan prema mnogima“.

Na društvenim profilima ljudi predstavljaju svoj život, te samim tim drugi ljudi imaju uvid u to. Tako diplomate postaju poput „običnih ljudi“ i komuniciraju sa građanima direktno, bez posrednika. Ovim putem, građani dobijaju utisak da vlada demokratija i povećava se njihovo interesovanje za politička dešavanja i žele da budu uključeni u diplomatski život države kojoj pripadaju. Diplomatski akteri sada imaju mogućnost da čuju mišljenja, interese, stavove, zahteve i želje građana, a pre nisu imali efikasan pristup ovim saznanjima. Na taj način, oni prilagođavaju svoje delovanje, programe i samu politiku. Korisnost društvenih mreža je značajna, samo ukoliko politički akteri u pred izbornoj kampanji pametno i pažljivo planiraju njihovo reklamiranje putem ovih medija, i ukoliko je ovaj vid komunikacije transparentan i stalan. U suprotnom, neće zadržati pažnju čitaoca i gledaoca, koji stalno traže nešto novo i zanimljivo, što će okupirati njihovu pažnju. Ukoliko dođe do toga, oni će samo usmeriti svoje interesovanje na nekog drugog, odnosno na neki drugi vid medija.

Često nailazimo na primer antiglobalističkih akcija i događaja pod nazivom *Occupy* (Wall Street), gde uočavamo značaj interneta i društvenih mreža. Tradicionalni mas mediji ne dozvoljavaju nikakvu razmenu informacija, odnosno nema dvosmerne komunikacije sa građanima. Kako tvrdi profesor Sandra Bašić Hrvatin, tradicionalni mediji nam pružaju samo jednu sliku, dok na društvenim mrežama primećujemo mnoštvo drugih prikaza istog događaja, koji su realniji od onih uglađenih na televiziji i u štampi. Međutim, uloga interneta i društvenih mreža nije toliko značajna na Bliskom Istoku i u Severnoj Africi. Internet služi samo za okupljanje istomišljenika i stvaranja grupa. Čitav događaj iz akcije *Occupy* je isplaniran i dogovoren na društvenim mrežama, gde imamo sa jedne strane imamo otvorene grupe građana na Twitter-u i Facebook-u, a sa druge strane vodeće američke banke i transnacionalne kompanije. Ove online grupe su dogovorile svoje zadatke, međutim bilo ih je teško sprovesti u realnosti, jer ne postoji instrument pomoću kojih bi bili izvršeni. Ove demonstracije nisu postigle nikakav značajan uspeh.

ZAKLJUČAK

Proces globalizacije i razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija su doveli do promena na raznim poljima i do potrebe prilagođavanja savremenog društva novim izazovima. Povezanost sveta i brzi protok informacija su umnogome izmenili sliku sveta i uopšte funkcionisanje određenih sistema i obavljanje brojnih delatnosti. Tradicionalna diplomatija je takođe u tom talasu promena naišla na potrebu prilagođavanja i usvajanja novih načina funkcionisanja. Danas smo svedoci da digitalna diplomatija predstavlja realnost savremenih diplomata i političara. Bitno je da naglasimo da ona nije zamena klasične diplomatije, već predstavlja dopunu procedurama tradicionalne diplomatije. Nove tehnologije nose sa sobom brojne promene koje se dešavaju velikom brzinom. Zahvaljujući tome, globalizacija je prožeta uplivom medija, koji donosi mogućnost dostupnosti najrazličitijih kulturnih vrednosti u bilo kom delu sveta. Sadržaj medija se promenio u odnosu na prošlost, danas se susrećemo sa sve više zabavnih programa, a manje obrazovnih. Ovo može samo da nam svedoči o tome da osnovni sadržaj medija jeste vest, ali se to sve više svodi na zabavu. Glavna funkcija savremenih elektronskih medija i informaciono-komunikacionih tehnologija, je redukcija prostorno-vremenske dimenzije našeg postojanja. Mediji omogućavaju reproduktovanje informacija u odsustvu realnosti te informacije. Integracija medija na globalnom nivou neće biti strana, jer time se postiže da na jednom mestu budu dostupne sve informacije i podaci potrebni ljudima. Digitalna diplomatija predstavlja realnost i potrebu koja u Srbiji nije još uvek u potpunosti shvaćena. Ono što je vrlo značajno jeste da takav način obavljanja diplomatskih aktivnosti je dosta jeftiniji, a da pritom stvara uticaj koji je veoma širok. Srbija zajedno sa drugim zemljama u regionu zaostaje u primeni digitalne diplomatije. Ono što Srbija ima jesu školovani inženjeri i aktivni korisnici mreža, međutim da bi postala zemlja koja ima ozbiljnu digitalnu diplomatsku strategiju potrebno je da postoji svest o potrebi digitalne diplomatije, kao i plan kako da se ona adekvatno razvije i upotrebi. Krajnji rezultat pravilne primene alata digitalne diplomatije je stvaranje meke moći u oblastima sporta, kulture, gastronomije, turizma, umetnosti, a sve to uz minimalna materijalna ulaganja se prenosi hiljadama i milionima umreženih stanovnika u svetu. Na taj način oni mogu čuti o kvalitetima i vrednostima koje Srbija poseduje, ali i postati potencijalni politički i ekonomski partneri.

LITERATURA

- [1] Abercombie, N., Warde, A., Contemporary British Society, Longman Group, London, 2003.
- [2] Beridž, Dž., Diplomacija teorija i praksa, Akademija za diplomatiju i bezbednost, Beograd, 2008.
- [3] Đelic, T. A., Neskovic, S., Ketin, S., Lutovac, M., Economic and Environmental Context of Organic Agriculture and Farms in Serbia - Case Study, Fresenius Environmental Bulletin - FEB, Volume 28 - No. 1 / 2019.
- [4] Herman, E., Mekčesni, R., Globalni mediji, CLIO, Beograd, 2004, str 8.
- [5] Milovanović, M., Digitalna diplomatija – razvoj, pojam, izazovi i mogućnosti, Forum mladih Evropskog pokreta u Srbiji, Beograd, 2017.
- [6] Mitrović, V., Globalno umrežavanje i digitalna diplomatija, Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2018.
- [7] Naj, Dž., Budućnost moći, Arhipelag, Beograd, 2012, str. 60.
- [8] Nešković, S., Sredstva međunarodne politike sa posebnim osvrtom na ekonomske resurse, Međunarodna politika, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 2013.

- [9] Nešković, S., Biznis diplomatija i pravna regulativa u kontekstu evropskih integracija Republike Srbije, Zbornik radova br. 15. "Srbija na putu ka Evropskoj Uniji", Beograd: Centar za strateška istraživanja nacionalne bezbednosti - CESNA B Beograd, 2015.
- [10] Nešković, S., Ekonomska diplomatija i zakonodavstva država Jugoistočne Evrope u kontekstu evropskih integracija, Zbornik radova br. 10, Međunarodna konferencija "Pravni i ekonomski aspekti koncepta integracije zemalja Jugoistočne Evrope u EU sa posebnim osvrtom na Bosnu i Hercegovinu", Travnik: Internacionalni Univerzitet Travnik, Travnik, Bosna i Hercegovina, 2014.
- [11] Nešković, S., Foreign Policy Orientation and Security of the Western Balkans, New Challenges to the Balkan Security, Vol. 2, Thematic Collective Book, Veliko Turnovo, St. Cyril and St. Methodius University, 2015.
- [12] Nešković, S., Lobiranje i delovanje interesnih grupa u Evropskoj Uniji sa posebnim osvrtom na Srbiju - studija slučaja, Zbornik radova br. 18. "Obrazovanje i društveni razvoj Srbije sa akcentom na Bor i Istočnu Srbiju", Beograd: Centar za strateška istraživanja nacionalne bezbednosti - CESNA B, Beograd, 2016.
- [13] Nešković, S., Međunarodna ekonomska špijunaža i ekonomska diplomatija kao naučne discipline i društvene delatnosti - metodološki pristup, Zbornik radova br.1. "Obrazovanje, pravo i bezbednost u kontekstu razvoja društva - Constantin Magnus Naissus 2016", Niš: Fakultet za pravo, bezbednost i menadžment "Konstantin Veliki" Niš, Univerziteta "Union - Nikola Tesla" u Beogradu i Centar za strateška istraživanja nacionalne bezbednosti - CESNA B Beograd, 2016.
- [14] Nešković, S., Ketin, S., Šećerov, P., Delić, T., A., International Politics and Ecology: Special Focus to the Protection of Air, Frensenius Environmental Bulletin - FEB, Vol. 27. No 11 / 2018.
- [15] Nešković, S., Poslovna diplomatija u novim trendovima saobraćaja, ekologije i logistike, Zbornik radova, 19. Međunarodna konferencija "Inovativnost i istraživanje u funkciji tehničko - tehnoloških promjena u saobraćaju, ekologiji i logistici", Travnik: Internacionalni Univerzitet Travnik, BiH i Univerzitet za audiovizuelne umetnosti ESRA Severna Makedonija, Prirodno - matematički fakultet Univerziteta u Novom Sadu, Republika Srbija, 2019.
- [16] Nešković, S., Antonović, R., Šoškić, L., Poslovna diplomatija i konzularno pravo u savremenom evropskom i međunarodnom okruženju, Evropsko zakonodavstvo br. 67/19, Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu, 2019.
- [17] Nešković, S., Dihotomy of Economic Diplomacy and Spiegeling from angle of Social Development, Istaknuti tematski zbornik radova vodećeg nacionalnog značaja, Edicija Bezbednost u postmodernom ambijentu knjiga 27., Proceedings, Međunarodna konferencija "Društveno - ekonomski razvoj i bezbednost zajednice sa akcentom na Grad Valjevo i Kolubarski okrug" 18 - 20. april 2019, Beograd: Centar za strateška istraživanja nacionalne bezbednosti - CESNA B, Beograd i Internacionalni Univerzitet Travnik, BiH, 2019.
- [18] Nešković, S., Business Diplomacy and Human Capital in the Function of Entrepreneurship and Branding in Public Management, Istaknuti tematski zbornik radova vodećeg nacionalnog značaja, Proceedings, Međunarodna konferencija "Transgranična saradnja, preduzetništvo i bezbednost sa osvrtom na Zlatar i Novu Varoš" 27 - 29. septembar 2019, Beograd: Centar za strateška istraživanja nacionalne bezbednosti - CESNA B Beograd i Internacionalni Univerzitet Travnik u Travniku, BiH, 2019.