

<https://doi.org/10.5559/di.28.2.09>

## **Željko Ivanković** **BESPLATNO**

Jesenski i Turk, 2018., 319 str.

Nema mnogo knjiga domaćih autora – ni ekonomskih, ni socioloških – koje se bave temom digitalnoga gospodarstva ili pak digitalnoga društva. Doduše, dio sociologa i ekonomista, pogotovo studenti društvenih znanosti, pamte i danas često rabljenu knjigu M. Castellsa o "umreženome društvu" (*Uspion umreženog društva*, 2000.), izdanu u nas na početku 21. stoljeća. I za profesionalnu i za širu javnost ta je knjiga dugo bila jedini pouzdaniji izvor o utjecaju "revolucije informatičke tehnologije" (Castells-ov izraz) na moderno društvo i pojavu "informatičkoga načina razvoja". Desetljeće i po kasnije svjedočimo i rađanju digitalne sociologije, kao posebne discipline koja proučava profesionalnu digitalnu praksu, upotrebu digitalne tehnologije, postavlja temeljne analize digitalnih podataka, kao i temeljne "kritičke digitalne sociologije" (D. Lupton, *Digital sociology*, 2015.).

No Ž. Ivanković, po obrazovanju filozof politike, prvi je valjda među hrvatskim autorima koji si je dao u zadaću da prikaže temeljne dvojbe koje sa sobom nosi "digitalno doba" iz perspektive "političke ekonomije digitalnog doba". Recimo odmah, autor je u tome uvelike uspio, ali nam je ostavio i niz nedovršenih tema – što zbog vlastite (ne)moći da se predmet proučavanja ograniči, što zbog procesualnosti samih pojava koje je pokušao opisati i objasniti. Sadržajno gledano, knjiga ima opsežan uvod te tri velike cjeline. U prvom odjeljku pod

naslovom "Tržište i tvrtka" raspravlja se o ovim temama: platforme, besplatno, inovacije. U drugome dijelu knjige pod naslovom "Ekonomija" raspravlja se o novcu, radu i produktivnosti u digitalno doba. U trećemu dijelu knjige (naslov: "Svijet") prvo se izvodi rekapitulacija prethodnih rasprava, da bi se potom na dnevni red stavile etika, znanje i digitalna politika. *Besplatno* u naslovu knjige nije to tek puka marketinška dosjetka, rođena poradi veće utrživosti knjige. Kategorija "besplatnoga" sadržana je i u formalnoj strukturi knjige (kao jedno od poglavlja), ali i kao važna stavka u "argumentacijskom totalitetu" knjige, gdje ima status jednog od ključnih distinktivnih obilježja digitalnoga u odnosu na industrijsko doba.

Uvodni dio i prvi dio knjige ("Tržište i tvrtka") njezini su nosivi stupovi. U njima se razrađuje temeljna hipoteza knjige, koja onda u nastavku strukturira (u širokom luku) ključne teme i drugih cjelina, odnosno poglavlja u knjizi. Ta ključna hipoteza kaže "... da digitalni svijet predstavlja kraj ideologije tržišta, dakle slike koja svijet predstavlja kao uredno mjesto, a zanemaruje aberacije" (13). Te se aberacije pokušavaju zatim razumjeti iz perspektive političke ekonomije, koju autor definira kao "... disciplinu koja istražuje odnos političke i ekonomske sfere, odnosno raspodjelu vrijednosti, resursa" (304).

Teza o kraju ideologije tržišta kakvu poznaje industrijsko doba ne znači da tržište ne postoji u digitalno doba. No ono se stubokom promijenilo – pokazuje kasnije autorovo izlaganje. Za opis industrijskoga doba ključna je kategorija, po autorovu mišljenju, tržište! Od A. Smitha, preko M. Friedmana do ekonomike blagostanja (ovdje prikazane preko modela tržišta u K. Arrowa i G. Debreua), u 20. stoljeću tržište zauzima ključno mjesto u ekonomskoj teoriji. Ekonomika blagostanja analizira tržište matematičkim modelima: tržište se promatra prije svega kao konglomerat cijena, kao brojčani, kvantitativni izraz vrijednosti, pri čemu se na usporedbu cijena i konkurenciju gleda kao na glavne

pokretače zbivanja u ekonomiji: "Industrijsko doba, dakle, ima svoje shvaćanje odnosa čovjeka i okoliša, prirode, iz čega proistječe način (proizvodnje) života, zatim teoriju koja ga objašnjava, svoj vrijednosni sustav, ideologiju te, napokon, i politički sustav koji je liberalna parlamentarna (predstavnička) demokracija. To su glavne sastavnice industrijskog doba, i na tim je točkama primjereno provjeravati razlike, ako ih ima, u digitalnom dobu" (18).

Ivanković zapravo tvrdi da je u digitalno doba na kušnji tržišno natjecanje, načela prema kojima je ono organizirano, njegova alokativna efikasnost te ishodi koji iz njega proistječu. Prva cjelina knjige posvećena je dokazivanju baš te ideje, što se vidi i kod zaključaka proizašlih iz analize tzv. crnoga tržišta (primjer Silk Road), ali i onih koji proizlaze iz analize digitalnih platformi (od 15 najvećih internetskih poduzeća / kompanija na svijetu sve se mogu klasificirati kao – internetske platforme!), te pojave raznih oblika besplatne razmjene. Odlučujuće za njihov tržišni rast bilo je nekoliko stvari: fokus na iskorištavanje zanemarenih resursa običnih ljudi, primjerena orijentacija na masovno tržište niskih cijena te mobilne komunikacije koje su takvu poslovnu orijentaciju učinile efikasnom. "Pametnim mobitelima i običnim ljudima, dvama važnim momentima u usponu platformi, masovnost je zajednička karakteristika" (64). No jesu li to poduzeća ili tržišta?

Odgovor na to središnje pitanje ne može nas posve zadovoljiti; Ivanković kaže (prihvaćujući stav A. Sundararajana) da su platforme tvrtke ili tržište, ovisno o kutu gledanja – iz kuta njihovih poslovnih ciljeva ili iz kuta njihovih partnera i kupaca. Ispada da je ipak riječ o hibridnim formacijama. Dakle, internetske platforme i dalje su ekonomska, i ne samo ekonomska,

zagonetka. No ambijent u kojem se one javljaju proizvodi i zagonetku "besplatnoga", prije svega besplatne razmjene, čime se dodatno narušavaju važna obilježja klasičnoga tržišta iz industrijskoga doba. Ivanković upozorava da velik rast besplatne razmjene, one koja nije posredovana cijenom, snažno transformira ekonomiju! Ta je pojava povezana i s naravi informacija kao javnoga dobra: ne troše se upotrebom, skupo ih je vlasnički zaštititi, a informacijski proizvodi imaju visoku varijabilnost. Upravo su kooperativna proizvodnja (*peer-production*) i kooperativna razmjena (*peer-to-peer*) primjeri besplatnoga; oni su pod nekim uvjetima čak efikasniji od organizacije proizvodnje i razmjene iz industrijskoga doba.

Koliko velika mrežna poduzeća narušavaju (pretpostavljeno: natjecateljske i poštene) odnose na tržištu, zorno pokazuje poglavlje o inovacijama. Ivanković je od bezbroj teorija inovacija ovdje prikazao samo dvije: teoriju disruptivnih inovacija Claytona Christensena i teoriju inovacija Williama Baumola. Dok je prva među sudionike digitalnoga gospodarstva uvela danas već uobičajen pojam "disruptivne inovacije", druga je – što je autoru mnogo važnije – upozorila na to da se tržište u digitalno doba mijenja u smjeru ubrzanoga rasta na temelju oligopola. Ovdje je važno Baumolovo pitanje (u radu "The Free – Market Innovation Machine: Analysing the Growth Miracle of Capitalism", 2002.): što zapravo potiče promjenu, a što je posljedica početne promjene? Može li cijelu ekonomiju ili industriju revolucionirati samo jedan proizvod (npr. iPhone) ili jedan kompleksan izum (internet)? Rabeći Christensena: je li disruptivna opća pojava; mijenjaju li se svi sektori usporedno, od transporta do zdravstva, pokretani nekom pozadinskom silom ili neki inovativni proizvodi, kao što je pametni telefon, povremeno daju posebno ubrzanje svojem sektoru i drugim sektorima?

Baumol najvažniju početnu ideju preuzima od Schumpetera: natjecanje među poduzetnicima odvija se novim proizvodima i tehnologijama, a ne samo cijenama.

Ovdje je najvažnije pitanje što se događa kada inovacija izlazi na tržište. Prema modelu, procesna inovacija dovodi do povećanja proizvodnje, smanjenja cijena, predstavlja dobitak za kupca i povećanje ukupnoga bogatstva u ekonomiji i društvu. No kod inovativnoga proizvoda ukupna se proizvodnja povećava, ali cijene i ukupno bogatstvo mogu ići u oba smjera – prema povećanju ili prema smanjenju! Pojavljuje se i osobita ekonomska struktura – tvrtke su prisiljene da budu velike, da u istraživanje i razvoj ulažu preko optimuma. Baumol zapravo kaže da tek pod uvjetima oligopolnoga natjecanja u inovacijama i nužnoga visokog ulaganja u istraživanje i razvoj, tržište (i) danas kao oligopolna struktura osigurava čudo kapitalističkoga ekonomskog rasta.

Na koji pak način "digitalna disrupcija" utječe na ostale ključne ekonomske kategorije pokazuju nam poglavlja o novcu, radu i produktivnosti u drugom dijelu knjige. Završni je dio ovoga poglavlja posvećen novom obliku novca – kriptovalutama. Po njegovu mišljenju, entuzijasti digitalnih valuta (uz bitcoin ovdje je razmatrana i mreža ethereum) moraju se suočiti s društvenom prirodom novčane prakse. "Razvitak bitcoina ukazuje da i u slučaju digitalnog novca njegov novčani karakter ovisi o karakteru društva, pa čak i ideologije kojima se mreža novca formira. Država određene entitete nameće kao novac i za njih odgovara. U slučaju digitalnog novca nema državne prisile, ali on nije roba. Može biti novac ako se njime zajednica koristi kao novcem" (Ivanković, 170).

Kad je riječ o radu kao "središnjem ekonomskom pojmu industrijskog doba", digitalno doba isporučuje javnosti dva važna pitanja: hoće li i koliko tehnologija uzeti radnih mjesta te zašto, unatoč techno-

loškim promjenama, i dalje radimo tako intenzivno. Ivanković zaključuje da je rad prestao biti jedinstvena kategorija: rad inovatora u startup tvrtki i rad radnika u najmljenoga putem platforme ne ulaze u istu kategoriju, a tržišta na kojima se pojavljuju posve su drukčijega karaktera. Osim toga, ta su dva "tipa" rada i socijalno raslojena, što uključuje u raspravu i pitanje prekarnoga rada, tj. prekarijata kao pojave i kao posebnoga tipa radnika.

Poglavlje o produktivnosti prikazuje zapravo temeljne nalaze knjige R. Gordona "The Rise and Fall of American Growth" (2016.). Gordon u knjizi donosi tezu da je razdoblje visokoga rasta produktivnosti prošlo s učincima druge industrijske revolucije, da je zlatno doba rasta produktivnosti bilo od 1920. do 1970. godine, a da se rast produktivnosti u informacijsko doba uglavnom usporava. Drugi su autori osporili Gordonovu argumentaciju; po njima, u informacijsko su doba inovacije brojnije nego u doba elektrifikacije, jer ona to više omogućuje; istodobno, postavilo se opet i pitanje prati li doista ekonomska statistika (zbog obilja besplatnih i novih proizvoda) stvarne učinke novih tehnoloških proizvoda. Zaključno, mogućnost da tehnološke promjene idu manje efikasnim putem nije isključena, ali ni lako dokaziva.

Treći dio knjige upućuje nas na horizont "svijeta", odnosno na šire društvene implikacije ključnih tendencija digitalnoga doba. Od tri poglavlja u ovoj cjelini (Etika, Znanje, Digitalna politika) pod najvećim utjecajem informatičkih tehnologija (opsegom gledano) jesu politika i demokracija. Poglavlje o digitalnoj politici počinje s podsjećanjem na eksperiment Facebooka iz 2012. godine, kojim je pokazano da takva platforma svojim tehnološkim mogućnostima može značajno utjecati na politička opredjeljenja i postupke korisnika te mreže. Kasnija događanja (nedavni izbori za predsjednika SAD-a) samo su potvrdila zloupotrebe takvih mogućnosti utjecanja na dio biračkoga tijela. Kod transformacije medijskoga sudioništva i prostora dvije se stvari ističu: curenje podataka i politički utjecaj lažnih informacija. Tehnološke su

kompanije postale i moćne političke organizacije, ali i nezaobilazne u rješavanju sigurnosnih pitanja. A ta su pitanja na ovaj ili onaj način povezana s pravom pojedinca na zaštitu privatnosti: "To je ono centralno političko pitanje s kojim su povezana sva druga politička pitanja. Karakter demokracije ovisi o načinu rješavanja pitanja privatnosti" (303).

Premda autor na kraju knjige kaže da misli kako je polazna hipoteza knjige potvrđena, jasno je da se i taj stav može osporiti. Prije svega, ako je politička ekonomija temeljno polazište za analizu digitalnoga doba, a ona se tradicionalno bavila političkim i ekonomskim odnosom rada i kapitala (usp. str. 304), zašto se i ovdje ne bavi baš tim odnosom (umjesto transformacijom tržišta)? Može li ga ona uopće i zahvatiti, ako se kapital danas pojavljuje kao jedini djelatni subjekt, a rad prelazi u "tekuće stanje", postajući tek jednom od neuhvatljivih dimenzija "tekuće modernosti" (Bauman)? Gdje je rješenje?

Drugo, čini nam se da temeljna hipoteza knjige bolje funkcionira kao vodič za strukturiranje tema knjige nego kao teza dokaziva izvan analize svijeta digitalnih poduzeća. Ona uspijeva pokazati kako digitalna poduzeća-platfome uništavaju klasičnu sliku o industrijskom tržištu, ali nije dovoljno snažna da bi ustvrdila je li to zakonita tendencija u novom, digitalnom vremenu. Možda je i razvoj oligopola samo trenutačno stanje, dok konkurencija ne donese znatno veći broj digitalnih platformi u sferu natjecanja? S druge strane, čime je zamijenjena ideologija tržišta u digitalno doba: prešutnim priznanjem da digitalni oligopoli nose sadašnji razvoj kapitalizma, ideologijom entrepreneurijalizma ili nečim trećim? I autor kaže: "Pitanje je, međutim, što može nadomjestiti ideologi-

ju (tržišta) koja svijet prikazuje kao uređen sustav. Na to pitanje, naravno, nismo ponudili odgovor" (304). Nama je sociološki zanimljiva jedna druga stvar: da digitalne tehnologije omogućuju uvlačenje ljudi jednostavno kao ljudi (bez posredovanja obrazovanja, specijalizacije itd.) i njihovih načina života u kapitalistički način proizvodnje vrijednosti (pojava tzv. influencera, iznajmljivanja vlastitih stanova u turističke svrhe itd.). S druge strane, bez usvajanja novih digitalnih vještina pojedinci ne mogu građanski djelovati u novim oblicima političke participacije preko društvenih mreža.

U svakom slučaju, Ivankovićeva knjiga, svjesno rađena kao kombinacija "udžbenika i priručnika" (također bogata primjerima, raspravama i pitanjima), nezaobilazna je literarna stavka za svakoga ozbiljnijeg istraživača svijeta koji se gotovo tektonski mijenja pod utjecajem informatičko-komunikacijskih tehnologija. Strpljivom čitatelju omogućuje suočavanje s temeljnim pitanjima i izazovima koje svijet digitalnih tehnologija "isporučuje" ne samo pojedincima i politici nego i poduzećima, državama, pa i "međunarodnoj zajednici" – sada, ali i u dužoj vremenskoj perspektivi. Kao takva, dobrodošla je ne samo ekonomistima i sociolozima nego i svima onima koje zanima kako "normalno živjeti" u digitalnom vremenu.

Drago Čengić

---

<https://doi.org/10.5559/di.28.2.10>

**Stjepan Matković i  
Božidar Petrač (Ur.)  
ANTE STARČEVIĆ**

---

Društvo hrvatskih književnika, Zagreb, 2017.,  
522 str.

Zbornik radova *Ante Starčević* koji predstavljamo javnosti proizišao je iz istoimenoga znanstvenog skupa posvećenog pravaškom ideologu Anti Starčeviću u povodu