

SADRŽAJ

<i>Predgovor</i>	7
1. Uvod	11
2. Društvena konstrukcija interneta	16
2.1. Društvena konstrukcija tehnologije	17
2.2. Korisnici kao tvorci interneta	24
3. Transformacija društvenosti	29
3.1. Transformacija vremena i prostora – od fizičkog ka virtuelnom ...	32
3.1.1. Društvene studije transformacije vremena i prostora	34
3.1.2. Mobilnost	40
3.2. Transformacija zajednice – od zajednice ka personalnim mrežama ..	44
3.2.1. Dihotomija zajednica vs. društvo	45
3.2.2. Ka mrežnom poimanju zajednice	51
3.3. Transformacija društvenih veza – od datih ka izabranim vezama ...	59
3.3.1. Iskorenjivanje i reukorenjivanje	60
3.3.2. Umreženi individualizam	63
3.3.3. Personalne mreže	66
3.3.4. Transformacija odnosa iz datih u izabrane	68
4. Istraživanje komunikacione upotrebe interneta	76
4.1. Internet-pesimizam	76
4.2. Ka uravnoteženoj slici interneta – uspostavljanje okvira analize ...	82
4.3. Transmisiona i prokreativna funkcija interneta	86
4.4. Ka razumevanju funkcije interpersonalnih medija	90
4.5. Upotreba interneta u Srbiji	94
4.5.1. Empirijska studija srpskih korisnika interneta	96
4.5.1.1. Sociodemografske karakteristike ispitanika	101
5. Internet i personalne mreže	103
5.1. Mrežni obrasci društvenosti u Srbiji	104
5.1.1. Faza modernizacije	105
5.1.2. Faza retradicionalizacije	108

5.1.3. Faza konsolidacije	110
5.2. Personalne mreže korisnika interneta u Srbiji	112
5.2.1. Internet u funkciji održavanja odnosa u personalnim mrežama	118
5.2.1.1. Upotreba e-maila kao interpersonalnog medija	119
5.2.1.2. Upotreba e-maila u Srbiji	120
5.2.1.3. Upotreba instant-mesindžera kao interpersonalnog medija	127
5.2.1.4. Upotreba instant-mesindžera u Srbiji	130
5.2.2. Mesto interneta kao interpersonalnog medija u Srbiji	135
6. Društveni odnosi na internetu	139
6.1. Internet kao novi društveni prostor	140
6.1.1. Definisane <i>sajberprostora</i>	141
6.1.2. Forumi	143
6.1.3. Pričaonice	147
6.1.4. Virtuelni svetovi	152
6.1.5. Blogovi	157
6.1.6. Online platforme za društveno umrežavanje	163
6.2. Uspostavljanje interpersonalnih odnosa na internetu	169
6.3. Virtuelne zajednice	176
6.4. Prokreativnost srpskih korisnika interneta	183
6.4.1. Skala prokreativnosti	184
6.4.2. Uspostavljanje novih interpersonalnih odnosa	189
6.4.3. Upotreba online platformi za društveno umrežavanje u Srbiji	197
7. Internet i društveni kapital	207
7.1. Klasična shvatanja društvenog kapitala	208
7.2. Mrežna shvatanja društvenog kapitala	210
7.2.1. Nan Lin	210
7.2.2. Ronald Bert	214
7.3. Specifični tipovi društvenog kapitala	216
7.3.1. Premošćujući i vezujući društveni kapital	216
7.3.2. Tehnološko-mrežni kapital	217
7.4. Da li je internet u funkciji društvenog kapitala?	220
7.4.1. Internet sužava društveni kapital	221
7.4.2. Internet ne utiče na društveni kapital	226
7.4.3. Internet je u funkciji društvenog kapitala	229
7.4.4. Može li društveni kapital biti virtuelan	235
7.5. Društveni kapital srpskih korisnika interneta	236
7.5.1. Offline i online mreže društvene podrške	236
7.5.2. Virtuelni društveni kapital srpskih korisnika interneta	240
8. Zaključna razmatranja	244
Literatura	251
Spisak tabela	271
Spisak grafikona	271
Summary	273
Imenski registar	275
Beleška o autoru	279