

ULOGA DIGITALNOG PROSTORA I SAVREMENE TEHNOLOGIJE U PROMOCIJI KULTURNOG IDENTITETA GRADA U KRIZNIM SITUACIJAMA¹

Milena Toković², Milica Resanović³, Ivan Nišlić⁴

Apstrakt: Digitalni prostori su sve značajniji u procesu promovisanja kulturnog identiteta gradova. Ljudi, kako navodi Čejko (2019), koristeći digitalne tehnologije konstruišu i okruženje koje predstavlja sociomentalni prostor, zbog uspostavljanja veza koje se održavaju više mentalno nego fizički. Tako se „danas krećemo u dva ravnopravna životna prostora koja postoje paralelno, u svom oflajn i onlajn okruženju“ (Kacer, 2019). Pandemija kovid 19 (re)aktivirala je debate o utopijskoj i distopijskoj perspektivi korišćenja digitalnih prostora kulturne potrošnje. Ova krizna situacija ukazala je na značaj savremene tehnologije u promociji kulturnog identiteta grada. Cilj ovog rada je da prikaže na koji način su institucije kulture iskoristile prednosti savremene tehnologije u promociji kulturnog identiteta grada, ali i da ukaže na sva ograničenja digitalnog prostora u recepciji kulturnih sadržaja. U radu će biti korišćeni podaci istraživanja *Kraj sezone pre kraja sezone? Strategije u kulturi u kriznim situacijama* Filozofskog fakulteta u Beogradu.

Ključne reči: digitalni prostor, kulturni identitet grada, digitalna kultura, krizna situacija

THE ROLE OF THE DIGITAL SPACE AND MODERN TECHNOLOGY IN PROMOTING THE CULTURAL IDENTITY OF A CITY IN CRISIS SITUATIONS

Abstract: Digital spaces are becoming increasingly significant in the process of promoting the cultural identity of cities. According to Chayko, people, by using digital technologies, construct an environment that represents a socio-mental space, as the connections maintained within it are more mental than physical. Therefore, “today we are navigating between two equal living spaces that exist in parallel, in our offline and online environments” (Katzer, 2019). The COVID-19 pandemic has (re)activated debates on the utopian and dystopian perspectives of using digital spaces for cultural consumption. This crisis has highlighted the importance of modern technology in promoting the cultural identity of a city. The aim of this paper is to illustrate how cultural institutions have utilized the advantages of modern technology in promoting the cultural identity of a city, while also pointing out the

¹ Rad je podržan sredstvima Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja (ugovori broj: 451-03-47/2023-01/200091, 451-03-47/2023-01/200163).

² Geografski fakultet, Univerzitet u Beogradu, Studentski trg 3/3, milena.tokovic@gef.bg.ac.rs

³ Institut za filozofiju i društvenu teoriju, Kraljice Natalije 45, milica.resanovic@ifdt.bg.ac.rs

⁴ Geografski fakultet, Univerzitet u Beogradu, Studentski trg 3/3, ivan.nislic@gmail.com

Uloga digitalnog prostora i savremene tehnologije u promociji kulturnog identiteta grada u kriznim situacijama

limitations of the digital space in the reception of cultural content. The paper will rely on data from the research *The End of the Season Before the End of the Season? Strategies in Culture in Crisis Situations* conducted by the Institute of Sociological Research, Faculty of Philosophy in Belgrade.

Keywords: digital space, cultural identity of the city, digital culture, crisis

UVOD

Digitalna kultura učinila je da se „danas krećemo u dva ravnopravna životna prostora koja postoje paralelno, u svom oflajn i onlajn okruženju“ (Kacer, 2019). Međutim, postavlja se pitanje koliko su ovi prostori zapravo ravnopravni? Tranzicija publike izazvana pandemijom covid 19 iz pozorišnih i bioskopskih sala, muzeja i galerija u digitalni prostor kulturne potrošnje reaktualizovala je brojna, često i suprotstavljena gledišta o društvenim posledicama korišćenja digitalnog prostora koja ćemo razmotriti u radu.

Cilj ovog rada je da utvrdi prednosti i ograničenja korišćenja digitalnog prostora u sferi kulture tokom pandemije covid 19. Prvi deo rada biće posvećen konceptu digitalne kulture i digitalnog prostora i utopijskoj i distopijskoj perspektivi korišćenja interneta. Drugi deo rada biće posvećen kvalitativnoj analizi intervjuva koji su obavljani u sklopu istraživanja Instituta za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu, „Kraj sezone pre kraja sezone? Strategije kulture u kriznim situacijama“ u periodu septembar – decembar 2022. godine. U zaključnom delu ćemo na osnovu kvalitativne analize i dobijenih kategorija razmotriti prednosti i ograničenja korišćenja digitalnog prostora u kulturnoj sferi u kontekstu predstavljenih teorijskih stanovišta.

DIGITALNI PROSTOR I SFERA KULTURE

U premodernim društvima nad prostornom dimenzijom dominira prisutnost, dok moderno doba karakteriše razdvajanje vremena i prostora. Konvergencijom vremena i prostora bavili su se brojni društveni geografi, sociolozi i drugi teoretičari (Mamford, 2009; Sorokin & Merton, 1937; Gidens, 1998; Rodrigue, 1999; Bauman, 2000; Castells, 2000; Harvey, 2001).⁵ Donald Žanel, socijalni geograf, pominjući nova tehnološka dostignuća slikovito je opisao koliko je 1776. godine bilo potrebno kočijom da se stigne od Londona do Edinburga, a koliko je sada potrebno avionom (Janelle, 1968). Gidens pak pominje kao izum mehanički sat koji je ključan za odvajanje vremena od prostora. Pre masovne upotrebe časovnika, vreme i prostor su bili čvrsto povezani i pod uticajem lokalnog konteksta života i rada, da bi danas lokalni kontekst bio pod globalnim uticajem (Gidens, 1998:27-30). Kasnija tehnološka dostignuća i razvoj digitalne kulture dodatno su doprineli kompresiji vremena i prostora, podstičući razvoj indirektnih društvenih odnosa (Petrović, 2013).

Digitalna kultura⁶ je koncept koji se razvio osamdesetih godina 20. veka (Todorović, 2014:134). Pored toga što se odnosi na tehnološki napredak, digitalna kultura podrazumeva i način mišljenja i delovanja utelovljen u toj tehnologiji kao i sisteme iznačavanja i komunikacije (Gir, 2008:18, 19). Digitalni prostor uvek se sagledavao i iz utopijske i distopijske perspektive. Utopijska perspektiva posmatra digitalni prostor kao prostor koji povezuje, smanjuje usamljenost, stvara nove veze, osnažuje identitet, povećava

⁵ Korišćeni su različiti izrazi za ovaj fenomen (kompresija vremena i prostora, kolaps vreme–prostor, konvergencija vremena i prostora, prostor tokova i bezvremeno vreme), a pojedini teoretičari upozoravali su na dvosmernost procesa i proces divergencije vremena i prostora.

⁶ U literaturi nalazimo i nazive sajber kultura, internet kultura, kultura mreža.

participaciju, oslobađa komunikaciju i sl (Petrović, 2013). Distopijska perspektiva posmatra digitalni prostor kao pretnju, prostor koji otuđuje, iako se paradoksalno zasniva na umrežavanju, prostor koji degradira međuljudske odnose, ugrožava lične slobode i narušava identitet pojedinca, povećava usamljenost, stvara pseudo odnose, smanjuje participaciju, osiromašuje komunikaciju (Stojnić, 2010:295; Todorović, 2017:28, Petrović, 2013).

Prema teoriji socijalnog konteksta i teoriji znakova društvenog konteksta komunikaciji (tekstualnoj) u digitalnom prostoru nedostaje neverbalna komunikacija, tzv. „znaci društvenog konteksta“ (Walther, 2011) poput signala izraženih telom, glasom, pokretom koji ukazuju na poželjno i normativno ponašanje u datoj situaciji. Odsustvo navedenog dovodi do niskog osećaja socijalnog prisustva, redukovanog osećaja sopstvene odgovornosti i samopercepcije, nesposobnosti da se pojedinac prilagodi ulozi i normama koje situacija zahteva (Opsenica Kostić, 2022:47,48).

Kastels je još davno upozorio na značaj mreža koje imaju primat u odnosu na prostorno vezane zajednice i ulogu digitalnog prostora kao dominantnu formu društvenosti (Castells, 2001). Dragičević Šešić i Nikolić podsećaju na njegovu tezu da se „najbrži tehnološki razvoj dešava tamo gde je to finansijski isplativo (zabava, video sadržaji, onlajn kockanje), a teži i sporiji u neprofitnim oblastima obrazovanja, zdravstva i kulture“ (Castells, 2010: 398, Dragičević Šešić, Nikolić, 2021:18). Kontekst koji je značajno doprineo da se kulturna sfera i digitalni prostor približe jeste pandemija kovid 19.

Digitalni prostor postao je jedini prostor u kome su se za vreme vanrednog stanja tokom pandemije kovid 19 mogle da zadovolje kulturne potrebe. Time model kompenzatorne uloge interneta dobija novu dimenziju. Naime, o kompenzatornoj ulozi digitalnog prostora govorilo se u kontekstu teorije socijalne kompenzacije (Jochen, Valkenburg & Schouten, 2005) prema kojoj je digitalni prostor privlačan introventnim osobama koje se ovim vidom komunikacije ostvaruju na socijalnom planu (Bodroža et al, 2008:20, Opsenica Kostić, 2022:153), samim tim što imaju bolju kontrolu nad situacijom, dalje zbog anonimnosti i mogućnosti kreiranja sopstvenog identiteta (Chak & Leung, 2004) Tokom krizne situacije poput pandemije kovid 19, digitalni prostor pruža korisnicima jednu drugu vrstu kompenzacije, a to je kompenzacija zadovoljenja kulturnih potreba koje nije bilo realno ostvariti u fizičkom okruženju. Za vreme vanrednog stanja kulturne ustanove i festivali su prilagodili kulturnu ponudu i svoje umetničke programe prikazivali isključivo u digitalnom prostoru⁷.

Kulturna sfera i poštovaoci kulture „osvojili“ su digitalni prostor mnogo pre 15. marta 2020. Godine 1997. kulturni centar Rex pokrenuo je program digitalnog opismenjavanja „Protiv vetrenjače“ namenjen vizuelnim umetnicima. Digitalni prostor poslednjih decenija sve je značajniji i za umetnički aktivizam, i za sferu savremene vizuelne umetnosti u kojoj ovaj prostor predstavlja i instrument produkcije i instrument diseminacije stvaralaštva (Dragičević Šešić & Nikolić, 2021:17,18). Digitalni prostor osvojen je i sa „one strane ekrana“ u kulturnoj sferi pre pandemije. Čak 82.1% ispitanika, prema podacima Zavoda za proučavanje kulturnog razvitka koristi internet za praćenje sadržaja iz oblasti kulture⁸ (Mrđa & Milankov, 2020). Razlika u odnosu na period pre pandemije kovid 19 jeste upravo navedena kompenzatorna uloga digitalnog prostora zadovoljenja kulturnih potreba koja tokom vanrednog stanja nije imala alternativu u stvarnom, realnom prostoru.

⁷ Detaljnije o prilagođavanju kulturnog programa kulturnih ustanova u digitalnom prostoru tokom pandemije videti u: Backović & Toković 2021:126-129.

⁸ Profil ispitanika koji koristi digitalni prostor u tu svrhu su lica mlađa od 45 godina, ženskog pola i iz urbanih sredina, najčešće iz Beograda. U pogledu obrazovanja i zanimanja, to su najčešće oni s najvišim obrazovanjem, studenti, klasa stručnjaka i menadžera s višim primanjima po članu domaćinstva (Mrđa & Milankov, 2020).

Uloga digitalnog prostora i savremene tehnologije u promociji kulturnog identiteta grada u kriznim situacijama

Manifestacije u realnom prostoru imaju veliku ulogu u profilisanju lokalnog kulturnog identiteta grada i stvaranju gradskog narativa, podstičući dinamičan odnos ljudi, mesta i značenja. Kulturni događaji koji se odigravaju redefinišu prostore u kojima se održavaju, a daju i doprinos širim procesima oblikovanja grada: regionalnoj obnovi i kulturnom turizmu kroz kreativne i ekonomsku aktivnost, stvaranje partnerstva. (Ričards & Palmer, 2013:28, 29, 301). I gradovi sa svojim globalnim, lokalnim i sociokulturnim karakteristikama lokacija daju dodatno značenje festivalima, predstavljaju tzv. „prostornu osu festivala“ (de Valck, 2007; Senčić & Obradović, 2020, Backović & Toković, 2021). Kako navodi Marijke de Valk, „festivalaska čvorišta su pre svega određena njihovim prostornim kvalitetima“ (de Valck, 2007, navedeno prema: Senčić & Obradović, 2020).

Koliki je značaj odigravanja manifestacija u realnom prostoru govori koncept „uzbudljivog grada“. Uzbudljiv grad posmatra kulturne manifestacije kao važan resurs urbanog razvoja grada i ostvarenja njegovih kulturoloških, ekonomskih i društvenih ciljeva. Uloga manifestacija je da kreiraju „spektakl“, „atmosfera“, „duh grada“ kao i da zadovolje potrebu za zajedničkim prisustvom (Ričards & Palmer, 2013:82). Odusutvo manifestacija u oflajn okruženju i njihov prelazak u digitalni prostor odražava se i na dimaniku u grada koji prestavlja značajno mesto „iskustvene ekonomije“ (Pine & Glimore, 1999) odnosno mesto sticanja jedinstvenog iskustva.

ANALIZA REZULTATA

U okviru istraživačkog projekta „Kraj sezone pre kraja sezone? Strategije u kulturi u kriznim situacijama“ u organizaciji Instituta za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu nastojali smo da ispitamo načine rada kulturnih institucija tokom pandemije covid 19. Fokus istraživanja su izazovi koji su imali organizatori u periodu kada kulturni događaji nisu mogli da se održavaju ili su se pak održavali u izmenjenim okolnostima, kao i kreativna rešenja koja su iznalazili u želji da se nastavi kontinuitet trajanja i da se ne izbegne gubitak komunikacije sa publikom. Imajući u vidu aktivaciju digitalnog prostora tokom pandemije u sferi kulture, istraživački projekat imao je između ostalog za cilj da ispita izazove, prednosti i nedostatke organizacije kulturnih događaja posredstvom interneta, ali i da uporedi dva kvalitativno različita iskustva: posetu „onlajn“ događaju i „stvarnom“ kulturnom događaju. U periodu septembar – decembar 2022. godine obavljeno je ukupno 20 intervjua sa kulturnim radnicama i radnicima iz četiri sfere: pozorišta/pozorišni festivali (Narodno pozorište, Jugoslovensko dramsko pozorište, Atelje 212, BITEF, FIST), filmski festivali (FEST, Sedam veličanstvenih, Festival autorskog filma, Francuski institut u Srbiji, Merlinka), muzeji (Narodni muzej, Muzej savremene umetnosti, Muzej afričke umetnosti, Muzej Nikole Tesle, Etnografski muzej), nezavisna produkcija (Festival na sopstveni pogon, Satibara, MikroFaf, Beldocs, Femiks).

Na osnovu kvalitativne analize odgovora ispitanika izdvajamo sledeće prednosti digitalnog prostora: (1) kompresija vremena i prostora, (2) dostupnost i manja ograničenja sadržaja, (3) veća poseta događaju, (4) privlačenje nove publike.

Kompresija vremena i prostora koja je bila istraživačka inspiracija društvenih geografa i sociologa od prvih tehnoloških dostignuća do danas pokazala se kao prednost korišćenja digitalnog prostora tokom korone u kontekstu organizacije kulturnog događaja, kako u pogledu globalne dostupnosti kulturnih sadržaja tako i u pogledu posete festivalima gostiju iz zemlje i iz inostranstva:

Praktične stvari su očigledne, one nam omogućavaju da u trenutku budemo u vezi sa bilo kojim delom sveta, a da se ne pomerimo iz sopstvene kuće ili sopstvene fotelje (Zoran Popović, Sedam veličanstvenih).

Pa prednosti su svakako što svako može to da vidi, gde god bio na ovoj planeti, znači ako se otvori izložba, ako vi napravite film, virutelno vođenje kroz postavku, to može neko u Kini, na Fidžiju da vidi, a ne može baš tako lako da sedne u auto i da dođe sa Fidžija, na primer, u Beograd i da pogleda izložbu... (Mišela Blanuša, Muzej savremene umetnosti)

Dostupnost i manja ograničenja sadržaja koje pruža digitalni prostor je prednost koju su posebno istakli kulturne radnice i radnici koji su bili uključeni u organizaciju filmskih festivala.

Inače kada bismo mi došli do prostora on bi se dešavao dva do tri dana, znači imamo neki limit vremenski, prosto fizički tu može da se pogleda 7 do 9 sati filmova. I u odnosu na to se radi selekcija, znači prosto ne možemo da primimo 500 filmova ako ne možemo da ih prikazemo. Ovde nije bilo tog limita. Tako da smo prikazali jedno 100 komada (Antun Gverović, MikroFAF).

Paradoksalan podatak je taj što u doba izolacije i vanrednog stanja, neki kulturni događaji beleže veću posetu.

Biblioteka Gete instituta i osobe koje rade u biblioteci organizovale su instagram live, razgovore na temu savremene umetnosti i književnosti i meni se čini da okupe više ljudi. Tu je uvek bilo 20/30/40 ljudi, ja sam se nakačio nekoliko puta. To je bilo dosta atraktivno, oni su kupili opremu za to i ovaj to i dan danas opstaje i funkcioniše (Branislav Glumac, Francuski institut u Srbiji).

Veća dostupnost kulturnog sadržaja dovela je i do privlačenja novog profila publike, koji fizički do tada nije prisustvovao kulturnom događaju. Kulturni sadržaj postao je i finansijski pristupačniji, ali i dostupniji, pa je zainteresovao i širu publiku.

Svi smo se te 2020. prebacili na online varijante i evidentno je da smo dobili neku novu publiku, koja je možda i po prvi put saznala za neke od stvari koje radimo (Mladen Savković, BITEF).

Međutim, ključno pitanje postavlja Zoran Popović, nabrajajući prednosti digitalnog prostora u organizaciji festivala „Sedam veličanstvenih“: „Pitanje je samo da li su one adekvatna kompenzacija za sve ovo drugo što gubimo?“ Analiza odgovora ispitanika je pokazala da je uprkos svim prednostima digitalnog prostora, fizički prostor u pogledu prijema kulturnih sadržaja nezamenljiv.

Na osnovu odgovora ispitanika izdvojile su sledeće kategorije koje ukazuju na prednosti omlajnskog iskustva u odnosu na korišćenje digitalnog prostora: (1) atmosfera festivala, (3) autentično iskustvo, (3) neverbalna komunikacija, (4) kolektivno iskustvo, (5) povezanost izvođača i publike.

Važnost atmosfere festivala istakli su Ričards i Palmer u konceptu uzbudljivog grada (Ričards & Palmer, 2013). Upravo ovu dimenziju kulturnih događaja ističu ispitanici iz svih sfera umetnosti:

Takođe ta živa komunikacija podrazumeva da je ambijent, da je nekako okruženje u kojem se nalazite nekako uključeno... Svi zajedno delite u stvari isti ili potencijalno sličan utisak povezan sa atmosferom u ambijentu. Sa tim da osećate, gotovo fizički doživljavate da zajednički učestvujete u nekom događaju (Zoran Popović, Sedam veličanstvenih).

Pored atmosfere, autentično iskustvo je nešto što se ne može iskusiti u virtuelnom prostoru, po mišljenju naših ispitanika: *Mislím, nama, sa naše strane, uživo mnogo, mnogo*

Uloga digitalnog prostora i savremene tehnologije u promociji kulturnog identiteta grada u kriznim situacijama

više odgovara, zato što je sve mnogo merljivije, vidiš nasmejana, uplakana lica. U onlajn varijanti, kao i na društvenim mrežama, ne moraju da budu iskreni u izražavanju svog stanja (Antun Gverović, Mikro FAF).

Neverbalna komunikacija je takođe nešto što fizičko okruženje u odnosu na digitalni prostor omogućava publici. Važnost neverbalne komunikacije istaknuta je u gorepomenutoj teoriji socijalnog konteksta i teoriji znakova društvenog konteksta (Walther, 2011). Ovu dimenziju posebno ističu predstavnici nezavisne produkcije koji u sklopu svog programa imaju i edukativne programe i radionice u kojima je ovaj vid komunikacije neophodan: *A što se tiče bilo kakvih edukativnih programa koji su kreativni i interaktivni i participativni tu isto bitno da ljudi komuniciraju i očima međusobno, i pokretima tela (Marija Rodić, Satibara).*

Kolektivno iskustvo je takođe važna komponenta kada je reč o slanju, ali i prijemu kulturnog sadržaja. Ovaj aspekt navode kulturne radnice i radnici, kako iz uloge stvaralaca, tako i iz sopstvenog iskustva kada su u ulozi publike: *Pre svega to osećanje zajedničkog učestvovanja. Bioskop je pre svega kolektivni doživljaj filma to osećanje kada doživite da publika diše u istom ritmu. Kada gledaju film na koji reaguju tako da podstiču vaše reakcije. Kada vam se čini da ste svi zajedno deo nečeg mnogo većeg nego što ste vi pojedinačno ili lično (Zoran Popović, Sedam veličanstvenih).*

Povezanost izvođača i publike kroz živi kontakt je aspekt koji je zastupljen pre svega u pozorišnoj umetnosti, te ne čudi što su ovaj aspekt komunikacije najčešće navodili kulturne radnice i radnici iz te sfere kao glavne prednosti off lajn iskustva: *Moment kada su pozorišta otvorena nam je pokazao da ljudi žude da uđu u taj mrak, da osete glumce, osete tu energiju, i glumci da dobiju taj aplauz, da do te razmene dođe (Svetlana Paroški, JDP).*

Mislim da se onlajn sadržajem uništava osnovna ideja pozorišta a to je direktna razmena sadržaja između publike i izvođača (Ana Gligorović, Narodno pozorište).

ZAKLJUČAK

Pandemija kovid 19 dovela je brojne institucije, pa i ustanove kulture u kriznu situaciju koja je zahtevala promenjen model komunikacije sa publikom. Kulturne ustanove u veoma kratkom roku iskoristile su prednosti digitalnog prostora i omogućile publici da svoje kulturne potrebe zadovolji u digitalnom prostoru. Analiza rezultata sprovedenog istraživanja pokazala je da digitalni prostor, posebno u kriznim situacijama ima izuzetno značajnu kompenzatornu ulogu, ne samo u pogledu ostvarivanja društvenih kontakata, kao što je istaknuto u okviru teorije socijalne kompenzacije (Jochen, Valkenburg i Schouten, 2005), već i u pogledu zadovoljenja kulturnih potreba. Dalje, kompresija vremena i prostora, fenomen čiji značaj su naglašavali brojni društveni geografi i sociolozi, u kontekstu razvoja transporta i razvoja brojnih tehnoloških otkrića koja su prethodila razvoju digitalne kulture, pokazala se kao značajna prednost digitalnog prostora tokom pandemije. Ako napravimo paralelu sa Žanelovim poređenjem da je 1776. bilo potrebno doći kočijom od Londona do Edinburga za 4 dana, krizna situacija poput pandemije pokazala je, ne samo u kulturnoj sferi, već i u drugim sferama, da nas do bilo kog dela sveta deli jedan „klik“ na zum ili sličnim platformama. U kriznoj situaciji, kada ne samo da su letovi širom sveta bili obustavljeni, već je kretanje u loklanom okviru bilo ograničeno, bilo je moguće održati filmske i pozorišne festivale i izložbe preko onlajn platformi i pozvati goste iz zemlje i inostranstva da prisustvuju kulturnom događaju u digitalnom prostoru. Kako digitalni prostor nema ograničen broj mesta, krizna situacija je dovela do veće posećenosti, pa i nove publike.

Međutim, kod svih ispitanika kompenzatorna uloga digitalnog prostora nije uspela da nadomesti iskustvo kulturnog događaja uživo. Gradu su potrebne manifestacije, kao što

je manifestacijama potreban grad kao nezaobilazan sociokulturni prostorni okvir kulturnog događaja, „prostorna osa“ festivala (de Valck, 2007, Senčić & Obradović, 2020, Backović & Toković, 2021). Potreba za zajedničkim prisustvom, „atmosfera“ kulturnog događaja, sve ono što spada u „iskustvenu ekonomiju“ (Pajm i Glimor, 1999) je nešto što digitalni prostor nije uspeo da nadomesti. Možda će uspeti, jednoga dana, kada, kao što navodi jedan sagovornik, internet bude mogao da prenese miris i dodir. Onda će, internet „završiti sa svojom svrhom“ (Antun Gverović, MikroFAF).

LITERATURA

- Backović, V. & Toković, M. (2021). Uticaj pandemije kovida 19 na stil života pripadnika akademske zajednice u Beogradu. U: Petrović M. (ured.) (2021). Izazovi u oblasti rada, porodice i stila života u kontekstu pandemije kovida 19 u Srbiji (str. 115–145). Beograd: Filozofski fakultet.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Bodroža B., Jovanović S. & Popov B. (2008). Latentna struktura ponašanja u virtuelnim zajednicama i njegove relacije sa socijalnom anksioznošću. *Primenjena psihologija*, 1 (1-2), 19-35.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley – Blackwell.
- Castells, M. (2001) *The Internet Galaxy*: Oxford: Oxford University press.
- Castells, M. (2000). *Uspion umreženog društva*. Zagreb: Golden marketing.
- Chak, K. & Leung, L. (2004). Shyness and locus of control as predictors of Internet addiction and Internet use. *Cyber Psychology and Behavior*, 7, 559– 570.
- Čejko, M. (2019). *Superpovezani*. Beograd:Clio.
- De Valck, M. (2007). *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Dragičević Šešić, M. & Nikolić T. (2021). Kultura u digitalnoj sferi. U: Dragičević Šešić, M.&Nikolić T. (ured.) (2021). *Digitalni horizonti kulture, umetnosti i medija* (str. 15-33). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti, Clio.
- Gidens, E. (1998). *Posledice modernosti*. Beograd: Filip Višnjić.
- Gir, Č. (2008). *Digitalna kultura*. Beograd: Clio.
- Harvey, D. (2001). *Spaces of Capital – Towards Critical Geography*. New York: Routledge.
- Janelle, D. G. (1968). Central Place Development in a Time – Space Framework. *The professional Geographer* 20(1), 5–10.
- Jochen, P., Valkenburg, P. M. & Schouten, A. P. (2005). Developing a model of adolescent friendship formation on the Internet. *Cyber Psychology and Behavior*, 8, 423-430.
- Kacer, K. (2019). *Sajberpsihologija*. Beograd:Laguna.
- Lehmann, H. (2004). *Postdramsko kazalište*. Zagreb, Beograd: CDU, TKH.
- Mamford, L. (2009). *Tehnika i civilizacija*. Novi Sad: Mediterran Publishing.
- Mrđa, S. & Milankov, M. (2020). *Kulturna participacija građana Srbije*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Opsenica Kostić, J. (2022). *Putovanje kroz digitalni prostor – uvod u sajberpsihologiju*. Niš: Filozofski fakultet Univerzitet u Nišu

Uloga digitalnog prostora i savremene tehnologije u promociji kulturnog identiteta grada u kriznim situacijama

- Pine J. & Gilmore, J. 1999. *The experience economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Petrović, D. (2013). *Društvenost u doba interneta: studija komunikacione upotrebe interneta u Srbiji*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Ričards, G. & Palmer R. (2013). *Uzbudljivi gradovi*. Beograd: Clio
- Rodrigue, J. P. (1999). Globalization and the Synchronization of Transport Terminals. *Journal of Transport Geography* 7, 255–261.
- Seničić, M. & Obradović, O. (2020). Pozorišni i filmski onlajn festivali: (ne)održivost digitalnog okupljanja u doba krize. *Kultura: časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku* 169, 63–85.
- Sorokin, P. & Merton, R. (1937). Social Time: A Methodological and Functional Analysis. *American Journal of Sociology* 42(5), 615–629.
- Stojnić, A. (2010). Novomedijska slika i izvođačke umetnosti – vidovi interakcije. *Kultura* 127, 287–304.
- Todorović, A. L. (2017). *Diskurs novih tehnologija*. Beograd: Clio.
- Walther, J. B. (2011). Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations. In: Knapp M. L. & Daly J. A. (Eds.) (2011). *Handbook of interpersonal communication* (pp. 443– 479). SAGE.