

Utjecaj komodifikacije na dostupnost znanja i informacija

Grgić, Luka

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:679620>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-12-03**



Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI
SMJER ISTRAŽIVAČKA INFORMATIKA
Ak. god. 2020./2021.

Luka Grgić

Utjecaj komodifikacije na dostupnost znanja i informacija

Diplomski rad

Mentor: prof.dr.sc. Sonja Špiranec

Zagreb, ožujak 2021.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(potpis)

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Teorija komodifikacije	3
2.1. Roba.....	4
2.2. Informacije i znanje	7
3. Komodifikacija diseminacije informacija	10
3.1. Režim intelektualnog vlasništva.....	10
3.2. Monopol.....	11
3.3. Autorska prava i intelektualno vlasništvo	12
3.4. Dvadeseto stoljeće	15
3.5. Komodifikacija digitalnog prostora.....	17
3.6. Neoliberalizam.....	21
4. Komodifikacija proizvodnje znanja	23
4.1. Društvo znanja.....	23
4.2. Tržišna ideologija na sveučilištima	25
4.3. Komodifikacijske prakse na sveučilištima	26
4.4. Istraživanja.....	28
4.5. Evaluacija	31
4.6. Komodifikacija epistemologije.....	33
5. Posljedice komodifikacije informacija i znanja	38
5.1. Rente.....	38
5.2. Smanjenje javnog prostora	40
5.3. Alternativni modeli.....	43
6. Zaključak.....	45
7. Literatura	47
Sažetak	49
Summary	50

Veza dobavljača i korisnika znanja sa znanjem koje pružaju i upotrebljavaju tendira, i sve će više tenderati, ka poprimanju oblika koji već ima veza između proizvođača i potrošača robe prema robu koju proizvode i upotrebljavaju – to jest, oblika vrijednosti.

- Jean-François Lyotard

1. Uvod

Danas je već klišeaj opisivati društvo kao društvo znanja. Iako tvrdnja nije pogrešna, prikladniji opis bio bi društvo komodificiranog znanja. Prije nego li se prijeđe na analizu sadržaja, prvo će se razjasniti metoda kojom se pristupa analizi predmeta i autorima kojima se koristimo. Primarna zadaća ovog rada jest deskriptivna analiza komodifikacije u ophođenju informacijama i razlozima njezinog sve većeg prisustva u gotovo svim sferama vezanim za informacije. Analizi predmeta pristupiti će se iz kritičke perspektive unutar koje se, osim osvrtnja na sam predmet komodifikacije, također bavimo drugim komplementarnostima vezanim uz njezinu pojavu, pri čemu ćemo se koristiti uvidima mnogih autora koji danoj temi također pristupaju iz kritičke pozicije. Sukladno tome, moglo bi se reći da se analiza provodi u sklopu kritičke tradicije unutar informacijskih znanosti pod imenom kritičko knjižničarstvo.

Kritičko knjižničarstvo već se dugo vremena bavi implikacijama neoliberalizma na informacijske znanosti. Iako se o poveznici neoliberalizma i informacijskih znanosti rijetko raspravlja, skepticizam prema neutralnosti kapitalizma i tržišnih odnosa na informacijski svijet i knjižničarsku profesiju prevladao je do dan danas i učinio kritičko knjižničarstvo nekom vrstom pokreta unutar informacijskih znanosti.¹ Sve više autora u području informacijskih znanosti zauzima kritički stav prema odnosu neoliberalizma i informacijskih znanosti te posljedicama koje taj odnos ima za knjižničarsku profesiju, pa tako i društvo u cjelini.

U duhu materijalističke filozofije i kritičke teorije, komodifikaciji će se pristupiti iz perspektive širih društvenih struktura i komplementarnosti koje uopće omogućuju taj fenomen. Drugim riječima, na pojedini se problem ne gleda kao na izolirani incident kojeg se analizira u njegovoj posebnosti, nego kao na proizvod ili nusproizvod širih struktura koje u sebi sadrže određene elemente koji su omogućili da fenomen nastane. Kako bi se problem komodifikacije razumio što potpunije, potrebno je razumjeti okolnosti koje okružuju relevantne probleme, a mnogi od autora kojima se koristimo u velikoj se mjeri služe idejama preuzetim iz raznih humanističkih disciplina, tako da će pristup ujedno biti interdisciplinaran. Unutar ovog rada služit ćemo se mnogim autorima izvan informacijskih znanosti, poput Karla Marxa. Marx, čije se ime usko veže uz kritiku kapitalizma i kapitalističkog društva, razvio je

¹ Web stranica <http://critlib.org/about/> jedan je od primjera kritičkog knjižničarstva u obliku pokreta. Ona služi zainteresiranim informacijskih stručnjacima da se organiziraju i raspravljaju o određenim problemima ili događajima vezanim za knjižničarsku profesiju. Rasprava se odvija ili uživo, ili preko interneta, najčešće na Twitteru, pod hashtagom #Critlib (engl. *critical librarianship*).

mnoge ideje, poput ideje *robe* i radne teorije vrijednosti koje nam pružaju kritički okvir kroz koji možemo bolje i potpunije razumjeti komodifikaciju informacija i što ona predstavlja.

Na samom početku rada razradit će se pojam komodifikacije i teorijske postavke vezane uz nju, s naglaskom na proces pretvaranja informacije u robu i kako se on odvija. Nadalje, u prvom dijelu, prelazi se na materijalnu analizu uvjeta koji dovode do komodifikacije i omogućuju komodifikaciju informacija kroz značajne trenutke unutar povijest pa sve do danas. U drugom dijelu bavimo se komodifikacijom u suvremenom kontekstu i njezinim utjecajem na sveučilišnu proizvodnju znanja. Nakon toga, na samom kraju, iznose se posljedice komodifikacije na suvremeno društvo.

2. Teorija komodifikacije

Iako je trgovanje informacijama prisutno tijekom povijesti u obliku kupovanja knjiga, kupovanja informacija ili knjižničarskih usluga, pojam komodifikacija, u smislu u kojem ga koristimo danas, relativno je nova pojava bez presedana u povijesti. Komodifikaciju u najširem smislu definiramo kao pretvaranje nečega u robu. Izraz komodifikacija, u tom smislu, prvi put je utvrđen 1975. godine.² Međutim, mnogi se autori bave komodifikacijom u različitim kontekstima zbog raznih načina na koje se ona ostvaruje, što vodi do raznovrsnih analiza i zaključaka o posljedicama komodifikacije i što ona predstavlja danas. Istraživači navode da postoje stanovite poteškoće kod opisivanja komodifikacije na mikro ili mezo razini poput: kompleksnosti pojma komodifikacije, njezine isprepletenosti s komercijalizacijom te mnogih simptoma i posljedica komodifikacije i komercijalizacije koji su dio procesa u pitanju.³ S obzirom na to, unutar ove analize nećemo se opredijeliti za jedan način razumijevanja komodifikacije, nego ćemo predmetu pristupiti pluralistički i analizirati komodifikaciju kako se pojavljuje.

Tradicionalno, domena komodifikacije sastojala se od materijalnih predmeta i usluga, ali u današnje vrijeme domena se širi u gotovo sve sfere ljudskog iskustva. Kako bismo razumjeli nastanak i ekspanziju komodifikacije moramo ju razmotriti u njenom povijesnom kontekstu uz sve komplementarnosti koje ju omogućuju. Zbog toga, ono čime se poglavito bavimo je komodifikacija u njezinim različitim ostvarenjima, unutar diseminacije i proizvodnje informacija i znanja. Unutar ove analize baviti ćemo se upletenošću komodifikacije u procese proizvodnje, kruženja i korištenja informacija i znanja, ali i unutar drugih komplementarnih formi, poput intelektualnog vlasništva (engl. *intellectual property*), patenata, autorskog prava i drugih elemenata koji omogućuju komodifikaciju informacija u društvu. Međutim, prije nego li prijedemo na konkretnu analizu utjecaja komodifikacije, analizirat ćemo pojam robe kao oblik koji informacije poprimaju i njezin teorijski okvir.

² Fleissner, P. The „Commodification“ of Knowledge in the Global Information Society // *tripleC*. (2009), 7. URL: <https://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/115>. (12.3.2021.). Str. 230.

³ Jacob, M. Rethinking Science and Commodifying Knowledge // *Policy Futures in Education*. 1, 1(2003), str. 130.

2.1. Roba

U svojoj knjizi *Kapital* Karl Marx svoju analizu društva započinje analizom njezinih produktivnih sila, a kao osnovnu jedinicu društvenog ustrojstva vidi robu. Postoji dobar razlog zašto analiza počinje razmatranjem pojma robe, ali prije toga se moramo osvrnuti na jednu bitnu karakteristiku Marxovog pristupa. Razlog zašto Marx za razliku od gotovo svih prijašnjih filozofa analizira društvo preko pojmova poput robe u tome je što Marx na ekonomiju, specifično na proizvodnju, gleda kao na fundamentalnu dinamiku koja određuje ustrojstvo društva. Drugim riječima, materijalni uvjeti, u ovom slučaju ekonomija, je ono fundamentalno; ona je baza društvenih odnosa na koju se nadograđuju sve druge društvene forme. Superstruktura društva, njezine institucije, društveni život, ideologija, itd. izrazi su ekonomskog ustrojstva društva.⁴

Davor Rodin opisao je robu na sljedeći način: „*Roba je dakle, bitna struktura, funkcionirajući i teoretizirajući političke ekonomije, te stoga nije identična ekonomiji, nego se od nje formalno razlikuje kao bit i pojava. Kritika političke ekonomije, ili njezino teoretsko osviještenje, moguće je stoga tek sa stajališta analize robe. Drugim riječima, bit građanskog društva i građanske političke države postaje vidljivom tek sa stajališta provedene analize robe.*“⁵ Ono na što navedeni citat upućuje jest razlikovanje proizvoda ljudskog rada od društvenih uvjeta njihove proizvodnje. Roba nije samo proizvod namijenjen tržištu, nego proizvod koji, pod određenim društvenim uvjetima, poprima oblik robe. Taj nam uvid koristi kada razmatramo komodifikaciju tijekom povijesti jer, iako je komodifikacija prisutna kroz ljudsku povijest, kao npr. u antici, nisu postojali društveni i materijalni uvjeti koji bi komodifikaciji pridali značenje i problematičnost koju ona ima danas.

U prvom dijelu *Kapitala*, Marx proučava ekonomiju kroz izmjenu robe.⁶ Marx na robu gleda dvojako, kroz dva faktora, njezinu uporabnu i razmjensku vrijednost. Razlikovanje preuzima od Aristotela, koji prvi definira robu kao da ima prirodnu formu i razmjensku vrijednost, što Adam Smith također ponavlja 2000 godina kasnije razlikovanjem uporabne i razmjenske vrijednost.⁷ To razumijevanje u konačnici preuzima i sam Marx. Uporabna vrijednost, također poimana kao kvalitativna karakteristika robe, dolazi iz njenih intrinzičnih svojstava. Na

⁴ cf. Marx, K. *Kapital*. Beograd : Prosveta. 1978. Str. 43.

⁵ Rodin, D. Marxova teorija robnog sistema // *Politička misao : časopis za politologiju*. 20, 2/3(1983), str. 14.

⁶ Marx, K. *Kapital*. Beograd : Prosveta. 1978. Str. 86.

⁷ Fleissner, P. The „Commodification“ of Knowledge in the Global Information Society // *tripleC*. (2009), 7. URL: <https://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/115>. (12.3.2021.). Str. 230.

primjer, stvari poput hrane i zlata imaju određene karakteristike koje ih čine korisnima za ljude. Razmjenska vrijednost ne pripada samom predmetu, nego se ostvaruje kroz druge faktore. Roba se prvenstveno izmjenjuje zbog svoje uporabne vrijednosti, tj. njezine korisnosti. Međutim, Marx primjećuje da roba koja ima uporabnu vrijednost još nije roba u punom smislu, ona to postaje tek kada se proizvede njena razmjenska/socijalna vrijednost.⁸ Marx određenje kriterija vrijednosti robe također preuzima od Adama Smitha, koji vrijednost robe računa u količini rada koja je potrebna da se određeni predmet proizvede, a takvu teoriju vrijednosti nazivamo radna teorija vrijednosti.⁹ Međutim, Marx u velikoj mjeri modificira radnu teoriju vrijednosti u trenutku kada se uz pojam produkcije dodaje pojam reprodukcije.¹⁰ Vrijednost robe nije zapravo u vremenu potrebnom da se ona proizvede, nego u vremenu potrebnom da se reproduciraju uvjeti proizvodnje. Skok na reprodukciju kao glavni faktor određivanja vrijednosti napravljen je jer reprodukcija uzima u obzir deprecijaciju sredstva koji su potrebni pri proizvodnji, tj. ona uzima u obzir da je unutar procesa proizvodnje potrebno uračunati potrebu da se sredstava produkcije obnavljaju.

Međutim, iako je Marx vjerovao da razmjenska vrijednost dolazi od vremenske količine apstraktnog rada nagomilanog u predmetu¹¹, u današnje vrijeme rad se ne koristi kao primarni pokazatelj cijene robe, već u tome puno veću ulogu igraju tržišni odnosi poput ponude i potražnje, *brenda*, monopola, itd. Jean Baudrillard nadopunjuje Marxovu analizu idejom da roba također poprima simboličnu vrijednost koja predstavlja njihov status, moć i druge faktore.¹² Informacijske kulture generiraju simboličke potrebe karakteristične za simboličnu okolinu tog vremena, koje zadovoljavaju proizvodnjom različitih simboličkih vrijednosti. U kontekstu današnje proizvodnje znanja i informacija, simbolična vrijednost može se pojaviti u obliku visoke pretplate prestižnog časopisa, nekog oblika sveučilišne rente, ali i u apstraktnijim oblicima monetizacije.

Nadalje, potrebno je napomenuti da roba svoje karakteristike posjeduje s obzirom na stvari izvan nje, specifičnije s obzirom na materijalne uvjete koji joj omogućuju da uopće postane roba. Kapital nije samo nakupina oruđa i materijala za proizvodnju vrijednosti i reprodukciju

⁸ Marx, K. *Kapital*. Beograd : Prosveta, 1978.

⁹ Smith, A. *An Inquiry Into the Nature and Causes of The Wealth of Nations*. America : University of Chicago Press. 1977. Str. 50.

¹⁰ The Commodification of Knowledge and Information // *The Oxford Handbook of Karl Marx* / Rotta, T.; Teixeira, R. New York : Oxford University Press, 2018. Str. 385.

¹¹ Marx, K. *Kapital*. Beograd : Prosveta, 1978. Str. 47.

¹² Vuković, K. P. Simbolička Razmjena i Rad // *Filozofska istraživanja*. 35, 4(2015), str. 719.

kapitala, on također uključuje zaštitu zakonskog okvira i implicitno, ili katkad eksplicitno, državnu silu. Država, međunarodne organizacije, institucije i zakonski okvir su ti koji određuju što sve može biti privatno vlasništvo i oni ga također štite, a poprilično je jasno da bez navedenog informacije ne bi mogle postati robom.

2.2. Informacije i znanje

Coriat i Weinstein navode kako je današnja ekonomija bazirana na informacijama i znanju.¹³ Postoje mnogi razlozi tome. Informacije i znanje mogu se pojavljivati u nebrojnim formama i njihove su primjene također nebrojene. Jedan od najvažnijih razloga je to što moderna tehnologija i znanost, ovisne o informacijama i znanju, vode kreativne aktivnosti čovječanstva. Znanost i tehnologija pokreću današnju industriju. Znanje je važno za produkciju, ali i reprodukciju društva. Zbog toga, način na koji se ophodimo informacijama postaje od ključne važnosti za društvo u cjelini. Informacija sama po sebi postaje roba.

Temeljno je problemsko pitanje ovog rada mogu li se i informacije i znanje komodificirati. Kako bi dali odgovor na to pitanje, moramo eksplicirati elemente informacija i znanja koji omogućuju komodifikaciju. Razlikovanje informacija i znanja preuzimamo od Liessmanna koji razlikuje znanje i informaciju.¹⁴ Za Liessmanna, znanje uključuje da se iz mnoštva informacija izdvajaju oni koji imaju informacijsku vrijednost, a razlikuje se od informacija po tome što nije jednoznačno usmjereno na svrhu. Također navodi kako je znanje oblik prožimanja svijeta: spoznavanje, razumijevanje, poimanje.

Informacija može predstavljati niz stvari, a njezina definicija je također problematična. Ono oko čega se ne spori je to da informacija sadrži neki stupanj informativnosti. Također bi se moglo reći da informacija ima utjecaj na onoga tko ju usvaja, u smislu proširenja osobnog repozitorija informacija, barem tako da na određeno vrijeme proširuje usvojiteljevo stanje na veći ili manji stupanj informiranosti.

Jacob primjećuje bitnu karakteristiku komodifikacije, a to je kako ona mora nešto složiti u ekskluzivni paket kako bi se omogućilo da taj paket uopće može postati proizvod.¹⁵ Nije dovoljno samo da nešto ima vrijednost, nego da se kupuje i prodaje za svoju razumsku vrijednost, tj. da ima cijenu. Po tom pogledu, primjerice, istraživački rad za nadnicu nije oblik komodifikacije znanja, nego komodifikacije rada. Informacija i znanje su oba u stanju ispuniti taj preduvjet. Komodificirane informacije same po sebi mogu biti jako raznovrsne i pojavljivati se na različitim stupnjevima kompleksnosti. Ne postoji konačna lista svih oblika komodificiranih informacija. Lipton navodi neke od oblika: komercijalne i tehničke vještine,

¹³ Coriat, B.; Weinstein, O. IPR Regimes, Firms and the Commodification of Knowledge // *Socio-Economic Review*. 10, 2(2012), str. 267.

¹⁴ Liessmann, P. *Teorija neobrazovanosti : zablude društva znanja*. Zagreb : Jesenski i Turk, 2008.

¹⁵ Jacob, M. Rethinking Science and Commodifying Knowledge // *Policy Futures in Education*. 1, 1(2003), str. 131.

poslovne metode, sustavi za plaćanje, telekomunikacijski sustavi i usluge, elektroničke i druge baze podataka, informacije o potrošačima i njihovim potrebama, računalni *software* itd.¹⁶ Iako su navedeni oblici međusobno različiti i funkcioniraju u različitim kontekstima, oni svi dijele određenu informativnost. Jasno je da informacija preko svoje informativnosti posjeduje korisnost, čime zadobiva određeni oblik uporabne vrijednosti, međutim, još uvijek preostaje definirati njezinu razmjensku vrijednost.

Razmjenska vrijednost informacije jako je problematična te postoji puno različitih ekonomskih teorija kako računati vrijednost. Informacije se po mnogim stvarima razlikuju od uobičajenih oblika robe. Adair navodi pet razlika po kojima se razlikuju:¹⁷

1. Vrijednost komodificiranih informacija se istroši kada one zastare, a ne kroz konzumiranje ili korištenje. Drugim riječima, *software* ne gubi na vrijednosti time što ga se kontinuirano koristi, nego kada postane nedostatan za izvršavanje svoje namjene.
2. Veličina potencijalnog tržišta za komodificirane informacije nije ograničena proizvodnim kapacitetima. Dok bi velika potražnja u sektoru automobila zahtijevala povećanje proizvodnih kapaciteta, u sektorima komodificiranih informacija to nije potrebno. Razlog tome je što kopiranje komodificiranih informacija poput e-knjige ne košta ništa.
3. Cijena komodificirane informacije je opravdana kao kompenzacija za kreativni rad koji je uložen u dizajn ili stvaranje originala, iako se kupuje kopija. Ovaj dio je posebno problematičan zato što je cijena kopiranja komodificiranih informacije nula. Kao što smo prethodno istaknuli, po Marxovoj teoriji vrijednosti, vrijednost robe nije zapravo u vremenu potrebnom da se ona proizvede, nego u vremenu potrebnom da se reproduciraju uvjeti proizvodnje. Ukoliko je cijena reprodukcije robe nula, je li cijena uistinu opravdana radom? Naravno, navedena kritika funkcionira samo pod pretpostavkom da je okosnica vrijednosti rad (koja se često i koristi za opravdavanje vrijednosti proizvoda), ali postoje i druge teorije vrijednosti. Iz tog razloga, ekonomska rasprava o vrijednosti je izvan domene ove analize pa ćemo vrijednost analizirati samo u njezinoj pojavnosti.

¹⁶ Lipton, J. Information Wants to be Property : Legal Commodification of E-commerce Assets. // *International Review of Law, Computers & Technology*. 16, 1(2010), str. 53.

¹⁷ Adair, S. The Commodification of Information and Social Inequality // *Critical Sociology*. 36, 2(2010), str. 248.

4. Na cijenu komodificiranih informacija više utječe veličina tržišta ili kvaliteta rada nego kvantiteta rada utjelovljena u kupljenom proizvodu. Iako kod drugih komoditeta cijena varira s obzirom na ponudu i potražnju, kod informacija to nije tako; u vrijednost informacija ulazi puno različitih faktora. Na primjer, Adair navodi kako zbog veličine tržišta cijena određenih proizvoda, kao npr. prijenosni disk poznatog Hollywood filma, može koštati samo mali dio cijene jednog dokumentarca čije su produkcijske vrijednosti daleko ispod filmske.¹⁸ Dakle, cijena komodificiranih informacija ovisi o puno različitih faktora koji u velikoj mjeri odstupaju od standardnih mjerila.
5. Pravi razlog zašto uopće možemo trgovati informacijama jest zato što komodificirane informacije zadržavaju vrijednost kroz politički proces koji stvara neimaštinu i ekskluzivnost. Neimaština i ekskluzivnost imaju veliku ulogu u određivanju cijene proizvoda, međutim, posve je jasno da je neimaština i ekskluzivnost informacija potpuna fikcija.

Jednom kada je proizvedena, informacija ne nestaje, ona se ne gubi korištenjem i cijena njezine reprodukcije je nula. Zbog toga, ono što određuje razmjensku vrijednost informacije nisu standardni tržišni mehanizmi, nego sama diseminacija informacija. Drugim riječima, preduvjet komodifikacije informacija je komodifikacija diseminacije informacija. Ono što kontrolira diseminaciju informacija ono je što nazivamo režimom intelektualnog vlasništva tj. I.V. režimom (engl. *IP regime*), a čime se bavimo u sljedećoj cjelini.¹⁹ Analiza diseminacije informacije snažno je situirana u povijesnom kontekstu kako bi se vidjelo kako dolazimo do komodifikacije informacija danas i koje sve komplementarnosti utječu na njegov nastanak. U mnogo slučajeva, preduvjeti pojave mogu se naći u njenoj povijesti, pa tako komodifikaciji informacija prethode raniji oblici komodifikacije, počevši od komodifikacije ideja, pa sve do režima intelektualnog vlasništva.

¹⁸ Adair, S. The Commodification of Information and Social Inequality // *Critical Sociology*. 36, 2(2010), str. 249.

¹⁹ Coriat, B.; Weinstein, O. IPR Regimes, Firms and the Commodification of Knowledge // *Socio-Economic Review*. 10, 2(2012).

3. Komodifikacija diseminacije informacija

U prethodnom poglavlju naveli smo da je ono što određuje razmjensku cijenu informacija sustav diseminacije informacija, tj. režim intelektualnog vlasništva. Unutar ovog poglavlja bavimo se njegovim nastankom i eksplikacijom. Na samom početku objašnjavamo koncept režima intelektualnog vlasništva kojim se služimo, a nakon toga prelazimo na povijesni kontekst njegova nastanka. Tijekom povijesnog pregleda iznosi se osvrt na režime intelektualnog vlasništva, poglavito na neke od njihovih karakteristika, poput autorskih prava, koje se prenose u naredne režime tijekom povijesti i kako dovode do suvremenog režima diseminacije informacija u okviru neoliberalizma.

3.1. Režim intelektualnog vlasništva

Diseminacija informacija uvijek se odvija unutar određenog režima, specifičnije režima intelektualnog vlasništva. Režim primarno definiraju elementi koji propisuju njegov odnos prema informacijama, poput oblika vlasti, ekonomskog uređenja države, njezinih zakona, itd. Prema tome, režim intelektualnog vlasništva možemo definirati kao legalno-institucijski okvir koji kontrolira uvjete, proizvodnju i kruženje informacija.²⁰ U konkretnom primjeru, informacije sadržane u pojedinoj knjizi na polici knjižnice predmet su mnogih zakona i propisa poput poslovnika knjižnice, zakona o knjižnicama, do sve univerzalnijih, apstraktnijih i opsežnijih zakona poput onih o autorskom pravu i intelektualnom vlasništvu. Drugim riječima, svi zakoni, zajedno sa svojim dopunama i pododrednicama djeluju u međudnosu koji sačinjava temelj režima diseminacije informacija.

Prema Atkinsonu, tijekom povijesti postojali su različiti režimi pravila koji su imali specifičan odnos prema informacijama, poput onoga u Velikoj Britaniji u 17. stoljeću koji nije mario za autorska prava nego je monopol nad izdavanjem knjiga *autorsan* gildi izdavača koja je u ime krune kontrolirala ponudu i potražnju knjiga i provodila cenzuru. U 21. stoljeću prevladava globalni sustav kojeg nazivamo kapitalizam, neoliberalni kapitalizam itd., pod kojim se diseminacija informacija provodi putem intelektualnog vlasništva i zakonskog okvira koji ga okružuje. Intelektualno vlasništvo definira se kao oblik vlasništva koji određuje zakon.²¹ Ono stavlja određenu stvar pod potpunu kontrolu jednog entiteta, pojedine osobe, udruge,

²⁰ Coriat, B.; Weinstein, O. IPR Regimes, Firms and the Commodification of Knowledge // *Socio-Economic Review*. 10, 2(2012), str. 268.

²¹ Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 3.

korporacije itd. Međutim, intelektualno vlasništvo *de facto* definira zakon, tako da intelektualno vlasništvo može biti bilo što određivo (konkretno ili apstraktno) za što vlast smatra da može biti posjedovano.²²

Danas, ključni elementi koji oblikuju pristup informacijama su intelektualno vlasništvo, patentiranje te zakonski okvir koji ih okružuje. Oni služe kako bi se kontrolirala ponuda i potražnja informacija, kako bi se oblikovala ekonomska aktivnost i naša percepcija svijeta. Postoje različita stajališta oko intelektualnog vlasništva, njegovog dosega, opravdanosti, itd. Tijekom povijesti argumentiralo se da se vlasništvo zarađuje vlastitim radom, da autorsko pravo proizlazi iz prirodnog prava, da je intelektualno vlasništvo stvar društvenog dogovora itd. Ono također igra središnju ulogu u apstraktnijim civilizacijskim pitanjima poput treba li se ponudu i potražnju informacija uopće kontrolirati? Kako ih se treba kontrolirati i tko bi ih trebao kontrolirati? Koje su njihove društvene i ekonomske posljedice? Kako bismo jasnije razumjeli trenutni režim diseminacije moramo se upustiti u povijest intelektualnog vlasništva kako bismo vidjeli kako ono uopće nastaje te kako ono dovodi do današnjeg stanja stvari i pojava poput komodifikacije informacija koje dominiraju u 21. stoljeću.

3.2. Monopol

Iako se na komodifikaciju gleda kao na relativno novu pojavu u društvu, mnogi spekuliraju da se knjiga počinje smatrati robom u drevnoj Grčkoj te da se već tada koristila u trgovini kao roba.²³ Nadalje, u staroj Grčkoj djelovali su sofisti, učitelji koji su naplaćivali svoje poduke, što se također može navesti kao još jedan infantilni oblik komodifikacije znanja. Međutim, zbog tradicije oralne predaje djela i njegove kolektivne izvedbe i reprodukcije stari Grci gledali su na stvaralaštvo kao kolektivni proces, a bitno je i naglasiti da knjiga kao roba u drevnoj Grčkoj nema iste karakteristike knjige kao komoditet u današnjem neoliberalnom kapitalizmu.²⁴ U srednjem vijeku tradicije prepisivanja i oralne predaje također su radile protiv nastanka intelektualnog vlasništva.²⁵ No, izumom tiska i povećanjem pismenosti među

²² Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 3.

²³ Sharman, D. Intellectual Property : A Historical Perspective on the Commodification of Information // *Progressive Librarian Guild. Progressive Librarian*. (2001), 18. URL: http://www.progressivelibrariansguild.org/PL_Jnl/contents18.shtml (12. 3. 2021). Str. 10.

²⁴ Isto.

²⁵ Isto.

narodom, to se promijenilo te je već 1486. dodijeljen prvi privilegij za tiskanje u Veneciji.²⁶ Nakon izuma tiskarskog stroja protok informacija kontrolirali su nakladnici kojima je vlast dala privilegij ili monopol za izdavanje. Davanje monopola tada se koristilo za cenzuru jer se tako određivalo koje će se knjige izdavati i, konzekventno, koje će se vrste informacija širiti.

Kontrola nakladništva i informacija bila je relativno nova pojava za Europu gdje se prethodno, poglavito u starom Rimu ili Grčkoj, progonilo ili ubijalo autore s nepoželjnim idejama.²⁷ Srednjovjekovni režim koji ga nasljeđuje reakcija je na potencijalnu anarhiju protoka informacija koja bi nastala ukoliko se izdavanje knjiga, sada dodatno osnaženo izumom tiskarskog stroja, ne bi podvrgnulo kontroli. Drugim riječima, cenzura, privilegije i monopoli samo su reakcija na potencijalnu štetu koji bi slobodni protok (nepoželjnih) informacija mogao imati za vlast, što se najbolje vidi na primjeru Engleske. Za Englesku od 15. stoljeća karakterističan je monopol tiskanja koji su uživali članovi kompanije *The Stationers*. „Kompanija *The Stationers* upravljala je sama sobom, budući da su samo njeni članovi mogli tiskati djela. Nije bilo moguće tiskati bez prijave, a to pravilo omogućilo je kompaniji da uguši ponudu bilo kakvih tekstova za koje su vlada ili crkvene vlasti smatrali da su pobunjenička ili opasna.“²⁸ Monopol je osiguran dugogodišnjim lobijem te zato što su se uspješno iskazali u cenzuriranju divergentnih knjiga za vrijeme religijskih sukoba i time se dodatno dodvorili vlastima.²⁹ Time što su kontrolirali cjelokupni proces tiskanja, počevši od registracije, mogli su si osigurati neograničeno trajanje intelektualnog vlasništva. Posjedovali su monopol sve do objave zakona kraljice Ane 1710. godine kada su po prvi put kontrolu nad objavom knjiga imali autori, a ne nakladnici. To je bila velika pobjeda za zagovornike autorskih prava.³⁰

3.3. Autorska prava i intelektualno vlasništvo

Pokret za autorska prava predstavljao je u svoje vrijeme progresivni napredak naspram privilegija i monopola nakladnika za vrijeme feudalizma. Vođen mnogim prosvjetiteljskim idejama, autorima su priznata moralna i imovinska prava kao tvorcima djela, čime im se htjela

²⁶ Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 14.

²⁷ Isto. Str. 16.

²⁸ Isto. Str. 21.

²⁹ Isto.

³⁰ Isto. Str. 10.

omogućiti sloboda, naknada i podrška za stvaralaštvo. Autorska prava nastavljaju se povećavati u kvaliteti i kvantiteti kroz povijest, tijekom prosvjetiteljstva, nastanka liberalizma, merkantilnog kapitalizma pa sve do danas. U Britaniji, autorska prava razvijaju se paralelno s usponom kapitalizma, počevši s ograđivanjem, tj. prisvajanjem zemljišta i njegovog prijenosa u privatne ruke koji započinje u 14. stoljeću te ubrzo u 18. i 19. stoljeću utjecajem industrijske revolucije i sve većim apetitom za akumulaciju kapitala.³¹ Marx je ograđivanje zemljišta u Britaniji smatrao fundamentalnim procesom koji će omogućiti nastanak kapitalizma. Kako bi kapitalizam nastao bilo je potrebno pretvoriti seljake u najamne radnike, odvojiti ih od sredstava proizvodnje, ograditi zemlju i uspostaviti zemljišne titule i nove oblike vlasništva na temelju kojih se stvaraju prihodi bazirani na tituli.³² Navedeni odnosi bit će važni u daljnjoj analizi, ali sam proces imao je posljedice i tada: „*Smatra se da se fizičko ograđivanje u osamnaestom i devetnaestom stoljeću odražava u ograđivanju "intelektualnog zajedničkog vlasništva" putem zakona o intelektualnom vlasništvu. Ovaj fenomen je, prema suvremenim kritičarima, postao uočljiv tek u dvadesetom stoljeću, i nastavlja postojati u dvadeset i prvom.*“³³

Iako je pokret za autorska prava predstavljao velik napredak naspram prijašnjeg stanja nakladničkog monopola, autorska prava ubrzo postaju oruđa za kontrolu i stjecanje kapitala: „*Od sredine devetnaestog stoljeća zahtjevi kapitala i njegove moderne posljedice, masovne proizvodnje, proizveli su pohlepnu glad na koju podupiratelji autorskih prava nisu imuni. Oni također žele zauzdati silu kapitala i kontrolirati proces proizvodnje i distribucije. Žele kontrolirati i umnažanje kopija zalaganjem za nove pravne kategorije koje prepoznaju autorska prava, no ne nad fizičkim predmetima, kao što su knjige i rukopisi, već nad apstraktnim djelima koje ti predmeti utjelovljuju.*“³⁴ Jedan od ključnih trenutaka za razvoj intelektualnog vlasništva trenutak je kada se autori kreću zalagati za intelektualno vlasništvo u apstrakcijama koje se ispoljavaju unutar konkretnih predmeta poput knjiga, a plod njihovog truda bit će novi režim dominiran intelektualnim vlasništvom i patentima. Taj novi režim jako podsjeća na stari Britanski „Stationer“ režim. Protezanjem domene intelektualnog vlasništva

³¹ Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 38.

³² ct. Marx, K. *Kapital*. Beograd : Prosveta. 1978. str. 630.

³³ Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 38.

³⁴ Isto. Str. 42.

na apstraktne entitete, otvorena je Pandorina kutija komodifikacije.

U 19. stoljeću formira se novi sustav patenata u Americi i Europi koji će oblikovati temelje novog kapitalizma i režima intelektualnog vlasništva.³⁵ Ideja je bila podupirati individualno stvaralaštvo i izumitelje pa je tada patent jedino i mogao biti individualan. U to vrijeme, tržište je definirala suradnja između izumitelja i firmi. Međutim, kao i u slučaju autorskih prava, privatni interesi postepeno su transformirali zakone o patentima u svoju korist.

Patenti su se primarno koristili za dominaciju tržišta i monopol, poput patenata A. Grahama Bella koji je držao monopol nad telefonom i komunikacijskim sektorom. U praksi su se patenti produživali koliko god je bilo moguće.³⁶ „Ovo nas dovodi do naše posljednje primjedbe. Jedna od posljedica promjene koju smo upravo opisali jest da patent postaje u prvome redu strateški alat korporacija. Prirodu i ekonomske posljedice sustava patenata stoga određuje način na koji ga tvrtke upotrebljavaju. Za tvrtke, a posebno one velike, sustav patenata je prije svega alat za kontroliranje tržišta.“³⁷ Baš kao i na slučaju autorskih prava, na patentima vidimo primjer transformacije prava kojima je cilj bio podupiranje individualnog stvaralaštva u nešto posve drugačije.

Postavlja se pitanje kako je došlo do toga da se autorska prava i patenti počinju koristiti isključivo za privatne interese i kako u cijelu priču ulazi interes javnosti? Autorska prava sadrže mnoge koristi za autore, međutim, ona također sadrže represivne elemente koji omogućuju da autori, ili netko na koga su prava prenesena, mogu spriječiti korištenje djela ili njegovu reprodukciju, što je u svakom slučaju blokada diseminacije. Koristeći izraz „represivan“ ne iznosi se moralni sud, već činjenično stanje. Represivni elementi sami po sebi nisu nužno loši, oni svoju puninu ostvaruju tek u međuodnosima s drugim elementima režima. U sklopu trenutnog režima intelektualnog vlasništva, entitet koji posjeduje intelektualno vlasništvo u poziciji je da određuje kako se ono koristi tj. onaj koji posjeduje prava na određenu stvar može regulirati kako drugi mogu koristiti istu stvar do mjere koju mu zakon dopušta. Primarna funkcija intelektualnog vlasništva je ograničavajuća zato što je intelektualno vlasništvo isključujućeg karaktera tj. ono stavlja pojedinu stvar u vlasništvo jednog entiteta, dok se pristup drugima regulira ili uskraćuje. Autorski pokret nikada se nije

³⁵ Coriat, B.; Weinstein, O. IPR Regimes, Firms and the Commodification of Knowledge // *Socio-Economic Review*. 10, 2(2012), str. 269

³⁶ Isto. Str. 278.

³⁷ Isto. Str. 277.

sukobio s režimom u cijelosti, štoviše, on se zalagao za to da autori budu ti koji profitiraju od njega. Istaknuti autori koji su imali veliku pregovaračku moć uživali su sve prednosti šticečnosti prava, a oni koji su tek dolazili na scenu bili su prisiljeni pristati na opresivne ugovore i prenijeti prava na nakladnike kako bi se uopće mogli domoći kapitala potrebnog da izađu na tržište.

3.4. Dvadeseto stoljeće

Dvadeseto stoljeće okarakterizirala je nekolicina događaja. Prvi značajan trenutak dolazi 1909. kada američki zakonodavci po prvi put priznaju interes javnosti zajedno sa interesima autora i industrija te se odlučuju na donošenje zakona o autorskom pravu (engl. *copyright*) koji bi održavao balans interesa između svih strana. Za takvu se odluku Velika Britanija također odlučila 1911. godine. Međutim, dvadeseto stoljeće također je vrijeme uspona golemih industrija poput fonografske te kasnije radio industrije koje ubrzo preuzimaju riječ u diskursu oko intelektualnog vlasništva. „*Do sredine 20. Stoljeća, Zakon o autorskom pravu regulirao je aktivnosti divovskih industrija autorskih prava i pretpostavke zakonodavaca bile su pod utjecajem zahtjeva tih industrija. Mali broj stvaralaca uspio se pregovorima izboriti za ugovore mjerljive s onima kakve su sklapali izdavači koji su raspačavali njihova djela pa su tako ostvarili značajnu dobit u novom režimu autorskih prava. Većina se mučila jednako jako kao i njihovi prethodnici u 19. stoljeću. Autorska prava, koja se ostvaruju kao ekskluzivna prava i kategorije autorskog prava, poslužila su kao kostur novog režima autorskih prava, ali kako je 20. stoljeće napredovalo, potrebe i želje stvaralaca postale su sporedne onim industrijama o kojima su ovisili.*“³⁸

Cilj industrija bilo je zakonski osigurati što bolju zaštitu kako bi osigurali optimalnu zaradu iz proizvodnje i diseminacije zaštićenog materijala. S napretkom korporativnog kapitalizma dolazi do prisvajanja izuma od strane kompanija i ta praksa postaje općeprihvaćena.³⁹ Pobornici prava kompanije naspram prava izumitelja smatrali su da time što kompanije snose trošak izuma kroz isplaćivanje plaće izumitelju i pružanja materijala za rad zaslužuju koristiti izum bez da mu plaćaju naknadu bez obzira na to zadržava li vlasništvo nad patentima. Coriat

³⁸ Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 69.

³⁹ Coriat, B.; Weinstein, O. IPR Regimes, Firms and the Commodification of Knowledge // *Socio-Economic Review*. 10, 2(2012), str. 276.

i Weinstein navode da je evolucija industrije u dvadesetom stoljeću korodirala prijašnji režim centriran na individualnom stvaralaštvu zato što u to vrijeme dolazi do implementacije uvjeta za transformaciju kompanija u današnji korporativni kapitalizam.⁴⁰ Ključni elementi transformacije koje Coriat i Weinstein. navode su: prelazak na hijerarhijsku, centraliziranu strukturu kompanije, integracija radnika u kompaniju i prelazak u veliku (Chandlerian tip⁴¹) kompaniju s vlastitim odjelima za istraživanje i razvoj.⁴²

Metode kojima se zakon provodio također su se razlikovale po vremenima. U 19. stoljeću postojale su organizacije za sakupljanje naknade za javno izvođenje glazbe. Prvo društvo sakupljača naknade nastaje 1851. u Francuskoj – društvo autora, skladatelja i glazbenih izdavača. Pred kraj dvadesetog stoljeća vlasnici licence tražili su naknade za svako zamislivo korištenje zaštićenih materijala.⁴³ Rani uspjeh društva izvođačkih prava pri skupljanju naknada od radio stanica inspirirao je vjerovanje da bi zakon trebao garantirati da su nositelji intelektualnog vlasništva plaćeni za svako korištenje materijala koji su proizveli. Potrebe za kontrolom ubrzo se proširile na globalnu razinu i u konačnici doveli do novog režima intelektualnog vlasništva: „*Nakon 1950., novi internacionalizam – koji su prvo oblikovale poslijeratne politike dekolonizacije i, kasnije, politike ekonomske hegemonije – pretvorio je međunarodne zakone o autorskom pravu u oruđe korisno za potrebe izvoza industrija zabave, medijske i računalne industrije u SAD-u.*“⁴⁴ Digitalna komunikacija i razvoj Interneta transformirali su svijet intelektualnog vlasništva. Iako režim intelektualnog vlasništva poprima mnoge karakteristike prethodnih monopola, on je također doveo do najveće opozicije u povijesti koju predvodi interes javnosti. Javnost zahtijeva da joj se učine dostupnima informacije svih oblika, što je dovelo do antagonizma i otpora naroda prema restrikcijama intelektualnog vlasništva u digitalnom okruženju. Dok su neke međunarodne organizacije poput UNESCO-a (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) podržavale široku diseminaciju, druge nisu bile toliko zainteresirane (WIPO (World

⁴⁰ Coriat, B.; Weinstein, O. IPR Regimes, Firms and the Commodification of Knowledge // *Socio-Economic Review*. 10, 2(2012), str. 270.

⁴¹ Naziv za kompanije nazvane po Alfredu DuPointu Chandleru Jr. koji opsežno analizira strukture kompanija dvadesetog stoljeća i njihovog upravljanja.

⁴² Isto. Str. 271.

⁴³ Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 75.

⁴⁴ Isto. Str. 87.

Intellectual Property Organization) , TRIPS (The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights), Bernska Unija).⁴⁵

3.5. Komodifikacija digitalnog prostora

Lipton smatra da se zakoni razvijaju tako da dosegnu društvena očekivanja i upotpunjuju njihove komercijalne i druge potrebe.⁴⁶ Prema tome, kako bismo razumjeli zakone koji su vezani uz komodifikaciju informacija, potrebno je razumjeti njihovu povijest i koje su društvene i ekonomske potrebe zadovoljavali prijašnji zakoni. Već smo imali priliku vidjeti kako se raniji oblici režima pojavljuju u kasnijim oblicima, ali sada preostaje opisati neke od pojava koji definiraju diseminaciju informacija danas i koje su njihove posljedice. Iako smo do sada analizirali komodifikaciju diseminacije informacija na makro razini preko intelektualnog vlasništva, kao kulminaciju povijesne analize prikazat ćemo komodifikaciju u digitalnom okruženju zbog njezine reprezentativnosti kao nastavak njenog razvoja u dvadesetom stoljeću.

U osamdesetim godinama prošlog stoljeća proglašenjem Zakona o autorskom pravu 1979. godine u Americi počinje komodifikacija digitalnog prostora.⁴⁷ Provođenjem autorskog prava u kompjuterskim programima dolazi do velike primjene u svijetu programiranja, gdje do donošenja novog zakona prevladava slobodan protok informacija i suradnja bez potrebe da se postignuća i inovacije drže tajnim. Novonastali režim postavio se naspram ideja individualne slobode u digitalnom okruženju te je uzrokovao niz reakcija i pokreta koji su vjerovali u socijalnu i ekonomsku korist u slobodnoj suradnji i izmjeni informacija.

Kao što smo spomenuli, intelektualno vlasništvo služi za zadovoljavanje društvenih i ekonomskih potreba. Njegove pristaše smatraju da intelektualno vlasništvo balansira interese proizvođača i potrošača proizvoda. Međutim, u očima pobornika krutosti režima intelektualnog vlasništva, svaka instanca ilegalnog dijeljenja predstavlja povredu industrije u cjelini: „Izdavači su inzistirali na tome da svaka kopirana stranica zadržava ekonomsku

⁴⁵ Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 89.

⁴⁶ Lipton, J. Information Wants to be Property : Legal Commodification of E-commerce Assets. *International Review of Law, Computers & Technology*. 16, 1(2010), str. 53.

⁴⁷ Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 103.

vrijednost. Čvrsto su vjerovali da svaka ilegalna kopija pojedine stranice sije sjeme ekonomske štete. Vlade, WIPO, UNESCO, svi oni prihvatili su da svako djelomično kopiranje bez naknade narušava prava nositelja autorskih prava. Vladina istraživanja reprografskih postupaka nisu uspjela ispitati tezu izdavača, a izdavači su kao odgovor pretvorili svoj zahtjev za naknadom u pitanje nužnosti.⁴⁸ Digitalno doba nastaje pred kraj dvadesetog stoljeća zahvaljujući tri odvojena procesa: prvi proces je potreba za menadžerskom fleksibilnošću i globalizacijom kapitala, proizvodnje i trgovine, drugi proces je zahtjev za društvom koje vrednuje individualne slobode i otvorenu komunikaciju i treće je napredak u računalnoj tehnologiji i telekomunikaciji koje je omogućila revolucija mikro elektronike.⁴⁹ Paralelno usponu internetskih firmi i novog globalnog poretka, Internet počinje povezivati i davati platformu golemom broju korisnika diljem svijeta. Suvremeni režim diseminacije informacija karakteriziran je gotovo potpunom anarhijom diseminacije informacija. Castells navodi kako je temelj suvereniteta države uvijek bila kontrola protoka informacija, a ona u digitalnom dobu polako erodira.⁵⁰ To je navelo vlade da se udruže i stvore novi režim kontrole. Međutim, udruživanjem su izgubili dio suvereniteta zato što su se morali odreći dijela moći kako bi se složili oko zajedničkih standarda za regulaciju.

S druge strane, prema Castellsu, internetska revolucija dovela je do novih formi otpora i unutar Interneta nastaju novi anti-globalistički pokreti bez stalne, profesionalne organizacije, centra, komandne strukture, ili zajedničkog programa.⁵¹ Diljem svijeta postoji golem broj atomiziranih organizacija i individua koje se uključuju u aktivizam. Sukobi u digitalnom dobu orijentiraju se oko konflikata za transformaciju kategorija našeg postojanja, kroz izgradnju interaktivnih mreža kao forma za organizaciju i mobilizaciju.⁵² Te mreže koje nastaju iz otpora lokalnih društva, ciljaju na nadilaženje moći globalnih mreža i time rekonstruiranje svijeta odozdo.⁵³

⁴⁸ Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 97.

⁴⁹ Castells, M. *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society*. New York : Oxford University Press. 2001. Str. 2.

⁵⁰ Isto. Str. 177.

⁵¹ Isto. Str. 142.

⁵² Isto. Str. 143.

⁵³ Isto.

U digitalnom dobu Internet i računalna revolucija počinju igrati veliku ulogu u ekonomiji. Na primjer, u 2000. godini u SAD-u trgovinom na webu ostvareno je 400 bilijuna dolara.⁵⁴ No, internetske firme i razvoj ekonomije generalno duguju mnogo transformaciji tržišta kapitala.⁵⁵ Bez financiranja startup kompanija od financijskih firma ne bi bilo ekonomskog rasta vođenog Internetom.⁵⁶ Međutim, ubrzo dolazi do sukoba biznisa i korisnika. Postoje dva glavna razloga za suradnju izvan povremenog oportunitizma: prvi razlog se primarno tiče „.com“ firmi, zbog toga što moraju narušiti privatnost svojih korisnika kako bi prodali njihove informacije, a drugi razlog je to što trebaju potporu od vlade kako bi očuvali prava na vlasništvo u internetskoj ekonomiji.⁵⁷

Castells je smatrao da je afera Napster bila prekretnica u sukobu.⁵⁸ Napster je bila Internet usluga koja je započela masovno dijeljenje podataka, tj. P2P (engl. *peer-to-peer*) fenomen.⁵⁹ Korisnicima je omogućeno korištenje Napsterovim indeksnim sustavom na Napsterovom centralnom serveru kako bi identificirali digitalne kopije glazbe koje bi preuzeli s mašina drugih korisnika.⁶⁰ Drugim riječima, P2P omogućuje Internet korisnicima da se direktno povežu u grupe kako bi postali virtualni sustav koji omogućuje pretraživanje i međusobno dijeljenje podataka. Američke kompanije smatrale su Napster piratskom organizacijom zbog neovlaštenog dijeljenja zaštićene glazbe i pokrenuta je parnica.⁶¹ Sudovi su stali na stranu glazbenih kompanija, a Napster se zatvorio 2001. godine.⁶²

Dakle, u srži kontroverze oko P2P dijeljenja podataka leže dva različita pogleda na regulaciju informacija. Granice nisu strogo definirane, ali generalno prvi pogled zagovara strogu regulaciju i najčešće predstavlja interese političkog vodstva i privatnih interesa da bi se kontrolirala ponuda informacija za političku ili ekonomsku prednost, dok s druge strane stoji pogled koji polazi od interesa javnosti koja zahtijeva slobodan pristup informacijama. Iako

⁵⁴ Castells, M. *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society*. New York : Oxford University Press. 2001. Str. 64.

⁵⁵ Isto. Str. 78.

⁵⁶ Isto.

⁵⁷ Isto. Str. 181.

⁵⁸ Isto.

⁵⁹ Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 112.

⁶⁰ Isto.

⁶¹ Isto.

⁶² Isto. Str. 113.

povijest dugo vremena stoji na strani privatnih interesa, u današnje doba zbog angažiranosti javnosti u posljedice politika, pogotovo unutar digitalnog prostora, novi zakoni i regulacije upitne koristi često susreću velik otpor javnosti, raznih grupa, boraca za ljudska prava, itd. Također, današnje doba obilježava nastanak raznoraznih alternativa diseminaciji kakvu propisuje današnji režim, u obliku drugačijih monetarnih modela ili u slučaju digitalnog prostora i programiranja poput ideje slobodnog softvera (engl. *free software*) te pokreta otvorenog koda (engl. *open source movement*).

Unutar suvremene rasprave oko P2P preuzimanja podataka, nastaje argument da kopiranje djela ima utjecaj na njegovo tržište. Međutim, nikada nije dokazano da piratstvo ima ozbiljne posljedice na prodaju i zdravlje industrije. Štoviše, istraživanje Europske unije (dalje: EU) koje je provedeno kako bi se vidjelo kako piratstvo utječe na prodaju glazbe, filmova, knjiga i igrice u EU, pokazalo je da piratstvo zapravo ne šteti prodaji.⁶³ Bez obzira na to, nosioci intelektualnog vlasništva i dalje nastavljaju podčinjavati diseminaciju informacija na razne načine. Jedan od najkontroverznijih pokušaja je američki Zakon o digitalnim autorskim pravima (poznatiji pod engleskom kraticom *DMCA*), koji svoje korijenje vuče iz WIPO sporazuma o autorskom pravu iz 1996. koji zahtijeva da stranke zaštite nosioce autorskog prava protiv izbjegavanja djelotvornih tehnoloških mjera koje se koriste da bi zaštitile autorsko pravo i udružena prava u djelima.⁶⁴ Američki Zakon o digitalnim autorskim pravima i mnoge druge mjere posvećene su zaštiti *pristupa* zaštićenim djelima, a ne njihovog kopiranja, što je velika razlika s obzirom na to da autorsko pravo primarno štiti izraz djela. Lipton smatra da novi zakoni i direktive nastaju kako bi „popravili“ neke od problema koji se javljaju kod zakona o autorskom pravu i patentima unutar digitalnog prostora, ali oni će vrlo moguće dovesti do novih problema.⁶⁵ Autorsko pravo i patenti funkcionirali su u industrijskom dobu kada su adekvatno mogli štiti proizvode, ali sami po sebi nisu dovoljni za ispunjavanje interesa u digitalnom dobu te ih se na mnogo načina pokušavalo upotpuniti drugim zakonima i direktivama poput: SOPA (Stop Online Piracy Act), PIPA (PROTECT IP Act), AFACT (Australian Federation Against Copyright Theft), v iiNet, itd. Mnogi od navedenih pokušaja nisu uspjeli, međutim bitka za internet traje i dan danas i vrlo je moguće da će slični pokušaji nastati u budućnosti.

⁶³ van der Ende, M. et al. *Estimating Displacement Rates Of Copyrighted Content In The EU*. European Commission. 2015. URL: https://cdn.netzpolitik.org/wp-upload/2017/09/displacement_study.pdf (12. 3. 2021.).

⁶⁴ Lipton, J. Information Wants to be Property : Legal Commodification of E-commerce Assets. *International Review of Law, Computers & Technology*. 16, 1(2010), str. 59.

⁶⁵ Isto. Str. 60.

3.6. Neoliberalizam

Današnji režim intelektualnog vlasništva u velikoj mjeri definira uspon financijskog tržišta. Zeller smatra da nastankom financijski dominiranog kapitalizma, nakon reforma i deregulacija financijskog tržišta osamdesetih godina prošlog stoljeća, započinje prisvajanje znanja na sličan način na koji kapitalizam inicijalno nastaje prisvajanjem zemljišta.⁶⁶ Nova akumulacija provodi se gomilanjem intelektualnog vlasništva i njegovom valorizacijom. Unutar širih industrijskih struktura dolazi do porasta malih specijaliziranih kompanija baziranih na jednoj vrsti tehnološkog ili znanstvenog znanja ili kapitala. Konzekventno, akumulacija i raspodjela kapitala ili investicija, koja se u Fordističkoj fazi izvodila unutar velikih kompanija, sada se većinom provodi kroz financijsko tržište.⁶⁷ Nadalje, ono što će nas poglavito zanimati je proširivanje režima intelektualnog vlasništva na proizvodnju znanja, što je ključan fenomen neoliberalnog kapitalizma.

Prelazak s autorskih prava na neoliberalizam nužan je zato što u današnje vrijeme autorska prava ne igraju ključnu ulogu u režimu intelektualnog vlasništva. Ona su još uvijek dio njega i ona još uvijek omogućuju funkcioniranje industrija temeljenih na autorskom pravu. No, nastankom novih oblika intelektualnog vlasništva, novih tržišta i domena, određenih karakteristika specifičnih za neoliberalizam te njihov međuodnos, uvid u samo funkcioniranje neoliberalizma nosi puno relevantnije uvide od proučavanja njegovih prvotnih komponenti. Pri definiranju neoliberalizma Cope navodi tri stava koji generalno određuju neoliberalizam: vjeru u benevolentnost slobodnog tržišta, minimalnu upletenost države i individuu kao racionalnog ekonomskog aktera.⁶⁸ Oni sačinjavaju neoliberalnu ideološku jezgru, ali kako bismo potpunije razumjeli neoliberalni utjecaj moramo se, uz njegove ideološke posljedice, također baviti njegovim materijalnim ustrojstvom.

Postoje različita mišljenja što točno komodifikacija predstavlja u kontekstu proizvodnje znanja. Na primjer, Pankova et al. definiraju komodifikaciju na nekoliko načina. One smatraju

⁶⁶ Zeller, C. From the gene to the globe : Extracting rents based on intellectual property monopolies // *Review of International Political Economy*. 15, 1(2007), str. 87.

⁶⁷ Coriat, B.; Weinstein, O. IPR Regimes, Firms and the Commodification of Knowledge // *Socio-Economic Review*. 10, 2(2012), str. 268.

⁶⁸ Cope, J. Neoliberalism and Library & Information Science : Using Karl Polanyi's Fictitious Commodity as an Alternative to Neoliberal Conceptions of Information // *CUNY Academic Works*. (2014), 4. URL: https://academicworks.cuny.edu/si_pubs/4/ (12. 3. 2021). Str. 3.

da je komodifikacija karakterističan proces za zapadne tržišne ekonomije. Termin se koristi kako bi se opisao proces kada se nečemu što nema ekonomsku vrijednost dodjeli vrijednost te kako tržišna logika zamjenjuje druge socijalne vrijednosti.⁶⁹ Drugim riječima, ono opisuje modifikaciju odnosa koji do maloprije nisu bili komercijalni u tržišne odnose. Komodifikacija se također može koristiti kao izraz za šire društvene trendove koji sve stavljaju u tržišnu sferu.

U današnje vrijeme među misliocima je sve zastupljenija ideja da se komodifikacija širi daleko iznad sfere rada u gotovo sve sfere ljudskog iskustva. Mark Fisher navodi kako je jedan od ključnih elemenata koji definiraju kapitalizam njegovo konstantno nametanje tržišnih mehanizma.⁷⁰ Ono što definira suvremeni svijet je stav ili mišljenje po kojem svaka stvar i iskustvo ima razmjensku vrijednost i cijenu na tržištu. U tom smislu, mnogi autori smatraju da se fenomen komodifikacije informacija odvija kao posljedica neoliberalizma i neoliberalnih politika koje definiraju današnji kapitalizam. Na primjer, Lawson et al. govore o komodifikaciji akademskog znanja u kontekstu pokroviteljstva neoliberalizma i kako se strukture koje upravljaju društvenim razumijevanjem informacija reorganiziraju pod neoliberalnim svjetonazorom: „U tržišnom forumu, priroda naše kulturne veze s ovim informacijama i znanjem mijenja se iz veze zasnovane na zajedničkom znanju ili zajedničkim informacijama u vezu koja je strogo određena ekonomskom vrijednošću, vlasničkim pravima koja se na nju odnose te njenom vrijednošću unutar suvremene ekonomije znanja. Kao što je navedeno, ova promjena dovodi do natjecanja po pitanju proizvodnje određenih informacija i znanja, što dovodi do podjele u potražnji u vezi s ekonomijom znanja i skrivanja informacija od određenog raspona korisničkih skupina, što uključuje znanstvenike i širu publiku izvan akademije.“⁷¹

⁶⁹ Pankova, N.; Khaldeeva, M. Commodification of Knowledge in System of Higher Education. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences* / uredili Karpova, A. Y., Ardashkin, I. B. Russia : Future Academy, 2016. str. 732.

⁷⁰ Fisher, M. *Capitalist Realism : Is There No Alternative?* Winchester; Washington : Zero Books, 2009.

⁷¹ Lawson, S.; Sanders, K.; Smith, L. Commodification of the Information Profession : A Critique of Higher Education Under Neoliberalism // *Journal of Librarianship and Scholarly Communications*. 3, 1(2015), str. 5.

4. Komodifikacija proizvodnje znanja

Unutar ovog poglavlja prikazuju se razni načini na koji način današnji, neoliberalni režim intelektualnog vlasništva prodire u sferu proizvodnje znanja. Analiza započinje sa posljedicama neoliberalne ideologije na način na koji percipiramo vlastito društvo. Nakon toga, prikazuju se konkretni slučajevi realizacije tržišne ideologije unutar sfere proizvodnje znanja, poglavito sveučilišta. Navode se komodifikacijske prakse koje se odvijaju na sveučilištima. Međutim, u sklopu sveučilišne proizvodnje znanja, poglavito se bavimo manje vidljivim utjecajima tržišnih odnosa na proces proizvodnje znanja. Specifičnije, bavimo se utjecajem komodifikacije na formulaciju znanstvenih istraživanja, evaluaciju znanstvenih radova i upravljanje znanjem.

4.1. Društvo znanja

Liessmann smatra da živimo u društvu znanja, a razlog tome je višestruk: znanje je postalo premisa današnjih ekonomskih, pedagoških, političkih i drugih aktivnosti, slovi kao najhitniji resurs siromašnijih zemalja, kao pokretač istraživanja, tržišta, poduzeća, kao najbolja investicija za budućnost i u konačnici, kao suvremena moda.⁷² Međutim, Liessmann upozorava da „[m]nogo toga što se propagira i proklamira pod naslovom društvo znanja pri pozornijem se motrenju očituje kao retorička gesta koja ideji obrazovanja duguje manje nego čvrstim političkim i ekonomskim interesima.“⁷³ Dio Liessmannove kritike današnjeg društva počiva na tezi da u današnjoj epohi nedostaje normativna ideja obrazovanja, poput, na primjer, prosvjetiteljskih, Humboltovskih modela, iz kojih bi se uopće dalo iščitati nešto poput pojma neobrazovanosti. Drugim riječima, napuštanje obrazovnih ideala i ciljeva otvorilo je put drugačijoj konceptualizaciji znanja, informacija i sveučilišta – komodifikaciji. Konzekventno, neobrazovanost za Liessmanna ne označava odsustvo znanja, niti oblik nekultiviranosti, već je ona direktna posljedica kapitalizacije duha.

Jacobs smatra kako se komodifikacija proizvodnje znanja ili akademske proizvodnje znanja provodi kako bi se proizvodnja znanja, informacija te znanost kao takva učinila odgovornom i podređenom mehanizmima tržišta.⁷⁴ Konzekventno, komodifikacija je oruđe internacionalizacije obrazovanja i njegove integracije u globalni obrazovni okoliš. Ideja da

⁷² Liessmann, P. *Teorija neobrazovanosti : zablude društva znanja*. Zagreb : Jesenski i Turk, 2008. Str. 3.

⁷³ Isto.

⁷⁴ Jacob, M. Rethinking Science and Commodifying Knowledge // *Policy Futures in Education*. 1, 1(2003), str. 127.

znanje igra ključnu ulogu u napretku civilizacije prisutna je od Francisa Bacona, međutim, u današnjem dobu sve se više ističe da znanost igra ključnu ulogu u ekonomiji, tako da mnogi znanstvenici smatraju da danas živimo u ekonomiji znanja. Jacobs smatra da taj trend potvrđuje pretvorba europske ekonomije u ekonomiju znanja, a ono što karakterizira ekonomiju znanja jest: suradnja korporacija i sveučilišta, promoviranje inovacije i poduzetništva i promoviranje razvoja *tehnološkog sektora gospodarstva*.⁷⁵

⁷⁵ Jacob, M. Rethinking Science and Commodifying Knowledge // *Policy Futures in Education*. 1, 1(2003), str. 126.

4.2. Tržišna ideologija na sveučilištima

Karpov smatra da iz perspektive komodifikacije visoko obrazovanje izgleda kao supermarket, a njegovi studenti kao potrošači i da takva percepcija ima posljedice na kulturu i obrazovanje. Kada obrazovanje i znanosti postanu samo sektor ekonomije, onda postoji šansa da one izgube svoj identitet.⁷⁶ U današnje vrijeme trend uplitanja poslovnog svijeta u sveučilišta je sve učestaliji. Mnoge kompanije diljem svijeta upliću se u sveučilišni ekosustav pa tako i Amazon, jedna od najvećih kompanija na svijetu, čije sveučilišne aktivnosti kritičari nazivaju „amazonifikacija“ sveučilišta zbog potpune predanosti tretiranju studenta kao potrošača.⁷⁷ Karpovljeva kritika usmjerena je prema uplitanju komodifikacije u akademski diskurs koji u velikoj mjeri definira kako se percipira uloga sveučilišta u društvu, te kako akademski građani promatraju sami sebe i svoju ulogu. „*I tako, poimanje obrazovanja kao "robe" ili "usluge" iz njegove didaktične osnove uklanja metode i sadržaj koji oblikuju tip kreativnog pojedinca koji ima propitljiv stav prema stvarnosti, to jest, takvog pojedinca koji ima sposobnost stvaranja znanja. Posljedično, time nestaje viđenje obrazovanja kao glavnog protagonista u društvu koje živi zahvaljujući znanju.*“⁷⁸ Problem koji je potrebno istaknuti gubitak je smisla za kompleksnosti stvarnosti naspram suženog nadometka perspektive kojeg predstavlja tržišna ideologija. Prihvatanjem tržišnih odnosa kao glavnog protagonista znanstvene aktivnosti više se ne bavimo stvarnošću kao takvom nego stvarnošću koja je posredovana tržišnim odnosima. Konzekventno, totalnost ekonomskih vrijednosti poput isplativosti, inovativnosti itd., ne ostavljaju puno prostora za alternativne perspektive.

Akademski diskurs je postepeno koloniziran od strane jezika ekonomije, koji u njega prenosi idiome i argumente iz jezika menadžmenta, financija i poslovne konzultacije. Za Karpova je komodifikacija „kognitivnih sposobnosti“ pretvorila znanje u robu, predmet komercijalne uporabe, a kada se principi kojima se vrednuje kvaliteta tvorničke proizvodnje ili cijena tržišnog proizvoda presele u obrazovanje onda se dublja, formativna, esencijalna priroda duhovnih i intelektualnih disciplina poput književnosti i povijesti uništava.⁷⁹ Cjelokupni proces dovodi do toga da sveučilišta počinju sve više ličiti na transnacionalne kompanije. Kao posljedica toga gubi se sveučilišni kulturološki karakter koji igra u društvu. Liessmann je

⁷⁶ Karpov, A. O. A Commodification of Education // *Russian Education and Society*. 55, 5(2013), str. 75.

⁷⁷ Press, A. N. The „Amazonification“ of Higher Education Has Arrived. It's not Pretty. *Jacobin*. 2021. URL: <https://jacobinmag.com/2021/02/higher-education-covid-19-collin-college> (12. 3. 2021).

⁷⁸ Karpov, A. O. A Commodification of Education // *Russian Education and Society*. 55, 5(2013), str. 79.

⁷⁹ Isto. Str. 76.

smatrao da ustroj sveučilišta potječe iz europske kulturne tradicije koja nastaje kao rezultat suradnje i kritičnosti prema razlozima zašto obrazovni sustavi rade kako rade, a valjda nadodati da sveučilišta imaju vlastite povijesti, tradicije i društvenu pozadinu koja ih čini jedinstvenima. Međutim, birokratizacija i standardizacija sveučilišta čine sve istim.

Obrazovanje se komodificira kako bi se stvorilo novo tržište, tržište obrazovanja, koje bi također moglo stvarati inovacije u koje bi se mogao uložiti kapital. Liessmannovim riječima: „*Ako se, primjerice, govori o istraživanjima i razvitku, radi se tada o proizvodnim mjestima znanja koja treba što je moguće brže transferirati u tehnologije i na taj način u zonu ekonomske iskoristivosti. Tko o sveučilištima govori kao o poduzećima koja, vođena menadžerima znanja, izrađuju bilance znanja, a pri tome ih se mjeri po tome doima li se u njima vidljivi odnos inputa i outputa rentabilnim, mora biti u stanju sve one industrijske postupke i u njima sadržane gospodarstvene parametre primijeniti na znanje, ukoliko želi da ta cjelina rezultira nekakvim smislom.*“⁸⁰ Implementacija tržišnih mehanizama dovodi do toga da studenti misle o sebi kao potrošačima koji investiraju u vlastiti ljudski kapital, a visoko obrazovanje smatra se nečim što se kupuje za privatni dobitak. Međutim, mnogi kritičari obrazovanja smatraju da bi obrazovanje trebalo biti nešto više od pukog zadovoljavanja interesa i karijere.

4.3. Komodifikacijske prakse na sveučilištima

Proizvodnja znanja u društvu velikim se djelom odvija na sveučilištima, tako da se većina rasprave o komodifikaciji proizvodnje znanja odvija unutar domene sveučilišne proizvodnje znanja, u obliku istraživanja koja sveučilište provodi ili kroz djelatnosti njegovih radnika. Prije nego li prijedemo na komodifikaciju proizvodnje informacija, trebamo navesti neke od komodifikacijskih praksi na sveučilištima koje ne svrstavamo striktno u proizvodnju informacija i znanja.

Kako bi se jasnije prikazao utjecaj komodifikacije na *modus operandi* sveučilišta, trebamo navesti neke od percipiranih koristi komodifikacije. Jacob primjećuje kako jedan od čestih argumenata koji se navode za opravdanje sve veće komodifikacije sveučilišta dolaze od potrebe za autonomijom sveučilišta.⁸¹ Nakon što se implicitno pretpostavi ekvivalentnost

⁸⁰ Liessmann, P. *Teorija neobrazovanosti : zablude društva znanja*. Zagreb : Jesenski i Turk, 2008. Str. 14.

⁸¹ Jacob, M. Rethinking Science and Commodifying Knowledge // *Policy Futures in Education*. 1, 1(2003), str. 126.

sveučilišne autonomije s njegovom financijskom neovisnosti, argumentira se da je komodifikacija samo sredstvo kako bi se postigla financijska neovisnost i time autonomija sveučilišta. Druga struja argumentira da poduzetništvo, kao širi društveni pokret, koristi komodifikaciju kako bi premostilo jaz između proizvodnje sveučilišnog znanja i stvaranja ekonomskih blagodati za društvo. Ono što je zajedničko ovim argumentima jest da legitimiziraju druge, ne-znanstvene ciljeve znanstvenog istraživanja i sveučilišne proizvodnje znanja.

Ovakva argumentacija pogotovo zapanjuje Liessmanna: „*Pritom je, kao i u slučaju sličnih industrijalizacijskih procesa, zanimljiv socijalno-psihološki fenomen da ljudi koji su (kao redovni profesori čak i s državnim jamstvom) dugo istraživali i poučavali pod premisama suverenosti i slobode, relativno mirno prihvaćaju svoju integraciju u hibridni proizvodni i kontrolni koncept. S obzirom na inteligenciju tih ljudi (ipak se tu radi o novim elitama) nećemo niti pretpostaviti da se daju zavarati priprostim retorikom koja taj industrijalizacijski proces propagira pod etiketama poput “autonomije” i “fleksibilnosti”*“.⁸²

S obzirom na to, komodifikacija u kontekstu akademske proizvodnje znanja može se razumjeti kao fundamentalna reorganizacija sveučilišta i njegove uloge u ekonomiji. Kako bi povećali svoju autonomnost, sveučilišta se upuštaju u raznovrsne komercijalne prakse. Komodifikacija sveučilišta sadrži mnoge prakse poput prodaje patenata, licenca ili konzultantskih usluga, stvaranje renta i drugih praksi koje promoviraju komodifikaciju i komercijalizaciju sveučilišnih aktivnosti. Jacobs navodi kako se renta stvara na tri kontroverzna načina:⁸³

1. Izrabljivanje postojećeg tržišta – provodi se tako što zanimanja koja nisu zahtijevala visoko obrazovanje i diplomu sada zahtijevaju višu razinu obrazovanja pa time stvaraju blokadu u obliku rente. Na primjer, medicinska praksa nije zahtijevala visoko obrazovanje.
2. Stvaranjem novog tipa obrazovanja u anticipaciji njegove potrebe na radnim mjestima.
3. Povećavanje pristupa postojećem kurikulu putem novih tehnologija, poput web aplikacija i drugih informacijskih tehnologija koje omogućuju veći broj polaznika.

⁸² Liessmann, P. *Teorija neobrazovanosti : zablude društva znanja*. Zagreb : Jesenski i Turk, 2008. Str. 15.

⁸³ Jacob, M. Rethinking Science and Commodifying Knowledge // *Policy Futures in Education*. 1, 1(2003), str. 133.

Dok danas ni ne promišljamo ideju doktora bez fakulteta, postojanje nastave na mreži ostaje kontroverzna tema. Prednost nastave na webu može biti niža cijena, šira dostupnost, manjak fizičkih granica itd., ali vrijedno je istaknuti i neke probleme, poput kompartmentalizaciju učenja. Naime, upitno je do koje mjere se u *online* nastavi gubi društveni aspekt učenja. Imaju li polaznici isti pristup profesorima, kolegama, imaju li prilike za umrežavanje (engl. *networking*), ležernu izmjenu informacija i drugih mogućnosti koje standardna praksa nudi, a koje ni ne moraju biti nužno vezane uz sam proces učenja. Iako ne znamo do koje mjere društvenost utječe na učenje i njegovu kvalitetu, kritiku je jedino moguće formulirati s obzirom na ideale koje nadilaze puko ekonomsko promišljanje čiji obzor ne prelazi granice isplativosti.

4.4. Istraživanja

Komodifikacija sveučilišta u Americi dobiva mah uvođenjem Bayh-Dole zakona koji stupa na snagu 1980.⁸⁴ On je doveo do mnogih promjena u akademskom istraživanju i ulozi koju će igrati u ekonomiji. Najistaknutija promjena otvaranje je mogućnosti patentiranja akademiji i akademskim istraživačkim laboratorijima. Novi zakon im je omogućio da registriraju patente za proizvode njihovog istraživanja, čak i kada je istraživanje javno financirano, što je *de facto* promijenilo ulogu koju sveučilišta igraju u ekonomiji i društvu. On je doveo do porasta komodifikacije akademskog istraživanja u Americi, ali iste su se prakse brzo proširile diljem svijeta. Također, doveo je do toga da je u mnogim laboratorijima utrka za registriranje patenata postala organizirana aktivnost. Nastali su specijalni uredi za transfer tehnologije (engl. *Technology Transfer Offices* i.e. TTO) za prodavanje patenata trećim strankama (investitorskim firmama, itd.) ili bi se sveučilišta i kompanije udružili kako bi zajednički profitirali na patentu. Zeller navodi kako se u sedamdesetima i osamdesetima ciljalo na to da sveučilišta pomognu ponovnom uspostavljanju Američke međunarodne kompetitivnosti i njenog tehnološko vodstvo u nekim područjima.⁸⁵

Međutim, nove prakse otvaraju mnoga prostora za funkcionalno i etičko propitivanje. Postavlja se pitanje potiče li navedeni model inovativnost ukoliko kompanije sve više postaju ovisne o javnom istraživanju? Koja je poanta ulaganja u istraživanje i razvoj (engl. *research*

⁸⁴ Coriat, B.; Weinstein, O. IPR Regimes, Firms and the Commodification of Knowledge // *Socio-Economic Review*. 10, 2(2012), str. 281.

⁸⁵ Zeller, C. From the gene to the globe : Extracting rents based on intellectual property monopolies // *Review of International Political Economy*. 15:1(2007), str. 94.

and development i.e. R&D) kada se nova tehnologija i inovacije stvaraju na sveučilištima i kada se konkurentnost na tržištu može postići bez inovativnog proizvoda? Sredstva koja su oslobođena postojanjem konkurentnih javnih istraživanja postaje isplativije usmjeriti u marketing. Manje je poznata činjenica da je većina tehnologije sadržane u *iPhone*-u nastala u javnom sektoru.⁸⁶ Iako inovativnost igra važnu ulogu u uspjehu proizvoda, postavlja se pitanje tko je točno i u kolikoj mjeri sudjelovao u inovativnosti. Također, upitna je sama etičnost prakse u kojoj se istraživanja financiraju kolektivno, dok se dobitak privatizira.

Zeller navodi kako je proizvodnja informacija puno kompleksniji proces koji uključuje društvene procese zato što su znanje, informacije, izumi i inovativnost u konačnici rezultat društvenih procesa, preciznije povećane socijalizacije rada.⁸⁷ Socijalizacija rada i proizvodnja znanja uključuju podjelu rada u kompleksnim sustavima i mrežama, što dodatno otežava dodjeljivanje zasluga i postignuća specifičnom akteru ili firmi. Nadalje, Zeller smatra da rastućom socijalizacijom proizvodnje znanja također raste i znanje proizvedeno u kompanijama, što dovodi do toga da se sve više oslanjaju na javna intelektualna dobra u obliku generalno dostupnih kvalifikacija, informacija i znanja.⁸⁸ Dakle, kompanije teže prisvajanju znanja koje stvaraju istraživači, radnici i članovi društva.

Sveučilište oduvijek proizvodi znanje, ali u današnje doba od sveučilišta se više ne traži puko znanje koje je sebi svrhom, nego se traže inovacije. Mijenjanje cilja obrazovanja također ima teleološki odraz na cjelokupni proces obrazovanja koji dovodi do cilja. Drugim riječima, novi cilj podrazumijeva drugačije metode njegova ostvarenja. Inzistiranje na inovacijama miče težište s obrazovanja pojedinca na osposobljavanje pojedinca za ekonomske aktivnosti jer se smisao prethodnog posve gubi. Mnoge su zemlje prihvatile premisu da će politike koje promoviraju takozvanu „poduzetničku kulturu“ dovesti do toga da se sveučilišta počinju baviti proizvodnjom inovativnosti, kao primjer tog trenda Jacob navodi programe „Stvaranje znanja, stvaranje bogatstva“ (engl. *Creating Knowledge, Creating Wealth*) za UK, „Istraživanje i Obnova“ (engl. *Research and Renewal*) za Švedsku.⁸⁹ Nadalje, upletenost tržišta u istraživanje očituje se kroz različite prakse: „Na primjer, do vrlo nedavno

⁸⁶ Hayes, M. Who Invented the iPhone? : It depends on what you mean by “Invented“. *Scientific American*. 2018. URL: <https://blogs.scientificamerican.com/observations/who-invented-the-iphone/> (12. 3. 2021).

⁸⁷ Zeller, C. From the gene to the globe : Extracting rents based on intellectual property monopolies // *Review of International Political Economy*. 15, 1(2007), str. 92.

⁸⁸ Isto.

⁸⁹ Jacob, M. Rethinking Science and Commodifying Knowledge // *Policy Futures in Education*. 1, 1(2003), str. 126.

*znanstvenici su trebali u svojim prijedlozima istraživanja naznačiti neke moguće namjene gdje bi znanje koje žele proizvesti moglo biti upotrijebljeno. U posljednje vrijeme ta je obaveza promijenjena tako da znanstvenici trebaju predstaviti korist putem suradnje s dionicima pri osmišljavanju prijedloga i putem uključivanja referentnih skupina dionika u procjenu znanja koje su proizveli.*⁹⁰

Naposljetku, komodifikacija se odvija unutar samog istraživanja. Jacobs daje slikovit primjer komodifikacije unutar procesa samog pokretanja znanstvenog istraživanja, od prijedloga do realizacije projekta. Proces se razlikuje ovisno o mnogim faktorima, poput zemlje istraživanja, sveučilišta itd., ali opisane prakse dobro ilustriraju uplitanje komodifikacije u proces nastajanja znanja.

Proces se opisuje kroz dvije faze. Jacobs navodi kako je navedeni proces lakše shvatiti ukoliko se ne razumije kao proces traženja istine svojstven tradicionalnijim oblicima znanstvenog istraživanja nego kao proces stvaranja komoditeta koji istraživači konstantno nadograđuju kako bi dosegao potrošačke zahtjeve na sličan način na koji bi se to činilo u komercijalnom poduzeću.⁹¹ U prvoj fazi odvija se standardna procedura početka istraživanja. Rekrutiraju se partneri, sponzori itd. Kako se oni pridružuju projektu, prijedlog konzekventno evoluiru u nešto drugačije od onoga što je prvotno bio te već tada dolazi do kompromisa zavisno o tome kakvi su prijedlozi u to vrijeme najprivlačniji financijskom tržištu. Jacobs također navodi kako je upletenost EU-a u financijsko tržište istraživanja pojačalo navedene korporativne aspekte prijedloga.⁹² Zbog zahtjeva EU-a o sudjelovanju specifičnih kombinacija država-članica i/ili industrija, proces često rezultira time da stranke koje eventualno formuliraju prijedlog istraživanja ne igraju nikakvu ulogu u njegovom kreativnom procesu. Njih se katkad regrutira zbog njihovih specifičnih kompetencija koje su potrebne kao dio kvalifikacijskih kriterija. Međutim, Jacobs ističe da je stvarnost istraživanja kompleksnija jer komercijalni pristup također može sadržavati i tradicionalnije pristupe i oni su često isprepleteni.⁹³

U drugoj je fazi prijedlog završen i predan na evaluaciju koja je po vrsti često istorazinska recenzija (engl. *peer-review*). Tijekom evaluacije prijedlog se ne smatra znanjem nego samo

⁹⁰ Jacob, M. Rethinking Science and Commodifying Knowledge // *Policy Futures in Education*. 1, 1(2003), str. 129.

⁹¹ Isto. Str. 136.

⁹² Isto. Str. 136.

⁹³ Isto .Str. 137.

okvirom kakvo će znanje biti provedeno i katkad zašto će se koristiti. Europsko istraživačko vijeće svjesno je da ne financira prijedlog, već znanje koje će biti razvijeno te sklapa implicitni ili eksplicitni dogovor da prijedlog predstavlja neku vrstu intelektualnog vlasništva. Pretpostavljajući da je ugovor legalni dokument, mijenja se njegova funkcija i povećava utjecaj Vijeća u njegovoj realizaciji – proces postaje komodificiran bez da nužno predstavlja vlasništvo. Na primjer, kako bi se ispunile kvalifikacije za financiranje, poput regrutiranja sudionika, istraživači su razvili mnoge diskurzivne prakse koje su usmjerene prema konstruiranju korisnika pod uvjetima koji su prihvatljivi istraživačkim vijećima i drugim financijerima.⁹⁴

4.5. Evaluacija

Komodifikacija također ima posljedice na to kako evaluiramo informacije i znanje. Prisvajanje komercijalno orijentiranih praksi u bibliotekarsku i informacijsku struku, u cilju određivanja vrijednosti resursa, ima velikih poteškoća. Mnogi kriteriji koji se primjenjuju pri evaluaciji proizvodnje informacija, poput mjerenja korištenja, odziva itd., formiraju divergentni oblik natjecanja za akademike u kojem se vrijednost njihova rada vrednuje na temelju njihovog doprinosa ekonomiji znanja.⁹⁵ Lawson et al. primjećuju kako rastući trend prema menadžerstvu znanstvenih istraživanja, informacija i znanja, koje podržavaju i bibliotekarske prakse, vodi prema empirijskom, objektivnom ophođenju informacijama.⁹⁶ Također navode kako se na znanstvena istraživanja primjenjuju Big Data analitike koje prate troškove analiziraju novčanu vrijednost kroz korištenje za raspodjelu institucijskih fondova za kupovanje pristupa informacijama i troškove obrade članaka (engl. *article processing charge* i.e. APC) cijena.⁹⁷ Problem je to što navedeni odnos prijeti akademskim slobodama i istraživačkom usmjerenju kroz poticanje natjecanja oko određenih tema na štetu područja poput književnosti koja su od manje vrijednosti za ekonomiju. Time što se znanstvene spoznaje evaluiraju unutar ekonomskih okvira djelomično se legitimira ideja znanstvenih istraživanja kao komoditeta.

⁹⁴ Jacob, M. Rethinking Science and Commodifying Knowledge // *Policy Futures in Education*. 1, 1(2003), str. 137.

⁹⁵ Lawson, S.; Sanders, K.; Smith, L. Commodification of the Information Profession : A Critique of Higher Education Under Neoliberalism // *Journal of Librarianship and Scholarly Communications*. 3, 1(2015), str. 4.

⁹⁶ Isto. Str. 12.

⁹⁷ Isto.

Problem kod navedenog sustava je to što miče kompleksnost i kontekst korištenja informacija. Lawson et al. smatraju da bi se implementacija podatkovnih, metričkih analiza korištenja informacija trebala smatrati djelomičnim indikatorima vrijednosti umjesto *de facto* indikatora, a razlog tome je što su znanstvene informacije i znanje utemeljene u diskurzivnim aspektima koji su vezani uz društvene i političke kontekste.⁹⁸ Narav podataka koji se prikupljaju iz korisničkih interakcija s dokumentom ne može uzeti u obzir racionalnost iza određenih odluka, a narav podataka koji su prikupljeni utemeljena je prema komercijalnim imperativima, a ne na pluralističkim, kulturološkim vrijednostima koje se ne mogu lako mjeriti. Analize koje se ne dotiču samog sadržaja teksta epistemološki su anemične. Neuspjeh da se to prepozna smanjuje funkciju visokog obrazovanja na puku opskrbu, unaprijed zapakiranu intelektualnu robu koja odgovara potrebama menadžmenta. S obzirom na to, legitimno je postaviti pitanje da li tako koncipirano obrazovanje služi potrebama pojedinca ili neoliberalnoj agendi.

⁹⁸ Lawson, S.; Sanders, K.; Smith, L. Commodification of the Information Profession : A Critique of Higher Education Under Neoliberalism // *Journal of Librarianship and Scholarly Communications*. 3, 1(2015), str. 13.

4.6. Komodifikacija epistemologije

Komodifikacija znanja također se proteže na upravljanje znanjem, specifičnije na znanje o znanju, tj. epistemologiju. Mnogi humanistički komentatori smatraju da ono čime upravljanje znanjem (engl. *knowledge management*) upravlja uopće nije znanje jer znanje ima uporište u konkretno definiranim temeljima, a o upravljanju znanjem Liessmann govori na sljedeći način: „Znanje se zbog toga ne može konzumirati, obrazovna mjesta ne mogu biti uslužna poduzeća, a prilagodba znanja ne može ludički uslijediti, jer to bez pomoći mišljenja jednostavno ne polazi za rukom. Iz tog se razloga znanjem ne može menadžerski upravljati. Znanje imaju samo ljudi, sve dok na ovom svijetu ne postoje drugi socijalni i inteligibilni akteri. U svako je znanje na taj način utisnuta mrlja subjektivnosti, ono je stalno šupljikavo, nekonzistentno i u velikoj mjeri obilježeno kontingencijom.“⁹⁹ Dakle, Liessmann se protivio ideji reifikacije znanja, ideji da se ono može konzumirati i da je njime moguće menadžerski upravljati. Međutim, dugogodišnji napredak u području upravljanja znanjem u određenoj mjeri prihvaća navedenu kritiku, ali se također s njom sukobljava. Razlog tome je što se pojavljuju novi, inteligibilni akteri, ali u obliku apstraktnih sustava organizacije. Kako bismo jasnije prikazali komodifikaciju epistemologije i njezine posljedice, prikazati ćemo nastanak njezinih uvjeta kroz razvoj područja upravljanja znanjem.

U svojim ranim godinama kapitalizam je bio u svojoj fordističkoj fazi. Fordizam je pojam koji označuje način upravljanja kompanijom, a fordistička kompanija je koncipirana tako da radnik tijekom svog cijelog radnog vremena izvršava jedne te iste pokrete kao automat ili kotačić u mehanizmu šire proizvodnje, dok je uloga menadžera nadzor i kontrola kako bi proces proizvodnje teкао neometano. Današnje vrijeme opisuje se kao post-fordističko zato što se kompanije više ne organiziraju po fordističkom modelu, nego su se okrenule alternativnim menadžerskim modelima i načinima upravljanja. Moderna kompanija stavlja naglasak na mobilnosti radnika. Za razliku od fordističkog radnika čija je vrijednost kvantitativna, definirana vremenskom količinom repetitivnog rada, post-fordističkog radnika odlikuju kvalitativni elementi njegovog rada: mobilnost, znanje i sposobnost. Međutim, mnogi komentatori smatraju da se moderna kompanija nije posve odvojila od vodećih ideja fordizma. Na primjer, Rotta i Teixeira smatraju da na isti način na koji je kapital prije dovodio do „formalnog“ i „stvarnog“ podređivanja rada kapitalu, danas se postiže „intelektualno“

⁹⁹ Liessmann, P. Teorija neobrazovanosti : zablude društva znanja. Zagreb : Jesenski i Turk, 2008. Str. 11.

podređivanje rada kapitalu.¹⁰⁰ Kako bismo razumjeli intelektualno podređivanje rada kapitalu prvo moramo definirati pretpostavke fordizma koje su dovele do formalnog podređivanja.

Fordizam kao menadžerska filozofija sadrži tri ključna elementa:¹⁰¹

1. Integraciju tehnologije i rada u cilju ubrzavanja procesa proizvodnje i optimiziranja razine menadžerske kontrole.
2. Zamjenjivost radnika kroz potkopavanje stručnog rada gdje god je moguće.
3. Zamjenjivanje radnika s tehnologijom gdje god je moguće.

U današnje vrijeme uspon „rada znanjem“ naizgled predstavlja kraj fordističkih i taylorističkih sustava kontrole zato što rad znanjem uključuje mišljenje, što i sam Liessmann navodi kao ključnu komponentu znanja i nešto oprečno pukoj funkcionalnoj objektivizaciji znanja, dakle, antitezu prijašnjim automatiziranim organizacijama, tj. vanjskoj kontroli i rutinizaciji radnog okoliša. Međutim, bilo je mnogo pokušaja da se mišljenje transformira u ekspertne sustave, od kojih je upravljanje znanjem zadnji pokušaj: „*Although there is no simple conveyor belt around which KM systems work, KM is embedded in a variety of organizational technologies that are functionally reminiscent of Fordist assembly lines and supervision regimes.*“¹⁰² Fordistički principi počinju se primjenjivati na puno širi spektar radnih okoliša koji dijele njegove ideološke principe menadžerstva. Kao fordizam, taylorizam se proširio iznad konteksta znanstvenog menadžmenta, manufakture i metoda razvijenih od Taylora, u menadžersku ideologiju koja tretira radnike kao mašine kroz transformiranje njihovih sposobnosti u tehničke i apstraktne sustave. Dakle, komodifikacija epistemologije u sklopu upravljanja znanjem ima korijenje u taylorizmu i fordizmu kao sustavima organizacijske kontrole koji pretvaraju znanje sadržano u radnim praksama u apstraktne sustave znanja. Međutim, ostaje prikazati kako se taylorizam i fordizam pojavljuju unutar upravljanja znanjem.

Prije nego što se komodifikacija ostvaruje unutar područja upravljanja znanjem, ona je bila sadržana u srodnim pristupima poput inženjeringa znanja i organizacijskog učenja koji prethode upravljanju znanjem i u konačnici dovode do njega. Hellström i Raman navode tri

¹⁰⁰ The Commodification of Knowledge and Information // *The Oxford Handbook of Karl Marx* / Rotta, T.; Teixeira, R. New York : Oxford University Press, 2018. str. 384.

¹⁰¹ Hellström, T., Raman, S. The commodification of knowledge about knowledge : Knowledge management and the reification of epistemology. *Social Epistemology*. 15, 3(2001), str. 142.

¹⁰² Isto. Str. 143.

različite slike znanja u tri različite škole u komodifikaciji epistemologije: inženjering znanja, organizacijsko učenje i upravljanje znanjem.¹⁰³

1. Tehnokratska slika – ona je atomistička i opredmećujuća po tome kako gleda znanje i epistemologiju. Vezuje se uz inženjering znanja i na znanje gleda kao robu. Znanje je kvantitativno i nema nikakve konstitutivne ili transformativne moći osim što može poboljšati kvantitetu osobne ili grupne količine znanja (mjereno u njihovoj sposobnosti da riješe problem).
2. Romantičarska slika – definira ju kontekstualni pristup znanju. Znanje ima transformativni karakter jer dolazi uz određenu sliku svijeta ili radnog prostora koje je znanje u stanju konstruirati. U središtu organizacijskog učenja je voditelj koji stimulira interakcije, sistemski napredak i društvene konstelacije. Po epistemološkim pretpostavkama, znanju se ne može pristupiti kao resursu ili ga tako evaluirati. Znanju se samo može pristupiti indirektno tako što se osigurava da su sredstva za proizvodnju znanja uspostavljena. Cilj je oslobođenje znanja (u okvirima korporativnog interesa) umjesto rješavanja problema.
3. Pragmatičarska slika – ona razrješuje tenziju između prijašnje dvije slike. Ona je pragmatična zato što prepoznaje da organizacije i firme imaju ciljeve i da one trebaju riješiti probleme i da je znanje nužan resurs u tom procesu. Ona je konstruktivistička zato što prepoznaje transformativne sposobnosti znanja, ali da njihovo reificiranje ima pozitivne dugoročne posljedice na poduzetništvo kojemu je potrebno. Međutim, ona eksplicitno priznaje prvenstvo korporativne agende više od inženjeringa znanja ili organizacijskog učenja. Time je upravljanje znanjem više intelektualno eklektičan – komodifikacijske prakse u menadžmentskim konzultacijama postale su kompleksnije i neobuzdane granicama pojedinih disciplina i njihovih katkad divergentnih uvjeta.

Navedene slike gotovo dijalektički prikazuju kako su se tayloristički i fordistički principi, sadržani u ranim slikama znanja, transformirali u pragmatičnu epistemologiju upravljanja znanjem. Hellström et al. ističu kako suvremeno upravljanje znanjem sadrži pakete informacijske tehnologije koji podsjećaju na tradicionalne ekspertne sustave i njima bliske sustave koji se pojavljuju u obliku komercijalnih proizvoda ili robe.¹⁰⁴ Oni sadrže tehnologiju poput: baza podataka kompetencije, automatizirane vremensko izvješćujuće programe i

¹⁰³ Hellström, T., Raman, S. The commodification of knowledge about knowledge : Knowledge management and the reification of epistemology. *Social Epistemology*. 15, 3(2001), str. 149.

¹⁰⁴ Isto. Str. 142.

algoritme za pohranjivanje informacijsko pretraživačkih profila koji su često implementirani u organizacijsku strukturu u cilju ispunjavanja simboličke potrebe za novom tehnologijom. Iako je njihova uloga simbolična, oni još uvijek imaju utjecaj na organizaciju rada tako što strukturiraju način proizvodnje znanja i njegovu diseminaciju. Hellström i Raman navode kako je navedene sustave moguće koristiti kako bi se potkopavao stručni rad i da se to već događalo.¹⁰⁵ Iako ostaje neizvjesno do koje mjere ih je moguće upotrijebiti, ono nam jasno prikazuje kako taylorističke i fordističke ideje prodiru kroz područje upravljanja znanjem.

Nadalje, trebamo obratiti pažnju na epistemološke uvjete upravljanja znanjem, ukoliko je slučaj da oni omogućuju komodifikaciju epistemologije. Problem kod upravljanja znanjem očituje se u tome što ono zapravo nema jasno definirane pretpostavke i aksiome, a sam opseg upravljanja znanjem otežava specificiranje pojedine pretpostavke koja je zajednička svim njenim aktivnostima. Dodatna poteškoća je u tome što se prakse upravljanja znanjem čine jednako primjenjive i zastupljene u različitim organizacijskim modelima, od tradicionalnih hijerarhijskih kompanija pa sve do suvremenih, otvorenih, inovativnih kompanija. Čini se da upravljanje znanjem ne preferira određeni sustav, niti ga osnažuje, već je ono puno plastičnije te se može primjenjivati na razne načine. Paradoks upravljanja znanjem u tome je što prepoznaje da je znanje vezano za kontekst i da formalni ekspertni sustavi nisu dostatna slika kompleksnosti iskustvenog učenja i tacitnog znanja, ali simultano primjenjuje modele analitičke diskriminacije kako bi eksplicirala i formalizirala znanje koje utemeljuje postojeće prakse.

Epistemološke proizvode poput mehanizama ili modela za ekspliciranje i transformaciju tacitnog znanja rade stručnjaci koji čine izolirani dio u proizvodnom procesu, a on se primjenjuje u organizaciji, na menadžment vezan uz aktivnosti sa znanjem. Iako primjena znanja nikada nije linearna, a apstraktno znanje se uvijek transformira u lokalnom kontekstu, Hellström i Raman navode kako sam argument protiv reifikacije znanja može biti reificiran u obliku robe ili komercijalne usluge za prodaju.¹⁰⁶ Bez obzira na bilo koji specifični model, uvid u prirodu stjecanja znanja može se simplificirati i prodati kao sofisticirano oruđe za intervenciju u načinu organiziranja. Jasno je da čisto pragmatična epistemologija ne sadrži epistemološke postavke koje su u stanju da se na ikoji način odupru komodifikaciji. Ukoliko bi i bio slučaj da pojedini primjer opovrgne funkcionalnost određenog modela, on se sam

¹⁰⁵ Hellström, T., Raman, S. The commodification of knowledge about knowledge : Knowledge management and the reification of epistemology. *Social Epistemology*. 15, 3(2001), str. 142.

¹⁰⁶ Isto. Str. 143.

može nadodati u novom ciklusu apstrahiranja. Iz menadžerske perspektive posve je primjereno razvijati naturalizirano razumijevanje načina na koji je znanje društveno konstruirano i postaviti normativne modele opravdavanja i organiziranja tog znanja. Ono što posreduje unutar upravljanja znanjem menadžerska je agenda koja uspješno balansira između normativno-analitičkog i deskriptivno-konstruktivističkog u društvenim teorijama znanosti kao sinteza koja se očituje kao zajednički okvir djelovanja. Miješanje deskriptivnog i normativnog iz perspektive upravljanja znanjem posve je prikladno. Upravljanje znanjem pokazuje kako se teorija znanja koja poriče mogućnost univerzalnog, asocijalnog znanja bez konteksta može transformirati u generički komercijalni instrument za organizacijski menadžment.

5. Posljedice komodifikacije informacija i znanja

Unutar ovog dijela rada prikazuju se posljedice komodifikacije informacija i znanja na društvo. Prvi fenomen kojeg navodimo su rente. Definiira se što su rente i kako se uklapaju u današnji režim intelektualnog vlasništva. Druga posljedica koja se opisuje je sužavanje javnog prostora. Prikazuje se kako se odvija proces smanjivanja javnog prostora i navode se primjeri. Na samom kraju, razmatraju se alternativni načini ophođenja informacijama te se spekulira o njihovim potencijalima.

5.1. Rente

*„Komodifikacija, kontrola i prisvajanje intelektualnog stvaralaštva, kao i prirodnih bogatstava poput vode i zraka (npr. putem certifikata za trgovanje emisijama) trenutno su ključni procesi širenja kapitalizma u nova područja. Ta nova područja izvori su redovitih prihoda u obliku renti.“*¹⁰⁷ Izraz *renta* nije samo pristojba koja se plaća za iznajmljivanje, nego povrat na imovinu koja može biti realizirana zato što vlasnik kontrolira ponudu.¹⁰⁸ Dakle, renta je vrsta premije koja se nameće iznad cijene proizvodnje. Kao što smo već spomenuli, jedna od tendencija kapitalizma je stvaranje novih tržišta, tako što uzme neko javno dobro i u njega unese tržišne odnose. Javno dobro definiramo kao ne-kompetitivno u konzumaciji i ono nema efektivne isključujuće mehanizme.¹⁰⁹ Pod ne-kompetitivnim se misli da konzumacija dobra može biti dijeljena bez da se dobro istroši, što također znači da su dobra koja uključuju kompetitivnost pri konzumaciji ona koja se istroše pri korištenju. Kada se u nešto što nije bilo predmetom komercijalne uporabe, a ne troši se, kao što je nekoć bila zemlja, unesu tržišni mehanizmi, ono se transformira u suštini i nastaju razni fenomeni i odnosi koji do prije nisu postojali.

Današnji režim intelektualnog vlasništva potpuno je moguće konceptualizirati kao tržište nekretnina. Kako bi se metafora slikovitije prikazala, preuzet će se terminologija Rotte i Teixiere. U analizi posljedica komodifikacije, ovi autori uvode pojmove: renta na znanje

¹⁰⁷ Zeller, C. From the gene to the globe : Extracting rents based on intellectual property monopolies // *Review of International Political Economy*. 15, 1(2007), str. 91.

¹⁰⁸ Adair, S. The Commodification of Information and Social Inequality // *Critical Sociology*. 36, 2(2010), str. 252.

¹⁰⁹ Trosow, S. E. The Commodification of Informatio and the Public Good : New Challenges for a Progressive Librarianship // *Progressive Librarian*. 43, (2014), str. 19.

(engl. *knowledge rent*), znanje-roba (engl. *knowledge commodities*) i vlasnik znanja (engl. *knowledge lords*).¹¹⁰

Rotta i Teixeira smatraju da komodifikacijom informacija nastaju nove pojave slične kao u slučaju komodifikacije zemlje, da posjedovanje znanja-robe dovodi do rente na znanje.¹¹¹ Intelektualno vlasništvo preduvjet je nastanka renta. Ono omogućuje i održava postojanje rente – onaj tko posjeduje intelektualno vlasništvo može stvoriti umjetnu nestašicu proizvoda i time odrediti cijenu znanja-robe, iako cijena njegove reprodukcije/kopije može biti nula. U slučaju standardnih proizvoda, na primjer nekog stroja, potreban je rad i vrijeme kako bi se stroj ponovno proizveo jednom kada se istroši. Bez obzira na to, stroj u sebi također sadrži znanje-robu, tj. intelektualno vlasništvo ili neki drugi način kojim se štiti njegov dizajn. Takav oblik znanja-robe dovodi do nastanka rente na znanje. Dakle, znanje-roba i renta na znanje prisutne su u konkretnim formama kapitala poput mašina i opreme. Međutim, dok se fizički dio kapitala troši, u svojoj uporabnoj vrijednosti i kvaliteti, renta na znanje sadržana u samoj mašini ne gubi na vrijednosti. Njezina vrijednost izražena u radu je nula zato što je cijena njezine reprodukcije nakon što je jednom stvorena ništavna. Znanje-roba nije fizički stroj, već komodificirana informacija sama. Na primjeru stroja, znanje-roba nije proizvedeni stroj, već informacije koje omogućuju proizvođačima stroja da uopće proizvedu stroj. Primjer znanje-robe razni su oblici komodificiranih podataka, kompjuterskih programa, kemijskih formula, patentiranih informacija, snimljene glazbe, autorskim pravom zaštićenih kompozicija, filmova, monopoliziranog znanstvenog znanja. Njihove se vlasnike zove vlasnicima znanja. S obzirom na to, vlasnik jedne od navedenih renti na znanje naplaćuje rente korisnicima znanja na isti način na koji bi zemljovlasnik naplaćivao rentu stanarima. Iz tog razloga rente su jedan od najznačajnijih komponenata današnjeg sustava intelektualnog vlasništva i one su sadržane u proizvodima do to mjere da su cijene više pod utjecajem stabilnosti političkog aparata nego stanja tržišta.

Kao posljedice renta Rotta i Teixeira navode kako proizvodnja znanja i financija postaju najbrže rastuće neproductivne aktivnosti po neto dohotku i kapitalu, a da prihodi korporacija od intelektualnog vlasništva, uključujući licence i naknade, kontinuirano rastu.¹¹² Istraživanja

¹¹⁰ The Commodification of Knowledge and Information // *The Oxford Handbook of Karl Marx* / Rotta, T.; Teixeira, R. New York : Oxford University Press, 2018. Str. 381.

¹¹¹ Isto. Str. 386.

¹¹² Isto. Str. 395.

pokazuju da su prihodi rasli za 11% svake godine od 1994 do 2004.¹¹³ Nadalje, Adair ističe da Forbesova lista najbogatijih Amerikanaca 2008. godine pokazuje da su 90 od 400 bogatstava stvorena preko skupljanja monopolskih renta na komodificirane informacije.¹¹⁴ Rotta i Teixeira zaključuju da se, u istom smislu u kojem se u 16. stoljeću odvijali eksproprijacija i ograđivanje zemljišta, danas na isti način odvija ograđivanje znanja: „*Pojava novih ograđenih prostora u 21. stoljeću onemogućuje radnicima slobodan pristup znanju, jednako kao što su ograđeni prostori u 16. stoljeću onemogućivali radnicima pristup slobodnoj zemlji (zajedničkom posjedu) kao sredstvu za proizvodnju.*“¹¹⁵

5.2. Smanjenje javnog prostora

Smanjivanje javnog prostora najočitija je posljedica komodifikacije informacija. Ona je implicitno bila prisutna tijekom cijele analize, ali potrebno ju je dodatno eksplicirati zato što besplatne informacije u javnoj domeni na određen način igraju istu ulogu koju javne površine zemlje igraju prije ograđivanja zemlje i protjerivanja seljaka sa zemlje. Mnogi komentatori se iz tog razloga referiraju na proširivanje intelektualnog vlasništva i komodifikaciju informacija kao na novi virtualni pokret ograđivanja nalik ograđivanju zemlje u Engleskoj prije nekoliko stoljeća. Lipinski gleda na proces komodifikacije na sljedeći način: s porastom i digitalizacijom informacija dolazi do pritiska na distributere, sudionike i prodavatelje informacija koji žele povećati vlastiti udio vlasništva u javnoj sferi.¹¹⁶ Taj trend rezultira sa sve manje i manje dostupnih informacija u javnoj sferi, ili one nastavljaju biti dostupne, ali po većoj cijeni.

Dakle, postoje privatne informacije koje su vlasništvo privatnih stranka i javne informacije koje su dostupne besplatno široj javnosti. Zato što je danas informacija roba, ona je subjekt vlasništva i kontrole legalnim mehanizmima. Nadalje, kako bi tržište ostalo funkcionalno i

¹¹³ The Commodification of Knowledge and Information // *The Oxford Handbook of Karl Marx* / Rotta, T.; Teixeira, R. New York : Oxford University Press, 2018. Str. 396.

¹¹⁴ Adair, S. The Commodification of Information and Social Inequality // *Critical Sociology*. 36, 2(2010), str. 254.

¹¹⁵ The Commodification of Knowledge and Information // *The Oxford Handbook of Karl Marx* / Rotta, T.; Teixeira, R. New York : Oxford University Press, 2018. Str. 386.

¹¹⁶ Lipinski, T. A. The Commodification of Information and the Extension of Proprietary Rights into the Public Domain : Recent Legal (Case and Other) Developments in the United States // *Journal of Business Ethics*. 22, (1999), str. 64.

generiralo profit, ono se mora zaštititi. Kao što smo već spomenuli, mehanizmi koji štite tržište su autorsko pravo, intelektualno vlasništvo, patenti, itd. Porastom digitalnih informacija koje su bez fizičkih dimenzija i promjenjivog karaktera, dolazi do novih prilika, ali i do postepenog narušavanja distinkcije javnih i privatnih informacija i prodiranja privatnog u javno. Konzekventno, Lipinski smatra da se, rastom legalne zaštite i njegovog širenja na činjenice i druge javne informacije unutar javne domene, dolazi do toga da se javni informacijski prostor sužava.¹¹⁷ Nadalje, navedeni mehanizmi sprječavaju javnost, tj. pravo pojedinaca, na korištenje materijala poput vladinih publikacija, činjenica (imena i datuma), znanstvenih podataka i radova koji se ne mogu zaštititi autorskim pravom ili onih za koje je isteklo vrijeme zaštićenosti pa su u domeni javnih materijala.¹¹⁸ Javno dobro definiramo kao ne-kompetitivno u konzumaciji i nema efektive isključujuće mehanizme.¹¹⁹ Pod ne-kompetitivno se misli da konzumacija dobra može biti dijeljena bez da se dobro istroši, što također znači da su dobra koja uključuju kompetitivnost pri konzumaciji ona koja se istroše pri korištenju.

Prepreke pristupu javnim materijalima kontroverzne su iz pravne perspektive, ali i zbog toga što predstavljaju blokadu diseminacije informacija, dakle generalno lošu informacijsku politiku. Kako bi potkrijepio svoju tezu, Lipinski navodi nekoliko primjera, od kojih navodimo dva. Prvi primjer je *West Publishing Company*, koji je posjedovao imovinska prava nad paginacijom u legalnim citatima.¹²⁰ Drugi primjer je NBA-ova (National Basketball Association) kontrola nad rezultatima košarkaških mečeva i drugih informacija vezanih uz njih, koje uz legalnu konfiguraciju omogućuju NBA-u posjedovanje monopola nad činjenicama i plasiranjem istih preko vlastite aplikacije, što pokazuje jedan od brojnih načina kako kontrola jednostavnih informacija u kombinaciji sa suvremenom tehnologijom može postati vrijedan izvor prihoda.¹²¹ Na temelju navedenih i drugih primjera, Lipinski smatra da

¹¹⁷ Lipinski, T. A. The Commodification of Information and the Extension of Proprietary Rights into the Public Domain : Recent Legal (Case and Other) Developments in the United States // *Journal of Business Ethics*. 22, (1999), str. 68.

¹¹⁸ Isto.

¹¹⁹ Trosow, S. E. The Commodification of Information and the Public Good : New Challenges for a Progressive Librarianship // *Progressive Librarian*. 43, (2014), str. 19

¹²⁰ Lipinski, T. A. The Commodification of Information and the Extension of Proprietary Rights into the Public Domain : Recent Legal (Case and Other) Developments in the United States // *Journal of Business Ethics*. 22, (1999), str. 68.

¹²¹ Isto. Str. 70.

trenutni trendovi idu prema tome da se javni informacijski prostor smanjuje i da se ograniči pristup javnosti.¹²²

Erozija javnog prostora, uključujući knjižnice, jest također jedan od načina smanjivanja javnog prostora. Trosow smatra da prijetnja knjižnicama nije samo njihovo zatvaranje nego da se one u potpunosti počnu pokoravati imperativima tržišta i postanu biznisi.¹²³ To je očito jer mnogi od ideala knjižnice kao mjesto slobodne diseminacije informacija, slobodnog diskursa i intelektualnog razvoja, teško su spojivi s komodifikacijom. Osim knjižnica, bibliotekarska profesija je također ugrožena. Dobar pokazatelj tog trenda je to što je Britanija od 2010. zatvorila oko 800 knjižnica.¹²⁴ Međutim, još zanimljivija je paralelna pojava mišljenja profesora ekonomije koji je za časopis Forbes pisao da bi Amazon trebao zamijeniti knjižnice zbog njihove navodne zastarjelosti.¹²⁵

Problem kod neoliberalizma je što umanjuje vrijednost javnog dobra tako što tjera sve ekonomski neproduktivne aktere da demonstriraju svoju vrijednost ekonomiji, što je posve nespojivo s obrazovnim i kulturološkim ciljevima institucija poput knjižnice. Iz perspektive biznisa, informacije su komoditeti, a ne profesija. Naime, bez obzira na predominantnu ideološku klimu, postoje studije koje pokazuju da u očima javnosti knjižnice još uvijek igraju važnu ulogu u društvu. Po anketama iz 2013. čak 82% ljudi u Americi vjeruje da su knjižnice važne za društvo, 83% su koristili knjižnicu bar jednom u životu, 49% su posjetili knjižnicu ili njenu web stranicu u posljednjih godinu dana.¹²⁶ Također, većina Amerikanaca smatra da im knjižnice mogu pomoći pronaći vjerodostojne i pouzdane informacije.¹²⁷

¹²² Lipinski, T. A. The Commodification of Information and the Extension of Proprietary Rights into the Public Domain : Recent Legal (Case and Other) Developments in the United States // *Journal of Business Ethics*. 22, (1999), str. 78.

¹²³ Trosow, S. E. The Commodification of Information and the Public Good : New Challenges for a Progressive Librarianship // *Progressive Librarian*. 43, (2014), str. 23.

¹²⁴ Flood, A. Britain has closed almost 800 libraries since 2010, figures show. *The Guardian*. 2019. URL: <https://www.theguardian.com/books/2019/dec/06/britain-has-closed-almost-800-libraries-since-2010-figures-show>.

¹²⁵ Lyons, K. 'Twaddle': librarians respond to suggestion Amazon should replace libraries. *The Guardian*. 2018. URL: <https://www.theguardian.com/books/2018/jul/23/twaddle-librarians-respond-to-suggestion-amazon-should-replace-libraries>.

¹²⁶ Harissis, S. A fight for Public Library Funding : Demonstrate Value or Demonstrate in the Streets? // *Progressive Librarian*. 46, (2017), str. 6.

¹²⁷ Geiger, A. W. Most Americans – especially Millennials – say libraries can help them find reliable, trustworthy information. *Pew Research Center*. 2017. URL: <https://www.pewresearch.org/fact->

5.3. Alternativni modeli

Pod utjecajem komodifikacije dolazi do nastanka alternativnih metoda ophođenja, distribucije i monetiziranja informacija. Kada smo govorili o komodifikaciji u digitalnom prostoru, spomenuli smo kako zbog izmjena u programerskom ekosustavu dolazi do pojave slobodnog softvera i pokreta otvorenog koda. Slični pokreti nastaju i u drugim područjima, kao primjerice u bibliotekarstvu, gdje nastaju pokreti *critlib* i udruženje *Progressive Librarian Guild* čije poslanje uključuje kritički osvrt na neoliberalizam i posljedice komodifikacije na društvo i bibliotekarsku profesiju.

Alternativni modeli monetizacije pojavljuju se u raznim industrijama poput videoigara, glazbe, knjiga, itd. U mnogim slučajevima, kompanije se odlučuju na besplatni model pristupa, a usluga se naplaćuje na neki drugi način, putem reklama, neobaveznog sadržaja kojeg se može kupiti, itd. Također, kako bi se premostila restriktivnost autorskog prava nastaje *Creative Commons* (dalje: CC), koji omogućuje autorima da rad objave pod jednom od šest licenci. Na primjer, Trent Razor, glavni pjevač grupe Nine Inch Nails, izdao je svoj instrumentalni album *Ghosts I-IV* pod CC licencom, od kojih je devet pjesama objavljeno bez pristojbe, a osamnaest sa malom pristojbom, na kojima zarađuje milijune uz prodaju na svojoj web stranici.¹²⁸ Međutim, iako CC uzima u obzir društvene i kulturološke prednosti besplatnog dijeljenja informacija, on ne sprječava izrabljivačke prakse zaštićenih materijala za komercijalne svrhe.

Lawson, Sanders i Smith ističu kako se pokret otvorenog pristupa (engl. *open access*) pojavio kao alternativa zatvorenosti akademskog znanja.¹²⁹ Otvoreni pristup se odnosi na akademsko istraživanje koje je besplatno dostupno za čitanje i korištenje. Proces objavljivanja u otvorenom pristupu još uvijek košta, tako da se otvoreni pristup financira preko matičnih ustanova, metodom plaćanja troškova obrade članaka (i.e. APC) ili volonterskog rada. Otvoreni pristup je antiteza standardnom modelu na pretplatu tako što miče fiskalnu barijeru između korisnika i znanja. Objavljivanje unutar modela na pretplatu funkcionira tako da istraživači koji rade na istraživanju i objavljuju ga u obliku članka, prenose zaštitu svog

tank/2017/08/30/most-americans-especially-millennials-say-libraries-can-help-them-find-reliable-trustworthy-information/.

¹²⁸ Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014. Str. 126.

¹²⁹ Lawson, S.; Sanders, K.; Smith, L. Commodification of the Information Profession : A Critique of Higher Education Under Neoliberalism // *Journal of Librarianship and Scholarly Communications*. 3, 1(2015), str. 7.

istraživanja na izdavača koji blokira pristup kroz pretplate, koje su najčešće jako velike. Iako se otvoreni pristup smatra ravnopravnijim modelom izdavanja, što su prepoznale i mnoge vlade i odlučile ga implementirati, još uvijek postoje mnoge manjkavosti u načinu njegove primjene, poput tzv. zlatnog otvorenog pristupa koji je kritiziran zbog svog „neoliberalnog“ oblika, gdje se informacije još uvijek definiraju kao roba koja zadržava visoku ekonomsku vrijednost i zadržava umjetno napuhanu barijeru diseminaciji istraživanja.¹³⁰

Bez obzira na to što mnogi prepoznaju probleme trenutnog režima intelektualnog vlasništva, čini se da alternativni modeli ne premošćuju njegove probleme. U slučaju diseminacije znanstvenih članaka, postojanje i raširenost stranica poput Sci-Hub ili Libgena u slučaju knjiga, dovoljan je indikator da još uvijek postoje problemi s diseminacijom informacija. Razlog zašto navedeni modeli nisu u stanju premostiti probleme današnjeg režima intelektualnog vlasništva je zbog toga što se bave njegovim simptomima, dok fundamentalni problemi režima intelektualnog vlasništva često ostaju neizazvani.

¹³⁰ Lawson, S.; Sanders, K.; Smith, L. Commodification of the Information Profession : A Critique of Higher Education Under Neoliberalism // *Journal of Librarianship and Scholarly Communications*. 3, 1(2015), str. 7.

6. Zaključak

Kroz povijest vidimo konstantne prijelaze iz jednog režima intelektualnog vlasništva u drugi i sudeći po društvenim posljedicama povijest režima intelektualnog vlasništva progresivna je priča o napretku prema sve slobodnijim režimima. Međutim, današnji režim intelektualnog vlasništva još uvijek nije postigao slobodnu diseminaciju informacija, a ono što je bilo revolucionarno naspram starijih režima na određene načine postaje glavna prepreka za daljnji napredak. Jednako kao što liberalna koncepcija vlasništva predstavlja velik napredak naspram monopola plemića nad zemljištem, tako su i prava autora predstavljala velik napredak naspram monopola nad tiskanjem. Nadalje, kao što liberalna koncepcija vlasništva u konačnici nije univerzalno riješila stambeno pitanje, tako ni trenutni režim intelektualnog vlasništva nije doveo do slobodne diseminacije informacija.

Danas, glavna prepreka slobodnoj diseminaciji informacije jest neregulirana komodifikacija. Pokazalo se pod kojim uvjetima informacija postaje roba. U analizi robe pokazane su sličnosti i razlike informacija i fizičkih komoditeta te pod kojim uvjetima informacije poprimaju oblik robe i koji problemi nastaju kao posljedica tog procesa. Informacije i znanje posjeduju određenu korisnost, transformativnost i informativnost, za pojedinca, ekonomiju, društvo itd., što sačinjava njihovu uporabnu vrijednost. Nakon toga, pokazali smo kako njezina razmjenska vrijednost proizlazi iz režima intelektualnog vlasništva koji regulira diseminaciju informacija. Režim intelektualnog vlasništva stvara umjetnu neimaštinu informacija, tako što određene informacija upakira u izolirani, ekskluzivni paket s ciljem novčanog izrabljivanja. Komodifikacijom, znanje i informacije postaju jedan oblik robe s cijenom koja priječi pristup svima onima koji nisu u stanju podmiriti cijenu pristupa.

Komodifikacija, osim pretvaranja informacija u robu, ima puno šire učinke, zbog čega se na nju sve više gleda kao posljedicu opće tendencije podvrgavanja svega tržišnoj ideologiji. Potpomognuta neoliberalnom ideologijom, komodifikacija se širi u druge domene poput proizvodnje informacija, poslovanja i ustrojstva sveučilišta i javnu sferu. S obzirom na to, mnogi kritičari opisuju komodifikaciju kao suvremeni proces ograđivanja zemlje nalik onome pri nastanku kapitalizma. Po mišljenju autora, navedena teza je posve ispravna. Kao što je originalna akumulacija kapitala djelovala na štetu svih ne-kapitalističkih formi proizvodnje, primarno feudalističke, na sličan način akumulacija informacija utječe na sve ne-kapitalističke forme proizvodnje informacija. Komodifikacija ugrožava institucije poput knjižnica, sužava javni prostor i prisvaja javno dostupne informacije i zamjenjuje ih novim oblicima renta karakterističnim za suvremeni režim intelektualnog vlasništva. Dakle, komodifikacija utječe

na cjelokupni proces ophođenja informacijama, od njihove proizvodnje na sveučilištima do upravljanja i korištenja informacija. Komodifikacija je u stanju restrukturirati sve navedene segmente na vlastitu korist, bez obzira na humanističke ciljeve poput obrazovanosti ili socijalne pravde, koje smatra sekundarnim ciljevima naspram akumulacije profita.

7. Literatura

1. Adair, S. The Commodification of Information and Social Inequality // *Critical Sociology*. 36, 2(2010), str. 243–263.
2. Atkinson, B.; Fitzgerald, B. *A Short History of Copyright : The Genie of Information*. Switzerland : Springer, 2014.
3. Castells, M. *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society*. New York : Oxford University Press. 2001.
4. Cope, J. Neoliberalism and Library & Information Science : Using Karl Polanyi's Fictitious Commodity as an Alternative to Neoliberal Conceptions of Information // *CUNY Academic Works*. (2014), 4. URL: https://academicworks.cuny.edu/si_pubs/4/ (12. 3. 2021).
5. Coriat, B.; Weinstein, O. IPR Regimes, Firms and the Commodification of Knowledge // *Socio-Economic Review*. 10, 2(2012) str. 267–292.
6. Fisher, M. *Capitalist Realism : Is There No Alternative?* Winchester, Washington : Zero Books, 2009.
7. Fleissner P. The „Commodification“ of Knowledge in the Global Information Society // *tripleC*. (2009), 7. URL: <https://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/115>. (12. 3. 2021.).
8. Flood, A. Britain has closed almost 800 libraries since 2010, figures show. *The Guardian*. 2019. URL: <https://www.theguardian.com/books/2019/dec/06/britain-has-closed-almost-800-libraries-since-2010-figures-show> (12. 3. 2021).
9. Geiger, A. W. Most Americans – especially Millennials – say libraries can help them find reliable, trustworthy information. *Pew Research Center*. 2017. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/08/30/most-americans-especially-millennials-say-libraries-can-help-them-find-reliable-trustworthy-information/> (12. 3. 2021).
10. Harissis, S. A fight for Public Library Funding : Demonstrate Value or Demonstrate in the Streets? // *Progressive Librarian*. 46, (2017), str. 5–11.
11. Hayes, M. Who Invented the iPhone? : It depends on what you mean by “Invented“. *Scientific American*. 2018. URL: <https://blogs.scientificamerican.com/observations/who-invented-the-iphone/> (12. 3. 2021).
12. Hellström, T., Raman, S. The commodification of knowledge about knowledge : Knowledge management and the reification of epistemology. *Social Epistemology*. 15, 3(2001), str. 139–154.
13. Jacob, M. Rethinking Science and Commodifying Knowledge // *Policy Futures in Education*. 1, 1(2003), str. 125–142.
14. Karpov, A. O. A Commodification of Education // *Russian Education and Society*. 55, 5(2013), str. 75–90.
15. Lawson, S.; Sanders, K.; Smith, L. Commodification of the Information Profession : A Critique of Higher Education Under Neoliberalism // *Journal of Librarianship and Scholarly Communications*. 3, 1(2015), str. 1–24.

16. Liessmann, P. *Teorija neobrazovanosti : zablude društva znanja*. Zagreb : Jesenski i Turk, 2008.
17. Lipinski, T. A. The Commodification of Information and the Extension of Proprietary Rights into the Public Domain : Recent Legal (Case and Other) Developments in the United States // *Journal of Business Ethics*. 22, (1999), str. 63–80.
18. Lipton, J. Information Wants to be Property : Legal Commodification of E-commerce Assets. *International Review of Law, Computers & Technology*. 16, 1(2010), str. 53–66.
19. Lyons, K. 'Twaddle': librarians respond to suggestion Amazon should replace libraries. *The Guardian*. 2018. URL: <https://www.theguardian.com/books/2018/jul/23/twaddle-librarians-respond-to-suggestion-amazon-should-replace-libraries> (12. 3. 2021).
20. Marx, K. *Kapital*. Beograd : Prosveta, 1978.
21. Pankova, N.; Khaldeeva, M. Commodification of Knowledge in System of Higher Education. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences* / uredili Karpova, A. Y., Ardashkin, I. B... Russia : Future Academy, 2016. Str. 730–736.
22. Press, A. N. The „Amazonification“ of Higher Education Has Arrived. It's not Pretty. *Jacobin*. 2021. URL: <https://jacobinmag.com/2021/02/higher-education-covid-19-collin-college> (12. 3. 2021).
23. Rodin, D. Marxova teorija robnog sistema // *Politička misao : časopis za politologiju*. 20, 2/3(1983), str. 12–23.
24. Smith, A. *An Inquiry Into the Nature and Causes of The Wealth of Nations*. America : University of Chicago Press. 1977.
25. Sharman, D. Intellectual Property : A Historical Perspective on the Commodification of Information // *Progressive Librarian Guild. Progressive Librarian* (2001), 18. URL: http://www.progressivelibrariansguild.org/PL_Jnl/contents18.shtml (12. 3. 2021).
26. The Commodification of Knowledge and Information // *The Oxford Handbook of Karl Marx* / Rotta, T.; Teixeira, R. New York : Oxford University Press, 2018. Str. 379–401.
27. Trosow, S. E. The Commodification of Information and the Public Good : New Challenges for a Progressive Librarianship // *Progressive Librarian*. 43, (2014), str. 17–29.
28. van der Ende, M. et al. Estimating displacement rates of copyrighted content in the EU. *European Commission*. 2015. URL: https://cdn.netzpolitik.org/wp-upload/2017/09/displacement_study.pdf (12. 3. 2021.).
29. Vuković, K. P. Simbolička razmjena i rad // *Filozofska istraživanja*. 35, 4(2015), str. 717-726.
30. Zeller, C. From the gene to the globe : Extracting rents based on intellectual property monopolies // *Review of International Political Economy*. 15, 1(2007), str. 86–115.

Utjecaj komodifikacije na dostupnost znanja i informacija

Sažetak

Tema ovoga diplomskog rada jest komodifikacija znanja i informacija kao sve prisutnija praksa u svijetu te kao uzrok koji dovodi do njihove sve veće nedostupnosti. Komodifikacija znanja i informacija u širokom smislu uzima se kao pretvaranje znanja i informacija u robu. Cilj ovog rada bit će analizirati ključne elemente koji dovode do komodifikacije u materijalnom i teoretskom smislu, poput profita, poslovnih ekosustava, intelektualnog vlasništva i drugih. Ključan preduvjet komodifikacije upravo su materijalni uvjeti, posebice unutar poslovnog prostora, koji suvremene radnike pretvaraju u radnike znanja dok se njihovo znanje i informacije kojima raspolažu poimaju kao vrsta intelektualnog kapitala. Osim u materijalnom smislu, do komodifikacije dolazi i na temelju teorijskih trendova unutar znanosti koji na znanje gledaju iz „pragmatične“ perspektive, a za koju je karakteristično promišljati znanje i informacije kroz okvir korisnosti i primjenjivosti. Taj je okvir u znatnom omjeru motiviran stvaranjem viška vrijednosti i boljitkom poslovanja kompanija. Materijalni uvjeti prikazat će se kroz kratki povijesni pregled transformacije poslovnog prostora i drugih značajnih elemenata s naglaskom na prakse koje uvjetuju ophođenje sa znanjem. Teorijskim postavkama pristupit će se na tragu kritičkog knjižničarstva kako bi se pojasnili glavni pojmovi vezani uz komodifikaciju znanja te one teorijske prakse koje su usko vezane za problem komodifikacije znanja i informacija. Na samom kraju, na temelju svega navedenog, bit će ponudeni odgovori o tome kako komodifikacija znanja utječe na dostupnost znanja.

Ključne riječi: komodifikacija, Marx, sveučilišta, roba, renta

The Influence of Commodification on the Availability of Knowledge and Information

Summary

The subject of this thesis is the commodification of knowledge and information, as an ever more present practice in the world and as a cause that leads to their growing unavailability. Commodification of knowledge and information in a broad sense is understood as transformation of knowledge and information into commodities. The aim of this thesis is to analyze the key elements that lead to commodification in a material and a theoretical sense, such as profit, business ecosystems, intellectual property, etc. The key prerequisite of commodification are precisely material conditions, especially within the area of business, which turns workers into workers of knowledge, while the knowledge and the information they have are seen as a kind of intellectual capital. Material aspect aside, commodification also happens under theoretical trends within science, which view knowledge from a "pragmatic" point of view, for which it is typical to regard knowledge and information within the framework of utility and applicability. That framework is largely motivated by an excess of value and improving the company's business practices. Material conditions will be showcased through a short historical overview of the transformation of the area of business and other significant elements, the most prominent one being practices which condition dealing with knowledge. Theoretical hypotheses will be addressed with critical librarianship in mind, in order to clarify the main terms linked to commodification of knowledge and the theoretical practices that are closely connected to the problem of the commodification of knowledge and information. Finally, based on all of this, answers will be proposed to the question of how the commodification of knowledge influences its availability.

Key words: commodification, Marx, universities, commodity, rent